

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**“Estrategias para fortalecer la comunicación interna en  
Grupo Digital de Guatemala”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**Andrea Celeste Morales Aguilar**

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

### **Representante de Egresados**

M.A. Michael González Bátres

### **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



Guatemala, 09 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: **Andrea Celeste Morales Aguilar** con número de **carne: 200924212 y CUI: 2441878350101**; 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 "**Cuentas**" cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **01 de junio** al **31 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: "**Estrategias para fortalecer la comunicación interna en la empresa Grupo Digital de Guatemala**" entregando el material respectivo, debidamente recibido por nuestra **empresa Grupo Digital de Guatemala**.

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 **empresa Grupo Digital de Guatemala**.

*Atentamente,*

Licda. Kar'a Ixcot  
Encargada de Recursos Humanos



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

# **DEDICATORIAS**

## **A Dios**

Por ser la fortaleza y la luz en mi vida que me brindó sabiduría para poder culminar mi carrera universitaria.

## **A mi madre**

Por inculcarme el valor e importancia de la educación, por su paciencia y apoyo para culminar esta meta académica.

## **A mi padre**

Por su amor, inspiración y transmitirme determinación y lucha constante para lograr los sueños y metas propuestas en la vida.

## **A mis hermanos**

Por el apoyo, solidaridad y motivación para ser un mejor ejemplo cada día.

## **A mis amigos**

Por el cariño, ánimos, tiempo y apoyo brindado en este proceso.

## **A las Autoridades de Grupo Digital de Guatemala**

Por darme la oportunidad y confianza de realizar este trabajo en la empresa brindándome tiempo y accesibilidad en todo momento.

## **AGRADECIMIENTOS**

A la Universidad de San Carlos de Guatemala por ser mi Alma Mater.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación y a mis catedráticos y asesores quienes impartieron sus conocimientos y experiencias que hoy son el pilar de mi educación, en especial a la licenciada Sandra Hernández, por su guía, dirección y disponibilidad para conmigo en todo momento

# ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	I
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	II
<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	III
<b>CAPÍTULO I</b> .....	1
<b>1. DIAGNÓSTICO</b> .....	1
<b>1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO</b> .....	1
<b>1.1.1. Objetivo General</b> .....	1
<b>1.1.2. Objetivos Específicos</b> .....	1
<b>1.2. LA INSTITUCIÓN</b> .....	1
<b>1.2.1. Ubicación Geográfica</b> .....	1
<b>1.2.2. Antecedentes o Historia</b> .....	2
<b>1.2.3. Misión</b> .....	4
<b>1.2.4. Visión</b> .....	4
<b>1.2.5. Público Objetivo</b> .....	4
<b>1.2.6. Organigrama</b> .....	5
<b>1.3. METODOLOGÍA</b> .....	6
<b>1.3.1. Descripción del Método</b> .....	6
<b>1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección</b> .....	7
<b>1.3.3. Cronograma del Diagnóstico</b> .....	8
<b>1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS</b> .....	9
<b>1.4.1. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas</b> .....	9
<b>1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA</b> .....	14
<b>1.5.1. Fortalezas</b> .....	14
<b>1.5.2. Oportunidades</b> .....	14
<b>1.5.3. Debilidades</b> .....	14
<b>1.5.4. Amenazas</b> .....	14
<b>CAPÍTULO II</b> .....	15
<b>2. PLAN DE COMUNICACIÓN</b> .....	15
<b>2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES</b> .....	15
<b>2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN</b> .....	15
<b>2.2.1. Objetivo General</b> .....	15

2.2.2. Objetivos Específicos .....	15
2.3. PÚBLICO OBJETIVO .....	16
2.4. MENSAJE.....	18
2.5. ESTRATEGIAS.....	18
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN .....	19
2.7. CRONOGRAMA DEL PLAN .....	23
<b>CAPITULO III</b> .....	24
<b>3. INFORME DE EJECUCIÓN</b> .....	24
3.1. PROYECTO DESARROLLADO .....	24
3.1.1. Financiamiento.....	24
3.1.2. Presupuesto Invertido.....	25
3.1.3. Beneficiarios.....	26
3.1.4. Recursos Humanos .....	27
3.1.5. Área Geográfica de Acción .....	27
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS .....	28
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	29
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN) .....	30
<b>CONCLUSIONES</b> .....	31
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	32
<b>GLOSARIO DE TÉRMINOS</b> .....	33
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	35
<b>E-GRAFÍAS</b> .....	35
<b>ANEXOS</b> .....	37
<b>TRANSCRIPCIÓN COMPLETA DE LAS ENCUESTAS</b> .....	37
Modelo de la encuesta .....	42
Matriz o vaciado de las encuestas.....	43
<b>FOTOGRAFÍAS</b> .....	46

## **RESUMEN**

**Nombre de la institución:** Grupo Digital de Guatemala

**Nombre del Proyecto:**

**“Estrategias para fortalecer la comunicación interna en  
Grupo Digital de Guatemala”**

### **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

#### **Objetivo General**

Presentar un plan de comunicación estratégico para fortalecer la comunicación interna en Grupo Digital de Guatemala.

#### **Objetivos Específicos**

- Reforzar la comunicación interna para agilizar los procesos de la implementación de pauta.
- Elaboración de guía práctica para la implementación de pauta para ejecutivos de primer ingreso.
- Promover a los ejecutivos de primer ingreso a la consulta de guía práctica para su previo conocimiento a la capacitación.

#### **Sinopsis del proyecto:**

Grupo Digital de Guatemala, es una agencia de publicidad digital que cuenta con diversos proyectos y clientes en diferentes regiones de Latinoamérica.

Se plantearon estrategias de comunicación interna para poder agilizar los procesos de los ejecutivos de cuenta de primer ingreso en la implementación de pauta y generar fluidez en la comunicación y procesos.

## INTRODUCCIÓN

La comunicación interna debe ser dinámica dentro de toda empresa para que exista un flujo adecuado en los departamentos, personal, cliente, etc. Por tal motivo se elaboró un diagnóstico comunicacional en la empresa Grupo Digital de Guatemala acerca de la implementación de pauta para ejecutivos de nuevo ingreso.

Se plantearon estrategias de comunicación interna para la agilización de procesos en la implementación de pauta, para la cual se implementó una guía práctica como parte de las estrategias.

Se realizó una capacitación donde se refuerzan estos temas y tengan esta inducción para los ejecutivos de nuevo ingreso, la capacitación fue interactiva donde todos los participantes interactuaron con preguntas y dudas.

Estas acciones permitieron conocer la herramienta de apoyo para los ejecutivos de cuenta en su función diaria de la implementación de pauta, documento de consulta para sus procesos internos los cuales fueron reforzados y a su vez se utilice para el nuevo personal.

## JUSTIFICACIÓN

Para lograr la agilización de procesos de implementación de pauta se realizó un plan de comunicación interna que permitió transmitir el proceso como parte de la estrategia brindando un refuerzo para los ejecutivos de cuenta actuales y el nuevo personal de ejecutivos de cuentas para fomentar el trabajo autodidacta y lograr la fluidez en el proceso de comunicación interna.

Al trabajar la guía práctica se identificó la importancia de reforzar los procesos para la implementación de pauta y a su vez que el personal de nuevo ingreso se pueda guiar y ejecutar de manera correcta una parte importante de sus atribuciones.

Ejercer las acciones de comunicación interna produjo beneficios relacionados con la capacidad de realizar una gestión más eficiente ya que permitió dar a conocer al equipo de ejecutivos un documento oficial y consolidado para su consulta.

# **CAPÍTULO I**

## **1. DIAGNÓSTICO**

### **1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**

#### **1.1.1. Objetivo General**

Elaborar un diagnóstico comunicacional interno de la empresa Grupo digital de Guatemala.

#### **1.1.2. Objetivos Específicos**

- Determinar los canales de comunicación interna en la empresa Grupo digital de Guatemala.
- Analizar las plataformas digitales que se utilizan.
- Verificar si existen documentos de consulta para la elaboración de pauta.

### **1.2. LA INSTITUCIÓN**

Grupo Digital de Guatemala

#### **1.2.1. Ubicación Geográfica**

7a avenida 11-63 zona 9 Edificio Galerías España 4to. nivel, Guatemala

### **1.2.2. Antecedentes o Historia**

La empresa se establece en el año 2006, con el apoyo de tres colaboradores, las primeras oficinas se encontraban ubicadas en el Parque Industrial Mixco Norte, en el transcurso de tres años, se sumaron al equipo siete personas.

Se inicia con pequeños clientes, y finalmente en el año 2009 se obtiene la cuenta de Claro, esto permitió que el equipo creciera a 25 colaboradores. La agencia empieza a ser reconocida y en el año 2010 obtiene su primer premio, un Effie Award en conjunto con la agencia D4 por el proyecto “Conéctate con tu Chela”.

