



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**DIAGNÓSTICO, PLAN ESTRATÉGICO Y EJECUCIÓN DE COMUNICACIÓN
INTERNA Y EXTERNA EN EL CENTRO DE ESTUDIOS DE LAS CULTURAS EN
GUATEMALA, DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

JAQUELINNE BEATRIZ JUÁREZ SÁNCHEZ

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE 2024



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela De Ciencias De La Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado

Diagnóstico y ejecución del plan comunicación interna y externa en el centro de estudios de las culturas en Guatemala de la universidad san Carlos de Guatemala

Presentado por:

Jaquelinne Beatriz Juárez Sánchez

Previo a optar el Título de

Licenciada En Ciencias De La Comunicación

Asesor:

M.A. Marvin Samuel Sarmientos Y.

Guatemala, octubre 2024



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Directora

M.A. Silvia Regina Miranda López

Consejo Directivo

Representantes Docentes

Dr. Herbert Estuardo Díaz Tobar

Representantes Estudiantiles

Oscar Eduardo García Orantes

Elvis Enrique Ramírez Mérida

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 Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores

M.A. Evelin Hernández Mazariegos

Licda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Licda. Krista María Ramírez Nájera

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Lic. Luis Fernando Lucero

Lic. Alejandro Solares

Lic. Brayan Torres

Lic. Jonathan Mejía



Guatemala, 4 de marzo 2024
COORDEPSL02-2024

Licenciado Juan Pablo González de León
Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala
Presente

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: **Jaqueline Beatriz Juárez Sánchez** con número de registro académico **201503333** y carné **2451682060101** quién manifestó el deseo de realizar su práctica profesional en la institución que usted representa y para tal efecto se requiere lo siguiente:

1. Extender una carta de aceptación en papel membretado, firmado y sellado.
2. Proporcionar apoyo al/la estudiante en lo referente a proveer información y autorización para actividades propias del programa.
3. Asignar a un representante que labore en la empresa/institución como responsable directo del/la estudiante practicante.
4. 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).
5. 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).
6. Autorizar que se supervise la práctica profesional por parte de los docentes supervisores.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


M.A. Luis Pedroza

Coordinador EPS de Licenciatura
Cel. 42178224 / 55028866





Guatemala, 11 de marzo de 2024
REF.CECEGD/035A/2024

M.A. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos
USAC

Estimado Maestro Pedroza:

Respondiendo al requerimiento de apoyo a los estudiantes del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la comunicación de la Universidad de San Carlos, es grato informarle que hemos aceptado a **Jaquelinne Beatriz Juárez Sánchez** con número de carné 201503333 para que pueda desarrollarse como practicante en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.

Valoramos poder contar con este tipo de apoyo dentro de CECEG y será un gusto colaborar en el cumplimiento de [este](#) requisito contemplado dentro del pensum de estudios de la señorita Jaquelinne Beatriz Juárez Sánchez.

Agradezco mucho su atención.
Saludos cordiales,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Juan Pablo González de León
Director
CECEG
directorceceg@dig.usac.gt



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



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



Guatemala 28 de octubre 2024

Estudiante de EPS de Licenciatura
Jaqueline Beatriz Juárez Sánchez
Registro académico: 201503333
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico de forma digital titulado “**DIAGNÓSTICO, PLAN ESTRATÉGICO Y EJECUCIÓN DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN EL CENTRO DE ESTUDIOS DE LAS CULTURAS EN GUATEMALA, DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**”, y luego de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, es aprobado 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 (5) 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, una copia para su trámite de colegiado y el resto a la coordinación de EPS de Licenciatura para posteriormente ser entregados a Biblioteca Central, 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 EPSL

M.A. Marvin Samuel Sarmientos Y.
Docente Supervisor



Dedicatoria a:

- **Dedico a Dios:**

Porque sin Ti no habría sobrevivido a tantos trabajos de última hora ni a las crisis existenciales a las 3 de la mañana. Gracias por ser mi GPS en este largo camino cuando me sentí perdida entre el trabajo, clases, exámenes y noches sin dormir. Tu guía y amor han sido fundamentales para que llegue hasta aquí (¡y sobreviviera al café en exceso!).

- **A mis padres:**

Por siempre ser mi motor, mi apoyo incondicional y mis "psicólogos" a toda hora. Gracias por recordarme siempre que "Yo podía, con esfuerzo, cumplir mis sueños" (aunque creo que hubiera sido mejor con menos desvelos). Sin su amor, consejos y regaños, este informe no estaría hoy en mis manos. ¡Lo logramos juntos!

- **A mis amigos:**

Los cómplices de desastres y victorias, mis fieles compañeros de risas, memes y consejeros. En especial a Jeremías Baquin y Gabriela Perdomo, por escuchar mis constantes quejas y por estar ahí, incluso cuando sentía que ya no podría más, fueron el café que despertaba mis ganas de llegar al final. ¡Gracias totales!

- **A mi abuelo Carmen:**

Que desde el cielo estuvo presente, siendo mi inspiración y mi gran motor, recordándome constantemente que "Un Sánchez nunca se rinde". Este logro también es tuyo, y sé que siempre me acompañaras.

- **A mi novio:**

A ti, mi amor, porque sobreviviste a esta etapa en mi vida con paciencia, te mereces una medalla, por recordarme que está bien tomarme un respiro. Gracias por ser mi ancla y ayudarme a poner los pies en la tierra sin dejar de ver el cielo, prometo no hablar de tareas por un buen tiempo.



Agradecimientos a:

A la gloriosa **Universidad de San Carlos de Guatemala**, nuestra alma mater que ha sido un pilar fundamental en mi educación tanto académica como personal. Gracias a su misión de servir a la sociedad guatemalteca, he podido crecer como profesional y también como ciudadana comprometida con mi país.

A la **Escuela de Ciencias de la Comunicación**, por brindarnos un espacio de aprendizaje autodidacto, enriquecedor y creativo. Gracias por que, al abrirme las puertas de la escuela, abrieron un mundo donde la comunicación es la clave para poder generar cambios y así mismo construir puentes. Su labor ha sido crucial para que hoy pueda desarrollar las habilidades que poseo.

Al gran equipo de **Docentes y profesionales**, que conforman el **Programa de Ejercicio Profesional Supervisado (EPS)**, infinitas gracias por su paciencia, dedicación y guía constante durante este proceso. Su compromiso con nuestra formación y su disposición para siempre apoyarnos han sido determinantes para alcanzar este triunfo.

También quiero agradecer al **Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad San Carlos de Guatemala**, por abrirme sus puertas y permitirme poner en práctica los conocimientos y habilidades aprendidas en mi tiempo como estudiante. Gracias por ser una fuente invaluable de recursos y conocimientos que me permitieron comprender mejor las diversas realidades culturales de nuestro país.

A todos ustedes, gracias por su apoyo, enseñanza y por creer en el potencial de cada uno de nosotros.



Índice de contenido

Índice de figuras	I
Índice de tablas	II
Introducción	III
Justificación	IV
Antecedentes	VI
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	6
1.6 Departamento o dependencia de la institución	6
1.7 Organigrama de la empresa	9
1.8 Misión	10
1.9 Visión	11
1.10 Objetivos institucionales	11
1.11 Público objetivo	11
1.12 Diagnóstico	11
1.12.1 Pregunta de investigación	12
1.12.2 Objetivo general	12



1.13 Metodología	12
1.13.1 Descripción del método	14
1.13.2 Técnica e instrumento de recolección	14
1.13.3 Entrevista	14
1.13.4 Encuesta	14
14 F.O.D.A.	32
1.15 Problemas detectados	33
1.16 Planteamiento del problema comunicacional	33
1.17 Indicadores de éxito	33
1.18 Límites y alcances de la investigación	33
1.18.1 Límites	33
1.18.2 Alcances	34
1.19 Cronograma	34
1.20 Proyecto a desarrollar	35
Capítulo 2	36
Plan estratégico de comunicación	36
Plan de comunicación	36
2.2 Elementos comunicacionales	36
2.3 Objetivos del plan de comunicación	39
2.3.1 Objetivo General	39
2.3.2 Objetivos Específicos	39
2.4 Estrategia	39



2.5 Actividades o acciones de la estrategia	40
2.6 Público objetivo	41
2.7 Mensaje clave	41
2.8 Indicadores de las acciones	41
2.9 Recurso humano	45
2.10 Financiamiento y presupuesto	47
2.11 Beneficiario	48
2.12 Área geográfica de acción	48
2.13 Cuadro operativo de la estrategia	49
2.14 Cronograma del Plan de comunicación (calendario editorial)	50
Calendario de Publicaciones para Redes Sociales (15 días)	51
Capítulo 3	54
Ejecución del plan de comunicación	54
3. Informe de ejecución	54
3.2 Creación de contenido para redes sociales	55
3.3 Fortalecer el nivel de pertenencia de los colaboradores	56
3.4 Cronograma general	57
Ejecución del plan de comunicación	54
3. Informe de ejecución	54
3.2 Creación de contenido para redes sociales	55
3.3 Fortalecer el nivel de pertenencia de los colaboradores	56



Conclusiones	60
Recomendaciones	61
Referencias Bibliográficas	62
Anexos	63



Índice de contenido

Figura 1: Ubicación geográfica	2
Figura 2: Organigrama	10
Figura 3: ¿Con qué genero te identificas?	15
Figura 4: ¿En cuál rango de edad te encuentras?	16
Figura 5: ¿Cómo calificaría la efectividad de la comunicación interna en su institución?	17
Figura 6: ¿Con qué frecuencia recibe información relevante para su trabajo a través de los canales de comunicación interna?	18
Figura 7: ¿Qué tan claro y comprensible encuentra la información que recibe internamente? ...	19
Figura 8: ¿Qué canales de comunicación interna son los más utilizados en su institución? (Seleccione todos los que apliquen)	20
Figura 9: ¿Con qué frecuencia tiene reuniones de equipo o departamentales para discutir temas importantes?	21
Figura 10: ¿Siente que tiene oportunidades suficientes para dar su opinión o sugerencias sobre temas laborales?	22
Figura 11: ¿Qué tan accesibles son los directivos y supervisores para discutir problemas o preocupaciones?	23
Figura 12: ¿Ha recibido alguna formación o capacitación sobre las herramientas de comunicación interna disponibles en la institución?	24
Figura 13: ¿Cómo calificaría la efectividad de la comunicación externa de su institución hacia el público y otras organizaciones?	25
Figura 14: ¿Cuáles redes sociales conoces de tu institución?	26
Figura 15: ¿Qué canales de comunicación externa son los más utilizados por su institución? (Seleccione todos los que apliquen)	27



Figura 16: ¿Cree que la información que se comunica externamente refleja de manera precisa la misión y valores de la institución? 28

Figura 17: ¿Qué tan bien informado se siente sobre las iniciativas y campañas de comunicación externa de su institución? 29

Figura 18: ¿Ha participado alguna vez en la creación o implementación de estrategias de comunicación externa en su institución? 30

Figura 19: ¿Cómo percibes la imagen pública de tu institución según la comunicación externa? 31

Figura 20 Elementos de la comunicación 37

Figura 21: Mapa de ubicación del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad San Carlos de Guatemala 48



Índice de Tablas

Tabla 1: F.O.D.A.	32
Tabla 2 Elementos comunicacionales	38
Tabla 3 Estrategia No. 1.....	40
Tabla 4 Estrategia No. 2.....	40
Tabla 5 Estrategia No. 3.....	40
Tabla 6 Indicadores de las acciones a corto plazo	42
Tabla 7 Indicadores de las acciones a mediano plazo	42
Tabla 8 Indicadores de las acciones a largo plazo	43
Tabla 9 Recurso humano	45
Tabla 10: Financiamiento y presupuesto	47
Tabla 11 Cuadro operativo de la estrategia	49
Tabla 12 Calendario editorial	50
Tabla 13 Calendario de publicaciones para redes sociales.....	51
Tabla 14 Calendario de actividades de enero a abril	58
Tabla 15 Calendario de actividades de junio a agosto	59



Introducción

En el ejercicio profesional supervisado, EPS, de la licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala, se solicita que todos los estudiantes que lleven el ejercicio profesional supervisado presenten un proyecto que contenga una estrategia de comunicación interna o externa, dependiendo de la necesidad que encuentren en la institución donde se llevara a cabo dicho ejercicio.

Este diagnóstico de comunicación se realizó con base en una observación y en una serie de visitas, en ellas se visualizó la comunicación que hay en la institución donde se ejecutó este trabajo; este es el primero paso que corresponde al plan de estudios del EPS, para cumplir la implementación del diagnóstico comunicacional, mismo que es la base para así realizar la propuesta de estrategia de comunicación y la ejecución del plan estratégico de comunicación de la institución.

Se ha recopilado información que contiene relación con temas de comunicación, buscando así actualizar los conocimientos de tipo científico para el desarrollo de los proyectos de investigación que pueden estar previstos en el transcurso de este EPS.

En el contexto actual, la comunicación externa es fundamental para cualquier institución que busca promover su misión, valores y logros. Para el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala, dedicada a la investigación y preservación de las culturas en Guatemala, es crucial que su valiosa labor y sus descubrimientos lleguen a una audiencia más amplia. El plan de comunicación externa enfocado en redes sociales y la página web no solo facilitará la difusión de la información, sino que también fortalecerá la conexión con la comunidad y promoverá la educación cultural.



Justificación

Como parte del Ejercicio profesional supervisado debe ser realizado un proyecto de comunicación que se encuentre muy bien detallado sobre cómo está constituida la institución, ya que será de utilidad al momento de ser implementado en la empresa, institución u organización donde sean efectuadas las prácticas supervisadas para así optar al título de licenciada en ciencias de la comunicación.

La comunicación externa es la herramienta por excelencia para promocionar la institución e interactuar con el público en general, por lo que se gestiona este diagnóstico de manera que permita conocer las faltas que se están dando en esta institución para así generar acciones efectivas para solucionar y a su vez fortalecer la comunicación externa y mejorar el posicionamiento del centro de estudios de las culturas en Guatemala de la universidad san Carlos de Guatemala.

Según el sitio <https://ilifebelt.com/> En Guatemala hay más de 10.9 millones de usuarios en Internet. Desde estos, 8.7 millones poseen al menos una red social, lo que equivale al 48.4% de la población guatemalteca total. De los usuarios de redes sociales en Guatemala, el 48.9% son mujeres y el 51.1% son hombres, Facebook cuenta con 7.95 millones de usuarios, Youtube cuenta con 7.64 millones de usuarios e Instagram cuenta con 2.85 millones de usuarios, de estos usuarios la mayoría utilizan dispositivos con sistema operativo Android.

Siendo este el contexto se demuestra la importancia que tienen en esta era digital la presencia en plataformas y medios digitales, tomándolo como una herramienta esencial para que empresas, instituciones u organizaciones construyan y mantengan su marca. Actualmente la mayoría de las empresas prefieren realizar pautas en redes sociales y no pagar por publicidad convencional, ya que este tipo de pautas es medible de manera más eficaz e inmediata.

La implementación de un plan de comunicación externa enfocado en redes sociales y página web es esencial para el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. Este enfoque permitirá difundir de manera efectiva sus descubrimientos, fomentar el compromiso comunitario, y promover la riqueza cultural del país. A través de este plan, la institución no solo ampliará su



alcance y visibilidad, sino que también reforzará su papel en la preservación y promoción de la identidad cultural de Guatemala. El trabajo de Ejercicio Profesional Supervisado, por tanto, ofrece una solución integral para abordar estos objetivos y asegurar el éxito continuo de la institución en su misión cultural.



Antecedentes

Para realizar el trabajo de diagnóstico de comunicación externa en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala (CECEG) de la Universidad San Carlos de Guatemala (USAC), se hizo una investigación previa para conocer si había algún trabajo previo relacionado a la comunicación externa y se detectó que se han realizado publicaciones de manera orgánica en algunas plataformas.

En julio 2019 a raíz de la sesión celebrada por el Honorable Consejo Superior Universitario y el Director del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala (CECEG) de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) el arquitecto Miguel Ángel Chacón, se realizó el cambio de nombre y con ello también una reestructuración del logotipo, así como la elaboración de una línea gráfica que se utiliza actualmente, esta línea grafica fue creada por una diseñadora de la Dirección General de Investigación (DIGI).

En el año 2021 el Ing. Agrónomo Mario Antonio Godínez López, director del Centro de Estudios de las Cultura en Guatemala (CECEG) de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), brindó la oportunidad para que efectuaran su Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) a seis estudiantes de la carrera de pedagogía y Administración Educativa de la Facultad de Humanidades de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), dichos estudiantes fijaron su enfoque en la remodelación del archivo histórico y contando con el apoyo económico del Banco de los Trabajadores.

Ese mismo año el Ing. Agrónomo Godínez, director del Centro, solicitó por medio de un oficio al director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación autorizará que un estudiante de comunicación efectuará su práctica de Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), lamentablemente el estudiante designado no pudo continuar sus prácticas por motivos de salud.



Capítulo 1

Diagnóstico de comunicación

1.1 La institución

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

1.2 Perfil institucional

Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala (CECEG) de la Universidad San Carlos de Guatemala (USAC). Es una dependencia de la Dirección General de Investigación (DIGI), institución especializada única en Centro América, creada para la investigación de la cultura popular guatemalteca. Se encarga de promover, dirigir, organizar, coordinar, ejecutar y evaluar la actividad investigativa de la cultura popular tradicional y cultura popular guatemalteca. El centro cuenta con dieciséis personas que laboran para la institución y actualmente todas trabajan de manera presencial.

