





UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
Departamento de Estudios de Postgrado  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Maestría en Comunicación Virtual



**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VIRTUAL PARA EL CENTRO DE  
APRENDIZAJE DE LENGUAS DE LA ESCUELA DE CIENCIAS  
LINGÜÍSTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE  
GUATEMALA.**

Licda. Monica Marleni Quiñonez Andrade

Registro Académico No. 100017238

Guatemala, octubre de 2019



**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VIRTUAL PARA EL CENTRO DE  
APRENDIZAJE DE LENGUAS DE LA ESCUELA DE CIENCIAS  
LINGÜÍSTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE  
GUATEMALA**

Trabajo presentado por

Licda. Monica Marleni Quiñonez Andrade

Previo a optar al título de

Maestra en Comunicación Virtual

Guatemala, octubre de 2019

# **Universidad de San Carlos de Guatemala**

## **Autoridades Centrales**

Rector	<b>Ing. Murphy Olympo Paiz Recinos</b>
Secretario General	<b>Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo</b>

## **Escuela de Ciencias de la Comunicación**

### **Consejo Directivo**

**Dr. Sergio Vinicio Morataya García**  
Director

**Dr. Gustavo Adolfo Morán Portillo**  
**Lic. Mario Enrique Campos Trijilio**  
Representantes docentes

**Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu**  
**Pub. Heber Libni Emanuel Escobar Juárez**  
Representantes estudiantiles

**M.A. Jhonny Michael González Batres**  
Representante de egresados

**Dra. Claudia Xiomara Molina Avalos**  
Secretaria

### **Consejo Académico de Postgrado**

**Dr. Sergio Vinicio Morataya García**  
Director

**Dr. Gustavo Adolfo Morán Portillo**  
Secretario

### **Terna Examinadora**

Dr. Carlos Humberto Interiano  
Mtro. Marco Tulio Aldana Prillwitz  
Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo



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



Guatemala, 18 de octubre de 2019  
**Orden de impresión**  
MCD No. 06-2019 GAMP/Machq

**Estudiante**  
**MONICA MARLENI QUIÑÓNEZ ANDRADE**  
**Registro Académico No. 100017238**

Estimada Estudiante Quiñónez:

Nos complace informarle que con base a la autorización de la Terna Examinadora del informe final de graduación con el título **“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VIRTUAL PARA EL CENTRO DE APRENDIZAJE DE LENGUAS DE LA ESCUELA DE CIENCIAS LINGÜÍSTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”**, se emite orden de impresión.

Apreciaremos que un ejemplar de su informe de graduación y un CD en formato PDF sea entregado en Biblioteca Central, un ejemplar impreso de su informe de graduación y un CD en formato PDF en Biblioteca Flavio Herrera y un informe de graduación y un CD en formato PDF en el Departamento de Estudios de Postgrado de esta unidad académica, ubicado en el primer nivel del Edificio Bienestar Estudiantil.

Es para nosotros un orgullo contar con una profesional egresada de esta Escuela como usted, que posee los conocimientos para desenvolverse en el campo de la comunicación virtual.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

  
MSc. Sergio Vinicio Morataya Garcia  
Director ECC

  
M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo  
Director Dpto. de Estudios de Postgrado

  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
USAC  
DIRECCIÓN MANTENARIA

  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
DIRECCIÓN DE POSTGRADO

c.c. Archivo

“Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad”  
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810  
www.comunicacion.usac.edu.gt

*A Jorge, Javier y Jessica*

*Sin ellos no podría haber logrado una meta más en mi vida profesional.*

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



# Índice

<b>Resumen</b> .....	1
<b>Introducción</b> .....	2
<b>Capítulo 1 Situación institucional</b> .....	3
1.1 Ubicación y naturaleza de la Institución .....	3
1.1.1 Ubicación Geográfica.....	3
1.1.2 Naturaleza de la Institución.....	4
1.2.1 Misión: .....	5
1.2.2 Visión: .....	5
1.2.3 Objetivos: .....	5
1.3 Principales actividades que lleva a cabo la Institución .....	7
1.4. Actores internos y externos .....	7
1.4.1 Actores internos .....	7
1.4. 2 Actores externos.....	10
1.5. Organigrama.....	11
1.6 Perfil de los trabajadores .....	12
1.7 Medios de comunicación virtual en CALUSAC.....	14
1.8 Herramientas para la gestión de información, conocimiento y administración .....	17
<b>Capítulo 2</b> .....	18
<b>Fundamentos epistemológicos</b> .....	18
2.1 La comunicación .....	18
2.1.1 Funciones de la comunicación .....	19
2.2 Comunicación interna .....	19
2.3 Comunicación externa.....	20
2.4 Comunicación virtual .....	20
2.5 Redes sociales y la comunicación .....	21
2.6 Facebook .....	22
2.7 Instagram.....	23
2.8 Twitter .....	23
2.9 Youtube .....	24
<b>Capítulo 3</b> .....	25
<b>Metodología</b> .....	25

3.1 Método y tipo de investigación .....	25
3.1.1 Tipo de investigación y enfoque .....	25
3.2 Objetivos .....	25
3.2.1 Objetivo General .....	25
3.2.2 Objetivos Específicos .....	25
3.3 Técnica .....	26
3.3.1 La observación .....	26
3.3.2 Entrevista semi-estructurada .....	26
3.3.3 Encuesta .....	26
3.4 Instrumentos .....	26
3.4.1 Guía de Observación .....	26
3.4.2 Guía de entrevista.....	26
3.4.3 Cuestionario cerrado .....	27
3.5 Población y muestra .....	27
3.5.1 Población.....	27
3.5.2 Muestra.....	27
3.6 Método de análisis.....	28
<b>Capítulo 4.....</b>	<b>29</b>
<b>Análisis de resultados.....</b>	<b>29</b>
4.1 Análisis de la comunicación.....	29
4.1.1 Comunicación vertical.....	29
4.1.2 Comunicación ascendente y los medios virtuales .....	30
4.1.3 Mensajería instantánea y comunicación descendente .....	31
4.1.4 Comunicación horizontal .....	34
4.1.5 Barreras de Comunicación en CALUSAC.....	35
4.2 Análisis de la comunicación virtual externa: .....	37
4.3 Análisis de la identidad e imagen corporativa.....	40
4.3.1 Signos:.....	40
4.3.2 Análisis FODA.....	41
4.3.3 Alternativas entre fortalezas y oportunidades .....	42
4.3.4 Alternativas entre debilidades y oportunidades.....	42
4.3.5 Alternativas entre debilidades y amenazas.....	43

4.4	Árbol de problemas .....	43
4.5	Árbol de soluciones .....	44
4.6	Identificación del problema central del diagnóstico situacional .....	44
4.7	Propuesta y solución.....	45
<b>Capítulo 5</b>	.....	<b>46</b>
<b>. Estrategia de inducción a entornos virtuales para El Centro de Aprendizaje de Lenguas de la Universidad de San Carlos de Guatemala</b>	.....	<b>46</b>
5.1	Justificación.....	46
5.2	Objetivos de la estrategia de comunicación virtual .....	47
5.2.1	Objetivo General .....	47
5.2.2	Objetivos específicos.....	47
5.3	Estrategia de comunicación virtual .....	47
5.4	Grupo objetivo .....	48
5.5	Propuesta para intervención virtual.....	48
5.6	Matriz de coherencia .....	49
5.7	Plan de intervención profesional .....	51
5.8	Productos desarrollados para el Centro de Aprendizaje de Lenguas de la Universidad de San Carlos de Guatemala .....	56
5.8.1	Guía para implementar G Suite como plataforma de comunicación interna.....	56
5.9	Validación de productos.....	63
5.10	Cronograma de actividades pendientes .....	64
5.11	Viabilidad de la propuesta.....	65
5.12	Control y seguimiento .....	68
<b>Conclusiones</b>	.....	<b>69</b>
<b>Recomendaciones</b>	.....	<b>70</b>
<b>Referencias Bibliográficas</b>	.....	<b>71</b>
Anexos.....	.....	73

## **Índice de tablas**

Tabla: 1 Perfil trabajadores CALUSAC	12
Tabla: 2 Medios de comunicación online	14
Tabla: 3 Funciones de la comunicación	19
Tabla: 4 Muestra	27
Tabla: 5 Medios de comunicación offline	34
Tabla: 6 FODA	41
Tabla: 7 Matriz de coherencia	49
Tabla: 8 Problema 1 Inexistencia de canales de comunicación interna virtual	51
Tabla: 9 Problema 2 Carencia de normas a seguir en las redes sociales	53
Tabla: 10 Problema 3 Falta de canal de Youtube institucional	54
Tabla: 11 Producto 1 Guía para implementación de G Suites en CALUSAC	56
Tabla: 12 Producto 2 Guía para la inducción de G Suites a los docentes de CALUSAC	58
Tabla: 13 Producto 3 Manual de normas y lineamientos para el manejo adecuado de las redes sociales de CALUSAC	59
Tabla: 14 Producto 4 Guía para la apertura de un canal de Youtube institucional	61
Tabla: 15 Validación de productos	63
Tabla: 16 Viabilidad de productos	65
Tabla: 17 Control y seguimiento	68

## **Índice de Gráficas**

Gráfica 1 Buzón de sugerencias	30
Gráfica 2 Comunicación entre entrevistado y su jefe inmediato	31
Gráfica 3 WhatsApp	32
Gráfica 4 Comunicación entre entrevistado y sus compañeros de trabajo.	33
Gráfica 5 Frecuencia con la que comunican la programación de las actividades	33
Gráfica 6 Opinión acerca de la atención que recibe en CALUSAC	36
Gráfica 7 Atención hace los estudiantes de CALUSAC	36
Gráfica 8 Medio de comunicación utilizado para comunicarse con el personal de CALUSAC	37
Gráfica 9 Perfil de twitter	39
Gráfica 10 Medios por el cual se enteró de los cursos que ofrece CALUSAC	39

## **Índice de Imágenes**

Imagen 1. Mapa Universidad de San Carlos de Guatemala	3
Imagen 2 Medios de comunicación offline	16
Imagen 3 Modelo de comunicación Shannon Weaver	18
Imagen 4 Perfil de Facebook control académico	33
Imagen 5 Perfil de Facebook Tesorería Escuela de Ciencias Lingüística	33
Imagen 6 Perfiles de CALUSAC en Facebook	38
Imagen 7 Logos de CALUSAC	40
Imagen 8 Árbol de problemas	43
Imagen 9 Árbol de soluciones	44

## **Resumen**

La presente investigación tuvo como finalidad formular una estrategia de comunicación virtual para el Centro de Aprendizaje de Lenguas de la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala; la cual se desglosa en cinco capítulos. En el Capítulo I se encuentra el diagnóstico institucional, en el cual se detalla la ubicación geográfica, naturaleza de la institución, líneas estratégicas, misión, visión, actores, organigrama y perfil de los trabajadores.

En el capítulo II se encuentra la fundamentación teórica necesaria para dar sustento a la presente investigación, el capítulo III revela la metodología empleada en la investigación, el tipo de investigación, los objetivos, técnicas e instrumentos empleados; en el capítulo IV se presenta el análisis de los resultados obtenidos, el análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, el árbol de problemas y el árbol de soluciones, la identificación del problema central del diagnóstico situacional y la propuesta de solución; en este apartado se logró identificar problemas de comunicación como la falta de estandarización, organización y distribución de la información, también se evidenció la falta de canales de comunicación que permitan la retroalimentación del docente a las autoridades.

Finalmente, en el capítulo V se encuentra la estrategia de comunicación virtual, la cual está fundamentada en poder brindar una solución a la problemática encontrada en la institución por medio de los productos propuestos en la estrategia de comunicación virtual.

**Palabras clave:** comunicación externa e interna, entornos virtuales, redes sociales

## **Introducción**

La comunicación se ha constituido en un aspecto fundamental para las instituciones y empresas, conforme avanza el desarrollo de la tecnología se evidencia la necesidad de reglamentar y establecer políticas de comunicación interna y externa y la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos, no es la excepción. En la actualidad la institución no cuenta con procedimientos ni protocolos estandarizados para el manejo de sus redes sociales, tampoco cuenta con personal capacitado en el manejo de redes sociales, y por ende al atender y gestionar las cuentas oficiales de la institución, las personas no siguen un plan de comunicación, dejan a discreción del encargado la frecuencia de las publicaciones de la institución, afectando la comunicación externa de la institución ya que no existe una comunicación interactiva.

Por esta razón el interés del diagnóstico radica en poder brindar una solución a la problemática en curso, se pretende responder a la necesidad de contar con una estrategia de comunicación interna y externa en la Escuela de Ciencias Lingüísticas para que la comunicación sea más eficaz y así mejorar la calidad del servicio que actualmente se brinda en la escuela. El resultado que se obtendrá será de gran ayuda para toda la comunidad académica que forma parte de la Escuela de Ciencias Lingüísticas.

El diseño de la estrategia de comunicación interna y externa contempla la elaboración de una guía de inducción para implementar G Suites como medio de comunicación interna, un manual de normas y lineamientos para el manejo de las redes sociales de CALUSAC, una guía para la apertura de un canal de Youtube institucional.

Con la aplicación de los productos contemplados en la estrategia, se espera el fortalecimiento de la comunicación virtual del Centro de Aprendizaje de Lenguas.

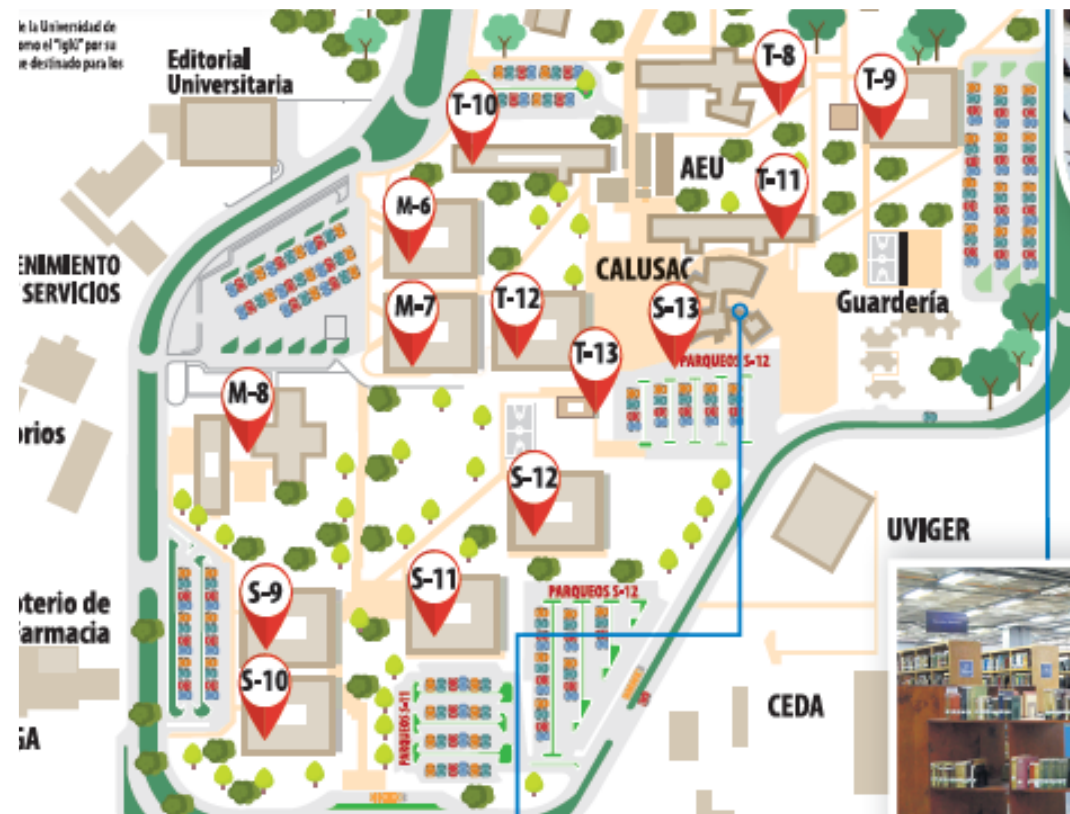
## Capítulo 1 Situación institucional

### 1.1 Ubicación y naturaleza de la Institución

#### 1.1.1 Ubicación Geográfica

Ciudad universitaria zona 12, edificio S13 a la par del edificio T11 de la Facultad de Farmacia.

**Imagen 1. Mapa Universidad de San Carlos de Guatemala**



Ubicación del Centro de Aprendizaje de Lenguas, Ciudad Universitaria

Fuente: <https://www.usac.edu.gt/mapausac.php>



### 1.1.2 Naturaleza de la Institución

El Manual de Organización de la Escuela de Ciencias Lingüísticas, indica las funciones de dicha institución:

a) Desarrollar los planes de estudio, a nivel superior en el grado de Licenciado, otorgando títulos correspondientes a las carreras y especialidades que, de acuerdo a las necesidades del país, sean aprobadas por el Consejo Superior Universitario.

b) Otorgar y reconocer los grados académicos y los títulos profesionales, así como los diplomas que correspondan a los estudios que se realicen en la Escuela de Ciencias Lingüísticas.

c) Promover, organizar, dirigir y ejecutar los planes de enseñanza para formar técnicos en carreras cortas, a nivel de enseñanza superior, y post grados en sus diferentes ciclos de estudio aplicando la ciencia y la tecnología.

d) Mantener relaciones con entidades e Instituciones del país o extranjeras dedicadas a prestar servicios educacionales, laborales y sociales público y privadas que puedan coadyuvar al logro de sus objetivos Institucionales sin comprometer, disminuir, desvirtuar o tergiversar la autonomía Universitaria y la soberanía nacional.

e) Asesorar a las instituciones educativas en el campo lingüístico en su organización y funcionamiento.