Este reconocimiento fortaleció la imagen de la agencia, permitiendo que clientes como: Domino’s, KFC, Kern’s, Wendy’s, Chilli’s, Cerveza Gallo, Claro Centroamérica, Merk, Casa Santo Domingo se unieran a nuestros clientes. En el año 2011, se obtiene la primera nominación al Galardón Nacional a la Exportación, por parte de Agexport.

El crecimiento de la Agencia era cada vez más evidente, no solamente en cuanto a los clientes que se unían, sino que también en el equipo; durante el 2012, se multiplica a 60 colaboradores, por lo que es necesario cambiar de instalaciones, a las oficinas de zona 9, en el Edificio Galerías España, donde nos encontramos actualmente. En este año se recibe la segunda nominación al Galardón Nacional a la Exportación de Agexport.

Durante el año 2013, se suman clientes como Kotex, Claro Suramérica, Hotel Intercontinental, se conforma la unidad creativa de la agencia, denominada Prometheus, así mismo, surgen los Departamentos de Generación de Contenido y se instauran las Gerencias de Negociación y Coordinación, de División y de Desarrollo Estratégico de Servicios Digital. En este año finalmente, TPP es el Ganador del Galardón al Exportador en el Sector de Servicios, ubicándonos como la primera Agencia de Publicidad Digital que obtiene este reconocimiento.

En ese año, se crea la agencia TPP Argentina con un equipo de apoyo local, para el manejo de las cuentas de la región de Suramérica.

El año de 2014, fue un año que se distinguió por un gran crecimiento, se conformó un equipo de 160 personas, y se unieron clientes como, Kotex Centroamérica y El Caribe, Scott, en el área Administrativa se incorporan las Gerencias de Comunicación y se dividen las Gerencias 306 y Effekt; así mismo, se conforma la Unidad de Comunicación por los Departamentos de SMM, Generación de Contenido y Diseño Gráfico. Durante este año, se deben cerrar las operaciones en Argentina, por los problemas políticos y económicos que ese país atravesó, parte del equipo se traslada a Guatemala, para continuar con el apoyo.

En el 2015, surge la figura comercial Top OnMind (TOM), la cual atiende de manera independiente a clientes como Pepsi para Honduras, WingZone, Taco Bell, Grapette, entre otros. También se apertura la agencia en Panamá, desde donde se inician operaciones de prospección y atención de clientes en ese país, contando con clientes como: Del Monte, Western Union, Cemex PTY, Citizen, entre otros.

2016 representó cambios a nivel organizacional en la estructura de la agencia, se convierte en una organización matricial a través de Hubs, que se integran por equipos de trabajo multidisciplinarios y del surgimiento del Comité de Calidad, que tiene como función la gestión y la definición de políticas y mecanismos que promuevan la calidad y productividad de los hubs.

### **1.2.3. Misión**

Somos la empresa líder en mercadeo digital. Somos consultores y aliados estratégicos. Brindamos a nuestros clientes una nueva experiencia en su introducción al mundo y al mercado digital, pues nuestro enfoque de 360° integra todas las herramientas necesarias para hacer de la web un medio eficiente para alcanzar sus objetivos de negocio, lo que combinamos con nuevas tecnologías, buen servicio, confianza, eficiencia y calidad.

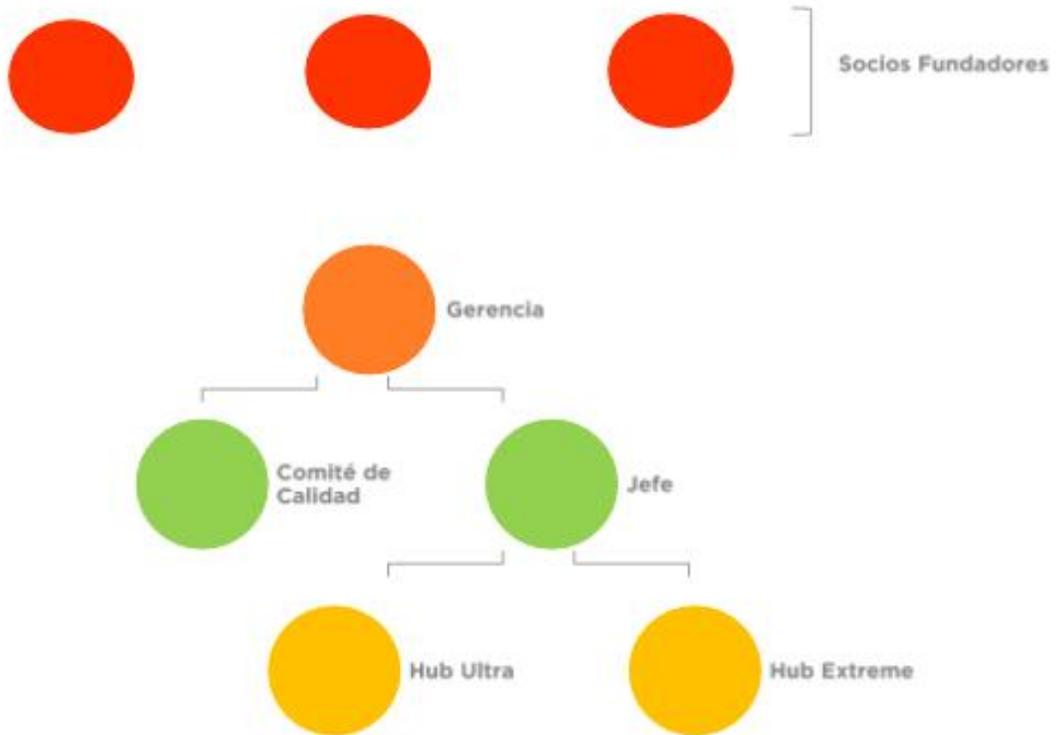
### **1.2.4. Visión**

Ser aliado estratégico y experto en materia de mercadeo digital en Latinoamérica. Ser reconocido por operar con los más altos estándares de calidad y eficiencia, como en los países de primer mundo.

### **1.2.5. Público Objetivo**

Nos enfocamos a todas las empresas que requieran asesoría en mercadeo y publicidad digital, consultorías, páginas web, aplicaciones móviles.

## 1.2.6. Organigrama



Fuente: Grupo digital de Guatemala

### **1.3. METODOLOGÍA**

"La metodología representa la manera de organizar el proceso de la investigación, de controlar los resultados y de presentar posibles soluciones al problema que nos llevara a la toma de decisiones" (Zorrilla y Torres 1992)

En este diagnóstico, la metodología está orientada a la empresa Grupo digital de Guatemala, ya que para lograr los objetivos planteados se debe detectar la problemática de la comunicación interna y mejorar estos procesos.

#### **1.3.1. Descripción del Método**

"Método inductivo es el proceso de razonamiento que analiza una parte de un todo y va desde lo particular a lo general." (Razo, 2011). Por lo cual se estará tomando este método de referencia para la elaboración del diagnóstico con sus instrumentos para encontrar la solución a la problemática de la comunicación interna.

En esta investigación se tomó la metodología cualitativa, y el método inductivo que parte de los datos particulares para llegar a las conclusiones generales.

### **1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección**

“Según Arias (2006), las técnicas de investigación son las distintas manera, formas o procedimientos utilizados por el investigador para recopilar u obtener los datos o la información (p.25).”

#### **Observación**

“Observar, en investigación, significa fijar los sentidos sobre un determinado aspecto, total o parcial, de la realidad del fenómeno que se estudia y registra mental, gráfica y descriptivamente éste, para su análisis posterior.” (Piloña, 2012).

Para realizar el diagnóstico se utilizó primero la técnica de observación principalmente, la cual fue realizada en las instalaciones de Grupo digital de Guatemala. La observación tenía como fin principal conocer los procesos de comunicación interna que se manejan en la empresa.

#### **Encuesta**

“Es la técnica mediante la cual se adquiere información de un grupo o parte de la población a la que se denomina muestra.” (Piloña, 2012).

Durante el proceso se realizaron encuestas con la intención de conocer las problemáticas, herramientas, plataformas y canales de comunicación que la empresa utiliza para la implementación de pauta. Y con esto a su vez identificar y sondear si cuentan con documentos de apoyo o manuales en la empresa.