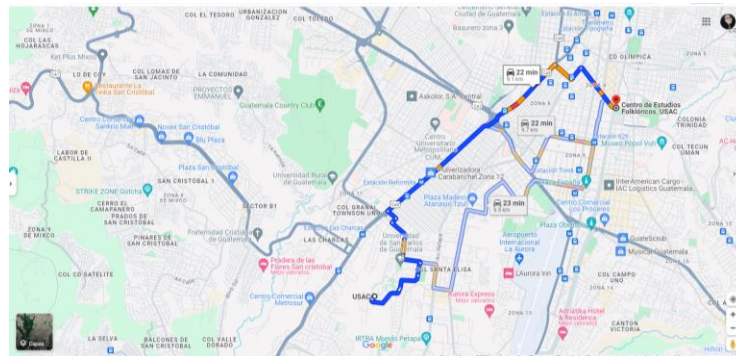
1.3 Ubicación geográfica

El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad San Carlos de Guatemala está ubicado en Avenida Reforma 0-09 zona 10, en la manzana del Jardín Botánico, frente a la rotonda, tiene un horario de 7:30 a 15:30 horas. Teléfonos 23319171 y 23609352.



Figura 1.

Mapa de ubicación del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad San Carlos de Guatemala



Fuente: Google Maps, 04 de abril 2024

1.4 Origen e historia

El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad San Carlos de Guatemala - CECEG- Cuya nueva denominación se aprobó por el Honorable Consejo Superior Universitario en el “punto SEGUNDO, Inciso 2.1 Subinciso 2.1.1 del Acta No- 18-2019 de sesión ordinaria celebrada el día 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, para el que fue nombrado director Janos de szezcy y, en su primer Boletín de Información, publicó una nota titulada “Museo de arte popular”

En 1958 se reunió un grupo de intelectuales interesados en la cultura tradicional, entre ellos Carlos Navarrete, Carlos Caal Champney, Luis Luján Muñoz, Héctor Sánchez Latour y Roberto Díaz Castillo. Así surgió la Asociación de Amigos del Arte Popular, calcada en su homóloga chilena, que creó Tomás Lago. Sus miembros acordaron editar una publicación periódica, 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.

Siendo Rector de la Universidad de San Carlos de Guatemala, el licenciado Edmundo Vásquez Martínez 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, según Acta Número 961, escogiéndose un sol análogo al de los platos de loza mayólica de la Antigua Guatemala como emblema del Centro.

Con base en los estatutos, el Centro contó con las siguientes publicaciones: Colección Monografías, Colección Problemas y Documentos y la Revista Tradiciones de Guatemala, más adelante apareció el boletín La Tradición Popular.

A propuesta del Centro de Estudios Folklóricos, la Facultad de Humanidades de la Universidad San Carlos de Guatemala creó un curso denominado introducción al estudio del folklore, que fue impartido tanto en esa unidad académica como en la Escuela de Verano dependiente de aquella, Además, se impartieron cursillos de museografía y se apoyó al desarrollo de los museos en Guatemala, se efectuó un diagnóstico de los mismos y se propuso la creación de un Museo de la Cocina Guatemalteca y otros Artes y Artesanías del Centro de Estudios de Folklore.

El 28 de noviembre de 1968, el Centro de Estudios Folklóricos inauguró el Museo de Artes y Artesanías Populares, que quedó instalado en la cocina del antiguo Colegio Mayor de Santo Tomás de Aquino, en La Antigua Guatemala, que fue destruido por el terremoto de 1976. Ese año, se publicó el número 1 de la Revista Tradiciones de Guatemala. Además, entre 1970 y 1973 se impartió una serie de conferencias sobre temas de folklore.

El Centro fue reorganizado en noviembre de 1973. En 1974, para dar cumplimiento a las disposiciones que aprobó el Consejo Superior Universitario, el Centro fue dotado de presupuesto y, el 4 de abril, asumió la Dirección Roberto Díaz Castillo, a quién se nombró también investigador principal. A partir de 1975 el Centro empezó a cumplir con rigurosidad un programa anual orientado fundamentalmente a la investigación y difusión de la cultura tradicional de Guatemala, cuando se incorporaron como investigadores Luis Luján Muñoz y Celso Arnoldo Lara Figueroa,



de sus estudios postgrados en folklore, antropología y música en la Universidad Central de Venezuela.

El área de Cultura Popular Tradicional y Cultural Popular Guatemalteca aplicada a la Educación fue Creada en 1976 con el propósito de que el Centro proyectara su trabajo en el campo pedagógico. En 1977 nació el área de Etnomusicología, gracias a la gestión de su director en esa época, quien logró que el Consejo Superior Universitario aprobara un programa dedicado al conocimiento de la música de tradición oral en Guatemala. A pesar de que en sus inicios el programa tenía un carácter temporal, pronto pasó a ser una actividad permanente y, desde entonces, se ha dedicado a la recopilación *in situ* del fenómeno oral en el país.

El área de Etnomusicología se fundó en 1977 a cargo de Manuel Juárez Toledo, especializado en esa disciplina. Como era injustificable la falta de investigaciones en este campo, el Centro de Estudios Folklóricos acudió al Consejo Superior Universitario y consiguió de este alto organismo universitario la aprobación de un programa dedicado al conocimiento de la música tradicional guatemalteca. Este programa tuvo, en un principio, carácter temporal y, después, se convirtió en permanente. Ejerció su dirección el profesor Toledo hasta su muerte, acaecida en 1980. Después, a solicitud del licenciado Celso Lara Figueroa, ocupó la coordinación del área el licenciado Alfonso Arrivillaga Cortés, quien lo coordina hasta el presente, con la asistencia del investigador Dr. Matthias Walter M. Stöckli Rubli.

En 1981 se creó el área de Medicina Popular Tradicional, que estuvo a cargo de la licenciada Elba Marina Villatoro, por iniciativa del licenciado Celso Lara Figueroa, que fungía como director en ese tiempo, con el fin de dar a conocer al sector involucrado en los servicios de salud los aspectos relevantes de la cultura médica popular de los diferentes pueblos que habitan Guatemala. En el año 2002 dicha área dejó de funcionar, al asumir el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social esas funciones en sus programas de salud.

El área de Musicología surgió en 1983, como una sección del área de Etnomusicología, para estudiar, analizar, recopilar, preservar y difundir la música erudita y popular guatemalteca. En el año 2001, como producto del taller para elaborar el “Plan de Fortalecimiento y Desarrollo del Centro de Estudios Folklóricos” pasó a constituirse en un área más del Centro.



En 1985 se creó el área de Coreología Popular y Tradicional, bajo la Dirección del licenciado Celso Lara, quedando como investigador Carlos García Escobar. En noviembre de ese año, García asumió como encargado de dicha área.

En 2001, como parte del Plan de Innovación del Proyecto de Fortalecimiento del Sistema de Investigación de la Universidad de San Carlos, se efectuó un taller para crear el “Plan de Fortalecimiento y Desarrollo del Centro de Estudios Folklóricos” y, como producto de necesidades de investigación surgidas de ese taller, se crearon; según Acuerdo de Dirección del CEFOL, con fecha de 25 de enero de 2002, refrendado por Acuerdo de la Dirección General de Investigación, el 10 de febrero de 2002; las áreas de Religiosidad Tradicional y Popular y la de Etnografía Histórica.

Actualmente el Centro cuenta con las áreas de investigación: Artes y Artesanías Populares, Oralidad y Literatura Tradicional, Cultural Popular Tradicional y Cultura Popular Guatemalteca Aplicada a la Educación, Etnomusicología, Musicología, Coreología Tradicional y Popular, Etnografía Histórica y Religiosidad Tradicional y Popular. Como apoyo a la investigación, el Centro cuenta con un centro de documentación donde se archivan todos los trabajos de investigación y se cuenta con colecciones de libros especializados para consulta de investigadores y público que lo solicite.

La Sección de Medios Audiovisuales cuenta con una colección de fotografías y diapositivas de artesanías, bailes y demás hechos folklóricos captados desde la fundación del Centro, así como colecciones del siglo XIX y principios del siglo XX. También cuenta con equipo para proyección de diapositivas, tanto analógicas como digitales, un laboratorio para fotografía en blanco y negro, cámaras, grabadoras y otros equipos para efectuar trabajos de investigación.

El área de Oralidad y Literatura Tradicional cuenta con colecciones grabadas de cuentos, leyendas, dichos y otros fenómenos de la cultura tradicional guatemalteca. Las áreas de Etnomusicología y Musicología cuentan con colecciones de grabaciones de música y partituras guatemaltecas de los siglos XVIII y XIX, así como de música tradicional popular de las diferentes regiones socio folklóricas de Guatemala. También poseen instrumentos musicales tradicionales y estudio de



grabación y laboratorio para grabar y analizar las composiciones musicales y programas de cómputo especializados para la composición y análisis de la música.

El Centro cuenta también con colecciones de máscaras y piezas artesanales de la cultura popular tradicional guatemalteca, las que sirven para exposiciones. Actualmente, se atiende a grupos de estudiantes de todos los niveles, profesionales nacionales y extranjeros que solicitan asesoría sobre la cultura tradicional guatemalteca y se imparten conferencias en las unidades académicas de la USAC, universidades, colegios, escuelas e institutos de segunda enseñanza que lo solicitan.

Actualmente el Centro de Estudios Folklóricos de la USAC divulga sus investigaciones y las de investigadores invitados de alta calificación académica en las publicaciones periódicas; la Revista Tradiciones de Guatemala y el Boletín La Tradición Popular, además, el Centro cuenta con las series de publicaciones extraordinarias: Problemas y Documentos, Colección Breve y Monografías. También se realizan publicaciones no periódicas con centros de la Universidad y otras instituciones. (CECEG)

1.5 Integración y alianzas estratégicas

El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad San Carlos de Guatemala cuenta con el respaldo de las autoridades de la Universidad San Carlos de Guatemala (USAC), también con el respaldo directo de la Dirección General de Investigación (DIGI), así mismo reciben apoyo por parte de TV USAC y Radio Universitaria de San Carlos de Guatemala, realiza y da a conocer a la población en general, en algunas ocasiones ha recibido apoyo económico del Banco de Desarrollo Rural.

1.6 Departamento o dependencia de la institución

El Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de Guatemala, no cuenta con departamento de comunicación, este hallazgo se realizó en el año 2022 por un estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala. La Dirección General, cuenta con un grupo de 16 personas, quienes conforman los departamentos, sus funciones y atribuciones según el boletín especial “Plan



de Fortalecimiento y Desarrollo del Centro de Estudios Folklóricos” (2001) de Cefol-Digi, los cuales se detallan a continuación:

- a) Dirección: Quién tiene entre sus funciones: Presidir el Consejo Académico de Investigación; ser enlace entre investigadores y Consejo Académico de Investigación; velar por el desarrollo de las políticas y líneas 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 anteproyectos de presupuesto anual del CECEG al Consejo Académico de Investigación.
- b) Apoyo Secretarial: Entre las funciones de este departamento esta ejecutar las actividades de manejo administrativo las cuales están reguladas por le Manual de puestos de la Universidad San Carlos de Guatemala.
- c) 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.
- d) 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.
- e) 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.



- f) Área de Oralidad y Literatura Tradicional: entre sus funciones esta elaborar, ejecutar, coordinar proyectos de investigación de su línea en particular; investigación 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.
- g) 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, medicina y gastronomía tradicionales, así como microhistoria, danzas y etnografía histórica.
- h) 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 el estudio de sus instrumentos musicales, organología, acústica y tímbrica.
- i) Área de Musicología: entre sus funciones esta elaborar, ejecutar, coordinar proyectos de investigación de su línea en particular.
- j) 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 en Guatemala, ante el peligro de su inminente desaparición; investigar, rescatar y socializar los fenómenos del campo danzario de Guatemala, con el fin de generar conciencia de la riqueza coreológica y coreográfica del país.
- k) Área de Etnografía Histórica: entre sus funciones esta elaborar, ejecutar, coordinar proyectos de investigación de su línea en particular.
- l) Área de Religiosidad Tradicional y Popular: entre sus funciones esta elaborar, ejecutar, coordinar proyectos de investigación de su línea en particular; investigar, recatar 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.

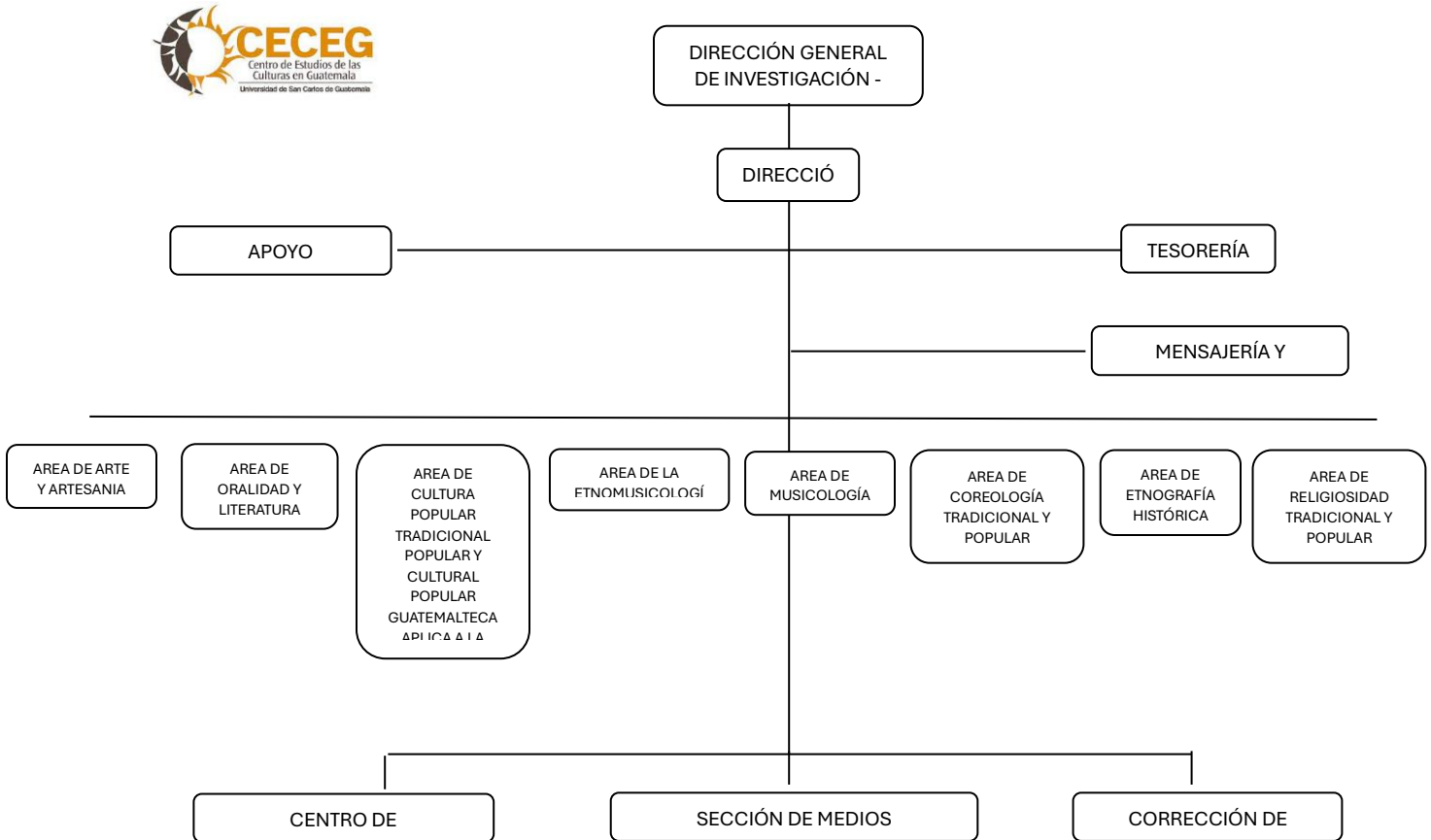
- m) Centro de Documentación: sus funciones están reguladas por el Manual de puestos de la Universidad San Carlos de Guatemala.
- n) Sección de Medios Audiovisuales: sus funciones están reguladas por el Manual de puestos de la Universidad San Carlos de Guatemala.

1.7 Organigrama de la empresa

El organigrama que se detalla en la siguiente figura es el mismo organigrama que se tenía estructurado de CEFOL; sin embargo, se trabajó en un nuevo organigrama que cuenta con la actualización del nombre de CECEG, este se encuentra en transición de aprobación, se deja como recomendación de mejora para la comunicación en distintos canales de la institución.



Figura 2.
Organigrama de la institución



Fuente: Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala

1.8 Misión

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



1.9 Visión

Ser el referente de investigación y liderazgo con 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. (CECEG)



1.10 Objetivos institucionales

Los objetivos del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala son los siguientes:

- a) Conocer la cultura Folklórica de Guatemala en sus aspectos materiales e inmateriales y la realidad social que le da origen, con el propósito de rescatar aquellos patrones que expresen con autenticidad el saber tradicional.
- b) Conservar y proteger la cultura tradicional de Guatemala.
- c) Difundir la cultura popular tradicional de Guatemala. (CECEG)

1.11 Público objetivo:

Estudiantes y público en general que requieran publicaciones del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala en virtud que pueden encontrar una diversidad de publicaciones, el Centro no cuenta, en realidad, con un público objetivo específico, ya que su grupo objetivo es bastante diverso. En la estrategia comunicacional desean atraer público más joven.

1.12 Diagnóstico

Según la licenciada Daniela Bruno “El diagnóstico es un ejercicio de diferenciación de los elementos de una determinada situación. Permite identificar los principales problemas, descubrir sus causas a fondo y ofrecer caminos de acción para ir resolviéndolos” (s.f).

En palabras más generales, el diagnóstico es una radiografía de la empresa o institución, nos permite conocer el terreno a investigar y así tener un punto de partida para tomar la ruta que nos llevará a resolver el problema, es muy importante conocer desde la raíz la situación para dar un diagnóstico correcto y certero.



El diagnóstico de comunicación externa que se realizó en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad San Carlos de Guatemala se realizó de manera híbrida, se hizo una visita al Centro y se detectó que cuentan con necesidades de comunicación externa.

1.12.1 Pregunta de investigación

¿Cuáles son los elementos de comunicación que utiliza actualmente el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad San Carlos de Guatemala?

