

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



“PLAN DE COMUNICACIÓN PARA LA OPTIMIZACIÓN Y FORTALECIMIENTO DEL ÁREA DE REDES SOCIALES DE CANAL 27”

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

ERICK GEOVANNI FERNANDO DARDÓN MUÑOZ
Carné: 199820294

Previo a portar el título de:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, agosto de 2017

Consejo Directivo:

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

Representantes Estudiantiles:

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados:

M.A. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura

Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios

Guatemala, 24 de agosto de 2017

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 epesista **ERICK GEOVANNI FERNANDO DARDÓN MUÑOZ** con número de carné: **199820294** 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, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en **"EL ÁREA DE REDES SOCIALES"** cumpliendo con 336 horas efectivas de práctica comprendidas del **5 de junio al 4 de agosto** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: **"PLAN DE COMUNICACIÓN PARA LA OPTIMIZACIÓN Y FORTALECIMIENTO DEL ÁREA DE REDES SOCIALES DE CANAL 27"** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **"CANAL 27"**.

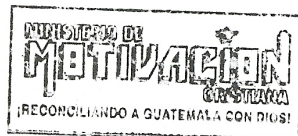
En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y para los usos y procesos siguientes en el EPS de Licenciatura, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA en nuestra institución.

Atentamente,



Gilmar Leiva

Gerente de Recursos Humanos





Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala 19 de octubre de 2017

Estudiante

Erick Giovanni Fernando Dardón Muñoz

199820294

Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

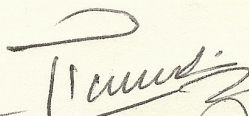
Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **PLAN DE COMUNICACIÓN PARA LA OPTIMIZACIÓN Y FORTALECIMIENTO DEL ÁREA DE REDES SOCIALES DE CANAL 27**. El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

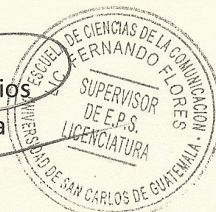
Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la distribución de su trabajo final de EPS de Licenciatura de forma digital en un archivo PDF en 7 CD'S que deberán ser distribuidos en cada una de las instancias siguientes:

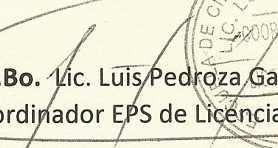
- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECCLic. Fernando Ismael Flores Barrios
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

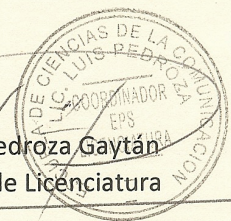
Sin otro particular,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Lic. Fernando Ismael Flores Barrios
Supervisor EPS de Licenciatura




Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza Gaytán
Coordinador EPS de Licenciatura



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



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

Dedicatoria

A mí amado **Jesús, mi Dios y mi Rey**. A Ti sea la Gloria y Honra por siempre. Sin Ti, a ningún lado... ¡Te amo!

Amor linda, **mi Rosy**... Gracias por creer en mí, por siempre verme más grande de lo que soy. Gracias por seguir a mi lado, por apoyarme, por tantas noches durmiendo a los bebés sola, por hacer tuyos mis sueños... Mi vida sin ti, no tiene sentido. Alabo y agradezco a Dios porque te puso en mi camino. Él no se confundió, me dio lo mejor... ¡Te amo muchísimo... colega!

Mamita, con tu ejemplo y amor, siempre me mostraste que en la vida no basta con hacer algo, hay que hacerlo bien ("Mi hijo no es un mediocre"©). No me alcanzarían las palabras para expresar la gratitud y amor que siento por ti. Tu firmeza y carácter llenó el vacío que un padre dejó; y tu amor y cariño forjaron el hombre que ahora soy. Tus sacrificios están en mi memoria... De todo corazón, ¡Gracias!

André y Luna... ustedes son mi amor, mi bendición e inspiración. Después de su mamá, son el regalo más grande que Dios me ha dado. Les dedico este logro.

Mama'licia, mi Maye linda. Gracias por enseñarme las bases de una vida correcta y honrosa, pero más importante, gracias por consentirme y hacerme más que su nieto, su único hijo. Los momentos más felices de mi niñez, los viví junto a usted. La amo.

Silvi y Bebi, mis madres postizas. Mucha culpa tienen en este logro... Las amo muchísimo y estoy muy agradecido por lo que han hecho en mí...

Claudia, aunque estudie mucho, jamás llegaré a ser lo que tu eres... Te admiro, respeto y amo con todo mi corazón. ¡Gracias por tu eterno apoyo y amor!

A mis **hermanas y a Sergio**, gracias por su amor incondicional.

Pastor Solares, con su ejemplo y vida he aprendido más que con sus palabras. Dios me bendijo al ponerme cerca de usted. Gracias por su apoyo, amor y motivación.

A mi **familia y amigos** que hacen de mi vida una gran aventura, ¡gracias por su tiempo y cariño!

Daisy, gracias por darme la patada que necesitaba en el momento específico. Sos una bendición.

Agradecimientos

A mi linda y amada **Guatemala**. Espero algún día te sintás tan orgullosa de mí, como yo de ti.

Al **Pueblo de Guatemala**, que costó gran parte de mi formación universitaria. Gracias compatriotas, espero no defraudarlos nunca.

Mi **USAC**, ¿cómo no agradecerte? Seguís siendo la mas grande de todas.

A mi **Escuela de Ciencias de la Comunicación** y a todos los docentes que abrieron mis ojos a la luz de la comunicación. Gracias por impartir, sin recelo, tanto conocimiento.

Nancy, gracias por la motivación, el apoyo y los permisos. 😊

Florecita, gracias porque siempre haces tiempo para mí. Tus consejos han caído en tierra fértil.

Redes Sociales de Canal 27, ¡gracias por su apoyo y paciencia!

Lic. Fernando Flores, gracias por esos consejos tan puntuales y asertivos.

Elizabeth Muñoz (mami), gracias por la revisión exhaustiva, eres mi heroína del español.

Canal 27, mi canal, mi segundo centro de estudios... gracias por la oportunidad.

Julio y Esteban, gracias por la presión, paciencia y cariño. No lo hubiera logrado sin su apoyo.

ÍNDICE

RESUMEN	i
INTRODUCCIÓN	ii
JUSTIFICACIÓN	iii
CAPÍTULO I	1
1. DIAGNÓSTICO	1
1.1. OBJETIVOS DE DIGNÓSTICO	1
1.1.1. Objetivo General	1
1.1.2. Objetivos Específicos	1
1.2. LA INSTITUCIÓN - CANAL 27	1
1.2.1. Ubicación geográfica	2
1.2.2. Integración y alianzas estratégicas	2
1.2.3. Antecedentes	2
1.2.4. Departamentos	3
1.2.5. Misión	4
1.2.6. Visión	4
1.2.7. Objetivos Institucionales	4
1.2.8. Público Objetivo	4
1.2.9. Organigrama	5
1.3. METODOLOGÍA	5
1.3.1. Descripción del método	5
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección	5
1.3.3. Cronograma de diagnóstico	6

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	7
1.4.1. Ficha de las entrevistas	7
1.4.2. Resultado de las entrevistas	8
1.4.3. Tabla comparativa	9
1.4.4. Observación cualitativa completa	10
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN	11
1.5.1. Fortalezas	11
1.5.2. Oportunidades	11
1.5.3. Debilidades	11
1.5.4. Amenazas	12
CAPÍTULO II	13
2. PLAN DE COMUNICACIÓN	13
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	13
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	14
2.2.1. Objetivo general	14
2.2.2. Objetivos específicos	14
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	14
2.3.1. Interno	14
2.3.2. Externo	14
2.4. MENSAJE	15
2.5. ESTRATEGIAS	15
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	17

CAPÍTULO III	27
3. INFORME DE EJECUCIÓN	27
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	27
3.1.1. Presupuesto	27
3.1.2. Origen del financiamiento	28
3.1.3. Beneficiarios	29
3.1.4. Recursos Humanos	30
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción	31
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	31
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	41
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	42
CONCLUSIONES	43
RECOMENDACIONES	44
BIBLIOGRAFÍA	45
GLOSARIO DE TÉRMINOS	46
ANEXOS	49
Transcripción completa de Entrevistas	49
“Check List” de acciones	55
Organigrama de la institución	56
Hojas de asistencia	57
Evaluación de resultados	59
Hojas de respuestas	60
Ficha de registro de horas	63

RESUMEN

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN:

Canal 27.

NOMBRE DEL PROYECTO:

“Plan de comunicación para la optimización y fortalecimiento del área de Redes Sociales de Canal 27”.

OBJETIVOS DEL PROYECTO:

Objetivo general

- Desarrollar una estrategia comunicacional que cubra la eminente necesidad de relación entre el área de redes sociales y las áreas que generan contenido dentro de este medio de comunicación.

Objetivos específicos

- Establecer bases ideológicas claras en la publicación de mensajes en las redes sociales de Canal 27.
- Integrar el área de redes sociales al equipo de trabajo encargado de generar contenido.
- Incrementar el conocimiento del personal del área de redes sociales de Canal 27 en el tema de gestión de redes sociales y diseño gráfico en general.

SINÓPSIS DEL PROYECTO

Mediante este instrumento se buscó apoyar el área de Redes Sociales de Canal 27; a través de acciones puntuales se logró establecer medios de comunicación eficaces, educación en el tema de redes sociales al personal del área y una estructura lógica en las publicaciones regulares, tanto de forma como de fondo.

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales no son un “invento” con muchos años de vida. En el año 1995, el ingeniero Randy Conrads, aprovechando la llegada del Web 2.0, lanzó el sitio Classmates.com.¹ Este fue un sitio dedicado a que cualquier persona del mundo pudiera mantener relación con sus antiguos amigos de escuela. Años después esta idea fue tomando forma y creando infinidad de redes que abarcan desde el aspecto laboral hasta la sencilla idea de pasar el tiempo.

Veintidós años después, esta idea ha evolucionado y las redes sociales son utilizadas tanto por personas como por organizaciones para actividades diversas como estrategias de marketing, promoción y publicidad.

Canal 27, un canal cristiano-evangélico conoce la importancia que las redes sociales tienen en la actualidad, por esta razón creó un área de redes sociales la cual está dentro del departamento de Relaciones Públicas.

Al inicio se encontró un área de Redes Sociales joven, en varios aspectos comunicaciones. No obstante que es un área generadora de contenidos oficiales, se desconocía la visión y misión de este medio, y por otro lado, su comunicación hacia las fuentes generadoras de contenido eran débiles.

Mediante el presente instrumento se buscó optimizar y potencializar el sector comunicacional del área de redes sociales de este medio de comunicación. A través de un proceso de análisis y estudio, se descubrieron problemas de comunicación que por medio de acciones firmes y bien ejecutadas, se logró mejorar esta área en varios aspectos.

<http://www.informatica-hoy.com.ar/redes-sociales/La-historia-de-las-redes-sociales.php>¹

JUSTIFICACIÓN

Las redes sociales se han convertido en una herramienta de vital importancia para los medios de comunicación masiva y más, para un canal de televisión de señal abierta. Lejos de ser un medio alternativo de comunicación con el televidente, se han convertido en el principal medio de comunicación hacia él. La correcta utilización de este recurso puede llevar al medio a niveles de aceptación que antes no había obtenido. Por lo tanto, la correcta comunicación entre los actores involucrados en el proceso de generación y publicación de contenido nos llevará a una obtención de mejores resultados en el desempeño de esta área.

Canal 27 es un medio de comunicación con alto crecimiento, no puede “darse el lujo” de estar fuera de las redes sociales. El presente instrumento presenta soluciones comunicacionales concretas y de fácil aplicación las cuales, si son llevadas a cabo, pueden elevar considerablemente la calidad del contenido de las publicaciones, el diseño de las mismas y los problemas comunicacionales del área de redes sociales hacia los demás departamentos de Canal 27.

CAPÍTULO 1

1. DIAGNÓSTICO

1.1. Objetivos del diagnóstico

- Establecer las necesidades comunicacionales internas en el área de redes sociales y página web.
- Mediante la resolución de dificultades comunicacionales, se busca aumentar la productividad y efectividad en las principales redes sociales utilizadas por este medio de comunicación.

1.1.1 Objetivo general

- Descubrir las respuestas a las siguientes interrogantes: ¿es importante que el área de redes sociales tenga contacto con los demás departamentos del canal de televisión?; ¿cuáles serían los canales correctos a utilizar? y ¿con qué departamentos debe tener contacto?

1.1.2 Objetivos específicos

- Determinar las necesidades comunicacionales internas del área de redes sociales de Canal 27.
- Conocer las estrategias comunicacionales actuales del área de redes sociales y reforzarlas en caso sea necesario.
- Analizar la forma de trabajo actual del área de redes sociales, para luego mejorarla mediante la comunicación correcta con sus fuentes de información internas.

1.2. LA INSTITUCIÓN - CANAL 27

“Canal 27, el Canal de la Esperanza” es el nombre largo, usualmente se le llama Canal 27; es un canal de televisión abierta, de contenido religioso y guatemalteco.