### 1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

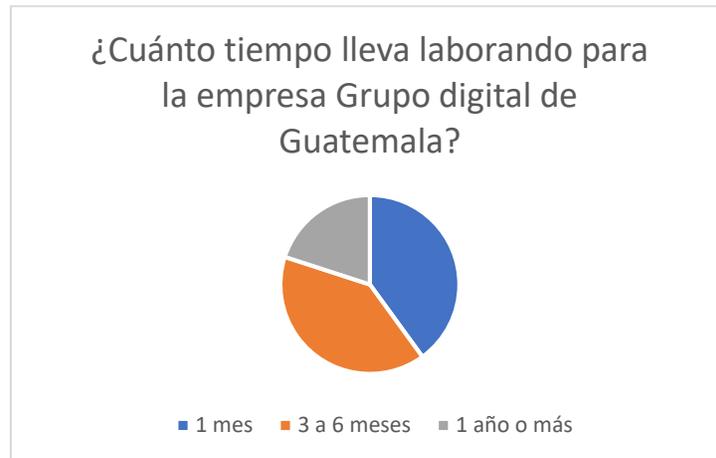
ACTIVIDAD	Enero					Febrero				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Propedéutico Diagnóstico										
Entrega de formulario para solicitud de prácticas										
Entrega de carta para solicitud de prácticas										
Redacción Diagnóstico										
Recopilación de Información										
Aplicación de Instrumentos: Observación y Encuestas										
Entrega Diagnóstico										

Fuente: <https://es.slideshare.net/wilfranbeltran/diagrama-de-gantt-gestion-empresarial>

## 1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

### 1.4.1. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

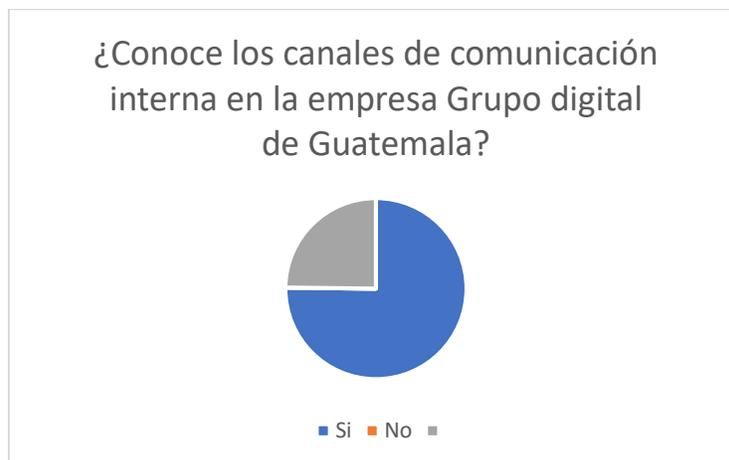
**Gráfica 1**



Fuente: Epesista Andrea Morales, febrero 2018.

Interpretación: La gráfica número 1 proporcionó como resultado que el personal en su mayoría son nuevos ingresos.

**Gráfica 2**



Fuente: Epesista Andrea Morales, febrero 2018.

Interpretación: La gráfica número 2 proporcionó como resultado que la mayoría del personal conoce canales de comunicación interna.

**Gráfica 3**



Fuente: Epesista Andrea Morales, febrero 2018.

Interpretación: La gráfica número 3 proporcionó como resultado que hay diferentes opiniones sobre el medio que se utiliza para la comunicación interna.

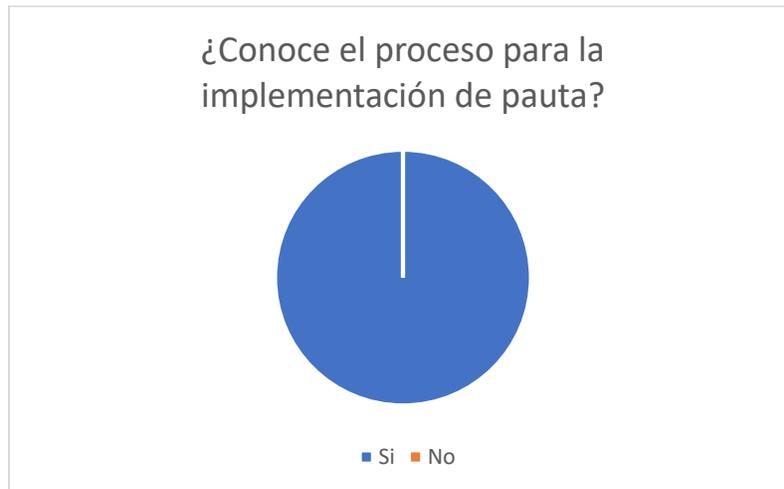
**Gráfica 4**



Fuente: Epesista Andrea Morales, febrero 2018.

Interpretación: La gráfica número 4 proporcionó como resultado que todo el personal ha recibido una capacitación sobre la implementación de pauta.

**Gráfica 5**



Fuente: Epesista Andrea Morales, febrero 2018.

Interpretación: La gráfica número 5 proporcionó como resultado que la mayoría el personal ya se encuentra enterada del proceso.

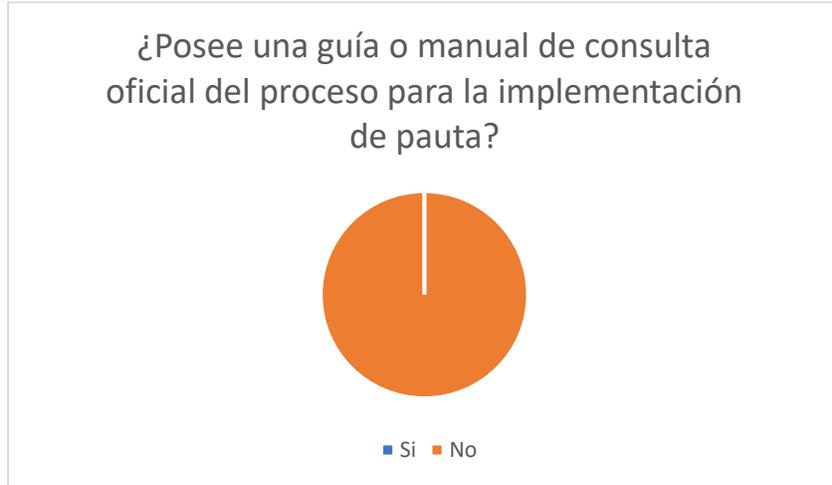
**Gráfica 6**



Fuente: Epesista Andrea Morales, febrero 2018.

Interpretación: La gráfica número 6 proporcionó como resultado que la mayoría del personal se encuentra activamente ejecutando pauta.

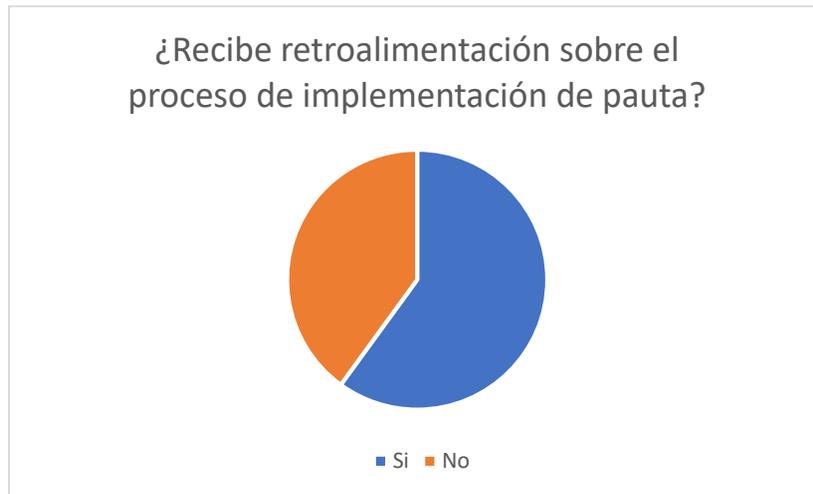
**Gráfica 7**



Fuente: Epesista Andrea Morales, febrero 2018.

Interpretación: La gráfica número 7 proporcionó como resultado que la mayoría del personal no cuenta con un documento de consulta oficial.

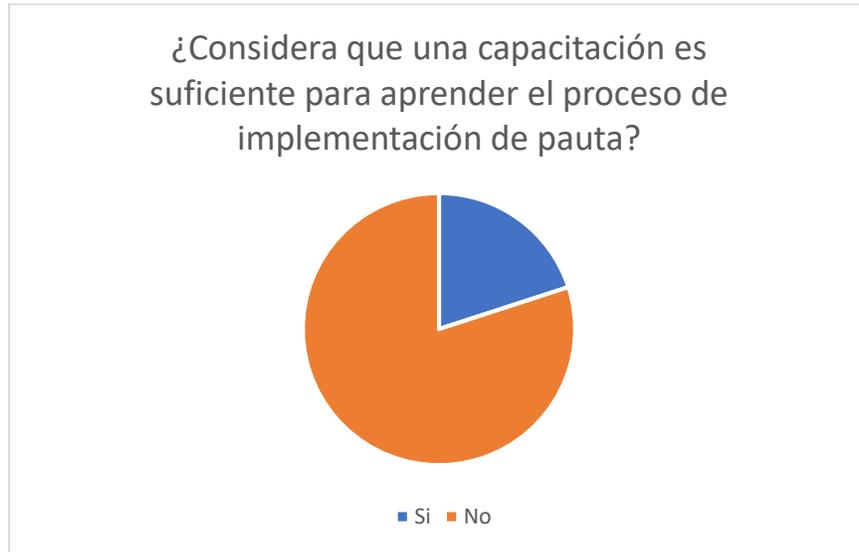
**Gráfica 8**



Fuente: Epesista Andrea Morales, febrero 2018.