1.12.2 Objetivo General

- a) Examinar la comunicación que actualmente utiliza la institución para comunicar sus hallazgos de investigación y actividades.

1.12.3 Objetivos específicos

- a) Describir los elementos de comunicación que emplean en el Centro de Estudios de las Culturas de Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- b) Identificar los canales que sirven para la comunicación de la institución.
- c) Analizar cómo la institución transmite sus hallazgos y eventos al público de la Universidad San Carlos de Guatemala y público en general.

1.13 Metodología

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), la investigación “es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno” (p. 4).

Para explicar la metodología que se utilizó, se tomará de referencia al autor Carlos Monje en su guía didáctica “Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa” en la cual se detallan los siguientes puntos:

La investigación es un proceso dinámico que implica diferentes niveles de complejidad en los cuales se obtienen conocimientos acordes con la finalidad con que se haya planteado la investigación. El proceso de conocimiento científico implica observar, describir, explicar y predecir.



[...] Todo problema de investigación se aborda en primera instancia por la observación. Observar implica identificar las características y elementos del objeto de conocimiento. “Lejos de ser un acontecimiento pasivo, la observación no resulta sólo de la mera impresión, a través de nuestros sentidos, se señalen provenientes del mundo exterior y ante las cuales no cabe sino registrarlas, sino que observar sucesos o relaciones entre sucesos, implica aceptar un esquema de referencia al interior del cual lo que observamos adquiere sentido para nosotros y en cuyo contexto las cosas y sucesos adquieren un nombre y a través de él, ingresan a un esquema conceptual”

La segunda etapa es la descripción, permite reunir los resultados de la observación en una exposición relacionada de los rasgos del fenómeno que se estudia de acuerdo con criterios que le den coherencia y orden a la presentación de datos. La descripción lleva al investigador a presentar los hechos y eventos que caracterizan la realidad observada tal como ocurren, preparando con esto las condiciones necesarias para la explicación de estos.

[...] La tercera etapa corresponde a la explicación. Explicar implica establecer relaciones entre rasgos de un objeto, situación, acontecimiento, para lo cual es necesario utilizar la información proporcionada por la descripción y las observaciones que se ha efectuado para determinar dichos rasgos. La explicación representa pues un paso más allá de la descripción en tanto procura establecer los factores que intervienen en la generación de un fenómeno bajo estudio.

[...] La última fase del conocimiento científico consiste en la predicción de la ocurrencia de un determinado fenómeno [...] La predicción equivale a aquello que el investigador espera que ocurra a partir de las acciones que defina de acuerdo con la explicación que encuentre en su objeto de conocimiento por la predicción y la observación.

[...] Cuando se va a resolver un problema de forma científica, es muy conveniente tener un conocimiento detallada de los posibles tipos de investigación que se puede seguir.

Tradicionalmente se presentan tres tipos de investigación: histórica que describe lo que era, descriptiva explica lo que es y experimental que describe lo que será. (2011, pp, 96-98).



La investigación histórica, busca reconstruir el pasado, de manera objetiva, con base en evidencias documentales confiables, depende de fuentes primarias y de fuentes secundarias, somete los datos a crítica interna y externa.

La investigación descriptiva, como su nombre lo indica describe características de un conjunto de sujetos o área de interés, se interesa en describir, no en explicar.

La investigación experimental, es aquella que permite con más seguridad establecer relaciones de causa y efecto, usa grupo experimental y de control, el investigador manipula el factor supuestamente casual, usa procedimiento al azar para la selección y asignación de sujetos y tratamiento, es artificial y restrictivo. (2011, p. 108).

1.13.1 Descripción del método

El diagnóstico comunicacional efectuado en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad de San Carlos de Guatemala fue realizado con una metodología descriptiva documental, y con un enfoque cuantitativo, la cual fue por medio de la observación descriptiva, no participativa, en la cual se identificó cómo el personal realiza la comunicación de los eventos y hallazgos desde las plataformas que tienen a su alcance de manera orgánica.

1.13.2 Técnica e instrumento de recolección

1.13.2.1 Observación no participativa

La observación no participativa se realizó de manera presencial en el Centro, el instrumento que se utilizó fue la guía de observación, la cual se adjunta en anexos.

1.13.2.2 Encuesta

La encuesta consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. (Sampieri et. Al, 2003), Para esta investigación se utiliza la técnica de encuesta, la cual fue dirigida a los colaboradores del Centro de estudios de las Culturas en Guatemala (CECEG).

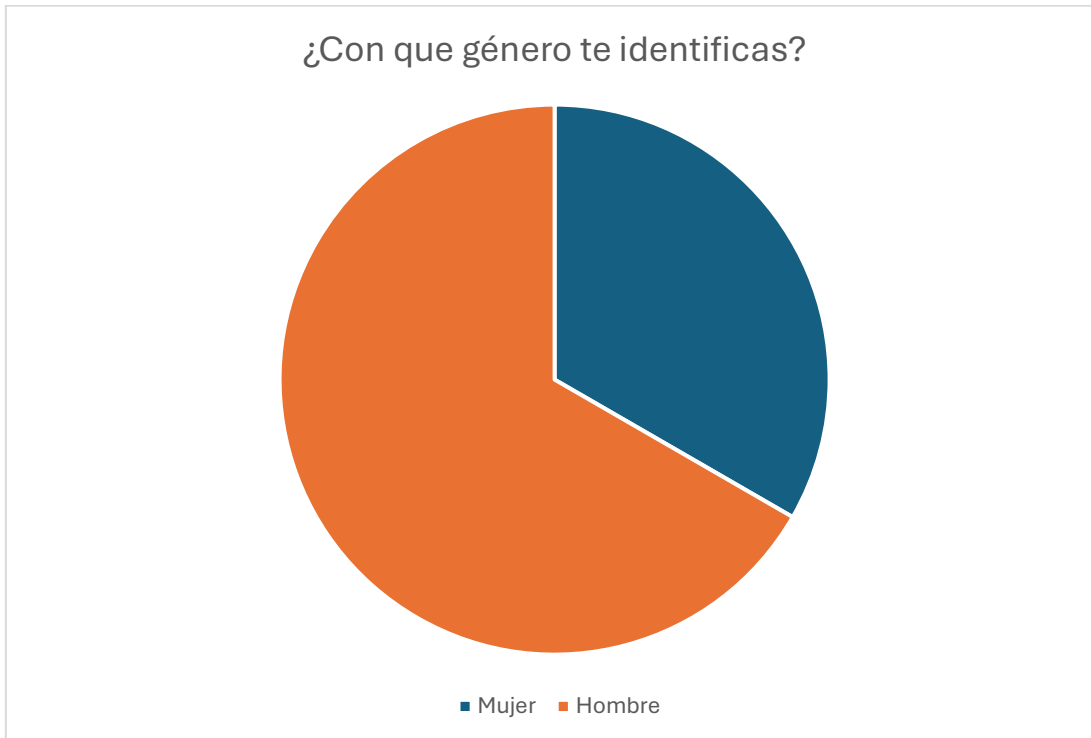
El cuestionario fue elaborado en Google forms. Se utilizó una guía de preguntas para conocer la percepción de los colaboradores sobre la comunicación que existe en el Centro.



1.13.3 Interpretación de resultados

Figura 3

1. ¿Con que genero te identificas?



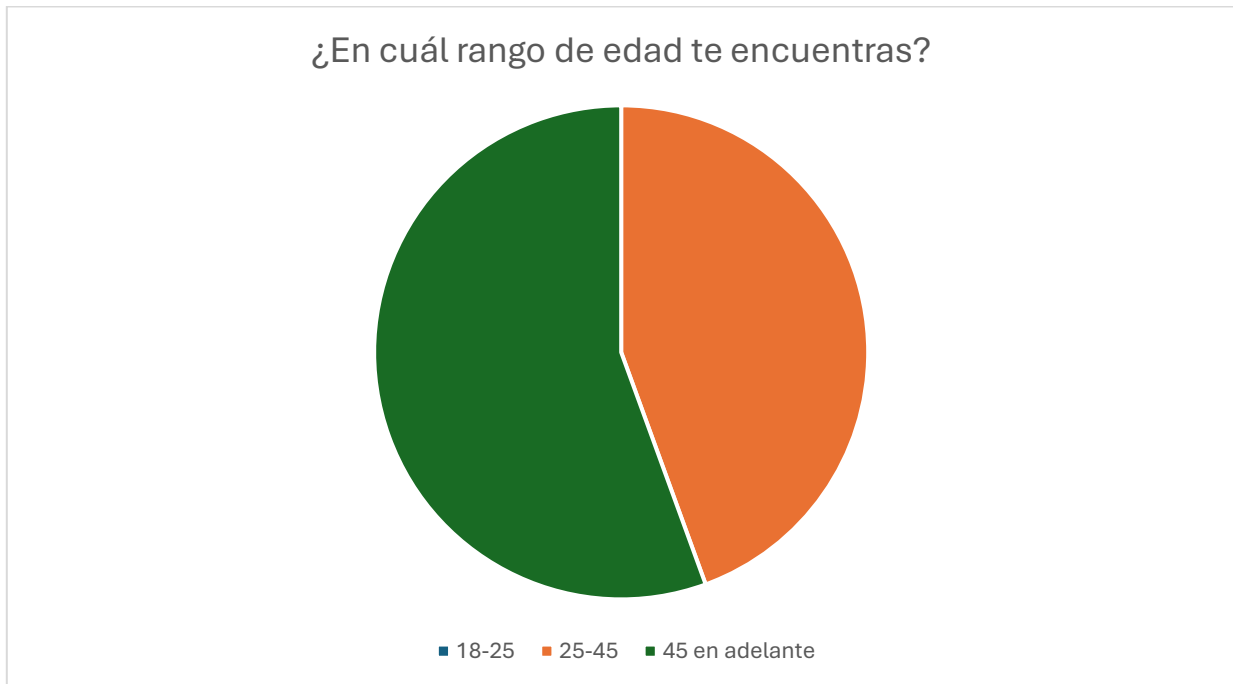
Fuente: Autoría propia

Se encuestaron a 9 de los 16 colaboradores del Centro, se evidenció que el 67% de los colaboradores son mujeres, siendo equivalente a 6 mujeres y el 33% restante pertenecen al género masculino, siendo estos 3 hombres.



Figura 4

2. ¿En cuál rango de edad te encuentras?



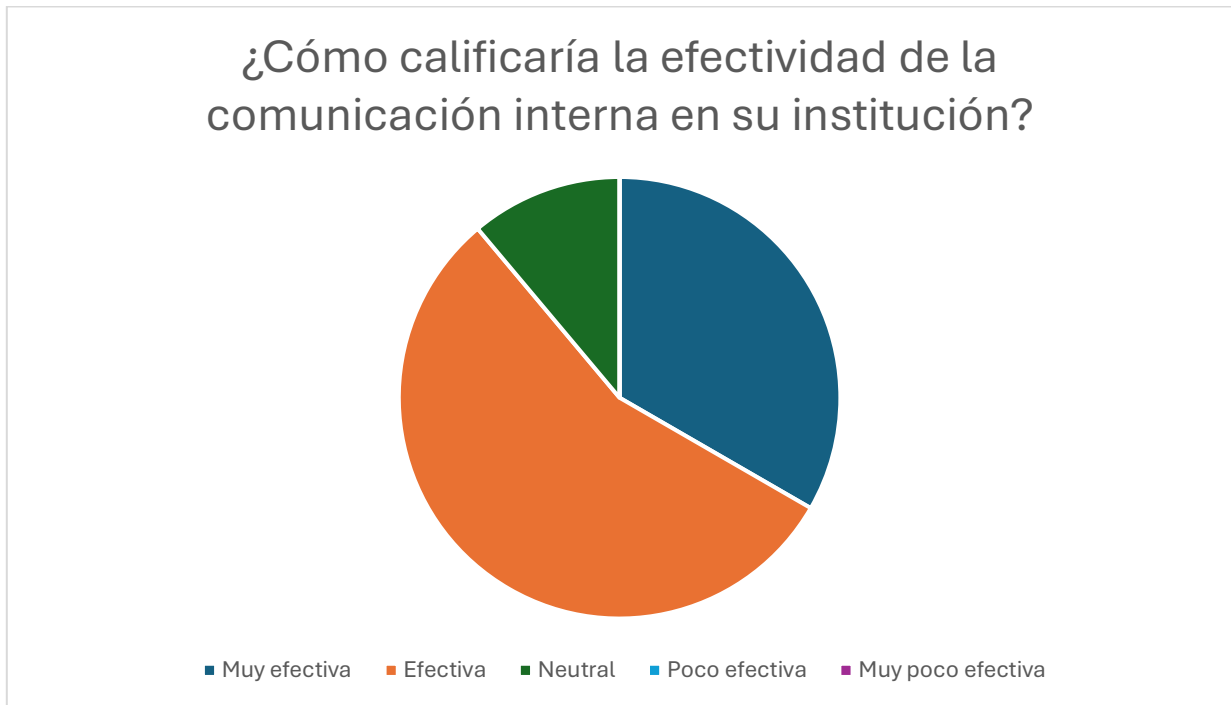
Fuente: Autoría propia

Se encuestaron a 9 de los 16 colaboradores del Centro, se evidenció que el 56% de los colaboradores se encuentran entre las edades de 25 a 45 años, siendo equivalente a 5 personas y el 44% restante pertenecen al rango de edades de 45 en adelante, siendo estos 4 de los colaboradores.



Figura 5

3. ¿Cómo calificaría la efectividad de la comunicación interna en su institución?



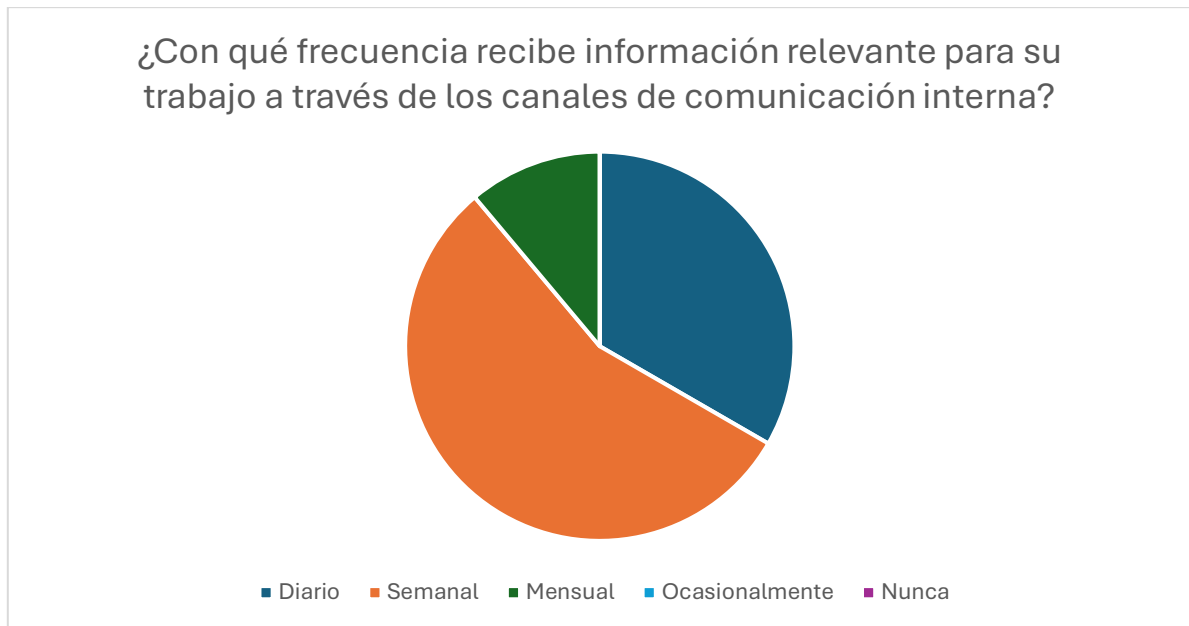
Fuente: Autoría propia

Según los datos recolectados el 56% de los colaboradores creen que la comunicación es efectiva, equivalente a 5 personas, el 33% creen que la comunicación es muy bien, esto equivale a 3 personas y el 11% opinan de manera neutral, el cual equivale a 1 persona.



Figura 6

4. ¿Con qué frecuencia recibe información relevante para su trabajo a través de los canales de comunicación interna?



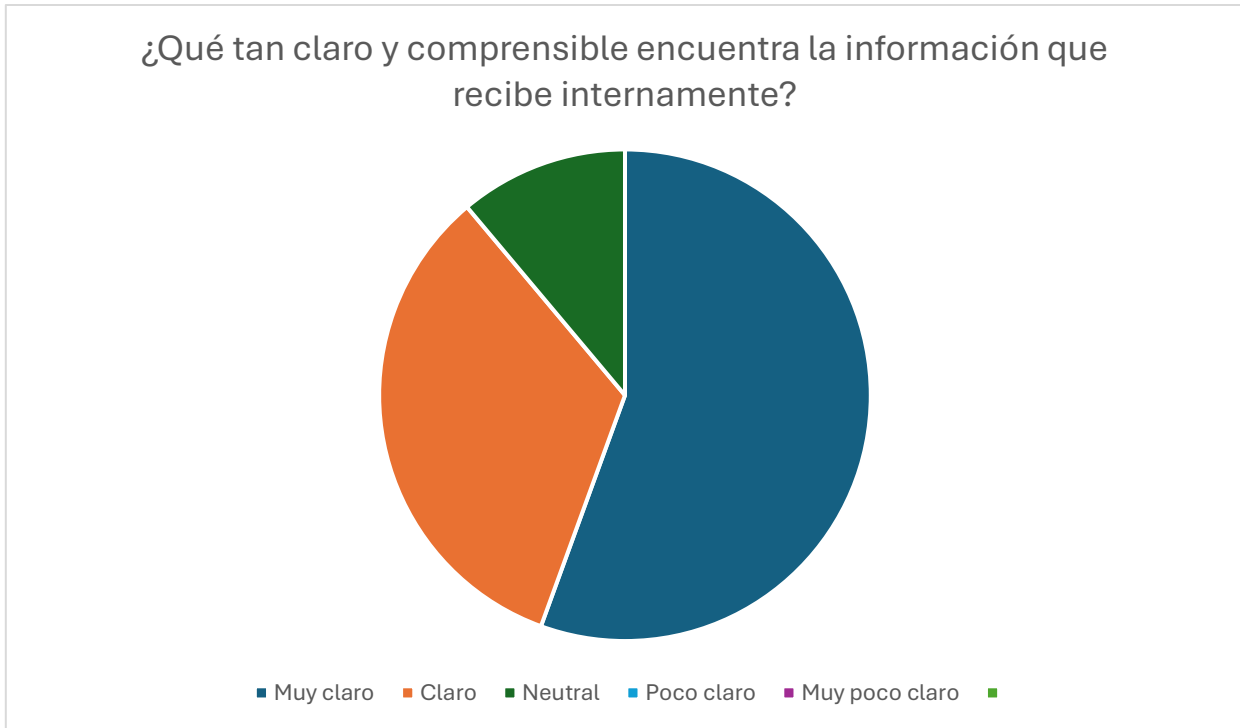
Fuente: Autoría propia

Según los datos recolectados el 56% de los colaboradores reciben semanalmente la información a través de los canales correctos, equivalente a 5 personas, el 33% reciben de manera diaria la información relevante en los canales correctos, esto equivale a 3 personas y el 11% están recibiendo mensualmente la información relevante en los canales correctos.