### 1.2 Líneas estratégicas-

La Escuela de Ciencias Lingüísticas contemplada en el Manual de Organización Escuela de Ciencias Lingüísticas (2006) las líneas estrategias para el funcionamiento de la institución.

### 1.2.1 Misión:

Es la unidad académica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, responsable de organizar, dirigir y desarrollar la educación superior del Estado en el campo de las ciencias lingüísticas y la enseñanza de idiomas vernáculos y extranjeros. Líder en la formación de profesionales de alto nivel académico, con principios éticos, de justicia, responsables, competitivos y comprometidos con el desarrollo de la multiculturalidad y plurilingüismo de la sociedad guatemalteca. Atiende las necesidades educativas de la población estudiantil universitaria y de la población en general en cumplimiento de sus funciones de investigación, docencia y extensión. Aplica los recursos tecnológicos y científicos para el alcance de sus fines y objetivos. Promueve la gestión y vinculación con los distintos sectores académicos, económicos, sociales y políticos a nivel nacional e internacional. Impulsa de manera permanente la difusión de la cultura e identidad nacional a través de las diferentes manifestaciones lingüísticas en la sociedad globalizada.

### 1.2.2 Visión:

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

### 1.2.3 Objetivos:

Los objetivos de la Escuela de Ciencias Lingüísticas son los siguientes:

a) Formar recursos humanos en el dominio de idiomas nacionales y extranjeros, así como, promover dentro del proceso formativo, la prestación de servicios lingüísticos a nivel nacional e internacional, con el fin de contribuir a resolver problemas concretos de la realidad nacional e internacional vinculado al campo de la lingüística, la enseñanza de idiomas y la Traducción e interpretación en general.

b) Formar profesionales a nivel de educación superior en el campo de las ciencias lingüísticas que utilicen los instrumentos estructurales lexicológicos y fonéticos de las lenguas estudiadas, que

apliquen correctamente las reglas gramaticales de la lengua española y que se desenvuelvan satisfactoriamente en otras lenguas nacionales y/o extranjeras aprendidas

c) Formular, administrar, ejecutar y evaluar proyectos de investigación lingüísticas cultural y educativa a nivel de las lenguas nacionales y extranjeras, con énfasis en el desarrollo de la Institución y de la sociedad guatemalteca. d) Formar el recurso humano a nivel superior en el campo de las Ciencias Lingüísticas con conocimiento científico, capacidad crítica objetiva que le permita afrontar y resolver problemas de la realidad.

e) Formar profesionales que realicen excelentes servicios de traducción e interpretación de alta calidad y certeza legal.

f) Capacitar en forma continua en idiomas y ciencias lingüísticas a la población de diferentes edades en el sistema de formación integral de la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la USAC.

g) Formar profesionales con altos valores éticos y morales del más alto nivel académico en la especialidad lingüística.

h) Capacitar a los jóvenes y adultos, en procesos de formación continua a nivel de pre grado y post grado, para el aprendizaje de las distintas lenguas nacionales y extrajeras.

i) Desarrollar programas de investigación aplicada, orientada hacia el estudio y solución de la problemática lingüística e intercultural de la nación

j) Desarrollar programas para la vinculación y gestión de la escuela de ciencias Lingüísticas, con los distintos sectores de la Sociedad en el ámbito nacional e internacional.

k) Promover el estudio e investigación científica de la realidad lingüística cultural de la nación, su problemática, desarrollo y aplicaciones científicas de las lenguas de nuestro país.

l) Desarrollar programas de vinculación, gestión y proyección social, con los distintos sectores de la sociedad.

### 1.3 Principales actividades que lleva a cabo la Institución

La Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, es la unidad académica de la Universidad de San Carlos de Guatemala responsable de formar profesionales de alto nivel académico en el campo de las ciencias lingüísticas y de la enseñanza de idiomas nacionales y extranjeros con una base social y humanística y con fundamentos de carácter técnico y científico de actualidad. Con un compromiso elevado de formar en el dominio de idiomas nacionales y extranjeros.

Para lograr los objetivos propuestos, la Escuela de Ciencias Lingüísticas capacita al personal docente del Centro de Aprendizaje de Lenguas dos veces al año, también firma convenios municipales, regionales e institucionales, ejemplo de estos son el programa de Munijuven y los firmados con las Embajadas de Japón, Corea, Estados Unidos, Alemania, además brinda el servicio de traducción a organizaciones que así lo requieran.

Una de las principales actividades que realiza el Centro de Aprendizaje de Lenguas, es impartir cursos de idioma inglés, francés, alemán, italiano, portugués, japonés, coreano, mandarín, ruso, árabe, hebreo, latín, Kiche, Q'eqchi y Kaqchikel.

### 1.4. Actores internos y externos

#### 1.4.1 Actores internos

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

**Consejo de coordinación académica** El Consejo de Coordinación Académica, se integra con los siguientes miembros: (a) Director de la Escuela, quien preside el Consejo;(b) Secretario de la

Escuela, quien es el Secretario del Consejo; (c) Coordinador del Programa de Licenciaturas y Postgrado; (d) El Coordinador de cada carrera existente; (e) Coordinador del Instituto de Investigaciones Lingüísticas e Interculturales; (f) Coordinador del Programa de Extensión, Gestión y Vinculación. (g) Coordinador del Centro de Aprendizaje de Lenguas; (h) Coordinador de la Unidad de Planificación académica y Desarrollo Curricular.

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

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

**Asesoría de planificación** Es la dependencia administrativa que asesora planifica las acciones administrativas, académicas y de presupuesto de la Escuela de ciencias Lingüísticas.

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

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

### **Programas de la escuela de ciencias lingüísticas**

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

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

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

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

*La Unidad de Planificación académica y Desarrollo Curricular*, está a cargo de un Coordinador. Esta unidad tiene como finalidad la planificación, evaluación y desarrollo de los elementos que conforman el sistema curricular de la Escuela en una forma integral, visionaria y holística. Esta Unidad, su administración y desarrollo será regulado por un normativo específico, que deberá ser

aprobado por la instancia superior administrativa que corresponda. (Manual de Organización Escuela de Ciencias Lingüísticas, 2006, p 12)

#### 1.4. 2 Actores externos

Estudiantes inscritos en los diferentes idiomas y niveles: El Centro de Aprendizaje de Lenguas atiende a población general y a estudiantes de las diferentes unidades académicas de la Universidad de San Carlos, que deseen aprender un idioma extranjero; también brinda cursos para adolescentes comprendidos entre 12 a 17 años.

Alianza Francesa: la Alianza Francesa de Guatemala es la sede de la Delegación General para Centroamérica y representa a la región en la Fundación Alianza Francesa de París, inscribiéndose en el plan 2020 diseñado para su red en el Mundo, ofrece al Centro de Aprendizaje de Lenguas intercambios académicos y capacitación a los docentes que imparte dicho idioma.

Cooperación Alemana: ofrece el servicio de representante alemán de intercambio académico, dicha persona está contratada como docente invitada en el área de alemán como idioma extranjero en el Centro de Aprendizaje de Lenguas ofrece cursos de alemán.

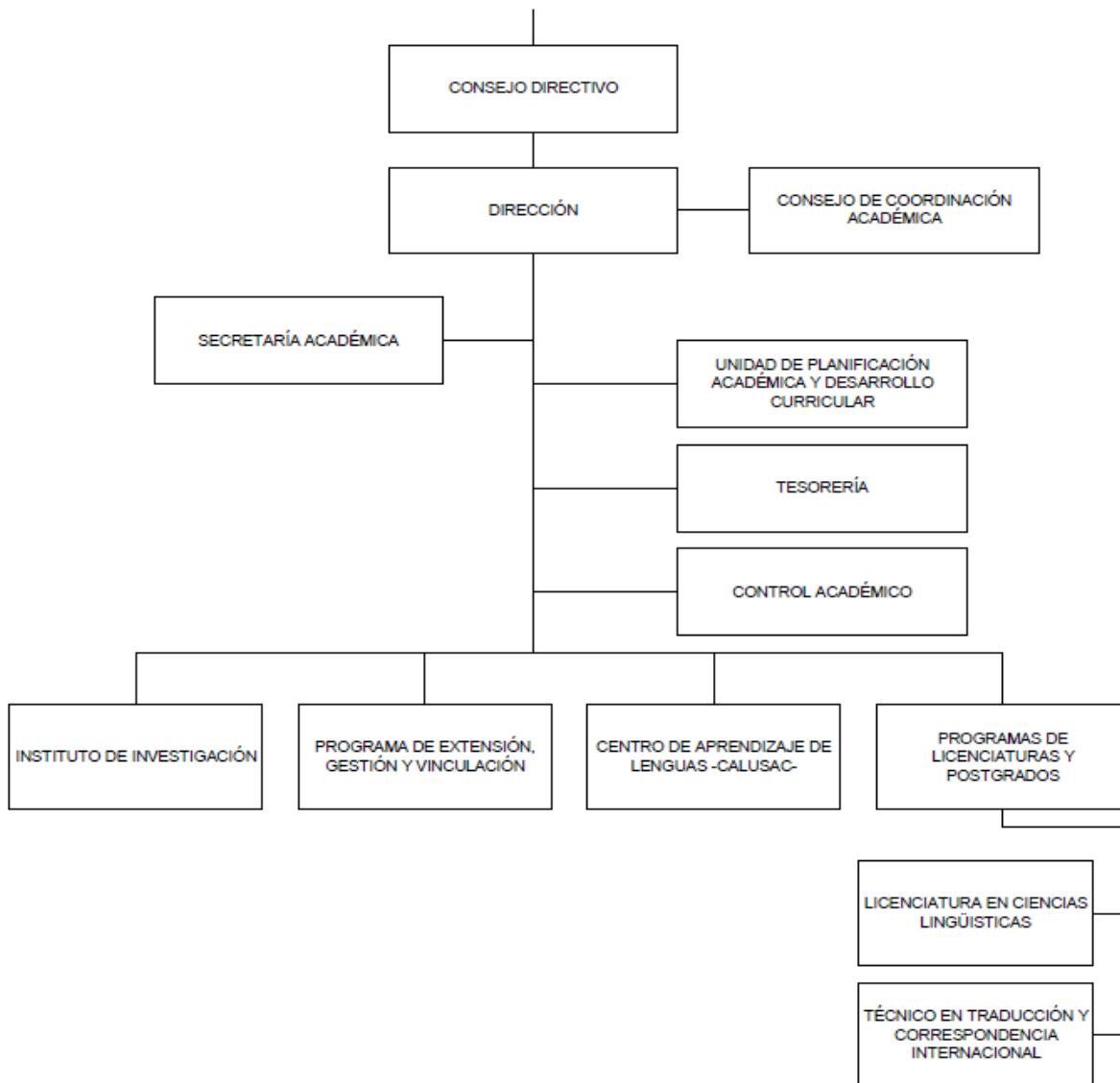
Municipalidad de Guatemala: el programa de Munijuven ofrece cursos de inglés a jóvenes, dichos son avalados por la Escuela de Ciencias Lingüísticas e impartidos por profesores del Centro de Aprendizaje de Lenguas

Embajada de Japón: el Gobierno del Japón ha realizado donaciones de equipo audiovisual al Centro de Aprendizaje de Lenguas

Embajada de Corea: la Embajada de la República de Corea en Guatemala creó un espacio en las instalaciones del Centro de Aprendizaje de Lenguas para que las personas interesadas o que deseen aprender sobre la cultura de este país, puedan hacerlo de manera dinámica.

## 1.5. Organigrama

### ORGANIGRAMA GENERAL ESCUELA DE CIENCIAS LINGÜÍSTICAS



Fuente: Manual de Organización Escuela de Ciencias Lingüísticas ( 2006)



## 1.6 Perfil de los trabajadores

Para el cumplimiento de los objetivos y funciones de la Escuela de Ciencias Lingüísticas, está organizado con los puestos siguientes:

**Tabla 1**  
**Perfil de los trabajadores CALUSAC**

Director Escuela no Facultativa	Trabajo de decisión superior que consiste en planificar, organizar, coordinar, dirigir y controlar actividades docentes y administrativas para el desarrollo, ejecución y consecución de objetivos, políticas, programas y planes de estudio de una Escuela No Facultativa de la Universidad y velar porque se cumpla lo resuelto por el Consejo superior Universitario, Rectoría y el Órgano de Dirección de la escuela que dirige.
Secretaria Académica	Trabajo de decisión superior que consiste en planificar, organizar, coordinar, dirigir y controlar actividades docentes y administrativas para el desarrollo, ejecución y consecución de objetivos, políticas, programas y planes de estudio de la Escuela No Facultativa de la Escuela de Ciencias Lingüísticas.
Secretaría IV	trabajo de oficina de alta responsabilidad y precisión, de completa discreción y alto grado de iniciativa para ejecutar tareas de apoyo a un superior responsable de la dirección y secretaría académica de la escuela no facultativa de ciencias lingüísticas.
Auxiliar de Registro I	Trabajo de oficina que consiste en realizar tareas auxiliares de registro de documentos y trámites concernientes a inscripción, calificaciones y movimiento de estudiantes de La Escuela de Ciencias Lingüísticas
Coordinador de Planificación	Trabajo de decisión superior que consiste en brindar asesoría a la Escuela de Ciencias Lingüísticas, así como formular y evaluar políticas y proyectos relacionados con administración, docencia, investigación y extensión, para cumplir con los fines de esta escuela.
Tesorero I	Trabajo de especialización que consiste en administrar, coordinar, ejecutar y supervisar actividades relacionadas con información y aplicación del manejo y control de fondos presupuestarios y demás servicios contables, En la agencia de tesorería de Escuela No Facultativa de Ciencias Lingüísticas.


Auxiliar de Tesorero II	Trabajo técnico que consiste en ejecutar diversas tareas auxiliares de cierta complejidad de tesorería o bien, ser responsable de las actividades de tesorería en la Escuela de Ciencias Lingüísticas
Auxiliar de Servicios I	Trabajo de servicio que consiste en realizar tareas relacionadas con limpieza, mensajería y aquellas auxiliares, manuales o mecánicas del área de oficina.
Mensajero I	Trabajo de servicio que consiste en distribuir correspondencia y otros documentos en su dependencia y en otras situadas dentro del campus de la Ciudad Universitaria.
Coordinador CALUSAC	Trabajo de dirección académica que consiste en planificar, organizar, dirigir, controlar y coordinador las actividades académicas y sociales del Centro de Aprendizaje de Lenguas – CALUSAC.
Sub-Coordinador CALUSAC	Trabajo de dirección académica que consiste en planificar, organizar, dirigir, controlar y coordinador las actividades académicas y sociales del Centro de Aprendizaje de Lenguas – CALUSAC-.
Secretaria II	Trabajo de oficina que consiste en transcribir notas, tomar dictados, enviar correspondencia, otras actividades vinculadas a trabajo secretaria, que requieren experiencia y conocimiento en un área específica
Oficinista II	Trabajo de oficina que consiste en realizar diversas tareas mecanográficas rutinarias y repetitivas, así como ejecutar otras labores auxiliares de apoyo en el proceso de trámites administrativos y/o académicos.
Oficinista I	Trabajo de oficina que consiste en realizar diversas tareas mecanográficas rutinarias y repetitivas, así como ejecutar otras labores auxiliares de apoyo en el proceso de trámites administrativos y/o académicos.
Auxiliar de medios audiovisuales	Es un puesto de trabajo que consiste en responsabilizarse por el buen uso y manejo de medios audiovisuales, velar por su buen funcionamiento, estar al servicio de los procesos de enseñanza-aprendizaje, informar sobre las condiciones del equipo de la Escuela No Facultativa de Ciencias Lingüísticas.

Fuente: elaboración propia con base en información del Manual de Organización Escuela de Ciencias Lingüísticas (2006)

## 1.7 Medios de comunicación virtual en CALUSAC

La comunicación virtual se refiere al uso de herramientas digitales como canal de comunicación. Se llama virtual porque se supone que no tiene un sustento material como los medios de comunicación tradicionales. El Centro de Aprendizaje de Lenguas cuenta con los siguientes medios de comunicación virtual, cada destacar que existen varios perfiles de páginas de seguidores en la plataforma Facebook.