Interpretación: La gráfica número 8 proporcionó como resultado que algunos reciben retroalimentación sobre la implementación de pauta.

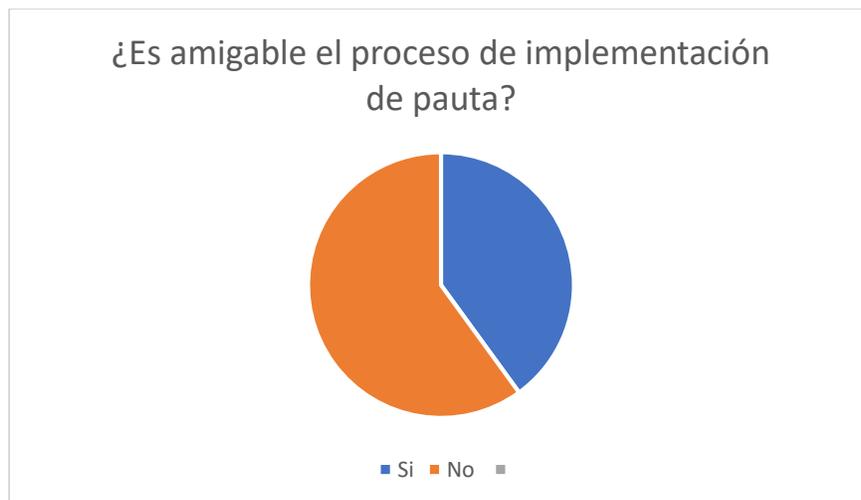
**Gráfica 9**



Fuente: Epesista Andrea Morales, febrero 2018.

Interpretación: La gráfica número 9 proporcionó como resultado que la mayoría del personal no se siente satisfecho con una sola capacitación.

**Gráfica 10**



Fuente: Epesista Andrea Morales, febrero 2018.

Interpretación: La gráfica número 10 proporcionó como resultado que el proceso de implementación de pauta no es amigable al usuario.

## **1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA**

### **1.5.1. Fortalezas**

- Cuentan con una herramienta interna para la extracción de pauta de Facebook.
- El personal cuenta con experiencia para implementación de pauta.
- Cuentan con formatos establecidos para la implementación de pauta.
- Obtiene información de implementaciones anteriores para tener una guía

### **1.5.2. Oportunidades**

- Cuentan con recursos para el desarrollo de aplicaciones internas.
- Tienen personal disponible para el aprendizaje de proceso.
- La mayoría de personas que elaboran la implementación de pauta son expertos.

### **1.5.3. Debilidades**

- Por la alta carga de trabajo no cuentan con el tiempo disponible para realizar capacitaciones constantes.
- No cuentan con un documento consolidado físico.
- No tienen un manual físico.

### **1.5.4. Amenazas**

- No cuentan con el tiempo adecuado para realizar capacitaciones al equipo de nuevo ingreso.
- Se tienen atrasos en las entregas de resultados.
- Actualmente no trabajan en un formato amigable y ágil para la elaboración de reportes.

## **CAPÍTULO II**

### **2. PLAN DE COMUNICACIÓN**

#### **2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES**

Hasta la fecha no se evidencian ningún antecedente en proyectos del área de comunicación en la empresa Grupo Digital de Guatemala.

#### **2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN**

##### **2.2.1. Objetivo General**

Presentar un plan de comunicación estratégico para fortalecer la comunicación interna en Grupo Digital de Guatemala.

##### **2.2.2. Objetivos Específicos**

- Reforzar la comunicación interna para agilizar los procesos de la implementación de pauta.
- Elaboración de guía práctica para la implementación de pauta para ejecutivos de primer ingreso.
- Promover a los ejecutivos de primer ingreso a la consulta de guía práctica para su previo conocimiento a la capacitación.

## 2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Grupo digital de Guatemala es una agencia de publicidad digital donde trabajan personas con un perfil en su mayoría milenios como público interno y para el público externo gerentes.

### Externo

Variable Demográfica	Variable Psicográfica
<p><b>Edad:</b> de 30 a 45 años.</p> <p><b>Género:</b> femenino y masculino</p> <p><b>Nivel de educación:</b> media y superior</p> <p><b>Ocupación:</b> Trabajadores.</p> <p><b>Clase social:</b> media-alta.</p> <p><b>Estado:</b> Solteros y casados</p>	<p><b>Estilo de vida:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exigentes</li> <li>• Persuasivos</li> <li>• Digitales</li> <li>• Profesionales</li> <li>• Saludables</li> </ul> <p><b>Personalidad:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Extrovertidos</li> <li>• Sociables</li> <li>• Carácter fuerte</li> <li>• Desafiadores</li> <li>• Modernos</li> </ul> <p><b>Actitudes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca accesibilidad</li> <li>• Poca disponibilidad</li> <li>• Iniciativa</li> <li>• Expertos</li> </ul>
Variable Geográfica	Variable Sociocultural
<p><b>Ciudad:</b> Guatemala</p> <p><b>Población:</b> Urbana</p>	<p><b>Cultura:</b> Guatemalteca</p> <p><b>Clase Social:</b> media-alta</p>

## Interno

Variable Demográfica	Variable Psicográfica
<p><b>Edad:</b> de 21 a 40 años.</p> <p><b>Género:</b> femenino y masculino</p> <p><b>Nivel de educación:</b> media y superior</p> <p><b>Ocupación:</b> estudiantes y trabajadores.</p> <p><b>Clase social:</b> media-baja.</p> <p><b>Estado:</b> Solteros y casados</p>	<p><b>Estilo de vida:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Activo</li> <li>• Impaciente</li> <li>• Digitales</li> <li>• Poco saludable</li> <li>• Pragmático (llevan a la práctica lo aprendido)</li> <li>• Adaptado (admiten innovaciones)</li> <li>• Acomodados</li> <li>• Realizador (conformes con sus logros)</li> </ul> <p><b>Personalidad:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Extrovertidos</li> <li>• Sociables</li> <li>• Carácter fuerte</li> <li>• Desafiadores</li> <li>• Humildes</li> <li>• Modernos</li> <li>• Creativos</li> </ul> <p><b>Actitudes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco compromiso organizacional</li> <li>• Poca colaboración</li> <li>• Iniciativa algunas veces</li> <li>• Buenos comunicadores</li> <li>• Expertos</li> </ul>
Variable Geográfica	Variable Sociocultural
<p><b>Ciudad:</b> Guatemala</p> <p><b>Población:</b> Urbana</p> <p><b>Densidad de área:</b> de 20 a 50 trabajadores.</p> <p><b>Ubicación:</b> 7a avenida 11-63 zona 9 Edificio Galerías España 4to. nivel, Guatemala.</p>	<p><b>Cultura:</b> Guatemalteca</p> <p><b>Clase Social:</b> media baja</p> <p><b>Ciclo de vida familiar:</b> solteros y casados</p> <p><b>Valores culturales:</b> identidad nacional, educación, empatía, realización personal e igualdad.</p>

## 2.4. MENSAJE

Con base a las necesidades encontradas y al grupo objetivo, se elaboraron tres mensajes claves para el plan de comunicación:

- **“Enchúfate al proceso y haz la diferencia”**
- “La pieza que faltaba, intégrate al proceso”
- “Enrólate al proceso”

El mensaje que se pretende transmitir va sujeto con ser autodidactica y contar con la guía correcta para comenzar en la elaboración de procesos ya que se trata de lograr agilizar el tiempo de aprendizaje para una mejora notoria en la comunicación interna.

## 2.5. ESTRATEGIAS

- Elaboración de Guía Práctica para implementación de pauta
- Diseño y diagramación de Guía Práctica, para la implementación de pauta
- Inducción a los ejecutivos de cuenta sobre el uso de la guía práctica
- Presentación y entrega de la guía práctica a las autoridades

## 2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Acción 1	
<b>A qué estrategia responde</b>	“Elaboración de Guía Práctica para la implementación de pauta”
<b>Problema</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rotación de personal</li> <li>• Sin tiempos de coordinación para dar inducciones al proceso</li> <li>• Diversos errores al implementar la pauta.</li> </ul>
<b>Producto</b>	Guía práctica para implementación de pauta
<b>Objetivo comunicacional</b>	Mejorar la comunicación interna con el personal de primer ingreso a través de la guía práctica que permita tener un material de consulta al extraer la información.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo
<b>Público objetivo</b>	Interno
<b>Medio de difusión</b>	Formato digital, 3 copias, distribución a cada hub/equipos de trabajo.



