

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**"COMUNICACIÓN INTERNA DE PROYECTOS
ESPECIALES MOVISTAR Y CORPORACION"**

NOMBRE COMPLETO DEL EPESISTA

Elka Johanna Bonilla Ochoa

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2016

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**"COMUNICACIÓN INTERNA DE PROYECTOS
ESPECIALES MOVISTAR Y CORPORACION"**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

NOMBRE COMPLETO DEL EPESISTA

Elka Johanna Bonilla Ochoa

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Noviembre de 2016

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

Representantes Estudiantiles

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bártres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios

Telefonica

Guatemala, 11 de Agosto de 2016

Lic. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el estudiante(a) epeista Elka Johanna Bonilla Ochoa, con número de carné: 9420963 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en **Área Comercial especialista de proyectos especiales**, cumpliendo con **330 horas** efectivas de práctica comprendidas del 2 de Mayo al 18 de Julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto: "**Estrategia comunicación Interna Proyectos especiales Movistar y Corporación**

" Entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por **MOVISTAR GUATEMALA**.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epeista(a) y, para los usos y procesos siguientes en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra institución.

Telefonica

Atentamente,

Licenciado Sergio Escobedo

Gerente de Proyectos Especiales

Movistar Guatemala



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

Guatemala 3 de Noviembre de 2016

Estudiante

Elka Johanna Bonilla Ochoa

Carné: **9420963**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

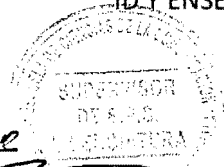
Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **"Comunicación interna de proyectos especiales Movistar y Corporación."** El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

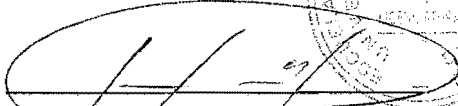
Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPS de Licenciatura en número de 10 ejemplares impresos y 3 CD'S con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las instancias correspondientes.

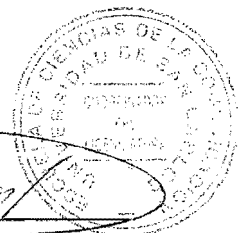
Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Fernando Flores
Supervisor EPS de Licenciatura




Yo. Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

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

DEDICATORIAS

A Dios

Por ser mi guía, mi fe y mi sabiduría en cada paso de mi vida y darme la oportunidad de lograr esta meta.

A mi madre

Mami, gracias por darme la vida, y vivir con gozo cada etapa de esta, por darme su amor incondicional, y su ejemplo de vida, por la bendición de tenerla como madre y poder decir que es la mejor madre que Dios me pudo dar, y por cada una de esas cosas grandes y pequeñas que usted ha hecho y hace por mí, La Amo mucho.

A mi Niña

Eres mi inspiración para ser mejor cada día, eres la Muñequita más linda que Dios me regalo TAM.

A Mis Hermanas

Por siempre apoyarme en todo y por creer en mí siempre, son lo mejor que tengo en mi vida las quiero muchísimo.

Y a cada una de las personas, amigos, etcétera, que me dieron su soporte, correcciones, fuerza y guía en este proceso se los agradezco infinitamente.

AGRADECIMIENTOS

A Movistar

Por brindarme el apoyo y permitirme hacer mi trabajo de EPS dentro de la empresa.

A mi Asesor dentro de Movistar

Sergio Escobedo por ser tan buen ser Humanos y por apoyarme siempre en todo momento en especial en este proyecto... Muchas Gracias!!

Mi Asesor

Licenciado Fernando Flores Gracias!! Por todo el asesoramiento brindado en el EPS

A los que hicieron posible el EPS

Muchas Gracias por la oportunidad que nos dan a todos los estudiantes de graduarnos de Licenciados en comunicación

INDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO.....	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. LA INSTITUCIÓN Movistar Guatemala.....	2
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	2
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	2
1.2.3. Antecedentes e Historia.....	3
1.2.4. Departamento o Dependencias.....	4
1.2.5. Misión.....	4
1.2.6. Visión.....	5
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	5
1.2.8. Público Objetivo.....	6
1.2.9. Organigrama.....	6
1.3. METODOLOGÍA.....	7
1.3.1. Descripción del Método.....	7
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección.....	8
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....	9
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS.....	10
1.4.1. Ficha de las entrevistas.....	10
1.4.2. Resultados de las entrevistas.....	10

1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados.....	10
1.4.4. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	11
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA.....	18
1.5.1. Fortalezas.....	18
1.5.2. Oportunidades.....	18
1.5.3. Debilidades.....	18
1.5.4. Amenazas	18

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	19
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	19
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	20
2.2.1. Objetivo General.....	20
2.2.2. Objetivos Específicos.....	20
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	20
2.4. MENSAJE.....	20
2.5. ESTRATEGIAS.....	21
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	21

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	30
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	30
3.1.1. Financiamiento.....	30
3.1.2. Presupuesto.....	30
3.1.3. Beneficiarios.....	30
3.1.4. Recursos humanos.....	31

3.1.5. Áreas Geográficas de Acción.....	31
3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	32
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	42
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN).....	43
CONCLUSIONES.....	44
RECOMEDACIONES.....	45
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	46
BIBLIOGRAFÍA.....	48
EGRAFÍA.....	49
ANEXOS.....	50
Transcripción completa de la entrevista	
Modelo de la encuesta	
Vaciado de la encuesta	
Fichas de registro de horas	

RESUMEN

Nombre de Institución

Movistar Guatemala S.A

Nombre del Proyecto

**"COMUNICACIÓN INTERNA DE PROYECTOS ESPECIALES
MOVISTAR Y CORPORACION"**

Autora

Elka Johanna Bonilla Ochoa

Universidad

Universidad de San Carlos de Guatemala

Unidad Académica

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Planteamiento del Problema:

Es necesario mejorar la comunicación interna de la empresa Movistar Guatemala y Corporación para lograr mayor captación de clientes y una mejor comunicación entre ambas empresas.

Instrumentos:

Observación, entrevistas y encuestas a los colaboradores del corporativo.

Procedimientos para obtener datos e información.

Se realizó investigación con varias bibliográficas y ejemplares de proyectos de la USAC, así como en internet, Adicional, se solicitó a información acerca de la empresa al gerente de proyectos especiales de Movistar y se realizó encuestas a los colaboradores de varias divisiones del corporativo.

INTRODUCCIÓN

Este informe corresponde al Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- de la Carrera de Licenciatura en comunicación de la Escuela de Ciencias de Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Realizado en Movistar Guatemala ubicada boulevard próceres zona 10.

En la Empresa Movistar se realizó un diagnóstico para determinar si estaba fluyendo la comunicación interna entre para ambas empresas.

La comunicación interna de una empresa es importante para alcanzar desarrollo de actividades y realización de objetivos destinados a cumplir en un determinado tiempo, el no tener una buena comunicación interna entre Movistar y Colaboradores de la Corporación puede ser razón por la cual la empresa no logre Captar varios clientes, del grupo objetivo que buscamos.

Se observó que se debía proporcionar más información y tener personal capacitado, para atender al colaborador y así fluya la comunicación en la corporación con información clara.

Capacitar al personal en el área de ventas que se encuentra laborando para Movistar para que se especialice en los planes colaboradores y puedan ser muy útil en la captación de clientes de la corporación. Ya que con ello puede tener colaboración dentro del personal y así una efectiva realización de cada uno de los eventos en las diferentes divisiones y cumplimiento de los objetivos.

JUSTIFICACIÓN

La comunicación interna entre los colaboradores una empresa se considera importante en Movistar y el corporativo no se contaba con una comunicación interna. Cuando una persona tiene designadas ciertas tareas a realizar y se le apoya con la mejor herramienta comunicativa, las tareas se realizan de mejor manera y con mayor rapidez y efectividad.

Hay varios medios que pueden ser buenos en la empresa para tener una buena comunicación interna, como las siguientes herramientas: Mailing, Broshur y Roll Up, eventos para interactuar con los colaboradores de cada división.

Entre los medios más interactivos es el correo electrónico ventas.colaboradores.cmi.@telefonica.com para tener respuestas con mayor rapidez, y luego el teléfono donde ayuda a cerrar las negociaciones. Todas ellas pueden hacer que ambas empresas pueda tener una buena comunicación, y así lograr objetivos.

Hay varios factores que pueden perjudicar la comunicación interna de ambas empresas ya sea por las herramientas o por los Colaboradores en sí. Las siguientes pueden ser:

- Información no enviada en lapso corto de tiempo.
- Si no se da seguimiento.
- Si no se explica bien beneficios (información confusa).
- Que no todos reciban la información.
- Que las promociones tengan bastantes existencias.

La comunicación interna de ambas empresas, cada día se ha ido innovando

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

“Diagnóstico de Comunicación Interna Proyectos especiales movistar y Corporación”

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

Se diagnostica las necesidades de comunicación a nivel interno de Movistar y Corporación Multi inversiones.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Identificar los procesos de Comunicación de Movistar y Corporación.
- Verificar las herramientas necesarias para la mejora de los procesos de comunicación interna.
- Se presentara un plan de comunicación que permita dar solución a la comunicación interna en la Corporación.

Evelin López Vásquez. (2014). Diagnóstico de comunicación interna empresa comercializadora. Guatemala: Tesis Licenciatura en comunicación USAC.

1.2 LA INSTITUCIÓN Movistar Guatemala, S.A.

EPS de Licenciatura en Comunicación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos, se realizó en el edificio Ibero plaza oficina central Telefónica 9no nivel Oficinas centrales de Telefónica Movistar S.A

1.2.1. Ubicación Geográfica

Telefónica Móviles Guatemala S.A se encuentra ubicada Boulevard los próceres 20-09 Edificio Ibero Plaza Z10.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Telefónica decide en 2013 asociarse con el 40% de sus acciones con el Corporativo, logrando una Alianza estratégica en Guatemala y Centro América.



Fuente: elaboración propia

1.2.3. Antecedentes

Telefónica fue fundada 1924 en Madrid España es una empresa multinacional española de telecomunicaciones, con sede central en Madrid España situada como la compañía de telecomunicaciones más importante de Europa y la quinta del mundo en clientes.