Figura 7

5. ¿Qué tan claro y comprensible encuentra la información que recibe internamente?



Fuente: Autoría propia

Según los datos recolectados el 56% de los colaboradores opinan que la información que reciben es muy clara y comprensible, equivalente a 5 personas, el 33% creen que la información que reciben es clara y comprensible, esto equivale a 3 personas y el 11% opinan que la información que reciben es neutral.



Figura 8

6. ¿Qué canales de comunicación interna son los más utilizados en su institución?
(Seleccione todos los que apliquen)



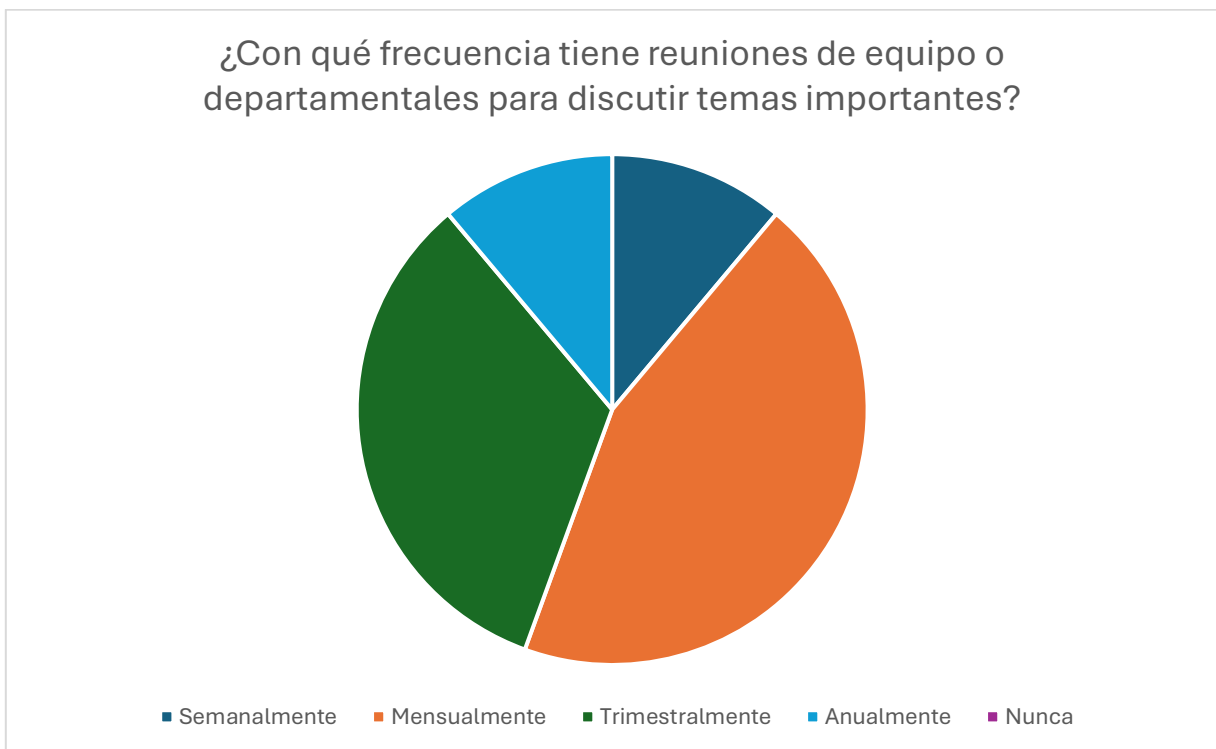
Fuente: Autoría propia

Según los datos recolectados el 78% de los colaboradores utilizan para la comunicación interna aplicaciones de mensajería como DM, WhatsApp, Slack, siendo estas 7 personas, mientras que solo el 22% indican que utilizan medios más formales como el correo electrónico



Figura 9

7. ¿Con qué frecuencia tiene reuniones de equipo o departamentales para discutir temas importantes?



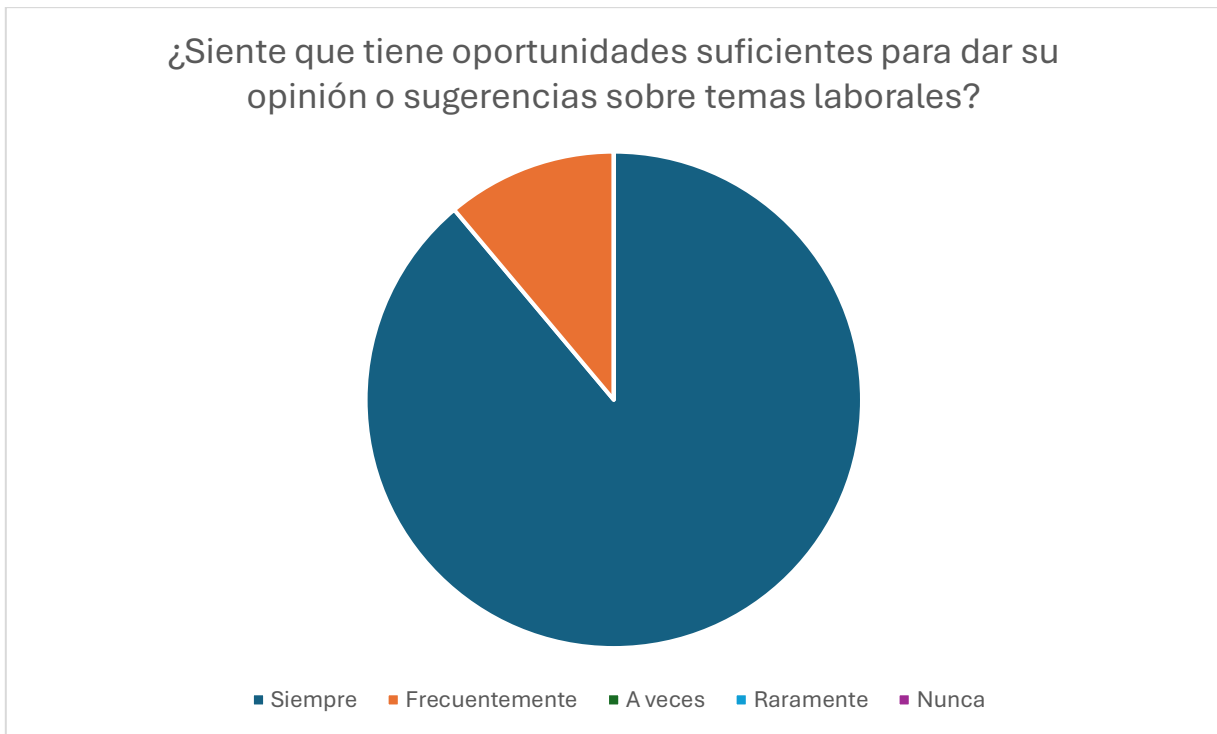
Fuente: Autoría propia

Según los datos recolectados el 44% de los colaboradores tienen reuniones mensuales para discutir temas importantes, siendo un total de 4 personas, mientras que un 33% de los encuestados indican que tienen reuniones trimestrales para discutir temas importantes, para ser un total de 3 personas, un 11% indica que solo tienen reuniones anuales, siendo 1 persona, mientras que un 11% indica que nunca ha tenido reuniones para discutir temas importantes, siendo 1 persona.



Figura 10

8. ¿Siente que tiene oportunidades suficientes para dar su opinión o sugerencias sobre temas laborales?



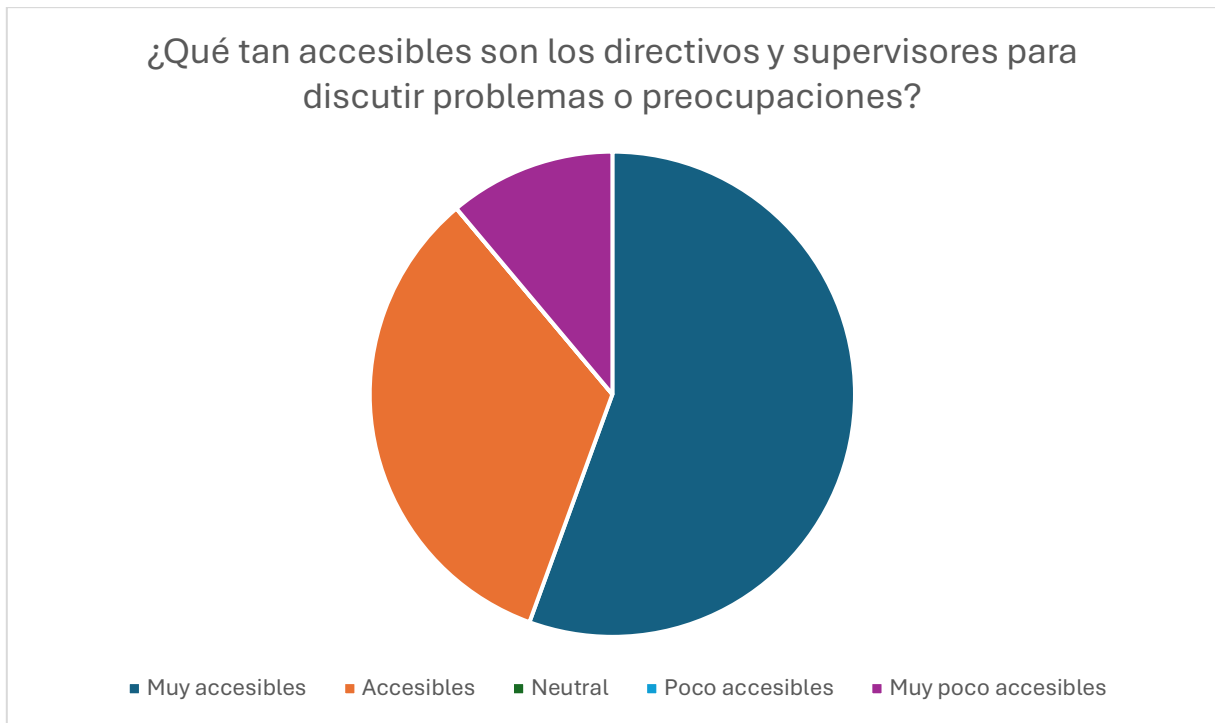
Fuente: Autoría propia

Según los datos recolectados el 89% de los colaboradores siempre pueden dar su opinión o sugerencia sobre temas laborales, siendo el total de 8 personas, mientras que el 11% sienten que pueden hacerlo frecuentemente, siendo un total de 1 persona.



Figura 11

9. ¿Qué tan accesibles son los directivos y supervisores para discutir problemas o preocupaciones?



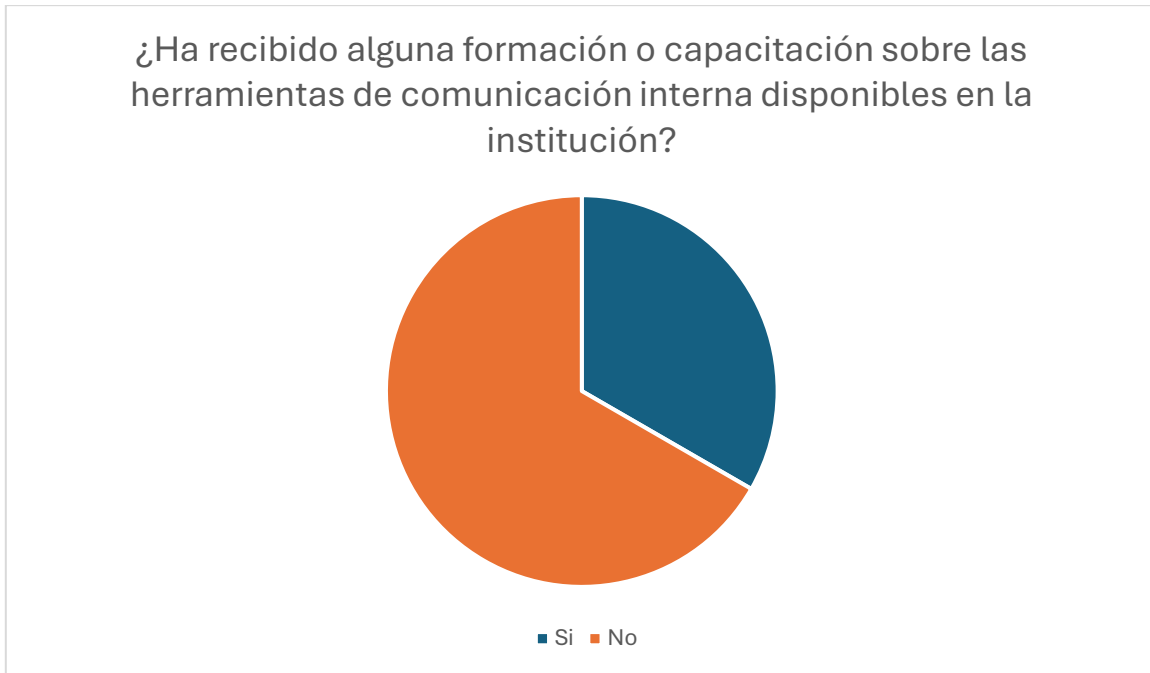
Fuente: Autoría propia

Según los datos recolectados el 56% de los colaboradores perciben que sus superiores son muy accesibles, equivalente a 5 personas, el 33% creen que sus superiores son accesibles, esto equivale a 3 personas y el 11% perciben que son muy poco accesibles.



Figura 12

10. ¿Ha recibido alguna formación o capacitación sobre las herramientas de comunicación interna disponibles en la institución?



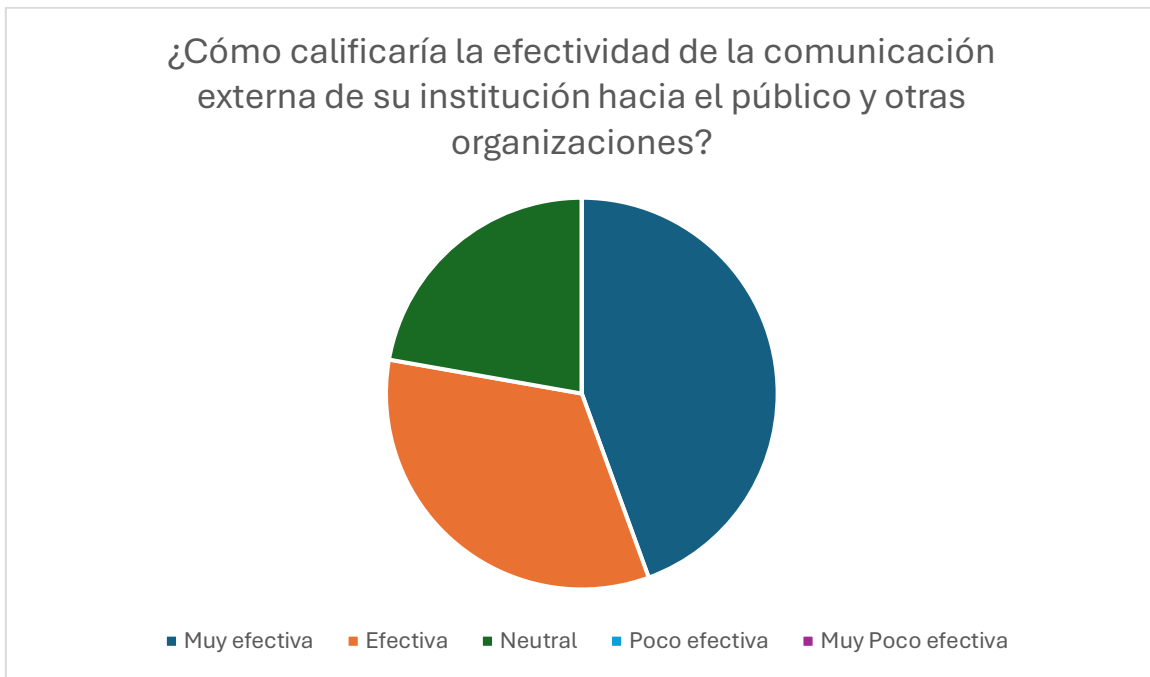
Fuente: Autoría propia

Según los datos recolectados el 67% de los colaboradores No han recibido ninguna formación o capacitación sobre las herramientas que tienen de comunicación, por lo que son 6 personas las que no han recibido capacitación, mientras que el 33% indican que, si lo han recibido, siendo así 3 personas que confirmar haber tenido una capacitación sobre las herramientas que utilizan.



