



**DIRECCIÓN DE PROYECCIÓN SOCIAL  
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**CARRERA:**  
**LICENCIATURA EN COMUNICACIONES**

**NOMBRE DE LA MEMORIA:**  
**UNIVO MEDIA**

**RESPONSABLES:**  
ANNY SCARLET MARTÍNEZ MARTÍNEZ U20201432  
EDILSA ALEXANDRA HERNANDEZ AMAYA U20200045  
ONEYDA IVETH CONTRERAS UMAÑA U20201294  
CRISTIAN ERNESTO VIGIL ESCOBAR U20200695  
JORGE ROBERTO SEGOVIA CENTENO U20200164

**CICLO:**  
**01-2024**

**LUGAR Y FECHA DE ENTREGA:**  
**CIUDAD UNIVERSITARIA UNIVO, 18 DE DICIEMBRE DEL 2024**

## Tabla de contenido

I. MEMORIA DE LABORES.....	3
1. INTRODUCCIÓN:.....	3
2. DESARROLLO: .....	4
3. LOGROS ALCANZADOS:.....	5
4. LOGROS EN CUANTO A LA FORMACIÓN PROFESIONAL:.....	6
5. LIMITACIONES ENCONTRADAS: .....	7
6. CONCLUSIONES:.....	8
7. RECOMENDACIONES:.....	9
8. LUGAR Y FECHA DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO: .....	10
9. DATOS DE LA ACTIVIDAD MEDIO AMBIENTAL: .....	11
II. ANEXOS.....	16

## I. MEMORIA DE LABORES

### 1. INTRODUCCIÓN:

El proyecto UNIVO MEDIA, desarrollado en la Universidad de Oriente (UNIVO), fue una iniciativa clave para fortalecer la relación entre la institución y la comunidad mediante el uso de estrategias efectivas de comunicación audiovisual. A través de la producción y difusión de contenido en redes sociales. Se promovió la universidad y la carrera de Comunicaciones generando el interés de nuevos estudiantes y destacando las capacidades académicas de la UNIVO.

UNIVO MEDIA no solo incrementó la visibilidad de la universidad, sino que también fomentó un ambiente de entusiasmo y colaboración. La estrategia activa en redes sociales elevó el perfil de la carrera de Comunicaciones, atrayendo a nuevos estudiantes y posicionándola como una opción atractiva y moderna. Esta visibilidad generó un mayor interés por parte de futuros comunicadores, quienes encontraron en la UNIVO un espacio comprometido con la formación integral y las oportunidades de desarrollo profesional.

Además, UNIVO MEDIA se consolidó como un canal esencial para la difusión de actividades institucionales, logros académicos y eventos de relevancia social, proyectando a la UNIVO como una institución cercana y comprometida con el desarrollo local. Este enfoque inclusivo y estratégico fortaleció la identidad universitaria, promoviendo un sentido de pertenencia y motivación entre estudiantes y docentes, y posicionando a la UNIVO como una universidad innovadora y socialmente comprometida en el ámbito educativo.

## 2. DESARROLLO:

Las actividades realizadas durante el proyecto consistieron en la producción de contenido informativo e interactivo en plataformas digitales. Gestionando las redes sociales y fomentando la interacción de la comunidad universitaria. Así mismo, posicionando la marca UNIVO en el contexto nacional e internacional.

En cuanto a programas informativos se produjeron un noticiero internacional con el propósito de conectar a las audiencias con diversas con el panorama global. En segundo lugar, se produjo un programa deportivo con información en este ámbito en el contexto nacional e internacional.

Se realizó cobertura sobre eventos institucionales dando a conocer el acontecer universitario a través de diversas plataformas. También, se creó contenido enfocado en la promoción de la Carrera de Comunicaciones.

Se produjo contenido interactivo con la comunidad universitaria con el propósito de crear un espacio de conexión dentro y fuera del contexto académico estudiantil.

A través del desarrollo y ejecución del proyecto UNIVO MEDIA, se alcanzaron los objetivos planteados, consolidando una plataforma efectiva para la comunicación entre la comunidad universitaria y la sociedad.