1.2.1. Ubicación geográfica

Canal 27 tiene dos sedes y en cada una de ellas existe un foro de producción. El primero y más importante se encuentra ubicado en la 2ª Calle 23-70, Zona 1 de Mixco; además en éstas instalaciones se encuentran las oficinas administrativas. La segunda sede está situada en el Km. 14.5, Calzada Roosevelt 2-61, Colonia Cotiío, zona 3 de Mixco, Guatemala, Centroamérica. Allí está ubicado el foro Roosevelt, los departamentos de Contabilidad, Informática, Recursos Humanos y Presidencia.

1.2.2. Integración y alianzas estratégicas

Canal 27 tiene amistad con varios medios de comunicación religiosos, tales como La Alianza Evangélica de Guatemala, algunas iglesias y ministerios evangélicos de Guatemala e internacionales; sin embargo, esta amistad no está regulada por ningún convenio ni contrato establecido, son relaciones públicas de cordialidad más no hay ninguna negociación financiera.

1.2.3. Antecedentes o historia

El pastor Luis Fernando Solares B., con el deseo de reconciliar a Guatemala con Dios, realizaba actividades evangelísticas, a la vez que buscaba espacios en canales nacionales de televisión para multiplicar los mensajes bíblicos al pueblo de Guatemala. Fue así como nació el programa de televisión "Confía sólo en el Señor", transmitiéndose a lo largo de 5 años, por Canal 5.

En ese entonces, los propietarios de Canal 27, conocido en esa época como "Canal de Chiquimulilla", se acercaron al pastor Solares para expresarle su deseo de vender dicho canal; ante tal oferta y con poco capital, el pastor Solares no pudo más que decirles que buscaran otro comprador, pero la insistencia de los propietarios del canal iluminaron al pastor Solares, así como al pastorado de la "Iglesia de Jesucristo la Familia de Dios" del Ministerio de Motivación Cristiana, quienes buscando interpretar la voluntad divina, decidieron finalmente su adquisición.

Fue así como el 27 de agosto de 1994, salió al aire la primera transmisión de Canal 27, al haber sido adquirido por el Ministerio de Motivación Cristiana, mediante las ofrendas voluntarias de miles de cristianos.

1.2.4 Departamentos o dependencias

Canal 27, desde su fundación es parte del Ministerio de Motivación Cristiana, empresa que lleva la parte financiera, el área de recursos humanos y el apoyo en informática para este medio de comunicación. El canal está compuesto por los siguientes departamentos:

- **Presidencia o Junta ministerial:** son un grupo de personas que bajo la dirección del presidente, doctor Luis Fernando Solares, llevan las riendas del canal; ellos toman decisiones de visión y rumbo de este medio de comunicación.
- **Dirección ejecutiva:** es la persona de máxima autoridad en el canal, ella es la encargada de la llamada gestión y dirección administrativa en Canal 27.
- **Producción general:** este departamento bajo la dirección de un productor general, es el responsable de organizar los recursos humanos y técnicos necesarios para elaborar toda la producción audiovisual. En gran medida es el responsable del resultado artístico y técnico que dichos productos tienen, por ello debe poseer una serie de conocimientos que permitan conseguir los objetivos marcados.
- **Programación y transmisión:** este departamento tiene tres funciones primordiales: la primera es elaborar la pauta de programación diaria; la segunda es coordinar el personal necesario para cubrir los turnos de transmisión las 24 horas del día; y la tercera, la organización y catalogación de la videoteca de Canal 27.
- **Ingeniería o departamento técnico:** su función es velar por el perfecto funcionamiento de los equipos internos de Canal 27, así como la instalación y mantenimiento de antenas repetidoras vía aire y la instalación de platos satelitales en empresas de cable.

- **Relaciones públicas:** este es un departamento de reciente creación en Canal 27, aproximadamente hace un año y medio. En este lugar se realizan actividades concernientes a la promoción y patrocinadores, los recaudadores, la atención a los socios honorarios (personas que aportan un cantidad mensual para el sustento del canal) y lo que compete a este instrumento de estudio, el Área de Redes Sociales.

1.2.5. Misión

Evangelizar a los televidentes no convertidos, predicar, enseñar y edificar al Cuerpo de Cristo, con el propósito de transformar a las personas, las familias, las comunidades y las naciones.

1.2.6. Visión

Ser el canal cristiano con más audiencia en toda Guatemala, llevando la señal hasta los lugares más recónditos, transmitiendo programas evangelísticas y de enseñanza, predicaciones, películas, programas de actualidad producidos localmente usando la tecnología de punta, con las nuevas formas de hacer televisión, la tecnología satelital, el internet y las redes sociales.

1.2.7. Objetivos institucionales

Se encontró que la institución no tiene objetivos definidos de manera oficial, sólo contamos con la misión y visión.

1.2.8. Público objetivo

Canal 27 enfoca su programación en dos grandes grupos:

- Niños entre 4 y 12 años
- Adultos entre 18 y 60 años.

Ambos grupos son de clases BC y C, guatemaltecos, hombres y mujeres, regularmente evangélicos que asisten a alguna congregación. Aunque el slogan es “Reconciliando a Guatemala con Dios”, a excepción de la Serie Moisés y los

Diez Mandamientos, la programación no muestra opciones de contenido que sea del agrado de las personas que no profesan la religión evangélica.

1.2.9 Organigrama

Ver organigrama adjunto en Anexos página cincuenta y seis (56).

1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del método

Para este diagnóstico se plantea utilizar el método cualitativo inductivo, conociendo así cada una de las actividades de esta área, lo cual nos llevará a conocer a profundidad el trabajo desempeñado en la misma. Teniendo como instrumento de recolección de información la observación completa, este método se convierte en un fuerte aliado en el proceso del presente diagnóstico, pues como menciona Sampiere en su libro Metodología de la investigación: “Con el enfoque cualitativo-inductivo, más que comenzar revisando las teorías sobre ciertos factores, lo que haría el estudiante sería sentarse a observar, buscar conclusiones y luego desarrollar un esquema que explique el problema en estudio”². (Texto parafraseado).

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

Como instrumento de recolección, se utilizará la entrevista Semi-estructurada, pues la misma aunque está definida por una estructura, es lo suficientemente flexible para obtener información importante que surja de las respuestas recibidas. Además se utilizará la Observación Cualitativa completa, la mejor en este caso, pues la misma, como lo indica Sampieri en su libro “Metodología de la Investigación”, es participante, abierta, prolongada y general.

² Roberto Hernández Sampieri. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGraw Hill Education. Pág. 14

El observador en este caso tiene la oportunidad de mezclarse en el área y ser parte de ellos. Esto se logrará con los 15 años de labor en esta dependencia de parte del observador, además en un pasado, fue el encargado de actualizar las redes sociales de este canal.

1.3.3. Cronograma de diagnóstico

Actividad	Semana 1 23 al 27 de enero	Semana 2 30 ene al 3 de feb	Semana 3 6 al 10 de feb	Semana 3 13 al 17 de feb	Semana 5 20 al 24 de feb
Reunión con el jefe de Recursos Humanos.					
Reunión con algunas personas que llevan mucho tiempo de laborar en canal 27 para conocer datos históricos, no escritos, del mismo.					
Reunión con Dirección ejecutiva con el fin de determinar las directrices de estudio del presente diagnóstico.					
Redacción del instrumento de recolección de información, en este caso la entrevista semi-estructurada.					
Entrevista a Lesly Díaz					
Entrevista a Jennifer Caal					
Entrevista a Licda. Flor Trabanino					
Redacción de instrumento de Observación Completa.					
Transcripción de entrevistas.					
Análisis de información obtenida.					
Redacción de diagnóstico, informe final y entrega del mismo.					

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Ficha de las entrevistas

A continuación la guía de la entrevista semi-estructurada realizada al personal del área de redes sociales de Canal 27.

Guía de entrevista sobre el área de redes sociales de Canal 27		
Fecha:	Hora:	Lugar:
Entrevistador:		
Entrevistado:		
Introducción:		
Características de la entrevista:		
1. ¿Hace cuánto tiempo pertenece al área de redes sociales?		
2. ¿Conoce usted la visión y misión de Canal 27?		
3. A su criterio, ¿Cuál es la función del área de redes sociales?		
4. ¿Cuál es su función en esta área?		
5. Actualmente, ¿cuál es el mensaje que se debe difundir en nombre de Canal 27 en las redes sociales?		
6. Según su experiencia, ¿qué debe publicar en las redes sociales de canal 27 y por qué?		
7. ¿Cada cuanto tiempo realizan una publicación?		
8. Cuando realiza una publicación, ¿cuáles son sus fuentes?		
9. ¿Qué criterios debe tomar en cuenta antes de realizar una publicación?		
10. ¿Qué redes sociales utilizan actualmente y por qué?		

1.4.2. Resultado de las entrevistas

Las entrevistas fueron realizadas a todas las personas involucradas en el área de Redes Sociales de Canal 27, las cuales fueron un total de tres mujeres. Ninguna de ellas tiene experiencia previa en esta área y solamente una persona está estudiando acerca del tema; las demás están estudiando la carrera universitaria de Comunicación Social; únicamente una de ellas es profesional de la comunicación. Es preocupante notar que ninguna sabe la visión y misión del Canal, pues son ellas las encargadas de transmitirla por medio de las publicaciones en las redes sociales.

No existe un manual de funciones de cada uno de los puestos, ni tampoco un manual que describa las actividades y funciones del área de Redes Sociales. El contenido a publicar en las Redes Sociales de Canal 27 se basa, principalmente, en la programación del canal y en mensajes motivacionales. Las fuentes de información a las que recurren son informes mensuales de programación y guiones de producción de cada programa, lo cual me indica que no hay ninguna comunicación directa con las personas encargadas de generar contenido en el canal.

Los criterios utilizados para publicar en las redes sociales son diversos y nada concretos, lo que indica cierta informalidad en los mismos. La principal red social para ellas es Facebook, con 268,725 seguidores; luego sigue Twitter, con 3,803 seguidores y luego utilizan YouTube para publicar videos de sus programas.

1.4.3. Tabla comparativa

Preguntas	Lesly Díaz	Jennifer Caal	Licda. Trabanino	Resultado
¿Hace cuánto tiempo pertenece al área de redes sociales?	-	-	-	Esta pregunta se hizo con el motivo de "romper el hielo".
¿Conoce usted la visión y misión de Canal 27?	No la conoce.	No la conoce.	No la conoce.	Esto puede crear que las publicaciones se alejen de la visión oficial del canal.
A su criterio, ¿Cuál es la función del área de redes sociales?	Según ella se centra en informar sobre la programación en general y la motivación.	Ella toma el área como un ente publicitario del medio.	Ella piensa que se debe informar sobre programación en general.	No coinciden con el resultado.
¿Cuál es su función en esta área?	Divaga en la información, pues son muchos puestos.	Está clara de lo que debe hacer.	No tiene mucha idea de su función pues coincide con muchas funciones de la primera.	No hay puestos definidos claramente.
Actualmente, ¿cuál es el mensaje que se debe difundir en nombre de Canal 27 en las redes sociales?	Una serie en particular.	El evangelio en general.	Programación y mensajes de motivación.	Se nota claramente que no existe una planificación de publicaciones pues no coinciden con el mensaje a difundir en la actualidad.
Según su experiencia, ¿qué debe publicar en las redes sociales de canal 27 y por qué?	Mensajes en general de programación y motivación.	Estrenos, programación.	Mensajes de motivación y programación.	En esta pregunta, aunque son respuestas distintas están unidas en el contenido, esto me indica que si existe una línea definida de mensajes a publicar.
¿Cada cuanto tiempo realizan una publicación?	Cada media hora entre semana y cada hora fines de semana.	Cada media hora entre semana y cada hora fines de semana.	Cada media hora entre semana y cada hora fines de semana. Ella resaltó el programa matutino que lleva más publicaciones.	Esto me indica que si existe una periodicidad establecida de pauta.
Cuando realiza una publicación, ¿cuáles son sus fuentes?	Internet, la biblia, documentos de producción y parrilla de programación.	Documentos de producción y parrilla de programación.	Documentos de producción y parrilla de programación.	Las fuentes las basan en documentos escritos. Esto me lleva pensar que no hay contacto con personas dentro del medio.
¿Qué criterios debe tomar en cuenta antes de realizar una publicación?	Se enfocó en la ortografía, el fondo y la forma.	Se enfocó en la ortografía y la forma.	Se enfocó en la veracidad, la actualidad y la importancia del contenido.	Se puede notar que las personas que están bajo la línea jerárquica no están conscientes de lo que la jefa busca en las publicaciones.
¿Qué redes sociales utilizan actualmente y por qué?	Mencionó las tres utilizadas.	Mencionó las tres utilizadas.	Mencionó las tres utilizadas.	Acá coincidieron perfectamente, algo positivo pues sabemos que todas están trabajando sobre las mismas plataformas.