Está presente en 24 países y cuenta con una base de clientes que supera los 313 millones a marzo de 2014. La compañía dispone de uno de los perfiles más internacionales del sector al generar más de un 76 % de su negocio fuera de su mercado doméstico, y se constituye como el operador de referencia en el mercado de habla hispano

La sostenibilidad se expresa en 3 líneas principales: crecimiento de la actividad, incremento de la rentabilidad y gestión del riesgo. Centrándose en;

- Calidad
- Innovación
- Productividad

Telefónica Guatemala inicio operaciones en 1999, bajo su marca Telefónica Movistar, les ofrece sus servicios a más de 3.2 millones de usuarios, quienes disfrutan de telefonía móvil, telefonía fija, internet móvil, transmisión de datos y servicios de valor agregado; también brinda soluciones corporativas a empresas y a pequeñas y medianas industrias (pymes). Telefónica Guatemala es un gran generador de empleos, pues cuenta con un equipo de más de tres mil 200 personas, que trabajan en forma directa o indirecta en esta compañía.

1.2.4. Departamentos

En Telefónica esta director país enfocado a toda el área comercial, que se encuentra ubicado en el último nivel junto con los demás directivos de Telefónica que es nuestro director país enfocado a toda el área comercial.



Fuente: Elaboración Propia.

1.2.5. Misión

El nuevo plan estratégico de Telefónica 2016-2020, “Elegimos todo”, tiene como objetivo convertir a la compañía en una ‘Onlife Telco’, una compañía que impulsa las conexiones de la vida para que las personas elijan un mundo de posibilidades infinitas.

El nuevo plan estratégico se sustenta en seis elementos claves, tres para la propuesta de valor –Conectividad excelente, Oferta integral y Valores y Experiencia de Cliente- y tres habilitadores, que serán Big Data e Innovación, Digitalización extremo a extremo, Asignación de capital y simplificación.

1.2.6. Visión

Conectividad, porque los clientes quieren estar siempre conectados, en cualquier parte y desde cualquier dispositivo, con la máxima calidad, y Telefónica puede y debe dar respuesta a esa demanda gracias a los esfuerzos que ha Realizado en estos años para transformar sus redes fijas y móviles.

Oferta Integral, compuesta por una amplia gama de servicios y productos adaptados a las necesidades del cliente e incluso anticipándose a ellas, con propuestas personalizadas para particulares y empresas.

Y todo ello, con una experiencia diferencial basada en los valores de compañía y un posicionamiento público que defiende los intereses del cliente, que girará en torno a tres ejes: Confianza, Internet y Digital.

1.2.7. Objetivos Institucionales

Se da a conocer nuestros servicios a los colaboradores de “Corporación” creando una comunicación interna para promover nuestra marca logrando así una estrategia de comunicación.

Esta acción permitió una transformación integral dentro del “Corporación” y se podrá expandir a los demás países de Centro América.

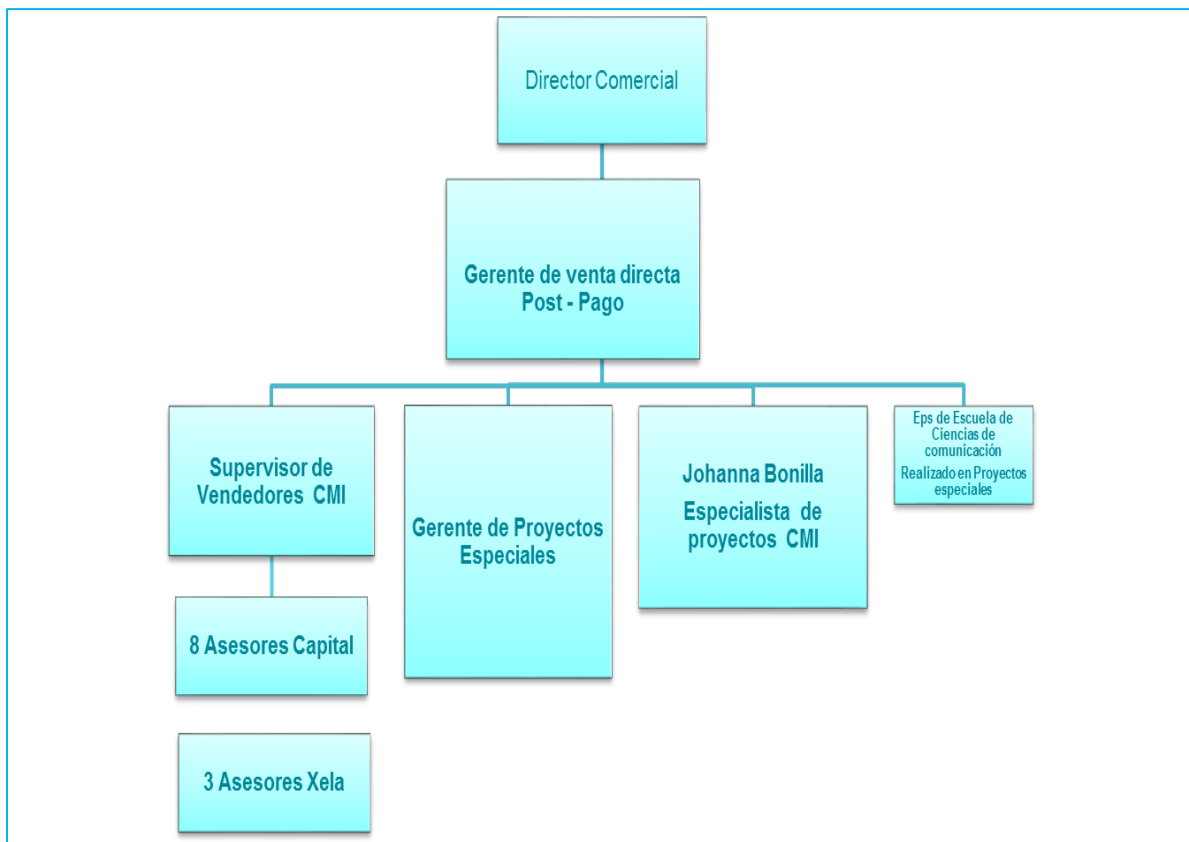
Entre los objetivos que creamos es Formar entre el departamento de Venta directa de Movistar un grupo de personas especializadas en las empresas que conforman “Corporación”

1.2.8. Público Objetivo

El grupo objetivo es Colaboradores CMI de 25 a 50 años que le guste la tecnología LTE 4G que utilicen redes sociales y estén innovando.

1.2.9. Organigrama

El Organigrama de la empresa está conformado por la siguiente forma;



Fuente: elaboración propia

1.3. METODOLOGÍA

1.3.1 Descripción del Método

Para el “Diagnóstico de Comunicación Interna Proyectos especiales movistar y Corporación” se utilizó el método científico.

La técnica que se utilizó para el diagnóstico fue la recopilación, entrevistas, encuesta y observación.

Se utilizó método Cualitativa porque se incluyó datos numéricos, además por el tipo de técnica e instrumentos utilizados, se realizó observación directa y muestra, Esto ayudo observar los procesos de comunicación interna, que se utilizan en Movistar para poder hacer un diagnóstico más completo de la deficiencia que se tiene Movistar.

Para el Diagnostico metodológico se utilizaron los instrumentos de la encuesta, entrevista y recopilación bibliográfica de Movistar

Luis Quintana Tejeda. (2007). Métodos de técnicas de investigación 1. Desconocido: McGraw Hill.

Metodología Cuantitativa

Desde el punto de vista cuantitativo, se planteó y planifico un diagnóstico y se llevó los pasos de las acciones y estrategias para lograr hacer este proyecto de comunicación interna.

Metodología Cualitativa

Para este proyecto, se realiza una investigación analítica y de campo realizando entrevistas y encuestas para realizar el informe.

Carlos Arturo Monje Alvarez. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa. Colombia: Universidad del sur de Colombia

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

Se realizó una entrevista con el Gerente de Proyectos especiales, se hace la observación directa que determina la necesidad que se tiene en la empresa de tener una comunicación interna más abierta.

Y se encuesta a veinte y nueve personas de “Corporación” donde se detectó la importancia de Comunicación Interna y crear un plan de comunicación para dar solución.



Fuente: elaboración propia

Estas técnicas son las que utilice para realizar este proyecto, y a determinar la problemática de las empresas y así lograr hacer el plan comunicacional.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

Se inicia el proyecto de EPS de Licenciatura de Comunicación de Universidad de San Carlos de Guatemala, que se realizara en Movistar de Guatemala S.A

Número	Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) Licenciatura de Comunicación	Febrero	Marzo
1	Entrega de carta de solicitud de EPS Gerente Proyectos Especiales	4 de Febrero 2016	
2	Recepcion de Carta de aceptación de la Movistar	5 de febrero 2016	
3	Entrega de carta de aceptación de oficina EPS	29 de Febrero 2016	
4	Inicio del diagnostico en la institución Movistar Guatemala	1 de Febrero 2016	
5	Entrevistas y encuestas de la intitución	4 de Febrero 2016	
6	Realización de los instrumentos de radiografía		09 Marzo 2016
7	Entrega del Diagnóstico a oficina EPS	18 mayo 2016	

Fuente: elaboración propia.

1.4. Recopilación de Datos

1.4.1. Ficha de las entrevistas

NOMBRE	PUESTO	OBSERVACION
Sergio Escobedo	Gerente de proyectos especiales	Conocer el grupo objetivo ver que piensan de nuestra Marca, como manejan su comunicación interna verificar si tenemos limitantes para comunicarnos con los colaboradores...o si se manejan por medio de recursos Humanos, asociaciones solidaritas o' Lideres una comunicación clara que noten los Beneficios.

1.4.2. Resultado de las entrevistas

La persona entrevistada en el Diagnostico indico que este proyecto se llevó a cabo en conjunto con el área de marketing y de proyectos especiales entre lo cual sería una herramienta de comunicación para “Corporación”.