En cuanto al Objetivo General, se logró establecer un puente comunicativo sólido y efectivo. Los contenidos producidos abordaron temas de trascendencia social con un enfoque imparcial, permitiendo a la audiencia informarse y reflexionar sobre asuntos relevantes desde una perspectiva equilibrada.

En el cumplimiento de los Objetivos Específicos, se implementaron diversas estrategias interactivas que incentivaron la participación activa de la audiencia. Estas incluyeron el uso dinámico de redes sociales, logrando una retroalimentación constante que enriqueció el enfoque y la calidad de los contenidos ofrecidos.

Además, se estableció una conexión directa y efectiva entre la comunidad universitaria y el público en general. Esta interacción permitió no solo compartir conocimientos y perspectivas, sino también fortalecer los lazos entre la universidad y la sociedad, posicionando a UNIVO MEDIA como un referente comunicativo y participativo en su entorno.

### 3. LOGROS ALCANZADOS:

UNIVO MEDIA generó importantes contribuciones tanto para la Universidad de Oriente (UNIVO) como para su comunidad estudiantil y académica. A través de una estrategia activa en redes sociales, UNIVO MEDIA elevó el perfil de la carrera de comunicaciones, presentándola como un programa dinámico y atractivo para nuevos estudiantes. Esta visibilidad resultó en un aumento del interés de futuros comunicadores, quienes encontraron en la UNIVO un espacio comprometido con la formación integral y las oportunidades de desarrollo profesional en el área de comunicaciones.

Además, UNIVO MEDIA se convirtió en un canal clave para difundir actividades institucionales, logros académicos, y eventos de relevancia social, consolidando la imagen de la UNIVO como una institución cercana a su comunidad y comprometida con el desarrollo local. Al visibilizar a estudiantes, docentes y personal en sus actividades, promovió un sentido de pertenencia y motivación que fortaleció la identidad universitaria y alentó a la comunidad académica a participar activamente en los proyectos de la universidad. Este enfoque inclusivo generó también un mayor reconocimiento de la UNIVO en el ámbito educativo y en la sociedad salvadoreña, posicionándola como una universidad innovadora y socialmente comprometida.

#### 4. LOGROS EN CUANTO A LA FORMACIÓN PROFESIONAL:

Participar en un proyecto de esta naturaleza es una experiencia de mucho aprendizaje en el campo de las comunicaciones. El proceso creativo, las habilidades de redacción y narración adquieren gran relevancia. Al tener que crear contenido para distintas plataformas, se aprende a captar la atención de la audiencia de manera precisa, utilizando estrategias de storytelling y tendencias que permiten conectar con las emociones y expectativas del público objetivo. Cada publicación se convierte en una oportunidad para experimentar y perfeccionar las técnicas que hacen que el mensaje no solo se reciba, sino que se sienta y se comparta.

Además, este tipo de proyectos exige el dominio de herramientas de diseño y edición, fundamentales para la creación de material visual atractivo. Se familiariza con los aspectos técnicos y estéticos de la producción de contenido.

La interacción constante con la audiencia en las redes sociales también juega un papel crucial en esta formación. Cada comentario, cada pregunta o sugerencia se convierte en una oportunidad para desarrollar habilidades de comunicación interpersonal. Es aquí donde se aprende a gestionar comunidades digitales, responder de manera eficiente y construir una relación cercana y auténtica con los seguidores. Esto, a su vez, fomenta la empatía y el entendimiento de las necesidades del público, habilidades que son esenciales para cualquier comunicador.

Uno de los aspectos más valiosos es la capacidad de analizar y medir los resultados. Las redes sociales ofrecen un flujo constante de datos y métricas que permiten conocer el impacto real de cada acción. Evaluar el alcance, la interacción se convierte en una práctica fundamental que afina la capacidad de tomar decisiones informadas y ajustar estrategias según sea necesario. Esta habilidad analítica se convierte en un activo importante para optimizar las futuras campañas y mejorar la eficiencia de las comunicaciones.