1.4.4. Observación cualitativa completa

“Durante la observación en la inmersión inicial podemos o no utilizar un formato. A veces, puede ser tan simple como una hoja dividida en dos: de un lado se registran las anotaciones descriptivas de la observación y del otro las interpretativas (Cuevas, 2009).”³

En este caso, el observador ha permanecido en la institución desde hace más de 14 años, tiempo que le ha llevado a conocer y participar de forma directa en el área de redes sociales; actualmente posee privilegios de editor en facebook y acceso total a las demás redes sociales de este medio de comunicación. En este tiempo logró determinar varios puntos importantes que pueden ser de gran relevancia en la elaboración del presente diagnóstico comunicacional, veamos:

- Esta tarea se realiza de forma muy empírica, pues nadie en el medio tiene estudios formales en marketing digital y/o redes sociales.
- Lo anterior lleva a realizar el trabajo de forma muy aislada de los demás departamentos, pues el total de la información que se publica está basada en algunos documentos de producción y parrilla de programación.
- En cuanto a línea gráfica institucional, la misma no se respeta en las redes sociales; cada publicación lleva colores, formas, fuentes y elementos que no están determinados en la imagen oficial del medio.
- Siguiendo el punto anterior, la línea gráfica del medio es determinado por una empresa externa de diseño gráfico; sin embargo, la misma no tiene comunicación o relación alguna con el área de redes sociales.
- En ningún momento se toma en cuenta el área de redes sociales cuando se realizan reuniones sobre proyectos nuevos del canal.
- El personal del área es muy poco, comparado con la demanda de la misma, solamente la respuesta de mensajes privados consume muchísimo tiempo pues los seguidores, lejos de comunicarse para pedir información sobre el canal y su programación, constantemente escriben para solicitar consejería y oración por problemas en particular.

³ Roberto Hernández Sampieri. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGraw Hill Education. Pág. 401

1.5. Radiografía de la institución

1.5.1. Fortalezas

- Cuentan con un número alto de seguidores en Facebook.
- Para ser un departamento nuevo, cuentan con dos personas de lleno, lo cual es más de lo que muchas empresas pueden aspirar.
- Tienen equipo propio de fotografía.
- Saben bien qué redes están trabajando.
- Tienen una idea general de lo que se debe publicar en las redes del canal.

1.5.2. Oportunidades

- Integrar nuevas redes sociales.
- Utilización de “Hashtags”.
- Adquirir capacitación para el personal.
- Generar concursos y promociones en las redes.
- Creación de sistema de comunicación interna con el personal que genera contenido.
- Creación de manuales de imagen gráfica para que puedan apegarse al mismo.

1.5.3 Debilidades

- El personal trabaja de forma empírica.
- Las fuentes de información no son estables.
- No existe comunicación directa con los responsables de generar contenido en el canal.
- No existe planificación de publicaciones a mediano o largo plazo, lo cual puede causar que los mensajes se tornen repetitivos.
- No conocen la visión del área de redes sociales.
- No conocen realmente cuál es su función en el departamento.

1.5.4 Amenazas

- Los demás canales de televisión llevan mucha ventaja en el tema de redes sociales.
- La creación de nuevas redes en el mercado representa un peligro, tomando en cuenta que en Canal 27 aún no logran dominar las principales.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

El área de redes sociales de Canal 27 surgió gracias a la demanda de los televidentes de poder comunicarse con este medio de comunicación, a través de este medio cibernético.

En el mes de marzo de 2011 se crearon las redes sociales de Facebook y Twitter de este medio de comunicación. Desde un inicio las mismas fueron actualizadas por personal de producción; sin embargo, la demanda fue creciendo y fue en el año 2015 cuando se comprobó la necesidad de asignar una persona de tiempo completo a esta tarea.

A la fecha, el área de redes sociales de Canal 27 cuenta con dos personas de tiempo completo; en la práctica, ambas realizan la misma tarea, aunque en la organización se muestra una encargada de diseño gráfico y otra de crear contenido. Nunca se ha realizado algún plan de comunicación en esta área o en ninguna otra de este Ministerio.⁴

El área de redes sociales dio inicio de manera muy informal y actualmente sigue con el mismo método de trabajo.

⁴ Fuente: Gilmar Leiva: Coordinador de Recursos Humanos del Ministerio de Motivación Cristiana, entidad propietaria de Canal 27.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1 Objetivo general

Desarrollar una estrategia comunicacional que cubra la eminente necesidad de relación entre el área de redes sociales y las áreas que generan contenido dentro de este medio de comunicación.

2.2.2 Objetivos específicos

- Establecer bases ideológicas claras en la publicación de mensajes en las redes sociales de Canal 27.
- Integrar el área de redes sociales al equipo de trabajo encargado de generar contenido.
- Incrementar el conocimiento del personal del área de redes sociales de Canal 27 en el tema de gestión de redes sociales y diseño gráfico en general.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

2.3.1 Interno

El presente instrumento se enfocará al personal que labora dentro de Canal 27, quienes son nuestro grupo objetivo primario, los cuales muestran las siguientes características:

- Hombres y mujeres de edades entre 21 y 40.
- Personas de clase BC ó C.
- Residentes en los departamentos de Guatemala y Chimaltenango.
- De religión evangélica.

2.3.2 Externo

Este grupo como secundario o indirecto, muestra las personas que serán beneficiadas con la aplicación de las estrategias del presente instrumento; las mismas representan los más de 270,000 usuarios de facebook y casi 3,000 en Twitter.

Según las estadísticas de Facebook la clasificación de este grupo es:

- Hombres y mujeres entre 13 y 65 años.
- Residentes principalmente en Guatemala.
- Profesan la religión evangélica.

2.4. MENSAJE

*“La comunicación humana es la clave del éxito personal y profesional”.*⁵

*Paul J. Meyer.*⁶

2.5. ESTRATÉGIAS

Como se ha notado en el desarrollo de este instrumento, se han encontrado tres problemas comunicacionales fuertes en el área de redes sociales de Canal 27. Los primeros dos hacen énfasis esencialmente en la comunicación del área frente a otras áreas de Canal 27 y el tercero, se refiere a la falta de preparación y conocimiento del personal en los temas de fundamentos de Canal 27 y gestión de redes sociales empresariales. Con el fin de combatir estas debilidades, el presente instrumento propone las siguientes estrategias:

1. Reforzar las bases ideológicas en el área de redes sociales. “La visión sin acción es un sueño. Acción sin visión es simplemente pasar el tiempo. Acción con visión es hacer una diferencia positiva.” Jack Welch Jr.⁷

⁵ <https://www.lifeder.com/frases-de-comunicacion/>

⁶ Paul J. Meyer es un reconocido autor, leído a nivel mundo por sus logros en el campo del desarrollo personal y profesional. Experto en liderazgo y fundador del “*Leadership management International y Success Motivation International*”. <http://aritz-urresti.com/2012/04/paul-j-meyer-gestion-del-tiempo-personal/>

⁷ <http://www.mundifrases.com/tema/visión/>

Ya que la visión y misión de este medio de comunicación no está definida con claridad en su área de redes sociales, mediante el presente instrumento se reforzará esta información en las personas que forman esta área.

2. Integración de personal de redes sociales con generadores de contenido. El área de redes sociales de un medio de comunicación es, en cierta forma, la voz del medio ante el público en general. Esto exige que el personal del área esté enterada del mayor número de acontecimientos y sucesos del canal, mediante herramientas tecnológicas y reuniones de trabajo programadas con las que se logrará apoyar esta debilidad.
3. Incrementar el conocimiento al personal del área de redes sociales de Canal 27; por medio de capacitaciones presenciales y en línea, se reforzará el conocimiento del personal del área de redes sociales en los temas de gestión de contenido y diseño gráfico en general.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Acción #1	
¿A qué estrategia responde la acción?	Reforzar las bases ideológicas en el área de redes sociales.
Problema.	Según diagnóstico realizado anteriormente, se detectó que las personas del área de redes sociales de Canal 27, desconocen la visión y misión de este medio. Esto representa un inconveniente en el momento de publicar mensajes de carácter institucional.
Producto.	4 cuadros de escritorio con la visión y misión escrita en ellos.
Objetivo comunicacional.	Que la visión y misión de Canal 27 permanezcan a la vista de las personas de redes sociales, para que puedan tomar como base en la toma decisiones sobre las publicaciones diarias.
Aplicación.	Se colocará un cuadro decorativo en el escritorio de cada una de las personas de redes sociales, para que puedan leer y mejor aún, memorizar la visión y misión de Canal 27.
Público objetivo.	Personal interno de Canal 27.
Medio de difusión.	Publicación decorativa- informativa.
Necesidades.	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño del mismo realizado por empresa de diseño gráfico 16/tres. - 6 Marcos con vidrio, para escritorio o mesa, comprados en “Dollarcity”.
Tiempo de aplicación.	Se entregarán en la primer semana de junio.

Acción #2	
¿A qué estrategia responde la acción?	Integración de personal de redes sociales con generadores de contenido.
Problema.	El personal de redes sociales no tiene contacto directo y regular con los productores (quienes generan la producción local) y el departamento de programación (quien genera la pauta diaria), contenido que, según el diagnóstico realizado anteriormente, es la base de las publicaciones diarias.
Producto.	Implementación de herramienta virtual <i>Wunderlist</i> .
Objetivo comunicacional.	Establecer un medio de comunicación bidireccional entre el área de redes sociales y las personas que generan contenido.
Aplicación.	Esta herramienta virtual es un administrador de tareas, el cual dentro de sus muchas virtudes, permite el trabajo en equipo. Mediante esta herramienta los generadores de contenido podrán sugerir contenido que tenga relevancia y actualidad para que sea publicado en las redes sociales. El <i>software</i> se actualiza mediante internet automáticamente, de forma que siempre podrán estar actualizados. Además provee un <i>chat</i> por tarea y posibilidad de adjuntar archivos, herramientas que enriquecerán la comunicación entre áreas de trabajo.
Público objetivo.	Personal interno de Canal 27.
Medio de difusión.	Instalación de software en cada computadora.
Necesidades.	El software es gratuito, solamente debe ser descargado e instalado del sitio oficial.

Acción #3	
¿A qué estrategia responde la acción?	Integración de personal de redes sociales con generadores de contenido.
Problema.	El personal de redes sociales desconoce el uso de <i>Wunderlist</i> .
Producto.	Inducción básica sobre herramienta virtual <i>Wunderlist</i> .
Objetivo comunicacional.	Reforzar el conocimiento del personal de redes en uso de la herramienta informática <i>Wunderlist</i> .
Aplicación.	Se le enviará mediante un correo electrónico los links de dos video tutoriales en español del <i>software Wunderlist</i> , el cual se supervisará que sea visto por las personas. Los mismo tienen duración de 10 minutos máximo cada uno.
Público objetivo.	Personal interno de Canal 27.
Medio de difusión.	Correo electrónico.
Necesidades.	Señal de internet para poder ver los videos.
Links.	https://www.youtube.com/watch?v=WuBJJfO4YY8 https://www.youtube.com/watch?v=TpiS3HhbxZE

Acción #4	
¿A qué estrategia responde la acción?	Integración de personal de redes sociales con generadores de contenido.
Problema.	El personal de redes sociales desconoce el uso de <i>Wunderlist</i> .
Producto.	Micro capacitación de <i>Wunderlist</i> a personal de redes sociales de Canal 27.
Objetivo comunicacional.	Supervisar que el conocimiento adquirido sobre la herramienta <i>Wunderlist</i> haya sido digerida y asimilada y que el personal de redes sociales este listo para poder ponerlo en práctica y utilizarlos con todos los medios.
Aplicación.	Se dará una visita al departamento de redes sociales, y en un tiempo de 30 minutos se resolverán las dudas sobre la utilización del software.
Público objetivo.	Personal interno de Canal 27.
Medio de difusión.	Visita presencial.

Acción #5	
¿A qué estrategia responde la acción?	Integración de personal de redes sociales con generadores de contenido.
Problema.	El personal de redes sociales no tiene contacto directo y regular con los productores (quienes generan la producción local), contenido que, según el diagnóstico realizado anteriormente, es la base de las publicaciones diarias.
Producto.	Calendario mensual de reuniones.
Objetivo comunicacional.	Lograr interacción presencial entre el área de redes sociales y los productores.
Aplicación.	Quincenalmente, los productores realizan una reunión general donde, entre varios puntos, se hace un resumen de actividades. Se busca que las dos personas del departamento de redes sociales participen en esta reunión para que se enteren, de boca de los actores principales, las actividades más importantes de los próximos quince días.
Público objetivo.	Personal interno de Canal 27.
Medio de difusión.	Correo electrónico.

Acción #6	
¿A qué estrategia responde la acción?	Incrementar conocimiento en personal del área de redes sociales de Canal 27.
Problema.	El diseño gráfico es algo esencial en el área de redes sociales, su correcta aplicación es vital en el proceso de comunicación, pues cada elemento transmite diferentes mensajes según su utilización.
Producto.	Capacitación presencial sobre Diseño Gráfico, por el Lic. Luis Meza.
Objetivo comunicacional.	Reforzar el conocimiento general sobre diseño gráfico en las personas que administran las redes sociales de Canal 27.
Público objetivo.	Personal interno de Canal 27.
Medio de difusión.	Capacitación presencial.