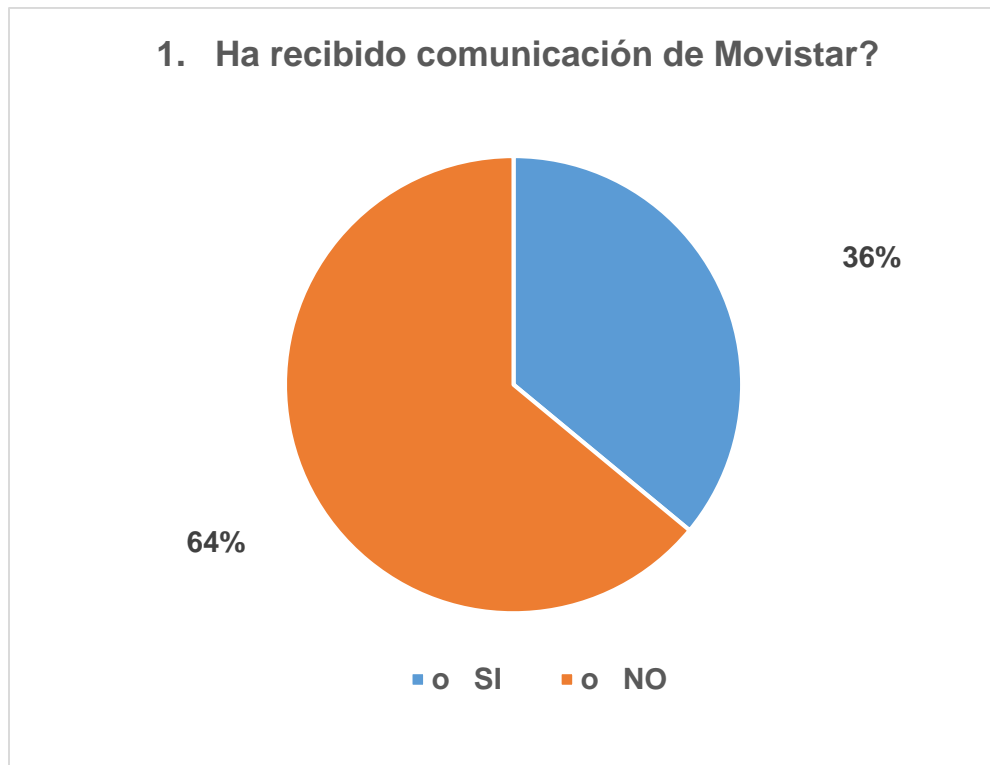
El Gerente Proyectos Especiales Sergio Escobedo entrevistado indico que es un buen punto... en ese momento no se contaba con la comunicación interna, tenemos un mercado potencial en la “Corporación”. Incrementaríamos las ventas considerables. Él se encuentra en la disposición de cambiar las tendencias. El entrevistado respondió de manera anuente y le pareció muy bien la encuesta al colaborador de “Corporación” para saber sus inquietudes.

1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados.

Oficina	Entrevistados	Ubicación
Sergio Escobedo	Sergio Escobedo	9no nivel edificio ibero plaza oficina central Movistar

1.4.4. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

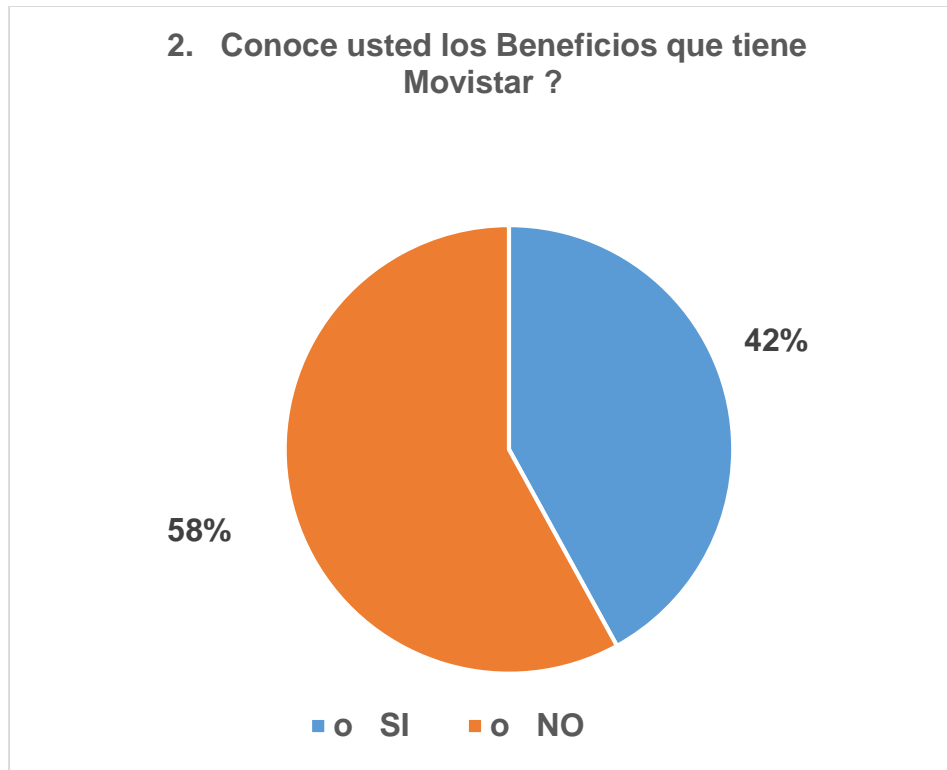
Grafica #1



Fuente: Epesista Johanna Bonilla Abril 2016

En la encuesta indicaron el 64% que no han recibido comunicación y el 36% por ciento si recibió, con las herramientas de comunicación que usaremos tendemos una comunicación más fluida.

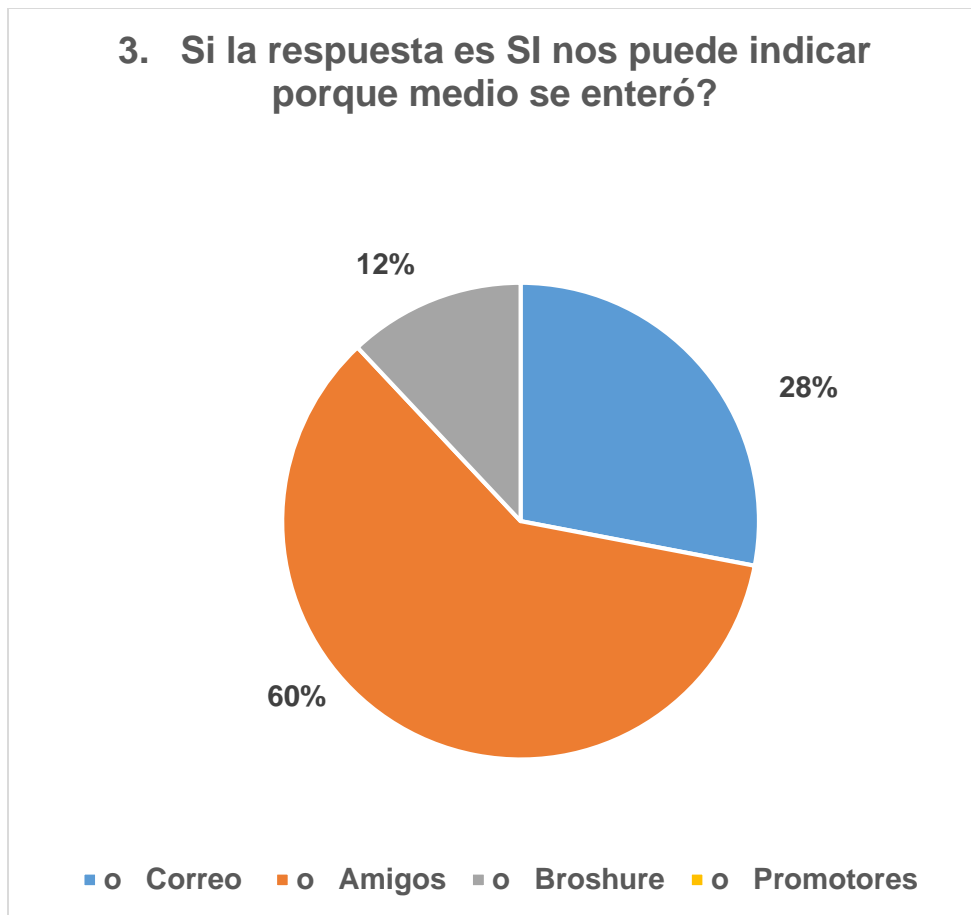
Grafica #2



Fuente: Epesista Johanna Bonilla Abril 2016

El 58 % por ciento no conoce los beneficios ya que no han recibido información y el 42% por ciento si están enterados porque se han enterado por otros medios.

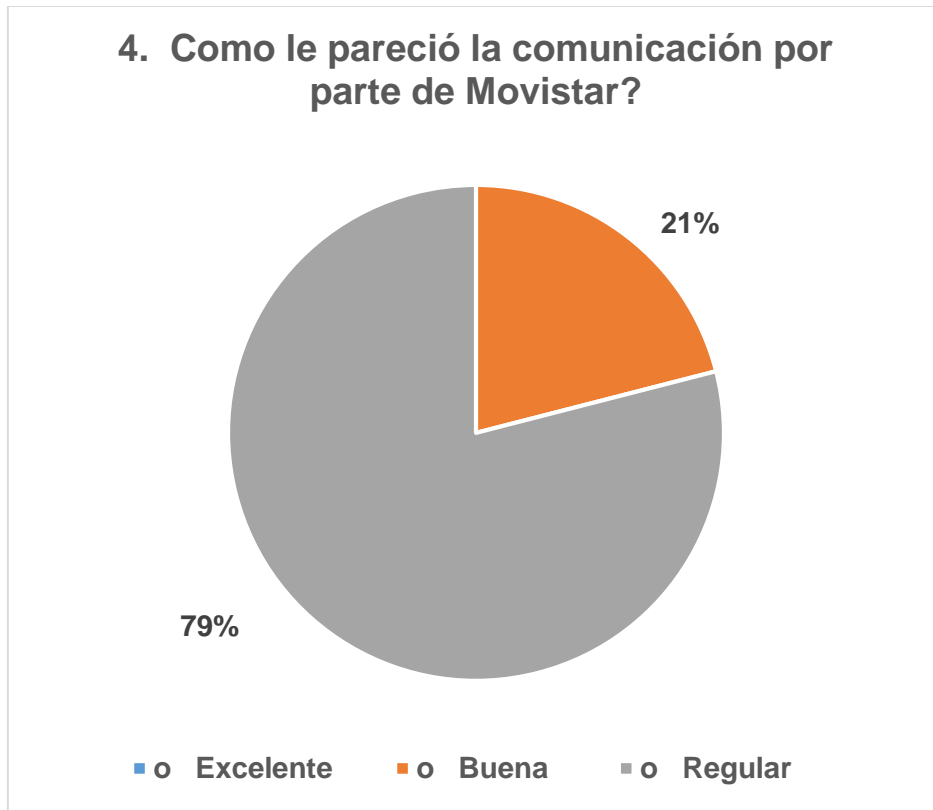
Grafica #3



Fuente: Epesista Johanna Bonilla Abril 2016

60% se enteró porque los compañeros de trabajo le contaron el 12% por brochure y el resto por correos. Se detecta que Falta más canal de comunicación.

