

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



**“PLAN DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR LAS COMPETENCIAS DEL ENVIO
DEL MATERIAL POR PARTE DEL EQUIPO DE COLABORADORES DE LAS
REGIONES DE CENTRO OCCIDENTE I Y II, DE NUESTRO DIARIO”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Jazmin Fabiola Ortiz Cardona

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, octubre de 2018

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya

Representantes Docentes

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

Representantes Estudiantiles

Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Pub. Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representantes Egresados

M.A. Michael González

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios

Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido de este trabajo.



Guatemala, 02 de agosto de 2018

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: **Jazmin Fabiola Ortiz Cardona** con número de **carne: 200820653** y **CUI: 1878 49145 2205**; el estudiante(a) epesista 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 **Departamento de Regionales** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **28 de mayo al 02 de agosto** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: **“PLAN DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR LAS COMPETENCIAS DE LOS COLABORADORES DE LAS REGIONES DE CENTRO OCCIDENTE I Y II”** entregando el material respectivo, debidamente recibido por **Nuestro Diario**.

En este sentido, manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y para los usos subsecuentes en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra institución.

Atentamente,
Jefe Regionales
Diarios Modernos, S.A.

Msc. Jorge Mario García
Jefe del Departamento de Regionales





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

Guatemala, 10 de octubre de 2018

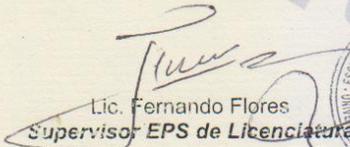
Estudiante
Jazmin Fabiola Ortiz Cardona
Carné: 200820653
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

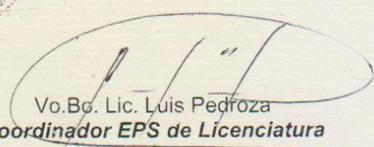
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final de su Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "PLAN DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR LAS COMPETENCIAS DEL ENVÍO DE MATERIAL POR PARTE DEL EQUIPO DE COLABORADORES DE LAS REGIONES CENTRO OCCIDENTE I Y II". El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del Informe Final de EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Fernando Flores
Supervisor EPS de Licenciatura




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



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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

DEDICATORIA

A Dios: Por brindarme la oportunidad de alcanzar mis metas y poner a las personas indicadas en mi camino, por darme las fuerzas para seguir adelante y no desmayar en ningún instante, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca las esperanzas que él ha depositado en mí.

A mis padres: Otto Samuel y Miriam Lisseth, los motores de mi vida, las personas que me han apoyado incondicionalmente y que sin duda alguna también es su esfuerzo, pues gracias a sus consejos, comprensión y respaldo en todo momento he llegado hasta donde estoy. Ellos me han convertido en lo que soy como persona, inculcándome los valores, principios, carácter, empeño y perseverancia para alcanzar mis objetivos.

A mis hermanas: Melany Fernanda, Jenhyfer Briz y Mía Samantha, que han sabido acompañarme en cada jornada, cada una de ellas con sus virtudes y cualidades me han enseñado a ser más fuerte, porque me motivaron a culminar esta etapa, porque sin su sostén e impulso no hubiese podido con esta carga.

A mis abuelos: Elvia Marina (+) y Víctor Cardona, que desde el cielo, mi hermosa abuela, me mando las fuerzas necesarias para no flaquear. A “mi negro”, porque me heredó el deseo de superación y desear ser mejor día con día.

A mi familia: A mis tías María Victoria y Delmy Janeth; mi tío Edwin; mis primos Waleska, Jerwin, Marjorie, Erla; mis sobrinos Eduardo, Danaly, Emilio, Matías, porque ellos siempre estarán para mí en los mejores y peores momento.

A mis amigos: Enrique Navas, Mark Arana, Bianca Corado, Josué Martínez y Hanzel Velásquez por su incondicional amistad y por estar cuando los necesito y saber sobrellevar mi difícil carácter.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad: La Universidad de San Carlos de Guatemala, mi segunda casa, por intervenir en mi formación profesional, y convertirse en una fuente de inspiración para seguir creciendo y transformarme en una persona digna del campo laboral, asimismo por despertar mi conciencia social y el deseo de devolver algo de lo recibido.

A la Unidad Académica: La Escuela de Ciencias de la Comunicación, por ser la mejor unidad académica, porque aquí aprendí a desarrollar mis habilidades y conocimientos.

Al Master Sergio Morataya: Por brindarme el espacio en la Escuela de Ciencia de la Comunicación.

Al Licenciado Luis Pedroza: Por la gran responsabilidad que representa el liderar el Proyecto del Ejercicio Privado Supervisado.

A mí asesor: Fernando Flores por guiarme en el proceso de este trabajo, porque creyó en esta propuesta y me brindó el soporte y acompañamiento como todo un profesional.

A los compañeros: A los jefes Abner Gouz, Jefe de Redacción; Jorge Mario García, Jefe de Regionales; William Maas, Jefe de Infomática; y a los colaboradores de Centro Occidente I y II, de Sacatepéquez, Chimaltenango, Quiché y Sololá por el apoyo brindado durante la elaboración de este proyecto: Miguel López, Carlos Sotz, Roberto Ruiz, Pablo Solís, Leysser Magzul, Heissel Castillo, Francisco Imuchac, Alfonso Guárquez, Pedro Sicajau, Luis Pérez, Alfonso López, Bernardo Montúfar, Antonio Chitop y Jimmy Monzón

ÍNDICE

RESUMEN	I, II
INTRODUCCIÓN	III
JUSTIFICACIÓN	IV
CAPITULO I	
1.- Diagnóstico.....	1
1.1-Objetivos del Diagnóstico.....	1
1.1.1.- Objetivo general	1
1.1.2.- Objetivos específicos	1
1.2 La Institución	1
1.2.1. Ubicación geográfica.....	2
1.2.2. Antecedentes.....	2
1.2.3 Departamentos	4
1.2.4 Misión	8
1.2.5 Visión.....	8
1.2.6 Valores	8
1.2.7 Objetivos institucionales.....	9
1.2.8.- Público objetivo	11
1.2.9.- Organigrama	12
1.3 Metodología	13
1.3.1.-Descripción del método	13
1.3.1.1.- Observación Directa.....	13
1.3.1.2.- Método inductivo.....	13
1.3.1.3.- Método mixto.....	14
1.3.2.- Técnicas e instrumentos de recolección.....	14
1.3.2.1.- Observación.....	15

1.3.2.2.- Entrevistas	15
1.3.2.3.- Encuesta.....	16
1.3.3.- Cronograma del diagnóstico	17
1.4.- Recopilación de datos	18
1.4.1.- Guía de observación	18
1.4.1.1.- Reporte de observación participativa	18
1.4.2.- Fichas de entrevistas y puntos de encuentros/disensos	20
1.4.2.1.- Puntos de encuentro y disensos entre entrevistados	22
1.4.3.- Gráficas e interpretaciones del resultado de encuesta	22
1.5. Radiografía de la institución	29
1.5.1.- FODA.....	29

CAPÍTULO II

2. Plan de Comunicación	31
2.1 Antecedentes Comunicacionales	31
2.2 Objetivos De Comunicación.....	32
2.2.1 Objetivo general	32
2.2.2 Objetivos específicos	32
2.3 Público Objetivo	32
2.4 Mensaje	33
2.5.- Estrategias.....	33
2.6.- Acciones de Comunicación.....	34
2.6.1.- Acción 1	34
2.6.2. Acción 2.....	35
2.6.3. Acción 3.....	35

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1.- Ejecución del proyecto desarrollado	36
3.1.1 Financiamiento	36
3.1.2.- Presupuesto.....	36
3.1.3 Beneficiarios.....	37
3.1.4 Recursos Humanos.....	38
3.1.5 Áreas geográficas de acción.....	38
3.2 Estrategias y Acciones Desarrolladas	38
CONCLUSIONES	56
RECOMENDACIONES	58
Glosario	59
Bibliografía	63
E-grafía	64
ANEXOS	65

RESUMEN

Nombre de la institución: Diarios Modernos, S. A. / Nuestro Diario

Nombre del proyecto: Plan de comunicación para mejorar las competencias del envío de material por parte del equipo de colaboradores de las regiones Centro Occidente I y Centro Occidente II de Nuestro Diario, a través de la plataforma de capacitación.

Objetivos del proyecto:

General: Facilitar una vía digital interna para la capacitación de los colaboradores, ofreciéndoles cursos virtuales, a través de herramientas didácticas, para el mejoramiento de la redacción periodística de los colaboradores de los Regionales Centro Occidente I y Centro Occidente II.

Específicos:

- Crear un espacio de consulta digital interno con temas relacionados a la redacción periodística y cualquier otro tema.

- Promover la interacción e intercambio de ideas sobre la labor diaria, por medio del chat que tendrá la plataforma de capacitación.

- Evaluar los avances logrados al concluir el curso a través de una malla curricular.

Sinopsis del proyecto:

Se creó una plataforma digital para la capacitación de los colaboradores de Centro Occidente I y II, esta herramienta de gestión de aprendizaje digital se trabajará a través de Moodle, más conocida como e Learning, para impartir educación a distancia, las cuales

son impartidas en escuela, universidades, oficinas (como en el caso de Nuestro Diario) y otros sectores.

Asimismo se elaboró una malla curricular, con la que se trabajaron cuatro temas fundamentales para la redacción periodística, los cuales fueron publicados cada semana durante el período determinado para la ejecución de plan.

También se compartió un video sobre el trabajo que se realiza en la redacción diariamente, con la finalidad de que los colaboradores conozcan de primera mano el proceso que se ejecuta para que los regionales (Centro Occidente I y II) salgan impresos.

Las clases se desarrollaron en su totalidad desde la plataforma, de primera mano se utilizó un chat grupal en la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp, en la que se propició la interacción entre colegas.

El plan también incluyó el desarrollo de un taller con los redactores, editores y encargados para que ellos conozcan la importancia de capacitar a los colaboradores, presentando los resultados del mismo.

INTRODUCCIÓN

En el presente informe, correspondiente al Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se realizó en tres etapas, iniciando con el respectivo diagnóstico comunicacional que dio base a todo lo trabajado.

El diagnóstico realizado en las instalaciones de Nuestro Diario se realizó aplicando herramientas cuantitativas y cualitativas, lo que permitió determinar elementos necesarios para elaborar un Plan de Comunicación para el fortalecimiento de los procesos de comunicación interna.

La ejecución del Plan de Comunicación se realizó en el departamento de Regionales de Nuestro Diario (Diarios Modernos, S.A.), el cual se realizó en varias fases, desde la participación de un curso propedéutico, asistencia a talleres de orientación para uso de herramientas tecnológicas, programación de citas de asesoría, elaboración de reportes, hasta la redacción del presente informe final, documento que compila a detalle lo realizado durante cada etapa.

El presente documento incluye antecedentes históricos de Diarios Modernos S.A., los departamentos que la integran, Misión y Visión. Durante la obtención de información, se utilizaron técnicas de observación y recolección de datos permitiendo establecer la percepción y el conocimiento de los colaboradores del medio de comunicación cuanto a valores institucionales.

Para sustentar los resultados presentados en éste trabajo, se empleó el método científico, la investigación mixta o híbrida, utilizando como herramientas la observación, entrevistas y encuestas, valiéndose de análisis y procesos estadísticos a los datos obtenidos.

JUSTIFICACIÓN

La comunicación es un proceso fundamental de la sociedad, ya que es un canal que permite transmitir información, intercambiar y compartir ideas, esta es vital para el desarrollo humano. Así como es importante la comunicación, la planificación es un proceso primordial para la investigación, ya que dependen los resultados de los objetivos planteados.

La elaboración de estrategias permiten contar con una guía de orientación, para cada una de las etapas de determinada tarea, o bien para buscar alternativas que se adecuen a las necesidades planteadas, en este caso comunicacional. La prensa es un medio de comunicación que proporciona confianza, credibilidad, profundización y datos reales sobre el acontecer nacional, asimismo genera opiniones, educa y forma un criterio cultural.

El presente documento busca fortalecer los mecanismos y procesos de comunicación interna entre los colaboradores y los redactores, con la finalidad reducir los brechas comunicacionales que existen en ambas partes y entregar un producto con todas las características que se requieran.

En ese sentido se desarrolló el presente Plan de Comunicación para que los nuevos colaboradores y los ya existentes tengan una alternativa que les facilite el envío de material a la redacción, esto aprovechando las herramientas tecnológicas con las que se cuentan en la actualidad.

Las acciones ejecutadas en este proyecto se focalizaron en la mejoras progresivas de las habilidades en tecnología, redacción y fotografía, siendo este el trabajo que realizan los colaboradores de Nuestro Diario con el día a día, en esta caso, para concluir la formación de dicho grado académico superior, para mezclar la practica con la teoría, lo que perite formar a profesionales competentes.

CAPITULO I

1.- Diagnóstico

“Diagnóstico de Comunicación de Diarios Modernos, S.A.”.

1.1-Objetivos del Diagnóstico

1.1.1.- Objetivo general

Facilitar herramientas digitales para el mejoramiento de la producción del material periodístico que producen los colaboradores de Nuestro Diario.

1.1.2.- Objetivos específicos

1.- Crear un espacio de consulta digital que contenga material didáctico para la formación de los colaboradores en temas de redacción, fotografía y adaptación del sistema interno de la empresa.

2.- Promover la interacción e intercambio de ideas para erradicar las dificultades digitales por medio de una plataforma virtual.

3.- Evaluar junto a los colaboradores las debilidades y mejoras que se pueden aplicar para mejorar los procesos laborales.

1.2 La Institución

Diarios Modernos, S.A.

1.2.1. Ubicación geográfica

Avenida Petapa 23-01, zona 12, ciudad de Guatemala, Guatemala.

1.2.2. Antecedentes

Durante la década de 1950 existió en el país un periódico llamado Nuestro Diario, propiedad de su fundador Federico Hernández León. En esa época, dicho medio era dirigido por Pedro Julio García, en el cargo de director; la jefatura de Redacción estaba a cargo de Álvaro Contreras. En la Redacción laboraban los profesionales Salvador Girón Cullier (+), Mario Sandoval Figueroa y el distinguido comunicador Isidoro Zarco (+).

Debido a las fuertes presiones y sometimiento del medio de comunicación impreso a favor de los partidos oficiales de Jacobo Árbenz Guzmán, dicho grupo de periodistas y amigos deciden formar un nuevo periódico, llamado Prensa Libre, el cual lideró el mercado informativo a partir de ese entonces.

Fue hasta 47 años después, en 1998 que Álvaro Contreras Valladares, hijo de Álvaro Contreras Vélez y otros socios del grupo Prensa Libre proponen un nuevo proyecto y lanzan un nuevo periódico.

Esta propuesta pretendía formar parte de la estrategia de mercado para hacer frente a la competencia que ejercía en ese entonces el grupo Corporación de Noticias, el cual tenía bajo su administración al matutino Siglo XXI, quien aliado con el Grupo La Nación, de Costa Rica, había lanzado meses atrás el periódico popular Al Día.

En ese contexto, el grupo Prensa Libre busca impulsar el proyecto denominado Nuestro Diario, por lo que une esfuerzos con Aldea Global, casa editora del periódico, para poder comenzar el proyecto bajo un esquema de recursos compartidos, lo cual les permitiría a ambas organizaciones mantener bajos niveles de costos para las producciones.

Nuestro Diario circuló por primera vez el 16 de enero de 1998 y tras 19 años de operaciones ha logrado posicionarse como el diario de mayor circulación en Guatemala y el tercero a nivel latinoamericano (Gerencia de Recursos Humanos Diarios Modernos, S.A., 2014).

Al cabo de un año, el recién lanzado Nuestro Diario superó a Al Día, alcanzando una distribución de más de 90 mil ejemplares diarios. Esto significó que para 2001, Al Día quedaba en el cuarto lugar en circulación nacional.

En la actualidad, el matutino se integra con secciones informativas del ámbito nacional, internacional, de impacto, deportivo, de farándula, familiar, opinión, así como 12 ediciones de ediciones departamentales segmentadas, para dar cobertura a las noticias generadas en los diferentes territorios.

Las doce entregas segmentadas geográficamente, como insertos en las ediciones capitalina y departamental, son Metro (notas comunitarias de las áreas urbanas y periferia del departamento de Guatemala), Diario Xela (Quetzaltenango), Occidente (Totonicapán Huehuetenango y San Marcos), Centro Occidente I (Sacatepéquez y Chimaltenango), Centro Occidente II (Quiché y Sololá), Escuintla.

También abarca las regiones Oriente (El Progreso, Zacapa y Chiquimula), Sur Oriente (Jutiapa, Jalapa y Santa Rosa), Norte (Izabal y Petén), Verapaz (Alta Verapaz y Baja Verapaz), Sur Occidente (Suchitepéquez y Retalhuleu) y Costa Sur (municipios fronterizos de Quetzaltenango y San Marcos); los cuales son alimentados por una red de más de 110 colaboradores que residen en todo el país.

En julio 2017 a nivel nacional el promedio de circulación se posicionó en poco más de 195 mil ejemplares a nivel nacional, de los cuales casi 12 mil corresponden a la región Oriente, al igual que en Sur Oriente, cuya cifra es menor por mínima diferencia.

Según el estudio Lectores de Nuestro Diario en Guatemala, elaborado de enero a agosto de 2017 por la empresa de investigación de mercado, Explico, S.A., que tomó una muestra de 3,004 personas, de un universo de 7.2 millones, se estima que el alcance del periódico es de 1.6 millones personas al día y que 3.1 millones leen Nuestro Diario, por lo menos una vez a la semana.

1.2.3 Departamentos

Editor general: Vela por que se mantenga la política periodística de la empresa, da solución a problemas que surgen y determina el material que se publica.

Gerencia de Redacción: Encargada de coordinar la logística necesaria para la operación del área de redacción en general, tiene a su cargo al personal de las unidades móviles, mensajeros y recepcionistas.

Jefatura de Redacción: Área en la que se proponen, crean contenidos, se seleccionan noticias y se revisa la información que se brindará al lector.

Jefatura de cierre: Revisa el contenido de la edición y modifica algunos aspectos de fondo y diseño final, en caso de que no se haya apegado a algún lineamiento del medio.

Jefatura de información: Responsable de la revisión de la portada y página final, aprueba los temas que se van a incluir en cada una de las secciones. Coordina la labor de los diferentes jefes y editores.

Deportes: Aborda información generada en el deporte local, nacional e internacional. Cuenta con equipo de reporteros y fotógrafos.

Investigación: Se dedica a la elaboración de trabajos de profundidad investigativa sobre determinados temas que son de interés para el público objetivo del medio.

Fotografía: Dicta lineamientos a los reporteros gráficos respecto al tipo de material fotográfico que el medio requiere. Recopila, clasifica, selecciona y edita las imágenes que se utilizarán en cada uno de los productos que integrarán cada edición.

Nacionales: Se encarga de la información de interés nacional que se genera diariamente, en el ámbito político, económico y de sucesos. Incluye los hechos más relevantes de todo el país. Cuenta con reporteros y fotógrafos para la cobertura de diferentes fuentes informativas.