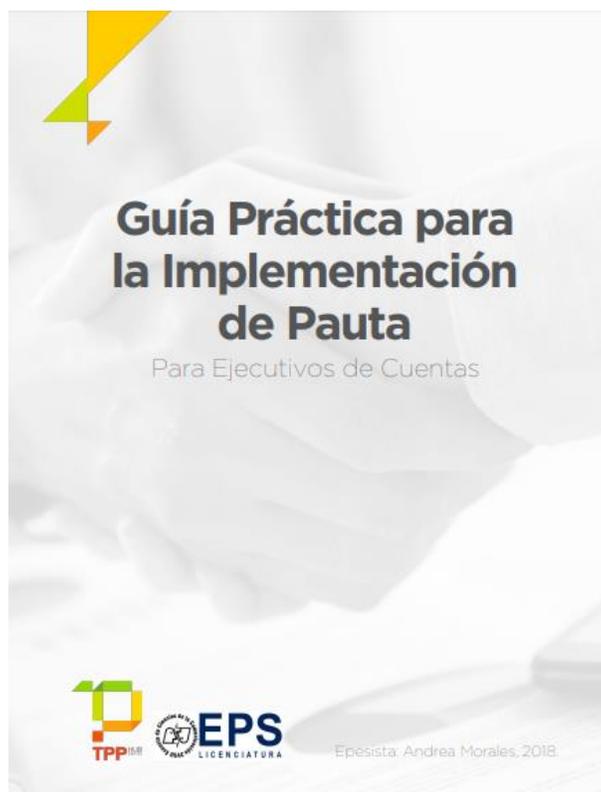
## Índice

Objetivos .....	4
Introducción .....	5
Conceptos .....	6
Objetivos Digitales .....	7
¿Cómo empiezo un Mix de Medios? .....	10
Tipos de Medios: Formatos y Objetivos .....	13
App Advertising .....	21
Creación de Campaña, Mix y Línea de Pauta en App Advertising .....	23
Nomenclatura .....	30
Abreviaturas .....	31
Uso de Plataformas .....	32
Envío y seguimiento de implementaciones de pauta	33
Seguimiento .....	34
Recomendaciones .....	36
Anexo: Flujograma .....	37

Acción 2	
<b>A qué estrategia responde</b>	<b>“Diseño y diagramación de Guía Práctica, para la implementación de pauta”</b>
<b>Problema</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No cuenta con un documento oficial</li> <li>• Existen presentaciones cortas y con mucho texto sin una diagramación dinámica.</li> </ul>
<b>Producto</b>	Guía práctica para la implementación de pauta
<b>Objetivo comunicacional</b>	Mejorar la comunicación interna con el personal de primer ingreso a través de la guía práctica que permita tener un material de consulta al realizar implementaciones de pauta.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo
<b>Público objetivo</b>	Interno
<b>Medio de difusión</b>	Formato digital, 2 copias, distribución a cada hub/equipos de trabajo.

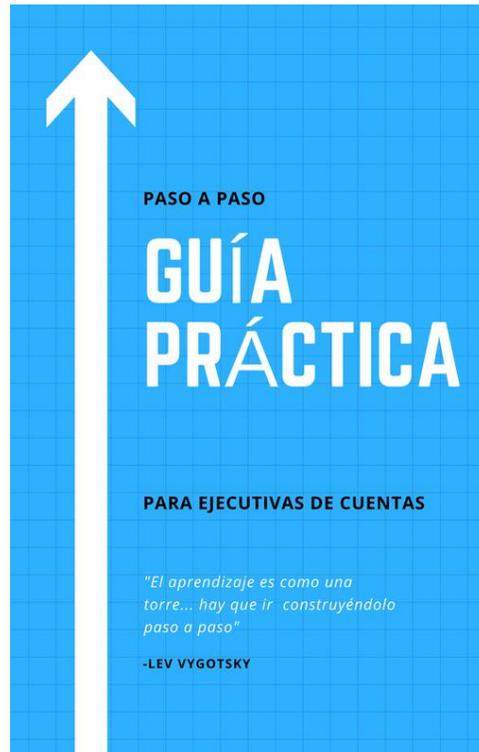
Acción 3	
<b>A qué estrategia responde</b>	<b>“Inducción a los ejecutivos de cuenta sobre el uso de la guía práctica”</b>
<b>Problema</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de información sobre materiales para sustentar conocimientos de la implementación de pauta.</li> </ul>
<b>Producto</b>	Guía práctica para la implementación de pauta
<b>Objetivo comunicacional</b>	Mejorar la comunicación interna con el personal de primer ingreso a través de la guía práctica que permita tener un material de consulta al realizar implementaciones de pauta.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo
<b>Público objetivo</b>	Interno
<b>Medio de difusión</b>	Formato digital, 2 copias, distribución a cada hub/equipos de trabajo.

Acción 4	
<b>A qué estrategia responde</b>	<b>“Presentación y entrega de la guía práctica a las autoridades”</b>
<b>Problema</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los ejecutivos de cuenta que ya ha recibido capacitaciones cometen errores en las implementaciones de pauta.</li> </ul>
<b>Producto</b>	Guía práctica para la implementación de pauta
<b>Objetivo comunicacional</b>	Mejorar la comunicación interna con el personal de primer ingreso a través de la guía práctica que permita tener un material de consulta al realizar implementaciones de pauta.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo
<b>Público objetivo</b>	Interno
<b>Medio de difusión</b>	Formato digital, 2 copias, distribución a cada hub/equipos de trabajo.



Diseño de portada de la Guía Práctica. Proyecto a cargo de Epesista Andrea Morales.

## Bocetos



Bocetos de portada de la Guía Práctica. Proyecto a cargo de Epesista Andrea Morales.

## 2.7. CRONOGRAMA DEL PLAN

ACTIVIDAD	Mayo					Junio				Julio				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5
Revisiones finales de plan	■	■												
Cambios			■											
Presentación de la ejecución en la empresa para firma y sello				■	■									
Elaboración de guía práctica					■	■	■	■	■	■				
Revisiones y cambios											■	■		
Inducciones													■	
Entrega Guía Práctica														■

Fuente: <https://es.slideshare.net/wilfranbeltran/diagrama-de-gantt-gestion-empresarial>

## **CAPITULO III**

### **3. INFORME DE EJECUCIÓN**

#### **3.1. PROYECTO DESARROLLADO**

“Plan de Comunicación Interna para la implementación de pauta para Ejecutivos de Cuentas de nuevo ingreso para Grupo Digital de Guatemala”

##### **3.1.1. Financiamiento**

El financiamiento del Plan de Comunicación fue a cargo de la epesista.

Se conto con un aporte por parte de Grupo Digital de Guatemala con el diseño de la portada para que la Guía Práctica se alineara a la línea gráfica de la institución.

La epesista realizó todos los aportes económicos del material impreso como la Guía Práctica, también el uso de internet, fotocopias e impresiones solicitadas del documento. Adicional las refacciones para los participantes durante la capacitación y presentación.

### 3.1.2. Presupuesto Invertido

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Costo total</b>	<b>Financiamiento</b>
1	Asesoría Comunicacional	Q12,000.00	Epesista
8 (semanas)	Viáticos.	Q.600.00	Epesista.
2	Diseño de Portada	Q266.50	Epesista y Empresa
12	Coffe Break para culminar actividades.	Q.200.00	Epesista
2	Impresión guía práctica.	Q.160.00	Epesista.
1	Diagramación	Q150	Epesista
1	Materiales Administrativos	Q.50.00	Epesista.
<b>Total del Proyecto</b>		<b>Q13,426.50</b>	

<b>Financiamiento</b>	<b>Monto</b>
Epesista	Q. 13,293.25
Empresa	Q. 113.25
Patrocinio	Q. 0.00

### **3.1.3. Beneficiarios**

El equipo de Ejecutivos de Cuentas de la Agencia Grupo Digital de Guatemala, se benefició con la implementación de las estrategias propuestas en el Plan de Comunicación.

Las acciones de comunicación fomentaron al desarrollo de la habilidad autodidacta y al fortalecimiento de la comunicación interna a través una herramienta comunicacional efectiva que ayudara a reforzar sus procesos a través de un documento oficial de consulta.

Esto permite ser más eficiente y autónomo para agilizar esta área de trabajo para los ejecutivos de cuenta de primer ingreso, quienes junto a los ejecutivos de cuenta con más tiempo laboral recibieron una capacitación para reforzar procesos donde se mostró la Guía Práctica que unifica procesos y que permitirá este proceso de aprendizaje.

### 3.1.4. Recursos Humanos

Personal	Puesto	Actividad
Patrick Pallancher	Director Financiero	Apoyo en la revisión y aprobación del proyecto para la ejecución.
Karla Ixcot	Encargada de Recursos Humanos	Apoyo en la coordinación de aprobaciones de documentos, aprobación del proyecto, reuniones de trabajo, convocatoria para la organización.
Rayner Salazar	Jefe de E-Advertising	Apoyo en coordinación de reuniones para la revisión del proyecto y su utilización.
Alexandra García	Gerente de División	Apoyo para las reuniones de trabajo, revisión y entrega de material
Antonia Mejía	Diseñadora	Apoyo en la toma de fotografías en el desarrollo del proyecto y resultados obtenidos.
Jorge Villatoro	Diseñador	Apoyo en material de diseño.