Figura 13

11. ¿Cómo calificaría la efectividad de la comunicación externa de su institución hacia el público y otras organizaciones?



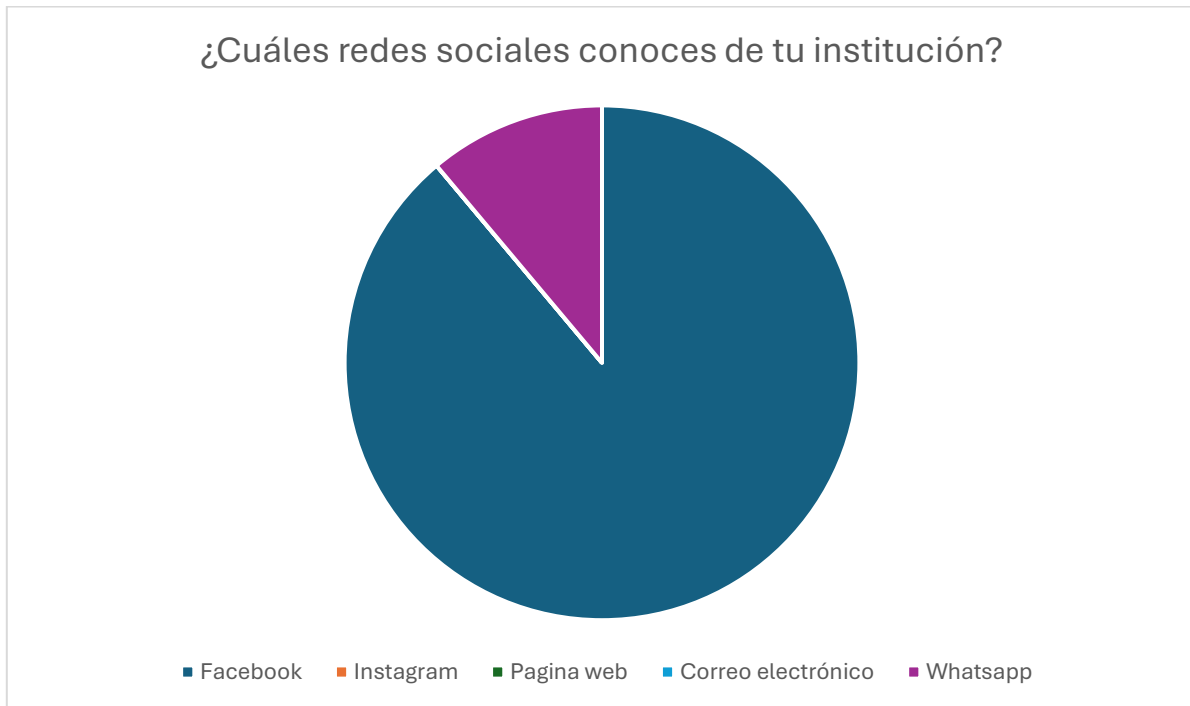
Fuente: Autoría propia

Según los datos recolectados el 44% de los colaboradores califican como muy efectiva la comunicación de su institución, siendo así 4 personas que lo cree, el 33% consideran que la comunicación de su institución es efectiva, por lo que 3 personas creen que lo es, mientras que el 22% cree que es neutral la comunicación, que no es ni buena ni mala, siendo así 2 personas que lo creen.



Figura 14

12. ¿Cuáles redes sociales conoces de tu institución?



Fuente: Autoría propia

Según los datos recolectados 88% de los colaboradores indican que el canal por el que la institución transmite la información es por medio de Facebook, siendo así un total de 8 personas, mientras que el 11% (1 persona) cree que la forma en que comunican esta información es por medio de WhatsApp.



Figura 15

13. ¿Qué canales de comunicación externa son los más utilizados por su institución?
(Seleccione todos los que apliquen)



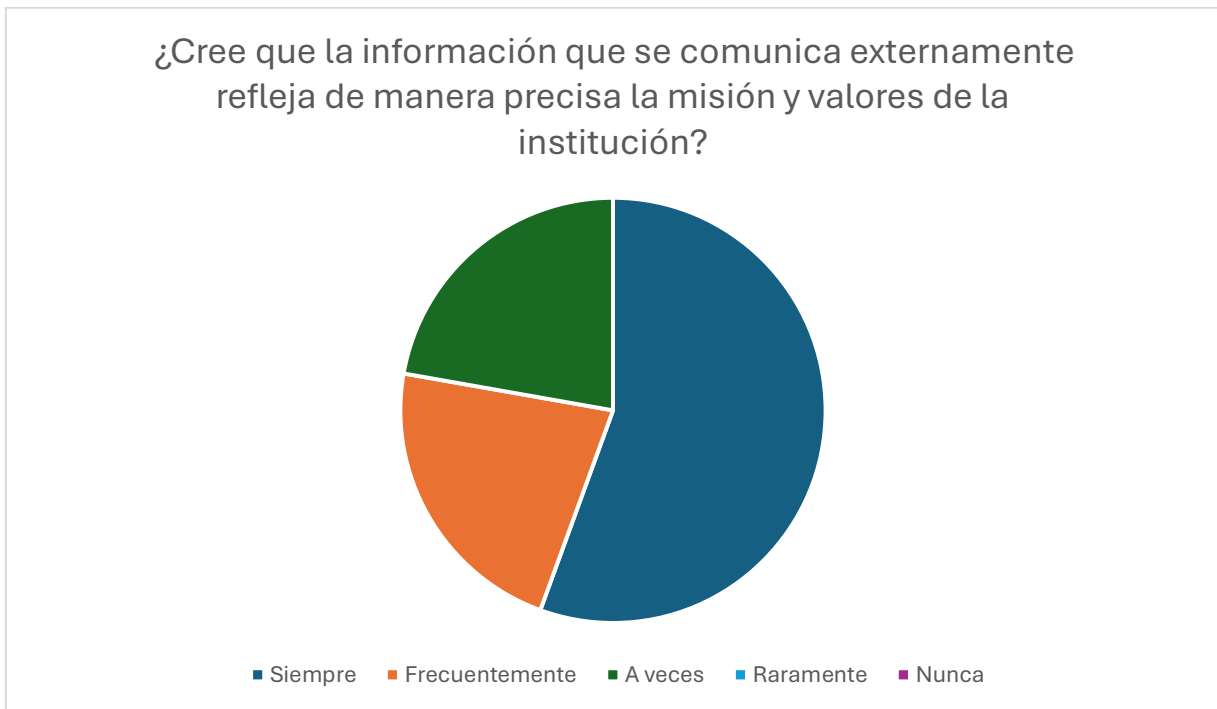
Fuente: Autoría propia

Según los datos recolectados el 44% (4 personas) de los colaboradores creen que el canal más utilizado por la institución son las redes sociales, mientras que 3% (3 personas) creen que el medio que más utiliza la institución es la página web, el 11% (1 persona) cree que son los medios de comunicación como prensa, televisión, Etc., y el otro 11% (1 persona) cree que son los boletines informativos.



Figura 16

14. ¿Cree que la información que se comunica externamente refleja de manera precisa la misión y valores de la institución?



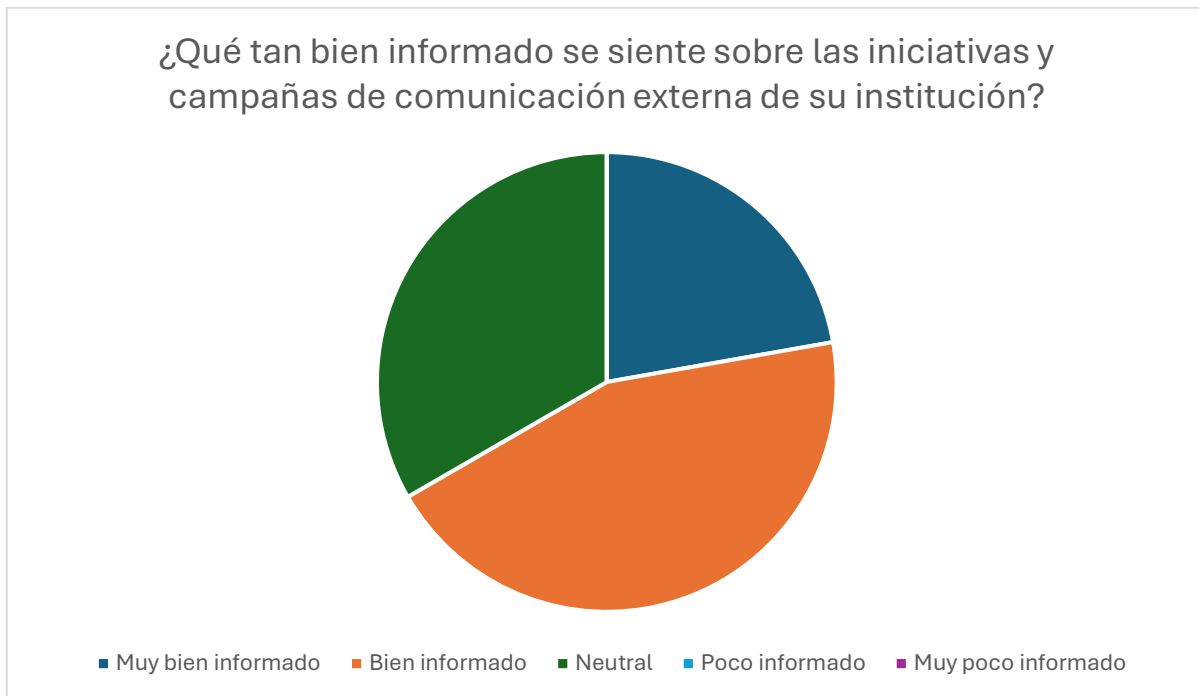
Fuente: Autoría propia

Según los datos recolectados el 56% (5 personas) comentan que la información si refleja la misión y valores de la institución, el 22% (2 personas) creen que frecuentemente refleja la visión y misión, mientras que el otro 22% (2 personas) creen que a veces se ve reflejada la visión y misión en la información que se comunica.



Figura 17

15. ¿Qué tan bien informado se siente sobre las iniciativas y campañas de comunicación externa de su institución?



Fuente: Autoría propia

Según los datos recolectados el 44% (4 personas) se sienten bien informadas sobre las iniciativas y campañas de comunicación externa de su institución, el 22% se siente muy bien informado de estas campañas e iniciativas, mientras que el 33% no se sienten ni bien ni mal informados sobre las iniciativas y campañas de comunicación externa de su institución.



Figura 18

16. ¿Ha participado alguna vez en la creación o implementación de estrategias de comunicación externa en su institución?



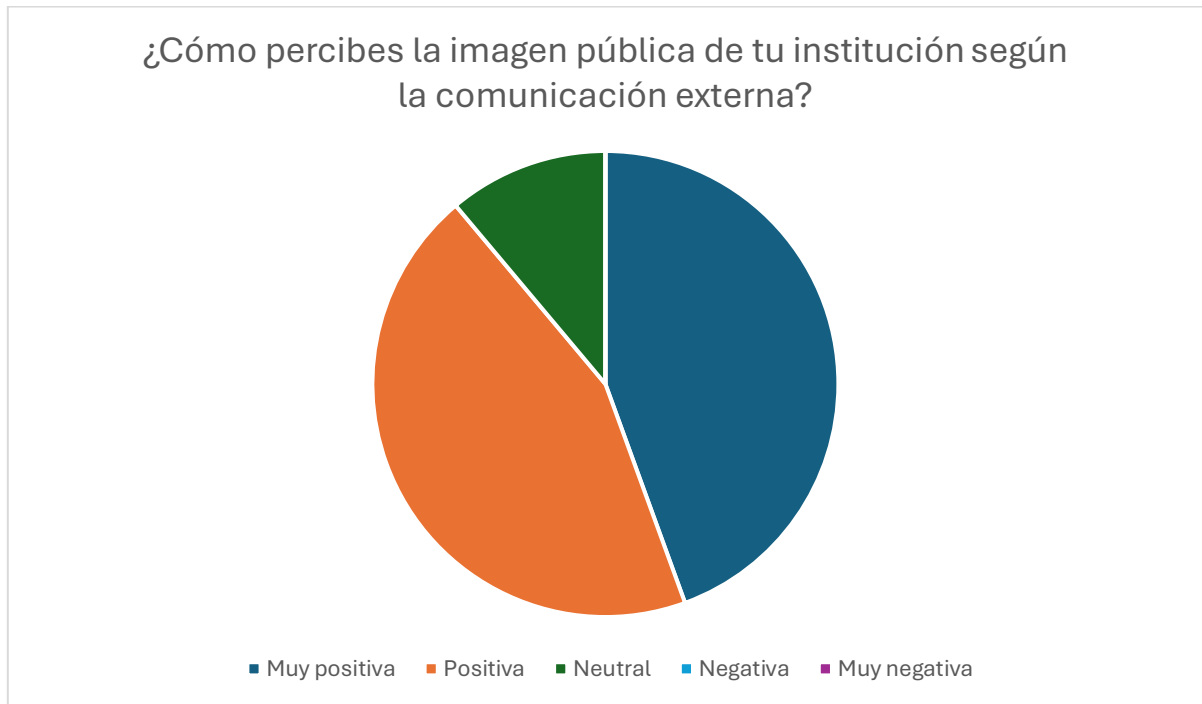
Fuente: Autoría propia

Según los datos recolectados el 67% (6 personas) Han participado alguna vez en la creación o implementación de alguna estrategia de comunicación externa para la institución, mientras que el 33% (3 personas) nunca han participado de dicha creación o implementación.



Figura 19

17. ¿Cómo percibes la imagen pública de tu institución según la comunicación externa?



Fuente: Autoría propia

Según los datos recolectados el 44% (4 personas) Perciben que la imagen de la institución es muy positiva, el 44% (4 personas) perciben que es positiva, mientras que el 11% (1 persona) no la percibe ni bien ni negativa la imagen de la institución.



1.14 FODA

Tabla 1 FODA

<p>FORTALEZA</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Trayectoria de más de 50 años b) Entidad pública, servicio a la sociedad. c) Liderazgo por parte de Dirección. d) Equipo fuerte de investigadores. e) Interés por parte de la población en la búsqueda del centro 	<p>DEBILIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> a) No cuentan con una persona encargada del área de comunicación b) No cuentan con slogan. c) No tienen grupo objetivo definido.
<p>OPORTUNIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Es referente de diversa información y temas sobre la cultura en Guatemala b) Aprovechar el apoyo de TV y Radio USAC c) Aprovechar el uso del jardín botánico. 	<p>AMENZA</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Presupuesto limitado, casi nulo para el área de comunicación. b) Poca interacción en redes sociales. c) Casi nada de comunicación formal dentro de la institución.

Fuente: Autoría propia

1.15 Problemas detectados

- a) No cuentan con un público objetivo.
- b) No cuentan con una persona encargada de la comunicación externa.
- c) No han actualizado sus hallazgos en la página web.
- d) No tiene la historia de sus directores en la web.



- e) Su dirección no se encuentra en las redes sociales de manera visible.
- f) No se tiene un plan estratégico para la comunicación.
- g) No cuentan con una programación para publicaciones en redes sociales.

1.16 Planteamiento del problema

Con base en el estudio de diagnóstico y en los problemas detectados, se establece que la institución carece principalmente de un plan estratégico de comunicación interno que estandarice los procedimientos a su vez esto repercute en la carencia de programación para publicación en sus redes sociales.

1.17 Indicadores de éxito

El director del Centro de las Culturas en Guatemala brindo apoyo con información y acceso a sus redes sociales y página web. Ofrece apoyo por parte del diseñador para este proyecto y un espacio de trabajo para el desarrollo del proyecto.

1.18 Límites y alcances de la investigación

1.18.1 Límites

El presente estudio tiene como base a los colaboradores de la institución.

Tiempo de estudio que se rige según cronograma de actividades del Ejercicio Profesional Supervisado.

1.18.2 Alcances

La investigación se centra en el Centro de las Culturas en Guatemala ubicado en Avenida Reforma 0-09 zona 10, en la manzana del Jardín Botánico, frente a la rotonda y abarcará el estudio de comunicación interna.



1.19 Cronograma

Se realiza este cronograma del 23 de enero del 2024 cuándo el propedéutico dio inicio, hasta el 09 de abril, fecha que se entrega la fase de diagnóstico.

Listado de tareas realizadas	MESES													
	Ene				Feb				Mar				Abr	
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	
22-26 enero S3 -Curso propedéutico del diagnóstico														
29 enero – 2 de febrero S4 Reunión para presentar propuesta enfocada en comunicación.														
5 febrero – 09 febrero S1 Solicitud de carta de prácticas para enviarla a la institución														
14 febrero – 16 febrero S2 Entrega de la carta y envío de la misma a la institución														
19 febrero – 23 febrero S3 Recopilación de información														
26 febrero – 1 marzo S4 -Envío de carta de aceptación por parte de la institución -Contacto con el director de la institución														
04 marzo – 08 marzo S1 envían de guía de la fase de diagnóstico														
11 marzo – 15 marzo S2 -Entrevista con el director de la institución														



-Elaboración de fase diagnóstica													
18 marzo – 22 marzo S3 -Recopilación de información. -Elaboración de fase diagnóstica													
25 marzo – 29 marzo S4 -Elaboración de organigrama -Elaboración de FODA -Creación de encuesta sobre la información													
1 abril – 5 abril -Entrega de fase diagnóstica													

Fuente: Autoría propia

1.20 Proyecto a desarrollar

Plan estratégico de Comunicación para fortalecer la comunicación interna y externa del Centro de las Culturas en Guatemala.



Capítulo 2

2. Plan estratégico de comunicación

2.1 Plan de comunicación

Según Juan Monserrat-Gauchi (2014), Plan de comunicación “Es un instrumento de previsión de actuaciones para un tiempo determinado, que recoge las acciones de comunicación que debe desarrollar la empresa para conseguir unos objetivos previamente fijados” (p. 7).