**Tabla 2**  
**Medios de comunicación online**

Perfil	Número de seguidores
<p><a href="https://www.facebook.com/Calusac/">https://www.facebook.com/Calusac/</a></p> 	<p>10,700 seguidores</p>
<p><a href="https://www.facebook.com/calusacusacc/">https://www.facebook.com/calusacusacc/</a></p>	<p>12,230 seguidores</p>



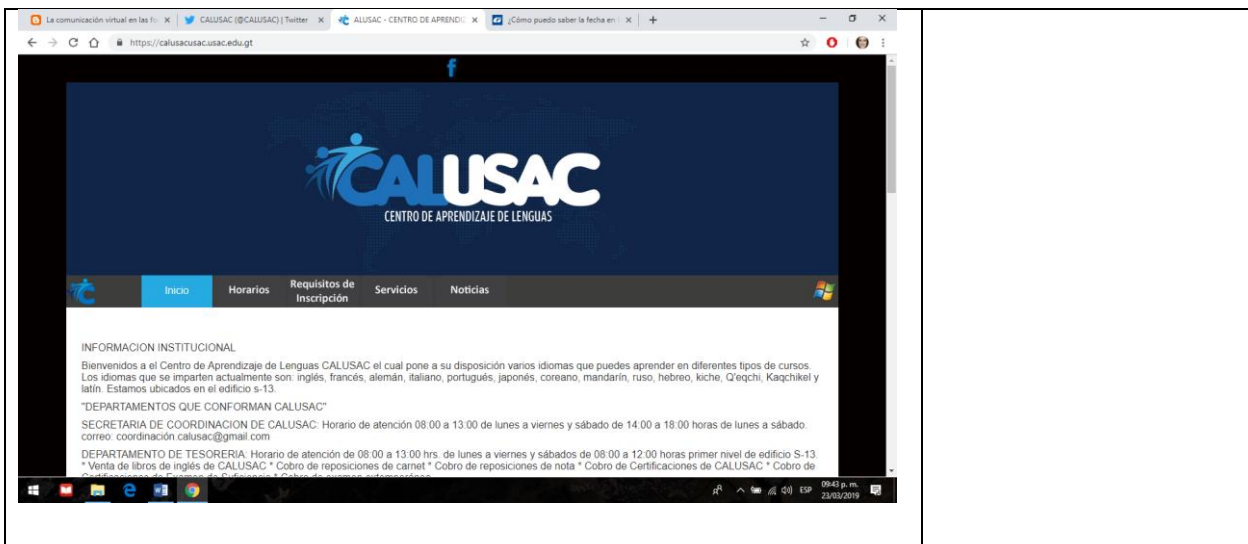
<https://twitter.com/calusac?lang=es>

Página web <https://calusacusac.usac.edu.gt/>

1,177 Seguidores

Creada en el mes de abril 2013

No brindaron el dato



Fuente: elaboración propia.

Asimismo, CALUSAC cuenta con los siguientes medios de comunicación offline

**Imagen 2**  
**Medios de comunicación offline**



**Trifoleares**



**Correo electrónico personal**



**Memorándum**



**Cartas impresas**



**Carteleras**



**Mantas vinílicas**

Fuente: elaboración propia

## 1.8 Herramientas para la gestión de información, conocimiento y administración:

El Centro de Aprendizaje de Lenguas, ha utilizado las siguientes herramientas para la gestión de información

- Uso de mantas vinílicas con la información de cuotas e inscripción, ubicadas afuera de sus instalaciones para brindar información al público en general. (ver anexos)
- Trifolear a institución cuenta con este material para informar al público sobre los idiomas que se imparte en CALUSAC, asimismo contiene los precios por inscripción y cuota mensual (ver anexos)
- Afiches con la información de los cursos, los docentes pueden acudir a Subordinación para solicitar este material, que ellos llenan y pegan en los alrededores de universidad o del Centro Regional (ver anexos).

## Capítulo 2

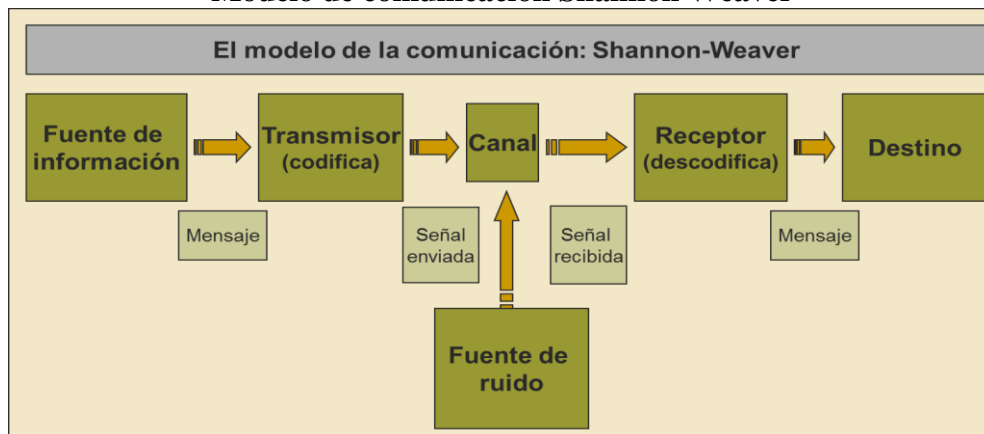
### Fundamentos epistemológicos

#### 2.1 La comunicación

La comunicación es un proceso mediante el cual dos o más sujetos intercambian información en doble dirección. Es un acto fundamental que permite a las personas ser y crecer, por lo que es esencial para el desarrollo de las sociedades. A lo largo de los años, se ha concluido que la comunicación es la forma en que los humanos conocen el mundo y, por lo tanto, es necesario resaltar aquellas ciencias dedicadas al estudio del individuo y su interacción con los demás seres. Esta interacción o comunicación, está formada mayoritariamente por signos, convirtiéndose en objeto de estudio de la semiología, la lingüística y la filosofía del lenguaje; además, de otras disciplinas que también se interesan por este contexto para el entendimiento de la evolución de las culturas y sus sociedades.

Para Aristóteles la comunicación es la “búsqueda de todos los medios posibles de persuasión” asimismo el autor señala que el proceso de comunicación está integrado por un orador, un discurso y el auditorio. Dichos elementos fueron retomados por S Shannon-Weaveres (1947) para plantear su modelo de comunicación

**Imagen 3**  
**Modelo de comunicación Shannon Weaver**



Fuente: <https://digitalconsentido.wordpress.com/2015/10/04/actual-modelo-comunicacional/>

### 2.1.1 Funciones de la comunicación

**Tabla: 3**  
**Funciones de la comunicación**

<b>Funciones de la comunicación</b>	<b>Relación con la propuesta de soluciones</b>
<b>Fática:</b> Esta función se centra en el canal y trata de todos aquellos recursos que pretenden mantener la interacción. El canal es el medio utilizado para el contacto.	Con la implementación de la intranet de CALUSAC, se pretende establecer una comunicación fluida entre el personal docente y las autoridades.
<b>Referencial</b> Esta función se centra en el contenido o “ <i>contexto</i> ” entendiendo este último “en sentido de referente y no de situación”. Se encuentra esta función generalmente en textos informativos, narrativos,	Al implementar un entorno virtual para la comunicación entre el personal docente y administrativo, también se organizará y colocará información importante de la institución: manuales, formularios para solicitud de permiso, vacaciones etc.
<b>Apelativa:</b> aquella en la que se busca una respuesta del enunciatario, un cambio en la manera de pensar o una conducta específica	Al incorporar un canal de Youtube a los medios de comunicación se brinda a la institución un espacio donde se puede consolidar su imagen institucional
<b>Conativa</b> Se espera que la acción, comportamiento o cambio en las personas sea tal cual como se pide que sea. En algunos casos se sabe que existen consecuencias en algún nivel, si no se consigue la respuesta esperada.	Tomando en consideración que la comunicación se ha expandido al uso de nuevas tecnologías, es necesario reconocer las redes sociales como canales de comunicación entre CALUSAC y la población a la cual atiende, por ello es importante establecer normas de uso y publicación de contenidos ya que estos ayudan a fortalecer la identidad corporativa

## 2.2 Comunicación interna

Es el conjunto de actividades efectuadas por una organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, gracias al uso de diferentes medios para mantenerlos informados, integrados y motivados a fin de contribuir con su trabajo al logro de los objetivos de la empresa (Fernández, 2005, p 20).



Capriotti señala que la comunicación Interna es contar a la Organización lo que la Organización está haciendo. Esta noción tiene un marcado carácter informacional, ya que es una perspectiva en la que se busca informar al personal de las noticias que suceden en la empresa. (1998, p 39). En esta comunicación no se intenta la participación de los miembros de la empresa, sino que solamente se tiene la intención de transmitirles informaciones (las que el área responsable de comunicación interna considere como interesantes. Por su parte Soria (2008) definen como comunicación interna el proceso mediante el cual un individuo o una de las subpartes de la organización se pone en contacto con otro individuo u otra subparte, lo que indica que la comunicación es una herramienta de trabajo importante con la cual los individuos pueden entender su papel y se pueden desempeñar de acuerdo con él en la organización.

### 2.3 Comunicación externa

Se entiende por comunicación externa al proceso que consiste en enviar información desde la institución o empresa hacia los actores y agentes externos a través de los medios de comunicación social. Morales (2009) por su parte, afirma que la comunicación externa es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos de la empresa, así como también ayuda a proyectar una imagen favorable de la compañía, de las actividades, productos y servicios brindados por ellos.

Por su parte Bartoli (1992) clasifica la comunicación *externa* en a) operativa: aquella que se realiza de forma diaria con los clientes, proveedores y administradores de las empresas; b) *estratégica* cuyo objetivo es conocer a la competencia c) *notoriedad*: su finalidad es dar a conocer a la empresa.

### 2.4 Comunicación virtual

Martínez y Solano (2003) sostienen que la comunicación virtual es el proceso mediante el cual se crea, intercambia y comparte información en entornos virtuales generados por los sistemas computacionales. Por su parte, Ruiz (2008) señala que la comunicación virtual tiene elementos como espacio, tiempo, conectividad y valor, que al ser concatenados aportan un nuevo sentido a la comunicación.

Esta comunicación tiene la característica que permiten interactuar con personas de diversos lugares sin estar físicamente presentes. Este tipo de comunicación tiene varias ventajas: a) Permite compartir información de un modo mucho más rápido y eficaz que otros métodos de comunicación tradicionales, b) ofrece al público información actualizada en todo momento., c) El bajo costo permite que la comunicación digital se encuentre al alcance de todos, d) amplia gama de recursos y herramientas disponibles e) Permite la interacción entre los diferentes colaboradores de una institución o empresa. O bien el intercambio de información entre la institución y el usuario o la empresa y cliente.

Esta comunicación se puede realizar por medio de las redes sociales, mensajería instantánea, correo electrónico, blogs, chats, foros, entre otros, ya que permiten muchas posibilidades en cuanto a formas de transmitir la información. Por ejemplo, las imágenes, los vídeos, las animaciones, los audios son algunas de las técnicas más utilizadas por la gran mayoría de empresas e instituciones.

## 2.5 Redes sociales y la comunicación

Para comenzar se define el término Red Social para Aguirre (2011)

La red social es una estructura social compuesta por un conjunto finito de actores y configurada en torno a una serie de relaciones entre ellos, que se puede representar en forma de uno o varios grafos. Los grafos se componen de nodos que representan actores, y aristas que representan las relaciones entre ellos. (p.19)

Una red social está integrada por tres elementos: actores que pueden ser individuos, grupos o instituciones, los cuales son representados por los nodos; el segundo elemento son las relaciones entre los actores y el último elemento son los límites de la red.

Según el nivel de análisis las redes se clasifican en: egocéntricas, socio céntricas y redes de sistemas abiertos.

**Redes egocéntricas:** Los actores centrales en estas redes pueden ser personas, grupos y organizaciones. En estas redes se puede llegar a conocer la cantidad de actores conectados, los

vínculos que existen entre cada uno de los actores y algunas características. El objetivo es analizar cómo evoluciona el comportamiento, las opciones y las preferencias de cada actor en relación con los vínculos que establece dentro de la red.

**Redes socio céntricas.** Explica las propiedades de un grupo de conexiones existentes entre un grupo de nodos definidos previamente por la existencia de una entidad que ocurre previamente o por un criterio que se indica por el investigador. En el estudio socio céntrico o de redes completas, se incluye en el conjunto actores las relaciones conocidas que ocurren entre ellos, así en el fenómeno que representan las redes es necesario conocer o suponer aspectos relevantes de las relaciones entre sus actores.

**Redes de sistemas abiertos.** En este tipo de redes las líneas fronterizas no están claramente definidas, razón por la cual se dificulta su estudio.

## 2.6 Facebook

Es una red social gratuita que ayuda a mantener contacto con amigos, familiares o conocidos alrededor del mundo. Además, permite generar relaciones profesionales al establecer contacto directo con empresas o perfiles de usuario. Por sus características, ofrece la oportunidad de conocer más gente y compartir con otros usuarios publicaciones, música, videos, aplicaciones, juegos y fotografías.

Las ventajas de utilizar esta red son: Incremento de la visibilidad y marketing gratuito para la organización, fidelizar a los usuarios brindando información constante y actualizada detecta las reacciones de los usuarios frente a las campañas que se lanzan en este medio y con ello se fortalece la imagen de la marca.

En esta red social los usuarios pueden crear una cuenta según sus necesidades

- Personal:** esta opción es la que más usuarios utilizan para compartir con todos sus amigos la información que gusten. Esta opción permite generar un espacio personalizado y subir fotografías, videos, o bien, hacer publicaciones de la cotidianidad de las personas.
- Grupo:** son creados por usuarios de Facebook con la finalidad de reunir personas con intereses en común. Estos grupos permiten añadir fotos, videos, mensajes, compartir enlaces, actualizar el estado del grupo, crear álbumes de fotos, comentar y recomendar el grupo, todo relacionados con el tema por el cual se ha fundado el grupo
- Página oficial:** las páginas se crean con fines específicos y, a diferencia de los grupos, no contienen foros de discusión ya que se enfocan en promocionar marcas o personalidades

Fuente: elaboración propia con base en información del manual de Facebook

## 2.7 Instagram

Es una plataforma social donde se comparten fotografías. Utilizar este medio social ofrece oportunidades de marketing y publicidad para profesionales, negocios y marcas. Las ventajas de su uso en una estrategia de comunicación son; a) aumentar visibilidad de la marca b) generar visibilidad y fidelización c) crea imagen de marca d) muestra productos y uso de los mismos e) se obtiene la retroalimentación de los clientes o seguidores.

## 2.8 Twitter

Twitter es un servicio de microblogging, con sede en San Francisco, California, EE.UU, con filiales en San Antonio y Boston en Estados Unidos. Twitter, Inc. fue creado originalmente en California, pero está bajo la jurisdicción de Delaware desde 2007.

## 2.9 Youtube

Es un sitio web dedicado a compartir videos de distinta variedad tales como: clips, películas, programas de televisión, tutoriales entre otros. Fue creado por tres antiguos empleados de PayPal en febrero de 2005 y, en octubre de 2006 fue adquirido por Google. Es el sitio web de su tipo más utilizado en internet.

YouTube ofrece diferentes ventajas, según datos brindados en la sección *cifras sobre YouTube*, el sitio cada mes es visitado por 1,900 millones de usuarios cuyas edades oscilan entre 18 a 34 años, su versión móvil tiene más vistas que los canales de TV. Según el informe publicado por We Are Social y Hootsuite en el 2018 YouTube ocupó el segundo lugar en el listado de redes más utilizadas en el mundo.

Por esta razón esta red social, es de suma importancia al momento de planear una estrategia de comunicación, debido al alcance de la misma.

## **Capítulo 3.**

### **Metodología**

#### 3.1 Método y tipo de investigación

Para la realización de esta investigación se utilizó el método deductivo-inductivo, porque se parte de los datos generales a una conclusión particular, y con ello se elaboró una estrategia de comunicación virtual interna y externa la cual se adaptó a las necesidades de la Institución.

##### 3.1.1 Tipo de investigación y enfoque

Se considera que esta investigación es descriptiva, pues en base a la recopilación e interpretación de datos se describe el problema de la comunicación interna y externa en la Escuela de Ciencias Lingüísticas y se basó en un enfoque *mixto* por cuanto se realizó una combinación del enfoque cuantitativo y cualitativo.

#### 3.2 Objetivos

##### 3.2.1 Objetivo General

Determinar la situación de la comunicación virtual en el Centro de Aprendizaje de Lenguas de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

##### 3.2.2 Objetivos Específicos

- Describir la percepción del docente del Centro de Aprendizaje de Lenguas acerca de la cultura digital de la institución.
- Determinar los medios de comunicación que posee el Centro de Aprendizajes de Lenguas de la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala
- Describir los medios de comunicación virtual que posee el Centro de Aprendizaje de Lenguas de la Escuela de ciencias Lingüística de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### 3.3 Técnica

#### 3.3.1 La observación

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Se empleó una guía de observación para identificar los aspectos relacionados a comunicación interna y externa del Centro de Aprendizaje de Lenguas.

#### 3.3.2 Entrevista semi-estructurada

Hernández (2014), expone que las preguntas abiertas se codifican una vez que conocemos todas las respuestas de los sujetos de estudio a los cuales se les aplican. El procedimiento consiste en encontrar y dar nombre a los patrones generales de respuesta. Será una entrevista semi-estructurada con preguntas dirigidas a personas claves.

#### 3.3.3 Encuesta.

Se utilizó una encuesta auto aplicada y con preguntas cerradas a personal administrativo y docente de la Escuela de Ciencias Lingüísticas para obtener datos cuantitativos.

### 3.4 Instrumentos

#### 3.4.1 Guía de Observación

Para evaluar los mecanismos de comunicación interna y externa que utiliza la Escuela de Ciencias Lingüísticas. (ver anexos)

#### 3.4.2 Guía de entrevista

Se aplicará la guía de entrevista para obtener las opiniones y percepción sobre la situación de la comunicación dentro de la institución para ello se entrevistará al Director de la Escuela de Ciencias Lingüística, a la Secretaria Académica y encargada de control académico. (Ver anexos)

### 3.4.3 Cuestionario cerrado

Se elaboró un cuestionario con preguntas enfocadas a la temática de la investigación. Para lograr precisión en las respuestas de los sujetos, el instrumento contará con una combinación de preguntas, en Escala de Likert. Se aplicó a los coordinadores, docentes y estudiantes de la institución para establecer cómo está la situación interna y externa de la institución

## 3.5 Población y muestra

### 3.5.1 Población

La población de la Escuela de Ciencias Lingüísticas consta de 17 trabajadores, 16 coordinadores de idiomas, 100 docentes que imparten cursos de idiomas, 13 docentes que imparten clases en las carreras de Traducción y 6000 estudiantes inscritos en CALUSAC durante el tercer bimestre del presente año.