Internacionales: Elabora un resumen diario de noticias relacionadas con política, economía y curiosidades, entre otras, que ocurren en diferentes países y tienen incidencia en la dinámica global. Prioriza la fotografía para presentar los datos de forma sencilla, concisa y breve.

Metro: Elabora seis ediciones a la semana con noticias comunitarias, de servicio, deportivas, sociales y religiosas, dando prioridad a la información departamental de Guatemala. Se alimenta con información provista por los colaboradores del área, así como de reporteros y fotógrafos.

Familia: Comparte con los lectores información y consejos aplicables en la vida cotidiana, relacionadas con las relaciones familiares, interpersonales, estética personal, hábitos, costumbres, finanzas domésticas y salud, entre otros temas educativos que promueven mejoras en la calidad de vida.

Estrellas: Presenta un resumen de noticias relevantes y populares de la farándula, así como entrevistas y reportajes enfocados en el ámbito artístico y cultural, cuyos protagonistas son figuras importantes del cine, teatro, la música y la televisión, tanto nacional como internacional.

Regionales: Departamento que elabora diez diferentes ediciones con noticias departamentales, que abarca información comunitaria, social, deportiva y cultural, entre

otras de interés, para igual número de espacios geográficos segmentados del país. Cada uno de los Regionales está a cargo de un editor, un redactor y colaboradores que envían la información que se publica en ediciones regulares, que circulan de lunes a viernes, y en suplementos especiales que corresponden a fiestas locales o eventos de trascendencia para cada poblado en específico.

Diario Empresa: Cubre y publica notas empresariales de novedades y servicios que lanzan las diferentes compañías que pautan y han establecido relaciones comerciales con el medio.

Corrección: Departamento encargado de verificar el uso correcto del lenguaje y corregir los errores de forma de los textos periodísticos elaborados por las diferentes secciones informativas.

Infografía: Sección encargada de elaborar el material infográfico con el que se complementan materiales elaborados por las diferentes secciones, así como de láminas y gráficos educativos que constituyen un producto completo como tal.

Diseño: idea, propone y elabora la parte visual de las diferentes secciones según las necesidades de cada una, haciendo uso de programas y herramientas digitales especializadas. Se apegan a las características de imagen que maneja el medio por tratarse de un periódico de tipo popular.

Gerencia General: Responsable legal de la empresa y vela por el cumplimiento de todos los requisitos de Ley que se requieren para llevar a cabo sus funciones y operaciones.

Gerencia de Producción: Se encarga de la adquisición de insumos para la elaboración del material impreso y de dirigir al recurso humano que ejecuta el proceso de producción. En esta dependencia laboran los jefes de taller, mantenimiento y post prensa; así como bodegueros, montacarguistas, consejeros, guillotinitas, elementos de seguridad,

montadores, prensistas, ayudantes, asistentes de mantenimiento, encargados de compaginación, compaginadores y técnicos de pre-prensa digital.

Gerencia de Circulación: Es la responsable de ejecutar la estrategia de circulación del medio, coordinarla, evaluarla y proponer las mejoras correspondientes cuando sea necesario. Está integrada por jefes de marca/circulación, de sectores metropolitanos, de sectores departamentales, de transporte y de suscripciones; así como de supervisores de mercadeo, de circulación, ejecutivos de ventas por sectores, coordinador de logística y transporte, supervisores de reparto, voceadores, repartidos, motoristas encargados de suscripciones y personal administrativo de apoyo.

Gerencia de Ventas: Su objetivo es mantener y aumentar las ventas, por medio de la administración eficiente del recurso humano encargado y del mercado potencial de clientes. En ella laboran jefes de tráfico y anuncios, de ventas directas, de agencias departamentales, de publicidad, de arte y diseño. También tiene a su cargo a asistentes de tráfico y ejecutivos de ventas senior, junior, y de telemarketing.

Gerencia de Mercadeo: se encarga de promocionar la imagen del medio con anunciantes y público objetivo. Debe tomar las decisiones necesarias para garantizar el éxito de una oferta presentada. Para esta dependencia laboran jefes de marca de publicidad, de circulación, para Metro y para Regionales.

Gerencia de Tecnologías de la Información (T.I): planifica, organiza, dirige, ejecuta y supervisa los servicios informáticos, da soporte técnico y administra las redes, aplicaciones y comunicaciones digitales internas. Es dirigida por jefes de estrategia, de diseño y de operación de servicios; así como de ingenieros de aplicaciones, de bases de datos y de infraestructura; también por técnicos de soporte Front Office y Back Office.

Gerencia de Finanzas: le corresponde administrar de forma eficiente el capital de trabajo, tomando en cuenta el equilibrio entre riesgos y rentabilidad de inversiones. Se apoya con jefes de cuentas corrientes, de controles y el contador general; también por

cobradores, asistentes y auxiliares de créditos y cobros; así como de asistentes de contabilidad.

Gerencia de Recursos Humanos: se encarga de gestionar, organizar y maximizar el desempeño del capital humano. Además del gerente encargado, en ella labora el coordinador de admisión de personal, el reclutador de desarrollo departamental, la coordinadora de servicios para personal, el administrador de la Asociación Solidarista de Empleados Modernos (Asedimo), el supervisor de servicios generales; también asistentes de aplicación y desarrollo, de personal y prestaciones.

Gerencia de operaciones: es dirigida por el jefe de seguridad, también integra al subjefe de seguridad, supervisor de seguridad, seguridad ejecutiva y agentes de seguridad interna.

1.2.4 Misión

Lograr una mejora en la calidad de vida de nuestro lector, en lo social y económico, a través del aporte informativo, comercial, educativo y de entretenimiento.

1.2.5 Visión

Ser un diario popular, ligero, con contenido de calidad centrado en el lector; y el de mayor circulación en América.

1.2.6 Valores

Honestidad

* Que la verdad sea el factor central de todas nuestras actividades.

* No utilizar medios incorrectos, ni seguir procedimientos impropios para incrementar la circulación.

- * No generar ni divulgar información falsa.
- * Sostener relaciones basadas en transparencia y lealtad.
- * Tener comunicación clara con los colaboradores.
- * Respetar los activos y servicios de la empresa.
- * Mantener relaciones respetuosas con terceros.

Fidelidad

- * Publicar noticias tal y como son.
- * No publicar noticias o notas no confirmadas.
- * No promover rumores y evitar murmuraciones.
- * Llevar a cabo las tareas de la forma en la que se ha acordado.
- * Actuar según las normas y valores de la empresa.
- * Ser leales hacia la empresa y sus colaboradores.

Ecuanimidad

* Compartir con los colaboradores el fruto del esfuerzo de forma equitativa, desde la posibilidad que tenga cada uno de contribuir a dicho esfuerzo.

* Incentivar en el personal la cultura del ahorro para aumentar sus ingresos y los de la empresa.

- * Trata de forma igualitaria a hombres y mujeres.

1.2.7 Objetivos institucionales

- Dar prioridad a la satisfacción de los intereses del lector.
- Mantener un continuo aprendizaje e innovación.

- Compartir la riqueza y conocimientos.
- Operar bajo los más altos estándares éticos.
- Ser ejemplo de valores y virtudes periodísticas y empresariales en la sociedad donde operamos.
- Ser el medio más influyente en los sectores populares.
- Buscar que todas las áreas tengan un desempeño de la más alta calidad profesional.
- Mantener un estándar de credibilidad editorial y comercial.
- Enseñar y exigir con base en el ejemplo.
- Asumir la responsabilidad en los fracasos y dar reconocimiento al éxito de los subalternos.
- Actuar con claridad y transparencia.
- Estar abierto a nuevas ideas y la crítica constructiva.
- Anteponer los intereses de la institución a los intereses personales.
- Manejar profesionalmente todo desacuerdo entre colaboradores en presencia de los involucrados y no durante su ausencia.
- Enfrentar todo problema, error o falta para buscar una solución de forma conjunta.

1.2.8.- Público objetivo

La mayoría de los lectores de Nuestro Diario son hombres y mujeres comprendidos entre las edades de 18 a 60 años, aunque también se integra parte del segmento de 13 a 17, grupos que se caracterizan por ser de niveles y patrones de consumo correspondientes a los ingresos populares y medios, los cuales tienen una condición social, moral y económica solvente. En su mayoría, desempeñan cargos en áreas administrativas, profesionales y técnicas.

De acuerdo con el estudio Lectores de Nuestro Diario en Guatemala, elaborado de enero a agosto de 2017 por la empresa de investigación de mercado, Explico, S.A., de sus lectores, 48 por ciento se encuentra en el rango de edad considerado milénial (34 años o menos), 39 por ciento son de la generación equis (34 a 55) y 29 por ciento son llamados baby boomers (55 o más). En cuanto a poder adquisitivo, se considera que 44 por ciento de los lectores pertenecer al nivel popular y 41 por ciento al nivel medio.

El lector promedio de Nuestro Diario, generalmente, no tiene el tiempo ni el gusto por otras publicaciones que no han sido escritas pensando en ellos, es decir algo que le deje algo de provecho para su diario vivir.

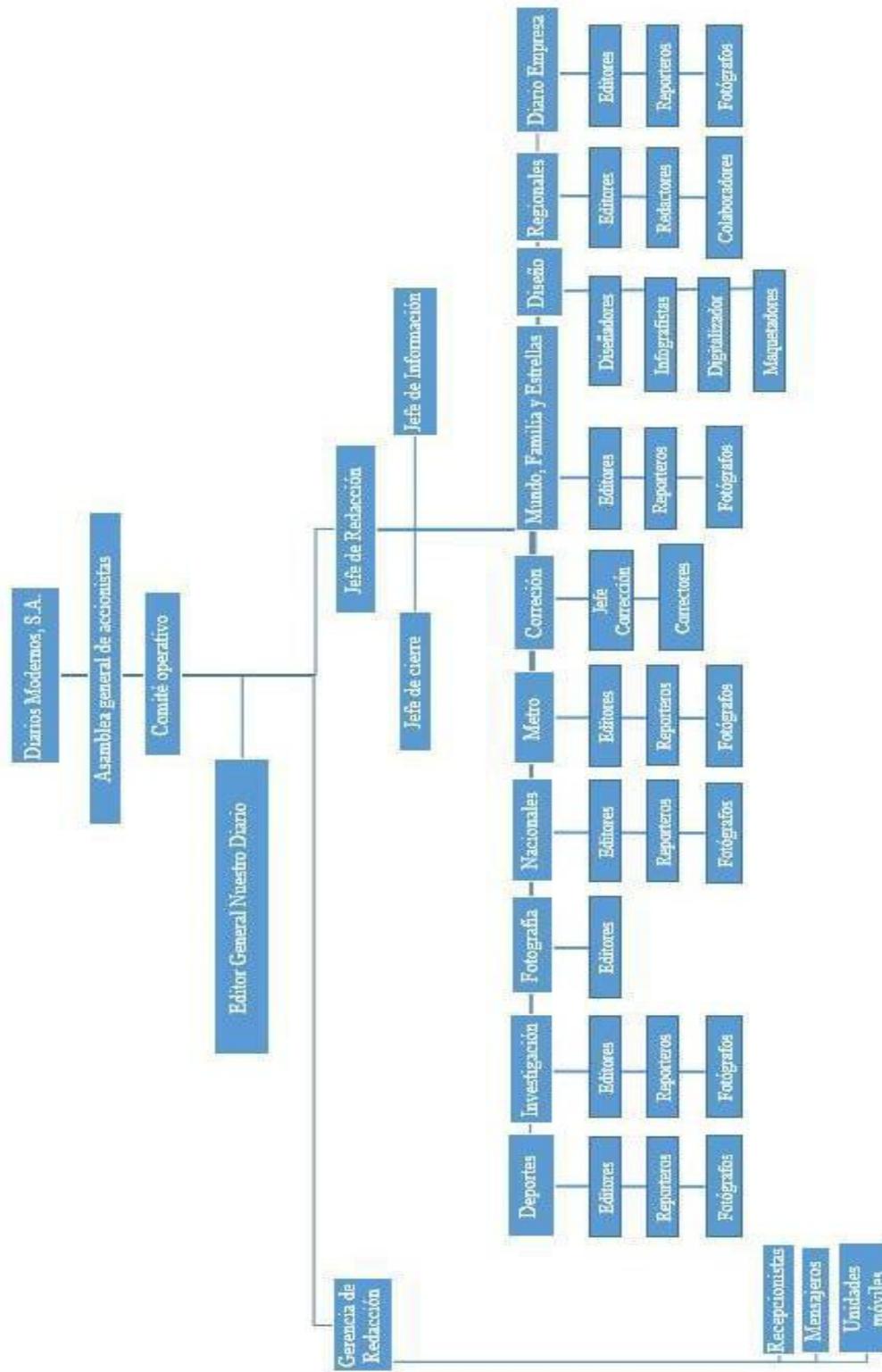
Precio por ejemplar: En toda la República de Guatemala su valor es de: Q3.00.

Historial de Costos

Año	Capital	Departamentos
1999	Q1.00	Q1.25
2000	Q1.50	Q1.75
2004	Q1.75	Q2.00
2006	Q2.00	Q2.00
2007	Q2.50	Q2.50
2018	Q3.00	Q3.00

Fuente: elaboración propia

1.2.9.- Organigrama



Fuente: Gerencia de Recursos Humanos,

1.3 Metodología

1.3.1.-Descripción del método

Para realizar la obtención de información se trabajó mediante el proceso cualitativo, se utilizaron las técnicas de observación directa y entrevista estructurada. Así como lectura documental de algunos manuales operacionales de funcionamiento, normas y procedimiento de la estación radial. También se visitó páginas web de la estación y realizaron reuniones con los encargados de algunas áreas administrativas y de operación de la institución.

1.3.1.1.- Observación Directa

Observación directa es cuando el investigador se pone en contacto personalmente con el hecho o fenómeno que trata de investigar (Enríquez, 2012, p. 4). Se practicó el método de la observación directa, determinando las condiciones actuales en las que prestan sus servicios los colaboradores al igual que el desarrollo sus actividades diarias. Las instalaciones cuentan con equipo de cómputo, transmisión, transporte, así como material de trabajo utilizado por los colaboradores; sin embargo, es necesario contar con espacios para realizar actividades de socialización de información, así como de convivencia.

1.3.1.2.- Método inductivo

Este parte de lo individual a lo general para encontrar algunas relaciones generales que fundamentales cierta teoría o hipótesis. Con esta forma de razonamiento se alcanza la capacidad de pasar de un conocimiento con cierto grado de generalización a otro mucho mayor. (Gómez, 2012, p.14).

Al elaborar el diagnóstico se dio prioridad a la aplicación de la metodología de investigación inductiva, ya comenzó de lo particular a lo general, es decir que a partir de

diferentes variables se establecen algunas de las conclusiones sobre la situación del entorno comunicacional. Aunque el enfoque cuantitativo que también se aplicó en una parte, aplica la metodología deductiva, su contraparte tomó protagonismo.

1.3.1.3.- Método mixto

Hace referencia al conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos en una investigación en los cuales se recolectan y analizan datos tanto cuantitativos como cualitativos. Cuando estos se integran y se discuten en conjunto se pueden obtener inferencias que abarquen todos los puntos recabados y con ello alcanzar mayor conocimiento del fenómeno que se estudia.

Se vale de datos numéricos, verbales, textuales, visuales, simbólicos, entre otros para entender el problema que se aborda. Cuando se utiliza el enfoque mixto en una investigación se puede lograr una perspectiva más amplia y profunda, obtener datos más ricos y variados, desarrollar nuevas destrezas o competencias investigativas (Hernández S., Fernández y Baptista, 2010).

1.3.2.- Técnicas e instrumentos de recolección

Cada investigador recurre a herramientas en función de las necesidades de su labor. Las más recurrentes estarán vinculadas a otras disciplinas, como las ciencias sociales.

Se debe tener claro cuáles son las condiciones materiales e institucionales, así como los obstáculos que se podrían enfrentar al momento de planificar y ejecutar el uso de instrumentos de recolección. (Domínguez, Valdez y Zanduetta, 2013).

Por abordar una investigación de comunicación, y que muchos de estos trabajos se enfocan en el método cualitativo, se aplicaron las técnicas más utilizadas por este enfoque que prioriza la interpretación de lo subjetivo. Sin embargo, no se dejará de lado

uno de los instrumentos insignias del método cuantitativo, la encuesta, ya que a nivel general la metodología del presente diagnóstico es mixta.

1.3.2.1.- Observación

Esta es una de las técnicas de investigación cualitativa clásicas, en ella el investigador se adentra en un grupo social determinado de forma directa (cuando se trata de observación participante), durante un período de tiempo establecido, en el entorno natural (sin ningún tipo de intervenciones que alteren la situación), estableciendo una interacción personal con sus miembros para describir sus acciones y comprender causas determinadas.

Cuando hacemos referencia a observación participante aludimos al tipo de observación que incluye la intervención directa del investigador en el objeto estudiado. A decir de Corbetta, el investigador puede obtener ciertos elementos subjetivos, ya que la subjetividad de la interacción y la interpretación es una de la característica de esta técnica (Corbetta, 2007).

En la elaboración de este diagnóstico se aplicó la observación participativa, ya que en el contexto de esta investigación se tienen conocimientos previos del fenómeno a evaluar, hay diferencias en los puntos de vista de los diferentes actores involucrados y el objeto de estudio no admite la presencia de extraños, es decir que su acceso es más fácil para quienes están directamente involucrados con él.

1.3.2.2.- Entrevistas

Es la herramienta que tiene como objetivo obtener datos preguntado a los sujetos, pero con la característica del enfoque cualitativo de conocer la individualidad y opinión de la persona entrevistada. Se busca conocer la perspectiva del entrevistado, sus interpretaciones, percepciones y motivaciones.

Se trata de una reunión previamente programada para conversar e intercambiar información; por medio de preguntas y respuestas se logra establecer diálogo y construir significados respecto a un tema. Pueden ser estructuradas, semiestructuradas o no estructuradas. Para garantizar la aplicación efectiva del instrumento, el entrevistador debe conocer sobre las técnicas de la entrevista, manejo de emociones, comunicación verbal y no verbal, así como programación neurolingüística.

No se trata únicamente de un procedimiento de obtención de información, sino de un proceso de interacción social. Sin embargo, sus protagonistas son sujetos seleccionados según un plan sistemático para la recolección de datos (Corbetta, 2007).

1.3.2.3.- Encuesta

Se trata de la recolección de información haciendo preguntas a los individuos que son objeto de investigación, este conjunto conforma una muestra representativa. Se utiliza un cuestionario estandarizado para estudiar las relaciones entre variables.

Este está formado por dos partes fundamentales: las preguntas y las respuestas. Algunas de las ventajas de esta herramienta son la estandarización de los datos y la posibilidad de comparar las respuestas, permite obtener un volumen considerable de información en un tiempo relativamente corto y que puede adaptarse para obtener información de casi cualquier tipo de población. Es una alternativa viable, ya que se basa en el diseño y aplicación de preguntas para obtener determinados datos (Gómez, 2012).