Capacitación presencial sobre Diseño Gráfico	
Expositor:	Lic. Luis Meza, propietario de la empresa 16/tres. Empresa que provee servicios de Diseño Gráfico a
Fecha:	Se desarrollará en la segunda semana de junio.
Lugar y hora:	Sala de sesiones del tercer nivel del edificio Tierra Santa II. El horario está por definir por parte del Lic. Meza.
Duración:	4 horas.
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> - Psicología del color. - Derechos de autor en imágenes en general. - Línea gráfica de Canal 27 y su correcta aplicación en las redes sociales. - El Diseño gráfico como herramienta de comunicación en las redes sociales. - Utilización de plantillas para publicaciones regulares. - Tamaño, resolución y medidas para publicaciones regulares en redes sociales.

Acción #7	
¿A qué estrategia responde la acción?	Incrementar conocimiento en personal del área de redes sociales de Canal 27.
Problema.	El <i>Community Manager</i> es una profesión de reciente creación y con un crecimiento acelerado. Los cambios del día a día en esta carrera son muy rápidos y exigen que el profesional esté en constante actualización. Las personas del área de redes sociales de Canal 27 realizan su tarea de forma empírica, lo cual debilita la comunicación que se le da al público al no hacerlo con estrategias establecidas.
Producto.	Un mes de capacitaciones <i>online</i> por medio de la plataforma virtual www.video2brain.com
Objetivo comunicacional.	Reforzar el conocimiento en <i>Community Management</i> en el personal del área de redes sociales de Canal 27.
Aplicación.	<i>Video2Brain</i> es una plataforma de educación virtual. Con mas de 1,215 cursos de temas variados, es una herramienta indispensable de autoformación. Se adquirirán dos licencias para cada una de las personas del área de redes sociales, con un mes de duración cada una, para que puedan actualizarse en temas relacionados a su labor. Los cursos serán elegidos por el epecista y serán cursados según calendario realizado por el mismo. Además de los cursos que deben cubrir obligatoriamente, se les dará libertad para que puedan estudiar cualquier otro curso de su interés.
Público objetivo.	Personal interno de Canal 27.
Medio de difusión.	En línea.

Curso #1: Aprende a gestionar redes sociales: Estrategia y comunicación	
Expositor:	Rafael Tudury Amengual
Fecha:	19 al 21 de junio de 2017
Contenido:	Tener una presencia activa en las diferentes redes sociales es fundamental para promocionar nuestros servicios o trabajos. En este curso aprenderemos a descubrir y analizar las diferentes redes sociales existentes, seleccionar las más adecuadas y crear una estrategia de actuación y participación que nos permita conseguir nuevos clientes así como fidelizar los actuales.

Curso #2: Twitter para empresas	
Expositor:	Antonio V. Chanal
Fecha:	22, 23 y 26 de junio de 2017.
Contenido:	La red de los 140 caracteres tiene una gran implantación, sobre todo entre usuarios de dispositivos móviles, de ahí su importancia para los negocios. Tiene algunos rasgos especiales que la definen y la diferencian de otras redes sociales, como veremos en este curso, donde también descubrirás algunas herramientas que facilitan la publicación de contenidos, como IFTTT y las Twitter Cards. Gestiona de manera eficiente y productiva Twitter y aprende a crear tu propia comunidad, ya seas profesional autónomo o empresa.

Curso #3: Facebook para empresas: Community management	
Expositor:	Guillermo Pareja
Fecha:	27, 28 y 29 de junio de 2017.
Contenido:	Una buena presencia en Facebook es fundamental para la estrategia de marketing digital de prácticamente cualquier negocio y no solo es importante contar con una buena presencia, sino, además, conocer a nuestra audiencia e interactuar con ella. En este curso aprenderás cómo crear una página en Facebook, generar contenido atractivo para tus usuarios y utilizar anuncios para promover tu negocio. Aprende cómo interactuar y promover el engagement de tu público objetivo, cómo crear campañas de anuncios y analizar los resultados y, en definitiva, cómo crear tus primeras campañas en Facebook.

Curso #4: Facebook para empresas: Personalización y analíticas	
Expositor:	Antonio V. Chanal
Fecha:	30 de junio, 3 y 4 de julio de 2017.
Contenido:	Tener una página de fan no garantiza que el contenido que publicas en ella llegue a donde quieras, ni que tus fans sepan qué estás publicando en cada momento en tu página. Este curso te enseñará a personalizar tu página de fan por medio de pestañas y a analizar si tus contenidos son interesantes y qué impacto tienen.

Curso #5: Facebook Ads avanzado	
Expositor:	Brad Batesole, Guillermo Pareja
Fecha:	5, 6 y 7 de julio.
Contenido:	Conocer Facebook Ads en profundidad ofrece muchas posibilidades de expandir el alcance y mejorar el rendimiento de nuestras campañas y anuncios. Muchas de estas oportunidades solo pueden ser aprovechadas si sabemos utilizar bien herramientas como Power Editor, las audiencias personalizadas y el seguimiento de conversiones. En este curso aprenderás para qué sirven estas herramientas y cómo utilizarlas en tus propias campañas de marketing en Facebook.

Acción #8	
¿A qué estrategia responde la acción?	Incrementar conocimiento en personal del área de redes sociales de Canal 27.
Problema.	Seguimiento a capacitaciones.
Producto.	Examen sobre las capacitaciones.
Objetivo comunicacional.	Verificar que las capacitaciones <i>online</i> fueron ejecutadas y asimiladas.
Aplicación.	Se realizará un pequeño examen al final de las pruebas para comprobar que el contenido aprendido fue asimilado.
Público objetivo.	Personal interno de Canal 27.
Medio de difusión.	Impreso.
Necesidades.	Se debe redactar el exámen. Esto se realizará en el transcurso de las pruebas.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO:

“Plan de comunicación para la optimización y fortalecimiento del área de Redes Sociales de Canal 27”.

3.1.1. Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total	Financiamiento
2	Licencias básicas Video2Brain con duración de un mes.	\$12.99 = Q.96.12 (\$1 = Q.7.40)	\$25.98 = Q.192.25 (\$1 = Q.7.40)	Geovanni Dardón (Epesista)
8	Refacciones durante capacitación sobre la comunicación y el diseño.	Q.15.00	Q.120.00	Canal 27
1	Diseño de cuadro con misión y visión de Canal 27.	Q.300.00	Q.300.00	Canal 27
6	Marcos con vidrio para mesa o escritorio, adquiridos en Dollarcity.	Q.24.00	Q.144.00	Geovanni Dardón (Epesista)
1	Honorarios profesionales por Asesoría Comunicacional de epesista.	Q.6,800.00 Por mes.	Q13,600.00	Geovanni Dardón (Epesista)
1	Honorarios profesionales por capacitación sobre Diseño Gráfico en redes sociales.	Q.1,400.00	Q.1,400.00	Empresa 16/Tres.
Total del proyecto			Q.15,756.25	Q.15,756.25

3.1.2. Origen del financiamiento

Origen del financiamiento	Monto
Epesista	Q.13,936.25
Canal 27	Q.420.00
Empresa 16/TRES	Q.1,400.00
Total	Q.15,756.25

3.1.3. Beneficiarios

Tipo de beneficiario	Beneficiario	Beneficio
Primario	Área de Redes Sociales de Canal 27 y jefa de Relaciones Públicas. Licda. Flor De María Trabanino, Lesly Díaz y Jennifer Caal.	Recibieron un cuadro decorativo-informativo con la misión y visión de Canal 27.
Primario		Recibieron una capacitación sobre Diseño Gráfico.
Primario		Disfrutaron de un mes de licencia ilimitada para estudiar en la plataforma virtual Video2Brain.
Primario		Recibieron por parte de la empresa 16Tres, plantillas para publicación de contenido en las distintas redes sociales.
Primario		Recibieron una inducción básica sobre el software <i>Wunderlist</i> .
Primario		Recibieron cinco cursos en línea relacionados con Redes Sociales.
Primario	Departamento de edición de Canal 27.	Con el fin de aprovechar al experto, fueron invitados a participar en la capacitación sobre Diseño Gráfico.
Primario	Jennifer Caal – Diseño gráfico para Redes Sociales	Mediante la Plataforma Video2Brain estudio varios cursos sobre diseño gráfico.
Primario	Lesly Díaz – <i>Community Manager</i>	Mediante la Plataforma Video2Brain estudio el curso “Reuniones eficaces”.
Primario	Departamento de productores de Canal 27.	Fueron invitados a ser parte de la micro-capacitación de <i>Wunderlist</i> .
Secundario	Productores de Canal 27	Aunque no se logró que se aplique en un 100%, ahora ya tienen una nueva línea de comunicación con el área de Redes Sociales de Canal 27, la cual es <i>Wunderlist</i> .
Secundario	Usuarios de redes sociales de Canal 27	Las acciones realizadas lograron que el aspecto y contenido de las publicaciones mejorara considerablemente, lo cual se ve reflejado en la interacción de los usuarios de dichas redes.
Secundario	Departamento de programación y transmisión de Canal 27	La aplicación de técnicas de Diseño Gráfico para Redes Sociales logró que la promoción que se hace a los programas regulares en las redes sociales mejorara notablemente.

3.1.4. Recursos Humanos

En la ejecución del ejercicio profesional supervisado se obtuvo apoyo de las siguientes personas:

Nombre	Cargo	Actividad
M.A. Nancy Ortiz	Directora Ejecutiva de Canal 27	Asesoría y revisión de las estrategias y acciones aplicadas en el ejercicio profesional supervisado.
Licda. Flor de María Trabanino	Directora de Relaciones Públicas / Jefe del área de Redes Sociales.	Apoyo en la elaboración de entrevistas al personal del área de redes sociales. Facilitación de información histórica sobre el área de Redes Sociales de Canal 27.
Lic. Luis Meza Medina	Director / Diseñador Senior 16tres	El Lic. Meza fue el expositor en la capacitación sobre Diseño Gráfico aplicado a redes sociales.
Ervin Caal	Jefe del departamento de edición	Facilitación del permiso para que el personal del departamento de edición recibiera la capacitación.
Licda. Berta Baten	Administración	Apoyo en la coordinación del <i>Coffe Break</i> durante la capacitación sobre Diseño Gráfico
Francisco Chan	Jefe de escenografía	Préstamo e instalación de un Televisor Plasma de 60" para la impartición de los cursos presenciales

3.1.5. Áreas geográficas de acción

El Ejercicio Profesional Supervisado fue ejecutado en las instalaciones de Canal 27, en Carretera Vieja a Antigua Guatemala, 2ª Calle 23-70, Zona 1, Mixco, Guatemala C.A.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

- **Estrategia:** Reforzar las bases ideológicas en el área de redes sociales. “La visión sin acción es un sueño. Acción sin visión es simplemente pasar el tiempo. Acción con visión es hacer una diferencia positiva.” Jack Welch Jr.⁸
Ya que la visión y misión de este medio de comunicación no está definida con claridad en su área de redes sociales, mediante el presente instrumento se reforzará esta información en las personas que forman esta área.

- **Objetivo Comunicacional:** unificar la línea de pensamiento que deben llevar las publicaciones de redes sociales. La postura de un medio de comunicación es fundamental, pues al ser un emisor de pensamientos e ideas, sus valores deben ser firmes. Dejar en la mente de las personas que alimentan las redes sociales la visión y misión del medio es básico para que las publicaciones no vayan en contra de esta.

- **Descripción:** Se compraron tres cuadros y se realizó un diseño el cual lleva la misión y visión del canal.

- **Acciones desarrolladas:**
 - ✓ Se colocó el cuadro en cada una de las oficinas de las personas encargadas de administración de las redes sociales.

⁸ <http://www.mundifrases.com/tema/visión/>



Marco que se adquirió en Dollar City para coloca la información de visión y Misión de Canal 27



Diseño de visión y misión para colocar en el marco




Cuadro colocado en oficina de Licda. Flor De María Trabanino



Cuadro colocado en oficina de Jennifer Caal



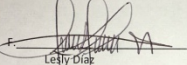
Cuadro colocado en oficina de
Lesly Díaz


EPS
 LICENCIATURA

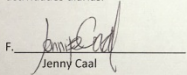
Universidad de San Carlos de Guatemala
 Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017

Nombre del Alumno (a): Erick Geovanni Fernando Dardón Muñoz
No. Carné y DPI: Carné USAC: 199820294 - DPI: 2428 07464 0101
Institución o Empresa: Canal 27.
Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores.

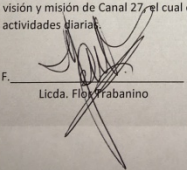
Por este medio hago constar que recibí del epesista arriba mencionado un cuadro con la visión y misión de Canal 27, el cual coloqué en mi oficina para tenerlo presente en mis actividades diarias.

F. 
 Lesly Díaz

Por este medio hago constar que recibí del epesista arriba mencionado un cuadro con la visión y misión de Canal 27, el cual coloqué en mi oficina para tenerlo presente en mis actividades diarias.