### 3.5.2 Muestra

Se empleó el muestreo por conveniencia, por la facilidad y disponibilidad de los docentes y estudiantes a formar parte de la muestra en un determinado tiempo.

**Tabla 4**  
**Muestra**

<b>Características</b>	<b>Cantidad seleccionada</b>
Docentes de idioma ingles que impartieron clases en el plan dominical, en la sede central de CALUSAC, durante el tercer bimestre del año 2018	22
Estudiantes hombres y mujeres de 18 a 50 inscritos en el nivel 1 de idioma ingles del plan dominical	60
Estudiantes hombres y mujeres de 18 a 50 inscritos en el nivel 16 de idioma ingles del plan dominical.	45
Total	127

Fuente: elaboración propia



Finalmente, se entrevistó a la coordinadora de General de CALUSAC, a la subcoordinadora, al director general de CALUSAC, a la Secretaria Académica y a la encargada de control académico.

### 3.6 Método de análisis

Una vez recopilada la información, a través de los instrumentos de medición, se procedió al tratamiento estadístico de los datos obtenidos. En el caso de los instrumentos cuantitativos, cuestionario cerrado, se realizó un conteo de la frecuencia de incidencias por cada pregunta planteada. Al tener los resultados se vaciaron en un matriz en Excel y luego se trasladaron a histogramas realizados a partir de un programa informático para su representación en graficas de pie con sus respectivos porcentajes.

Para analizar los datos cualitativos obtenidos por medio de la guía de entrevista y dado su contenido cualitativo, se elaboró una matriz descriptiva con espacios destinados a consignar las preguntas hechas a entrevistados y sus respuestas.

## **Capítulo 4.**

### **Análisis de resultados**

En el contexto actual, la construcción de la imagen de una institución, su reputación y la percepción que se tenga sobre esta, pasa irremisiblemente primero por los miembros que la integran, quienes ayudan a construir dicha imagen y reputación, ya que ellos son los encargados de impulsar, fortalecer y posicionar a la institución. Pero para lograrlo esto es necesario la construcción y fortalecimiento de la comunicación interna para poder reflejar sin debilidades, la fortaleza institucional.

Por otro lado, los mecanismos de comunicación virtual externa deben estar debidamente estructurados y planificados, para que la información sea difundida de manera clara y oportuna, las instituciones tienen que elaborar y promover los procesos de comunicación tanto a lo interno como a lo externo para lograr difundir, sus políticas, principios y su oferta académica. Sin embargo, la Escuela de Ciencias Lingüísticas aún no cuentan con un alto nivel de comunicación; no existe una comunicación abierta y fluida que ayude a encontrar alternativas viables que permitan una adecuada interrelación y una estrecha conexión entre la comunicación tanto dentro como fuera de la institución.

#### **4.1 Análisis de la comunicación**

##### **4.1.1 Comunicación vertical**

Se denomina comunicación vertical a aquella que fluye ascendente o descendentemente entre subordinados y superior. Esta comunicación permite regular y controlar la conducta de los subordinados en aspectos tales como: instrucciones y planificación de las tareas, información relativa a procedimientos, prácticas, políticas, valoración del rendimiento de los empleados. La comunicación vertical fluye en dos direcciones, clasificándose en: comunicación Descendente y Ascendente (Alvarado, 2010).

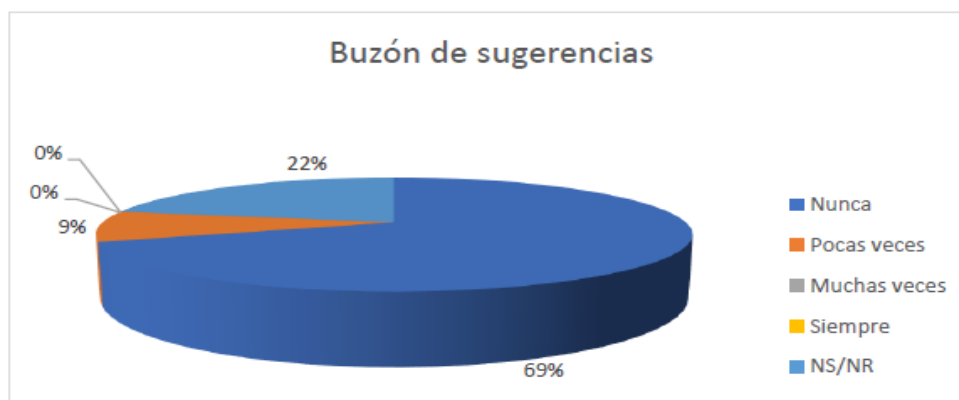
#### 4.1.2 Comunicación ascendente y los medios virtuales

Según Ivancevich, J, Konopaske R, Matteson M. (2006) la comunicación ascendente es aquella modalidad en donde la información fluye de abajo arriba, desde los subordinados a sus superiores y de éstos a los niveles de dirección; en el caso de CALUSAC las autoridades Director y Secretaria Académica, emplean una política de puertas abiertas, esto implica que cualquier empleado puede hablar o bien concertar una reunión, esta política se realiza para que fluya la información, y exista mayor contacto cara a cara con el fin de estar más al tanto de problemas dudas y conflictos que aquejen a los trabajadores.

No obstante, pese a practicar esta política de puertas abiertas, solo es funcional para los trabajadores de la sede central de CALUSAC, para los trabajadores de las sedes regionales, los medios de comunicación son: correo electrónico y llamadas telefónicas.

Según la Subcoordinadora General de CALUSAC, estos medios son los que mejor funcionan con los docentes y personal de las Sedes Regionales que posee CALUSAC. También existen dos buzones de sugerencias, ubicados en el edificio S13 y CALUSAC, antiguo; sin embargo, debido a la ubicación estos no son funcionales, al momento de aplicar la guía de observación fue difícil establecer su ubicación, al preguntar al personal docente su uso, un 69% manifestaron nunca emplear este medio para comunicar alguna idea, asimismo las autoridades de CALUSAC indicaron que son pocas las sugerencias recibidas por este medio.

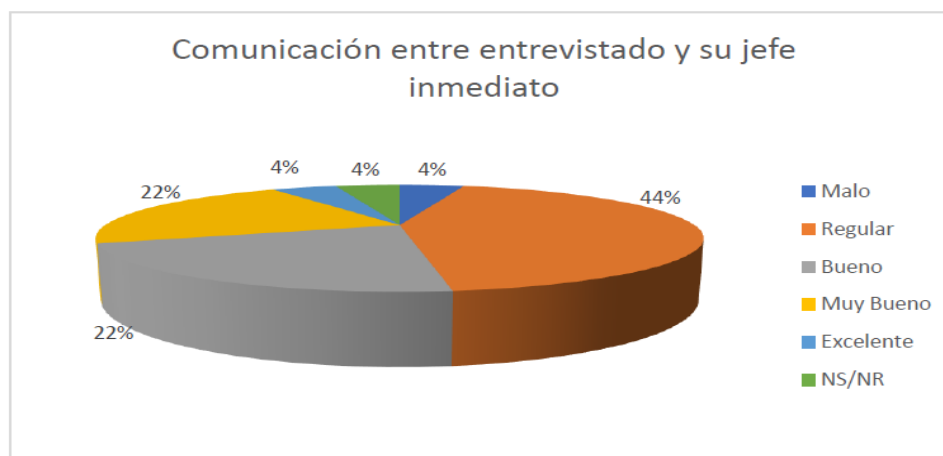
Gráfica 1



Fuente: Elaboración propia (septiembre, 2018)

Ahora bien, la comunicación entre el docente y su coordinador oscila entre regular (44%) y buena (22%); como se observa en la gráfica número dos fueron pocos los docentes encuestados que indicaron tener muy buena comunicación con su coordinador.

**Gráfica 2**



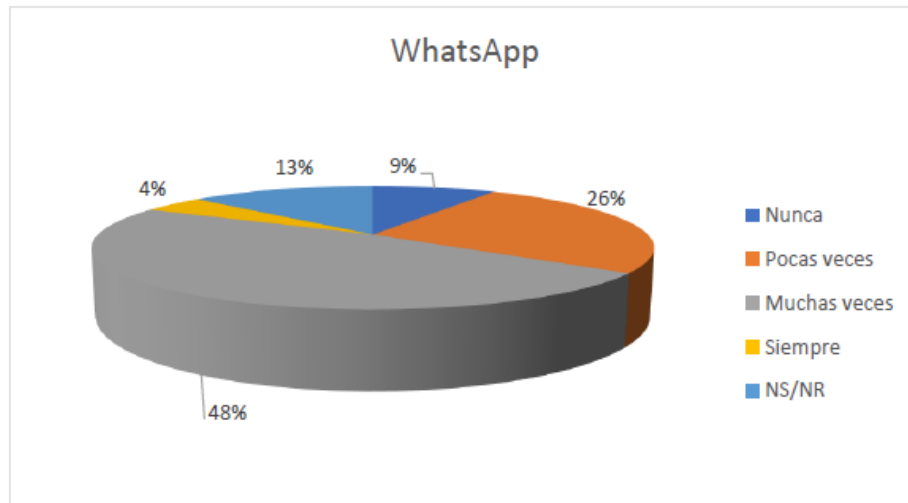
Fuente: Elaboración propia (septiembre, 2018)

#### 4.1.3 Mensajería instantánea y comunicación descendente

Es el tipo de comunicación formal más básico y tradicionalmente utilizado surge de la alta dirección y desciende de forma vertical hacia los niveles inferiores. Su misión es transmitir instrucciones y órdenes basadas en las actividades que se han de realizar y objetivos que se deben conseguir por todos y cada uno de los miembros que la forman, así como todos aquellos aspectos que son necesarios para su correcto funcionamiento. (Ortiz, 2010)

Las autoridades de CALUSAC optaron por crear grupos de WhatsApp, para cada jornada de trabajo, de tal manera que existen uno para la jornada matutina, vespertina de lunes a viernes y grupos para el plan del sábado y otro para el domingo. Siendo el medio que más utilizan el personal docente y administrativo de CALUSAC para comunicarse, si se observa la gráfica número tres un 48% de encuestados aseguran emplear dicho medio.

**Gráfica 3**



Fuente: Elaboración propia (septiembre, 2018)

Según información brindada por las autoridades, en años anteriores los coordinadores, implementaron esta modalidad para obtener una comunicación con mayor fluidez, sin embargo, debido a la falta de reglas y controles, estos grupos eran utilizados para enviar cualquier tipo de información no oficial, fotos, videos, chistes etc. Propiciando que la mayoría de integrantes salieran de estos grupos.

Otros medios empleados son las circulares, (44%) memorando, (39%) correo electrónico, (39%) cartelera de anuncios (35%) en los salones de profesores, lo cual se constató en la observación, pero también se logró evidenciar un medio de comunicación escrita informal empleado por la Tesorería, el personal coloca anuncios o mensajes a la par del reloj de ingreso con el objetivo de hacer llegar al personal docente de CALUSAC, información sobre sus contratos o pagos.

Las áreas de Control Académico y Tesorería emplean páginas de Facebook, para enviar información al personal, al revisar la página Control Académico Calusac Docentes, se constató que solo 65 personas están adscritas a dicha página y la última publicación fue en agosto de 2018. Ver imagen No.4

## Imagen No 4

### Perfil de Facebook Control Académico



Fuente: Facebook Calusac Docentes

La página de Facebook Tesorería Escuela de Ciencias Lingüística posee 115 seguidores, el personal público con mayor frecuencia, pero al solicitar retroalimentación la respuesta se da hasta 3 o 4 días después. Ver imagen No 5

## Imagen No 5

### Perfil de Facebook Tesorería Escuela de Ciencias Lingüísticas



Fuente: Facebook Tesorería Escuela Ciencias Lingüísticas

Finalmente, se logró constatar que existen medios de comunicación que nunca se han utilizado o bien se emplearon pocas veces por el personal de CALUSAC, tal y como se demuestra a continuación.

**Tabla 5**  
**Medios de comunicación offline**

Ítems	Nunca	Pocas veces	Muchas veces	Siempre
Cartas	65%	13%	4%	0%
Revista de la Escuela	70%	13%	0%	0%
Boletín	52%	26%	4%	0%
Intranet	65%	0%	9%	4%
Comida informativa	56%	22%	0%	0%
Videoconferencias	69%	9%	0%	0%
Reuniones	9%	52%	22%	0%

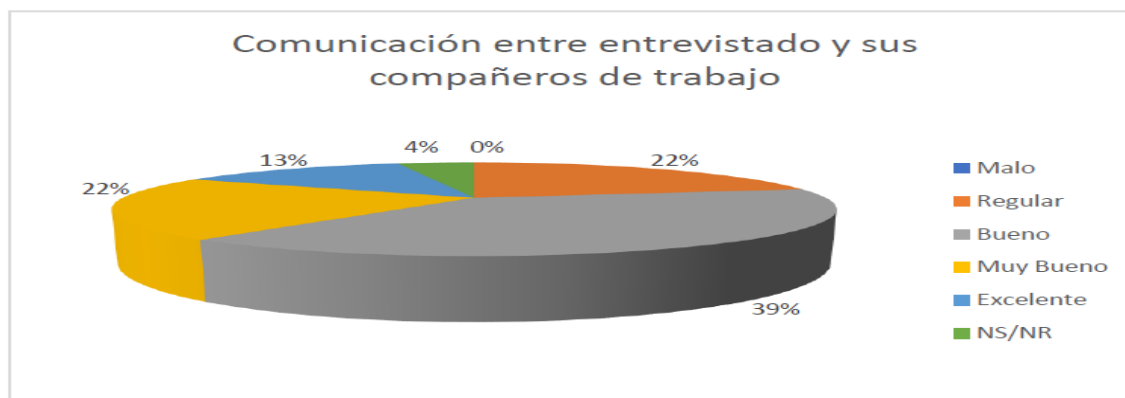
Fuente: elaboración propia (septiembre, 2018)

#### 4.1.4 Comunicación horizontal

Es la que se produce entre personas y departamentos que están en un mismo nivel jerárquicos por lo tanto se desplaza siguiendo las líneas horizontales del organigrama en sus diferentes niveles produciendo un intercambio de información entre compañeros o iguales. (Ortiz, 2010)

Según los resultados obtenidos en las encuestas, la comunicación entre el personal y su jefe inmediato es en su mayoría buena, 39%, como se evidencia en la gráfica No 4.

**Gráfica No 4**

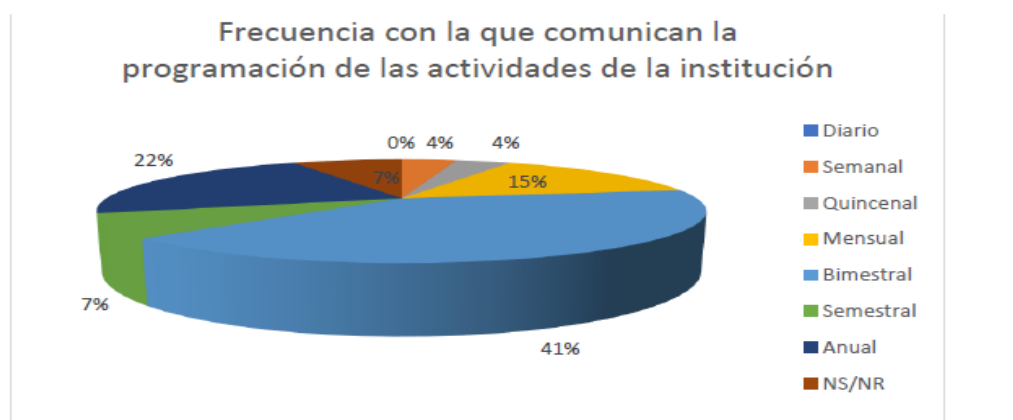


Fuente: elaboración propia (septiembre, 2018)

#### 4.1.5 Barreras de Comunicación en CALUSAC

A pesar de contar con grupos de WhatsApp para enviar información oficial, la institución no posee ninguna red interna que permita interactuar con su personal, la mayoría de la comunicación se realiza de forma verbal, y se traslada cada dos meses a los docentes, como se demuestra en la gráfica No 5, donde un 41% de personas encuestadas, manifestaron dicho proceder.

**Gráfica No 5**

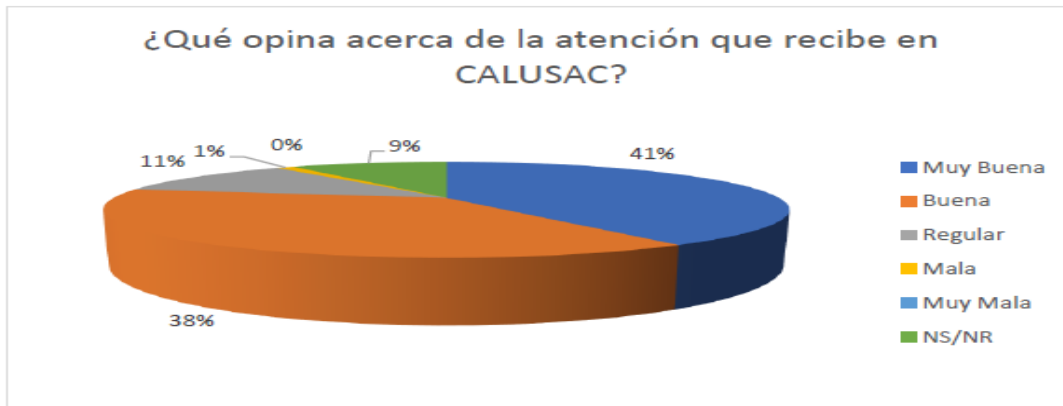


Fuente: elaboración propia (septiembre, 2018)

En relación con la atención que CALUSAC brinda a sus usuarios, la mayoría de las personas encuestadas consideran recibir una muy buena atención en CALUSAC, como se observa en la gráfica. Esta información indica que el estudiante de CALUSAC, se siente cómodo con la institución.