1.3.3.- Cronograma del diagnóstico

Fecha	Enero				Febrero			
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	
Participación en curso propedéutico	X							
Identificación del método de investigación a utilizar en la elaboración del diagnóstico.		X						
Búsqueda de respaldo teórico para aplicación de herramientas y técnicas de investigación.		X						
Ejecución de observación participativa.		X						
Solicitud de información oficial para la elaboración del apartado institucional.		X						
Recopilación de datos y redacción preliminar de documento diagnóstico.			X					
Realización de entrevistas y encuestas a actores del proceso comunicacional objeto de estudio.				X				
Procesamiento de información obtenida.					X			
Finalización de redacción y corrección de detalles de forma del documento.						X		
Entrega de informe del diagnóstico a asesores del EPSL 2018.							X	

Fuente: elaboración propia, 2018.

1.4.- Recopilación de datos

1.4.1.- Guía de observación

Fecha: 8 de febrero Lugar: Diarios Modernos, S.A. Departamento: Regionales Criterios a calificar: Comunicación	 
La comunicación (retroalimentación entre jefes y colaboradores) se da.	Sí no a veces
Los compañeros de área se comunican entre sí y con los colaboradores.	Sí no a veces
El jefe de área y los de las diferentes regiones mantiene comunicación constante con sus subalternos	Sí no a veces
Existe poco interés por parte de los colaboradores para recibir capacitación en línea	Sí no a veces
Hay interés en conocer la plataforma digital de capacitación interna	Sí no a veces

1.4.1.1.- Reporte de observación participativa

Tema: elaboración de diagnóstico comunicacional del departamento de Regionales de Nuestro Diario.

Fecha: del 23 de enero al 13 de febrero de 2018.

Lugar: Redacción, segundo nivel, edificio de Nuestro Diario.

Observador: Epesista Jazmin Fabiola Ortiz Cardona.

Episodio: Proceso de planificación, redacción, edición, selección de fotografías, diagramación y cierre de ediciones diarias de los Regionales de Nuestro Diario.

Planificación: La jornada comienza con la revisión de la edición del día anterior, del material disponible en plataforma, comunicación con los colaboradores por medio de llamadas telefónicas para determinar cuál es el material pendiente de subir a la plataforma digital del medio y que está en proceso; estructuración de las páginas asignadas con las notas que se incluirán. En tanto, el jefe del departamento participa en la reunión de coordinadores de sección, donde se comenta el material con que se dispone como propuesta para integrar cada una.

Redacción: Mientras el redactor elabora el menú noticioso del día, el editor se encarga de subir al sistema operativo plantillas de páginas que se trabajarán. Posteriormente, el redactor se encargará de revisar e interpretar la información provista por los colaboradores para reescribirla en los artículos configurados en el programa correspondiente.

Edición: El editor recibe las notas redactadas y revisa aspectos de forma y fondo. Verifica que el enfoque que tengan sea el adecuado, según la línea editorial y características del regional que tiene a su cargo. Cuando concluye esta revisión, el artículo pasa a corrección para que el texto sea revisado en aspectos puramente de forma y que los encargados hagan las sugerencias correspondientes.

Selección de fotografías: Este paso corresponde a la selección de material fotográfico que realizan los editores de Fotografía, tras la revisión que hacen de lo enviado por los colaboradores. Las imágenes noticiosas que puedan ser utilizadas para la edición de cada regional, así como retratos de rostros para sondeos de opinión, son almacenadas en carpetas de una red a las que tienen acceso todos los involucrados en la elaboración del material; tras ser seleccionadas también pasan por un proceso de edición digital.

Diagramación: El equipo de este departamento es el encargado de maquetar las páginas, hacer los cambios respectivos en el diseño para adecuarlos a las necesidades editoriales, colocar fotos e imprimir los formatos modelo en tamaños 100 por ciento y 70 por ciento para las penúltimas y últimas revisiones, respectivamente.

Corrección: Cuando una nota termina de ser editada, es tarea del corrector de estilo revisar la forma de los textos, es decir ortografía, gramática y sintaxis de los mismos hacen dicha revisión en la versión digital de la nota y en los impresos tamaño 100 por ciento y 70, en los que hacen anotaciones, cuando proceden cambios.

Cierre: es la revisión final de cada página, en la versión impresa de 70 por ciento, la cual corresponde al editor y jefe del departamento, previo a ser trasladada al encargado de la enviarla en formato digital a los talleres de impresión. Según el área geográfica a la que se deba enviar cada regional, es su hora de cierre. Es recomendable que los que serán distribuidos en territorios más alejados de la ciudad capital deben cerrar a las 14:00 horas, como el caso de Oriente, y los que están en cercanías pueden hacerlo a las 16:00 horas, que es lo que corresponde a Centro Occidente 1 y 2.

1.4.2.- Fichas de entrevistas y puntos de encuentros/disensos

Se realizaron tres entrevistas estructuradas a integrantes del departamento de Regionales, Informática y Dirección General, todas aplicadas en el área de Regionales del edificio de Nuestro Diario. La finalidad de estas fue conocer sus apreciaciones sobre los mecanismos actuales de comunicación con los colaboradores departamentales y si consideran que son adecuadas para las necesidades diarias; sus funciones y atribuciones diarias, falencias que creen que existen en el desempeño de los colaboradores y las consecuencias que estas tienen al momento de procesar la información y estructurar cada edición.

Fichas de entrevistas

Entrevistado: Lic. Abner Guoz
Puesto: Jefe de Redacción
Tema: Situación actual del envío de material informativo por parte de los colaboradores.
Fecha: 22 de enero de 2018
Hora programada: 9:30 am

Entrevistado: Ing. William Maas
Puesto: Gerente de TI
Tema: Situación actual del envío de material informativo por parte de los colaboradores.
Fecha: 23 de enero de 2018
Hora programada: 6:30 pm

Entrevistado: Msc. Jorge Mario García
Puesto: Jefe de la Sección de Regionales
Tema: Situación actual del envío de material informativo por parte de los colaboradores.
Fecha: 19 de febrero de 2017
Hora programada: 4:00 pm

Entrevistado: Licda. Carolina Hernández
Puesto: Editora de los regionales de Centro Occidente I y II
Tema: Situación actual del envío de material informativo por parte de los colaboradores
Fecha: 20 de febrero de 2017
Hora programada: 4:00 pm

Entrevistado: Eddy Roma
Puesto: Redactor del Regional de Centro Occidente I
Tema: Situación actual del envío de material informativo por parte de los colaboradores.
Fecha: 21 de febrero de 2017
Hora programada: 4:00 pm

1.4.2.1.- Puntos de encuentro y disensos entre entrevistados

Encuentros: √

Disensos X

Variable					
Cargo:	Jefe de redacción	Jefe de regionales	Jefe de informática	Editora de Centro Occidente I y II	Redactor Centro Occidente I y II
Los procesos son funcionales.	√	√	√	√	√
Se disponen de suficientes mecanismos de comunicación.	√	√	√	√	√
El envío de notas por parte de los colaboradores podría mejorar.	√	√	√	√	√
Las falencias causan pérdida de tiempo.	√	√	√	√	√
Los colaboradores deberían recibir capacitación constante.	√	√	√	√	√
Es necesario crear otra una fuente alterna para el envío de material informativo.	√	√	√	√	√

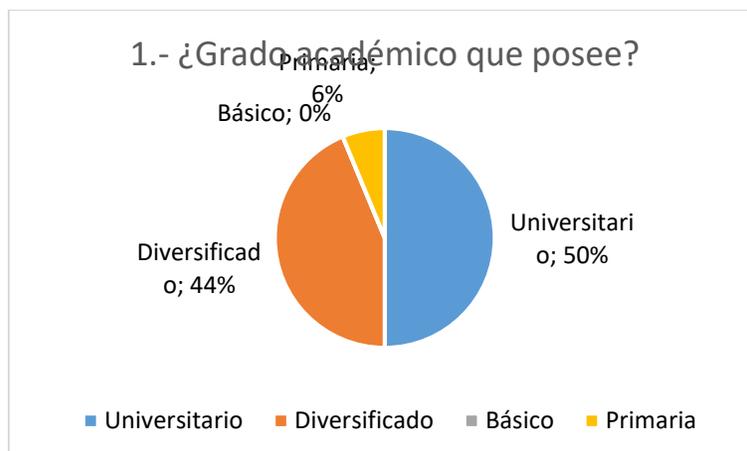
Fuente: elaboración propia 2018.

1.4.3.- Gráficas e interpretaciones del resultado de encuesta

Se aplicó una encuesta a una muestra del grupo de corresponsales de las regiones de Centro Occidente 1 (Sacatepéquez y Chimaltenango) y Centro Occidente 2 (Quiché y Sololá), con preguntas cerradas sobre características de la labor que realizan y su percepción.

Posteriormente se realizó un vaciado de los datos obtenidos para finalmente analizar las gráficas correspondientes.

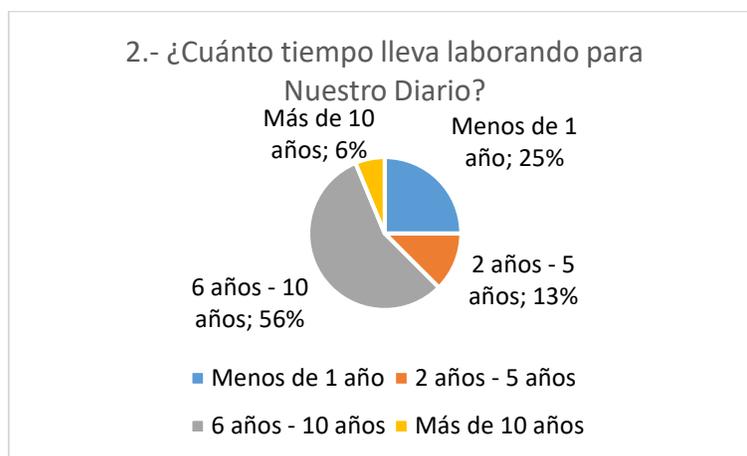
Gráfico 1



Fuente: elaboración propia 2018

El 50 por ciento (8) de los encuestados cursó los estudios universitarios, obteniendo el cierre de punsum en diferentes carreras como Ciencias Jurídicas, Ciencias de la Comunicación, Licenciatura en Administración de Empresas, Pedagogía, entre otras. Mientras el 43.75 por ciento (7) se graduó del nivel de diversificado y el 6 por ciento (1) únicamente curso el nivel primario.

Gráfico 2

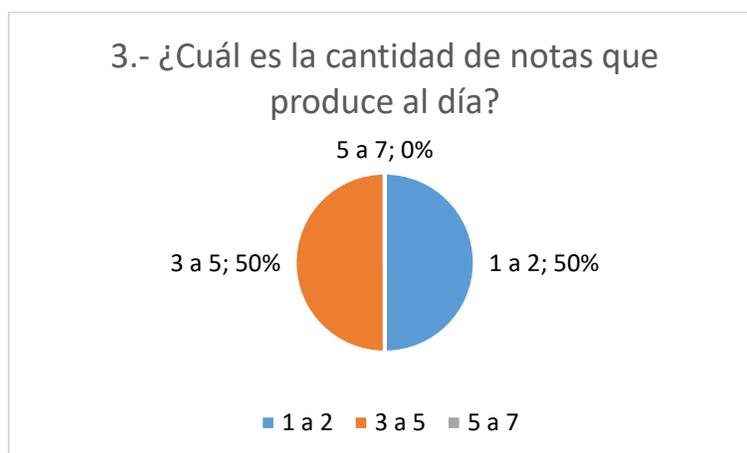


Fuente: elaboración propia 2018

En esta gráfica podemos identificar que más de la mitad de colaboradores de la región Centro Occidente 1 y 2 han forjado trayectoria en la labor como reporteros dentro de este medio impreso, ya que llevan más de seis años ejerciendo el oficio, asimismo se detectó que el 6 por ciento (1) manifestó que tienen casi década y media en sus puestos.

A este grupo le sigue el segmento de nuevas generaciones, ya que 25 por ciento se integró al grupo de trabajo en el último año; y 12 por ciento se han establecido en el medio, al laborar en este en entre los dos y cinco años.

Gráfico 3



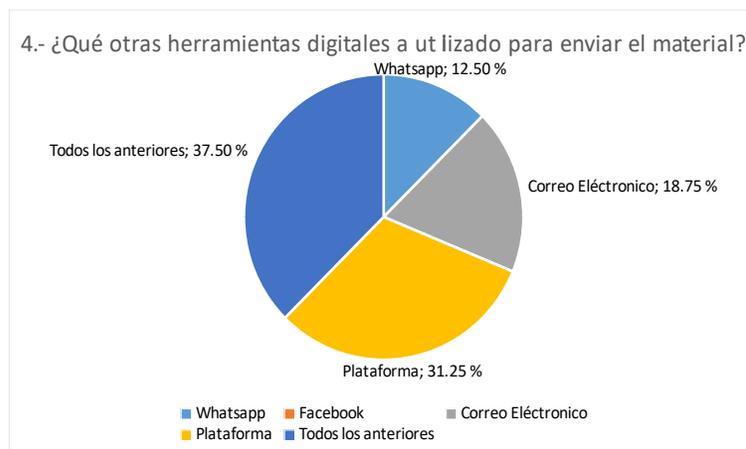
Fuente: elaboración propia 2018

Los regionales de Centro Occidente 1 y 2, varían en su paginaje, con normalidad este se mantiene entre cuatro a seis páginas, siendo los días jueves y domingo que puede traer hasta siete páginas para llenar, por lo que el contenido debe ser atemporal, por ello, la producción de material informativo debe responder a este requerimiento. Los colaboradores han adoptado un ritmo de trabajo dinámico en el que mantienen alimentada con la plataforma noticiosa, según las necesidades.

Este también es el caso de los colaboradores en cabeceras departamentales de Centro Occidente 1 y 2 (Chimaltenango, Sacatepéquez, Quiché y Sololá). La producción del material es escasa en ambas regiones, según lo que la gráfica refleja, pues el 50 por ciento de colaboradores mantiene su producción entre 1 y 2 notas diarias, lo que quiere decir que al día hay entre 8 a 12 notas en plataforma de todos los colaboradores, ya que muchos solo envían 1 al día. El 50 por ciento restantes son los que rescatan el regional, ya que producen entre 3 a 5 notas diarias (aunque muchas veces el número de notas es irrelevante, porque dependerá del tema al que le dio cobertura para poder tomarla en cuenta o desestimarla en caso de ser necesario).

En la tercera alternativa se refleja que los colaboradores no están produciendo en cantidad, sino que se limitan a las actividades diarias para mantenerse en el estándar y no pasar de las 5 notas, pese a que tienen diferentes municipios y áreas rurales donde pueden abarcar más temas y generar propios.

Gráfica 4

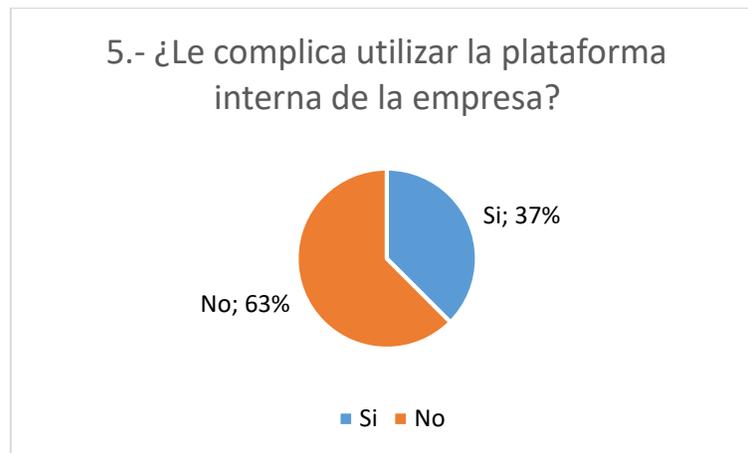


Fuente: elaboración propia 2018

En esta descripción podemos identificar cuál es la herramienta digital más utilizada por los colaboradores a la hora de enviar el material, pues el 31.25 por ciento manifestó que trabajan con la plataforma interna de la empresa, mientras que el 18.75 por ciento explicó que trabaja con correo electrónico ya que muchas veces este agiliza la labor. Otra de las opciones fue el whatsapp, donde manifestaron que es la herramienta más efectiva, al momento de contar con los aparatos electrónicos necesarios, de lo contrario no es efectiva, ya que los estándares de calidad son demandados en la empresa.

Entre las opciones se ofreció la de Facebook debido a que es otra de los mecanismos más utilizados por los colaboradores, sin embargo, dijeron que no la utilizan ya que esta red social es más utilizada para informarse que para enviar la información, pues carece de una estructura ideal. La última opción fue todas las anteriores, opción que fue la que más predominó, ya que lo trabajadores manifestaron que han hecho utilidad de la plataforma pero muchas veces se ven en la necesidad de completar el material, por lo que utilizan el correo electrónico o el whatsapp para la información llegue con inmediatez, salvo el Facebook porque la ven como una herramienta social.

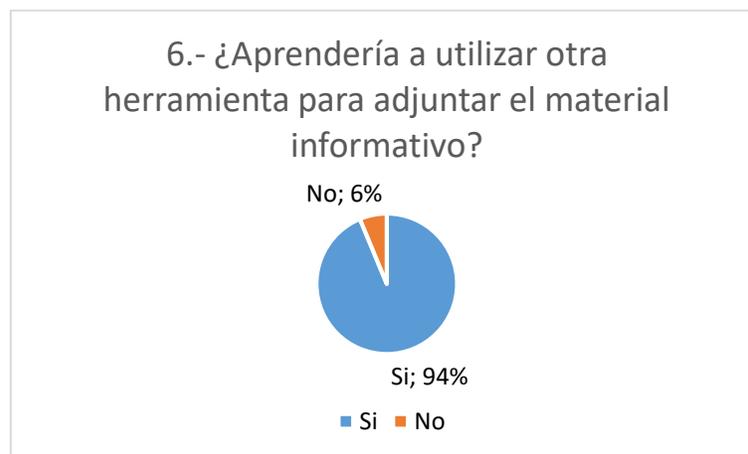
Gráfica 5



Fuente: elaboración propia 2018

La prerrogativa número cinco, busca identificar el problema por el cual los colaboradores se les complica utilizar esta herramienta, el 62.5 por ciento manifestó que es un instrumento muy fácil de utilizar, ya que no requiere de mayor ciencia, solo es adaptación y de pasos a seguir. Situación en la que el 37.5 discrepo, ya que la mayoría presenta problemas al cargar las fotos, pues la baja calidad del servicio de internet puede perjudicar su labor, otro de los problemas es que deben reducir el tamaño de las fotografías, lo que les quita tiempo y retrasa la información. Asimismo la colocación de pies de fotos hace que esto aplase más la diligencia.