### 3.1.5. Área Geográfica de Acción

Grupo Digital de Guatemala se encuentra ubicado en 7a avenida 11-63 zona 9 Edificio Galerías España 4to. nivel, Guatemala.

## **3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS**

### **Elaboración de Guía Práctica para la implementación de pauta**

#### **Objetivo Comunicacional**

Que todo el personal de nuevo ingreso de la empresa Grupo Digital de Guatemala, tenga acceso a la información a la mano, puntual y concisa para su emprendimiento en una de las tareas asignadas como ejecutivos de cuenta.

#### **Descripción**

Al tener el acceso a la guía práctica obtendremos una fluidez en la comunicación interna de Grupo Digital de Guatemala donde pueden trabajar de manera autodidacta.

- Elaboración de Guía Práctica para implementación de pauta

Se selecciono los temas puntuales con un paso a paso de lo que es necesario saber, para ejecutar la implementación de pauta y de forma práctica para los ejecutivos de nuevo ingreso.

- Diseño y diagramación de Guía Práctica, para la implementación de pauta

Mejorar la comunicación interna con el personal de primer ingreso a través de la guía práctica que permita tener un material de consulta al realizar implementaciones de pauta con un diseño y diagramación del texto e imágenes que ayuden a transmitir los conceptos de una forma práctica y sencilla.

- Inducción a los ejecutivos de cuenta sobre el uso de la guía práctica

Se realizo una capacitación donde se reforzaron los temas de la implementación de pauta y se informó sobre la Guía Práctica donde los ejecutivos de nuevo ingreso pueden conocer el procedimiento correcto y la comunicación interna fluya de manera correcta.

- Presentación y entrega de la guía práctica a las autoridades

Se realizo la entrega oficial del documento a las autoridades correspondientes para su uso e implementación en los equipos de trabajo.

### 3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	Mayo					Junio				Julio				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5
Revisiones finales de plan	■	■												
Cambios			■											
Presentación de la ejecución en la empresa para firma y sello				■	■									
Elaboración de guía práctica					■	■	■	■	■	■				
Revisiones y cambios											■	■		
Inducciones													■	
Entrega Guía Práctica														■

Fuente: <https://es.slideshare.net/wilfranbeltran/diagrama-de-gantt-gestion-empresarial>

### 3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN)

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
<p><b>Guía Práctica</b></p> <p>Que todo el personal de nuevo ingreso de la empresa Grupo Digital de Guatemala, tenga acceso a la información a la mano, puntual y concisa para su emprendimiento en una de las tareas asignadas como ejecutivos de cuenta.</p>	<p>De los ejecutivos de cuenta que participaron respondiendo la encuesta estuvieron en el acuerdo que no cuentan con un material oficial para la implementación de pauta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es importante tener un documento oficial de consulta cuando se generan dudas puntuales y que retrasan si no tenemos disponibilidad de aclarar las dudas con las personas encargadas del departamento.</li> <li>• Es valioso contar con un documento para poder ir aprendiendo de una manera más ágil y rápida.</li> </ul>
<p><b>Diseño y Diagramación</b></p> <p>Se propuso un diseño práctico, directo y fresco para lectura y comprensión rápida con un contenido dinámico el cual va dirigido a jóvenes.</p>	<p>Al recibir la Guía Práctica los ejecutivos de cuenta interactuaron con el documento mostrándose satisfechos y claros con la información que recibieron, adicionalmente también el acceso que a la información ya que anteriormente no contaban con un documento similar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se hizo entrega de el material impreso por cada equipo de trabajo y también digital lo cual permitió a cada ejecutivo de cuenta tener la información a la mano.</li> <li>• También genero comentarios positivos ya que la Guía Práctica en su contenido es muy precisa.</li> </ul>
<p><b>Inducción a Ejecutivos de Cuenta</b></p> <p>Se realizo una inducción/capacitación donde se retomaron conceptos y ejemplos puntuales donde se aclararon dudas y se dio a conocer la Guía Práctica.</p>	<p>Los ejecutivos de cuenta se mostraron satisfechos al igual que las autoridades de la empresa al recibir el documento oficial, mostrándose participativos en la actividad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A la inducción asistieron todos los ejecutivos de cuenta y las autoridades correspondientes los cuales interactuaron en la actividad.</li> </ul>

## CONCLUSIONES

Se elaboro y se hizo entrega oficial del documento “Guía Práctica para la implementación de pauta” para los ejecutivos de primer ingreso en la empresa Grupo Digital de Guatemala, lo cual incluye los temas seleccionados previamente y revisados por las autoridades correspondientes.

Esta guía fue elaborada con un diseño y diagramación de acuerdo al target los cuales son jóvenes millennials y que se están integrando al equipo de trabajo.

Para esto también se realizó una capacitación donde se presentó el documento oficial para dicho proceso que es parte de las funciones principales de los ejecutivos de cuenta. La capacitación fue muy amena y participativa, se incluyeron fotografías de dicha actividad.

## RECOMENDACIONES

A las autoridades encargadas de Grupo Digital de Guatemala se le sugiere realizar revisiones periódicas sobre el proceso de la implementación de pauta y poder integrarlas a la guía práctica para darle un mantenimiento y actualización a la información.

Adicional a esto es importante motivar y promover la participación en capacitaciones para dar refuerzo y si hubiera alguna actualización de un documento.

También se necesita que las autoridades correspondientes informen sobre este documento para su utilización y mantengan informados a sus colaboradores.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **Agencia:** Empresa destinada a gestionar asuntos ajenos o a prestar determinados servicios.
2. **Antecedente:** Acción, dicho o circunstancia que sirve para comprender o valorar hechos posteriores.
3. **Asesor, ra:** Que asesora.
4. **Autodidacta:** Que se instruye por sí mismo.
5. **Boceto:** Proyecto o apunte general previo a la ejecución de una obra artística.
6. **Comunicación:** Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.
7. **Cronograma:** Calendario de trabajo.
8. **Diagnóstico:** Recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.
9. **Difundir:** Propagar o divulgar conocimientos, noticias, actitudes, costumbres, modas, etc.
10. **Digital:** Dicho de algunos medios de comunicación, especialmente de prensa: Que se publican en internet o en formato electrónico.
11. **Ejecutivo:** Que ejecuta o hace algo.
12. **Estrategia:** En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.
13. **Externo:** Dicho de una cosa: Que obra o se manifiesta al exterior, en comparación o contraposición con lo interno.
14. **Financiamiento:** Acción y efecto de financiar.
15. **Formato:** Conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación periódica o de un programa de televisión o radio.
16. **Fluidez:** Cualidad de fluido.
17. **Guía:** Ir delante mostrando el camino
18. **Implementar:** Poner en funcionamiento o aplicar métodos, medidas, etc., para llevar algo a cabo.
19. **Inducir:** Provocar o causar algo.

20. **Informe:** Descripción, oral o escrita, de las características y circunstancias de un suceso o asunto.
21. **Internet:** Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación.
22. **Interno:** Dicho de un alumno: Que vive dentro de un establecimiento de enseñanza.
23. **Inversión:** Acción y efecto de invertir.
24. **Nomenclatura:** Lista de nombres de personas o cosas.
25. **Objetivo:** Pertenciente o relativo al objeto en sí mismo, con independencia de la propia manera de pensar o de sentir.
26. **Patrocinar:** Apoyar o financiar una actividad, normalmente con fines publicitarios.
27. **Pautar:** Dar reglas o determinar el modo de ejecutar una acción.
28. **Plan:** Escrito en que sumariamente se precisan los detalles para realizar una obra.
29. **Plataforma:** Programa o conjunto de reivindicaciones o exigencias que presenta un grupo político, sindical, profesional, etc.
30. **Publicidad:** Conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos.
31. **Presupuesto:** Cantidad de dinero calculado para hacer frente a los gastos generales de la vida cotidiana, de un viaje, etc.
32. **Proceso:** Conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial.
33. **Propedéutico:** Enseñanza preparatoria para el estudio de una disciplina.
34. **Seguimiento:** Acción y efecto de seguir o seguirse.
35. **Viático:** Prevención, en especie o en dinero, de lo necesario para el sustento de quien hace un viaje.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Cortés Cortés, Manuel E. y Iglesias León, Miriam. (2004). Generalidades sobre Metodología de la Investigación. México, Primera edición.

Hernández Sampieri, Roberto, Fernández, Carlos y Baptista, Pilar (2006): Método de la Investigación, cuarta edición. México, D.F. McGRAWHILLI/INTERAMERICMA EDITORES.