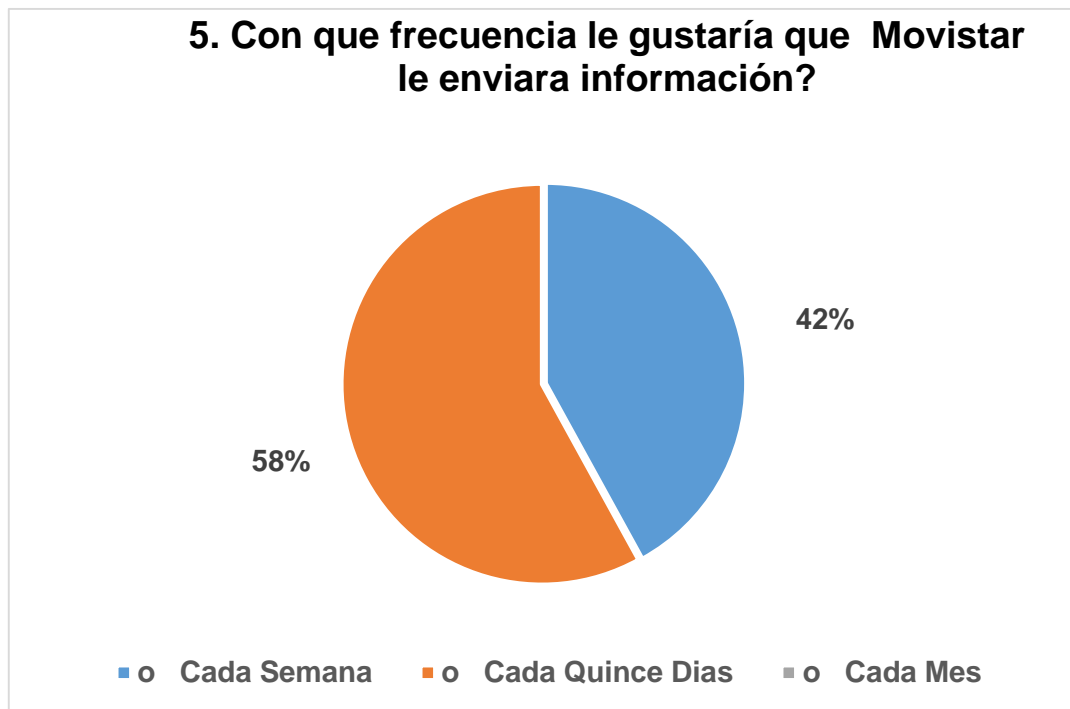
Grafica #4



Fuente: Epesista Johanna Bonilla Abril 2016

El 79% de los encuestados indica que Regular porque faltan saber más de lo que ofrece y el 21% indica que buena porque han recibido Beneficios.

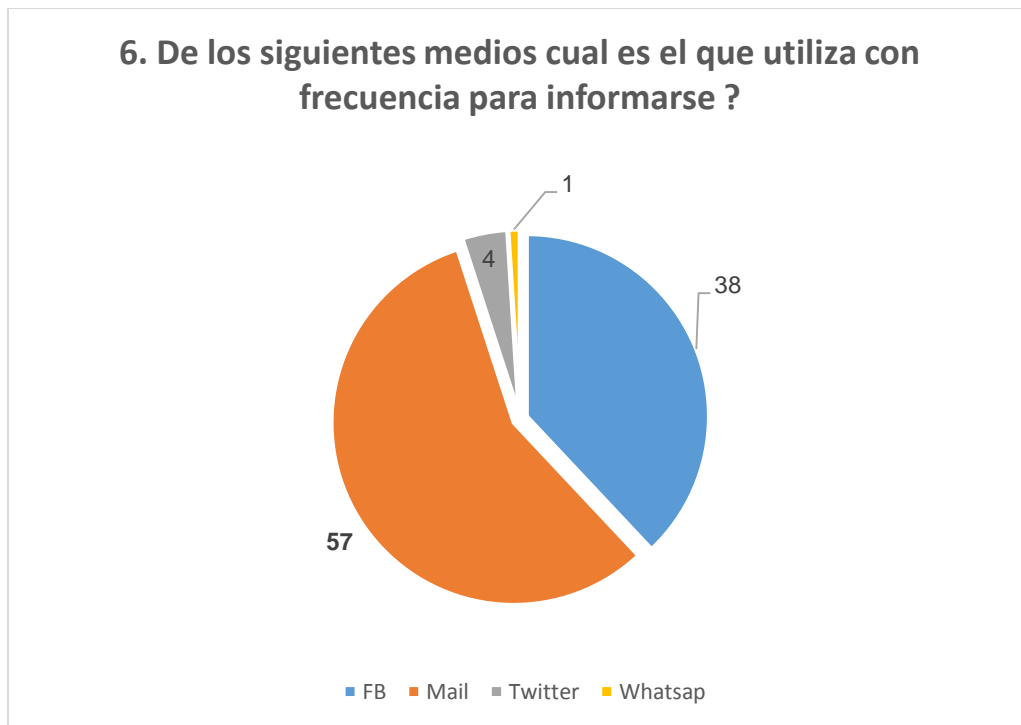
Grafica #5



Fuente: Epesista Johanna Bonilla Abril 2016

El 58% indica que cada 15 días le gustaría recibir información y el 42 % prefieren que sea cada semana la estrategia del Mailing ayudara mantenerlos informados.

Grafica #6



Fuente: Epesista Johanna Bonilla Abril 2016

Un 57% de colaboradores usan correo electrónico ya que están en oficinas la mayoría de horas del trabajo y el 38% Facebook y twitter 4% y WhatsApp lo utilizan como medio de comunicación más personal por lo cual utilizaremos el internet

1.4.4. Vaciado de encuesta

Base Total	28
Recorrido	100%
acepta encuesta	100%

1. Ha recibido comunicación de Movistar?	
○ SI	36%
○ NO	64%
2. Conoce usted los Beneficios que tiene Movistar?	
○ SI	42%
○ NO	58%
3. Si la respuesta es SI nos puede indicar porque medio se enteró?	
○ Correo	28%
○ Amigos	60%
○ Brochure	12%
○ Promotores	
4. Como le pareció la comunicación por parte de Movistar?	
○ Excelente	
○ Buena	21%
○ Regular	79%
5. Con que frecuencia le gustaría que Movistar le enviara información?	
○ Cada Semana	42%
○ Cada Quince Dias	58%
○ Cada Mes	
6. De los siguientes medios cual es el que utiliza con más frecuencia para Informarse?	
○ Twitter	1%
○ Face Book	40%
○ Snap chat	
○ WhatsApp	1%
○ Mail	57%
○ Otro _____	

Fuente: elaboración propia.

Esta encuesta se realizó a 28 colaboradores de las diferentes divisiones logrando identificar, la problemática de la poca comunicación interna que hay entre ambas empresa.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA

1.5.1. Fortalezas

- Movistar cuenta con un departamento de comunicación, Publicidad
- Marketing y todas las herramientas para crear una estrategia.
- Uso de redes sociales como Facebook, Twitter, página web.
- Equipo dinámico y con actitud.
- Brindará Material impreso con información requerida.

1.5.2. Oportunidades

- Participar en eventos y realizar presentaciones con colaboradores de la corporación.
- Enviarles Comunicados por medios de Mailing por correo.
- Brochure con información para que estén siempre enterados.

1.5.3. Debilidades

- La comunicación interna es muy escasa.
- No existe material de comunicación Interna.
- No existe plan de comunicación

1.5.4. Amenazas

- Inadecuada comunicación, poca información.
- No cumplir con el objetivo.

CAPÍTULO II

2. PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN

Comunicación Interna Proyectos especiales movistar y Corporación”

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Telefónica Movistar de Guatemala es una empresa trasnacional, trabaja en todo relacionado en comunicación y tecnología. Se caracteriza por su servicio y ser una empresa innovadora con presencia en 26 países.

Movistar tiene 16 años de trayectoria en Guatemala, cuenta con una transformación Telco Digital, Movistar quiere diferenciarse a través de su experiencia con el cliente, estando convencida de que conseguir la fidelidad de sus clientes va a aumentar su competitividad como compañía.

Sus líneas estratégicas de trabajo del área de proyectos especiales son:

- Comunicación Interna.
- Fortalecimiento de la Alianza.
- Alcance de objetivos
- Boletín Mensual.

En este momento se cuenta con un plan ni una estrategia de comunicación que permita llegar a su público objetivo. Sean han realizado promociones y pruebas piloto por medio de email y actividades dentro de algunas divisiones de Corporación, los resultados muestran que las estrategias no han sido suficientes.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

Presentar un plan de lo que fue observado en el diagnóstico.

2.2.2. Objetivos Específicos

- Fortalecer la imagen institucional pretende Movistar en cada uno de los eventos que se realizaran, cada división.
- Reforzar los canales de comunicación que tiene Movistar a través de la vía internet.
- Se implementara herramientas de comunicación impresas.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Nuestro público objetivo personas comprendidos entre las edades de 25 a 55 años, nacionalidad Guatemalteca de ambos sexos, que trabajen en Corporación”.

2.4. MENSAJE

Movistar está enfocado en abordar el mercado Corporación”

“Pronto los mejores Beneficios para Colaboradores”

2.5. ESTRATEGIAS

Realizar una serie de actividades enfocadas a posicionar a Movistar dentro Corporación, con el público objetivo, brindando información de los beneficios, proyectos, actividades planificadas y por realizar a través de mailing, boletines, correo electrónico e información el día del evento. Así como el abordar a los colaboradores.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

1. Presentación Digital

Se elaborara una presentación oficial que se utilizara en los eventos con los beneficios que ofrece Movistar, dicha presentación tendrá dichos puntos;

- Movistar
- Alianza
- 10 razones
- Beneficios para Colaboradores
- Comparativo de planes Movistar, Tigo y Claro
- Proceso
- Preguntas frecuentes

Acciones

- Actividades en cada División
- Base de datos de colaboradores, Asociaciones Solidaritas.
- Boletín electrónico quincenal

2. Campaña Mailing

Se utilizara tres tipos de mailing de expectación por tres días antes que sea el evento se enviaran por correo electrónico en el siguiente orden;

- Pronto Planes colaborador
- Pronto multiplicaras tu velocidad
- Se enviara la invitación indicando fecha y hora del evento.

Acciones

Por medio de la persona encarga de Comunicación Interna de la Corporación difundirá el mensaje de los Mailing a todos los colaboradores internos de cada una de las empresas.

- 3 Roll UP

El día del evento llevaremos tres Roll Up los cuales los colocaremos en puntos estratégicos para que los colaboradores vean que estamos en su división.

Acciones

Se creara un correo ventas.colaboradorescmi@telefonica.com que se colocara en los Brochure y en los Roll up para que los colaboradores si les surja duda puedan escribir y tengan una pronta respuesta.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Mailing de expectación para los eventos de la Corporación se enviara por medio de comunicadora de la corporación y se hará comunicación interna a Directivos, Gerentes, y personal administrativo de todas las divisiones.