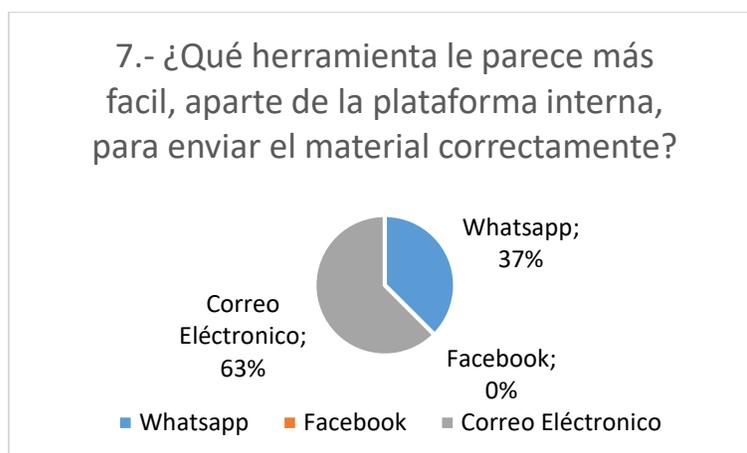
Gráfica 6



Fuente: elaboración propia 2018

El 93.75 por ciento indicó estar de acuerdo en aprender a utilizar una nueva herramienta para enviar el material, ya que muchas veces se les complica el portar con su equipo (computadora e internet) para enviar el material. Pero el 6.25 dijo que sería una pérdida de tiempo, pues los estatutos que ofrece la plataforma cumplen a cabalidad con estos procesos. Esto demuestra que la mayoría está en la disposición de los cambios, ya solo sería cuestión de persuadir a los inconformes y optimizar los procesos de envío de material.

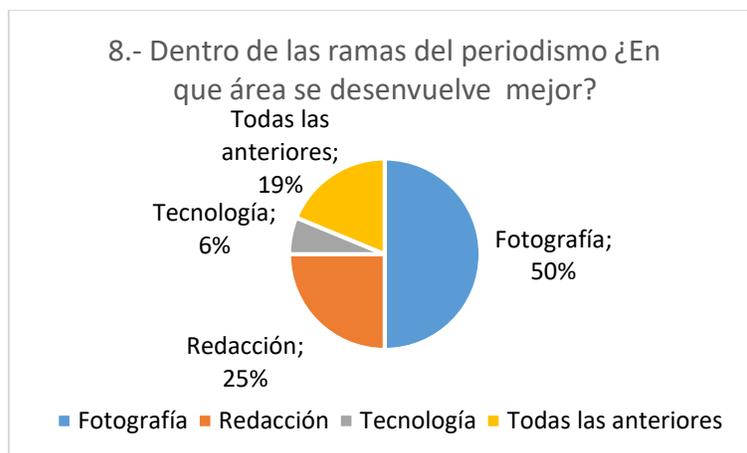
Gráfica 7



Fuente: elaboración propia 2018

En este cuestionante el 62.50 por ciento manifestó que el correo electrónico es la mejor opción para institucionalizarla como otra herramienta (a través de variantes como google docs, we transfer y otros, ya que muchas veces el material es más pesado). El restante prefirió el Whatsapp por su inmediatez, pues en cuestiones de segundos pueden responder la necesidad de información por parte del redactor.

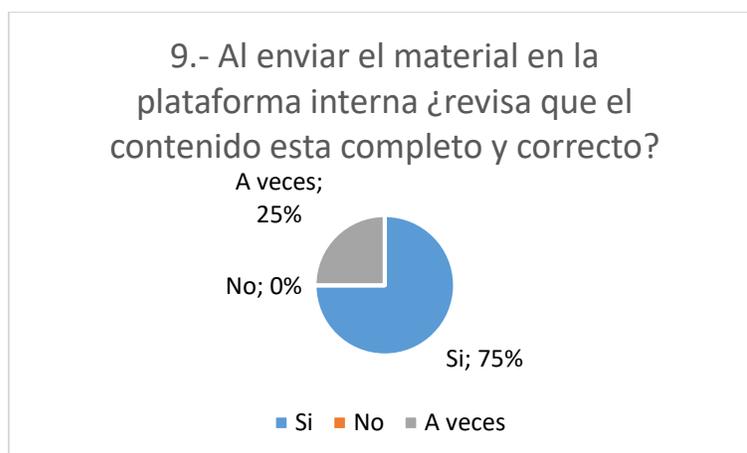
Gráfica 8



Fuente: elaboración propia 2018

El 50 por ciento de los colaboradores manifestó que entre las ramas del periodismo en la que se desenvuelven mejor es en fotografía, por la línea editorial que maneja el impreso de Nuestro Diario, esta debe ser uno de las principales alternativas. El 25 por ciento de colaboradores indicó que la redacción es lo que más predomina en su profesión, dejando la fotografía como un acto secundario. El 6.25 por ciento indicó que es bueno en el área de tecnología. En la cuestionante se agregó las opciones todas anteriores, ya que como reporteros deben dominar las tres áreas, sin embargo, ninguno de los encuestados indicó manejarlas.

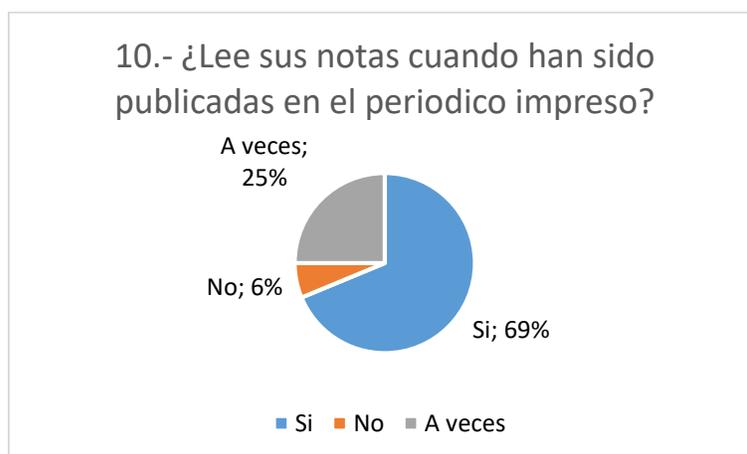
Gráfica 9



Fuente: elaboración propia 2018

Al momento de verificar el material escrito que procesan los colaboradores, se suele detectar en ocasiones que el material no cumple con los parámetros requeridos en la labor periodística, la tercera parte de los encuestados asegura que lee y revisa los textos antes de subirlos a la plataforma noticiosa en la que se administran, almacenan y consultan, o bien previo a enviarlos por correo electrónico. En tanto, el 25 por ciento acepta que en ocasiones no lo hace; algunos individuos de este grupo enfatizaron que la razón por la que no siempre lo revisan es la premura con la que deben reportear, redactar y enviar el material.

Gráfica 10



Fuente: elaboración propia 2018

El 68.75 por ciento de los colaboradores manifestó que si lee el material impreso para verificar los cambios que se realizaron durante el proceso de redacción, ya que muchas veces las falencias son detectadas en este proceso y son requeridas para que lo arreglen y al momento de ser vendidos ya revisan que este cumplió con lo requerido. Mientras que el 25 por ciento declaró que a veces sí y a veces no lo hacen, debido a que su agenda se encuentra apretada por las diversas atribuciones que tienen que desarrollar ellos mismo. Mientras que el 6.25 por ciento dijo que no lo hace ya que carecen de las posibilidades económicas para adquirir diariamente un impreso.

1.5. Radiografía de la institución

1.5.1.- FODA

La matriz de análisis DAFO o FODA es una conocida herramienta estratégica de interpretación de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz DAFO en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis DAFO permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa. (Espinosa, 2013).

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>La sección de Regionales de Nuestro Diario tiene una red integrada por más de 110 corresponsales departamentales a nivel nacional quienes proporcionan la información para la elaboración de las ediciones diarias.</p> <p>Tanto los editores y redactores, así como colaboradores cuentan con una plataforma digital de uso institucional en la que almacenan, consultan y administran el material informativo.</p> <p>El equipo de trabajo involucrado cuenta con acceso a comunicación vía Internet para el envío y recepción inmediata de información, por medio de plataforma, correo electrónico e incluso aplicaciones de mensajería instantánea.</p> <p>La mayoría de colaboradores tienen varios años laborando para el medio, por lo que conocen a detalle la dinámica de trabajo y requerimientos para propiciar que esta sea ágil y eficaz.</p>	<p>La disposición de herramientas digitales de comunicación, que están al alcance de los corresponsales, para poder capacitarlos.</p> <p>El acercamiento que las jefaturas propician cada cierto tiempo, entre editores, redactores y colaboradores con el objeto de intercambiar experiencias que permitan agilizar el trabajo en equipo.</p> <p>La colaboración que podrían brindar diferentes miembros de cada área de trabajo, para la ejecución de una estrategia de comunicación interna, ya sea como propuestas o intervenciones directas.</p> <p>La relación cordial, profesional y de compañerismo que se ha entablado entre editores, redactores y colaboradores, propiciados por el trato diario y trabajo en equipo que se forma día a día.</p> <p>El espacio que brinda el medio masivo de comunicación para la ejecución del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura, conveniente para proponer</p>

<p>El personal de la redacción cuenta con experiencia en el ámbito comunicacional y reporterial, por lo que orientan a los colaboradores.</p>	<p>y ejecutar un plan de mejora comunicacional en el área asignada.</p>
<p>DEBILIDADES</p>	<p>AMENAZAS</p>
<p>La carga de trabajo diario que no permite mejorar la interacción con los corresponsales para señalar los aspectos que deben mejorar como comunicadores y con la tecnología.</p> <p>La carente voluntad y disposición que algunos colaboradores pudieran manifestar para aprender por iniciativa propia y aplicar conocimientos nuevos o actualizados en sus labores diarias, como creadores de contenido para el medio de comunicación.</p> <p>Las fallas técnicas que presentan o afectan a equipos, programas, aplicaciones o redes sociales que se utilizan como canal de comunicación con los colaboradores.</p> <p>La falta de recursos o apoyo económico para la puesta en marcha de alguna propuesta comunicacional en la que se requiera invertir, ya sea en material, equipo y viáticos, entre otros.</p> <p>Los corresponsales que se integran al equipo de trabajo no cuentan con material de inducción específico para iniciar su labor como reporteros móviles, fotógrafos y redactores de noticias departamentales.</p>	<p>La poca frecuencia con la que se tienen acercamientos directos, intercambio de ideas y capacitaciones junto a los colaboradores.</p> <p>El nivel y preparación académica formal en el ámbito comunicacional de algunos de los colaboradores.</p> <p>La falta de comunicación con los colaboradores sobre aspectos que se pueden mejorar en la labor periodística que realizan.</p> <p>El retraso en el trabajo diario, no únicamente generado por las falencias en el material de los corresponsales, sino por las solicitudes que se deben hacer a otros departamentos para contar con las fotografías que se necesitan o con elementos sugeridos y requeridos en el diseño de páginas.</p> <p>El uso inadecuado de herramientas digitales de comunicación, tales como la plataforma noticiosa y grupos de interacción en aplicaciones de mensajería instantánea.</p>

Fuente: elaboración propia 2018

CAPÍTULO II

2. Plan de Comunicación

2.1 Antecedentes Comunicacionales

En años anteriores, en la empresa Diarios Modernos, S.A., específicamente en las áreas de Redacción de Nuestro Diario, se han ejecutado proyectos de Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos, en las secciones de Metro (cobertura de noticias comunitarias del departamento de Guatemala), Deportes y Regionales.

En esta última, la licenciada en Ciencias de la Comunicación, Silvia Patricia Chután, quien ejecutó el Plan de Comunicación para el Mejoramiento de las Competencias Redaccionales del equipo de Colaboradores de las Regiones Oriente y Sur Oriente de Nuestro Diario, para aprovechar las fortalezas, visualización de oportunidades, mejora de debilidades y reacción ante posibles amenazas.

Su proyecto fue ejecutado de junio a julio de 2017 y tuvo como objetivo general el fortalecimiento de la comunicación interna, para hacer uso de herramientas y medios de comunicación digitales, por las características del grupo objetivo al que fue dirigido: colaboradores de Nuestro Diario que laboran en Santa Rosa, Jutiapa, Jalapa, Zacapa, Chiquimula y El Progreso. Lo cual no tuvo mayor inconveniente, debido a que los beneficiarios del proyecto están familiarizados con estas formas de interacción y las utilizan frecuentemente como parte de su labor.

Por medio de una página web creada para este fin, proporcionó documentos, links y entrevistas comunicacionales al equipo de colaboradores de las regiones de Oriente y Sur Oriente, para mejorar la redacción sobre la estructuración de notas periodísticas,

desde la forma hasta los detalles de ortografía. Además elaboró un calendario con fechas importantes.

Según detalla el profesional en su Informe Final de EPSL también se le brindó folletos y material audiovisual a su público objetivo; además se puso a disposición de este grupo una carpeta con ejemplos de reportajes y notas especiales (Chután, 2017).

2.2 Objetivos De Comunicación

2.2.1 Objetivo general

Apoyar a los colaboradores a través de una herramienta digital que brinde asesoría sobre diferentes temas, brindando las herramientas teóricas y prácticas para el mejoramiento de los procesos que realizan los colaboradores de Centro Occidente I y Centro Occidente II.

2.2.2 Objetivos específicos

Crear un espacio de consulta digital, donde los colaboradores puedan solventar sus dudas y capacitarse en los temas que ellos consideren necesario.

Los colaboradores tendrán la oportunidad de prepararse y dominar las debilidades que presentaron, a través de la interacción e intercambio de ideas a través de la aplicación digital.

Evaluar junto a los colaboradores las debilidades y oportunidades de mejorar sus habilidades y destrezas en cuestión de redacción.

2.3 Público Objetivo

En la ejecución de este plan de comunicación se tomó en cuenta a un público objetivo de tipo interno, el equipo de 16 colaboradores que cubren las regiones de Centro

Occidente I (San Juan Sacatepéquez y Chimaltenango) y Centro Occidente II (Quiché y Sololá) y los dos redactores encargados de cada territorio.

2.4 Mensaje

Los colaboradores tendrán una plataforma de capacitación que puedan visitar a cualquier hora del día para tomar los cursos, socializando la palabra “Autoformación”, el cual consiste el proceso de preparación consciente generado por la persona misma.

2.5.- Estrategias

Con base en lo identificado en el diagnóstico de comunicación, se detectó que en el proceso de socializar o conocer la plataforma interna de la empresa, los colaboradores desconocen de los procedimientos a realizar, las herramientas que este ofrece y la utilidad de las mismas.

En ese sentido se realizaran acciones de comunicación en el período establecido para la ejecución de la práctica supervisada de Licenciatura (14 de mayo al 16 de julio de 2018, puesta en práctica del plan de comunicación y operación del EPS de Licenciatura).

Socialización de la importancia y necesidad de optimizar las habilidades de los colaboradores de las regiones de Centro Occidente I y Centro Occidente II para mejorar las capacidades, explotando las herramientas digitales con las que se cuentan.

Creación de una plataforma de capacitaciones en la cual, se pueda subir documentos, videos o guías para que los colaboradores tengan acceso y la facilidad de descargarlos para aprender sin necesidad tener una capacitación directa, explotando la tecnología.

Orientación de los colaboradores y redactores de los regionales de Centro Occidente I y Centro Occidente II, sobre los requerimientos básicos que deben cumplir para a la hora de enviar material a través de la plataforma digital interna de la empresa.

2.6.- Acciones de Comunicación

Interna: A través de la plataforma de capacitación, como su nombre lo indica se pretende que los colaboradores ingresen a al sitio web y adquieran nuevos conocimientos para mejorar las debilidades que se tienen a la hora de enviar material u cualquier otra actividad que se realice, alimentando la plataforma con información semanal, con documentos, audios, cursos en línea, entre otros.

2.6.1.- Acción 1

Acción 1	
Estrategia de Comunicación:	Socializar la importancia que tiene la autoformación a través de herramientas digitales en los colaboradores de Centro Occidente I (Chimaltenango y San Juan Sacatepéquez) y Centro Occidente II (Quiché y Sololá).
Problemática a la que responde:	Desconocimiento de los obstáculos que afrontan los colaboradores durante la jornada de trabajo a la hora de trabajar su material y que envían a través de la plataforma interna de la empresa.
Producto:	La creación de una plataforma para capacitar a los colaboradores. Objetivo comunicacional: Informar las razones por las cuales es importante que los colaboradores tengan constantes capacitaciones, a manera de mejorar día a día el producto en el que trabajan.
Objetivo Comunicacional:	Fortalecer la visibilidad de la institución
Tipo de mensaje:	Informativo y deductivo.
Público objetivo:	Interno
Medio de difusión:	Medio de difusión Digital: reuniones planificadas vía ancha con los colaboradores de Centro Occidente I (Chimaltenango y San Juan Sacatepéquez), y Centro Occidente II (Quiché y Sololá).

2.6.2. Acción 2

Acción 2	
Estrategia de Comunicación:	A la creación de un software el cual sirva como centro de capacitación para que los colaboradores puedan ingresar con un usuario y contraseña para recibir en línea el material didáctico con el que puedan aprender y desarrollar nuevos conocimientos.
Problemática a la que responde:	El mínimo porcentaje de colaboradores posee estudios formales en material de periodismo y comunicación.
Producto:	La creación de una plataforma para capacitar a los colaboradores. Objetivo comunicacional: Informar las razones por las cuales es importante que los colaboradores tengan constantes capacitaciones, a manera de mejorar día a día el producto en el que trabajan.
Objetivo Comunicacional:	Medio digital de capacitación.
Tipo de mensaje:	Informativo y deductivo.
Público objetivo:	Interno
Medio de difusión:	Digital

2.6.3. Acción 3

Acción 3	
Estrategia de Comunicación:	Crear una malla curricular e impartirla con los colaboradores para orientarlos sobre los conocimientos de redacción básica, a para que los colaboradores de Centro Occidente I (Chimaltenango, San Juan Sacatepéquez), y Centro Occidente II (Quiché y Sololá), sobre los requerimientos básicos que debe cumplir el material que generan a diario.
Problemática a la que responde:	: La carga de trabajo diario minimiza el tiempo que se puede dedicar para guiar a los colaboradores, por ello se realizará un taller para capacitarlos vía digital.
Producto:	Material didáctico, documentos, videos y otros recursos.
Objetivo Comunicacional:	Incentivar a los colaboradores a un auto formación, esto con la finalidad que día a día se actualicen a modo de que vayan aprendiendo y explotando las herramientas digitales que se tienen al alcance de la mano.
Tipo de mensaje:	Informativo y deductivo.
Público objetivo:	Interno
Medio de difusión:	Audivisual

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1.- Ejecución del proyecto desarrollado

“Plan de comunicación para mejorar las competencia del envío de material por parte del equipo de colaboradores de la regiones de Centro Occidente I y II, de Nuestro Diario”

3.1.1 Financiamiento

La ejecución del proyecto de comunicación del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura se realizó con recursos y equipo de cómputo propiedad de Diarios Modernos, S.A, que representaron 12 por ciento del total invertido.

Lo correspondiente al 88 por ciento de los fondos, fue financiado por la epesista Jazmin Fabiola Ortiz Cardona, provenientes del pago que devenga de forma quincenal por su cargo como redactora de la sección de Regionales de Nuestro Diario. La empresa respaldó las actividades, con el espacio determinado para el cumplimiento del plan.