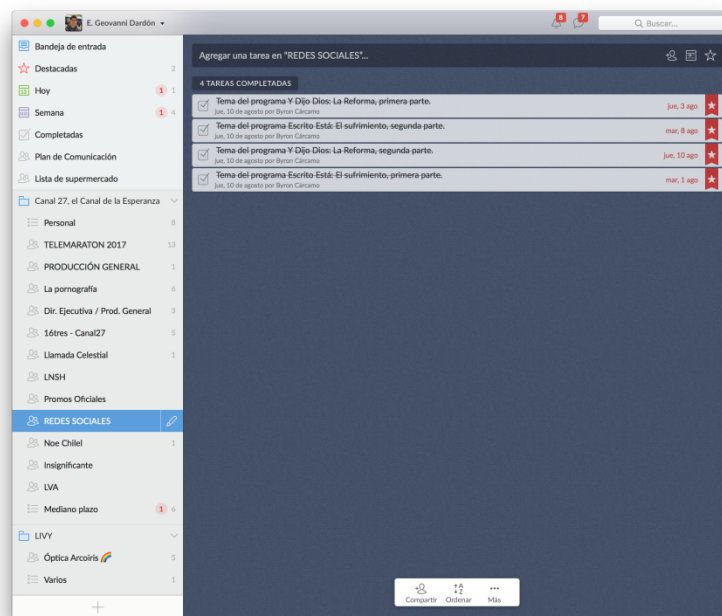
F. 
 Jenny Caal

Por este medio hago constar que recibí del epesista arriba mencionado un cuadro con la visión y misión de Canal 27, el cual coloqué en mi oficina para tenerlo presente en mis actividades diarias.

F. 
 Licda. Flora Fabanino

Documento que certifica la entrega de los
cuadros a cada una de las personas.

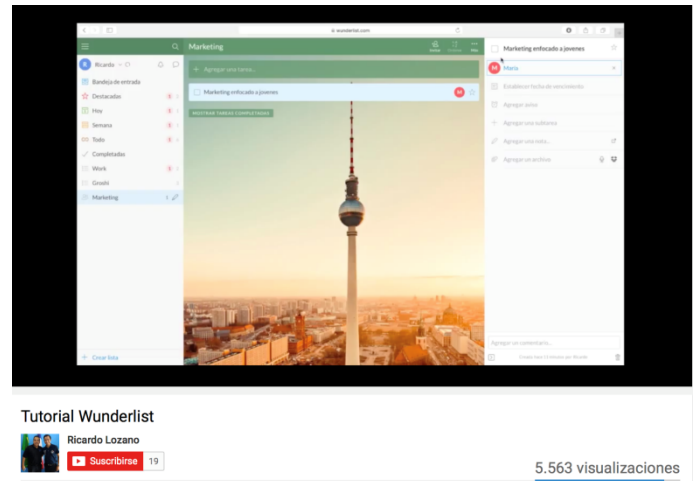
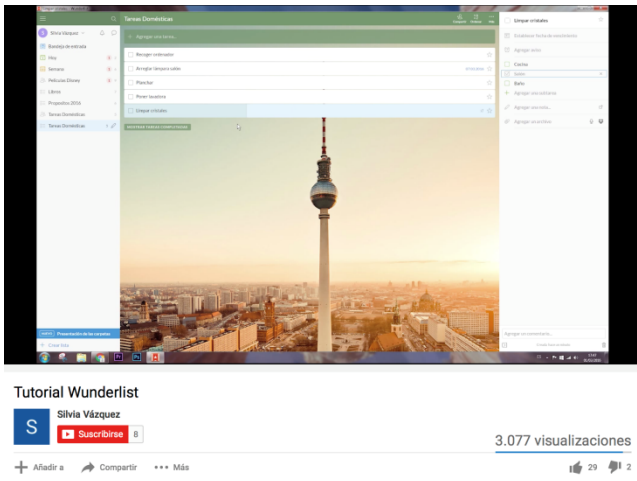
- **Estrategia:** Integración de personal de redes sociales con generadores de contenido. El área de redes sociales de un medio de comunicación es, en cierta forma, la voz del medio ante el público en general. Esto exige que el área esté enterada del mayor número de acontecimientos y sucesos del canal. Por medio de herramientas tecnológicas y reuniones de trabajo programadas se logrará apoyar esta debilidad.
- **Objetivo Comunicacional:** Lograr que los generadores de contenido obtengan una comunicación eficiente con las personas del área de redes sociales.
- **Descripción:** Mediante la herramienta virtual *Wunderlist* y la integración en grupos de trabajo, se buscó que el área de redes sociales lograra comunicación con los demás departamentos del Canal.
- **Acciones desarrolladas:**
 - ✓ Se instaló la herramienta *Wunderlist* en cada una de las computadoras de las personas involucradas.



Interface del programa *Wunderlist* que se instaló en las computadoras de los involucrados.

- ✓ Se proporcionaron dos videos didácticos del programa *Wunderlist* a las personas de redes sociales, los cuales se encuentran en los siguientes vínculos:

- <https://www.youtube.com/watch?v=WuBJJfO4YY8>
- <https://www.youtube.com/watch?v=TpiS3HhbxZE>



Muestra de los videos de YouTube que enseñan a utilizar la herramienta *Wunderlist*

- ✓ Se aprovechó una reunión regular del departamento de productores para realizar una micro capacitación de la plataforma *Wunderlist* y resolver dudas sobre el uso de esta herramienta.



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017



Nombre del Alumno (a): Erick Geovanni Fernando Dardón Muñoz
No. Carné y DPI: Carné USAC: 199820294 · DPI: 2428 07464 0101
Institución o Empresa: Canal 27.
Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores.

Micro capacitación Wunderlist

Listado de asistencia

No.	Nombre	Firma
1	Ma. Fernanda Leiva M.	
2	Esteban Chamorro	
3	ERIK ESCUIT	
4	Lesly Amanlis Diaz Manzon	
5	Byron Cárcame Amado	
6	Jose Ruiz	
7	Jennifer Card	
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		

Listado de asistencia a micro capacitación de Wunderlist.

- ✓ Se elaboró un calendario de reuniones semanales para así promover la comunicación entre ambos departamentos; sin embargo, fue imposible debido a las distintas ocupaciones y el tipo de trabajo de los involucrados, lo cual impidió que el mismo se llevara a cabo. Por lo anterior, se optó por fortalecer la comunicación por medios electrónicos.

- **Estrategia:** Incrementar el conocimiento en el personal del área de redes sociales de Canal 27: a través de capacitaciones presenciales y en línea, se reforzará el conocimiento del personal del área de redes sociales en los temas de gestión de contenido y diseño gráfico en general.
- **Objetivo Comunicacional:** Mediante la capacitación adecuada, se logrará mejorar el mensaje que se traslade al público meta de Canal 27.
- **Descripción:** Se realizaron actividades para capacitar al personal de redes sociales en áreas específicas que reforzaron conocimientos aplicables.
- **Acciones desarrolladas:**
 - ✓ Se organizó una capacitación sobre diseño gráfico y su aplicación en redes sociales. Dicha capacitación fue impartida por el Lic. Luis Meza, Director de la empresa de Diseño Gráfico 16/tres.



Lic. Luis Meza al momento de dar la capacitación a Edi Sánchez, Carlos Ayala, Ervin Caal, Jonathan Barrios, Edi Sian, Lesly Díaz Jennifer Caal, Sergio Tum y Hallan Pa.



Lic. Luis Meza al momento de dar la capacitación a Edi Sánchez, Carlos Ayala, Ervin Caal, Jonathan Barrios, Edi Sian, Lesly Díaz Jennifer Caal, Sergio Tum y Hallan Pa.

- ✓ Se adquirieron dos licencias por un mes cada una de la plataforma virtual *Video2Brain*, la cual es un medio de estudios virtual. En dicha plataforma las personas de redes sociales y la directora de relaciones públicas tuvieron la oportunidad de estudiar varios cursos que reforzaron sus conocimientos en el área y perfeccionaron las publicaciones diarias.

 **video2brain**
A LINKEDIN COMPANY

LinkedIn Austria GmbH, Eggenbergerstrasse 7, 8020 Graz

Livy
E Geovanni Dardón
14 Av. 19-51 Zona 2. El Roble.
01002 Ciudad
Guatemala
gdardon@canal27.org

Fecha de factura: 19.06.2017
Fecha de entrega: 19.06.2017
Número de factura: ORMX2017005310
Número de transacción: 228604457

Factura

N° de artículo	Nombre del artículo	Cantidad	Precio (neto)	IVA	Total (bruto)
7230	Suscripción mensual online Duración: 19.06.2017 hasta 19.07.2017, Esta suscripción se renueva automáticamente.	1	12.99	0%	12.99 USD
Total (neto)					12.99 USD
Importe de la factura (bruto)					12.99 USD

Terceros Países. Exentos de impuestos.

Método de pago: Tarjeta de crédito

Gracias por su compra.

Le rogamos tenga en cuenta las limitaciones de uso y las Condiciones Generales de Venta que se encuentran en nuestro sitio web.

LinkedIn Austria GmbH (anteriormente llamada video2brain GmbH)
Eggenbergerstrasse 7, 8020 Graz, Austria
FN: 310510h, N° fiscal: 330/6583
CIF: ATU64207557

Sede en Graz (Austria)
Web: <http://www.video2brain.com>

Tel.: +43 720 805000
Fax: +43 720 80 50 00 99
E-mail: office@video2brain.com

1 de 1

 **video2brain**
A LINKEDIN COMPANY

LinkedIn Austria GmbH, Eggenbergerstrasse 7, 8020 Graz

E. Geovanni Dardón
14 Avenida 19-51 zona 2, Residenciales El Roble
Guatemala, Ciudad.
01002 Guatemala
Guatemala
trovitas@yahoo.com

Fecha de factura: 19.06.2017
Fecha de entrega: 19.06.2017
Número de factura: ORMX2017005311
Número de transacción: 228606735

Factura

N° de artículo	Nombre del artículo	Cantidad	Precio (neto)	IVA	Total (bruto)
7230	Suscripción mensual online Duración: 19.06.2017 hasta 19.07.2017, Esta suscripción se renueva automáticamente.	1	12.99	0%	12.99 USD
Total (neto)					12.99 USD
Importe de la factura (bruto)					12.99 USD

Terceros Países. Exentos de impuestos.

Método de pago: Tarjeta de crédito

Gracias por su compra.

Le rogamos tenga en cuenta las limitaciones de uso y las Condiciones Generales de Venta que se encuentran en nuestro sitio web.

LinkedIn Austria GmbH (anteriormente llamada video2brain GmbH)
Eggenbergerstrasse 7, 8020 Graz, Austria
FN: 310510h, N° fiscal: 330/6583
CIF: ATU64207557

Sede en Graz (Austria)
Web: <http://www.video2brain.com>

Tel.: +43 720 805000
Fax: +43 720 80 50 00 99
E-mail: office@video2brain.com

1 de 1

Facturas de pago de plataforma virtual *Video2Brain*.

- ✓ Se realizó una evaluación a las personas del área de Redes Sociales, para verificar que hayan estudiado y asimilado los cursos impartidos.



EPS
LICENCIATURA

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017



Hoja de respuestas

Departamento de Redes Sociales Canal 27

Nombre: Lesly Díaz M.

Página 1

① Sea Visión: ser el canal cristiano con más audiencia en Guatemala, llegando a los lugares más recónditos del país, transmitiendo programas evangelísticos y de enseñanza como películas, predicás y programas actuales de locales con tecnología de punta, utilizando lo más actual en la televisión como tecnología satelital, la internet y redes sociales

Misión: Evangelizar a los no convertidos y enseñar y edificar al cuerpo de Cristo con la programación para transformar a las familias y comunidades.

② Dando a conocer la programación y el trabajo que realiza el Canal 27 a través de las publicaciones

③ Funciona para llevar de manera ordenada y sincronizada las diferentes actividades que realizan los usuarios con el fin de que todos estén comunicados e informados simultáneamente.

④ Mejora en la comunicación que debo de tener con los productores y realizadores de los programas para utilizarlo en las (r. so). redes sociales.

Ejemplo de hoja de respuestas de la evaluación realizada.
Esta es una hoja de 4 de cada una. La evaluación y las hojas de respuestas están en los anexos.