Razo, Carlos Muñoz. (2011). Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis. México, Editorial Pearson.

## **E-GRAFÍAS**

### **Como diseñar un manual**

Disponible en: <https://www.entrepreneur.com/article/263642>

### **Diagnostico situacional**

Disponible en: <https://prezi.com/ejacvmsjvxjn/diagnostico-situacional/>

### **Diccionario de la Real Academia**

Disponible en: <http://dle.rae.es/?w=diccionario>

### **Diseño de entrevista**

Disponible en: [http://seminariografica.uchilefau.cl/?attachment\\_id=2089](http://seminariografica.uchilefau.cl/?attachment_id=2089)

## **Formato de Encuesta**

Fuente: <https://es.slideshare.net/willmestiz/formato-encuesta>

## **Formatos de Twitter**

Disponible en: <https://business.twitter.com/es/help/campaign-setup/conversational-ad-formats.html>, 2018.

## **Formatos de anuncios disponibles en una cuenta de Google Ads**

Disponible en: <https://support.google.com/adwords/answer/1722124?hl=es-419>, 2018.

## **KPI'S**

Disponible en: <https://blog.es.logicalis.com/analytics/kpis-qu%C3%A9-son-para-qu%C3%A9-sirven-y-por-qu%C3%A9-y-c%C3%B3mo-utilizarlos>

## **Marketing Digital**

Disponible en: <https://blog.ida.cl/marketing-digital/formatos-anuncios-pagados-twitter-ads/>, 2018.

## **Metodología de la investigación. Marco metodológico**

Disponible en: <https://bianneygiraldo77.wordpress.com/category/capitulo-iii/>

## **¿Qué es una Fanpage y para qué nos sirve?**

Disponible en: <https://www.aulafacil.com/cursos/redes-sociales/como-crear-una-fanpage-en-facebook/que-es-una-fanpage-y-para-que-nos-sirve-l5038>

## **Tips para definir objetivos de marketing digital**

Disponible en: <http://www.cebra.cl/blog/objetivos-de-marketing-digital/>

# ANEXOS



## TRANSCRIPCIÓN COMPLETA DE LAS ENCUESTAS

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación



**Instrucciones:** Sírvase en responder las siguientes preguntas marcando con una X en el cuadro que corresponda su respuesta.

1. ¿Cuánto tiempo lleva laborando para la empresa Grupo digital de Guatemala?

1 mes	6 meses	1 año	2 años	5 años
x				

2. ¿Conoce los canales de comunicación interna en la empresa Grupo digital de Guatemala?

Sí  No

3. ¿Qué medio utiliza la empresa Grupo digital de Guatemala para comunicación interna?

Redes Sociales	Correo Electrónico	Afiches informativos	Comunicación Oral	Ninguno
x				

4. ¿Ha recibido capacitaciones sobre implementación de pauta?

Sí  No

5. ¿Conoce el proceso para la implementación de pauta?

Sí  No

6. ¿Actualmente realiza implementaciones de pauta?

Sí  No

7. ¿Posee una guía o manual de consulta oficial del proceso para la implementación de pauta?

Sí  No

8. ¿Recibe retroalimentación sobre el proceso de implementación de pauta?

Sí  No

9. ¿Considera que una capacitación es suficiente para aprender el proceso de implementación de pauta?

Sí  No

10. ¿Es amigable el proceso de implementación de pauta?

Sí  No



Instrucciones: Sírvase en responder las siguientes preguntas marcando con una X en el cuadro que corresponda su respuesta.

1. ¿Cuánto tiempo lleva laborando para la empresa Grupo digital de Guatemala?

1 mes x	6 meses	1 año	2 años	5 años
------------	---------	-------	--------	--------

2. ¿Conoce los canales de comunicación interna en la empresa Grupo digital de Guatemala?

Sí  No

3. ¿Qué medio utiliza la empresa Grupo digital de Guatemala para comunicación interna?

Redes Sociales x	Correo Electrónico	Afiches informativos	Comunicación Oral	Ninguno
---------------------	--------------------	----------------------	-------------------	---------

4. ¿Ha recibido capacitaciones sobre implementación de pauta?

Sí  No

5. ¿Conoce el proceso para la implementación de pauta?

Sí  No

6. ¿Actualmente realiza implementaciones de pauta?

Sí  No

7. ¿Posee una guía o manual de consulta oficial del proceso para la implementación de pauta?

Sí  No

8. ¿Recibe retroalimentación sobre el proceso de implementación de pauta?

Sí  No

9. ¿Considera que una capacitación es suficiente para aprender el proceso de implementación de pauta?

Sí  No

10. ¿Es amigable el proceso de implementación de pauta?

Sí  No



**Instrucciones:** Sírvase en responder las siguientes preguntas marcando con una X en el cuadro que corresponda su respuesta.

1. **¿Cuánto tiempo lleva laborando para la empresa Grupo digital de Guatemala?**

1 mes	6 meses	1 año	2 años	5 años
	x			

2. **¿Conoce los canales de comunicación interna en la empresa Grupo digital de Guatemala?**

Sí  No

3. **¿Qué medio utiliza la empresa Grupo digital de Guatemala para comunicación interna?**

Redes Sociales	Correo Electrónico	Afiches informativos	Comunicación Oral	Ninguno
	x			

4. **¿Ha recibido capacitaciones sobre implementación de pauta?**

Sí  No

5. **¿Conoce el proceso para la implementación de pauta?**

Sí  No

6. **¿Actualmente realiza implementaciones de pauta?**

Sí  No

7. **¿Posee una guía o manual de consulta oficial del proceso para la implementación de pauta?**

Sí  No

8. **¿Recibe retroalimentación sobre el proceso de implementación de pauta?**

Sí  No

9. **¿Considera que una capacitación es suficiente para aprender el proceso de implementación de pauta?**

Sí  No

10. **¿Es amigable el proceso de implementación de pauta?**

Sí



su respuesta.

**Instrucciones:** Sírvase en responder las siguientes preguntas marcando con una X en el cuadro que corresponda

1. ¿Cuánto tiempo lleva laborando para la empresa Grupo digital de Guatemala?

1 mes	6 meses	1 año	2 años	5 años
	x			

2. ¿Conoce los canales de comunicación interna en la empresa Grupo digital de Guatemala?

Sí  No

3. ¿Qué medio utiliza la empresa Grupo digital de Guatemala para comunicación interna?

Redes Sociales	Correo Electrónico	Afiches informativos	Comunicación Oral	Ninguno
	x			

4. ¿Ha recibido capacitaciones sobre implementación de pauta?

Sí  No

5. ¿Conoce el proceso para la implementación de pauta?

Sí  No

6. ¿Actualmente realiza implementaciones de pauta?

Sí  No

7. ¿Posee una guía o manual de consulta oficial del proceso para la implementación de pauta?

Sí  No

8. ¿Recibe retroalimentación sobre el proceso de implementación de pauta?

Sí  No

9. ¿Considera que una capacitación es suficiente para aprender el proceso de implementación de pauta?

Sí  No

10. ¿Es amigable el proceso de implementación de pauta?

Sí  No



**Instrucciones:** Sírvase en responder las siguientes preguntas marcando con una X en el cuadro que corresponda su respuesta.

1. **¿Cuánto tiempo lleva laborando para la empresa Grupo digital de Guatemala?**

1 mes	6 meses	1 año	2 años	5 años
				x

2. **¿Conoce los canales de comunicación interna en la empresa Grupo digital de Guatemala?**

Sí  No

3. **¿Qué medio utiliza la empresa Grupo digital de Guatemala para comunicación interna?**

Redes Sociales	Correo Electrónico	Afiches informativos	Comunicación Oral	Ninguno
			x	

4. **¿Ha recibido capacitaciones sobre implementación de pauta?**

Sí  No

5. **¿Conoce el proceso para la implementación de pauta?**

Sí  No

6. **¿Actualmente realiza implementaciones de pauta?**

Sí  No

7. **¿Posee una guía o manual de consulta oficial del proceso para la implementación de pauta?**

Sí  No

8. **¿Recibe retroalimentación sobre el proceso de implementación de pauta?**

Sí  No

9. **¿Considera que una capacitación es suficiente para aprender el proceso de implementación de pauta?**

Sí  No

10. **¿Es amigable el proceso de implementación de pauta?**

Sí  No



## Modelo de la encuesta

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación



Instrucciones: Sírvase en responder las siguientes preguntas marcando con una X en el cuadro que corresponda su respuesta.

11. ¿Cuánto tiempo lleva laborando para la empresa Grupo digital de Guatemala?

1 mes	6 meses	1 año	2 años	5 años
-------	---------	-------	--------	--------

12. ¿Conoce los canales de comunicación interna en la empresa Grupo digital de Guatemala?

Sí  No

13. ¿Qué medio utiliza la empresa Grupo digital de Guatemala para comunicación interna?