3.1.2.- Presupuesto

Presupuesto Proyectado				
Cantidad	Descripción	P. Unitario	P. Total	Financiamiento
1	Asesoría comunicacional	Q.8,000	Q.8,000	Epesista
10	Gigas de internet	Q.100	Q.1,000	Nuestro Diario
40	Días de uso de la energía eléctrica	Q.20	Q.800	Nuestro Diario
1	Caja Chica	Q.500	Q.500	Epesista
1	Corrector de estilo	Q.300	Q.300	Nuestro Diario
12	Productos audiovisuales como material didáctico	Q.7,000	Q.7,000	Epsista
Total de Proyecto Comunicacional			Q.17,600	

Integrado de Gastos	
Financiamiento	Monto
Epesista	Q.16,300
Empresa / Institución	Q.2,100
Patrocinio	Q.0

3.1.3 Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficio
Colaboradores de Centro Occidente I y II	<p>Los colaboradores aprenderán a mejorar su labor como reporteros redactores con instructivos digitales.</p> <p>Tendrán un medio digital especializado para la capacitación de los participantes.</p> <p>Esta plataforma de e Learning, servirá como medio de comunicación entre el aprendiz e instructor.</p>
Redactores y editores	<p>Recursos Humanos resolverá las dudas de los colaboradores con material didáctico a través de la plataforma de capacitación.</p> <p>En cuestiones técnicas y temas como fotografía, redacción, estilo y otros temas, las capacitaciones serán virtuales.</p> <p>Los redactores optimizarán el tiempo de la jornada para ofrecer un producto diferente a los lectores.</p>

3.1.4 Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Msc. Abner Gouz	Jefe de Redacción	Autorizó que un grupo de colaboradores realizáramos la Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en la redacción de Prensa Libre. Brindo todo el apoyo necesario para finalizar los proyectos.
Msc. William Maas	Jefe del Departamento de Informática	Apoyo para la ejecución del Ejercicio Práctico Supervisado de Licenciatura en la sección a su cargo.
Msc. Jorge Mario García	Jefe del Departamento de Regionales.	Apoyo para la ejecución del Ejercicio Práctico Supervisado de Licenciatura en la sección a su cargo.
Lic. Mynor Arita	Reportero sección Deportes, Nuestro	Socialización de experiencias previas en la ejecución de un Ejercicio Práctico Supervisado de Licenciatura en Nuestro Diario
Lic. Silvia Chután	Editora de los regionales de Occidente y Suroccidente, Nuestro Diario	Socialización de experiencias previas en la Ejecución de un Ejercicio Práctico Supervisado de Licenciatura en Nuestro Diario.

3.1.5 Áreas geográficas de acción

Las acciones desarrolladas durante la Práctica Profesional supervisada se ejecutó en la Sede de Nuestro Diario: Avenida Petapa 23-01, zona 12, ciudad de Guatemala.

3.2 Estrategias y Acciones Desarrolladas

Estrategia 1: Socializar la importancia que tiene la autoformación a distancia entre los colaboradores de Centro Occidente I y II.

Objetivo comunicacional: Informar y concienciar sobre la verdadera importancia del uso de redes sociales e internet como medio de aprendizaje.

Descripción: Los colaboradores fueron convocados a través de un grupo de whatsapp para la utilización de la plataforma, se contó con la participación de los 16 colaboradores de los regionales de Centro Occidente I (Sacatepéquez, Chimaltenango) y Centro Occidente II (Quiché, Sololá).

Se les comentó sobre la idea de la formación a distancia con la finalidad de que intercambiarán opiniones y expusieran su punto de vista, con el objetivo de llamar su atención. Se reflexionó sobre la trascendencia que tienen las redes sociales y el impacto que esta genera, sobre todo en los medios de comunicación, asimismo se habló del crecimiento profesional.

En el chat se abordaron estos temas, así como el trabajo que desempeñan los colaboradores diariamente y la conexión que tendrá con la plataforma de capacitación, ya que será un mecanismo que les ayudará a mejorar sus habilidades profesionales, sobre la redacción de cualquiera de los temas que desarrollan.

Acciones: 1. Socialización entre los colaboradores, departamento de TI y redacción de regionales, todo el trabajo es a distancia para mejorar los procesos de los colaboradores y establecer, cuales son las deficiencias y debilidades.

Documentación fotográfica.

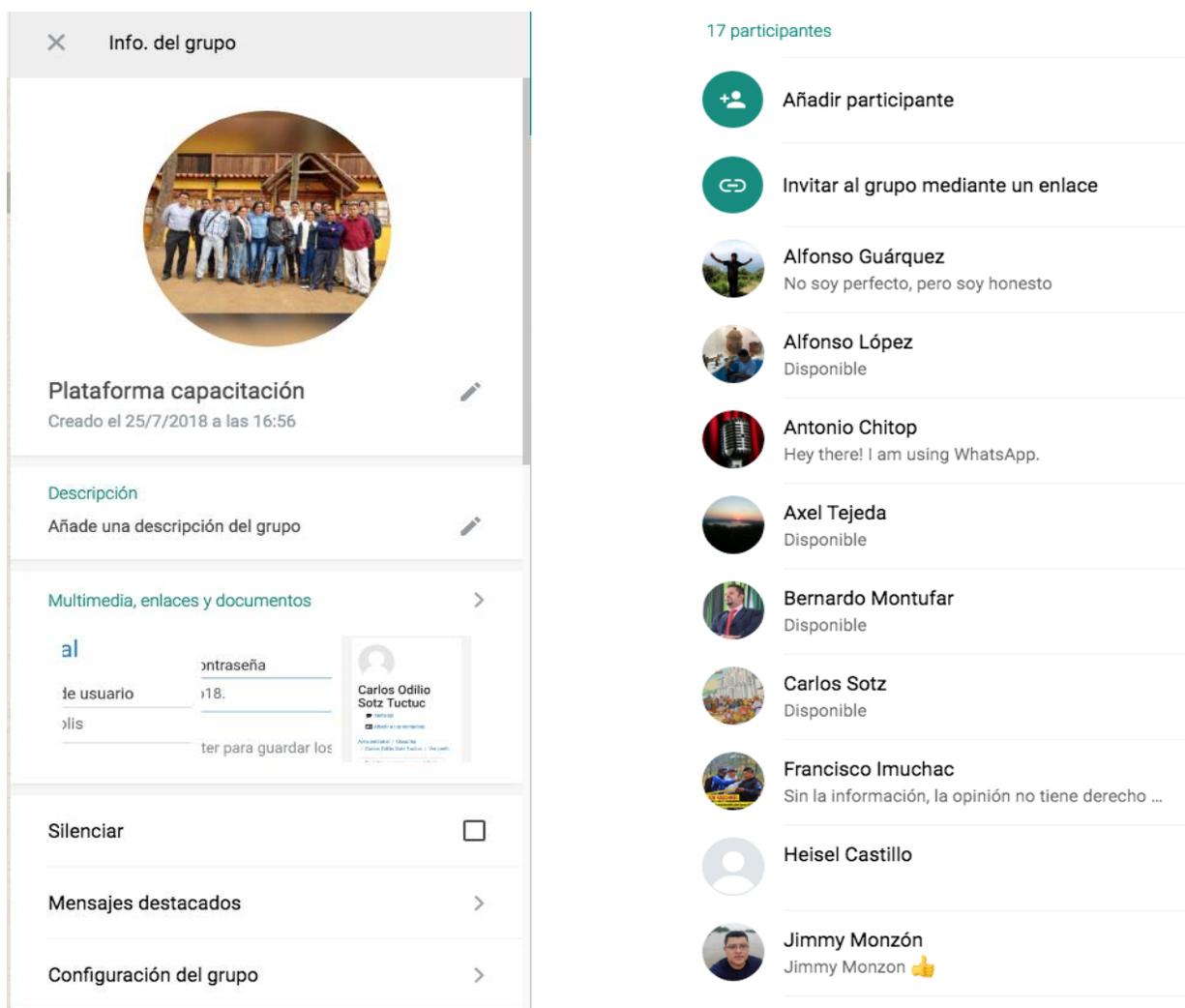


Imagen 1: Se creó un grupo de 15 colaboradores a través de Whatsapp, para que los compañeros intercambiaran ideologías sobre la importancia de la constante capacitación a través de las distintas plataformas digitales, así como que tan factible sería trabajar en línea.

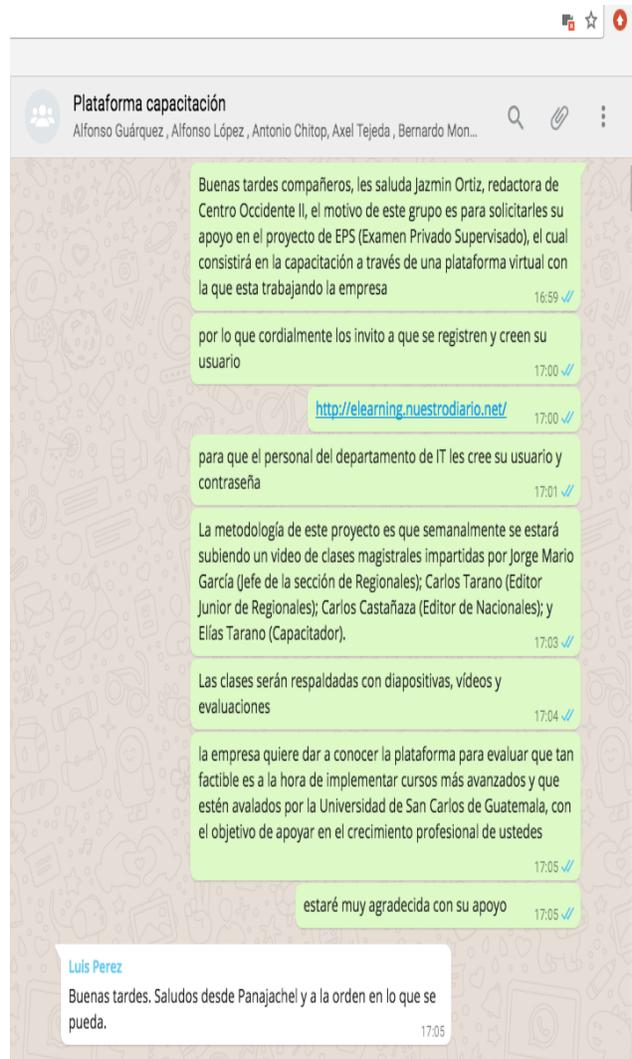
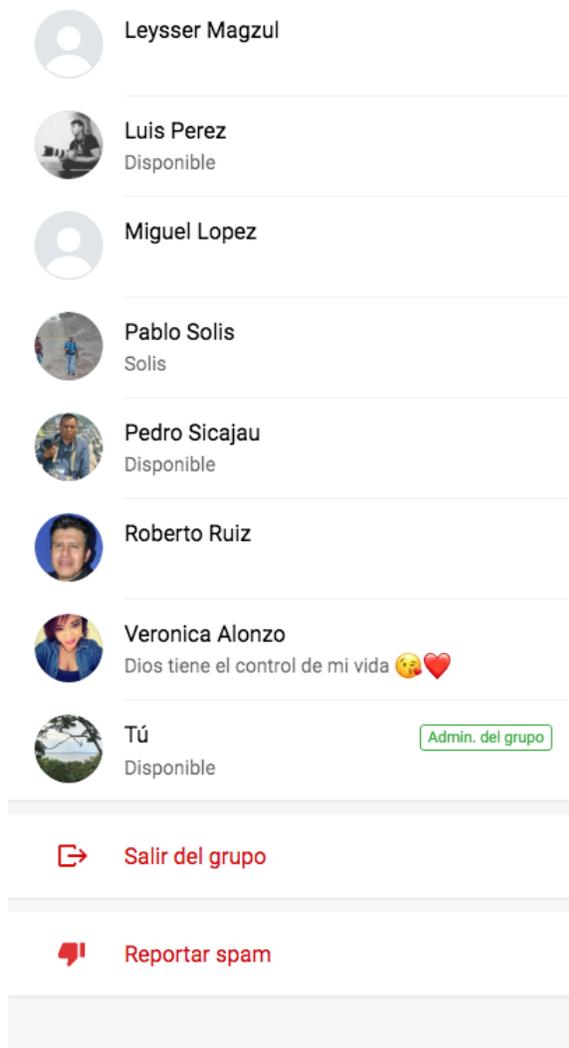


Imagen 2: El chat fue creado para socializar con los colaboradores y contarles la necesidad de la autoformación a distancia y que se interesaran sobre la capacitación virtual.

Estrategia 2: Dar a conocer el software que será utilizado como centro de capacitación, para que los colaboradores de Centro Occidente I y II; puedan seguir una formación profesional a distancia.

Objetivo comunicacional: Proporcionar las herramientas digitales para que los cooperantes puedan utilizarla como medio de formación, que interactúen en el internet y brindarles a través de esta herramienta el material didáctico necesario.

Descripción: Luego de analizar los trabajos de epesistas anteriores y de realizar el Diagnóstico de Comunicación, se determinó que los colaboradores necesitan ser constantemente capacitados, esto para el mejoramiento de los procesos internos y la elaboración de un proyecto que permanezca, por lo que se trabajó en colaboración con el departamento de Tecnología de Información (TI), para la elaboración de la Plataforma de Capacitación de colaboradores, a través de Moodle o e-learning.

La idea es que los participantes tengan al alcance de la mano las herramientas necesarias, un espacio virtual para el aprendizaje, ya que en los últimos años se ha convertido en el utensilio básico para la formación a distancia.

Esta plataforma le permitirá opciones de plataformas educativas disponibles para crear cursos libre de distintos temas, la idea ahora es probarlo, con la finalidad de crear tutoriales o talleres. Con esta herramienta también se busca que los colaboradores agilicen y faciliten la labor, pues si desde la fuente principal todo está bien, minimiza los tiempos de ejecución en la oficina.

Los colaboradores que accedieron a participar ingresaron a la página <http://elearning.nuestrodiario.net.>, para crear su usuario y contraseña, proceso que se gestionó a través del grupo Plataforma Capacitación, donde se les dio indicaciones para que conocieran la herramienta virtual.

Asimismo se desarrollaron puntos básicos para el desarrollo de la misma, entre los que se realizó llamadas telefónicas, intercambio de mensajería instantánea.

Acciones: Se presentó la plataforma digital, con la intención de que los colaboradores utilicen esta red virtual para ser capacitados a distancia, explotando al máximo el internet, a través del grupo de whatsapp.

Documentación grafica

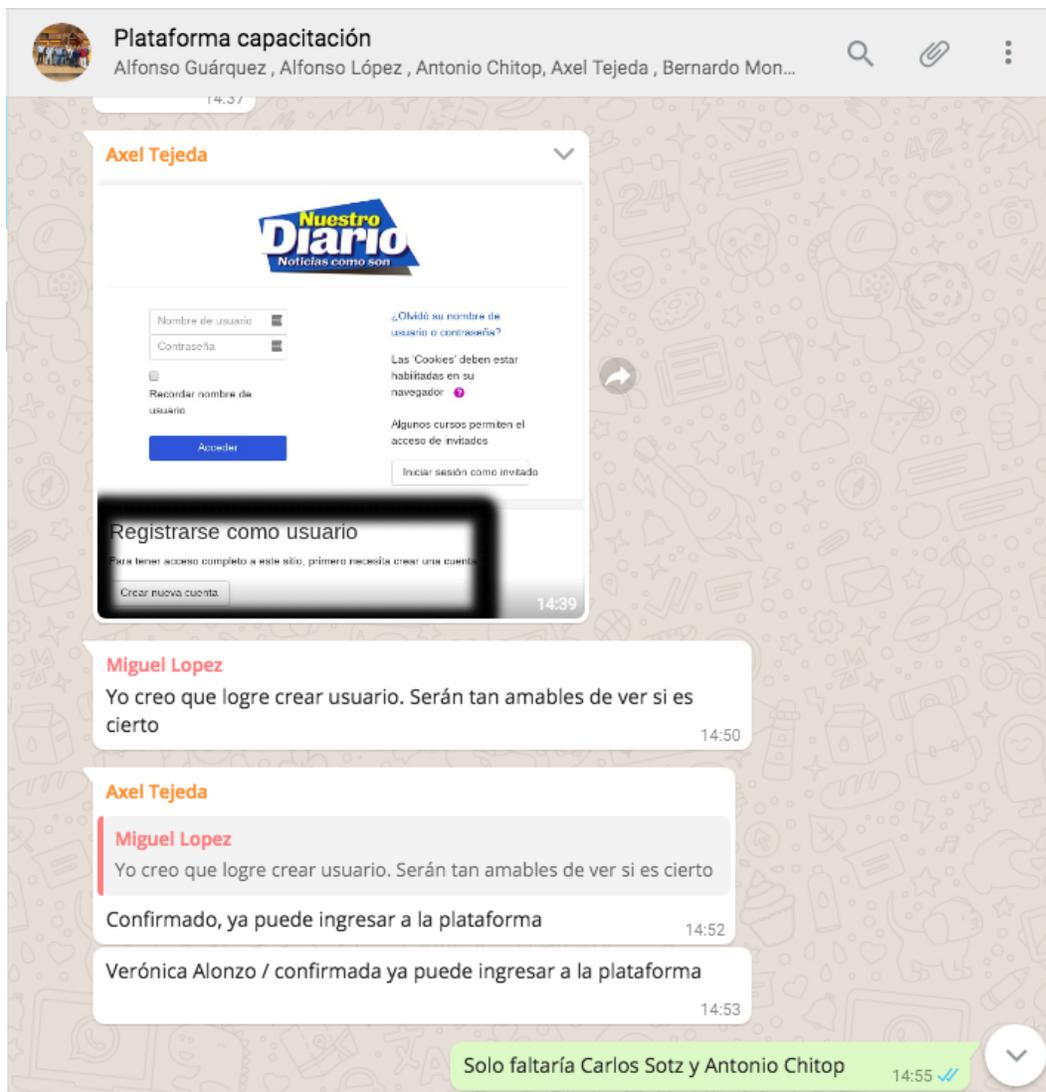


Imagen 1: Este grupo sirvió para informar e instruir a los participantes, sobre los pasos que debían realizar para asignarse al curso, resolver dudas para crear su usuario.