- Día #1



Fuente; Objetivo del primer Mailing lograr expectación, el mensaje indica pronto mejores Beneficios Movistar.

- Día #2

Objetivo del segundo día de este Mailing es darle seguimiento al mensaje del día #1 indica al colaborador que muy pronto Podrá multiplicar su velocidad.



Fuente; **Objetivo** del segundo Mailing dar seguimiento a la expectativa, del mensaje día #1

- Día #3

Objetivo de esta invitación es informar a los colaboradores de la corporación, el mensaje indica la fecha del evento y que estaremos en su lugar de trabajo...con la finalidad de que todos los colaboradores asistan.

M movistar

Mañana 8 MOVISTAR visita

corporación
multi inversiones

y entérate de las 10 razones
porque tienes que tener un movistar...
Prepárate para lo mejor. de 8 am a 6 pm

- Compañía Global con sabor Local
- Invertimos en mejor Cobertura
- Confianza, transparencia y cercanía
- La red de internet más rápida
- Movistar Sin Fronteras
- Multiplicas tu saldo siempre
- Número Vida, para hablar GRATIS
- Los mejores planes Infinito
- La mejor oferta de larga distancia
- La mejor oferta de paquetes

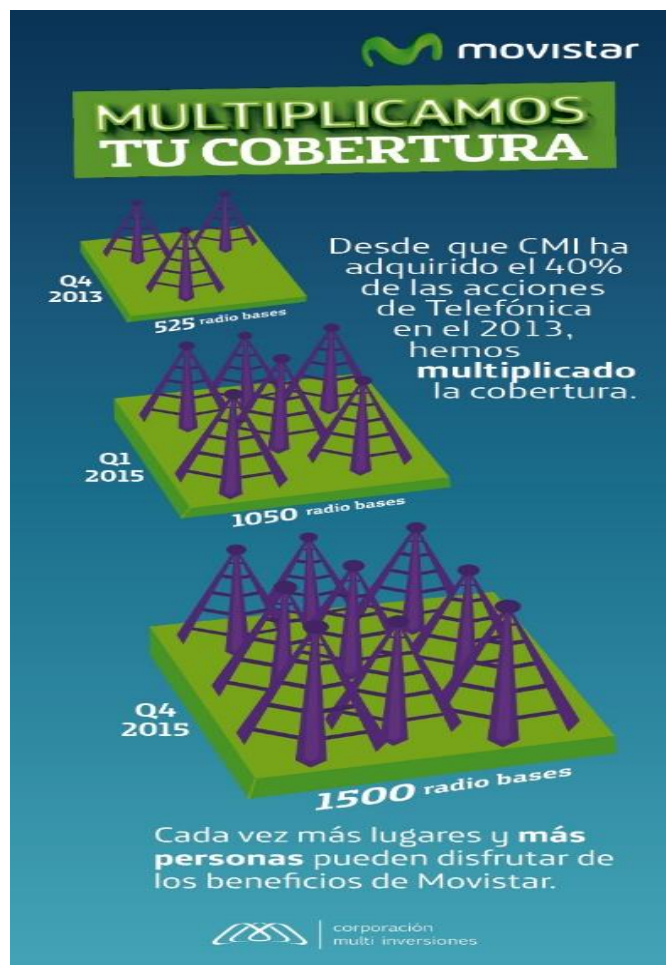
www.movistar.com.gt Síguenos en:   

Fuente; Objetivo Es la invitación donde Indica la fecha del evento y que estaremos en su lugar de trabajo.

- Roll UP

Se harán 9 roll up para colocar en lugares estratégicos los días del evento, en cada evento se utilizaran 3 con medidas 0.85 centímetros de ancho y 2 metros de alto con estructura metálica y lona tensada y se realizara 3 artes para estos roll up.

Roll UP Cobertura



0.85 centímetros ancho x 2 metros largo

Roll UP Planes colaborador



0.85 centímetros ancho x 2 metros largo

Roll UP 10 razones Movistar

movistar

SOMOS MULTIPLICADORES

¡Las 10 razones por las que Movistar es la mejor opción!

-  **Compañía global con sabor local**
-  **Seguimos invirtiendo en ampliar Cobertura**
-  **Confianza, transparencia y cercanía**
-  **La red de Internet más rápida**
-  **Movistar Sin Fronteras**
-  **Multiplicas tu Saldo siempre**
-  **Número Vida, para hablar GRATIS**
-  **Los mejores Planes Infinito**
-  **La mejor oferta de Larga Distancia**
-  **La mejor oferta de paquetes**

www.movistar.com.gt Siguenos en:   

0.85 centímetros ancho x 2 metros largo

- Brochure

Se imprimirán 3,000 brochure de la siguiente medida papel couche brillante 135grs Dimensiones 8.5" x 11".El día del evento se entregara a cada colaborador que asista al evento, las asesoras estarán en la entrada del salón.

Plan infinito vuela Colaborador

Porque eres Colaborador
MULTIPLICAMOS TU VELOCIDAD

4G LTE INTERNET 10 VECES MÁS RÁPIDO

PARA TU SMARTPHONE

Samsung Galaxy S6 Edge
Plan 1g
Smartphone por Q 1.200.000

Samsung Galaxy Edge Plus
Plan 1g
Smartphone por Q 1.200.000

Si no encuentras el Smartphone que deseas pregunta a tu asesora:

Para más información:
Tel: 22786553 / 22997668
Correo: ventas.colaborador@movistar.com

corporación multi inversiones | Molinos Modemos

www.movistar.com.gt | Síguenos en: f t+ y

* Contrato 24 meses

Anverso

PLANES INFINITO COLABORADOR

Llévate tu Smartphone favorito GRATIS

Beneficios:
* Hasta 25% de ahorro mensual vs oferta al público

Planes infinito	Cuota	Minutos	SMS	Datos
Básico Colaborador	Q.185	2.000 (incluye 100 minutos)	2.000	500 MB
Premium Colaborador	Q.190	400 (incluye 100 minutos)	4.000	2 GB
Infinito Colaborador	Q.300	Infinito (incluye 100 minutos)	Infinito (incluye 100 minutos)	4 GB
Infinito vuela Colaborador	Q.525	Infinito (incluye 100 minutos)	Infinito (incluye 100 minutos)	12GB

*Mínimo poder utilizarse para llamadas de larga distancia, USA y Movistar Centroamérica

Requisitos de contratación: DPI

* Contrato 24 meses

Reverso

CAPÍTULO III

3. INFORME FINAL DE EJECUCION

3.1 PROYECTO DESARROLLADO

"COMUNICACIÓN INTERNA DE PROYECTOS ESPECIALES MOVISTAR Y CORPORATIVO"

3.1.1 Presupuesto invertido

Para la ejecución de este plan de comunicación se solicita un presupuesto de Q11, 492.00 para ejecutar las acciones propuestas.

CANTIDAD	ARTICULO	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
3000	Broshur	Papel couche brillante 135grs.Dimenciones 8.5" x 11" acabado doblado full color	Q295.00	Q2,655.00
9	Roll Up	0.85 centimetros de ancho x 2 metros de alto	Q,0.4	Q1,437.00
7	Diseños	3 diseños de mailing 3 diseños de Roll UP	Q200.00	Q1,400.00
		Asesoría de Epesista	Q6,000.00	Q6,000.00
TOTAL				Q11,492.00

3.1.2 Financiamiento

El presupuesto total de este proyecto fue financiado en su totalidad por Movistar y asesoramiento, Epesista Johanna Bonilla.

3.1.3 Beneficiarios

Beneficiario directo Todos los colaboradores del Corporativo de cada una de las divisiones se, benefician con el plan colaborador que les Brindamos. En este proyecto se benefició indirectamente Movistar ya que creció en captación de nuevos usuarios y referidos.

3.1.4 Recursos Humanos

Las siguientes personas fueron las que colaboraron para que se llevara cada una de estas actividades.

PERSONAL	PUESTO	ACTIVIDAD
Sergio Escobedo	Gerente proyectos Movistar	Validacion de Proyecto
Ana Solares	Jefe de area Trade Marketing	Materiales impresos
Fabiola Andonely	Diseñadora de Trade	Todo diseño de proyecto
Ilea Davila	Comunicadora Corporativo	Enviar comunicados
6 Asesores	Movistar	Cada evento captacion clientes

3.1.5 Área Geográfica de Acción

Toda la ejecución de estos eventos fueron realizados en ciudad de Guatemala en las diferentes zonas y divisiones del corporativo.

Division	Direccion de Eventos
Alianza	Km 60.5 Carretera Siquinala Escuintla
Galletas Gama	San José Pinula Km. 18.5 Aldea El Pajón, San José Pinula
Molinos Modernos	Calz. Atanasio Tzul 33 calle
Diversity	CC pradera Concepcion
Toledo Amatitlan	1 av 10-31 Barrio Ingenio Amatitlan Guatemala
Toledo Z12	49 Calle 21-80 Z-12 Zol.
Inversiones CA	Carret a El Salvador Km 16 Edif CConcepcion , Guatemala
Eventos	Centro Empresarial
Corporativo	5 avenida 15-45 zona 10, Edificio Centro Empresarial
Multigua	18 CALLE 24-69 ZONA 10 Zona Pradera, Torre I, Oficina 808 ,
Avicola Villa Lobos	46 Calle 21-89 Zona 12 Guatemala

3.2 Estrategia y Acciones Desarrolladas

Realiza una serie de actividades enfocadas a posicionar a Movistar dentro Corporación con el público objetivo, brindando información de los beneficios, proyectos, actividades planificadas y se invita al colaborador a través de mailing, boletines, correo electrónico e información el día del evento. Así como el abordar a los colaboradores.

- **Estrategia Desarrollada - Presentación Digital**

Se Realizó varias charlas informativas en cada división del Corporativo y si el cliente solicita información se enviara la presentación por medio del correo con la oferta y promociones logrando una comunicación interna.

- **Objetivo Comunicacional**

“Dar a conocer beneficios que Movistar le brinda al colaborador del Corporativo”

Que todos los colaboradores de Corporativo conozcan de alianza que tiene Movistar con sus empresas y que pueden gozar de muchos beneficios.

- **Descripción**

Se realizó una presentación comercial para todos los colaboradores explicando varios puntos que detallo a continuación;

- Movistar
- Alianza
- 10 razones
- Beneficios
- Comparativo de planes
- Preguntas frecuentes

Acciones Desarrolladas

Esta presentación fue de mucha aceptación y efectividad ya que en cada presentación se logró captar clientes colaboradores del corporativo.