Redes Sociales	Correo Electrónico	Afiches informativos	Comunicación Oral	Ninguno
----------------	--------------------	----------------------	-------------------	---------

14. ¿Ha recibido capacitaciones sobre implementación de pauta?

Sí  No

15. ¿Conoce el proceso para la implementación de pauta?

Sí  No

16. ¿Actualmente realiza implementaciones de pauta?

Sí  No

17. ¿Posee una guía o manual de consulta oficial del proceso para la implementación de pauta?

Sí  No

18. ¿Recibe retroalimentación sobre el proceso de implementación de pauta?

Sí  No

19. ¿Considera que una capacitación es suficiente para aprender el proceso de implementación de pauta?

Sí  No

20. ¿Es amigable el proceso de implementación de pauta?

Sí  No

### Matriz o vaciado de las encuestas

1	¿Cuánto tiempo lleva laborando para la empresa Grupo digital de Guatemala?		Suma de	Porcentaj
			respuesta	e
	1 mes	2	40	
	3 a 6 meses	2	40	
	1 año o más	1	20	
	Total	5	100	

2	¿Conoce los canales de comunicación interna en la empresa Grupo digital de Guatemala?		Suma de	Porcentaj
			respuesta	e
	Si	5	100	
	No	0	0	
	Total	5	100	

3	¿Qué medio utiliza la empresa Grupo digital de Guatemala para comunicación interna?		Suma de	Porcentaj
			respuesta	e
	Redes Sociales	2	40	
	Correo Electrónico	2	40	
	Comunicación Oral	1	20	
	Total	5	100	

4	¿Ha recibido capacitaciones sobre implementación de pauta?	Suma de	Porcentaj
		respuesta	e
	Si	5	100
	No	0	0
	Total	5	100

5	¿Conoce el proceso para la implementación de pauta?	Suma de	Porcentaj
		respuesta	e
	Si	5	100
	No	0	0
	Total	5	100

6	¿Actualmente realiza implementaciones de pauta?	Suma de	Porcentaj
		respuesta	e
	Si	5	100
	No	0	0
	Total	5	100

7	¿Posee una guía o manual de consulta oficial del proceso para la implementación de pauta?	Suma de	Porcentaj
		respuesta	e
	Si	0	0
	No	5	100
	Total	5	100

8	¿Recibe retroalimentación sobre el proceso de implementación de pauta?	Suma de	
		respuesta	Porcentaj
		s	e
	Si	3	60
	No	2	40
	Total	5	100

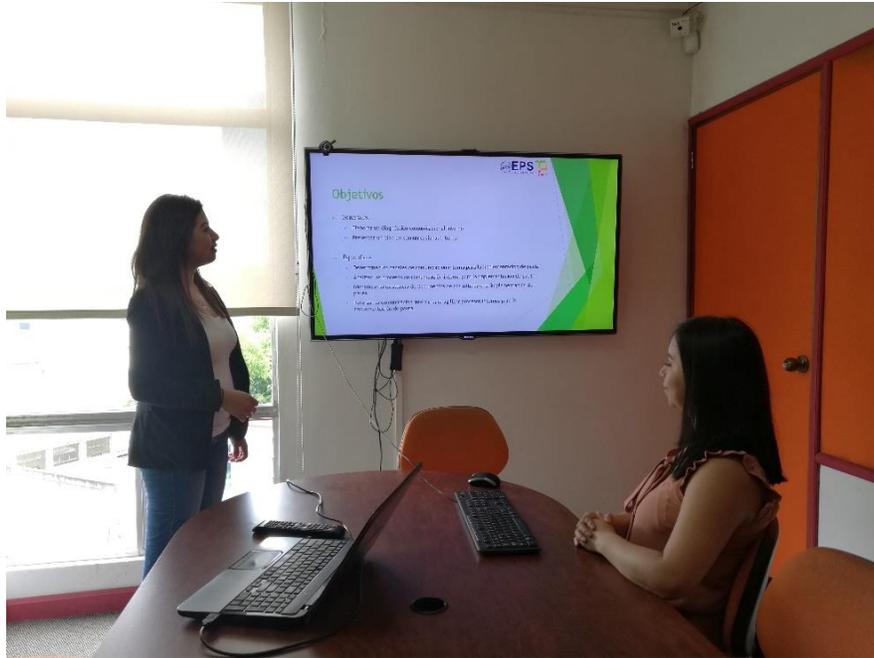
9	¿Considera que una capacitación es suficiente para aprender el proceso de implementación de pauta?	Suma de	
		respuesta	Porcentaj
		s	e
	Si	1	20
	No	4	80
	Total	5	100

10	¿Es amigable el proceso de implementación de pauta?	Suma de	
		respuesta	Porcentaj
		s	e
	Si	2	40
	No	3	60
	Total	5	100

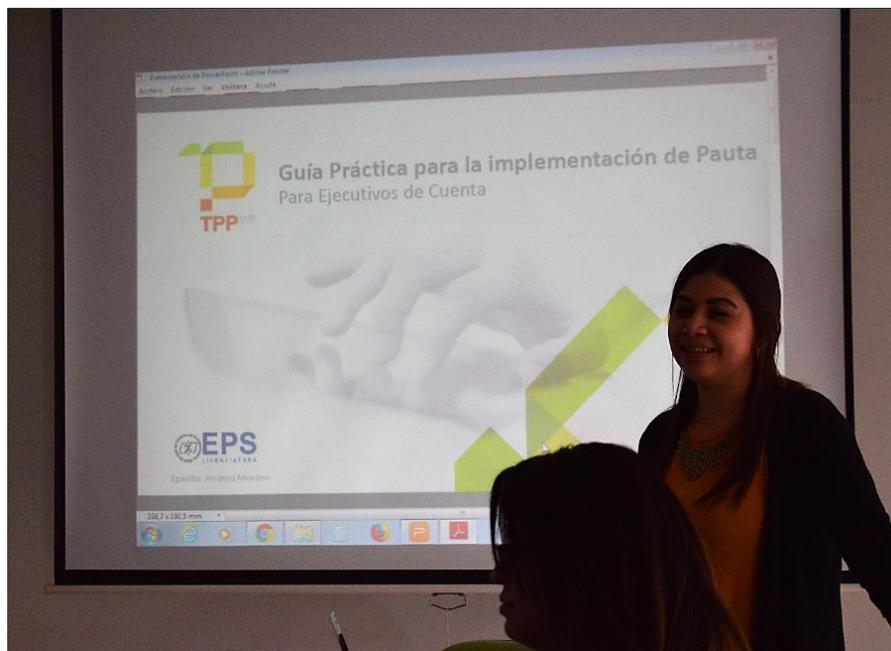
## FOTOGRAFÍAS



Ejecutivos de Cuenta completando las encuestas en las instalaciones de la empresa Grupo Digital de Guatemala. Proyecto a cargo de Epesista Andrea Morales.



Reunión con la Licenciada Karla Ixcot donde se presentó el proyecto y revisión del mismo. Proyecto a cargo de Epesista Andrea Morales.



Reunión con equipo de Ejecutivos en la presentación de la Guía Práctica. Proyecto a cargo de Epesista Andrea Morales.



Reunión con equipo de Ejecutivos en la presentación de la Guía Práctica. Proyecto a cargo de Epesista Andrea Morales.



Entrega final de de la Guía Práctica para la implementación de pauta. Proyecto a cargo de Epesista Andrea Morales.



Capacitación de refuerzo de implementación de pauta, en la instalación de Grupo Digital de Guatemala. Proyecto a cargo de Epesista Andrea Morales.



Finalizando capacitación con el equipo de trabajo de ejecutivos de cuenta Grupo Digital de Guatemala. Proyecto a cargo de Epesista Andrea Morales.



**Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada**

Nombre del Alumno (a): Andrea Celeste Morales Aguilar  
 No. Carné y DPI: 200924212 - 2441878350101  
 Jefe o Encargado (a): Licda. Karla Ixcot – Encargada de Recursos Humanos  
 Institución o Empresa: Grupo Digital de Guatemala  
 Supervisora de EPSL: Licda. Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 01 / Al: 03	Junio	0	0	0	0	7	x	7 hrs.
2	Del: 04 / Al: 10	Junio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
3	Del: 11 / Al: 17	Junio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
4	Del: 18 / Al: 24	Junio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
5	Del: 25 / Al: 30	Junio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
6	Del: 01 / Al: 08	Julio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
7	Del: 09 / Al: 15	Julio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
8	Del: 16 / Al: 22	Julio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
9	Del: 23 / Al: 29	Julio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
10	Del: 30 / Al: 31	Julio	7	6	0	0	0	x	13 hrs.
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA ACUMULADAS</b>									<b>300 hrs.</b>

(f)   
 Licda. Karla Ixcot  
 Encargada de Recursos Humanos  
 Sello



(f)   
 Licda. Sandra Hernández  
 Supervisora EPSL