**Gráfica No 6**

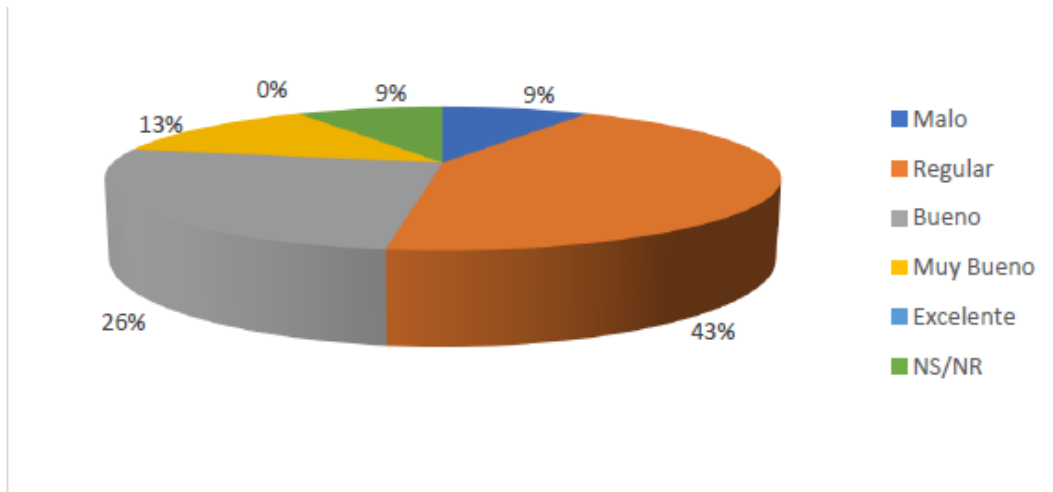


Fuente: Elaboración propia (septiembre, 2018)

Sin embargo, por medio de la encuesta aplicada también se logró identificar que la atención que brinda CALUSAC, podría mejorar si se implementa otros medios de comunicación para los estudiantes.

**Gráfica No 7**

**Atención hacia los estudiantes de CALUSAC.**



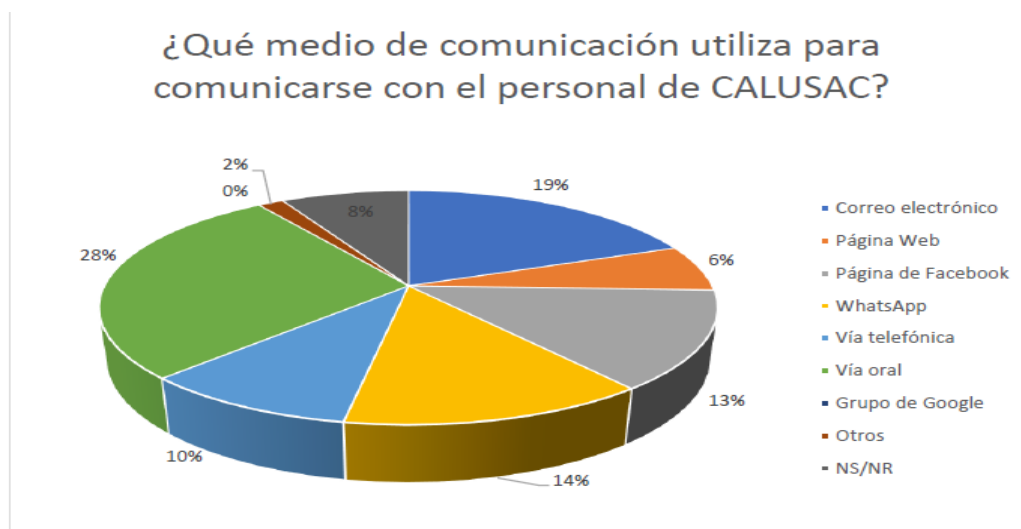
Fuente: Elaboración propia (septiembre, 2018)

## 4.2 Análisis de la comunicación virtual externa:

Luego de aplicar los instrumentos de investigación en CALUSAC, se determinó que los medios de comunicación externa que posee son: trifolios con información de CALUSAC, idiomas, cursos, precios y horarios. También cuenta con afiches estandarizados que se reparten a los coordinadores de cada idioma para realizar publicidad en cada sede regional, adicionalmente se realizan mantas vinílicas con la información de precios y horarios de los cursos que imparten en CALUSAC. (ver anexos)

Adicionalmente CALUSAC cuenta con una página web donde se imparte cursos online <https://calusaonline.org/ecc.php>, también a inicios de esta investigación CALUSAC contaba con un dominio <https://calusac.usac.edu.gt/> sin embargo, este dominio ya no funciona, según la información brindada por la persona encargada, el director en conjunto con la coordinadora general de Inglés y la encargada de control académico, tienen planificado, que en noviembre se habilite la nueva página de CALUSAC, donde los estudiantes obtengan información y los docentes puedan comunicarse con ellos, puesto que hoy en día la comunicación con los estudiantes es por vía oral (28%) y no por medios digitales.

**Gráfica No 8**



**Fuente: Elaboración propia (septiembre, 2018)**

Por otra parte, CALUSAC posee página de Facebook, pero al buscador la dirección se despliegan tres opciones (ver imagen No 3) la primera página tiene 7,332 seguidores, la segunda página 23,821 seguidores y la última página posee 65,000 seguidores, por ello las autoridades están en el proceso de certificar esta página. Sin embargo, para el usuario que se aventura a buscar por primera vez información de CALUSAC en Facebook, puede resultar estresante diferenciar cuál es el sitio oficial de la institución, puesto que los dos últimos poseen el mismo nombre y su única diferencia es la foto de perfil.

Y si a esta situación se le agrega las páginas de Facebook, creadas por los docentes y coordinadores de sedes regionales, que oscilan entre 30 páginas, se obtiene duplicidad de resultados lo cual puede crear confusión, desconfianza y en algunos casos puede generar una imagen poco profesional.

### Imagen No 6

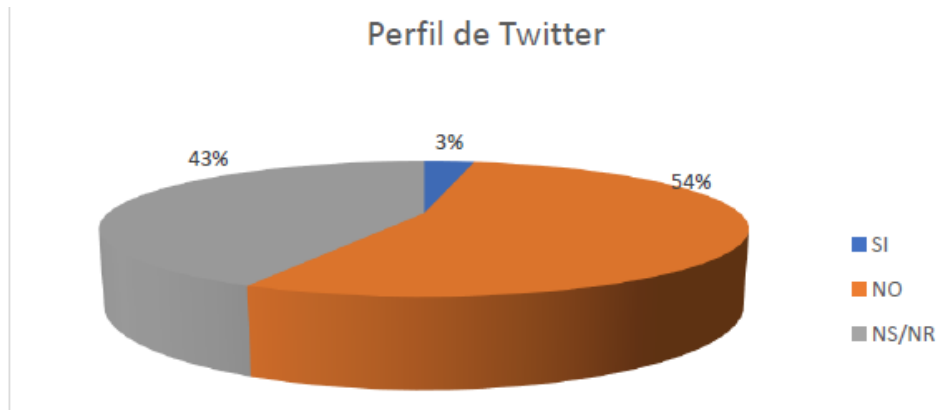
#### Perfiles de CALUSAC en Facebook



Fuente: elaboración propia (septiembre, 2018)

Otra red social que posee CALUSAC, es una cuenta en twitter @CALUSAC, creada en abril de 2013 en la actualidad posee 1,177 seguidores y se encuentra activa, sin embargo, no es muy conocida, al preguntar a los estudiantes el 54% no conoce esta cuenta.

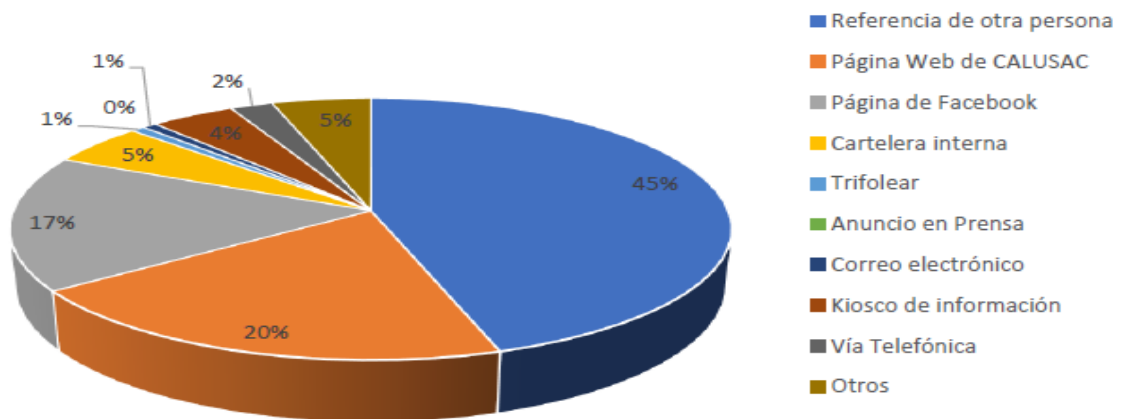
**Gráfica No 9**  
**Perfil de Twitter**



Fuente: Elaboración propia (septiembre, 2018)

Para concluir CALUSAC, no posee otras redes sociales como Instagram o Youtube. y las múltiples páginas de Facebook con el nombre de CALUSAC, ha influenciado en la forma de comunicación externa de la institución, puesto que la mayoría llega a estudiar en las aulas de la institución, por referencia de otra persona 45%.

**Gráfica No 10**  
**¿Por qué medio se enteró de los cursos que ofrece CALUSAC?**



Fuente: elaboración propia (septiembre, 2018)

### 4.3 Análisis de la identidad e imagen corporativa

La identidad corporativa es aquella que se dedica a crear, promover y mantener la identidad de la institución, así como de establecer relaciones amistosas, efectivas y de cooperación entre la organización y sus públicos.

Capriotti (2009) define que la identidad corporativa establece que hay diversas opiniones, pero concluye en que dentro de la literatura internacional sobre Identidad Corporativa se pueden reconocer 2 grandes concepciones: a) Enfoque del Diseño y b) el Enfoque Organizacional. A continuación, se analiza la identidad e imagen de CALUSAC

#### 4.3.1 Signos:

El nombre de la Institución es Centro de Aprendizaje de Lenguas y su abreviatura es CALUSAC, aparece en los trifoliales, carteleras y mantas vinílicas, sin embargo, existe una población que aún no conoce el significado de las siglas, según las encuestas un 39% indicaron desconocer el significado de CALUSAC.

La organización ha tenido varios logos. en algunos no se utilizan los colores de la universidad.

#### Imagen 7

#### Logos de CALUSAC



Fuente: elaboración propia con base en la información investigada.

#### 4.3.2 Análisis FODA

**Tabla 5**  
**FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<p>Oferta de enseñanza de 14 idiomas diferentes</p> <p>Personal docente capacitado por medio del programa Académico de Desarrollo Profesional.</p> <p>Servicio de internet en edificio central</p> <p>Reuniones de personal cada bimestre.</p> <p>Alianzas con facultades de la universidad</p> <p>Vinculación con cooperación internacional.</p> <p>Vinculación con municipalidades para programas de ingles</p> <p>Presencia de CALUSAC en la mayoría de departamentos, cuenta con 23 sedes regionales</p> <p>Uso de medios de comunicación escritos: Trifolear de información</p>	<p>Institución con más de 30 años de experiencia en la enseñanza de idiomas</p> <p>Demanda de cursos de idiomas</p> <p>Institución autofinanciable</p> <p>Expansión de la oferta de cursos al ámbito virtual</p> <p>Capacitación del docente por medio de la DDA</p> <p>Intercambio de docentes con otros países</p> <p>Diseño e implementación de página web</p> <p>Diseñar material audiovisual para promocionar la institución.</p>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>Personal docente con contrato a término, genera inestabilidad laboral</p> <p>Deserción del estudiante y cierre de secciones</p> <p>Falta de estandarización del contenido de las redes sociales y sedes regionales</p> <p>Falta de capacitación en atención al usuario y en herramientas virtuales</p> <p>Falta de un área encargada de la comunicación externa e interna en la institución.</p> <p>Falta de evaluación periódicas al personal</p> <p>La comunicación es descendente y no existe feedback.</p> <p>No cuenta con intranet se limitan a medios escritos de difusión y grupos de WhatsApp.</p> <p>Poca utilización de las Tics en la enseñanza de otros idiomas</p> <p>Inexistencia de un plan de comunicación</p>	<p>Escuelas de idiomas en la capital</p> <p>Saturación de información al estudiante que no permite discernir la real de la falsa</p> <p>No toda la información llega a los docentes en tiempo</p>

Fuente: elaboración propia

#### 4.3.3 Alternativas entre fortalezas y oportunidades

- Se puede fortalecer la atención a los estudiantes por medio de la implementación de cursos *online* de todos los idiomas.
- Realizar un video con la misión, visión y logros de la institución para subirlo a las redes sociales de la universidad y otros medios de difusión.
- En la reunión bimestral que el personal docente realiza, se pueden incluir capacitaciones sobre diversos temas.

#### 4.3.4 Alternativas entre debilidades y oportunidades

- Incluir cursos de atención al estudiante, para el personal administrativo de CALUSAC
- Por medio de la Dirección General de Docencia y la unidad de educación virtual los docentes de CALUSAC podrán acceder a taller de capacitación relacionadas con el manejo de las TICs
- Al implementar el área de comunicación encargada de gestionar y monitorear medios de comunicación virtual de CALUSAC logra atraer a más población a los cursos.
- Solicitando ayuda a la unidad de Educación Virtual CALUSAC se puede requerir la creación de usuarios en las plataformas virtuales que maneja la Universidad de San Carlos de Guatemala

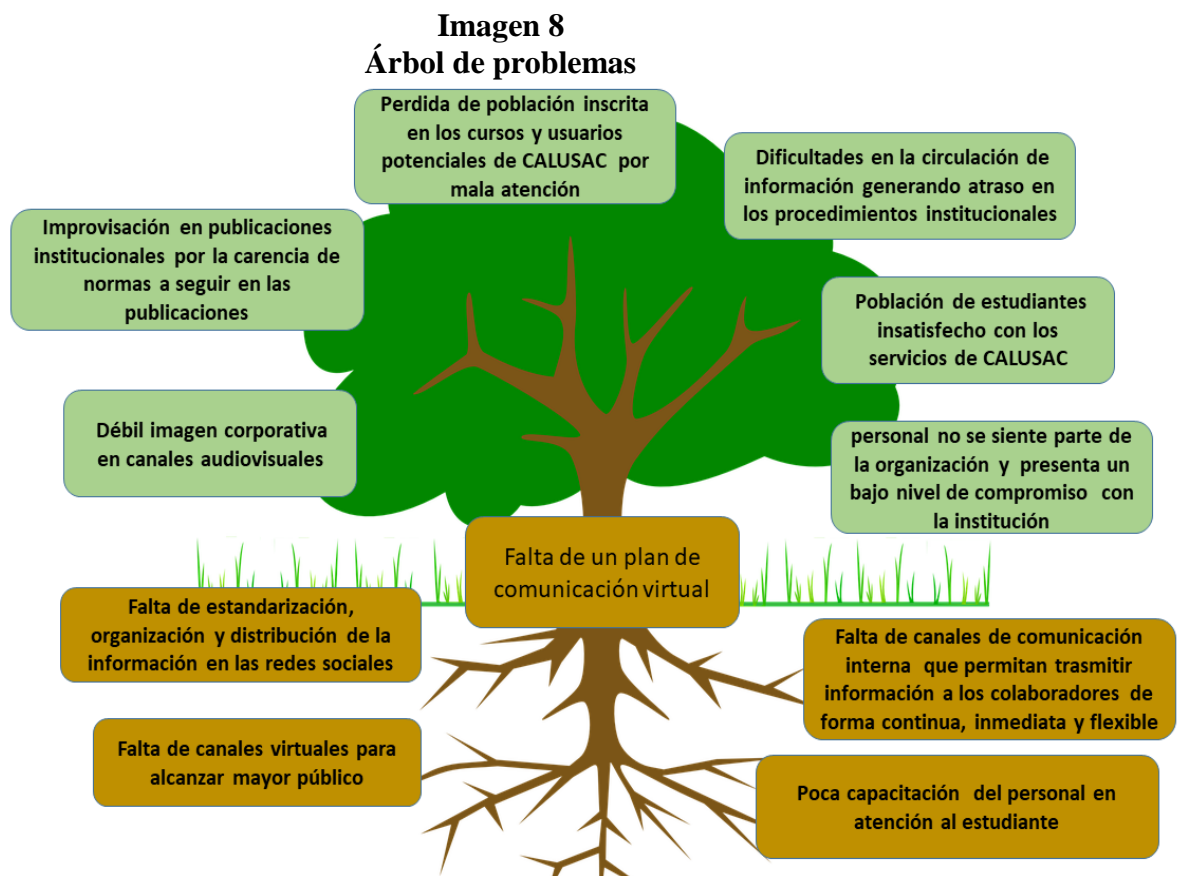
#### 4.3.3 Alternativas entre fortalezas y amenazas

- El personal cuenta con varios años de experiencia, lo que ayuda consolidar la imagen de CALUSAC.
- Al implementar medios de comunicación virtual como el chat o una página web, el estudiante obtendrá un lugar centralizado donde buscar la información sobre CALUSAC.