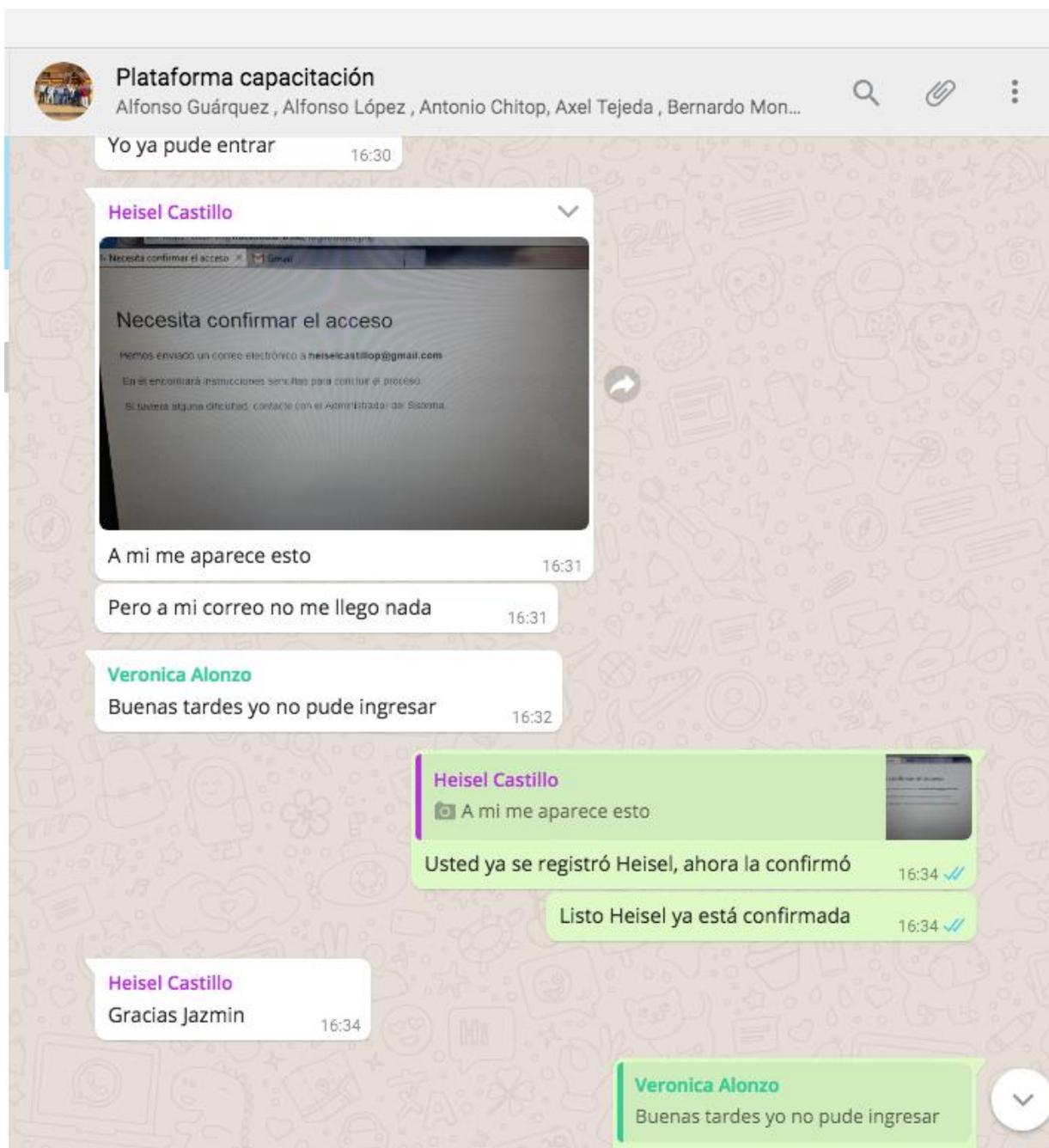


Imagen 2: En el mismo se resolvieron dudas sobre las dificultades técnicas e informativas que enfrentaba cada uno de los integrantes, así como para confirmar que el departamento de informática los aceptara y registrara en el curso.

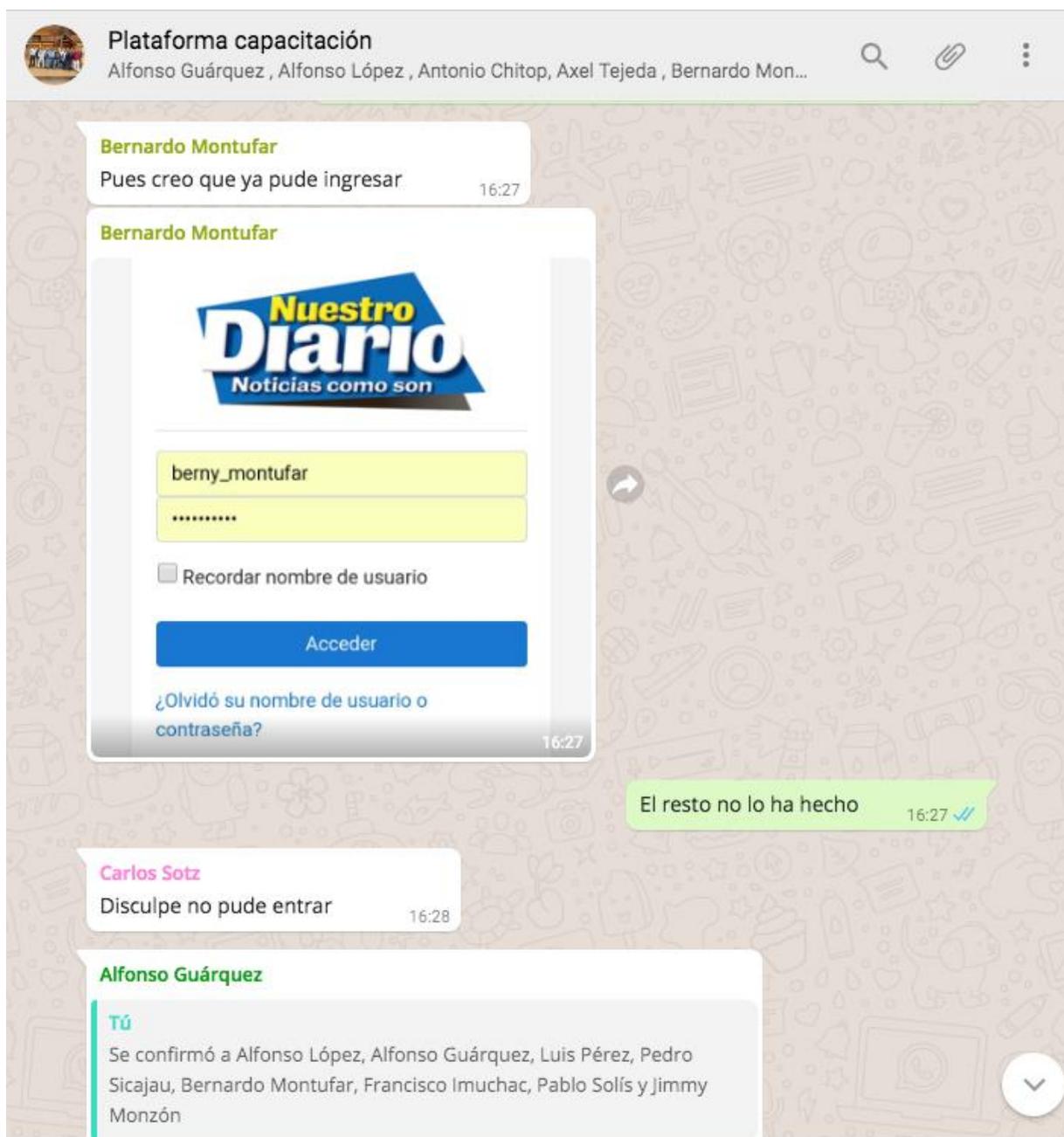


Imagen 3: Esta vía de comunicación también sirvió para documentar y demostrar que cada uno de los miembros ya había logrado crear su propio usuario, asimismo para identificar quienes aún faltaban que se registraran.

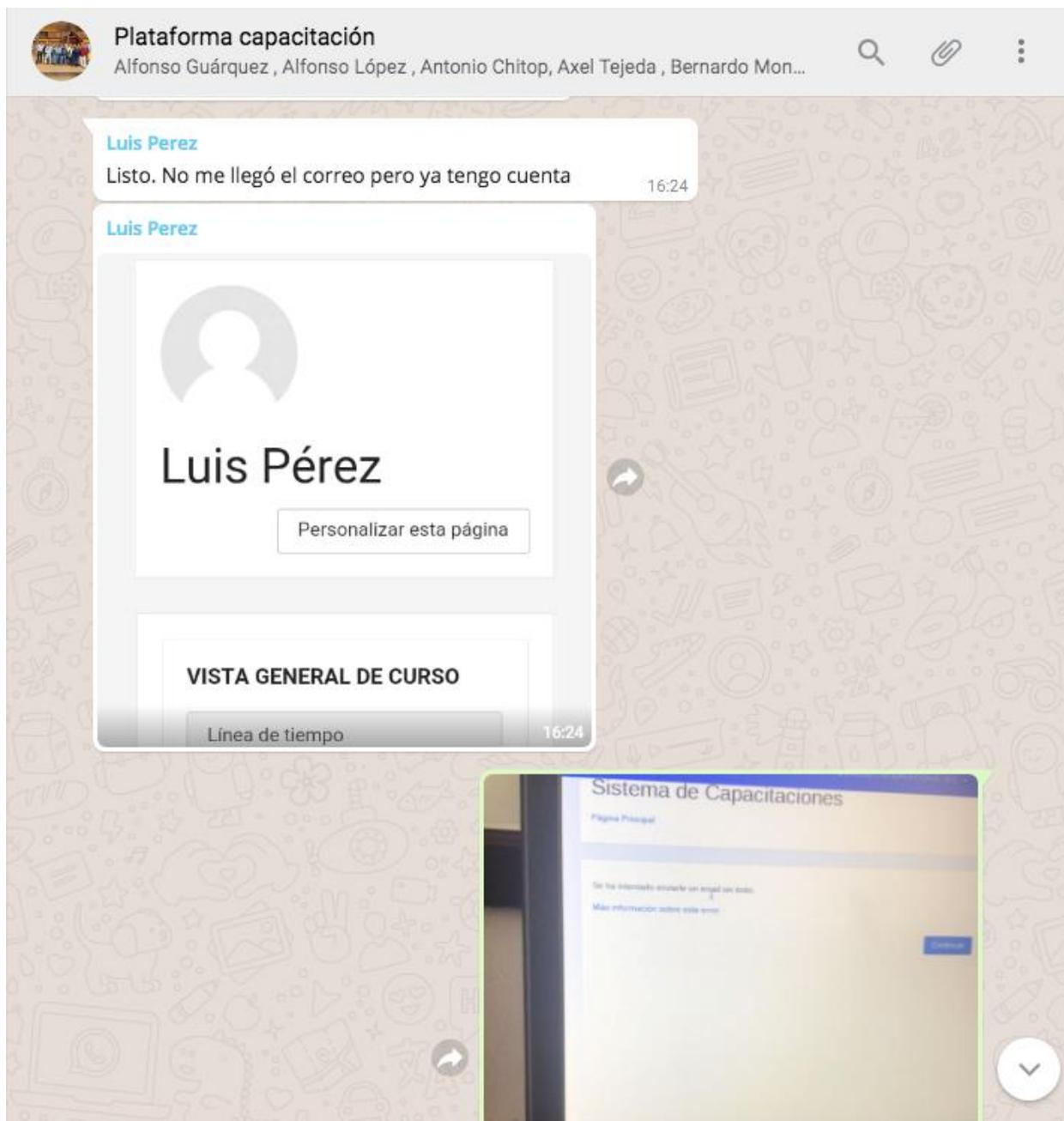


Imagen 4: En esta imagen se descubrió alguno de los errores que presentaba la plataforma, como la falta del correo de confirmación. Se trabajó por varios días para lograr que todos los participantes pudieran ingresar al sistema sin ninguna dificultad.

Seleccionar	Nombre / Apellido(s)	Dirección de correo	Roles	Grupos	Último acceso al curso	Estatus
<input type="checkbox"/>	Alfonso López	alfonso28lopez@gmail.com	Estudiante	No hay grupos	2 horas 21 minutos	Activo
<input type="checkbox"/>	Alfonso Guárquez Ajquichí	alfonsoquequez2010@gmail.com	Estudiante	No hay grupos	Nunca	Activo
<input type="checkbox"/>	Axel Tejeda	atejeda@nuestrodiario.com.gt	Profesor	No hay grupos	2 horas 50 minutos	Activo
<input type="checkbox"/>	Bernardo Montúfar	bam770@hotmail.com	Estudiante	No hay grupos	1 hora 5 minutos	Activo
<input type="checkbox"/>	Carlos Odilio Sotz Tuxtuc	carlos.sotz@gmail.com	Estudiante	No hay grupos	1 hora 19 minutos	Activo
<input type="checkbox"/>	Francisco Imuchac Velásquez	Franciscoimuchac@gmail.com	Estudiante	No hay grupos	59 minutos 8 segundos	Activo
<input type="checkbox"/>	Haisel Arlette Castillo Palencia	haiselcastillo@gmail.com	Estudiante	No hay grupos	44 minutos 43 segundos	Activo
<input type="checkbox"/>	Jazmin Ortiz	jazmin.ortiz@nuestrodiario.com.gt	Profesor	No hay grupos	ahora	Activo
<input type="checkbox"/>	Jimmy Monzon Mota	Internetjoyaba@gmail.com	Estudiante	No hay grupos	Nunca	Activo
<input type="checkbox"/>	Leyser Magzul	lmagzul@gmail.com	Estudiante	No hay grupos	Nunca	Activo
<input type="checkbox"/>	Luis Pérez	luisperez22@gmail.com	Estudiante	No hay grupos	Nunca	Activo
<input type="checkbox"/>	Miguel López	miguellopezaco@gmail.com	Estudiante	No hay grupos	26 minutos 45 segundos	Activo
<input type="checkbox"/>	Pablo Haroldo Solís Cárdenas	nuestrodiariosacatepequez@gmail.com	Estudiante	No hay grupos	2 horas 35 minutos	Activo
<input type="checkbox"/>	Pedro Sicañau	nuestrodiario02@yahoo.com	Estudiante	No hay grupos	Nunca	Activo
<input type="checkbox"/>	Roberto Ruiz	robertoruzvillalovos@gmail.com	Estudiante	No hay grupos	Nunca	Activo

Al confirmar que los integrantes estaban inscritos en la página de la plataforma aparecía el nombre de cada uno de ellos y la hora en la cual se registraron. Esta opción del programa permitió tener el control de la participación. Cuando ya estaban en línea se socializo a través de la plataforma para que conocieran sus funciones.

Estrategia 3: Publicación digital de la malla curricular, con temas desglosados para que los colaboradores redacten de una manera correcta, apoyada de vídeos, diapositivas y evaluaciones.

Objetivo comunicacional: Brindar a los colaboradores temas básicos sobre el curso de Redacción de Artículos Generales, esto con la finalidad de que tengan bases para la redacción de nota periodística, a través de la herramienta digital que quedará constituida en la empresa como una plataforma de capacitación virtual.

Descripción: En este proceso se creó una malla curricular (tabla de contenido de material didáctico), la cual establece los temas que serán abordados durante la ejecución del proyecto de EPS.

Diseño Malla Curricular Curso Virtual				
Taller: Redacción Periodística Básica		Grupo Meta: Colaboradores Nuestro Diario de la región Centro Occidente 1 y 2.		
Metodología: A distancia, plataforma Moodle.				
Facilitador del curso: Jazmin Fabiola Ortiz Cardona				
Fecha	Contenido	Logros	Actividad Metodológica	Interacción aproximada
Semana 1 Del 30 de julio al 03 de agosto	1. Puntuación. 1.1 Signos de Puntuación y acentuación 1.2 El lenguaje escrito 1.3 Usos verbales, el adjetivo y el adverbio	Escribir textos con un mejor orden de ideas y jerarquizarlas según su importancia, obteniendo así una mejor sintaxis.	Explicación de los temas a través de una presentación power point. Video explicativo con ejemplos Una evaluación interactiva de opción múltiple.	1 Hora Lic. Elías Tarano
Semana 2 Del 06 al 10 de agosto	2. Proceso de escritura 2.1 La redacción, su definición. Elementos de redacción: Fondo y forma 2.2 Qué es el estilo. Estilo directo. Corrección de estilo. Estilo y Ética 2.3 Organización y creación del texto. De la idea a la palabra	Conocer el proceso correcto de la creación de textos, de la idea a la palabra escrita.	Explicación de los temas a través de una presentación power point. Video explicativo con ejemplos Una evaluación interactiva de opción múltiple.	1 Hora Lic. Carlos Tarano (Editor Junior)
Semana 3 Del 10 al 13 de agosto	3. Estructura de una nota periodista 3.1 Elementos de una nota periodística 3.2 Análisis de notas periodistas de Guatemala	Identificar los elementos que conforma una nota periodística. Analizar los errores comunes de las notas periodísticas en los medios de comunicación impresos de Guatemala.	Explicación de los temas a través de una presentación power point. Video explicativo con ejemplos. Una evaluación interactiva de opción múltiple.	1 Hora Magister Jorge Mario García (Editor en Jefe)
Semana 4 Del 20 al 24 de agosto	4. Redacción Periodística 4.1 Estilo de redacción en los Géneros Periodísticos 4.2 Brevedad de la noticia 4.3 Redacción de la entrevista	Mejorar la redacción de los textos periodísticos, obteniendo notas y entrevistas precisas y concretas.	Explicación de los temas a través de una presentación power point. Video explicativo con ejemplos Una evaluación interactiva de opción múltiple.	1 Hora Lic. Carlos Castañaza (Editor de Nacionales)

Fuente: elaboración propia 2018

Acciones: La plataforma de capacitación elearning.nuestrodiario.net, se trabajó a través de vídeos, el primer material audiovisual que se presentó se trata sobre el trabajo que realizan los redactores en la sala de redacción con el material que elaboran los colaboradores, esto como introducción para que comprendan los pasos que se desarrollan para llegar hasta el producto final que es la impresión de los once regionales y metro, de Nuestro Diario, con ello, se pretende que los participantes comprendan la labor que se realiza día con día y lo que facilitaría que ellos enviaran su material completo.

En este punto se grabaron vídeos de cinco minutos sobre el desarrollo de los temas, esto por unidades, es decir que cada unidad se dividió entre tres a cuatro subtemas. La primera clase magistral fue impartida por el Erick Esteban Cabrera, redactor y corrector, de Nuestro Diario, abordando los temas de la Puntuación, con los subtemas de Signos de Puntuación, el Lenguaje Escrito; y los Usos Verbales del adjetivo y el adverbio.

La segunda unidad fue explicada y grabada por el editor junior, de Nuestro Diario, Carlos Tarano, quien abarcó los Procesos de Escritura, basándose en las ramas de la redacción, los elementos y formas; el estilo y la organización y creación del texto

La tercer unidad: Estructura de una nota periodística fue explicada por el Editor de Nacionales, de Nuestro Diario, Carlos Castañaza, quien hablo sobre la los elementos de una nota periodística y el análisis delas notas guatemaltecas.

La última explicación fue impartida por el editor en jefe de regionales, de Nuestro Diario, Jorge Mario García, quien abordó la Redacción Periodística, Los Géneros Periodísticos, la brevedad de la noticia y la redacción de la entrevista como tal. Cada una de las unidades fue calificada a través de evaluaciones cortas, para verificar el avance que han presentado los colaboradores, por último se les realizó un examen final, que incluyó todos los temas impartidos a través de las clases magistrales y las diapositivas.