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividad	JUNIO												JULIO																																							
	1				2				3				4				5				6				7				8																							
	5	6	7	8	9	12	13	14	15	16	19	20	21	22	23	26	27	28	29	30	3	4	5	6	7	10	11	12	13	14	17	18	19	20	21	24	25	26	27	28												
l	m	m	j	v	l	m	m	j	v	l	m	m	j	v	l	m	m	j	v	l	m	m	j	v	l	m	m	j	v	l	m	m	j	v	l	m	m	j	v	l	m	m	j	v								
Compra, diseño e impresión del cuadro con la vision y misión del canal.																																																				
Inducción básica <i>Wunderlist</i> vía <i>YouTube</i>																																																				
Micro capacitación <i>Wunderlist</i>																																																				
Implementar <i>Wunderlist</i> entre todos los actores.																																																				
Incluir a Redes Sociales en reunión quincenal de productores.																																																				
Capacitación presencial sobre diseño gráfico.																																																				
Curso #1: Aprende a gestionar redes sociales: Estrategia y comunicación																																																				
Curso #2: Twitter para empresas																																																				
Curso #3: Facebook para empresas: Community management																																																				
Curso #4: Facebook para empresas: Personalización y analíticas																																																				
Curso #5: Facebook Ads avanzado																																																				
Semana para que puedan estudiar lo que gusten.																																																				
Exámen corto de los cursos.																																																				
Evaluación de resultados a la fecha.																																																				

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
<p>Reforzar las bases ideológicas en el área de redes sociales.</p>	<p>Se lograron entregar tres cuadros con la visión y misión de Canal 27.</p>	<p>Luego de aplicar esta acción, tuvimos un resultado favorable en la evaluación de resultados al realizar la pregunta sobre la visión y misión de Canal 27.</p> <p>“Con este adorno tengo presente la visión y misión del canal y eso me ayuda a recordarla cuando hago las publicaciones”. (Lesly Díaz- <i>Community Manager</i>).</p> <p>“Quedo muy bonito en mi oficina, ahora no tengo excusa para no recordarlas (habla de la visión y misión de Canal 27). (Licda. Flor Trabanino- Directora de Relaciones Públicas).</p>
<p>Integración de personal de redes sociales con generadores de contenido.</p>	<p>Se llevo a once personas de forma directa, tres del área de redes sociales y ocho productores. Así mismo se abarco de forma indirecta a los asistentes de producción, que son tres personas más.</p>	<p>Se logró acercar al personal de redes sociales con los generadores de contenido, sin embargo, no se logró que aplicaran las herramientas recomendadas. La comunicación entre ellos sigue siendo deficiente.</p> <p>“Aunque se instaló la herramienta a los involucrados, ellos no hacen uso del mismo, supongo que con el paso del tiempo se acostumbrarán a usarla” (María Fernanda Leiva- <i>Productora</i>).</p> <p>“Yo casi no uso la herramienta porque me falta el tiempo y la costumbre para hacerlo”. (Erik Esquit. <i>Productor</i>).</p>
<p>Incrementar conocimiento en personal del área de redes sociales de Canal 27.</p>	<p>Se logró capacitar a once personas en distintas áreas.</p>	<p>“Me ayudó a mejorar íntegramente en la página en el diseño, redacción, interacción, para presentar un mejor trabajo a los seguidores”. (Lesly Díaz- <i>Community Manager</i>).</p> <p>“Me ayudo en ampliar mas mi mente en el trabajo, conocer nuevas herramientas y ver en que me estaba equivocando”. (Jennifer Caal – <i>Diseño gráfico para redes sociales</i>).</p>

CONCLUSIONES

Después de realizar el presente instrumento, el epesista ha llegado a las siguientes conclusiones:

- La televisión es un medio en el que se vive de forma acelerada. Cada persona realiza su labor a la orden del día. Esto debilita notablemente el proceso de comunicación entre los departamentos.
- Se detectó que el personal de redes sociales de Canal 27 no posee una cultura de comunicación hacia otras áreas o departamentos del canal. Ellas buscan la información por sus medios y raras veces se detienen a consultar o buscar por fuentes nuevas o no usuales para ellas.
- Las reuniones no son parte de la cultura organizacional de Canal 27. Cada persona trabaja por su cuenta y busca “sacar su chance” de la forma más individual que se puede.
- El estudio es una de las bases del crecimiento personal. A las personas de redes sociales se les obsequió la oportunidad de acceder a más de 1,500 cursos online en la plataforma virtual *Video2brain*. Dicha plataforma tiene acceso las 24 horas del día y es posible acceder no solamente desde la computadora, también desde el celular, tableta o cualquier dispositivo inteligente. Sin embargo, el acceso que tuvieron a dicha plataforma fue muy escaso. Podemos decir que ni siquiera lograron terminar los cursos planificados por el epesista. Tomando esto desde un punto de vista optimista y positivo, podemos mencionar que la sobrecarga de trabajo de estas personas impide que puedan dedicar tiempo al estudio y crecimiento personal.
- El personal de Redes Sociales es muy escaso con relación a la carga de trabajo que deben realizar, esto disminuye notablemente la calidad del mensaje que se transmite en las redes sociales.
- El diseño gráfico representó un antes y un después en las publicaciones de Facebook.

RECOMENDACIONES

Luego de compartir por un tiempo en el área de redes sociales de canal 27, se pueden aportar las siguientes recomendaciones, las cuales siguiéndolas cuidadosamente, podrán ser de mucho beneficio para Canal 27 y su área de redes sociales en general.

- Los jefes y encargados de las principales áreas de generación de contenido deben procurar reuniones como mínimo quincenales, para indicar cuál será el mensaje del momento. Estas reuniones deberían ser de carácter obligatorio y planificadas con suficiente tiempo de antelación para que todos los interesados puedan participar.
- Las redes sociales son un fenómeno que vive en cambios constantes. En tiempos muy cortos las reglas del juego pueden cambiar de forma dramática. Esto obliga a que las personas que laboran generando contenido para éstas, deberían estar en capacitación constante. Se recomienda continuar con la plataforma *Video2brain*, con evaluaciones de contenido y evaluación de resultados en el trabajo final. Si las personas involucradas en estas capacitaciones no ponen interés, se recomienda planear sanciones que obliguen al personal a buscar la actualización constante.
- La plataforma *Wunderlist* es de mucha utilidad y eficiencia. Por medio de ella logramos realizar proyectos en equipo, aunque no estén físicamente en el mismo lugar. Se recomienda promover el uso de esta herramienta, premiar el uso de ella y sancionar cuando no se haga. El epesista fue testigo de cómo esta herramienta logra su propósito en otras áreas de Canal 27.
- Se recomienda continuar con el apoyo de la empresa 16/tres en la creación de plantillas para publicaciones de redes sociales, pues eso representó un cambio radical y positivo en los mensajes publicados en ambas redes sociales.

BIBLIOGRAFÍA

- Edelberto Cifuentes Medina. (2009). La Aventura de Investigar: El Plan y la Tesis. Guatemala: Magna Terra Editores.
- Hugo Leonel Donis Amézquita. (2014). Tesis: Proyecto de estrategia de comunicación interna del departamento de comunicación social de la Policía Nacional Civil. Guatemala: USAC.
- González, C; C. Martínez y M.T. Martínez. (2008). Reflexiones y propuestas acerca de la incorporación de nuevas metodologías en el aula de ciencias secundaria: la indagación científica y el aprendizaje experiencial. Revista digital Sembrando ideas. Pontificia Universidad Católica. Sede regional, Villarrica.
- Roberto Hernández Sampieri. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGraw Hill Education.
- Licda. Martha Saint de Berberían. (1995). Tesis en tres meses. Guatemala: Ediciones Sa-Ber.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **Alianza Evangélica de Guatemala:** Es la institución que representa a la iglesia evangélica de Guatemala ante el gobierno.
2. **Antenas repetidoras:** Son antenas con equipo tecnológico montado sobre ellas y que se encargan de amplificar alguna señal, sin importar si es analógica o digital.
3. **Capacitación en línea:** Esta se refiere a la capacitación que se recibe de forma virtual, es decir, por medio de una computadora.
4. **Community manager:** El responsable o gestor de la comunidad de internet, en línea, digital o virtual, o Community Manager (*online community manager* en inglés) es quien actúa como auditor de la marca en los medios sociales.
5. **Contenido web:** En el presente instrumento, se refiere a las publicaciones realizadas en cada una de las redes sociales utilizadas por Canal 27.
6. **Dollarcity:** En este instrumento se refiere a una tienda de artículos varios de bajo costo.
7. **Evangelístico:** Relativo a evangelio.
8. **Empírico:** Viene de Empirismo. Es una teoría filosófica que enfatiza el papel de la experiencia, ligada a la percepción sensorial, en la formación del conocimiento.
9. **Facebook:** Es una red social la cual tiene como propósito diseñar un espacio en el que los alumnos de dicha universidad de Harvard pudieran intercambiar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través de Internet. Fue tan innovador y exitoso su proyecto que con el tiempo se extendió hasta estar disponible para cualquier usuario de la red.
10. **Hashtag:** Un hashtag (del inglés hash, 'almohadilla o numeral' y tag, 'etiqueta') o etiqueta, es una cadena de caracteres formada por una o varias palabras concatenadas y precedidas por una almohadilla o numeral (#). Es, por lo tanto, una etiqueta de metadatos precedida de un carácter especial con el fin de que tanto el sistema como el usuario la identifiquen de forma rápida. Se usa en servicios web tales como Twitter, Telegram, FriendFeed, Facebook, Google+,

Instagram, Weibo o en mensajería basada en protocolos IRC para señalar un tema sobre el que gira cierta conversación.

11. **Línea gráfica:** esta constituye una serie de elementos de diseño que identifican los elementos como parte de la misma empresa o marca.
12. **Microblogging:** Un servicio de microblogueo, también conocido como nanoblogueo, permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves, generalmente solo de texto. Las opciones para el envío de los mensajes varían desde sitios web, a través de SMS, mensajería instantánea o aplicaciones ad hoc.
13. **Moisés y los Diez Mandamientos (serie de televisión):** es una serie brasileña producida por RecordTV desde el 23 de marzo del 2015 al 4 de julio del 2016. Está basada en la historia bíblica de Moisés, escrita por Vívian de Oliveira y bajo la dirección general de Alexandre Avancini. Dicha serie se basa en cuatro de los libros que componen la Biblia: Éxodo, Levítico, Números y Deuteronomio. En Guatemala fue transmitida por Canal 27 durante el año 2017.
14. **Pauta de Programación:** conocida también como parrilla de programación. Es la disposición en el tiempo de los programas de un canal de televisión o una emisora de radio. Indica la hora de comienzo y fin de cada programa a lo largo del día. Los programas típicamente se repiten cada semana, por lo que la pauta de programación suele definirse semanalmente.
15. **Parrilla de programación:** conocida también como pauta de programación. Es la disposición en el tiempo de los programas de un canal de televisión o una emisora de radio. Indica la hora de comienzo y fin de cada programa a lo largo del día. Los programas típicamente se repiten cada semana, por lo que la pauta de programación suele definirse semanalmente.
16. **Plataforma virtual didáctica:** se refiere a la tecnología utilizada para la creación y desarrollo de cursos o módulos didácticos en la Web.
17. **Platos satelitales:** En este instrumento se refiere a los platos conocidos comúnmente como antenas parabólicas. Éstos son instalados en cada empresa de cable a nivel nacional para decodificar nuestra señal e ingresarla a laparrilla de canales de cable de la localidad.

18. **Publicaciones:** En el presente instrumento, esta palabra se le atribuye a los mensajes publicados en las redes sociales de Facebook y Twitter.
19. **Redes Sociales:** Una red social es una estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.).
20. **Socios Honorarios:** En este instrumento se refiere a las personas que mensualmente ofrendan voluntariamente la cantidad de Q50.00 o más para el sustento de la actividades de Canal 27.
21. **Televisión abierta:** Es la televisión que se transmite por sistema de antenas vía aire. Actualmente esta perdiendo fuerza frente a la televisión por cable digital.
22. **Twitter:** es un servicio de microblogging, con sede en San Francisco, California, con filiales en San Antonio (Texas) y Boston(Massachusetts) en Estados Unidos.
23. **Video2brain:** es una plataforma virtual de cursos libres las cual por un costo mensual, se puede acceder a la totalidad de los cursos.
24. **Videoteca:** es una colección organizada, física o digital, de obras en formato audiovisual. Su función es la preservación, catalogación y difusión de documentos audiovisuales.
25. **Wunderlist:** Es un aplicación multiplataforma que sirve para planificar actividades diarias relacionadas con cualquier ámbito. Por ejemplo, organizar los proyectos laborales, planificar las vacaciones, hacer la lista para la despensa familiar, entre muchas otras ideas.
26. **YouTube:** es un sitio web dedicado a compartir vídeos. Aloja una variedad de clips de películas, programas de televisión y vídeos musicales, así como contenidos amateur como videoblogs y YouTube Gaming.

ANEXOS

Transcripción completa de las entrevistas

Guía de entrevista sobre el área de redes sociales de Canal 27

Fecha: 14 febrero 2017 **Hora:** 16:00 horas **Lugar:** Canal 27

Entrevistador: Erick Geovanni Dardón Muñoz

Entrevistado: Lesly Díaz

Introducción:

Se pretende mediante este instrumento dos puntos específicos para detectar algún problema comunicacional en el área de redes sociales de Canal 27: descubrir el conocimiento del personal del área de redes sociales de Canal 27 respecto al tema y determinar la forma en que se comunican con sus fuentes de información internas. En este caso se entrevistó a la “Community Manager” quien es la encargada de actualizar las redes sociales, responder mensajes directos, entre otras actividades. Ella estudia periodismo, llegó a este puesto sin ninguna experiencia previa. A la fecha solamente se ha preparado viendo tutoriales en línea.

Características de la entrevista: La entrevista fue en privado con una duración de 15 minutos aproximadamente.

Preguntas:

1. ¿Hace cuánto tiempo pertenece al área de redes sociales?

Tengo un año y un mes aproximadamente.

2. ¿Conoce usted la visión y misión de Canal 27?