#### 4.3.5 Alternativas entre debilidades y amenazas

- Al incluir un manual para la estandarización de los contenidos en las redes sociales de CALUSAC, permitirá que todos los medios de comunicación que posee CALUSAC, tengan la misma información y con ello la población en general pueda estar al tanto de las noticias de la institución
- Abrir otros canales de comunicación institucional externos permitiría a CALUSAC obtener un mejor alcance a nivel nacional, consolidar su imagen corporativa y tanto de la sede central como de las sedes regionales.

#### 4.4 Árbol de problemas

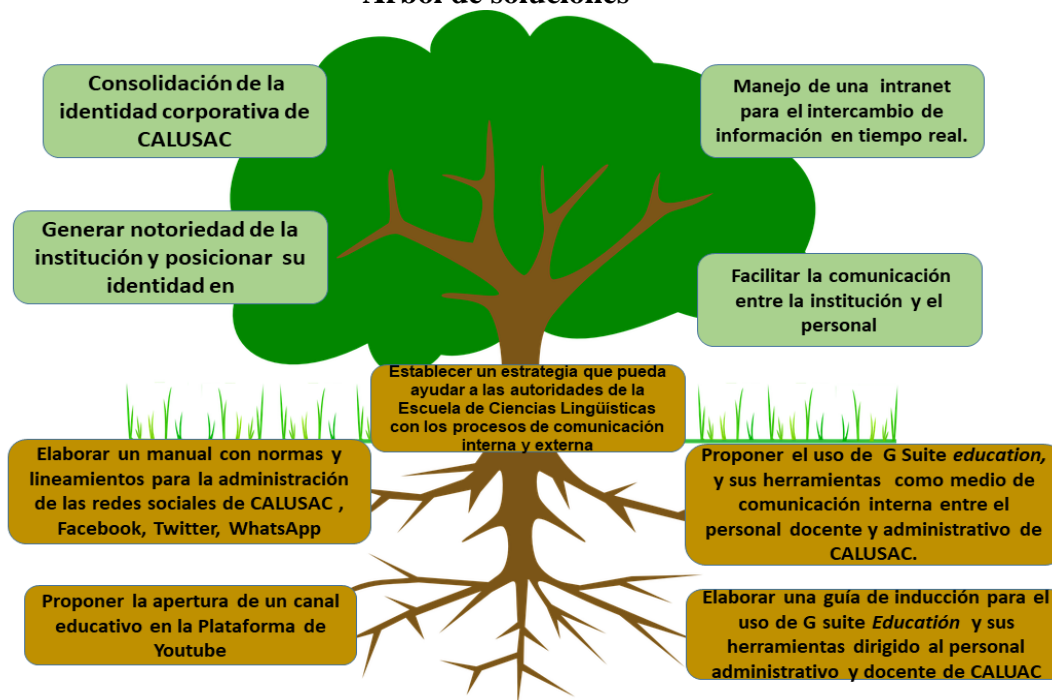


Fuente: Elaboración propia



## 4.5 Árbol de soluciones

**Imagen 9**  
**Árbol de soluciones**



Fuente: Elaboración propia

## 4.6 Identificación del problema central del diagnóstico situacional

- Falta de canales de comunicación que permitan que el docente retroalimente la información brindada por las autoridades.
- Falta de estandarización, organización y distribución de la información que brinda CALUSAC a sus usuarios en la red social
- Ausencia de medio virtual que permita a CALUSAC subir y compartir videos institucionales con la población en general.

#### 4.7 Propuesta y solución

- Proponer la implementación de G Suite Educación como Intranet ya que cuenta con 8 herramientas que pueden ser utilizadas para compartir información de forma inmediata y sobre planes de la institución, anuncios, requerimientos, por medio de una plataforma de acceso gratuito, para atención al docente y personal de tesorería, control académico entre otros. En dicho medio se pretende establecer una comunicación fluida entre empleados y administrativos.
- Manual de normas y lineamientos para la administración de las redes del Centro de Aprendizaje de Lenguas, de la Escuela de Ciencias Lingüísticas
- Proponer la apertura de un Canal educativo en la Plataforma de Youtube

## Capítulo 5

### **. Estrategia de inducción a entornos virtuales para El Centro de Aprendizaje de Lenguas de la Universidad de San Carlos de Guatemala**

#### 5.1 Justificación

En el contexto actual, la construcción de la imagen de una institución, su reputación y la percepción que se tenga sobre esta, pasa primero por los miembros que la integran, quienes ayudan a construir dicha imagen y reputación, ya que ellos son los encargados de impulsar fortalecer y posicionar a la institución. Pero para lograrlo esto es necesario la construcción y fortalecimiento de la comunicación virtual interna institucional que permita fortalecer su imagen.

Por otro lado, los mecanismos de comunicación externa deben estar debidamente estructurados y planificados, para que la información sea difundida de manera clara y oportuna, las instituciones tienen que elaborar y promover los procesos de comunicación tanto a lo interno como a lo externo para lograr difundir, sus políticas, principios y su oferta académica. Sin embargo, la Escuela de Ciencias Lingüísticas aún no se prioriza la comunicación virtual; no existe una comunicación abierta y fluida que ayude a encontrar alternativas viables que permitan una adecuada interrelación y una estrecha conexión entre la comunicación tanto dentro como fuera de la institución.

Por esta razón el interés de la estrategia está fundamentada en poder brindar una solución a la problemática en curso, se pretende responder a la necesidad de contar con un manual de normas y lineamientos para la administración de las redes del Centro de Aprendizaje de Lenguas, de la Escuela de Ciencias Lingüísticas para que la comunicación sea más eficaz y así mejorar la calidad del servicio que actualmente se brinda en la escuela.

## 5.2 Objetivos de la estrategia de comunicación virtual

### 5.2.1 Objetivo General

Establecer una estrategia que permita fortalecer la comunicación virtual para apoyar a las autoridades de la Escuela de Ciencias Lingüística con los procesos de comunicación interna y externa

### 5.2.2 Objetivos específicos

- Proponer el uso de la herramienta G suite como medio de comunicación interna entre el personal docente y administrativo de CALUSAC.
- Elaborar una guía de inducción para el uso de G suites y sus herramientas dirigido al personal administrativo y docente de CALUSAC.
- Elaborar un manual con normas y lineamientos para la administración de las redes sociales de CALUSAC, Facebook, twitter, e Instagram
- Proponer la apertura de un Canal educativo en la Plataforma de Youtube

## 5.3 Estrategia de comunicación virtual

La estrategia se basa en brindar una inducción a entornos virtuales a los colaboradores del Centro de Aprendizaje de Lenguas con la que se pretende solucionar el problema de la comunicación interna entre los colaboradores de la institución, por medio del uso de la aplicación de Google G Suite *Education* . De igual manera se sugiere un manual para la administración de las redes sociales que permitan afianzar la imagen corporativa de la institución y la apertura de un canal en la red

social Youtube con el propósito de incrementar el alcance de la institución a nivel nacional y con ello llegar futuros usuarios de los servicios de CALUSAC

#### 5.4 Grupo objetivo

<b>Autoridades del Centro de Aprendizajes de Lenguas</b>	Director, Secretaria Academia, Coordinadora General de CALUSAC
<b>Coordinadores de idiomas</b>	Docentes encargados de coordinar los 14 diferentes idiomas que se imparten el CALUSAC, y coordinadores de las sedes regionales.
<b>Personal administrativo de CALUSAC</b>	Integrado por secretarias, asistente, auxiliar de control académico, tesorería y planificación
<b>Personal docente</b>	Integrado por los docentes que imparten clases en los distintos idiomas

#### 5.5 Propuesta para intervención virtual

La propuesta de soluciones que se presenta responde a los problemas de comunicación identificados en el diagnóstico y cuenta con acciones concretas. Al tener identificadas las necesidades de comunicación se procede a proponer productos específicos para su implementación y que se tengan resultados a corto y mediano plazo.

Las acciones planteadas se orientan a mejorar el intercambio de información entre personal docente y administrativo para reforzar la comunicación interna y con ello fortalecer la imagen corporativa de CALUSAC utilizando los recursos con que cuenta la Universidad de San Carlos.

## 5.6 Matriz de coherencia

**Tabla 7**  
**Matriz de coherencia**

Objetivo General: Establecer una estrategia que permita fortalecer la comunicación virtual para apoyar a las autoridades de la Escuela de Ciencias Lingüística con los procesos de comunicación interna y externa						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Objetivos Específicos:</li> <li>- Proponer el uso de la herramienta G suite como medio de comunicación interna entre el personal docente y administrativo de CALUSAC.</li> <li>- Elaborar una guía de inducción para el uso de G suites y sus herramientas dirigido al personal administrativo y docente de CALUSAC</li> <li>- Elaborar un manual con normas y lineamientos para la administración de las redes sociales de CALUSAC, Facebook, twitter, e Instagram</li> <li>- Proponer la apertura de un Canal educativo en la Plataforma de Youtube</li> </ul>						
<b>Problema</b>	<b>Productos</b>	<b>Objetivo de Comunicación</b>	<b>Tipo de Mensaje</b>	<b>Público objetivo</b>	<b>Medio de difusión</b>	<b>Presupuesto</b>
Inexistencia de canales de comunicación interna virtual	Guía para la implementación de G Suite <i>Education</i> en CALUSAC	Informar al personal Consejo Directivo sobre los beneficios de utilizar G Suite <i>Education</i> como canal de comunicación interna	informativo	Personal administrativo, docente y autoridades	Virtual	\$6.00 anual por usuario  Q. 2,500.00 asesoría
	Guía de inducción para usar G Suites y sus herramientas	Brindar al personal Consejo Directivo clara y concisa sobre la incorporación de G Suites	Informativo	Personal administrativo y docente	Virtual	Q500. 00

Carencia de normas y lineamientos a seguir para el uso de Facebook, Twitter e Instagram	Manual de normas y lineamientos para la administración las redes sociales de la institución	Informar las normas y lineamientos para la divulgación de la información de CALUSAC en las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram	Informativo	Personal administrativo y docente	Impreso y virtual	Q.500.00
Falta de un canal de YouTube de CALUSAC	Guía para el uso de canal de YouTube	Informar a las autoridades los criterios para el manejo de la comunicación por Youtube de CALUSAC	Informativo	Estudiantes y población en general de CALUSAC	Virtual	Q. 500.00

Fuente: elaboración propia

## 5.7 Plan de intervención profesional

**Tabla 8**  
**Inexistencia de canales de comunicación virtual interna**

<b>Problema 1</b>	<b>Inexistencia de canales de comunicación interna virtual interna</b>
<b>Objetivo de comunicación</b>	Informar al personal Consejo Directivo sobre los beneficios de utilizar G Suite <i>Education</i> como canal de comunicación interna
<b>Productos</b>	Incorporación de G Suites y sus herramientas para el trabajo.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo- formativo
<b>Actividades (contenido, diseños finales, plan de talleres)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación de la propuesta a las autoridades de la Escuela de Ciencias Lingüísticas y el Centro de Aprendizaje de Lenguas para ello se debe:</li> <li>- Realizar la convocatoria a la Coordinadora General y coordinadores de idiomas</li> <li>- Solicitar por medio de un formulario los datos del personal docente y administrativo</li> <li>- Por medio de un oficio las autoridades de la Escuela de Ciencias Lingüísticas, deberán solicitar a la unidad de educación virtual de la universidad de San Carlos de Guatemala, la creación de usuarios en G Suites de Google para el personal administrativo y docente.</li> <li>- Enviar el listado de docentes y personal administrativo que se habilitará en G Suite</li> <li>- Designar a personal administrativo de CALUSAC como el enlace con la unidad de procesamientos de datos y educación virtual para dar seguimiento a la creación de correos institucionales.</li> <li>- Organizar conferencias en jornadas matutina, vespertina y plan fin de semana para informar sobre las ventajas de utilizar Tics en especial G Suite en CALUSAC</li> <li>- Redactar una carta de entendimiento y cooperación con la Escuela de Ciencias de la Comunicación para futuras capacitaciones y materiales didácticos que ellos poseen de las herramientas G Suite.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Solicitar a la unidad de educación virtual un taller de capacitación para ser impartido los docentes y personal administrativo, sobre la ejecución y aplicación adecuada de G Suite y sus herramientas.</li> <li>- Solicitar con la encarga del laboratorio de CALUSAC, disponibilidad de espacio.</li> </ul>
<b>Público objetivo</b>	Personal administrativo, docente y autoridades
<b>Resultados esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejorar la comunicación entre el personal docente, administrativo y autoridades</li> <li>- Propiciar espacios de colaboración entre el personal.</li> <li>- Facilitar el intercambio de información.</li> </ul>
<b>Medio de difusión</b>	Virtual
<b>Frecuencia</b>	La capacitación al personal debe ser al inicio de cada semestre según el calendario de CALUSAC.
<b>Presupuesto</b>	Q 4,000 para alimentos del personal docente.
<b>Problema 1</b>	Inexistencia de canales de comunicación interna virtual
<b>Objetivo de comunicación</b>	Informar al personal docente sobre los beneficios de utilizar G Suite Educación como canal de comunicación interna.
<b>Productos</b>	Guía de inducción para el uso de G Suite y sus herramientas
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo
<b>Actividades (contenido, diseños finales, plan de talleres)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño de la guía de inducción con lineamientos generales para el uso de G Suite y sus herramientas: Gmail, Calendario, Drive, Docs., Classroom</li> <li>- Creado los usuarios en G Suite se procederá a capacitar al personal docente y administrativo por medio de un plan piloto se validará el uso de G Suite, para ello se solicitará la colaboración de Control Académico</li> <li>- Se compartirá la guía de inducción para el uso de G Suite de forma virtual</li> <li>- Se verificará procedimientos y validará el uso de la guía</li> </ul>

	- Valida la guía se compartirá con todo el personal de CALUSAC
<b>Público objetivo</b>	Personal administrativo y docente de CALUSAC
<b>Resultados esperados</b>	- Implementación de las herramientas de G Suite en los procesos de comunicación interna de CALUSAC
<b>Medio de difusión</b>	Virtual
<b>Frecuencia</b>	Los talleres de capacitación deben realizarse cada dos meses para despejar dudas y verificar su uso.
<b>Presupuesto</b>	La guía no tendrá costo, por ser virtual. Sin embargo, se contempla gastos de alimentos para las capacitaciones de Q 1000.00

**Tabla 9**  
**Problema 2 Carencia de normas a seguir en las redes sociales.**

<b>Problema 2</b>	Carencia de normas a seguir en las redes sociales.
<b>Objetivo de comunicación</b>	Informar las normas y lineamientos para la divulgación de la información de CALUSAC en las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram
<b>Productos</b>	Manual con normas y lineamientos para la administración de las redes sociales de CALUSAC, Facebook, twitter, e Instagram
<b>Tipo de mensaje</b>	informativo
<b>Actividades (contenido, diseños finales, plan de talleres)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboración del manual</li> <li>- Validar el manual con experto en el manejo de redes sociales</li> <li>- Presentación del manual ante la Dirección de la ECCLL y la Coordinadora General de CALUSAC y encargado de perfiles de la institución</li> <li>- Correcciones y aprobación del manual</li> <li>- Entrega oficial a las autoridades de ECCLL.</li> </ul>
<b>Público objetivo</b>	Encargado de perfiles de CALUSAC.