La planificación y ejecución de estrategias de comunicación también se desarrollan de manera significativa. Participar en la creación de contenido para redes sociales obliga a pensar en términos de objetivos claros, plazos definidos y un enfoque estructurado. Cada pieza de contenido debe alinearse con los valores de la marca y con las expectativas de la audiencia, lo que refuerza la importancia de una comunicación coherente y estratégica.

Las redes sociales son un entorno dinámico, donde las tendencias cambian rápidamente y los imprevistos son frecuentes. Esta experiencia fomenta la capacidad de resolver problemas de manera ágil y efectiva, ajustando las estrategias y el contenido de acuerdo a las circunstancias.

En resumen, participar en un proyecto de creación de contenido y manejo de redes sociales no solo proporciona una formación técnica y estratégica en comunicación, sino que también potencia la creatividad, el análisis y la capacidad de adaptación, cualidades indispensables en el mundo profesional actual.

## 5. LIMITACIONES ENCONTRADAS:

En su momento las limitaciones encontradas fueron las siguientes:

Recursos limitados: La escasez de equipo técnico y presupuestario fue una limitación para la creación de contenido

Poca interacción: Al principio la interacción no era satisfactorio y presentó un reto para el proyecto.

Retroalimentación negativo y manejo de crisis: Se presentaron situaciones en las cuales los comentarios no fueron positivos y se debieron tomar acciones frente a ello.

Restricciones legales y de derechos de autor: Usar música, imágenes o elementos protegidos por derechos de autor implicó riesgos si no se cuenta con los permisos necesarios.

## 6. CONCLUSIONES:

Al finalizar nuestro proyecto de horas sociales en la Universidad de Oriente (UNIVO) mediante UNIVO MEDIA, podemos concluir que la experiencia ha sido transformadora y llena de logros significativos. La iniciativa no solo cumplió con los objetivos planteados al inicio, sino que superó varias de las metas previstas, reflejando el esfuerzo y compromiso de los estudiantes y de la institución.

Desde la perspectiva de los logros específicos, se alcanzaron y sobrepasaron varias de las metas. La participación estudiantil al 70%, cumpliendo con el objetivo inicial y promoviendo un diálogo continuo entre la comunidad universitaria y la sociedad. Además, el incremento en la interacción en redes sociales alcanzó un 30%, superando la meta del 25% y demostrando el alto interés de la audiencia. También se logró la meta de publicar al menos 50 piezas de contenido audiovisual de alta calidad en el primer año, generando un impacto notable en el ámbito nacional e internacional.

La colaboración con UNIVO y los distintos entes involucrados fue fundamental para alcanzar estos objetivos. Su apoyo en la gestión de recursos, facilitación de espacios y guía profesional para los estudiantes resultó en un trabajo de alta calidad que permitió que el proyecto se consolidara como un recurso valioso para la universidad. UNIVO MEDIA elevó el perfil de la carrera de comunicaciones, generando un interés creciente entre futuros estudiantes y posicionándose a la UNIVO como una institución comprometida con el desarrollo social y educativo del país.

Uno de los mayores logros fue la creación de un canal de comunicación efectivo para la universidad, que permitió difundir actividades institucionales, logros



académicos y eventos sociales. Esto fortaleció la identidad universitaria, promovió el sentido de pertenencia en la comunidad académica y posicionó a la UNIVO como una universidad innovadora y socialmente comprometida, reconocida en la sociedad salvadoreña.

Para los estudiantes, el proyecto representó un paso crucial en su formación profesional. Adquirieron habilidades en producción multimedia, gestión de redes sociales y análisis de audiencias, competencias esenciales en el campo de las comunicaciones. Además, al trabajar en una iniciativa de esta magnitud, desarrollaron una profunda comprensión de la responsabilidad social del comunicador y el poder de los medios digitales para influir en la sociedad. Esta experiencia no solo les brinda conocimientos técnicos, sino también valores éticos y un sentido de responsabilidad hacia su comunidad.

En conclusión, el proyecto de horas sociales mediante UNIVO MEDIA ha sido una experiencia de éxito y crecimiento tanto para la UNIVO como para los estudiantes. La iniciativa no solo permitió cumplir con las metas planteadas, sino que además consolidó a la universidad como un referente en la producción de contenidos audiovisuales socialmente comprometidos y brindó a los estudiantes la oportunidad de formarse como comunicadores integrales, comprometidos con el cambio social y la ética. profesional.