Alianza Corporación Multi-Inversiones y Telefónica

Participación del negocio

40% Participación en

Desde el 1 de agosto 2013

Telefónica CentAM*

Transformación en Guatemala

Ejes de transformación:

- 3** Valor: mejores precios y promociones
- 3** Experiencia: Transformación de tiendas
- 3** Innovación: El 4G LTE más rápido

Alianza Estratégica

Local + Global =

Glocal

Beneficios para ti

2,100 colaboradores de CMI en Guatemala con

Movistar

Las 10 razones para pasarte a Movistar

1. **Compañía Global con sabor Local.**
2. **La mejor oferta de paquetes.**
3. **Los mejores planes infinitos.**
4. **Seguimos invirtiendo en ampliar nuestra cobertura.**
5. **La mejor oferta de larga distancia.**
6. **Confianza Transparencia y Cercanía.**
7. **La red de internet mas rápida.**
8. **Movistar sin fronteras.**
9. **Multiplica tu saldo siempre.**
10. **Numero vida para hablar GRATIS.**

Fuente: Epesista Johanna Bonilla explicación de alianza estratégica y 10 razones para tener Movistar.

Comparativo de planes Movistar - Tigo - Claro

Plan	Bases + Datos			Familia Tigo			Planes cool			Premium			Tipo sin Límites			Smartfon 1			Infinito			Sin Límites			Smartfon 2			Infinito Total			Sin Límites			Plan Limitado 2		
	Cuota Mensual	Q115	Q199	Q201	Q115	Q150	Q299	Q312	Q150	Q299	Q312	Q300	Q449	Q510	Q300	Q449	Q510	Q255	Q799	Q799	Q255	Q799	Q799	Q255	Q799	Q799	Q255	Q799	Q799							
Mi minutos a all net	200	200	150		400	200	330		Infinito	200	700		Infinito	200	700		Infinito	Sin Límites	Limitado																	
Datos	500MB	500MB	250 MB		2GB	2GB	1GB		4GB	4GB	3GB		12GB	12 GB	10GB																					
SMS	200	200	300		400	Sin límites	350		Infinito	Sin Límites	350		Infinito	Sin Límites	350		Infinito	Sin Límites	Limitado																	
	4G LTE	4G LTE	N/A		4G LTE	4G LTE	N/A		4G LTE	4G LTE	N/A		4G LTE	4G LTE	N/A		4G LTE	4G LTE	N/A																	

Movistar cuenta con la mejor oferta del mercado.

Preguntas frecuentes

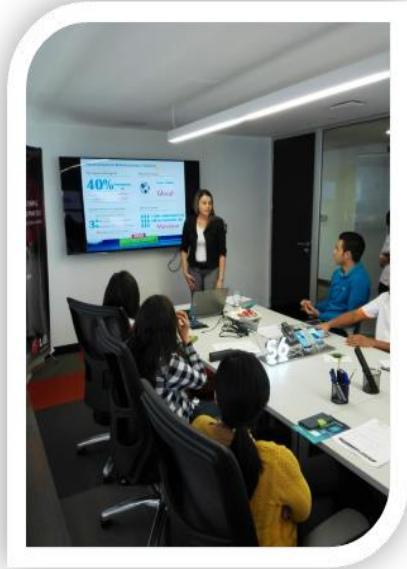
1. ¿Cuántos meses dura el contrato?
2. ¿Mis llamadas con otros Movistar son gratis?
3. ¿Cómo es la cobertura de Movistar en Guatemala?
4. ¿Qué pasa si yo ya tengo un plan Movistar anterior?
5. ¿Cómo pago mi cuota mensual?
6. ¿Puedo contratar planes adicionales para mi familia?

?

Fuente: Epesista Johanna Bonilla comparativo de las tres operadoras y preguntas más frecuentes.

Imágenes de Acciones

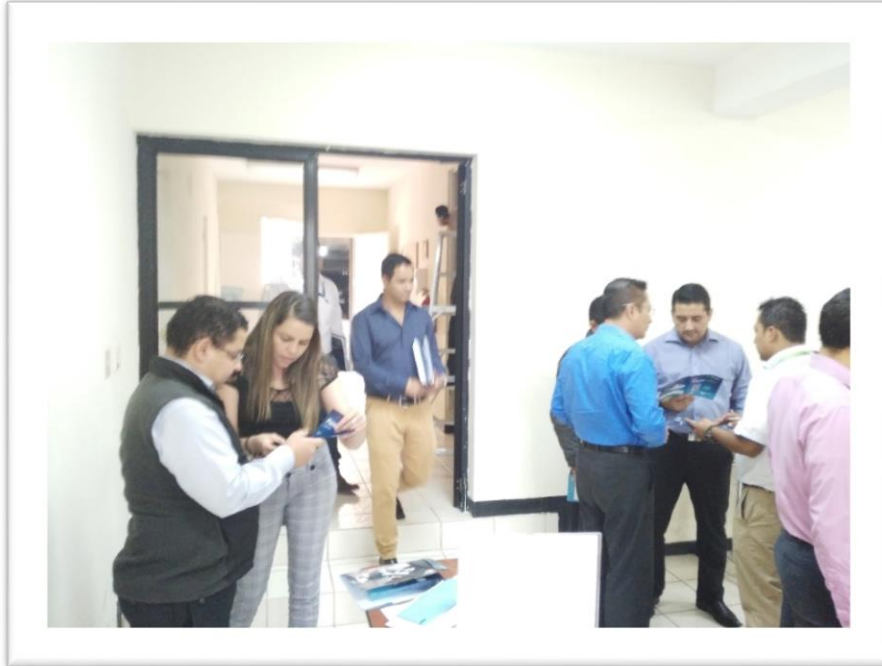
Fotos de diferentes empresas del corporativo donde se realizaron los eventos.



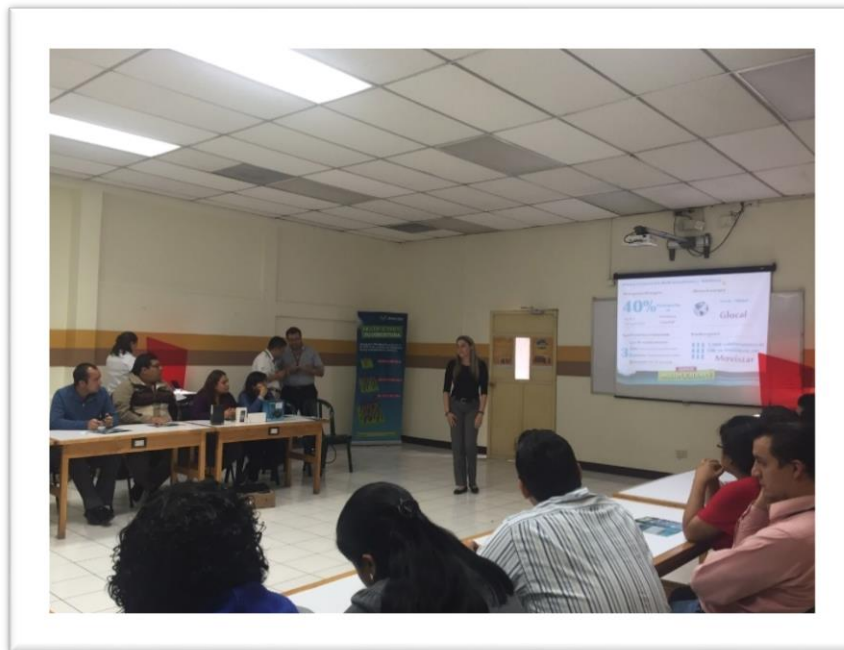
Fuente: Epesista Johanna Bonilla realizo la presentación de planes Movistar en oficinas del Corporativo.



Fuente: Epesista Johanna Bonilla realizo la presentación de planes Movistar en oficinas de Pollo Campero.



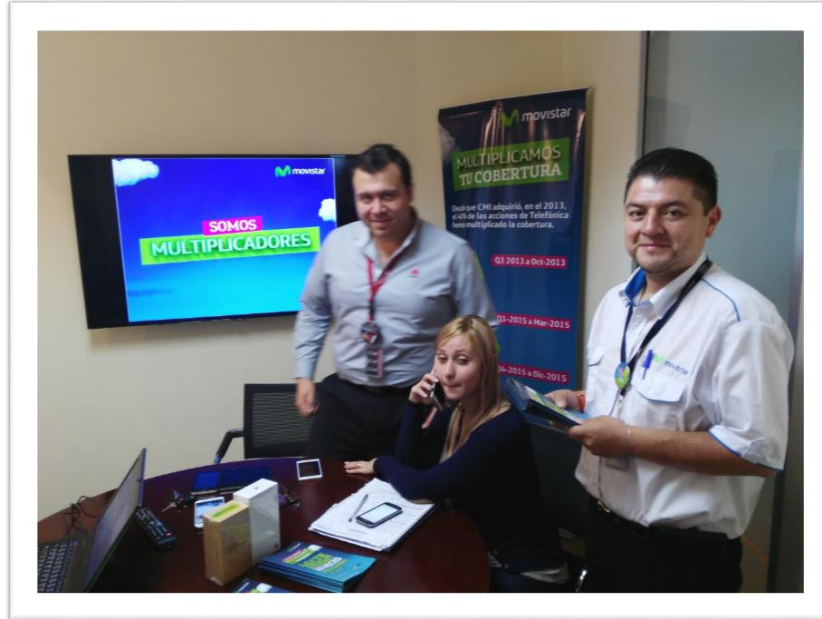
Fuente: Epesista Johanna Bonilla realizo la presentación de planes Movistar en oficinas Inversiones Centro Americana.



Fuente: Epesista Johanna Bonilla realizo la presentación de planes Movistar en oficinas de Molinos Modernos.

Acción Brochure

Se imprimieron 3,000 brochure y El día del evento se entregaron a cada colaborador que asista al evento, las asesoras estuvieron en la entrada del salón.



Fuente: Epesista Johanna Bonilla realizo evento en conjunto con los asesores
Entregando los brochure con información de planes Movistar.



Fuente: Epesista Johanna Bonilla realizo evento en conjunto con los asesores
Entregando los brochure con información de planes Movistar en pollo campero.

- Acción Roll UP

Se hacen varios Roll Up con el mensaje “Pronto los mejores Beneficios para Colaboradores”

Que se colocan en lugares estratégicos los días del evento, en cada evento se utilizaron 3 para colocar en lugares estratégicos los días del evento.