Documentación fotográfica

La plataforma cuenta con un sistema de mensajería instantánea, a través de la cual se puede supervisar la última conexión del interlocutor

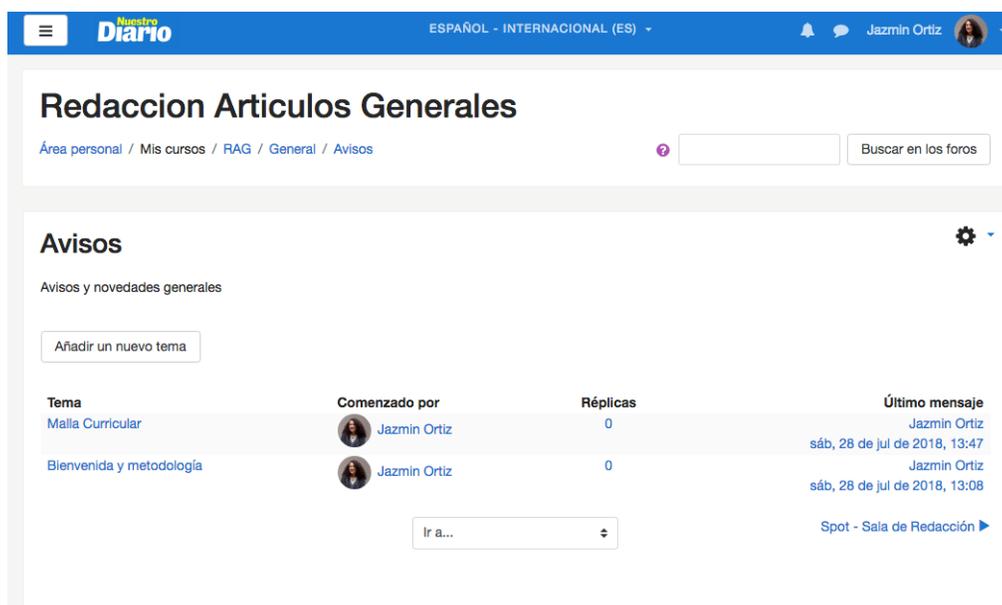


Imagen 1: Al momento de crear el curso se denominó Redacción de Artículos Generales, el cual se dividió por unidades para facilitar la absorción del aprendizaje. En el área de avisos se subió la bienvenida al taller, la metodología y la malla curricular

ESPañOL - INTERNACIONAL (ES) Jazmin Ortiz

Redaccion Articulos Generales

Área personal / Mis cursos / RAG / General / Avisos / Bienvenida y metodología

Avisos

Bienvenida y metodología

Malla Curricular ▶

Mostrar respuestas anidadas ⇅ Mover este tema a... ⇅ Mover Fijar

Bienvenida y metodología
de Jazmin Ortiz - sábado, 28 de julio de 2018, 13:08

Buenos días compañeros, la creación de esta plataforma esta diseñada para la formación a distancia de los colaboradores que laboran en Nuestro Diario, como primer paso se trabajará únicamente con los colegas de Centro Occidente I y II (ustedes), con la finalidad de ir conociendo la aceptación, facilidad y ejecución del proyecto.

Nuestro Diario, día a día busca crecer, desarrollar y brindarle a los lectores la mejor información, por ello se preocupa por el crecimiento profesional de sus colaboradores.

Se trabajará con la plataforma de Moodle, más conocida como e-learning, que es un sistema de formación cuya característica principal es que se realiza a través de internet o de la red.

La idea es crear formación a distancia, con la enseñanza virtual, o formación online...

Aunque todos ellos tienen variaciones, la mayor parte de las veces nos estamos refiriendo a lo mismo: formar a trabajadores, estudiantes y profesionales utilizando la tecnología.

Imagen 2: Esta fotografía muestra parte del mensaje de bienvenida que se compartió con los compañeros, con la finalidad de que conocieran la importancia de este curso y las fases en las que se trabajarían; asimismo detalla quienes serían los encargados de impartir los cursos.



Imagen 3: El proyecto se dividió en unidades, cada una fue identificada con número según la importancia y el tema a trabajar. En el tema 0: se cargó un spot sobre el trabajo que se realiza en la sala de redacción, desde el cotejo de la información que los colaboradores envían a la plataforma, su planificación, redacción, producción, post producción, el diseño de las páginas, la corrección y las revisiones que debe pasar.



Imagen 4: Con este video, los participantes conocieron cada uno de los pasos que se realizan en cada uno de los regionales, para que el producto final llegue a los lectores.

Redaccion Articulos Generales

Área personal / Mis cursos / RAG / Tema 0: Labor oficina de redacción / Opiniones

Opiniones

En el siguiente espacio deberán redactar un artículo de 2 cuartillas (40 líneas), sobre lo que observaron en el video, desde el trabajo que realizan ustedes hasta la impresión, si conocían los pasos que se ejecutan en la sala de redacción o las dudas que este video les genera.

Sumario de calificaciones

Participantes	17
Enviados	0
Pendientes por calificar	0
Fecha de entrega	domingo, 5 de agosto de 2018, 11:55
Tiempo restante	4 días 14 horas

Ver/Calificar todas las entregas Calificación

◀ Spot - Sala de Redacción Ir a... Cuestionario 1 ▶

Imagen 5: Cada una de las unidades tenía una tarea, la cual tenía que ser completada, para poder continuar al siguiente nivel, los integrantes debían trabajar en Word y adjuntar el archivo para que pudiera ser evaluada desde la coordinación, cada cometido, era evaluado en escala del 1 al 10.

Redaccion Articulos Generales

Área personal / Mis cursos / RAG / Tema 1: Puntuación / Primer Entrega

Primer Entrega



Esta clase es presentada por el Licenciado en Ciencias de la Comunicación Erick Cabrera, redactor/editor de Nuestro Diario.

Subido 2/08/2018 17:03

Imagen 6: El tema 1: La puntuación fue impartida por el redactor-editor de Nuestro Diario, Erick Cabrera, quien desarrolló la unidad en cuatro fases.



Imagen 7: El tema 2: Proceso de escritura, fue explicado por el editor de nacionales, Carlos Castañaza, quien se respaldó con diapositivas sobre la implementación en las actividades diarias. Con los ejemplares de los regionales se apoyó para ejemplificar cada uno de los subtemas explicados.



Imagen 7: El tema 3: Estructura de una nota periodística fue explicado por el editor junior, Carlos Tarano, quien profundizó el tema y lo aplicó a la redacción de las notas que se elaboran día con día en la sala de redacción.

Redaccion Articulos Generales

[Área personal](#) / [Mis cursos](#) / [RAG](#) / [Tema 4: Redacción Periodística](#) / [Redacción Periodística](#)

Redacción Periodística



La Redacción Periodística - parte 1

El tema 4: Redacción Periodística estuvo a cargo del jefe del área de Regionales, Jorge M. García, fue el último tema que se amplió, él diariamente revisa más de 45 páginas de redacción, por lo que su trayectoria lo hacen idóneo para esta explicación.

CONCLUSIONES

La ejecución del Plan de Comunicación del Ejercicio Práctico Supervisado de Licenciatura, en el departamento de Regionales de Nuestro Diario, permitió aplicar en campo habilidades, conocimientos adquiridos en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, así como las estrategias propuestas bajo supervisión del asesor del EPS.

La idea de esta empresa es que el recurso humano se mantenga en constante actualización y autoformación para garantizar que su trabajo vaya de la mano con los avances tecnológicos.

En este punto la creación de mecanismos que puedan ayudar a los participantes a manipular desde sus móviles, computadoras o cualquier aparato de tecnología será de gran ayuda y beneficio, sobre todo si aporta de gran manera al desarrollo de la labor periodística que desarrollan diariamente.

La capacitación para los profesionales, en cualquier campo o tema, siempre será de utilidad. No importa la edad o la experiencia, refrescar temas o maneras de trabajar nunca estará demás y será enriquecedor, más ahora que la tecnología es cambiante en el campo de la comunicación que es donde nosotros trabajamos. Jamás se deja de aprender, por ello es de suma importancia crear las herramientas digitales necesarias para los empleados y fomentar el crecimiento profesional, tanto personal como para esta empresa.

Es importante recordarles a los colaboradores los inicios de esta profesión, sobre todo porque con el día a día, se escapan detalles, pues la costumbre los ha orillado a desarrollar malos hábitos en la redacción de la información, haciendo que esta incluso le falten datos básicos que deben llevar. Es indispensable recordarles los principios básicos de un periodista y la labor esencial que este desarrolla, lo cual quedó plasmado en este proyecto de EPS, el cual será más que funcional para la empresa, ya que deben aprovechar esta herramienta para mantenerlos en constante capacitación.

El mantener comunicación constante como equipo de trabajo es fundamental, sobre todo en la labor noticiosa, para garantizar el flujo de información entre los miembros del grupo. Pese a que deben ser de uso complementario, las aplicaciones de mensajería instantánea son eficaces para dar a conocer información textual, gráfica y auditiva de forma inmediata, tanto para el quehacer diario, como para el intercambio de ideas, que pueden ser de tipo formativo y evaluativo.

Esta plataforma de capacitación digital abrió una puerta de aprendizaje, la cual llegará hasta los hogares de los colaboradores, ya que se puede crear contenido propio que los participantes pueden verificar desde su móvil o cualquier dispositivo. Con esta herramienta.

El material didáctico desarrollado para este proyecto, fue interno, pues fue elaborado por los jefes, editores y redactores de la institución, lo que le da un plus al material didáctico, pues son ellos quienes diariamente tienen comunicación directa con los colaboradores, y conocen de primera mano, las fallas, falencias y debilidades que carece cada uno de ellos.

Este instrumento digital también sirvió para conocer cómo se debe desarrollar el curso, desde el material audiovisual hasta diapositivas de fácil comprensión para los participantes, ya que la mayoría no tiene conocimientos sobre el periodismo, pues son profesores, administradores o se graduaron de otra profesión (son empíricos), entonces con esto se les guía para que refuercen esta área técnica.

Las evaluaciones registradas por los colaboradores, muestra los aciertos y desaciertos que tienen, asimismo se detectó cuáles son las debilidades que podemos tomar como oportunidades para reforzarlos en esas etapas, sobre todo si es digital.

La autoevaluación son prácticas que deben ser propiciadas por quienes desempeñan cargos editoriales, en este caso la epesista. La fase de práctica supervisada fue un espacio propicio para realizar dicha acción.

RECOMENDACIONES

Luego del diagnóstico y del proceso de comunicación que del proyecto que se ejecutó en la Sección de Regionales, de Centro Occidente I y II, de Nuestro Diario, se recomienda:

Continuar capacitando a los colaboradores a través de la herramienta digital, elaborando videos con los pasos que deben ejecutar y transmitirse los a través de mensajería instantánea.

Es importante motivar a los colaboradores para que mantengan esa disposición de aprendizaje, crear dinámicas que ayuden a mejorar los procesos, aprovechando los recursos de formación que están al alcance.

Los cursos deben ser impartidos y dirigidos por el personal interno de la sala de redacción, ya que son ellos quienes conocen las debilidades o problemas que se desarrollan en la práctica.

Es importante aprovechar los recursos tecnológicos con los que se cuentan, desde el equipo técnico hasta el humano. Asimismo se debe fomentar la búsqueda de espacios y mecanismos que ayuden a los colaboradores en el crecimiento personal y profesional.

Es importante que la capacitación sea constante o por lo menos en un tiempo regular no mayor a los tres meses, para que los aprendices absorban toda la información posible. El seguimiento a su redacción y material fotográfico nos reflejará cuánto ha mejorado y cuánto aprendió de su capacitación didáctica en este lapso.

Pese a contar con esta herramienta digital, siempre es importante fomentar la interacción personal, o el cara a cara, por lo que se recomienda a la jefatura crear una reunión por lo menos una vez al año, para que se relaciones, se intercambien opiniones y otras sugerencias.

Glosario

Acontecimiento: Hecho o suceso con importancia.

Actualidad: Cosa o suceso que atrae y ocupa la atención de la mayoría de la gente en un momento dado.

Ciberespacio: nuevo medio de comunicación que surge de la interconexión mundial de los sistemas de datos. Incluye la infraestructura material de la información digital y el universo de informaciones que contiene.

Código Conjunto limitado y arbitrario de símbolos que organizados permiten la producción de mensajes. Hay códigos lingüísticos como la lengua oral y escrita y códigos no lingüísticos, como las señales, los gestos, los dibujos.

Comunidad virtual: en términos de Howard Rheingold, comunidad virtual es "una agregación social que emerge de la red cuando un número suficiente de personas entablan discusiones públicas durante un tiempo lo suficientemente largo, con suficiente sentimiento humano, para formar redes de relaciones personales en el ciberespacio".

Contexto. Factor determinante para comprender el significado de un texto o enunciado. El contexto se refiere a los rasgos relevantes de la situación comunicativa. El contexto cognitivo refleja la experiencia acumulada y estructurada por los sujetos, el contexto cultural a las visiones del mundo compartidas por los participantes en el acto social comunicativo.

Corrector: Persona que tiene por oficio corregir las faltas de ortografía y redacción de un texto antes de su impresión definitiva.

Correo electrónico: es una herramienta telemática es decir, aquella herramienta basada en un conjunto de técnicas y servicios que combinan las telecomunicaciones y la informática y que se constituye en el correo del Tercer Milenio.

Diseñador: Persona que diseña, en especial si se dedica a ello profesionalmente.

Editor: Persona que prepara un texto para publicarlo, como el encargado en una editorial, y el que compila textos y los reúne en una obra.

Estructuras textuales Se refiere a las características específicas a partir de las cuales se organizan los diversos tipos de texto de acuerdo con la intención de los mismos. En este sentido hablamos de textos con estructura narrativa, descriptiva, expositiva, o argumentativa.

Hemeroteca Recopilación de materiales periodísticos organizados según los criterios y fines establecidos previamente.

Hipertexto: lenguaje de programación que permite establecer vínculos entre diferentes bloques de información y moverse rápidamente entre ellos.

Hipervínculo: Pasaje de una página Web que remite a otro bloque de información.

Internet: Significa interconneted networks, es decir: redes interconectadas.

Interactividad: Se utiliza para referirnos a la relación de participación entre los usuarios y los sistemas informáticos, es un proceso de comunicación entre humanos y computadoras; Rost se refiere a ella como la capacidad de las computadoras por responder a los requerimientos de los usuarios.

Lengua Sistema de signos y reglas combinatorias estables de aprobación social al que el usuario recurre para comunicarse. Es una abstracción que se realiza en el habla.

La lengua oficial es la lengua que se habla y escribe en un determinado estado nacional y que está impuesta por la organización administrativa y por la vida cultural.

Léxico Conjunto de palabras que integran el vocabulario de una lengua. También puede aplicarse en relación. A un texto o a una persona para designar el vocabulario que le es propio, que usa más frecuentemente.

Mensajería instantánea: Forma de comunicación en tiempo real entre dos o más personas basada en textos enviados a través de dispositivos conectados a redes de internet o datos móviles, sin importar la distancia entre los destinatarios conectados.

Moodle: Es una herramienta de gestión de aprendizaje, de Learning Content Management, de distribución libre. Está concebida para ayudar a los educadores a crear comunidades de aprendizaje en línea. Esta aplicación esta creada para la educación a distancia, clases invertidas y diversos proyectos de e-learning en escuelas, universidades, oficinas y otros sectores.

Multimedia: Hace referencia a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión físicos o digitales para presentar o comunicar información.

Plan de comunicación: Es la base que permite practicar una comunicación institucional profesional. Como la comunicación es una labor que aborda multitud de actividades, que se dirige a numerosos tipos de públicos y puede tener desde uno hasta múltiples objetivos, es fundamental organizarla y llevarla a la práctica con un marco de referencia claro: el Plan de Comunicación.

Plataforma digital: Es un lugar de Internet que sirve para almacenar diferentes tipos de información tanto personal como nivel de negocios. Estas plataformas funcionan con determinados tipos de sistemas operativos y ejecutan programas o aplicaciones con diferentes contenidos.

Planificación: Es el proceso que se sigue para determinar acciones en forma exacta para alcanzar objetivos.

Página Web: Archivo disponible en la World Wide Web o que tiene el formato necesario para aparecer en ella. Visualmente se muestra en la pantalla del ordenador como si fuera una página.

Regionales: Departamento noticioso de Nuestro Diario que se encarga de elaborar las 12 ediciones de noticias departamentales, segmentadas por ubicación geográfica.

Reportero/redactor: Persona que elabora y redacta reportajes. Suele estar en el lugar de los hechos para transmitir una versión verídica de los hechos.

Red social: Medio de comunicación social que permite establecer contacto con otras personas por medio de la web o aplicaciones móviles conectadas a internet.

Usos lingüísticos. Diversidad en la utilización de la lengua por una comunidad de hablantes de acuerdo con sus características particulares en cuanto a edad, origen geográfico, profesión, nivel social y cultural. El uso lingüístico está determinado por la situación comunicativa, el entorno sociocultural en el cual se realice la comunicación.

Bibliografía

- Chután, S. (2016). Plan de comunicación para el mejoramiento de las competencias redaccionales del equipo de colaboradores de las regiones de las regiones de Oriente y Sur Oriente de Nuestro Diario. EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.

- Arita, M. (2016). Estrategia comunicacional para el fortalecimiento interno de la estructura de las notas y coordinación de especiales para la sección de deportes de regionales de Nuestro Diario. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.

-Gerencia de Recursos Humanos Diarios Modernos, S.A. (2014). Documento de inducción, Nuestra Empresa, Guatemala: Nuestro Diario. 20 pp.

E-grafía

- <https://moodle.org/mod/forum/discuss.php>
- <http://elearning.nuestrodiario.net/login/index.php>
- <http://redactor.nuestrodiario.com>

ANEXOS

Transcripción de las entrevistas

Entrevistado:	Lic. Abner Guoz
Puesto:	Jefe de Redacción
Tema:	Situación actual del envío de material informativo por parte de los colaboradores.
Fecha:	22 de enero de 2018
Hora programada:	9:30 am

1.- ¿Considera que los procesos digitales son funcionales? Sí, no, explique porqué.

Son funcionales, pero deben ser actualizados en la medida que las cosas vayan cambiando. Resulta ser que nada en una Redacción es estático, todo es cambiante y dinámico. Los procesos digitales no son ajenos a esta verdad razón por la que deben ser revisados constantemente y actualizados en función de las necesidades.

2.- ¿Cree que los colaboradores presentan problemas al enviar el material a través de la plataforma?

Si, y esto se debe a la poca instrucción académica que poseen además de las limitaciones tecnológicas. Un buen plan de instrucción y permanente puede aliviar en parte este problema.

3.- ¿Explique cuáles son las falencias más recurrentes que presentan los colaboradores al enviar el material a través de la plataforma interna?

Falta de un plan de datos adecuado. Largas distancias entre el lugar del hecho que cubren y el punto más cercano de transmisión de notas y fotografías.

4.- ¿Cree que estas dificultades son recurrentes?

Si, son recurrentes y el cambio no se da pues muchas veces se les tolera la dilación.

5.- ¿Cree que se disponen de suficientes mecanismos de comunicación?

Sus medios de comunicación no son los más adecuados. La tecnología avanza rápidamente. Deberían renovar equipos al menos dos veces en un lustro.

6.- ¿Podría mejorar el envío de notas por parte de los colaboradores?

Debería mejorar. Hay que crear las condiciones externas de su trabajo.

7.- ¿Es necesario crear otra herramienta alterna para el envío de material informativo, para que utilicen los colaboradores que están a prueba?

No creo que sea necesario. Al ser confirmados debería utilizar la oficial y eso ya crearía confusión desde el inicio.

8.- ¿Ha considerado una herramienta alterna para el envío del material?

TI de Diarios Modernos ya trabaja en ello.