La visión, reconciliar juntos a Guatemala con Dios. ¿Y la visión? Alcanzar más almas... creo.

3. A su criterio, ¿Cuál es la función del área de redes sociales?

Es informar a todas las personas que, les es un poco difícil estar las 24 horas con el canal, entonces, por medio de las redes se enteran de lo que el canal realiza, incluso también de la programación. Algunos sólo miran en la noche entonces quieren saber qué es lo que se va a transmitir, entonces por medio de las redes también.

4. ¿Cuál es su función en esta área?

Publicar, responder mensajes, manejar la página al 80%... 70... (sonrisa).

5. Actualmente, ¿cuál es el mensaje que se debe difundir en nombre de Canal 27 en las redes sociales?

¿El mensaje? Bueno, sería ahorita darle prioridad a lo que es la serie Moisés y los diez Mandamientos y el poder invitar a las personas a que sean Socios Honorarios.

6. Según su experiencia, ¿qué debe publicar en las redes sociales de canal 27 y por qué?

¿qué se debe de publicar? Muchas cosas... bueno... A la gente mucho le gusta ver mensajes de motivación, esos tenemos bastante alcance, le gusta sentirse como que motivada, también sobre la programación porque muchos buscan la página para saber qué es lo que se va a transmitir... y... sólo.

7. ¿Cada cuanto tiempo realizan una publicación?

De lunes a viernes a cada media hora y los fines de semana cada hora, de 8 a 10 de la noche.

8. Cuando realiza una publicación, ¿cuáles son sus fuentes?

Depende de que publicación sea. Hablando de las fuentes en general. El internet, la Biblia, la programación que me pasan de transmisión y datos que me pasan los productores de los programas.

9. ¿Qué criterios debe tomar en cuenta antes de realizar una publicación?

Bueno se tiene que ver la imagen, el texto, que esté bien enfocado el tema en lo que se quiere transmitir.

10. ¿Qué redes sociales utilizan actualmente y por qué?

Tenemos Facebook, que es donde tenemos más seguidores. Tenemos twitter que es, si nos siguen pero no mucho, ahorita si ha estado subiendo un poco; y esta YouTube, únicamente. ¿por qué se utiliza cada una? Facebook porque tenemos más seguidores y creo que es la red social donde la mayoría de personas sabe utilizar. Twitter utilizamos esa página pero son pocas las personas que saben utilizarlo entonces obtenemos menos Me Gusta, menos retweet pero si, siempre hay gente que nos sigue incluso nos publican pero es muy poco; y YouTube porque para que vean video pero también igual, no le hemos dado el seguimiento que se debe.

Guía de entrevista sobre el área de redes sociales de Canal 27

Fecha: 16 febrero 2017 **Hora:** 15:00 horas **Lugar:** Canal 27

Entrevistador: Erick Geovanni Dardón Muñoz

Entrevistado: Jenny Caal

Introducción:

Se pretende mediante este instrumento dos puntos específicos para detectar algún problema comunicacional en el área de redes sociales de Canal 27: descubrir el conocimiento del personal del área de redes sociales de Canal 27 respecto al tema y determinar la forma en que se comunican con sus fuentes de información internas. Jenny fue trasladada del puesto de diseño gráfico del canal a Diseño gráfico para redes sociales. Estudiaba diseño gráfico y cambio de carrera a Ciencias de la Comunicación. Cuando ingresó en el puesto no tenía experiencia previa.

Características de la entrevista:La entrevista fue en privado con una duración de 10 minutos aproximadamente.

Preguntas:

1. ¿Hace cuánto tiempo pertenece al área de redes sociales?

No recuerdo, fue en julio creo yo, junio o julio, son como 8 meses, no recuerdo la fecha.

2. ¿Conoce usted la visión y misión de Canal 27?

Sí, la misión, bueno la misión recuerdo que es llevar el evangelio a toda Guatemala.

3. A su criterio, ¿Cuál es la función del área de redes sociales?

Es como dar a conocer la programación del canal a través de redes sociales.

4. ¿Cuál es su función en esta área?

Diseñar.

5. Actualmente, ¿cuál es el mensaje que se debe difundir en nombre de Canal 27 en las redes sociales?

Llevar el verdadero evangelio.

6. Según su experiencia, ¿qué debe publicar en las redes sociales de canal 27 y por qué?

¿qué debe? A parte de la programación, mensajes motivadores, primicias.

7. ¿Cada cuanto tiempo realizan una publicación?

Depende, Leslie me dijo que entre semana es cada media hora y fin de semana cada hora.

8. Cuando realiza una publicación, ¿cuáles son sus fuentes?

Investigar, depende si es la película, fotografías, buscar páginas.

9. ¿Qué criterios debe tomar en cuenta antes de realizar una publicación?

La ortografía, la resolución de la imagen, fotografía, colores, formas.

10. ¿Qué redes sociales utilizan actualmente y por qué?

Sólo se utilizar Twitter y Facebook. ¿por qué? Sólo esas dos se están utilizando. Conociendo la gente, a que gente se está dirigiendo, la mayoría sólo está usando Facebook, Twitter no mucho, en Instagram que no se ha utilizado.

Guía de entrevista sobre el área de redes sociales de Canal 27

Fecha: 17 febrero 2017 **Hora:** 17:30 horas **Lugar:** Canal 27

Entrevistador: Erick Geovanni Dardón Muñoz

Entrevistada: Licda. Flor de María Trabanino

Introducción:

Se pretende mediante este instrumento dos puntos específicos para detectar algún problema comunicacional en el área de redes sociales de Canal 27: descubrir el conocimiento del personal del área de redes sociales de Canal 27 respecto al tema y determinar la forma en que se comunican con sus fuentes de información internas. Flor de María es licenciada en ciencias de la comunicación. Trabajo por más de 10 años en Prensa Libre, como jefe de varios departamentos. Actualmente es la jefe de relaciones públicas de este medio. Hace un tiempo le fue asignada el área de Redes Sociales, algo en lo que no tenía experiencia, por lo que se ha preparado con curso formales en línea y presenciales.

Características de la entrevista:La entrevista fue en privado con una duración de 15 minutos aproximadamente.

Preguntas:

1. ¿Hace cuánto tiempo pertenece al área de redes sociales?

Pues tengo un año un mes exactamente de estar sirviendo en esta área.

2. ¿Conoce usted la visión y misión de Canal 27?

La visión es llevar el evangelio a través de un medio de comunicación cristiana y la misión es de reconciliar a Guatemala con Dios.

3. A su criterio, ¿Cuál es la función del área de redes sociales?

Principalmente es mantener informado a nuestros seguidores acerca de la programación, también de los eventos, motivarlos, incentivarlos a ser totalmente pro-canal, y también mantenerlos principalmente informados sobre nuestras novedades y actualidades.

4. ¿Cuál es su función en esta área?

Es determinar algunos parámetros, que información se va a publicar, estar pendiente sobre la atención de los comentarios, darle seguimiento a sugerencias, y manejar todo lo que es la información y propuestas y planificación de lo que se va a publicar.

5. Actualmente, ¿cuál es el mensaje que se debe difundir en nombre de Canal 27 en las redes sociales?

La programación, mensajes de motivación, actividades y también... si principalmente es la programación, la programación y mensajes de motivación.

6. Según su experiencia, ¿qué debe publicar en las redes sociales de canal 27 y por qué?

Bueno, es por eso publicamos la programación primero porque no todo el mundo tiene acceso a ver el canal todo el día, pero si les informamos acerca de los programas, sus horarios sus contenidos para que ellos puedan darle seguimiento, y también publicamos mensajes de motivación ya que somos un canal cristiano y eso ayuda a las personas a tener un buen día, y también publicamos sobre actividades para que participen acerca de ciertas actividades para que nos acompañen.

7. ¿Cada cuanto tiempo realizan una publicación?

Regularmente tenemos... trabajamos por segmentos de horas, trabajamos regularmente... lo mas fuerte se da en horas de la mañana porque tenemos un programa en vivo, esa si se hace cada media hora más o menos durante ese lapso de las 8 a las 12 y después cada publicación se hace en un promedio de una hora a dos horas para el resto de la programación.

8. Cuando realiza una publicación, ¿cuáles son sus fuentes?

Tenemos la pauta de lo que se va a publicar, también consultamos a los productores, acerca de si hay algún cambio o modificación pero principalmente es la programación y... y cualquier otra novedad que se nos pueda compartir.

9. ¿Qué criterios debe tomar en cuenta antes de realizar una publicación?

Primero que sea veraz, después de que estemos al ritmo de la programación, que sea actual y también que edifique, principalmente que edifique, que siempre haya un mensaje positivo dentro de nuestras publicaciones.

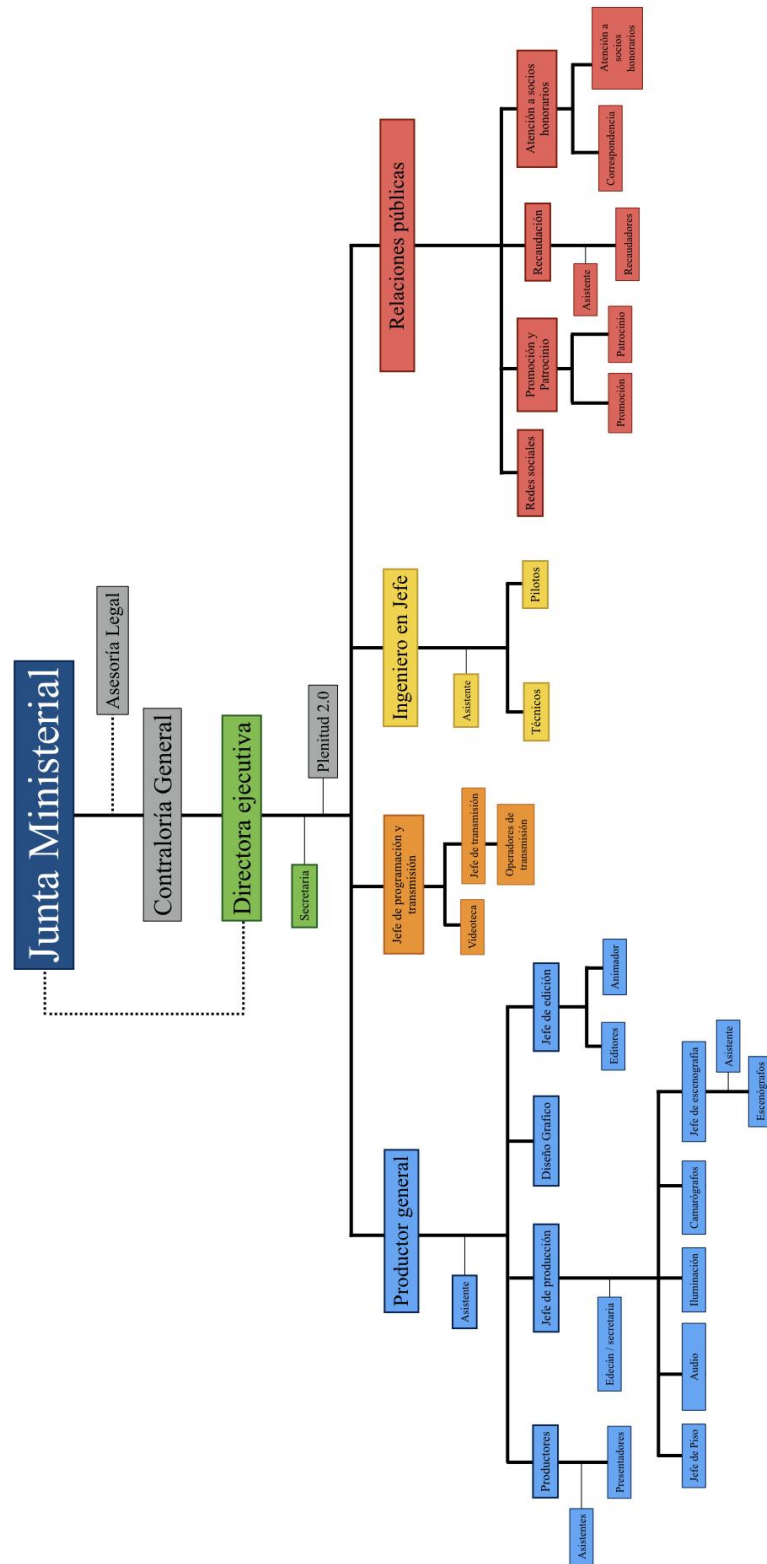
10. ¿Qué redes sociales utilizan actualmente y por qué?

Principalmente la de Facebook, ¿por qué? Porque es lo que más utilizan acá en Guatemala, es la... tenemos mucho mayor seguidores a través de Facebook, también utilizamos lo que es el Twitter. Por lo menos, dentro de nuestros seguidores es muy poca la gente que utiliza Twitter a pesar de que hemos estado reforzando esas áreas y estamos actualmente trabajando para ver si incluimos lo que es también el Instagram.