<b>Resultados esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El personal encargado tenga conocimiento de las normas y procedimientos a seguir para utilizar las redes sociales de la institución.</li> <li>- Tener directrices específicas para usar el material informativo (fotografías, videos, boletines, comunicados) en las redes sociales Facebook Twitter y WhatsApp</li> </ul>
<b>Medio de difusión</b>	Virtual e impreso
<b>Frecuencia</b>	El manual deberá revisarse al finalizar cada semestre para verificar y mejorar normas y lineamientos.
<b>Presupuesto</b>	Q. 500. 00

**Tabla 9**  
**Problema 3 Falta de canal de Youtube institucional**

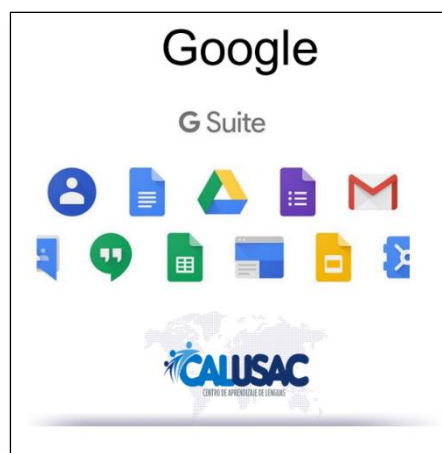
<b>Problema 3</b>	Falta de un canal de Youtube Institucional
<b>Objetivo de comunicación</b>	Informar a las autoridades los criterios para el manejo de la comunicación por Youtube de CALUSAC
<b>Productos</b>	Guía de uso de Youtube
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo
<b>Actividades (contenido, diseños finales, plan de talleres)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboración de la guía</li> <li>- Presentación de la guía ante la Dirección de la ECCLL y la Coordinadora General de CALUSAC</li> <li>- Aprobación de la guía</li> <li>- Entrega de la guía a la persona encargada de las redes de CALUSAC</li> <li>- Socialización y difusión del manual con el personal docente y coordinadores</li> </ul>
<b>Público objetivo</b>	Estudiantes universitarios y población en general
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un canal de Youtube institucional.</li> </ul>

<b>Resultados esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incrementar los usuarios de CALUSAC</li> <li>- Mejorar el alcance</li> <li>- Contenido de calidad</li> </ul>
<b>Medio de difusión</b>	Virtual
<b>Frecuencia</b>	La guía debe ser revisada cada tres meses para actualizar datos y procedimientos.
<b>Presupuesto</b>	Q 3,000.00

Fuente: elaboración propia

## 5.8 Productos desarrollados para el Centro de Aprendizaje de Lenguas de la Universidad de San Carlos de Guatemala

### 5.8.1 Guía para implementar G Suite como plataforma de comunicación interna



**Tabla 11**

#### **Producto Guía para la implementación de G Suite como plataforma para la comunicación interna**

**PRODUCTO:** Guía para la implementación de G Suite como plataforma para la comunicación interna

#### **Descripción**

**G Suite** es un conjunto de herramientas online - 100% web - para mensajería y colaboración que satisfacen las necesidades fundamentales de la empresa, incrementan la productividad y reduce costos, todas estas herramientas están hospedadas en la infraestructura de alta seguridad y disponibilidad de Google

**G Suite** ofrece los siguientes beneficios: 30GB de almacenamiento para cada empleado acceso a las herramientas Gmail, Google Calendario, Google Docs., Google Drive, Classroom

<b>Actividades de Validación</b>	<b>Metodología</b>	<b>Responsable</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Recursos</b>
<p>Mesa redonda, para presentar la aplicación <b>G Suites de Google</b>, sus beneficios y herramientas, para luego discutirla y validarla.</p> <p>Modelar su uso.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Convocar a las autoridades de ECCLL, la coordinadora General de Calusac, coordinadores de idioma inglés, al Comité Académico y representantes de docentes de CALUSAC.</li> <li>2. Presentar la guía de inducción para el uso de G Suites y sus herramientas Gmail, Drive, Docs., Classroom, entre otras.</li> <li>3. Discutir el material con los asistentes al taller.</li> <li>4. Identificar sus áreas de oportunidad y alianzas con otras instituciones de la universidad.</li> <li>5. Validar y aprobar la propuesta.</li> <li>6. solicitar a las autoridades nombrar una persona encargada de servir como enlace entre el personal administrativo y docente para aclarar dudas.</li> </ol>	<p>Maestranda</p>	<p>2019</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salón de reuniones</li> <li>• Computadora</li> <li>• Retroproyector</li> <li>• Conexión a internet</li> <li>• Copias de la estrategia a</li> <li>• Refrigerio</li> </ul>

**Tabla 12**  
**Producto Guía de inducción para el uso de G suite y sus herramientas**

<b>PRODUCTO:</b> Guía de inducción para el uso de G Suite y sus herramientas					
<b>Descripción:</b> Este documento ofrece una guía simple y flexible para el uso de G Suite y sus herramientas Gmail, Drive, Docs. y Classroom					
Actividades de Validación	de	Metodología	Responsable	Tiempo	Recursos
Taller, inducción al personal docente y administrativo sobre el uso aplicación, aportes y adopción de la aplicación <b>G Suite</b>  Proveer a los docentes y personal administrativo copia digital de la guía de inducción del uso de G Suite y sus herramientas.		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Solicitar a la Coordinación General de CALUSAC, espacio para el taller con el personal de CALUSAC</li> <li>2. Convocar al personal administrativo y docentes de CALUSAC</li> <li>3. Coordinar la logística del evento</li> <li>4. Realizar el taller de socialización con personal</li> <li>5. Mostrar las herramientas que contiene G Suite y sus usos,</li> <li>6. Aclarar dudas</li> </ol>	<p>Coordinador a General de CALUSAC</p> <p>Maestranda</p>	2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auditórium</li> <li>• Computadora</li> <li>• Retroproyector</li> <li>• Equipo de audio</li> <li>• Conexión a internet</li> <li>• Guía de inducción</li> <li>• Videos sobre la herramienta.</li> </ul>

5.8.2 Manual con normas y lineamientos para la administración de las redes sociales del Centro de Aprendizaje de Lenguas



Tabla 13

Producto Manual con normas y lineamientos para el manejo adecuado de las redes sociales

<b>Producto Manual Normas y Lineamientos para el manejo adecuado de las redes sociales de CALUSAC</b> Facebook, Twitter, e Instagram					
<b>Descripción:</b> Un manual establece normas y lineamiento para el buen manejo y uso de las redes sociales y con ello favorecer la imagen corporativa de la institución.					
Actividades de Validación	de	Metodología	Responsable	Tiempo	Recursos



<p>Reunión con las autoridades de ECCLL Y CALUSAC para presentar el manual de uso para WhatsApp</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Convocar a las autoridades de ECCLL, la coordinadora General de Calusac, coordinadores de idioma inglés.</li> <li>2. Presentar el manual</li> <li>3. Discutir el material</li> <li>4. Validar el manual</li> </ol>	<p>Maestrando</p>	<p>2 horas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salón de reuniones</li> <li>• Computadora</li> <li>• Retroproyector</li> <li>• Conexión a internet</li> <li>• Copias de la estrategia a</li> <li>• Refrigerio</li> </ul>
<p>Taller de socialización del manual con el personal encargado de las redes sociales de CALUSAC</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presentación del manual al personal encargado de las redes de CALUSAC</li> </ol>	<p>Maestranda</p>	<p>2 horas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salón de reuniones</li> <li>• Computadora</li> <li>• Retroproyector</li> <li>• Conexión a internet</li> </ul>

### 5.8.3 Producto Canal de Youtube institucional

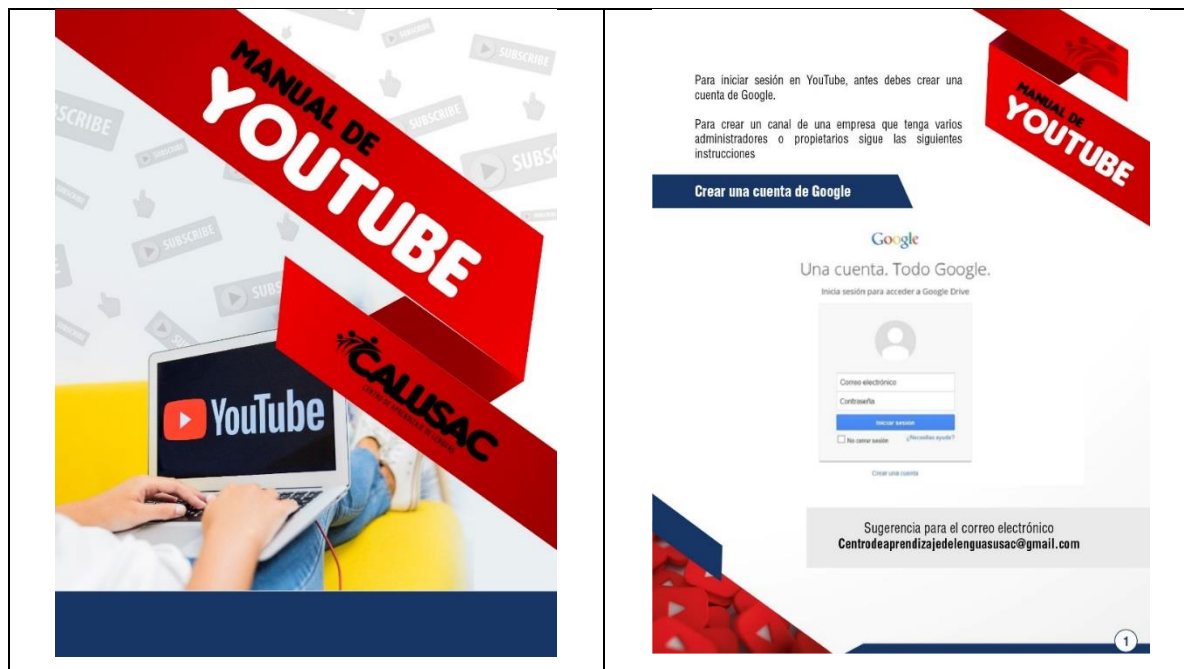


Tabla 14

#### Producto Canal de Youtube institucional

PRODUCTO CANAL DE YOUTUBE INSTITUCIONAL DE CALUSAC					
<b>Descripción:</b> YouTube -red social creada en Estados Unidos-permitir subirlos videos a la red de forma gratuita, ilimitada y sin restricciones					
Actividades de Validación	de	Metodología	Responsable	Tiempo	Recursos

<p>Reunión con las autoridades de ECCLL Y CALUSAC para presentar la propuesta del Manual de YouTube</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Convocar a las autoridades de ECCLL, la coordinadora General de Calusac</li> <li>2. Presentar beneficios de apertura un canal institucional en la red social Youtube</li> <li>3. Compartir la guía para el uso de Youtube como herramienta de difusión de información institucional.</li> <li>4. Tipos de videos, frecuencia.</li> <li>5. Solicitar apoyo a la Agencia, de Escuela de Ciencias de la Comunicación para la elaboración de videos.</li> <li>6. Discutir el material</li> <li>7. Validar el manual</li> </ol>	<p>Maestrando</p>	<p>2 horas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salón de reuniones</li> <li>• Computadora</li> <li>• Retroproyector</li> <li>• Conexión a internet</li> <li>• Copias de la estrategia a</li> <li>• Refrigerio</li> </ul>
---	--	-------------------	----------------	---

Fuente: elaboración propia

## 5.9 Validación de productos

**Tabla 15**  
**Validación de productos**

Producto	Validación
<b>Guía para implementar G Suite como herramienta de comunicación interna en CALUSAC</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar rubrica de validación</li> <li>2. Contactar a experto en comunicación</li> <li>3. Entregar la guía para su revisión</li> <li>4. Elaborar un informe de validación con los comentarios del experto</li> <li>5. Implementar un plan piloto con personal administrativo de CALUSAC</li> </ol>
<b>Guía de inducción para el uso de G Suite dirigida al personal docente y administrativo</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar rubrica de validación</li> <li>2. Contactar a experto de la Escuela de Ciencias de la Comunicación</li> <li>3. Entregar la guía para su revisión y evaluación</li> <li>4. Elaborar un informe de validación con los comentarios del experto.</li> <li>5. Socializar la guía con las autoridades de CALUSAC</li> <li>6. Organizar un taller para validar la guía de inducción</li> </ol>
<b>Manual de normas y lineamientos para el manejo adecuado de las redes sociales de CALUSAC Facebook, Twitter, y WhatsApp</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar rubrica de validación</li> <li>2. Contactar a experto de la Escuela de Ciencias de la Comunicación</li> <li>3. Entregar la guía para su revisión y evaluación</li> <li>4. Elaborar un informe de validación con los comentarios del experto.</li> <li>5. Entregar el manual a la persona encargada de las redes sociales de CALUSAC</li> <li>6. Solicitar su implementación por 15 días</li> <li>7. Recibir los comentarios de retroalimentación y elaborar un informe</li> </ol>
<b>Canal de Youtube</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Solicitar a la Agencia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación validar la guía para implementar un canal de Youtube</li> <li>2. Entregar una rúbrica de cotejo</li> <li>3. Redactar un informe con los comentarios</li> <li>4. Socializar autoridades de la ECCLL</li> <li>5. Recopilar comentarios</li> </ol>

### 5.10 Cronograma de actividades pendientes

Descripción	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Presentación de la estrategia de comunicación ante las autoridades de la ECCLL				
Validación y aprobación de la estrategia				
Socializar la estrategia con el personal de ECCLL				
Elaboración de productos				
Implementar los productos				
Monitoreo de la estrategia				
Evaluación de resultados				
Redacción del informe final				
Entrega de informe final para primera revisión				
Redacción de correcciones al informe final				
Impresión y entrega de informe final a coordinación de Postgrado				

Fuente: Elaboración propia

## 5.11 Viabilidad de la propuesta

**Tabla 16**  
**Viabilidad de los productos**

Producto	acción para su implementación	Responsable	Indicadores	Viabilidad		
				Técnica	Operacional	Económica
Guía para la implementación de G Suite y sus herramientas.	<ol style="list-style-type: none"> <li>Solicitar una reunión con el encargado de la unidad de educación virtual para la apertura de correos institucionales en la universidad.</li> <li>Establecer vínculos de cooperación con unidades de la Universidad de San Carlos de Guatemala expertas en educación virtual: unidad de educación virtual de la USAC y la Escuela de Ciencias de la Comunicación por medio de una carta de entendimiento</li> <li>Recopilar la información de los futuros usuarios por medio de un formulario</li> <li>Solicitar por medio de una carta la apertura de usuario en G Suite.</li> </ol>	<p>Director de la Escuela de Ciencias Lingüísticas</p> <p>Jefa del departamento de procesamiento de datos</p> <p>Director de la Unidad de Educación Virtual – USAC</p> <p>Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación</p>	<p>Carta de solicitud para reunión</p> <p>Carta de cooperación entre las instituciones</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>La Universidad de San Carlos tiene un dominio de G Suite, lo que permite mayor rapidez en la apertura del usuario.</li> <li>G Suites tiene varias aplicaciones que el personal docente y administrativo de CALUSAC puede utilizar, sin requerir de apoyo técnico.</li> <li>La Escuela de Ciencias Lingüísticas cuenta con un laboratorio y equipo para dar en préstamo</li> <li>El edificio S13 cuenta con su propia red de Internet</li> <li>Al crecer la comunidad de usuarios, procesamiento de datos brinda a la unidad un servidor virtual.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Se cuenta con unidad de procesamiento de datos y unidad de educación virtual que tiene personal encargado de realizar los procesos técnicos.</li> <li>Existe docentes y personal administrativo que tiene conocimiento sobre el uso de G Suite y lo han utilizado de manera personal</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>No tiene ningún costo la creación del usuario en G Suite</li> <li>mantenimiento y actualización de las aplicaciones de G Suite corren por cuenta de Google</li> </ol>

Producto	acción para su implementación	Responsable	Indicadores	Viabilidad		
				Técnica	Operacional	Económica
<p>Guía de inducción para el uso de G Suite y sus herramientas Gmail, Docs, Drive, Classroom, Google Slides, Google Forms y Hangouts</p>	<p>Habilitados los usuarios en la G Suite, se procederá a la capacitación del personal administrativo y docente en grupos y jornadas.</p> <p>1. Solicitar al Director de la ECCLL la autorización para realizar 4 talleres de capacitación para el personal.</p> <p>2. La Dirección girará instrucciones para invitar al personal administrativo y docente a los talleres.</p> <p>3. La Dirección de ECCLL gestionará con la Dirección de la ECC la ayuda de un experto para impartir los talleres de capacitación.</p> <p><b>3.1 Primer taller:</b> G Suite y las herramientas: Gmail y Docs.</p> <p><b>3.2 Segundo taller:</b> Drive y Google Slides.</p> <p><b>3.3 Tercer taller:</b> Google Forms y Hangouts</p> <p><b>3.4 Cuarto taller:</b> classroom</p> <p>4. contactar por correo a los docentes y personal para encuestarlos y conocer su percepción sobre el uso de las herramientas</p>	<p>Director de la Escuela de Ciencias Lingüísticas</p> <p>Coordinador a General de Idiomas del CALUSAC</p> <p>Coordinadores</p> <p>Maestranda</p>	<p>Número de docentes y personal administrativo capacitados en las herramientas de G Suite.</p> <p>Encuesta de seguimiento a docentes y personal sobre la aplicación de las herramientas</p>	<p>La guía de inducción es un documento mediado, no posee términos técnicos con el fin de para facilitar la lectura y que utilización por parte del personal administrativo y docente de CALUSAC.</p>	<p>La información contenida en la guía se sustenta en la recopilación de datos encontrados en el sitio oficial de Google y en las entrevistas realizadas a usuarios de G Suite en la universidad de San Carlos de Guatemala</p> <p>Los talleres pueden realizarse en los primeros días previos a iniciar los bimestres, dado que CALUSAC calendariza actividades para sus docentes, para el personal administrativo se debe contemplar en horario de oficina y en grupos reducidos para evitar el cierre de atención al estudiante.</p>	<p>Al ser un documento digital, no tiene ningún costo de reproducción.</p> <p>Al realizar la alianza con la ECC, el director de ECCLL puede solicitar profesionales expertos en el manejo de G Suites y sus herramientas a la ECC</p>

Producto	acción para su implementación	Responsable	Indicadores	Viabilidad		
				Técnica	Operacional	Económica
Manual de normas y lineamientos para el manejo adecuado de las redes sociales	1. Solicitar una reunión con la encargada de las redes sociales de la institución y autoridades de ECCLL y CALUSAC para entregar el manual	Maestranda	Carta de solicitud para la reunión	1. El lenguaje del manual esta mediado y accesible	CALUSAC cuenta con personal que se encarga del manejo de las redes.	El manual es virtual, no tiene ningún costo su reproducción.
Producto	acción para su implementación	Responsable	Indicadores	Viabilidad		
				Técnica	Operacional	Económica
Apertura de canal institucional en la plataforma Youtube	1. Diseñar la guía la creación y uso de canal de Youtube institucional 2. validar la guía con un docente la ECC o bien con personal de TVUSAC o con la unidad de Educación virtual 3. Socializar la guía de implementación de YouTube con las autoridades de la ECCLL 4. Solicitar a la Agencia de ECC ayuda con capacitaciones al personal	Maestranda  Profesional experto en audiovisuales y manejo de Youtube  Director de ECCLL	Canal de Youtube  Suscriptores	Abrir un canal en Youtube, es un proceso que no requiere personal especializado en el uso de software.  La plataforma ofrece tutorial para ayudar al usuario a crear su cuenta.  Youtube tiene sus propios servidores, ello implica que no se requiere de servidores a cargo de la institución	CALUSAC cuenta con personal encargado de sus redes, esta persona puede hacerse cargo de este canal y del material a publicar con el visto bueno de las autoridades y siguiendo un plan de contenidos que permita aumentar el alcance de la institución y mejorar la imagen corporativa de la misma.	Al inscribir el canal como educativo, Youtube no cobra ninguna membresía.