El plan de comunicación es fundamental para saber a dónde se quiere llegar, que herramientas se van a utilizar para lograr el objetivo deseado, así como optimizar los esfuerzos y recursos para obtener los mejores resultados.

Una estrategia de comunicación tiene como fundamento mejorar la comunicación ya sea interna o externa de la institución, ésta se fortalece al poder aprovechar las relaciones con los colaboradores y el público objetivo deseado, así como optimizar los esfuerzos y recursos para obtener los mejores resultados.

En la elaboración del diagnóstico de comunicación para el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala se recolectó información importante en la que se detectaron debilidades y necesidades de comunicación interna, las cuales se tomarán para fortalecer la misma, para ello se tendrá que trabajar una estrategia de comunicación donde se promoverá la comunicación en mayor escala.

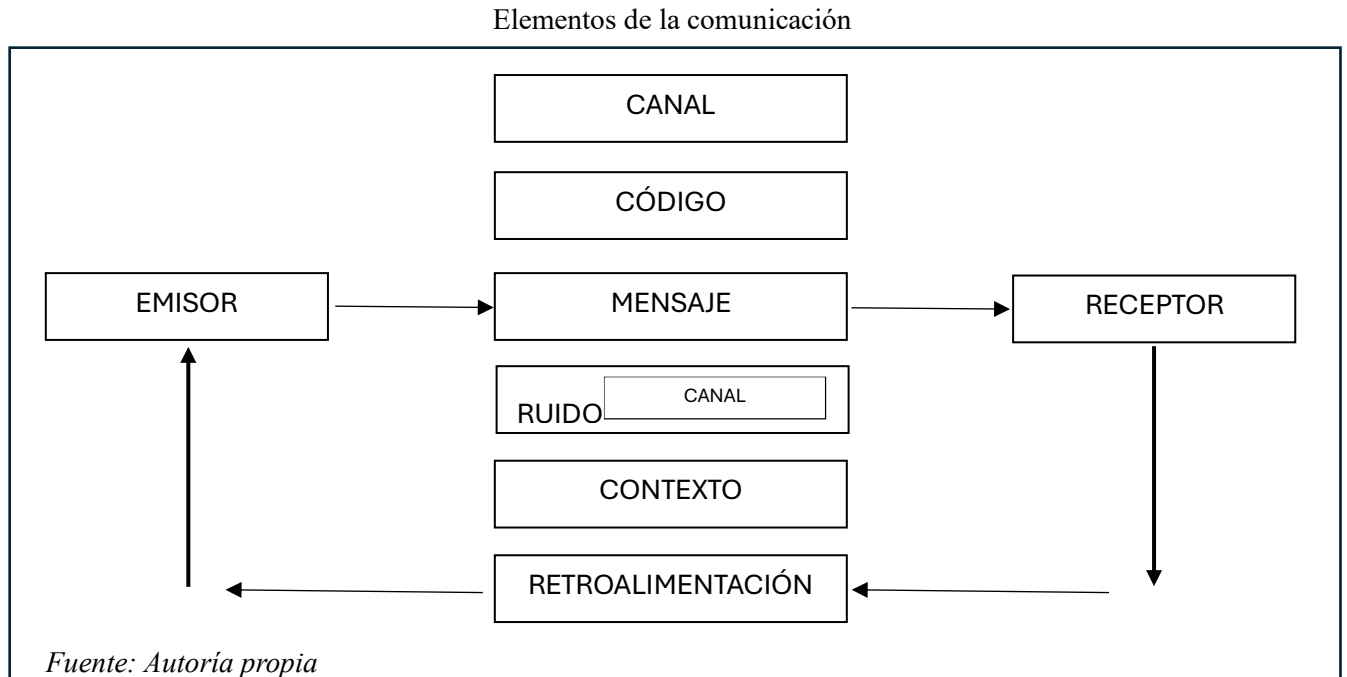
2.2 Elementos comunicacionales

La comunicación es un pilar fundamental para el ser humano, como también lo es para cualquier organización o institución, por lo que es de suma importancia poder trasladar la información idónea a nuestros clientes o público objetivo, sobre quiénes somos, que hacemos, a dónde vamos, también poder recibir retroalimentación, por lo que una buena comunicación es vital al momento de pensar y trazar una estrategia de comunicación y nos ayudará a mejorar el mensaje que queremos transmitir.



Los elementos de la comunicación son emisor, receptor, código, mensaje, canal, ruido, contexto y retroalimentación.

Figura 20.



Conocer el proceso de la comunicación es muy importante porque permite transmitir e intercambiar información entre los participantes, a través de un canal y un mensaje que esperan una respuesta de retroalimentación.

Los elementos encontrados en el diagnóstico de comunicación del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad San Carlos de Guatemala se comprenden de la siguiente manera:



Tabla No. 2
Elementos comunicacionales

Elementos de comunicación	Concepto	Elementos de comunicación CECEG
Emisor	Es quien emite el mensaje.	Dirección de CECEG.
Receptor	Es quien recibe el mensaje.	Interno: Colaboradores Externo: Público en general.
Mensaje	Es la información para transmitir.	Comunicación interna: actividades y directrices interna. Comunicación externa: interacción sobre actividades realizadas o a realizar.
Código	Es el conjunto de señales o signos que forman el mensaje, puede ser por lenguaje escrito, visual y auditivo.	Lenguaje escrito, a través del idioma español visual, a través de información y señales auditivo, a través de una llamada o con ambos lenguajes por medio de material audiovisual.
Canal	Es el medio por el cual se transfiere el mensaje.	Comunicación interna: documentos internos, correo electrónico institucional, WhatsApp y teléfono. Comunicación externa: página web, Facebook, Instagram, publicidad exterior, revista, boletines, apariciones en radio y TV de la universidad.
Ruido	Son interferencias en el proceso de comunicación.	No hay una persona que realice la comunicación de la institución.
Retroalimentación	La respuesta del receptor cuando ha recibido el mensaje.	Poca interacción en comunicación tanto interna como externa.

Fuente: Autoría propia



2.3 Objetivos del plan de comunicación

2.3.1 Objetivo General

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

2.3.2 Objetivos Específicos

- a) Creación de una guía de marca.
- b) Creación de contenido para redes sociales.
- c) Fortalecimiento del nivel de pertenencia de los colaboradores.

2.4 Estrategia

Para George Morrissey (1993) la estrategia es “La dirección en la que una empresa necesita avanzar para cumplir con su misión” (p. 119). Con esta definición, es posible entender a la estrategia como un proceso intuitivo, en el que se alcanza una meta a través de una planeación a largo plazo y la planeación táctica.

Por lo tanto, podemos decir que la estrategia es un conjunto de acciones que se proyectan y se ponen en marcha de forma ordenada para alcanzar los objetivos, también se puede decir que son acciones que al ser ejecutadas en conjunto lograrán los objetivos y que las debilidades o amenazas se vuelvan fortalezas y oportunidades.

La estrategia establecida para el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad San Carlos de Guatemala se centrará en la comunicación interna y externa por medio de las redes sociales enfocándose en distintas redes sociales y apoyándose en la página web para así incrementar la visibilidad de la marca de la institución, se creará una guía de marca y se realizarán artes para redes sociales y se fortalecerá el nivel de pertenencia de los colaboradores, la comunicación externa



se realizará a nivel nacional de manera orgánica, sin embargo, los artes serán creación de la estudiante del EPS. A continuación, se detalla la forma que se operará cada estrategia en función de los objetivos establecidos.

2.5 Actividades o acciones de la estrategia

Con base en el objetivo general, se plantean las siguientes estrategias comunicacionales:

Tabla 3
Estrategia No. 1

Objetivo General	Estrategia	Actividades o acciones
Fortalecer la comunicación interna y externa del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.	Creación de una guía de marca	a) Redacción b) Diagramación c) Difusión

Fuente: Autoría propia

Tabla 4
Estrategia No. 2

Objetivo General	Estrategia	Actividades o acciones
Fortalecer la comunicación interna y externa del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.	Creación de contenido para redes sociales	a) Diagramación de artes b) Difusión de artes c) Medición de resultados

Fuente: Autoría propia

Tabla 5
Estrategia No. 3

Objetivo General	Estrategia	Actividades o acciones
Fortalecer la comunicación interna y externa del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.	Fortalecimiento del nivel de pertenencia de los colaboradores	a) Alianza estratégica b) Grabación de podcast c) Creación de calendario para 15 días del mes de septiembre



		d) Capacitación sobre la creación y programación de contenido en redes sociales.
--	--	--

Fuente: Autoría propia

2.6 Público objetivo

En este caso el público objetivo primario son los colaboradores de la institución y el público objetivo secundario son todas las personas que se interesan en la información sobre las culturas en Guatemala, información que el centro maneja a la perfección y del cual es referente.

2.7 Mensaje clave

Son mensajes cortos, juveniles, potentes y directos, que resumen diferentes aspectos de la institución y que se utilizan en campañas de fidelización de la institución. Estos mensajes destacan la esencia de la institución, su origen, trayectoria, visión, misión, filosofía, valores que facilitan la difusión de lo que se necesita comunicar.

Algo que es sumamente importante de los mensajes es que deben ser fáciles de recordar, deben ser repetitivos y cortos para ser captados de manera fácil por el grupo objetivo establecido y así tenga éxito.

A continuación, algunos mensajes clave que se socializarán en las redes sociales y pagina web.

- a) ¿Sabías que tu historia comienza en Guatemala? Descubre tus raíces y culturas con nosotros.
- b) ¡Explora las culturas vivas de Guatemala y sorpréndete! Ven y conoce más en CECEG.
- c) Lleva siempre a Guatemala en tu corazón. ¡Conéctate con tus tradiciones y aprende más!
- d) Tu identidad es nuestra pasión. Investiguemos juntos el legado de Guatemala.
- e) ¡Descubre lo que te hace unico! Explora nuestra herencia cultural.
- f) Conoce más de tu cultura, es sentir más orgullo. ¡Únete a nuestra misión cultural!
- g) Juntos preservamos y celebramos la riqueza cultural de Guatemala. ¡Sé parte!
- h) ¡Conviértete en un explorador! Acompáñanos en esta aventura cultural.




2.8 Indicadores de las acciones

Los indicadores serán la forma con la que se medirá y evaluará la estrategia de comunicación, así mismo que instrumentos se utilizarán.

Tabla 6

Indicadores de las acciones a corto plazo

Estrategia 1	Actividades o acciones	Indicador de las acciones
Creación de una guía de marca	a) Redacción b) Diagramación c) Difusión	 <p>Se adjunta link de acceso al drive de la guía de marca https://drive.google.com/file/d/1yRQ8kgdmWAWFQVop5JKyDx00gQ2g5311/view?usp=drive_link</p>

Fuente: Autoría propia.

Tabla 7

Indicadores de las acciones a mediano plazo

Estrategia 1	Actividades o acciones	Indicador de las acciones
Creación de contenido para redes sociales	Diagramación de artes Difusión de artes Medición de resultados	



Fuente: Autoría propia

Tabla 8

Indicadores de las acciones a largo plazo

Estrategia 1	Actividades o acciones	Indicador de las acciones
Fortalecer la comunicación interna y externa del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.	<ul style="list-style-type: none"> a) Alianza estratégica b) Grabación de podcast c) Creación de calendario para 15 días del mes de septiembre d) Capacitación sobre la creación y programación de contenido en redes sociales. 	



CALENDARIO REDES SOCIALES CECEG

No.	ARTE	FECHA	COPY	MEDIO
1	Post agradecimiento	01/09/2024	En CECEG tenemos un mes dedicado a los estudios de nuestros investigadores. agradecemos el apoyo brindado de la Licenciada Xochitl Castro (si se puede etiquetar el perfil de ella excelente)	FB/IG
2	Post investigador del mes	02/09/2024	Descubre el proceso detrás de nuestras investigaciones culturales. Este mes te llevamos tras bambalinas para que veas cómo preservamos nuestra herencia con la licenciada Ericka Sagastume. (si se puede etiquetar el perfil de ella excelente) #InvestigaciónCultural #CulturaGT	FB/IG
3	Post 1	03/09/2024	Guatemala es un mosaico de culturas vivas. ¡Sumérgete en la diversidad cultural que nos define a todos los guatemaltecos #Guateviva #CulturaGT #CECEG	FB/IG
4	Carrusel 1	04/09/2024	Conoce las historias que cuentan las máscaras tradicionales. Descubre el significado detrás de las máscaras de Guatemala. #ArteIndigena #GuatemalaCultural #CECEG	FB/IG
5	Post 2	05/09/2024	Pon a prueba tus conocimientos sobre la diversidad cultural de Guatemala. ¿Listo para el reto? Participa en nuestra encuesta y deja tus reacciones. #CulturaGT #CECEG	FB/IG

6	Post 3	06/09/2024	Vive las fiestas que mantienen vivas nuestras tradiciones. Descubre las investigaciones exclusivas de nuestros expertos en cultura guatemalteca. ¡No te lo pierdas! #VocesDelPasado #Guatemala #GuateCultural #Guate #CECEG	FB/IG
7	Post 4	07/09/2024	Guatemala cuenta con una gastronomía increíble. ¿Sabes de dónde es cada platillo que degustas diariamente? Descúbrelo en nuestras investigaciones. #InvestigaciónCultural #GastronomiaGT #CECEG	FB/IG
8	Post 5	08/09/2024	¿Sabías qué CECEG cuenta con un programa dedicado al conocimiento de la música de tradición oral en Guatemala? Descubre más en nuestro sitio web https://ceceg.usac.edu.gt/index.php/etnomusicologia/ #música #Guatemala #Culturamusalgt #CECEG	FB/IG
9	Post 6	09/09/2024	¿Te lo perdiste? No te preocupes, aquí te dejamos un pequeño vistazo de nuestro evento cultural más reciente. ¡Revivelo con nosotros y no te pierdas el próximo! #EventoCultural #CulturaViva #CECEG	FB/IG
10	Post 7	10/09/2024	Cada pieza de arte cuenta una historia, y aquí en Guatemala, tenemos muchas que contar. Descubre el significado detrás de las máscaras de Guatemala. #ArteIndigena #GuatemalaCultural #CECEG	



2	Jaquelinne Beatriz Juárez Sánchez	Estudiante de EPS	a) Establecer objetivos y medir el rendimiento.
3	Lic. Juan Pablo González de León Jaquelinne Beatriz Juárez Sánchez	Director del centro Estudiante de EPS	a) Gestionar las cuentas de redes sociales b) Crear y programar contenido c) Interactuar con la audiencia. d) Monitorear métricas.
4	Lic. Juan Pablo González de León	Director del centro	a) Actualizar la página web con noticias, artículos, y eventos. b) Asegurar la accesibilidad del sitio.
5	Jaquelinne Beatriz Juárez Sánchez	Diseñador Gráfico	a) Crear gráficos y visuales para redes sociales y la web. b) Diseñar infografías y materiales promocionales. c) Asegurar la coherencia visual.
6	Lic. Juan Pablo González de León Jaquelinne Beatriz Juárez Sánchez	Director del centro Estudiante de EPS	a) Modera los comentarios y fomenta la participación en redes sociales. b) Responde a preguntas y comentarios de la audiencia. c) Manejo de crisis de comunicación.
7	Lic. Juan Pablo González de León Jaquelinne Beatriz Juárez Sánchez	Director del centro Estudiante de EPS	a) Escribir artículos, blogs, y publicaciones para redes sociales. b) Colaborar con el equipo de redes y web para crear contenido atractivo. c) Editar y revisar textos.
8	Jaquelinne Beatriz Juárez Sánchez	Estudiante de EPS	a) Capacitación para la persona que estará a cargo de las redes sociales
9	M.A. Luis Pedroza Gaytán	Coordinador EPS	a) Proporcionar directrices para cada fase y recomendaciones para informe
10	M.A. Marvin Sarmientos	Supervisor EPS	a) Asesor EPS



Fuente: Autoría propia



2.10 Financiamiento y presupuesto

Al ser un plan estratégico en su mayoría digital se trabajarán de manera orgánica, sin embargo, el director del Centro nos comentó que, si se necesitara realizar alguna pauta, esta será sufragada por la institución, se realizarán artes y copias para redes sociales que serán sufragados por la estudiante del

Tabla 10

Financiamiento y presupuesto

Presupuesto	Precio unitario	Total	Financiamiento	Porcentaje
a) Diseño de artes para redes sociales.	Q. 100.00	Q. 1,500.00	Estudiante EPS	100%
b) Creación de copias creativos y juveniles.	Q. 50.00	Q. 750.00	Estudiante EPS	100%
c) Creación y diagramación de guía de marca.	Q. 1,500.00	Q. 1,500.00	Estudiante EPS	100%
d) Planificación quincenal de redes sociales.	Q. 750.00	Q. 750.00	Estudiante EPS	100%
e) Asesoramiento y contacto para mejorar la imagen del Centro.	Q. 1,500.00	Q. 1,500.00	Estudiante EPS	100%
f) Capacitación para la persona encargada de redes sociales.	Q. 1,000.00	Q. 1,000.00	Estudiante EPS	100%



g) Refacción del día de grabación del podcas	Q. 275.00	Q. 275.00	Estudiante EPS	100%
--	-----------	-----------	----------------	------

Fuente: Autoría propia

2.11 Beneficiario

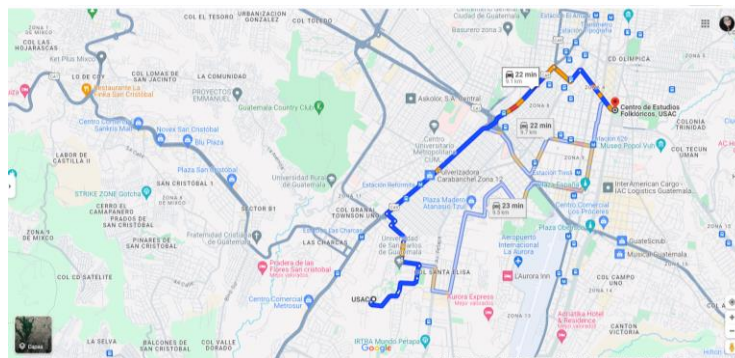
- a) Los beneficiarios primarios serán los 16 colaboradores del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad San Carlos de Guatemala.
- b) Los beneficiarios secundarios serán las personas que necesiten encontrar toda la información referente a las culturas en Guatemala.