CHECK LIST DE ACCIONES

Actividad	Realizada	No Realizada	Descripción
Acción 1 Colocar cuadros con la misión y visión en las oficinas del área de redes sociales.	X		Se colocó un cuadro decorativo- informativo con la visión y misión de Canal 27.
Acción 2 Implementación de herramienta virtual <i>Wunderlist</i> entre productores y área de redes sociales.		X	Se implementó la herramienta, sin embargo no se logró el objetivo como creación de una línea de comunicación entre productores y personal de redes sociales, pues al hacer la evaluación se detectó que los actores nunca lo pusieron en práctica.
Acción 3 Reforzar el conocimiento de <i>Wunderlist</i> en el área de Redes Sociales	X		Las personas del área de redes sociales de Canal 27 vieron el video tutorial de YouTube sobre el tema.
Acción 4 Micro capacitación de <i>Wunderlist</i>	X		Se impartió a todos los involucrados en un tiempo récord de veinte minutos.
Acción 5 Calendario Mensual de reuniones de productores para lograr interacción entre generadores de contenido y área de redes sociales de Canal 27		X	No fue posible realizarlo pues durante el tiempo que se realizó el ejercicio profesional supervisado, las actividades fueron irregulares en general, lo que impidió que se realizara alguna reunión o calendarización de ellas.
Acción 6 Capacitación sobre Diseño Gráfico	X		Se realizó con éxito con la participación del Lic. Luis Meza como expositor y la participación del personal del área de redes sociales y el departamento de edición de Canal 27.
Acción 7 Un mes de capacitaciones <i>online</i> por medio de la plataforma virtual www.video2brain.com	X		Se pagaron dos licencias de uso de la plataforma de estudio online <i>video2brain</i> , las cuales tuvieron una duración de un mes cada una. Tiempo en el cual las integrantes del área de redes sociales y la jefa de Relaciones Públicas se vieron beneficiadas con esta acción.
Acción 8 Evaluación de resultados	X		Se realizó una evaluación a las integrantes de Redes Sociales para conocer el avance que tuvieron con la aplicación de cada una de las actividades que se realizaron durante el ejercicio profesional supervisado.

ORGANIGRAMA DE LA INSTITUCIÓN⁹

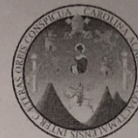


⁹ Fuente: Proyecto Plenitud. Dirección ejecutiva Canal 27, 2015.

HOJAS DE ASISTENCIA



Universidad de San Carlos de Guatemala
 Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017



Nombre del Alumno (a): Erick Geovanni Fernando Dardón Muñoz
No. Carné y DPI: Carné USAC: 199820294 · DPI: 2428 07464 0101
Institución o Empresa: Canal 27.
Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores.

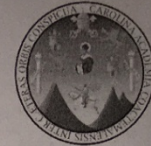
Micro capacitación Wunderlist Listado de asistencia

No.	Nombre	Firma
1	Ma. Fernanda Leiva M.	<i>[Handwritten signature]</i>
2	Esteban Chamorro	<i>[Handwritten signature]</i>
3	ERIK ESCUIT	<i>[Handwritten signature]</i>
4	Lesly Amanlis Díaz Manzón	<i>[Handwritten signature]</i>
5	Byron Cárcamo Amado	<i>[Handwritten signature]</i>
6	Jose Ruiz	<i>[Handwritten signature]</i>
7	Jennifer Card	<i>[Handwritten signature]</i>
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		



EPS
LICENCIATURA

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017



Nombre del Alumno (a): Erick Giovanni Fernando Dardón Muñoz
No. Carné y DPI: Carné USAC: 199820294 · DPI: 2428 07464 0101
Institución o Empresa: Canal 27.
Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores.

Capacitación básica Diseño Gráfica

Listado de asistencia

No.	Nombre	Firma
1	Esteban Isaias Chamorro	
2	Jorge Oswaldo Sian Chob	
3	Carlos Sosue Ayala Cuyucuy	
4	Edy Leonel Sánchez Pérez	
5	Ezequiel Jonathan Barrios Realta	
6	Sergio Tam	
7	Hallan Pa.	
8	Ervin Coal	
9	Jennifer Cad	
10	Ledy Amantis Díaz H.	
11	Flore Trabamino.	
12		
13		
14		
15		

Evaluación de resultados

Departamento de Redes Sociales Canal 27

Instrucciones: En la hoja adjunta, según lo aprendido en la plataforma Video2Brain y en las capacitaciones recibidas, responda las siguientes preguntas.

IDEOLOGÍA CANAL 27

1. ¿Cuál es la visión y misión de Canal 27?
2. ¿Cómo aplica esta visión en las publicaciones que realiza?

SOFTWARE

3. ¿Para qué sirve la herramienta Wunderlist?
4. ¿Cómo puede mejorar esta herramienta su trabajo diario?
5. ¿Le está funcionando esa herramienta actualmente?

DISEÑO GRÁFICO

6. Describa la utilidad que pueden tener los colores fríos dentro del diseño gráfico.
7. En que facilita su labor la utilización de una línea gráfica definida en las redes sociales.



Video2Brain

8. Según lo aprendido, ¿cuáles son las redes sociales más recomendadas para este medio y por qué?
9. ¿Por qué es importante definir una imagen gráfica en las redes sociales?
10. Sobre Twitter, indique a se refiere con Tweet, retweet.
11. ¿Para qué sirve un hashtag?
12. ¿Hay forma de medir el impacto de Twitter? Si es así, ¿cómo?
13. ¿Qué elementos debe tomar en cuenta a la hora de publicar en Twitter?
14. ¿Qué son los acortadores de URL?
15. Mencione los tipos de páginas que puedes crear en Facebook.
16. ¿Cuáles son los tipos de publicaciones que se pueden hacer en Facebook?
17. ¿Qué es engagement?
18. Describa cuál es la función de las analíticas de facebook.
19. Además de los cursos asignados. ¿Qué otros cursos estudió en la plataforma Video2brain?

REDES SOCIALES EN GENERAL

20. ¿Qué tipo de publicaciones realiza actualmente en redes sociales y por qué?
21. Según lo aprendido en este tiempo, ¿con qué frecuencia recomienda que se publique en las redes sociales de Canal 27?
22. En forma objetiva podría mencionar ¿en qué le ayudo la participación del epesista en el desenvolvimiento de tu labor?

HOJAS DE RESPUESTAS

 **EPS** Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
LICENCIATURA Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017 

Hoja de respuestas
Departamento de Redes Sociales Canal 27



Nombre: Lesly Díaz M. Página 1

① Sea Visión: ser el canal cristiano con más audiencia en Guatemala llegando a los lugares más recónditos del país, transmitiendo programas evangelísticos y de enseñanza como películas, predicar y programas actuales de locales con tecnología de punta, utilizando lo más actual en la televisión como tecnología satelital, la internet y redes sociales.
Misión: Evangelizar a los no convertidos y enseñar y edificar al cuerpo de Cristo con la programación para transformar a las familias y comunidades.

② Dando a conocer la programación y el trabajo que realiza el Canal 27 a través de las publicaciones.

③ Funciona para llevar de manera ordenada y sincronizada las diferentes actividades que realizan los usuarios con el fin de que todos estén comunicados e informados simultáneamente.

④ Mejora en la comunicación que debo de tener con los productores y realizadores de los programas para utilizarlo en las (r. so.) redes sociales.

 **EPS** Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
LICENCIATURA Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017 

Hoja de respuestas
Departamento de Redes Sociales Canal 27

Nombre: Lesly Díaz Página 2

⑤ Si esta funcionando, existe mayor comunicación.

⑥ Los colores fríos se utilizan para que el diseño pueda verse con formalidad.

⑦ El tener una línea gráfica nos ayuda a que la página se vea limpia y ordenada.

⑧ Facebook, Twitter y Google+ y LinkedIn porque son las más conocidas y utilizadas.

⑨ Es importante para que el seguidor reconozca la marca en nuestro caso, nuestra empresa "El Canal 27".

⑩ Tweet: es realizar una publicación con texto, imagen o link en la red social de Twitter.
Retweet: Es compartir una publicación en el muro de nuestra página.

⑪ Un hashtag sirve para producir tendencia de algún tema que se quiera dar importancia.

⑫ Se puede medir por medio de las gráficas analíticas que da la misma red social.



EPS

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
LICENCIATURA Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017



Hoja de respuestas

Departamento de Redes Sociales Canal 27

Nombre: Ledy Diaz

Página 3

- 13) Que el Tweet sea menor de 140 caracteres, conciso y si lleva imagen una buena para llamar la atención la hora también tiene mucho que ver.
- 14) Sirven para que la dirección pueda verse en el Tweet.
- 15) Página comercial y personal.
- 16) pueden ser con imagen, texto, audio y video.
- 17)
- 18) La función es para medir el impacto que traen las publicaciones, el alcance, a que personas llego, a que lugares, con el fin de medir el trabajo realizado más.
- 19) Estudie uno de como impactar en las reuniones (no recuerdo el nombre).
- 20) Realizo de programación: para dar a conocer toda la programación que tiene el canal.
Preferión: para tocar el corazón de los seguidores a través de la palabra de Dios. Información: Para dar a conocer el trabajo interno que realiza el canal.



EPS

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
LICENCIATURA Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017



Hoja de respuestas

Departamento de Redes Sociales Canal 27

Nombre: Ledy Diaz

Página 4

- 21) Con el aprendizaje que he recibido lo recomendable es publicar como mínimo 5 y máximo 10 publicaciones.
- 22) Me ayudó en mejorar integralmente en la página que en el diseño, redacción, interacción para presentar un mejor trabajo a los seguidores.

**Hoja de respuestas**

Departamento de Redes Sociales Canal 27

Nombre: Jennifer Cad #1

Ideología #1: ^{visión} Ser el Canal Cristiano con más audiencia en toda Guatemala llevando en todos los rincones de Guatemala el mensaje de salvación.

Misión: Evangelizar a todos los televidentes no convertidos, predicar y edificar al Cuerpo de Cristo.

#2: Haciendo publicaciones con mensajes bíblicos, consejos, videos de reflexión entre otros.

SoftWare: #3 Es una herramienta en la cual nos ayuda organizar, informar con otras personas en el trabajo.

#4 Haciendo un calendario para organizar el trabajo.

#5: Si me está funcionando ya que con ellas me puedo informar con el productor el tema, horario de su programa también lo utilizo para llevar un control en las publicaciones.

**Hoja de respuestas**

Departamento de Redes Sociales Canal 27

Nombre: Jennifer Cad #2

Diseño Gráfico: #6: Para poder reflejarnos una emoción o elegancia.

#7 En tener más tiempo para realizar otros diseños u otras cosas.

Video 2 Brain:

#8 Facebook, Twitter, ~~google~~ google+ ya que son las más utilizadas según esto.

#9 Es para dar a conocer en este caso el Canal a través del Internet (redes sociales) y que las personas reconozcan los colores, líneas de Canal 27.

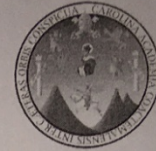
#10 Tweet: Es decir publicar una foto, video o puede ser una frase. Retweet: Es que el seguidor de la página comparta la publicación o el tweet.

#11 El hashtag nos ayuda hacer como un grupo o enterarnos del tema en este caso el hashtag que creamos de lo que prefieren las personas.

FICHA DE REGISTRO DE HORAS



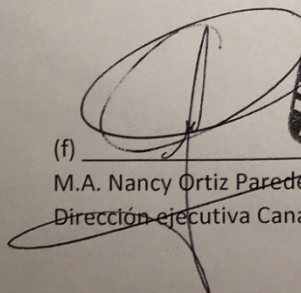
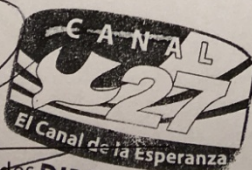
Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017

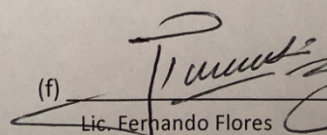


Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Erick Geovanni Fernando Dardón Muñoz
No. Carné y DPI: Carné USAC: 199820294 · DPI: 2428 07464 0101
Jefe o Encargado (a): M.A. Nancy Ortiz Paredes.
Institución o Empresa: Canal 27.
Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores.

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mie.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 05 / Al: 09	Junio	8	8	8	8	7	x	39 hrs.
2	Del: 12 / Al: 16	Junio	8	8	8	8	7	x	39 hrs.
3	Del: 19 / Al: 23	Junio	8	8	8	8	7	x	39 hrs.
4	Del: 26 / Al: 29	Junio	8	8	8	8	x	x	32 hrs.
5	Del: 3 / Al: 7	Julio	8	8	8	8	7	x	39 hrs.
6	Del: 10 / Al: 14	Julio	8	8	8	8	7	x	39 hrs.
7	Del: 17 / Al: 21	Julio	8	8	x	8	7	x	31 hrs.
8	Del: 24 / Al 28:	Julio	8	8	8	8	7	x	39 hrs.
9	Del 31 jul./4 agosto.	Julio / Agosto	8	8	8	8	7	x	39 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									336 hrs.

(f) 
M.A. Nancy Ortiz Paredes
Dirección ejecutiva Canal 27

DIRECCIÓN EJECUTIVA

(f) 
Lic. Fernando Flores
Supervisor EPSL