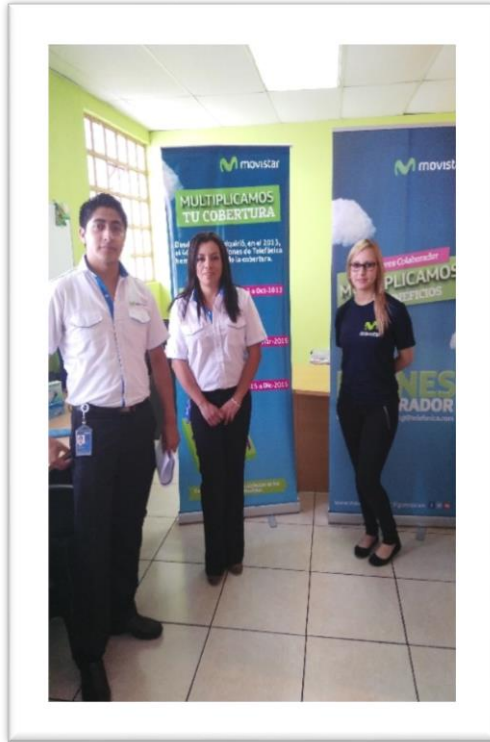


Fuente: Epesista Johanna Bonilla en conjunto con los asesores de Movistar, realizo la presentación de planes Movistar en oficinas de Galletas Gama.



Fuente: Los asesores de Movistar utilizando el roll up

En oficinas de Cofinsa y se colocó Roll up en lugares estratégicos de la empresa.



**Fuente: los asesores de Movistar utilizaron el Roll up
en oficinas de Molinos Modernos Xela**

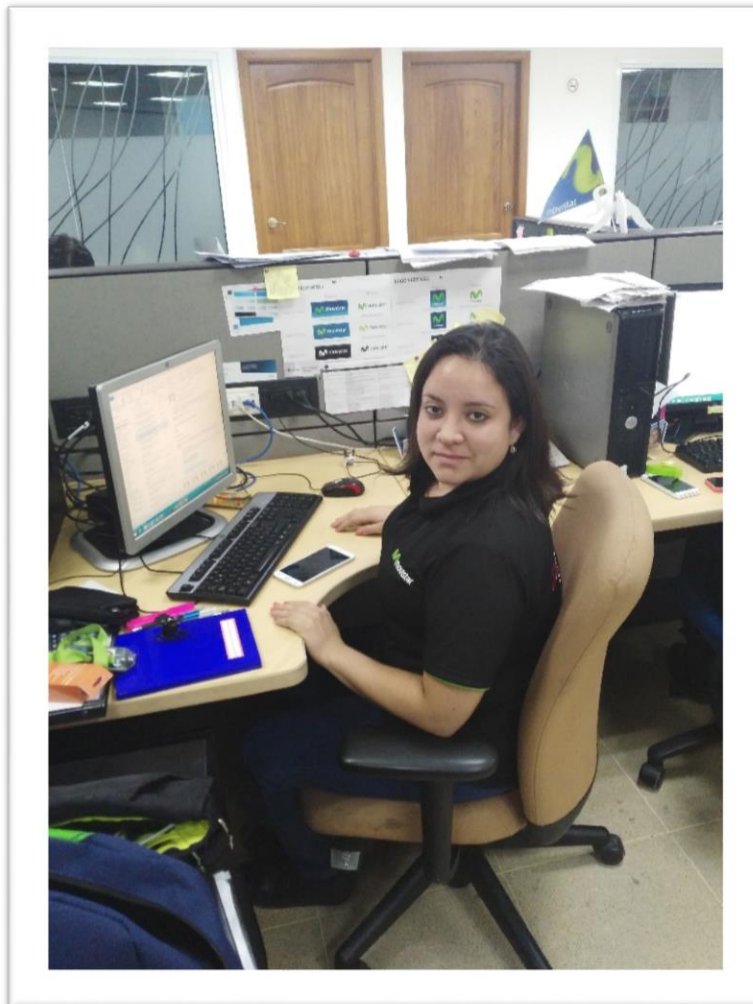


Fuente: Epesista Johanna Bonilla presenta a su equipo de trabajo en oficinas de Molinos Modernos Xela.

- Segunda Estrategia Desarrollada Mailing

Se utilizaron tres tipos de mailing de expectación por tres días antes que sea el evento se enviaran por correo electrónico en el siguiente orden;

- Pronto Planes colaborador.
- Pronto multiplicaras tu velocidad.
- Se envió la invitación indicando fecha y hora del evento.



Fuente: Diseñadora Fabiola es la que ayuda con artes, mailing etc.

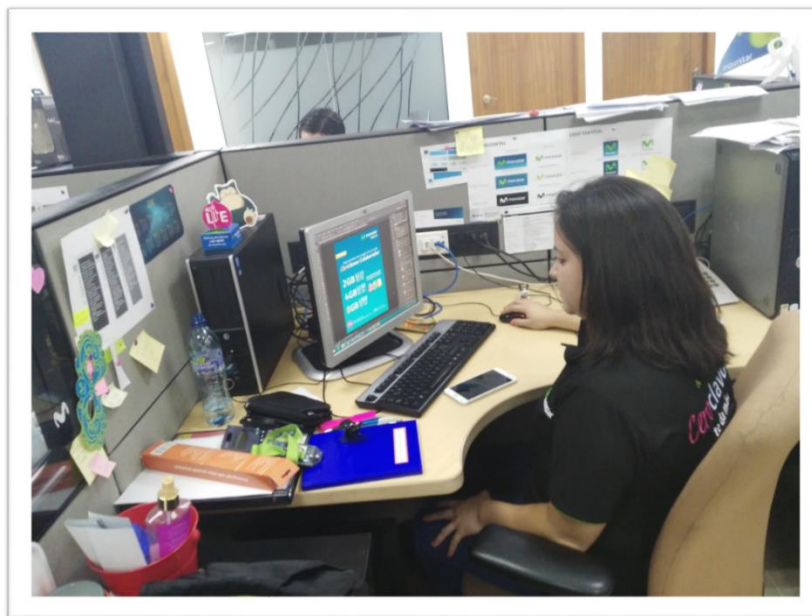
Todo lo que se refiere a Diseño de este proyecto Movistar y corporativo.

- Objetivo del primer Mailing

Lograr que el colaborador expectativa, el mensaje indica, Pronto mejores Beneficios Movistar

- Objetivo es darle seguimiento al Mailing #1

El mensaje indica al colaborador que muy pronto Podrá multiplicar su velocidad.



Fuente: Diseñadora Fabiola creando el Mailing de Cero clavos Colaborador.

- Objetivo de esta invitación

Es informar a los colaboradores de la corporación, el mensaje indica la fecha del evento y que estaremos en su lugar de trabajo...con la finalidad de que todos los colaboradores asistan.

- Acciones

Por medio de la persona encargada de Comunicación Interna de la Corporación se difundió el mensaje de los Mailing a todos los colaboradores internos de cada una de las empresas, y se hacen boletines cada quince días con varias promociones.



Fuente: Mailing de colaborador para comunicación interna del corporativo.



Fuente: Mailing de Cero clavos Colaborador

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Se desarrolló un plan de comunicación y se ejecuta varias acciones de comunicación con la finalidad de lograr objetivos trazados, nos reunimos con cada división para lograr visitar cada una de las siguientes divisiones;

ACTIVIDADES	Mayo				Junio				Julio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Inversiones CA	X											
Toledo Amatitlan	X	X										
Corporativo			X									
Alianza				X								
Inversiones CA					X							
Molinos Modernos						X						
Galletas Gama							X					
Toledo Z12								X				
Alianza									X			
Eventos										X		
Multigua											X	
Avicola Villa Lobos												X
Diversity												X

Fuente: elaboración propia

Evelin López Vásquez. (2014). Diagnóstico de comunicación interna empresa comercializadora. Guatemala: Tesis Licenciatura en comunicación USAC.

3.4 CONTROL DE SEGUIMIENTOS

Se realizó una tabla de indicadores, Cuantitativos y cualitativos para ver a detalle cada una de las estrategias realizadas.

ESTRATEGIA	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
El Mailing se creo con el objetivo de crear una comunicación interna entre movistar y "corporacion" creando un correo para los colaboradores, mejorando la comunicación interna entre ambas empresas.	El Mailing llevo a mas de 2000 colaboradores ya que se envio a varias divisiones, logramos recibir comunicación un aproximado de 400 clientes y contactos nuevos.	*Me parece bien que una vez al mes envíen información con las promociones. *Este medio de Mailing es el mas adecuado para todos, ya que estamos en oficina. *Muy buena estrategia creada por la epesista.
El Brochure esta estrategia se creo pensando en los eventos y presentaciones que haríamos en cada una de las divisiones del corporativo, colocamos el correo electronico para que nos puedan contactar los colaboradores.	Visitamos 7 divisiones , nos visitaron un total 1200 colaboradores del Corporativo y se capto una aproximado de 800 nuevos clientes.	*Muy completa la informacion en el Brochure. *Brochure, Nos sirve para enseñarle a nuestros familia y amigos.
Roll Up se realizaron para colocar en cada evento en lugares estrategicos, para que los colaboradores esten enterados que llegaremos a sus oficinas.	Se colocan 3 roll up en cada evento en lugares estrategicos, en la entrada de la empresa y dentro del salon, para causar expectacion.	*Cuando vemos el Roll Up en la entrada de nuestra empresa sabemos algo bueno esta por venir. *Nos causa mucha expectacion los roll up.

- Supervisión

La Supervisión fue realizada por la coordinación del estudiante Epesista Johanna Bonilla y Supervisor Fernando Flores del EPS de Licenciatura en Comunicación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Actividad Nivel de cumplimiento	SI Realizado	NO Realizado
Eventos de Corporación	X	
Calendarizar las reuniones mensuales.	X	
Correo para Colaboradores	X	
Boletín Quincenal (promociones)	X	
impresión de material (roll Up y Brochure)	X	

CONCLUSIONES

Se determinó que la comunicación interna es necesaria para mejorar la comunicación entre la corporación y la empresa Movistar de Guatemala debido a que los colaboradores no estaban informados de la alianza y los beneficios que pueden gozar así como también no estaban enterados que tenemos un correo donde pueden escribir todas sus dudas como comentarios.

Queremos tener colaboradores satisfechos con el servicio especializado que le ofrece Movistar. Se identificó las áreas que necesitan fortalezas y atención al cliente más presencial

La presente investigación determinó que la identificación que el colaborador está interesado en saber y conocer de nuestros productos, y también nos comprometimos con el cliente a darle una pronta respuesta en cualquier gestión que realice antes de 24 horas.

Se determinó que algunos de los aspectos de las áreas en las cuales es necesario fortalecer el proceso de comunicación interna son: Conocimiento de la alianza, capacitaciones para asesores, y comunicación entre Movistar y colaboradores.