2.12 Área geográfica de acción

Las actividades se llevarán a cabo de manera híbrida, se harán presenciales en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad San Carlos de Guatemala está ubicado en Avenida Reforma 0-09 zona 10, otras se llevarán a cabo de manera remota para realizar home office.

Figura 21.

Mapa de ubicación del Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad San Carlos de Guatemala



Fuente: Google Maps, 04 de abril 2024



2.13 Cuadro operativo de la estrategia

Este cuadro permite visualizar cada una de las actividades de la estrategia.

Tabla 11

Cuadro operativo de la estrategia.

Actividad o producto comunicacional	Objetivo específico	Presupuesto	Recurso Humano	Área geográfica de impacto	Beneficio	Fecha de ejecución
Campanñas en Redes Sociales	Ampliar el alcance del Centro de Estudios y atraer a una audiencia más amplia.	Agregar reels	Colaboradores de CECEG y estudiante	Nacional	Mayor visibilidad y engagement en redes sociales.	
Campanñas Educativas en Redes	Sensibilizar y educar sobre la diversidad cultural guatemalteca.	Agregar reels o render para el centro	Colaboradores de CECEG y estudiante	Nacional	Promoción de la riqueza cultural y mayor conciencia sobre la necesidad de preservación.	
Grabación de podcast sobre la cultura	Participación de un grupo de creadores de contenido que conducen un podcast		Estudiante y grupo de podcast	Nacional	Alianza estratégica para incrementar la interacción y participación del público en las redes sociales.	
Actualización de Página Web	Facilitar el acceso a la información y recursos del Centro.		Colaboradores de CECEG y estudiante	Nacional	Información fácilmente accesible y organizada, mayor tráfico web.	
Creación de guía de marca	Realizar una guía de marca con colores, texturas, fuentes e imágenes recomendadas para mejorar la experiencia de los visitantes de las redes sociales.		Estudiante del EPS	Nacional	Guía que servirá para que tengan una línea gráfica en futuras publicaciones.	
Moderación y Gestión de Comunidad	Mantener y mejorar la interacción y la gestión de la		Colaboradores de CECEG y estudiante	Nacional	Gestión efectiva de la comunidad, resolución de	



	comunidad en línea.				problemas y aumento de la satisfacción de la audiencia.	
Coordinación de Relaciones Públicas	Ampliar la red de contactos y fortalecer relaciones con medios y socios.		Colaboradores de CECEG y estudiante	Nacional	Mejora en la difusión a través de medios externos y colaboraciones estratégicas.	
Análisis de Métricas	Medir el impacto y efectividad de las estrategias de comunicación.		Colaboradores de CECEG y estudiante	Nacional	Optimización continua de las estrategias basadas en datos y rendimiento.	

2.14 Cronograma del Plan de comunicación (calendario editorial)

Se realiza un calendario editorial ya que es una estrategia digital.

Tabla 12

Calendario editorial

Cronograma de actividades														
Actividades	Semana a iniciar	Duración de actividades	Junio				Julio				Agosto			
			S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Elaboración del plan estratégico de comunicación externa CECEG														
Presentación del plan estratégico de comunicación externa CECEG														
Presentación de la guía a CECEG														
Inicio de campañas en redes sociales de manera orgánica														
Grabación de Podcast														
Actualización de la página web														
Verificación y creación de artículos del blog														
Actualización y creación de un calendario para publicaciones de redes sociales														



6	Facebook	Historia	Historias destacando frases inspiradoras sobre la cultura y diversidad de Guatemala.	Sensibilizar	Jacky Juárez
6	Instagram	Post de Imagen	Imagen de un sitio arqueológico con una breve explicación y datos interesantes.	Educación	Jacky Juárez
7	Facebook	Reels	Reel de 60 segundos sobre una festividad cultural guatemalteca.	Educación	Jacky Juárez
7	Instagram	Historia	Historias destacando los logros recientes del Centro.	Ampliar Alcance	Jacky Juárez
8	Facebook	Imagen	Imagen de una obra de arte indígena con descripción y contexto histórico.	Sensibilizar y Educación	Jacky Juárez
8	Instagram	Historia	Historias interactivas con preguntas sobre costumbres y tradiciones guatemaltecas.	Facilitar Interacciones	Jacky Juárez
9	Facebook	Reels	Reel mostrando un día en la vida de un investigador del Centro.	Ampliar Alcance	Jacky Juárez
9	Instagram	Post de Imagen	Imagen de una ceremonia tradicional con una explicación de su significado.	Sensibilizar y Educación	Jacky Juárez
10	Facebook	Historia	Historias mostrando las etapas de una investigación cultural en curso.	Educación	Jacky Juárez
10	Instagram	Reels	Reel con testimonios de participantes en proyectos del Centro.	Promover Proyectos	Jacky Juárez
11	Facebook	Imagen	Imagen de un artículo destacado en la web con un enlace directo para leer más.	Educación	Jacky Juárez
11	Instagram	Historia	Historias destacando citas de expertos en culturas guatemaltecas.	Sensibilizar	Jacky Juárez
12	Facebook	Post de Imagen	Imagen de un taller cultural con detalles para asistir.	Promover Eventos	Jacky Juárez
12	Instagram	Reels	Reel educativo sobre una técnica artesanal tradicional.	Educación	Jacky Juárez
13	Facebook	Historia	Historias mostrando detrás de cámaras de la producción de contenido del Centro.	Ampliar Alcance	Jacky Juárez
13	Instagram	Post de Imagen	Imagen de una tradición culinaria guatemalteca con una breve receta.	Sensibilizar y Educación	Jacky Juárez



14	Facebook	Reels	Reel sobre un recorrido virtual por una exposición cultural del Centro.	Promover Eventos	Jacky Juárez
14	Instagram	Historia	Historias interactivas con trivias sobre la historia de Guatemala.	Facilitar Interacciones	Jacky Juárez
15	Facebook	Imagen	Imagen de los logros anuales del Centro con una infografía visual.	Ampliar Alcance	Jacky Juárez
15	Instagram	Post de Imagen	Imagen destacando una costumbre cultural con una descripción y relevancia actual.	Sensibilizar y Educar	Jacky Juárez



Capítulo 3

Ejecución del plan de comunicación

3. Informe de ejecución

En la estrategia de comunicación ejecutada en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala de la Universidad San Carlos de Guatemala, se cumplieron las cinco actividades para mejorar la comunicación externa de la institución, las actividades se realizaron de manera híbrida, se realizaron reuniones virtuales y presenciales.

A continuación, se enlistan las actividades realizadas:

- **Actividad 1:** Redacción, diagramación y difusión de la guía de marca.
- **Actividad 2:** Diagramación y difusión de artes, medición de resultados.
- **Actividad 3:** Realizar una alianza estratégica para grabar un podcast y creación de un calendario para redes sociales, con una capacitación para la persona encargada de redes.

Dentro de la estrategia que se presentaron al director del centro se contemplaron tres actividades y algunas de ellas se tuvieron que modificar y otras se adaptaron según las necesidades del centro, las actividades se trabajaron de manera híbrida para optimizar el tiempo de cada participante.

3.1 Guía de marca

3.1.1 Ejecución 1: Creación y difusión de una guía de marca

- **Objetivo:** Tener una línea gráfica para futuras publicaciones.
- **Medio utilizado:** Digital a través de Canva.
- **Presupuesto utilizado:** Q. 1,500.00
- **Resultados obtenidos:** Mejor experiencia del visitante en redes sociales.
- **Evidencia del material programado:** Se agregan Screenshots de la portada de la guía y el link del drive:



- https://drive.google.com/file/d/1yRQ8kgdmWAWFQVop5JKyDx00gQ2g5311/view?usp=drive_link



-

CONTENIDO					
COLOR	TEXTURA	FUENTES	SOMBRA Y CONTORNO	IMÁGENES	VÍDEOS

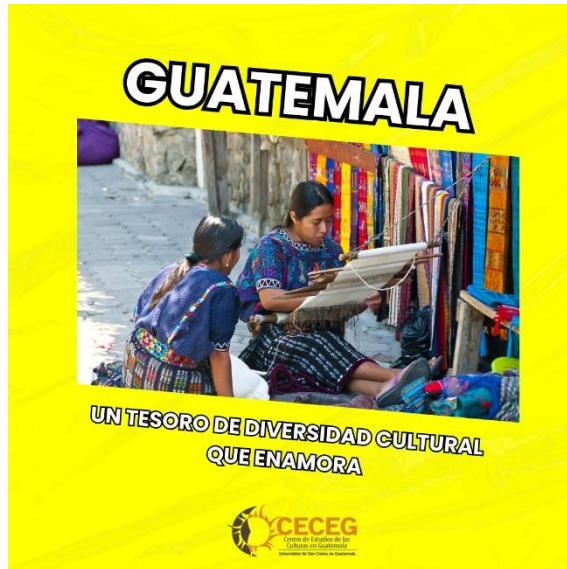
3.2 Creación de contenido para redes sociales

3.2.1 Ejecución 2: Creación de contenido para redes sociales

- Objetivo: Tener mejor diagramación y crear interacción en los posts de redes sociales.
- Medio utilizado: Digital a través de Canva.
- Presupuesto utilizado: Q. 3,000.00
- Resultados obtenidos: Mejor experiencia del visitante en redes sociales.



- Evidencia del material programado: Se agregan un arte de ejemplo y el link del drive:
https://drive.google.com/drive/folders/1oC4r0UcqJIgUw1-jmpflTu4qeXdM71nN?usp=drive_link



3.3 Fortalecer el nivel de pertenencia de los colaboradores

3.3.1 Ejecución 3: Fortalecimiento del nivel de pertenencia de los colaboradores

- Objetivo: Fortalecer el nivel de pertenencia de los colaboradores del Centro.
- Medio utilizado: Digital a través de Youtube, teléfono celular y cámaras de video.
- Presupuesto utilizado: Q. 2,775.00
- Resultados obtenidos: Mejor experiencia del visitante en redes sociales.
- Evidencia del material programado: Se agregan fotografías de la grabación del podcast y refacción del día de grabación



3.4 Cronograma general

A continuación, se detallan las actividades realizadas en el Ejercicio Profesional Supervisado de enero a septiembre 2024.



Tabla 14

Calendario de actividades de enero a abril

Listado de tareas realizadas		MESES												
		Ene				Feb				Mar				Abr
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1
22-26 enero S3	-Curso propedéutico del diagnóstico													
29 enero – 2 de febrero S4	Reunión para presentar propuesta enfocada en comunicación.													
5 febrero – 09 febrero S1	Solicitud de carta de prácticas para enviarla a la institución													
14 febrero – 16 febrero S2	Entrega de la carta y envío de la misma a la institución													
19 febrero – 23 febrero S3	Recopilación de información													
26 febrero – 1 marzo S4	-Envío de carta de aceptación por parte de la institución -Contacto con el director de la institución													
04 marzo – 08 marzo S1	envían de guía de la fase de diagnóstico													
11 marzo – 15 marzo S2	-Entrevista con el director de la institución -Elaboración de fase diagnóstica													
18 marzo – 22 marzo S3	-Recopilación de información. -Elaboración de fase diagnóstica													



25 marzo – 29 marzo S4 -Elaboración de organigrama -Elaboración de FODA -Creación de encuesta sobre la información																			
1 abril – 5 abril -Entrega de fase diagnóstica																			

Fuente: Autoría propia

Tabla 15

Calendario de actividades de junio a agosto

Cronograma de actividades															
Actividades	Semana a iniciar	Duración de actividades	Junio				Julio				Agosto				Septiembre
			S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	
Elaboración del plan estratégico de comunicación externa CECEG															
Presentación del plan estratégico de comunicación externa CECEG															
Presentación de la guía a CECEG															
Inicio de campañas en redes sociales de manera orgánica															
Grabación de Podcast															
Actualización de la página web															
Verificación y creación de artículos del blog															
Actualización y creación de un calendario para publicaciones de redes sociales															
Análisis de métricas obtenidas por la campaña															
Diseño y elaboración de una guía de identidad para redes sociales															

Fuente: Autoría propia



Conclusiones

- a) La implementación de un plan de comunicación interna y externa que se enfoca en redes sociales y página web es muy importante para cualquier institución que se dedica a la investigación cultural en Guatemala. El enfoque en estos medios de comunicación interna y externa permite difundir de una manera más efectiva los descubrimientos, fomenta el compromiso de la comunidad y promueve la riqueza cultural que tenemos en Guatemala. Con este plan, el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala ampliará su alcance y visibilidad, también reforzará el papel que tiene en la preservación y promoción de la identidad cultural del país. En este Ejercicio Profesional Supervisado se ha ofrecido una solución que integrará estos objetivos para asegurar el éxito continuo del Centro en su misión cultural, también brindará un mejor sentido de pertenencia a todos los colaboradores del Centro
- b) El CECEG ahora cuenta con herramientas como la guía de marca, ejemplo de copies para los post y plantillas de artes, esto servirá a mejorar la línea gráfica y crear una identidad de la marca.
- c) Dentro de la propuesta realizada para CECEG fue la alianza con un programa de Podcast, la misma fue aceptada y se acordó realizar grabaciones de manera continua dentro de las instalaciones del Centro, esto aumentará la visibilidad y fomentará la promoción del centro como uno de los ponentes en investigación de las culturas en Guatemala.



Recomendaciones

Tomando en cuenta la investigación realizan las siguientes recomendaciones:

- a) **Formación Continua:** Proporcionar formación regular al personal encargado de las redes sociales en las herramientas digitales y tendencias de comunicación.
- b) **Herramientas de Trabajo:** Asegurar el acceso a software necesario (e.g., herramientas de gestión de redes sociales, software de diseño, herramientas de análisis).
- c) **Reuniones Semanales:** Realizar reuniones de equipo para revisar el progreso, resolver problemas y planificar actividades futuras para así crear un calendario y programación de artes, copies y post de redes sociales y de los temas que se pueden tocar en las grabaciones del podcast.
- d) **Evaluación de Desempeño:** Implementar un sistema de evaluación para medir la efectividad de los posts y saber en qué horario es mejor realizar las programaciones de estos y saber qué es lo que más le gusta ver a los usuarios.



Referencias Bibliográficas

- CECEG - Centro de Estudio de las Culturas en Guatemala. (2022). CECEG - Centro de Estudio de las Culturas en Guatemala. Obtenido de <https://ceceg.usac.edu.gt>
- Google. (3 de Marzo de 2022). Centro de Estudios Folklóricos, USAC - Google Maps. Obtenido de Google Maps:
<https://www.google.com/maps/place/Centro+de+Estudios+Folklóricos,+USAC/@14.6158211,-90.5180029,15z/data=!4m5!3m4!1s0x8589a233ae3c9e1d:0xa234699b37c0d53b!8m2!3d14.6151297!4d-90.5134982>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). Metodología de la Investigación. México D.F.: McGRAW-HILL.
- Juan, M.-G. &.-V. (Diciembre de 2014). Razón y Palabra. El Plan Estratégico de Comunicación, Estructura y Funciones. Quito, Ecuador: Universidad de los Emisferios.
- Castañeda, M. Y. (2003). Diagnóstico y propuesta de la comunicación interna de la escuela de Ciencias de la Comunicación, de la USAC. Guatemala: USAC.
- García Solarte, M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una aproximación Conceptual. Calí, Colombia: Universidad del Valle.
- Hernández Sampiere, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, Maria del Pilar. (2014). Metodología de la Investigación, Sexta Edición. Mexico, D.F.: Interamericana < Editores, S.A.