## 7. RECOMENDACIONES:

Mantener un perfil actualizado de la audiencia: Con los datos obtenidos, proyectos de este tipo pueden actualizar el perfil de su audiencia en redes sociales, pensando en función de los formatos y el contenido preferido. Esto permitirá una planificación de contenidos más relevante y adaptada a los gustos del público.

Identificar el contenido y estrategias más efectivas: Revisar el contenido y las tácticas que tuvieron el mejor desempeño en términos de interacción y cumplimiento de objetivos. De esta manera se puede identificar qué tipo de contenido y qué estrategias de comunicación resuenan mejor con su audiencia y deben reforzarse en proyectos futuros.

Implementar estrategias innovadoras: Crear contenido interactivo que permita una mejor conexión con el público, desarrollar planes establecidos, pero también dar paso a la creatividad y espontaneidad, para transmitir una visión más jovial y amigable de la institución.

Transmitir mensajes positivos: Crear estrategias con el objetivo de generar impacto positivo de manera creativa.

Escucha activa y participación de la comunidad estudiantil: Abrir espacio para expresarse y participar en la difusión de una visión auténtica y humana sobre el que hacer universitario.

## 8. LUGAR Y FECHA DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO:

**Nombre de la institución:** Universidad de Oriente (Ciudad Universitaria)

**Dirección:** Carretera Panamericana, kilómetro 133 1/2, salida a San Salvador, San Miguel, El Salvador

**Teléfono:** 2645-0400

**Persona Responsable de supervisar al estudiante en la institución:**

**Periodo:** diciembre 2023 a junio 2024

## 9. DATOS DE LA ACTIVIDAD MEDIO AMBIENTAL:



**DIRECCIÓN DE PROYECCIÓN SOCIAL**  
**SERVICIO SOCIAL ESTUDIANTIL**

### **ACTIVIDAD AMBIENTAL (Artículo 39 Ley de Medio ambiente)**

CARRERA: Licenciatura en Comunicaciones

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: Anny Scarlet Martínez Martínez

CÓDIGO: U20201432

NOMBRE DEL PROYECTO: “Plantación de árboles en pasaje Gloris”

LUGAR DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO: Barrio San Francisco, San Miguel

FECHA: 17 de noviembre 2024

**JUSTIFICACIÓN:** La plantación de árboles en esta zona surge como respuesta a las constantes quejas de la comunidad debido al calor extremo que afecta el área. Los árboles plantados, almendros y mangos, no solo mejorarán la calidad ambiental al proporcionar sombra y reducir la temperatura, sino que también generarán beneficios adicionales al ofrecer frutos que podrán ser disfrutados por los habitantes, contribuyendo al bienestar general del entorno.

**RECURSOS:**

**MATERIALES:**

- 5 árboles (árboles de almendro y de mango)
- Pala
- AguaHUMANOS:

- Persona para plantar



**DIRECCIÓN DE PROYECCIÓN SOCIAL**  
**SERVICIO SOCIAL ESTUDIANTIL**

**ACTIVIDAD AMBIENTAL (Artículo 39 Ley de Medio ambiente)**

**CARRERA:** Licenciatura en Comunicaciones

**NOMBRE DEL ESTUDIANTE:** Edilsa Alexandra Hernández Amaya

**CÓDIGO:** U20200045

**NOMBRE DEL PROYECTO:** Reforestación en la zona de cantón pueblo viejo.

**LUGAR DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO:** Caserío las Marías, Cantón Pueblo Viejo Arambala.

**FECHA:** 2 de noviembre 2024

**JUSTIFICACIÓN:** La zona donde se plantó tiene pocos árboles lo cual afecta un poco el ambiente. Es un lugar árido con escasa vegetación arbórea, lo que reduce los beneficios naturales que proporcionan los árboles, como la mejora de la calidad del aire, la prevención de la erosión del suelo y la creación de espacios con sombra y refugio para la vida silvestre. Reforestar esta área contribuye a restaurar una armonía natural y hacer que el entorno sea más sostenible.