RECOMENDACIONES

Se dan a conocer las siguientes recomendaciones:

Todos los colaboradores del corporativo de todas las divisiones, cuenten con los beneficios que Movistar les brinda, la información básica de todos los productos y la visión, que actualmente tiene Movistar. De esa forma se lograra la captación de clientes que estamos buscando siempre con el grupo objetivo que son colaboradores de la corporación y lograr que estén satisfechos con el buen servicio brindado.

Establecer fechas de boletines para que los colaboradores estén informados cada cierto tiempo hacer varios eventos en cada una de las divisiones.

Dar seguimiento a todos los colaboradores que deseen información sobre los beneficios que Movistar les ofrece, crear un servicio de oficina VIP para mejorar la comunicación interna a nivel de división para el cliente externo de la corporación.

Se deben innovar las herramientas de apoyo en la comunicación que faciliten transmitir la comunicación con mensajes claros.

Lograr conformar un equipo efectivo, por medio del trabajo en equipo y la comunicación efectiva entre todos los involucrados en el departamento comercial, los asesores reciban capacitación constante, para que puedan atender a todos los clientes de dicho mercado de una manera más profesional, todo esto con el fin de crear una comunicación de interna efectiva entre Movistar y colaboradores.

GLOSARIO

- **Alcance:** Crítico de una obra; desconocía el mecanismo y el alcance de su acción"
- **Asesores:** Grupo de personas con habilidad de presentar productos a los clientes
- **Alianza:** Pacto o unión entre personas, grupos sociales o estados para lograr un fin común.
- **Beneficios:** Es un concepto positivo pues significa dar o recibir algún bien
- **Boletín:** Es una publicación periódica, que va dirigida a un tipo de lectores específico, que pueden ser estudiantes empleados, trabajadores empresariales.
- **Brochure:** Es una importante herramienta de, un buen diseño, es informativo, publicitario e identificador.
- **Calidad:** Superioridad o' excelencia de algo.
- **Control:** examen periódico se hace para comprobar conocimientos.
- **Captación:** Recolectar clientes potenciales a la empresa.
- **Colaborador:** Término utilizado en la empresa moderna para describir a los empleados de forma que se sientan parte fundamental de la empresa.
- **Comunicación:** es un proceso que consiste en la transmisión de información.
- **Corporación:** Empresa o compañía con una gran dimensión de empleados.
- **Cliente interno:** Empleados de un mismo departamento o de toda una empresa.
- **Diagnóstico:** Examen de una cosa de un hecho o' una situación.
- **Estrategia:** Serie de acciones muy meditadas, encaminadas a un fin.
- **Interna:** que sucede, se desarrolla o' se produce en el interior de algo.
- **Integración:** La palabra integración tiene su origen en el latín integrativo
- **Innovación:** Es un cambio que introduce novedades.
- **Información:** es un conjunto de datos procesados
- **Planificación:** Conjunto de medios empleados para establecer un objetivo.
- **Mailing:** Impresos tienen un uso promocional y se incluyen como complemento a otro material informativo

- **Marca:** es el nombre de un producto.
- **Mercado potencial:** Una estrecha relación con el número de compradores que deberían existir para una determinada oferta.
- **Participación:** es el acción de participar en algo.
- **Posicionarse:** Es una estrategia comercial que pretende conseguir que un incremento de la propia imagen.
- **Productividad:**
- **Objetivo:** Significa el fin al que se desea llegar, la meta que se pretende lograr.
- **Obtener:** es tener algo obtuvo algún beneficio.
- **Supervisión:** vigilancia o' dirección de algo.
- **Servicios:** un conjunto de actividades que buscan satisfacer algo.
- **Ubicación:** es un lugar o' sitio de una localización.

Bibliografías

Título: **Manuales prácticos de la PYME**

Autor: Bic Galicia

Edición: 2015 (www.negociosyemprendimiento.org)

Título: **Metodología de la investigación Cuantitativa (Guía didáctica)**

Autor: Carlos Arturo Monje Alvarez

Editorial: Universidad del Sur Colombia

Edición 1: Neiva 2011

Título: **Diagnóstico de Comunicación Interna Empresa Comercializadora**

Autor: Evelin Lopez Vasquez

Edición: Guatemala 2014 (Tesis Licenciatura en Comunicación USAC)

Título: **Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Interna**

Autor: Heidy Aimé Herrera

Edición: Guatemala 2012 (Tesis Licenciatura en Comunicación USAC)

Título: **Métodos y Técnicas de Investigación 1**

Autor: Luis Quintana Tejera

Editorial: McGraw Hill

Edición 1: 2007

Título: **Plan de comunicación organizacional y estrategia de comunicación**

Autor: Thierry Libaert

Edición: Limusa 2008

EGRAFÍA

- WWW.MOVISTAR.COM.GT
- <http://intranetgt/gt/>
- <http://WWW.TELEFONICA.ES>
- <http://www.telefonica.com>
- www.negociosyemprendimiento.org

ANEXOS

Transcripción completa Entrevista

Nombre del entrevistado: Sergio Escobedo

Institución: Movistar Guatemala S.A

Epesista: Johanna Bonilla

Fecha entrevista: Marzo 2016

1. Cuál es su cargo en Movistar?

Gerente de Proyectos Especiales

2. Cuanto tiempo usted el cargo?

Tengo 15 años trabajando con Movistar y con el cargo 3 años.

3. Cual problemática encuentra usted en el proyecto del corporativo?

No hemos llegado a todos los colaboradores por falta de comunicación, falta transmitir más información.

4. Como cree que mejoraría la comunicación?

Creando estrategia de comunicación, enfocado a todos los colaboradores haciendo un buen trabajo podríamos captar la atención de todo el grupo objetivo.

5. Usted cree que han utilizados los recursos para la comunicación?

Yo creería que no han sido bien utilizados, no tienen enfoque no hay plan de comunicación efectivo.

MODELO DE ENTREVISTA



Entrevista Sergio Escobedo

1. Cuál es su cargo en Movistar?
2. Cuanto tiempo usted el cargo?
3. Cual problemática encuentra usted en el proyecto del corporativo?
4. Como cree que mejoraría la comunicación?
5. Usted cree que sean utilizados los recursos para la comunicación?

Cronograma de Material de impresión

CRONOGRAMA IMPRESIONES	
Mayo	12 Mayo - Impresión Brosure
Junio	3 Junio -Slogan Movistar Impresión Brosure
Julio	5 Julio -Impresion Roll up
Agosto	13 Agosto -E-Mailing promocion

Modelo de la encuesta



ENCUESTA DE COMUNICACIÓN

1. Ha recibido comunicación de Movistar?
 - SI
 - NO
2. Conoce usted los Beneficios que tiene Movistar?
 - SI
 - NO
3. Si la respuesta es **SI** nos puede indicar porque medio se enteró?
 - Correo
 - Amigos
 - Brochure
 - Promotores
4. Como le pareció la comunicación por parte de Movistar?
 - Excelente
 - Buena
 - Regular
5. Con que frecuencia le gustaría que Movistar le enviara información?
 - Cada Semana
 - Cada Quince Días
 - Cada Mes
6. De los siguientes medios cual es el que utiliza con más frecuencia para Informarse?
 - Twitter
 - Face Book
 - Snap chat
 - WhatsApp
 - Mail
 - Otro _____

Vaciado de encuesta

Base Total	28
Recorrido	100%
acepta encuesta	100%

1. Ha recibido comunicación de Movistar?	
<input type="radio"/> SI	36%
<input type="radio"/> NO	64%
2. Conoce usted los Beneficios que tiene Movistar?	
<input type="radio"/> SI	42%
<input type="radio"/> NO	58%
3. Si la respuesta es SI nos puede indicar porque medio se enteró?	
<input type="radio"/> Correo	28%
<input type="radio"/> Amigos	60%
<input type="radio"/> Brochure	12%
<input type="radio"/> Promotores	
4. Como le pareció la comunicación por parte de Movistar?	
<input type="radio"/> Excelente	
<input type="radio"/> Buena	21%
<input type="radio"/> Regular	79%
5. Con que frecuencia le gustaría que Movistar le enviara información?	
<input type="radio"/> Cada Semana	42%
<input type="radio"/> Cada Quince Dias	58%
<input type="radio"/> Cada Mes	
6. De los siguientes medios cual es el que utiliza con más frecuencia para Informarse?	
<input type="radio"/> Twitter	1%
<input type="radio"/> Face Book	40%
<input type="radio"/> Snap chat	
<input type="radio"/> WhatsApp	1%
<input type="radio"/> Mail	57%
<input type="radio"/> Otro_____	

Esta encuesta se realizó a 28 colaboradores de las diferentes divisiones logrando identificar, la problemática de la poca comunicación interna que hay entre ambas empresa.



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
de Licenciatura 2016





Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Elka Johanna Bonilla Ochoa
No. De Carné: 942096-3
Jefe o Encargado (a): Gerente Proyectos Especiales. Sergio Escobedo
Institución o Empresa: Movistar Guatemala
Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 02 - Al: 6	Mayo	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
2	Del: 09 - Al: 13	Mayo	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
3	Del: 16 - Al: 20	Mayo	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
4	Del: 23 - Al: 27	Mayo	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
5	Del: 30 - Al: 03	Mayo/Junio	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
6	Del: 06 - Al: 10	Junio	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
7	Del: 13 - Al: 17	Junio	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
8	Del: 20 - Al: 24	Junio	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
9	Del: 27 - Al: 01	Junio /Julio	6	6	6	0	6	x	24 hrs.
10	Del: 04 - Al: 08	Julio	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									294 Horas

(f) 
 Lic. Sergio Escobedo Gerente Proyectos


(f) 
 Lic. Fernando Flores – Supervisor


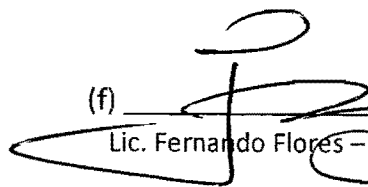


Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Elka Johanna Bonilla Ochoa
No. De Carné: 9420963
Jefe o Encargado (a): Sergio Escobedo Gerente de Proyectos Especiales
Institución o Empresa: Movistar Guatemala
Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 11 - Al: 15	Julio	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
2	Del: 18 - Al:18	Julio	6						06 hrs.
3	Del: / Al:								
4	Del: / Al:								
5	Del: / Al:								
6	Del: / Al:								
7	Del: / Al:								
8	Del: / Al:								
9	Del: / Al:								
10	Del: / Al:								
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									36 Horas

(f) 
 Lic. Sergio Escobedo Gerente Proyectos
Telefonica

(f) 
 Lic. Fernando Flores – Supervisor