Fuente: elaboración propia



## 5.12 Control y seguimiento

**Tabla 17**  
**Control y seguimiento**

Producto	Indicador	Medio de Verificación
Guía para implementar G Suite como herramienta de comunicación interna en CALUSAC	Número de personal administrativo y docente con correo institucional.	Listado de correos institucionales 225 docentes de CALUSAC 30 personal administrativo de CALUSAC
Guía de inducción para el uso de G Suite dirigida al personal docente y administrativo	Numero de taller de inducción realizados	Asistentes al taller de inducción
Manual de normas y lineamientos para el manejo adecuado de las redes sociales de CALUSAC Facebook, Twitter, Instagram	Número de publicaciones según los lineamientos establecidos en el manual.	Estadísticas de cada red social
Canal de Youtube	Apertura de canal en la red social Youtube	Número de suscriptores

Fuente: elaboración propia.

## **Conclusiones**

- El diagnóstico estableció que la comunicación virtual en el Centro de Aprendizaje de Lenguas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, tiene limitaciones a lo interno, puesto que la institución carece de medios de comunicación interna virtuales que le permitan transmitir la información a sus colaboradores en tiempo real.
- El presente estudio mostró que los docentes del Centro de Aprendizaje de Lenguas, considera necesario que la institución capacite a los docentes en el uso de herramientas virtuales, que permitan la enseñanza de los idiomas
- Se encontró que la mayoría de los docentes entrevistados consideran que CALUSAC debe capacitar a los docentes en el manejo de herramientas digitales que ayuden en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los idiomas
- Se logró evidenciar que el Centro de Aprendizaje de Lenguas utiliza la red social Facebook como medio de comunicación virtual, no obstante, se constató la existencia de 3 diferentes perfiles de la institución en dicha red, también posee una cuenta en twitter que no utiliza y una página web

## **Recomendaciones**

### **A las autoridades de la Escuela de Ciencias Lingüísticas**

- Sensibilizar y capacitar al personal docente del CALUSAC en el tema de herramientas virtual.
- Proveer a los docentes de recursos tecnológicos indispensables para el proceso de comunicación interna.
- Establecer alianzas con la Escuela de Ciencias de la Comunicación para el intercambio de experiencias sobre el uso y manejo de la plataforma Classroom
- Planificar la creación de un departamento de comunicación que centralice la información y divulgación de la Escuela de Ciencias Lingüísticas y del Centro de Aprendizaje de Lenguas
- Utilizar el manual de normas y lineamientos para el manejo adecuado de las redes sociales

## Referencias Bibliográficas

- Aguirre, J. (2011) *Introducción al análisis de las redes sociales*. Buenos Aires: documentos de Trabajo, 82, Centro Interdisciplinario para el Estudio de Políticas Públicas. Recuperado de <http://www.pensamientocomplejo.com.ar/docs/files/J.%20Aguirre.%20Introducci%C3%B3n%20al%20An%C3%A1lisis%20de%20Redes%20Sociales.pdf>
- Capriotti P. La comunicación Interna. Artículo publicado en Reporte C&D – Capacitación y Desarrollo (Argentina), N. 13, diciembre 1998. Recuperado de [http://www.bidireccional.net/Blog/Comunicacion\\_Interna.pdf](http://www.bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Interna.pdf)
- Fernández, C. (2005) *La Comunicación en las organizaciones*. Editorial Trillas. España
- Escuela de Ciencias Lingüísticas, Universidad de San Carlos de Guatemala (2006) *Manual de Organización Escuela de Ciencias Lingüísticas*. Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6a. ed. --.). México D.F.: McGraw-Hill
- Ivancevich, J y otros (2006). *Comportamiento Organizacional*. México: McGraw - Hill.
- León A y Mejía S. (2011). *Propuestas de Comunicación interna para la Unidad de Comunicación Social de la I. Municipalidad de Cuenca*. Ecuador. Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1800/1/tc269.pdf>
- Melchor, M (6 de julio 2016) *15 Herramientas para establecer una buena comunicación interna* [Mensaje de Blog]. Recuperado de <https://www.mariamelchor.com/blog/15-herramientas-para-establecer-una-buena-comunicacion-interna-en-tu-empresa>

McLuhan, M (1996) *Comprender los Medios de comunicación*. Editorial Paidós Recuperado de [https://cedoc.infod.edu.ar/upload/McLuhan\\_Marshall\\_Comprender\\_los\\_medios\\_de\\_comunicacion.pdf](https://cedoc.infod.edu.ar/upload/McLuhan_Marshall_Comprender_los_medios_de_comunicacion.pdf)

Ortiz Zamudio, G., 2010. La importancia de la comunicación interna en el fortalecimiento de las relaciones laborales entre el personal docente y administrativo de la universidad interactiva y a distancia del estado de Guanajuato. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/jspui/handle/123456789/1421>

Ovalle A, Olmeda C y Perianes A (2010). *Una aproximación al análisis de Redes egocéntricas de colaboración interinstitucional* REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales Vol.19,#8, Recuperado de [http://revista-redes.rediris.es/html-vol19/vol19\\_8.html](http://revista-redes.rediris.es/html-vol19/vol19_8.html)

Soria, R. (2008) *Comunicación organizacional: un modelo aplicable a la microempresa*. Revista TEACS, año 01, número 01, diciembre 2008. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3990506.pdf>



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



Guatemala, 07 de agosto de 2018  
Of. Postgrado No. 273-2018

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
ESCUELA DE CIENCIAS LINGÜÍSTICAS  
DIRECCIÓN  
**RECIBIDO**  
07 AGO 2018  
NIDIA VALLADARES

FIRMA: \_\_\_\_\_ HORA: \_\_\_\_\_

*Magister, José Humberto Calderón Díaz  
Director, Escuela de Ciencias Lingüísticas  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Presente*

*Estimado MSc. Calderón:*

Es un gusto saludarle y a la vez presentarle a la Licenciada Mónica Marleni Quiñonez Andrade, registro académico No. 100017238, estudiante de la Maestría en Comunicación Virtual de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

La Licda. Mónica Quiñonez, solicita realizar su Anteproyecto y Proyecto de Graduación de la Maestría, en la Institución que usted dirige, el cual consiste en realizar un Diagnóstico de Comunicación, para detectar los principales problemas que aquejan en dicha institución dentro del campo de la comunicación virtual, y con base a los resultados presentará una propuesta de Estrategia de Comunicación Virtual Interna y Externa, en la cual planteará acciones a tomar para superar la problemática detectada en el diagnóstico.

Apreciaré su valiosa colaboración en el sentido de enviar la carta que avala la aceptación para que la Licenciada Quiñonez, desarrolle el Anteproyecto y Proyecto de Graduación en la Escuela de Ciencias Lingüísticas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, así como su visto bueno al momento de finalizar cada uno de los productos que sean generados durante el desarrollo del diagnóstico y estrategia.

Cordialmente,

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo  
Director Depto. Estudios de Postgrado



c.c. archivo

**"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"**  
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810  
www.comunicacion.usac.edu.gt



Ref. Dirección ECCLL 303/2018

Guatemala, 8 de agosto de 2018

Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo  
Director  
Departamento Estudios de Postgrado  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Maestro Morán:

De manera atenta, por este medio doy respuesta a su nota referencia Of. Postgrado No. 273-2018 en donde presenta a la Licenciada Mónica Marleni Quiñonez Andrade, quien solicita realizar su Anteproyecto y Proyecto de Graduación de la Maestría en Comunicación Virtual en esta Institución.

Al respecto, se autoriza lo solicitado y su enlace será la Señorita Mónica Solórzano.

Sin otro particular, suscribo cordialmente.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
MSC. JOSE HUMBERTO CALDERON DIAZ  
DIRECTOR ESCUELA DE CIENCIAS LINGÜÍSTICAS



c.c. Srita. Mónica Solórzano  
Archivo

Nidia/\*

---

Ciudad Universitaria, Zona 12 Edificio S-13, Segundo nivel.



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

**Escuela de Ciencias Lingüísticas  
Dirección**

RECIBIDO	<i>M. Ch.</i>
FECHA	18/10/19
HORA	11:30 AM
POSTGRADO	

Ref. Dirección ECCLL 438-2019

Guatemala 18 de octubre de 2019

Maestro  
Gustavo Adolfo Morán Portillo  
Director  
Departamento de Estudios de Postgrado  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria

Estimado Maestro Moran

Le saludo cordialmente, a la vez se hace de su conocimiento que se ha recibido satisfactoriamente la Estrategia de Comunicación virtual con los productos tales como: a) Guía para la implementación de G Suites, b) Manual de Normas y Lineamientos para la administración de Redes Sociales, c) Canal de YouTube cuyo respaldo fue el diagnóstico realizado en la institución por Monica Marleni Quiñonez Andrade , registro académico 100017238, estudiante de la maestría de Comunicación Virtual de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Sin otro en particular, atentamente.

**"ID Y ENSEÑAR A TODOS"**

*(Firma)*  
**M. A. LEONEL MONTERROSO TORRES**  
**DIRECTOR ESCUELA DE CIENCIAS LINGÜÍSTICAS**



c.c Archivo  
Nidia/\*

Ciudad Universitaria, Zona 12 Edificio S-13, Segundo nivel.



## Cuestionario aplicado al personal docente y administrativo

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



Departamento de Postgrado Maestría en Comunicación Virtual  
Encuesta Comunicación Interna y Externa  
Coordinadores y docentes de idioma inglés

**Instrucciones Generales:** a continuación, encontrará una serie de preguntas, por favor marque la opción que considere más adecuada. Dicha información es confidencial con fines académicos, por ello no se le pide que coloque su nombre.

### Identificación personal

**Género:** Masculino \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_  
**Edad:** 18-25 \_\_\_\_\_ 26-35 \_\_\_\_\_ 36-45 \_\_\_\_\_ 46-55 \_\_\_\_\_ 56-65 \_\_\_\_\_

**Nivel Académico:** Primaria \_\_\_ Básico \_\_\_ Diversificado \_\_\_ Técnico \_\_\_ Licenciatura \_\_\_

Maestría \_\_\_ Doctorado \_\_\_

Tiempo laborando en la institución \_\_\_\_\_

### Serie I

**Instrucciones: Responda a todos los ítems,** marque con una X la respuesta que mejor refleje su primera reacción.

Ítem	Pregunta	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
1	La comunicación interna de la ECCLL es					
2	La comunicación entre usted y sus compañeros de trabajo es					
3	La comunicación con su jefe inmediato es					
4	La manera de informar de ECCLL sus actividades a los estudiantes es					
5	La atención hacia el estudiantes de la ECCLL es					

**Serie II Instrucciones:** Responda a todos los ítems, marque con una X la respuesta que mejor refleje su primera reacción. Respecto a los medios de comunicación, que utilizan las autoridades de la institución para comunicar información.

Ítems	Nunca	Pocas veces	Muchas veces	Siempre
Newsletter				
Revista de la Escuela				
Boletín				
Circulares				
Cartas al personal				
Memorando				
Correo electrónico				
Facebook				
Whatsapp				
Cartelera de anuncios				
Intranet				
Comida informativa				
Buzón de sugerencias				
Videoconferencias				
Reuniones				

**Con que frecuencia le comunican la programación de las actividades de la institución**

- Diario   
 Semanal   
 Quincenal   
 Mensual   
 Bimestral   
 Semestral \_\_\_\_\_   
 Anual

**¿Qué medio utiliza para comunicarse con sus estudiantes?**

- Correo electrónico personal   
 Plataforma de la institución   
 Grupo de Google   
 Classroom   
 Grupo de whatsapp   
 Grupo de Facebook   
 Grupo de whatsapp   
 Otros  \_\_\_\_\_

**Gracias por su colaboración**

## Cuestionario aplicado al estudiante



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Departamento de Postgrado Maestría en Comunicación Virtual  
Encuesta estudiantes idioma inglés.

### Información general

**Género:** F \_\_\_\_ M \_\_\_\_

**Edad:** 18-25 \_\_\_\_ 26-35 \_\_\_\_ 36-45 \_\_\_\_ 46-55 \_\_\_\_ 56-65 \_\_\_\_

**Nivel Académico:** Primaria \_\_\_\_ Básico \_\_\_\_ Diversificado \_\_\_\_ Técnico \_\_\_\_ Licenciatura \_\_\_\_  
Maestría \_\_\_\_ Doctorado \_\_\_\_

NIVEL: Inglés 1  Inglés 2  Inglés 3  Inglés 4  Inglés 5   
Inglés 6  Inglés 7  Inglés 8  Inglés 9  Inglés 10   
Inglés 11  Inglés 12  Inglés 13  Inglés 14  Inglés 15  Inglés 16

### Serie I

**Instrucciones Generales:** a continuación, encontrará una serie de preguntas, por favor marque la opción que considere más adecuada. Dicha información es confidencial con fines académicos, por ello no se le pide que coloque su nombre.

#### ¿Cuál de las siguientes redes sociales conoce de CALUSAC?

Página web	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Página de Facebook	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Perfil de Twitter	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>

#### ¿Por qué medio se enteró de los cursos que ofrece CALUSAC?

Referencia de otra persona	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Página Web de CALUSAC	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Página de Facebook	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Cartelera interna	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Trifolear	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Anuncio en Prensa	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>

Correo electrónico Si  No

Kiosco de información Si  No

Vía telefónica Si  No

Otros:  \_\_\_\_\_

**¿Qué medios de comunicación utiliza para comunicarse con el personal de CALUSAC?**

Correo electrónico Si  No

Página Web de la institución Si  No

Página de Facebook Si  No

WhatsApp Si  No

Vía telefónica Si  No

Vía oral Si  No

Grupo de google Si  No

Otros  \_\_\_\_\_

**¿Qué opina a cerca de la atención que recibe en CALUSAC ?**

Muy Buena  . Buena  . Regular  . Mala  . Muy Mala

**¿Qué canal de comunicación le parece más efectivo para socializar con CALUSAC?**

Correo electrónico

Facebook

WhatsApp

Vía teléfono

Persona a persona

Todos los anteriores

**Conoce la ubicación de las oficinas centrales de CALUSAC**

Sí  No

**Conoce el significado de las siglas CALUSAC**

Si  No

**Gracias por su colaboración**



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Departamento de Postgrado Maestría en Comunicación Virtual  
Entrevista Comunicación Interna y Externa

### ENCARGADA CONTROL ACADEMICO

Puesto

Funciones dentro de la institución

Número de personas bajo su cargo.

1. ¿Cuáles son los canales de comunicación interna que posee CALUSAC?
2. ¿Cuáles son los canales de comunicación externa que posee CALUSAC?
3. ¿Quién es la persona encargada de manejar y controlar los medios de comunicación de CALUSAC Sede Central ?
4. ¿Quién es la persona encargada de manejar y controlar los medios de comunicación de las sedes regionales de CALUSAC?
5. ¿Cuál es el procedimiento a seguir para la publicación de información en los medios de comunicación que posee CALUSAC?
6. ¿Cuál es la frecuencia con que se publica la información en los medios de comunicación de CALUSAC?
7. ¿Considera usted que existe comunicación efectiva entre el personal de su área y el personal docente y administrativo de la Escuela de Ciencias Lingüísticas?
8. ¿Qué estrategia utiliza para que la comunicación sea efectiva dentro de la población laboral de la institución?
9. ¿Qué medios utilizan las personas que están a su cargo para comunicarle o hacerle llegar una sugerencia, queja o información?
10. ¿Cómo maneja CALUSAC una crisis, existe un manual?
11. ¿Cómo considera la comunicación con los estudiantes de CALUSAC?
12. ¿Qué recomendaría para que la comunicación dentro del personal mejore?



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Departamento de Postgrado Maestría en Comunicación Virtual  
Entrevista Comunicación Interna y Externa  
Director, Secretaria Académica y Encargada de Control Académico  
Coordinador

Puesto  
Profesión  
Nivel académico

1. ¿Cuáles son los canales de comunicación interna que posee CALUSAC?
2. ¿Cuáles son los canales de comunicación externa que posee CALUSAC?
3. ¿Quién es la persona encargada de manejar y control los medios de comunicación de CALUSAC Y SEDES REGIONALES?
4. ¿Cuál es el procedimiento a seguir para la publicación de información en los medios de comunicación que posee CALUSAC
5. ¿Considera usted que existe comunicación efectiva entre el personal docente y administrativo de la Escuela de Ciencias Lingüísticas?
6. ¿Qué estrategia utiliza para que la comunicación sea efectiva dentro de la población laboral de la institución?
7. ¿Qué medios utilizan las personas que están a su cargo para Comunicarle o hacerle llegar una sugerencia, queja o información?
8. ¿Cómo maneja CALUSAC una crisis, existe un manual?
9. ¿Cómo considera la comunicación con los estudiantes de CALUSAC?
10. ¿Qué recomendaría para que la comunicación dentro del personal mejore?

## Medios de difusión de la información del Centro de Aprendizaje de Lenguas

Mantas vinílicas



Trifolear



Afiche