9.- ¿Cuál cree que es la mejor alternativa para que los corresponsales envíen el material, correo electrónico, whatsapp, google docs, we transfer? explique porque.

La alternativa debe ser la plataforma del diario. Las herramientas mencionadas deben ser un plan B y usadas excepcionalmente.

10.- ¿Los colaboradores deberían de recibir capacitación constante?

Los colaboradores, redactores, editores y todos los involucrados.

Entrevistado:	Ing. William Maas
Puesto:	Gerente de TI
Tema:	Situación actual del envío de material informativo por parte de los colaboradores.
Fecha:	23 de enero de 2018
Hora programada:	6:30 pm

1.- ¿Considera que los procesos digitales son funcionales?

Si, son funcionales. Los procesos digitales se diseñan para ser automáticos, lógicos, secuenciales y seguros. Pero a pesar de ser lo más adaptables posibles al entorno, capacidad y diversidad de los diferentes dispositivos que existen, siempre se dependerá de la capacidad y conocimiento que la persona que interactuó con ellos para lograr ser 100% exitosos.

2.- ¿Cree que los colaboradores presentan problemas al enviar el material a través de la plataforma?

Si, existen diversas condiciones que determinan la eficiencia para enviar material a través de la plataforma digital. Ellos deben de considerar todas las variables de ambiente y condiciones en las que transmite para poder determinar si su transmisión será exitosa o no.

3.- ¿Cuáles son las falencias más recurrentes que presentan los colaboradores al enviar el material a través de la plataforma interna?

La principal falencia es el conocimiento y explotación de los recursos y opciones que tiene la plataforma digital. Muchos de ellos a pesar de contar con una tecnología aceptable para poder interactuar de forma adecuada, carecen de conocimientos técnicos/operativos para lograr hacer eficiente su trabajo.

4.- ¿Cree que estas dificultades son recurrentes?

Si, son recurrentes, muchas de ellas a diario se pueden presentar. Aun y cuando muchas de las dificultades son externas a la misma plataforma también existe la posibilidad de que el colaborador crea que el error es de la plataforma cuando realmente tiene problemas de conexión o su disponibilidad de saldo en su cuenta de internet es mínimo.

5.- ¿Cree que se disponen de suficientes mecanismos de comunicación?

Si, lo que no existen son los procesos adecuados, las derivaciones de responsabilidades y los parámetros de medición de la calidad y cantidad de conocimientos mínimos necesarios que necesitan los colaboradores para realizar su trabajo. La mayoría de personas ha aprendido de manera “empírica” (conocimiento informal, muchas veces realizado por “prueba y error” o por conocimientos transmitidos por algunos de sus compañeros. Adicionalmente la empresa tampoco ha desarrollado un mecanismo formal de capacitación para los colaboradores y sus esfuerzos son escasos y divergentes.

6.- ¿Podría mejorar el envío de notas por parte de los colaboradores?

Si se pudiera desarrollar un proyecto para evaluar y entender las necesidades de conocimiento técnicos, de proceso los colaboradores seríamos capaces de orientar nuestros

esfuerzos de capacitación y mejoras tecnológicas a aquellas necesidades puntuales y ello conllevaría a que los colaboradores a realizar un trabajo más eficiente.

7.- ¿Es necesario crear otra herramienta alterna para el envío de material informativo, para los colaboradores que están en periodo de prueba?

Sí, es necesario poder alinear los esfuerzos con las necesidades y el conocimiento, nos proveerá de un mejor panorama para orientar nuestros esfuerzos y cambios hacia un mejor rendimiento de lo actual, ya que ellos no cuentan con acceso a la plataforma.

8.- ¿Ha considerado una herramienta alterna para el envío del material, que facilite el trabajo de los nuevos colaboradores?

No, hay muchas herramientas que nos pueden ayudar a gestionar el material de los colaboradores para que tengan el control, manejo y registro del trabajo que realizan. La idea es que envíen el material de una manera ordenada y automática.

9.- ¿Cuál cree que es la mejor alternativa para que los corresponsales envíen el material, correo electrónico, whatsapp, google docs, we transfer?

We Transfer, ya que les facilitará el envío de material a los nuevos colaboradores y el resto de la compañía, ya que es una herramienta que puede cargar el material sin problemas, además no importa cuánto pesen los archivos.

10.- ¿Los colaboradores deberían de recibir capacitación constante?

Si, el programa de capacitación de los colaboradores debería de ser constante y evolutivo. Hoy en día encontramos cambios tecnológicos cada mes y esas nuevas técnicas es necesario estar actualizando a todos los colaboradores. Aparte podríamos capacitarlos en mejorar la redacción, mejorar sus conocimientos y herramientas para su propia gestión, estrategia, redacción y fotografía.

Entrevistado:	Msc. Jorge Mario García
Puesto:	Jefe de la Sección de Regionales
Tema:	Situación actual del envío de material informativo por parte de los colaboradores.
Fecha:	19 de febrero de 2017
Hora programada:	4:00 pm

1.- ¿Considera que los procesos digitales son funcionales?

Si estos son funcionales, ya que vivimos en una época de cambios, donde todo lo digital hora es práctico, ya que ayudan a que los procesos sean lógicos, técnicos, ordenados, sin embargo estos solo son utilitarios toda vez el ser humano pueda desarrollarlos ya que sin la intervención y el desarrollo de la buena práctica estos lejos de ser funcionales se convierten en un problema y retrasa la labor que se realiza, mientras que la ideas de esto es mejorar la labor interna de una empresa.

2.- ¿Cree que los colaboradores presentan problemas al enviar el material a través de la plataforma?

Si, son variados desde la falta de internet hasta la falta de un aparato adecuado o incluso no conocer bondades que tiene la plataforma.

3.- ¿Cuáles son las falencias más recurrentes que presentan los colaboradores al enviar el material a través de la plataforma interna?

No hacer uso correcto de la plataforma, por ejemplo, no poner pies de fotos, no usar el espacio de titulación, crédito, subtítulo o cajas de datos, o llenar de manera correcta una tabla de alineación, en teoría el mayor problema que reportan los colaboradores es que carecen de conocimientos técnicos ya que no son capacitados de entrada.

4.- ¿Cree que estas dificultades son recurrentes?

Si, diariamente se batalla con estas dificultades, ya que los redactores al revisar el material en horas de la mañana reportan estos problemas como el dilema diario.

5.- ¿Cree que se disponen de suficientes mecanismos de comunicación?

Sí, siempre los hay, la empresa mejora los procesos, con la finalidad de que los colaboradores no se les complique la utilización de la misma, esta tiene mediciones, para evaluar la labor que realizan los cooperantes. Pese a contar con las herramientas adecuadas, el problema que se afronta es que hay trabajadores empíricos y los que tienen estudios universitarios aprenden en el camino.

6.- ¿Podría mejorar el envío de notas por parte de los colaboradores?

Claro que sí, los colaboradores pueden evaluar sus deficiencias y mejorarlas días a día, sin embargo, es un proceso de aprendizaje al cual los debemos acoplar, con la finalidad de que este proceso sea completo sin ninguna deficiencia hasta lograr la excelencia de ser posible.

7.- ¿Es necesario crear otra herramienta alterna para el envío de material informativo, para los colaboradores que están en periodo de prueba?

Si, será una buena opción para que los colaboradores que recién se integran al equipo de Regionales de Nuestro Diario dominen desde el principio los procesos que deben incluir en las notas informativas, asimismo es conveniente mejoras continuas y reforzar estas deficiencias.

8.- ¿Ha considerado una herramienta alterna para el envío del material, que facilite el trabajo de los nuevos colaboradores?

No se había considerado como una opción, pero considero que es necesario que los nuevos elementos también tengan institucionalizada una herramienta que los ayude a realizar su trabajo sin ninguna dificultad.

9.- ¿Cuál cree que es la mejor alternativa para que los corresponsales envíen el material, correo electrónico, whatsapp, google docs, we transfer? explique porqué.

Google Docs y We Transfer, son fáciles de usar, estas herramientas son el 25% más rápida, haciendo el trabajo más eficiente ya que permite conseguir el trabajo en menos tiempo.

10.- ¿Los colaboradores deberían de recibir capacitación constante?

Sí, es necesario, los colaboradores deben ir al ritmo de las nuevas tecnologías, deben estar a la vanguardia, para que los procesos no los dejen atrás, asimismo se deben actualizar para mejorar sus habilidades y que la labor que realicen sean impecable.

Entrevistado:	Licda. Carolina Hernández
Puesto:	Editora de los regionales de Centro Occidente I y II
Tema:	Situación actual del envío de material informativo por parte de los colaboradores
Fecha:	20 de febrero de 2017
Hora programada:	4:00 pm

1.- ¿Considera que los procesos digitales son funcionales?

No del todo, hay que mejorar las opciones, la plataforma debe ser un poco más intuitiva y acoplarse a las condiciones de trabajo de los colaboradores, por ejemplo, no funciona si no hay cierta rapidez de internet, además debería obligar al corresponsal a llenar pie de fotos.

2.- ¿Cree que los colaboradores presentan problemas al enviar el material a través de la plataforma?

Cuando son nuevos en el uso de la plataforma si, debido que no tienen una capacitación formal que les enseñe cuales son los pasos a seguir o no conocen sobre las funciones que tiene la plataforma, asimismo presentan deficiencias técnicas es decir que el proceso muchas veces se les dificulta debido a que no realizan en proceso según los pasos que se requieren.

3.- ¿Cuáles son las falencias más recurrentes que presentan los colaboradores al enviar el material a través de la plataforma interna?

Imágenes sin pies de foto, fotos sin el formato requerido, entre otros.

4.- ¿Cree que estas dificultades son recurrentes?

Si, son recurrentes, el 90 por ciento de los colaboradores tienen deficiencias en su labor diaria, debido a que al momento de revisar el material se cae en cuenta de estas falencias repiten, pese a que se les da indicaciones desde tempranas horas, estas no son atendidas.

5.- ¿Cree que se disponen de suficientes mecanismos de comunicación?

Básicamente el teléfono es el medio por el que más nos comunicamos, pero ayudan mucho los grupos de Whatsaap, el correo electrónico es obsoleto, para mí no es funcional, ya que considero que deben poner más atención a los mecanismos con los que cuentan.

6.- ¿Podría mejorar el envío de notas por parte de los colaboradores?

Si con una plataforma más amigable e interactiva que les recuerde de los procesos que deben realizar.

7.- ¿Es necesario crear otra herramienta alterna para el envío de material informativo, para los colaboradores que están en periodo de prueba?

Sí, es necesario ya que los colaboradores que quieren ser parte del equipo de colaboradores desconoce el proceso que se requiere para poder enviar el material, si se crea una herramienta alterna podemos jugar con su participación, involucramiento y destreza.

8.- ¿Ha considerado una herramienta alterna para el envío del material, que facilite el trabajo de los nuevos colaboradores?

No, hasta el momento no se han evaluado alternativas, pero sería un proceso que ayudaría tanto al redactor como al colaborador, ya que la comunicación entre ambos van de la mano, si el material está completo y cumple los requerimientos, la labor de los redactor también se facilita y agiliza.

9.- ¿Cuál cree que es la mejor alternativa para que los corresponsales envíen el material, correo electrónico, whatsaap, google docs, we transfer?

Cualquiera de las alternativas es buena, lo importante es que los colaboradores no tengan dificultad para trabajar y enviar el material a la redacción central.

10.- ¿Los colaboradores deberían de recibir capacitación constante?

Sí, no solo precisamente cuando el editor y redactor viaja a la localidad, se podrían organizar video conferencias para capacitarlos, hay que aprovechar más la tecnología.

Entrevistado:	Eddy Roma
Puesto:	Redactor del Regional de Centro Occidente I
Tema:	Situación actual del envío de material informativo por parte de los colaboradores.
Fecha:	21 de febrero de 2017
Hora programada:	4:00 pm

1.- ¿Considera que los procesos digitales son funcionales? Sí, no, explique por qué.

Salvo que ocurra alguna caída del sistema o la red atraviese dificultades.

2.- ¿Cree que los colaboradores presentan problemas al enviar el material a través de la plataforma?

Depende del lugar de donde transmitan, o de la condición en que se encuentre su equipo. Los nueve colaboradores de Centro Occidente 1 (cinco de Sacatepéquez y cuatro de Chimaltenango) rara vez tienen inconvenientes.

3.- ¿Explique cuáles son las falencias más recurrentes que presentan los colaboradores al enviar el material a través de la plataforma interna?

En ocasiones olvidan colocar los pies que identifiquen a cada foto, este es un paso muy importante ya que el impreso es más gráfico.

4.- ¿Cree que estas dificultades son recurrentes?

Lo son, pues al revisar el material en plataforma uno se percata de esas falencias, son detalles mínimos como el colocarle el pie a una fotografía, colocarle bien el nombre al sondeo, son debilidades que tienen en el área tecnológica.

5.- ¿Cree que se disponen de suficientes mecanismos de comunicación?

Los hay, el detalle es que los colaboradores no se acoplan a las nuevas tecnologías y de hacerlo se enfocan en aplicaciones o herramientas que no les son útiles para desempeñar de mejor manera su labor, lo ideal sería brindarles una serie de mecanismos para facilitar la comunicación.

6.- ¿Podría mejorar el envío de notas por parte de los colaboradores?

Sí, ellos pueden dedicarle más tiempo a la labor que realizan y verificar que los procesos que han hecho son los correctos y en caso de no ser así, solventarlos previo a que el material sea revisado por los redactores, así no nos veríamos en la necesidad de recalcarles lo que debe o no incluir el material que envían.

7.- ¿Es necesario crear otra herramienta alterna para el envío de material informativo, para los colaboradores que están en periodo de prueba?

Sí, es una buena opción así los compañeros que se integren a esta red de colaboradores mejorarán sus capacidades desde el principio y cuando ya estén incluidos en la plataforma interna no habrán problemas o falencias con las que lidiar diariamente.

8.- ¿Ha considerado una herramienta alterna para el envío del material, que facilite el trabajo de los nuevos colaboradores?

Se recurre al correo electrónico, de ser necesario, pero sería buena opción una herramienta que les facilite la labor o bien que los encamine para que al conocer la plataforma ya estén familiarizados.

9.- ¿Cuál cree que es la mejor alternativa para que los corresponsales envíen el material, correo electrónico, whatsapp, google docs, we transfer? explique porqué.

Correo electrónico. Es el medio más inmediato y de fácil ingreso. WhatsApp facilita la llegada del contenido y datos complementarios, pero no transmite fotos con el peso y tamaño requeridos para publicarse en papel.

10.- ¿Los colaboradores deberían de recibir capacitación constante?

Por lo menos tres veces al año, según los recursos de que disponga el diario. La tecnología se actualiza constantemente.

Modelo de la encuesta

“Diagnóstico de comunicación interna de Diarios Modernos, S.A.”

“Diagnóstico de comunicación interna de Diarios Modernos, S.A.”

Estimado participante:

Reciba un atento saludo de Jazmin Fabiola Ortiz Cardona, estudiante de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Las preguntas que a continuación se le solicita responder son requeridas para obtener información que será incluida en el proyecto de Examen Privado Supervisado para optar al título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Agradecemos su colaboración y tiempo.

Instrucciones: A continuación se le presenta una serie de cuestionantes, respuesta según las alternativas que se le ofrecen.

Datos Generales: Colaboradores de Centro Occidente I (Chimaltenango, Sacatepéquez); y Centro Occidente II (Quiché, Sololá) de Nuestro Diario.

1.- ¿Grado académico que posee en la actualidad?

Primaria _____ Nivel básico _____ Diversificado _____ Universidad _____

2.- ¿Cuánto tiempo lleva laborando para Nuestro Diario?

0-3 _____ 4-7 _____ 8-10 _____

3.- ¿Cuál es el rango de notas que produce al día?

0-1 _____ 2-3 _____ 3-5 _____ 5-8 _____

4.- ¿Utiliza otras herramientas digitales para enviar el material?

WhatsApp _____ Facebook _____ Correo Electrónico _____ Otros _____

5.- ¿Le es complicado utilizar la plataforma?

Si _____ No _____ A veces _____

6.- ¿Aprendería a utilizar otra herramienta para adjuntar el material informativo?

Si _____ No _____ A veces _____

7.- ¿Que herramienta le parece más fácil, a parte de la plataforma interna, para enviar el material correctamente?

Whatsaap _____ Correo electrónico _____ Facebook _____

8.- Dentro de las ramas del periodismo, ¿En qué área se desenvuelve mejor?

Fotografía _____ Redacción _____ Tecnología _____ Todas las anteriores _____

9.- Al enviar el material a la plataforma interna ¿revisa que el contenido este completo y correcto?

Si _____ No _____ A veces _____

10.- ¿Lee sus notas cuando han sido publicadas en el periódico impreso?

Si _____ No _____ A veces _____

Matriz o vaciado de la encuesta

Género de los encuestados

Hombres	Mujeres
13	3

1.- ¿Grado académico que posee?

Primaria	Básicos	Diversificado	Universitario
1	0	7	8

2.- ¿Cuánto tiempo lleva laborando para Nuestro Diario?

Menos de 1 año	De 2 a 5 años	De 6 a 9 años	10 años o más
2	5	5	3

3.- ¿Cuál es la cantidad de notas que produce al día?

1 a 2	3 a 5	5 a 7
8	8	0

4.- ¿Qué otras herramientas digitales ha utilizado para enviar el material?

WhatsAap	Plataforma	Facebook	Correo Electrónico	Todas las anteriores
		0		

5.- ¿Le complica utilizar la plataforma interna de la empresa?

Si	No
5	11

6.- ¿Aprendería a utilizar otra herramienta para adjuntar el material informativo?

Si	No
14	2

7.- ¿Que herramienta le parece más fácil, aparte de la plataforma interna, para enviar el material correctamente?

Correo electrónico	WhatsApp	Facebook
11	5	0

8.- Dentro de las ramas del periodismo, ¿en qué áreas se desenvuelve mejor?

Fotografía	Redacción	Tecnología	Todas las anteriores
8	4	1	3

9.- Al enviar el material en la plataforma interna ¿Revisa que el contenido está completo y correcto?

Si	No
12	4

10.- ¿Lee sus notas cuando han sido publicadas en el periódico impreso?

Si	No	A veces
10	1	4



EPS
LICENCIATURA

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2018



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Jazmin Fabiola Ortiz Cardona
No. Carné y DPI: 200820653 - 1878 49145 2205
Jefe o Encargado (a): Magister Jorge Mario García
Institución o Empresa: Diarios Modernos
Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores.

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Dom.	Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	
1	Del: 03 / Al: 07	Junio	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
2	Del: 10 / Al: 14	Junio	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
3	Del: 17 / Al: 21	Junio	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
4	Del: 24 / Al: 28	Junio	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
5	Del: 01 / Al: 05	Julio	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
6	Del: 08 / Al: 12	Julio	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
7	Del:15 / Al: 19	Julio	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
8	Del:15 / Al: 19	Julio	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
9	Del: 22 / Al: 26	Julio	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
10	Del: 29 / Al: 02	Agosto	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA ACUMULADAS									300 hrs.

(f) 
Jorge Mario Garcia

(f)  Supervisor EPSL 