**RECURSOS:**

**MATERIALES:**

- 5 árboles de cacao
- Pala
- Agua

HUMANOS:

- Persona para plantar

**UNIVO**

**DIRECCIÓN DE PROYECCIÓN SOCIAL**

**SERVICIO SOCIAL ESTUDIANTIL**

**ACTIVIDAD AMBIENTAL (Artículo 39 Ley de Medio ambiente)**

CARRERA: Licenciatura en Comunicaciones

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: Oneyda Iveth Contreras Umaña

CÓDIGO: U20201294

NOMBRE DEL PROYECTO: Reforestación en Comunidad El Rosario.

LUGAR DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO: Cantón El Rosario, San Francisco  
Gotera, Morazán.

FECHA: 31 de octubre 2024

JUSTIFICACIÓN: Plantar estos árboles frutales proporciona sombra y frutos, los árboles que se plantaron fueron: El Zúngano, que actualmente está en peligro de extinción. También el nance y el mango, que pueden ser disfrutados por la comunidad.

RECURSOS:

MATERIALES:

- 5 arboles
- Pala
- Agua

HUMANOS:

- Persona para plantar



**DIRECCIÓN DE PROYECCIÓN SOCIAL**  
**SERVICIO SOCIAL ESTUDIANTIL**

**ACTIVIDAD AMBIENTAL (Artículo 39 Ley de Medio ambiente)**

CARRERA: Licenciatura en Comunicaciones

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: Cristian Ernesto Vigil Escobar

CÓDIGO: \_U20200695

NOMBRE DEL PROYECTO: “Reforestación en la zona de Barrio Bolívar”

LUGAR DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO: \_ Barrio Bolívar, Ciudad Barrios  
San Miguel

FECHA: 9 de septiembre 2024

**JUSTIFICACIÓN:** Esta zona ha sido afectada por la deforestación, por lo que con la siembra de estos árboles se busca restaurar el entorno natural mientras se generan beneficios sociales, ambientales y económicos, pues contribuirán a la recuperación del ecosistema local, mejorando la calidad del aire, reduciendo la erosión del suelo y promoviendo la biodiversidad. Además, sus frutos ofrecerán una fuente de alimento saludable y sostenible para la comunidad, fortaleciendo la seguridad alimentaria y potencialmente generando ingresos a través de su comercialización.

**RECURSOS:**

**MATERIALES:**

- 5 árboles pequeños de Cuajiniquil (Inga Spuria)
- Pala
- Agua

**HUMANOS:**

- Persona para plantar



**DIRECCIÓN DE PROYECCIÓN SOCIAL**  
**SERVICIO SOCIAL ESTUDIANTIL**

**ACTIVIDAD AMBIENTAL (Artículo 39 Ley de Medio ambiente)**

CARRERA: Licenciatura en Comunicaciones

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: Jorge Roberto Segovia Centeno

CÓDIGO: U20200164

NOMBRE DEL PROYECTO: “Reforestación en la zona de Barrio San Antonio Quelepa”

LUGAR DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO: Barrio San Antonio, Quelepa, San Miguel

FECHA: 6 de octubre 2024

JUSTIFICACIÓN: En la zona en la se plantó era evidente la falta de árboles, es un área muy árida en la época de verano debido a la tala que anteriormente había ocurrido, era necesario incorporar vegetación. Los árboles plantados aparte de su función ambiental, son estéticos en su época de floración, así mismo sus semillas se dispersan con facilidad lo que contribuye con su reproducción en los alrededores

RECURSOS:

MATERIALES:

- 5 árboles pequeños de Maquilishuat (Tabebuia rosea)
- Pala
- Agua

HUMANOS:

- Persona para plantar

## II. ANEXOS

### FOTOGRAFÍAS ACTIVIDAD MEDIO AMBIENTAL

#### 1. Plantación de árboles en pasaje Gloris, Barrio San Francisco, San Miguel



#### 2. Reforestación en la zona de cantón pueblo viejo





### 3. Reforestación en Comunidad El Rosario



### 4. Reforestación en la zona de Barrio Bolivar



## 5. Reforestación en la zona de Barrio San Antonio Quelepa