Egrafía

CECEG (s.f). Obtenido de <https://ceceg.usac.edu.gt/>



Anexos

Anexo 1 capturas de pantalla página de Facebook e Instagram



Anexo 2 calendario de publicaciones

CALENDARIO REDES SOCIALES CECEG

No.	ARTE	FECHA	COPY	MEDIO
1	Post agradecimiento	01/09/2024	En CECEG tenemos un mes dedicado a los estudios de nuestros investigadores, agradecemos el apoyo brindado de la Licenciada Xochilt Castro (<i>si se puede etiquetar el perfil de ella excelente</i>)	FB/IG



2	Post investigador del mes	02/09/2024	Descubre el proceso detrás de nuestras investigaciones culturales. Este mes te llevamos tras bambalinas para que veas cómo preservamos nuestra herencia con la licenciada Ericka Sagastume . <i>(si se puede etiquetar el perfil de ella excelente)</i> #InvestigaciónCultural #CulturaGT	FB/IG
3	Post 1	03/09/2024	Guatemala es un mosaico de culturas vivas. ¡Sumérgete en la diversidad cultural que nos define a todos los guatemaltecos #Guateviva #CulturaGT #CECEG	FB/IG
4	Carrusel 1	04/09/2024	Conoce las historias que cuentan las máscaras tradicionales. Descubre el significado detrás de las máscaras de Guatemala. #ArteIndígena #GuatemalaCultural #CECEG	FB/IG
5	Post 2	05/09/2024	Pon a prueba tus conocimientos sobre la diversidad cultural de Guatemala. ¿Listo para el reto? Participa en nuestra encuesta y deja tus reacciones. #CulturaGT #CECEG	FB/IG
6	Post 3	06/09/2024	Vive las fiestas que mantienen vivas nuestras tradiciones. Descubre las investigaciones exclusivas de nuestros expertos en cultura guatemalteca. ¡No te lo pierdas! #VocesDelPasado #Guatemala #Guatecultural #Guate #CECEG	FB/IG
7	Post 4	07/09/2024	Guatemala cuenta con una gastronomía increíble, ¿Sabes de dónde es cada platillo que degustas diariamente? Descúbrelo en nuestras	FB/IG



			investigaciones. #InvestigaciónCultural #GastronomiaGT #CECEG	
8	Post 5	08/09/2024	¿Sabías qué CECEG cuenta con un programa dedicado al conocimiento de la música de tradición oral en Guatemala? Descubre más en nuestro sitio web https://ceceg.usac.edu.gt/index.php/etnomusicologia/ #música #Guatemala #culturamusicalgt #CECEG	FB/IG
9	Post 6	09/09/2024	¿Te lo perdiste? No te preocupes, aquí te dejamos un pequeño vistazo de nuestro evento cultural más reciente. ¡Revívalo con nosotros y no te pierdas el próximo! #EventoCultural #CulturaViva #CECEG	FB/IG
10	Post 7	10/09/2024	Cada pieza de arte cuenta una historia, y aquí en Guatemala, tenemos muchas que contar. Descubre el significado detrás de las máscaras de Guatemala. #ArteIndígena #GuatemalaCultural #CECEG	
11	Carrusel 2	11/09/2024	Las ceremonias tradicionales de Guatemala guardan significados profundos que perduran en el tiempo. Hoy te contamos un poco de ellas. #CeremoniasGT #TradiciónCultural #CECEG	FB/IG
12	Post 8	12/09/2024	Amplía tus conocimientos sobre la cultura guatemalteca con nuestra investigación de Coreología y Artes Escénicas Populares en la web. ¡No te los pierdas! https://ceceg.usac.edu.gt/index.php/coreologia-y-artes-escenicas-populares/ #LecturaCultural #CulturaGT #CECEG	FB/IG

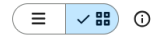


13	Post 9	13/09/2024	¿Quieres aprender más sobre nuestras culturas? Únete a nuestros talleres culturales y sé parte de la preservación de nuestras tradiciones. ¡Mantente atento a nuestras redes para los próximos talleres! #TalleresCulturales #CECEG	FB/IG
14	Post 10	14/09/2024	Las costumbres guatemaltecas nos conectan con nuestras raíces. Hoy te invitamos a conocer más sobre Medicina Tradicional #medicinamaya #Guatemala #culturaGT #CECEG	FB/IG
15	Carrusel 3	15/09/2024	Cada cultura cuenta una historia, y aquí en Guatemala, tenemos muchas que contar. Descubre un poco más de la literatura maya en CECEG. #literatura #GuatemalaCultural #CECEG	FB/IG



Anexo 3 Artes realizados para publicaciones del calendario

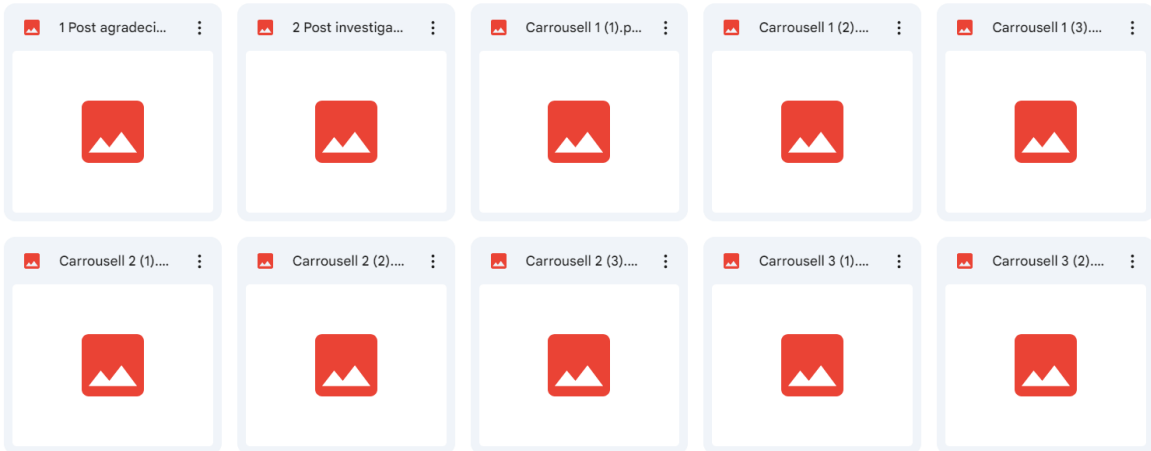
Mi unidad > Material CECEG > Artes redes CECEG



Tipo Personas Modificado

Archivos

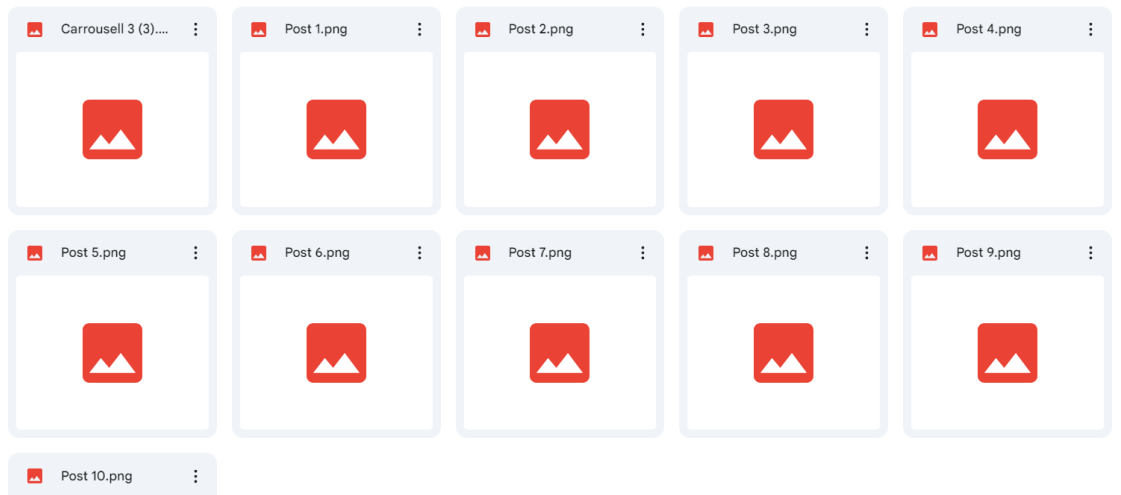
Nombre



Mi unidad > Material CECEG > Artes redes CECEG



Tipo Personas Modificado





✔ 1 Post agradecimiento	✔ 2 Post investigador del mes	✔ Carrousell 1 (1)	✔ Carrousell 1 (2)	✔ Carrousell 1 (3)	✔ Carrousell 2 (1)	✔ Carrousell 2 (2)	✔ Carrousell 2 (3)
✔ Carrousell 3 (1)	✔ Carrousell 3 (2)	✔ Carrousell 3 (3)	✔ Post 1	✔ Post 2	✔ Post 3	✔ Post 4	✔ Post 5
✔ Post 6	✔ Post 7	✔ Post 8	✔ Post 9	✔ Post 10			

Anexo 4 Guía de marca

02

COLOR

Fondo: Colores vivos



03

TEXTURA

TEXTURAS ESTANDARIZADAS, SIMPLES Y QUE DEN UNA PERSPECTIVA DE PROFUNDIDAD

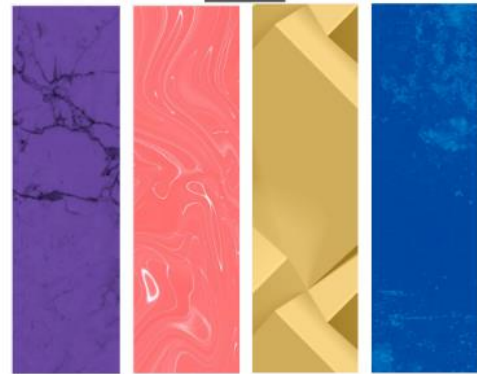
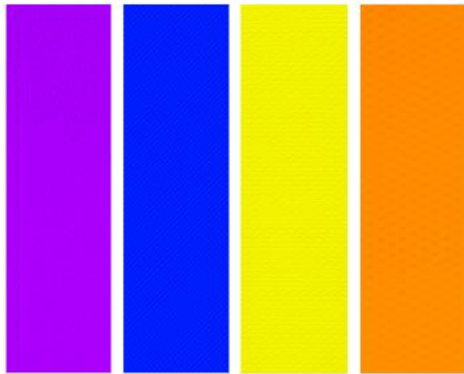
OBS. LAS TEXTURAS ALTERAN LOS COLORES



04

TEXTURA

USAR TEXTURAS QUE NO LLAMEN LA ATENCIÓN
REDUCIR SU OPACIDAD AL PUNTO DE CASI NO PODER VER LA TEXTURA





05

TEXTURA

OBS.: RECORDAR QUE LAS ARTES ESTÁN DISEÑADAS PRINCIPALMENTE PARA DISPOSITIVOS MÓVILES, POR LO TANTO, **SIEMPRE** VERIFICAR CÓMO SE VEN EN EL CELULAR, TABLET, ETC.

06

FUENTES Y TEXTOS

SIEMPRE USAR LETRAS MAYÚSCULAS EN LOS TEXTOS

ESPACIAR INFORMACIONES





07

FUENTES Y TEXTOS



MEZCLA DE LETRAS
MAYÚSCULAS Y MINÚSCULAS

Espaciado
desproporcional

Taller infantil
Elaboración de máscaras con material reciclado
Por **Alicia Arévalo**
y Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala
A partir de 6 años

Fuentes pegadas
difícil de leer

Sábado 10
10:30 a 12:30 hrs.
Materiales que debes traer: goma o pegamento
y materiales para decorar



Los logos deben
estar centrados o
en la esquina inferior derecha



SOMBRA Y CONTORNOS

08

LA SOMBRA SIEMPRE DEBE IR HACIA ABAJO Y HACIA LA DERECHA.
CONTORNO: DEBE HABER UN CONTRASTE DE COLORES, NO USAR
COLORES SIMILARES.





09

IMAGENES

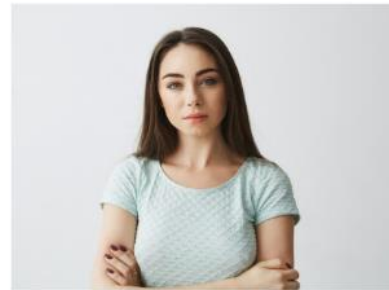
SOLO UTILIZAR IMÁGENES DE BUENA CALIDAD



10

IMAGENES

UTILIZAR FOTOS DE PERSONAS SONRIENDO, CELEBRANDO, ALEGRES.





11

SIMPLICIDAD

VALORAR LO MÁS SIMPLE, EL MINIMALISMO, ELEMENTOS SIMPLES Y MODERNOS.



13

VÍDEOS

MUSICAS ANIMADAS CON INFORMACIONES EN TEXTO ENTRANDO AL MISMO TIEMPO

DEJAR LA INFORMACIÓN EN LA PANTALLA POR MÁS TIEMPO





BRAND GUIDE

CONTENIDO

COLOR

TEXTURA

FUENTES

SOMBRAS Y
CONTORNO

IMÁGENES

VÍDEOS





Anexo 5: Ficha de registro de horas de prácticas



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2024



Registro de Horas de práctica

Nombre Estudiante Jaqueline Beatriz Juárez Sánchez
Registro Académico 201503333
Jefe o Encargado (a): Licenciado Juan Pablo González de León
Institución o Empresa: Centro de Estudios de las Culturas de Guatemala
Supervisor de EPSL: Licenciado Marvin Sarmientos

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA						Total, horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.		
1	Del: 1 al 6	Julio	4	4	4	5	5	8	30	Investigación de colorimetría y scouting de la página actual de redes sociales del centro, contenido que suben y la forma en que lo realizan.
2	Del: 8 al 13	Julio	4	4	4	5	5	8	30	Investigación de la competencia del centro, visualización de la diagramación de artes y copias que utilizan en sus redes sociales.
3	Del: 15 al 20	Julio	4	4	4	5	5	8	30	Diagramación de Guía de marca para el Centro de Estudios de las Culturas CECEG.
4	Del: 22 al 27	Julio	4	4	4	5	5	8	30	Diagramación de Guía de marca para el Centro de Estudios de las Culturas CECEG.
5	Del: 29 al 3	Julio/Agosto	4	4	4	5	5	8	30	Creación de calendario para redes sociales del Centro de Estudios de las Culturas CECEG.



Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA						Total, horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.		
1	Del: 5 al 10	Agosto	4	4	4	5	5	8	30	Creación de calendario para redes sociales del Centro de Estudios de las Culturas CECEG.
2	Del: 12 al 17	Agosto	4	4	4	5	5	8	30	Diagramación de artes para redes sociales del Centro de Estudios de las Culturas CECEG.
3	Del: 19 al 24	Agosto	4	4	4	5	5	8	30	Diagramación de artes para redes sociales del Centro de Estudios de las Culturas CECEG, contacto para alianza estratégica con un canal de podcast Guatecueto.
4	Del: 26 al 31	Agosto	4	4	4	5	5	8	30	Creación de copias para los artes creados e investigación para # que funcionarían como motor de búsqueda para redes sociales de CECEG.
5	Del: 31 al 5	Agosto/Septiembre	4	4	4	5	5	8	30	Capacitación del personal a cargo de redes sociales del Centro y grabación de podcast con Guatecueto y entrega de un desayuno a miembros del podcast. Entrega de la Guía y material para redes sociales al directo Juan Pablo González por medio de correo electrónico.

Nota: Diariamente puede ser registradas de 1 a 8 horas de trabajo virtual o presencial

Lic. Juan Pablo González de León
Director CECEG
Jefe encargado



Nombre y Firma
Supervisor/a EPSL



Anexo 6: Ficha de evaluación de desempeño



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura, EPSL 2023

FICHA DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO PRÁCTICA PROFESIONAL SUPERVISADA DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Datos del estudiante:

Nombre completo	Jaqueline Beatriz Juárez Sánchez
No. De carné / DPI	2451682060101
Nombre de la empresa/institución	Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.
Título del proyecto:	Diagnóstico, plan estratégico y ejecución de comunicación en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.
Supervisor:	M.A. Marvin Sarmientos Yumán

Competencias básicas

No.	Competencia	Evaluación 1 al 10
1	Demuestra responsabilidad y compromiso con el proyecto	10
2	Resuelve problemas, toma decisiones y aplica sus conocimientos a la práctica	10
3	Se comunica eficientemente en forma oral y escrita	10
4	Demuestra habilidad para adaptarse y crea relaciones personales	10
5	Utiliza la información proporcionada de forma responsable	10
6	Informa continuamente sobre avances del proyecto	10

Competencias Específicas

No.	Competencia	Evaluación 1 al 10
1	Aplica técnicas e instrumentos de investigación para recolectar información de su proyecto.	10
2	Establece correctamente fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de comunicación.	10
3	Establece objetivos del proyecto coherentes con las necesidades de comunicación de la empresa/institución.	10
4	Identifica y analiza estratégicamente oportunidades para optimizar la comunicación.	10
5	Presentó los resultados obtenidos de su investigación de forma oportuna.	10
6	Establece propuestas claras y realistas	10



Juan Pablo González de León
Director
Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala –CECEG-

Observaciones:

Agradecemos su labor y servicio.



Anexo 6: Constancia de supervisión



Comunicación
creando futuro

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

CONSTANCIA DE SUPERVISIÓN
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2024

Datos del estudiante:


Nombre completo:	Jaqueline Beatriz Juárez Sánchez
N. de Carné:	2451682060101
Nombre del proyecto:	Diagnóstico, plan estratégico y ejecución de comunicación en el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.

Datos de la institución:

Nombre :	Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala.
Nombre de la persona responsable de la práctica profesional:	Lic Juan Pablo González de León
Teléfono de contacto:	

Fecha de supervisión

07	08	2024
----	----	------


 Firma y sello, encargado/a de la institución



Estudiante de EPS de Licenciatura

 M.A. Marvin Sarmientos
 Supervisor EPSL-USAC



Anexo 6: Constancia anti-plagio



Informe del Detector de Plagio Viper

Informe final EPS.pdf escaneado Oct 13, 2024

Porcentaje Total

17%

13.4%

Nuestra Historia – CECEG - USAC

<https://ceceg.usac.edu.gt/index.php/nuestra-historia>

0.7%

Universidad de San Carlos de Guatemala - bi...

http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/16/16_1134.pdf

0.4%

CECEG – Centro de Estudios de las Culturas ...

<https://ceceg.usac.edu.gt/>

0.4%

Cultura y Educación – CECEG - USAC

<https://ceceg.usac.edu.gt/index.php/culturayeducaci>

0.3%

Coreología y Artes Escénicas Populares – CE...

<https://ceceg.usac.edu.gt/index.php/coreologia-y-art>



0.3%

Seminario de Investigación - UAPA

<http://academico.uapa.edu.do/guias2/gt/CICLO%20>

0.3%

ACTUALIZACIÓN DE MANUAL DE ORGANI...

<https://ddo.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2024/03>

0.2%

Artes y Artesanías Populares – CECEG - USAC

<https://ceceg.usac.edu.gt/index.php/artesyartesanias>

0.2%

Etnomusicología – CECEG - USAC

<https://ceceg.usac.edu.gt/index.php/etnomusicologia>

0.2%

Actividad de Aprendizaje 2. Formulación del d...

<https://www.clubensayos.com/Ciencia/Actividad-de->

0.1%

Estrategia. ¿Qué es? Concepto, evolución y d...

<https://cdhistory.org/es/estrategia-qu%C3%A9-es-cc>

0.1%

Enfoques metodológicos en la investigación h...

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_artt

0.1%

Oralidad y Literatura tradicional – CECEG

<https://ceceg.usac.edu.gt/index.php/oralidad-y-litera>



0.1%

Investigación descriptiva: características, técn...

<https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>

0.0%

Etapas claves en el proceso de investigación:...

<https://www.clubensayos.com/Ciencia/Etapas-claves>