

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



**“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL ÁREA DIGITAL,
EN REDES SOCIALES MISS TEEN GUATEMALA”.**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Helen del Rosario Castillo De La Rosa

CARNÉ: 200722057

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, octubre de 2019

Consejo Directivo:

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijillo

Representantes Estudiantiles:

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados:

M.A. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josue Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera



Guatemala, 09 de octubre de 2019

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

Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que la estudiante epesista "**Helen del Rosario Castillo De La Rosa**" con número de carné: "**200722057**" de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en "**Departamento de Mercadeo**" cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **14 de mayo** al **07 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: "**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL ÁREA DIGITAL EN REDES SOCIALES MISS TEEN GUATEMALA**". Entregando el material respectivo y debidamente recibido por: "**MISS TEEN GUATEMALA.**"

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

Atentamente,



Lic. Elma Zully Saravia Hernández
Presidente Miss Teen Guatemala



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



Guatemala, 7 de octubre de 2019

Estudiante
Helen del Rosario Castillo De La Rosa
Carné: 200722057
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

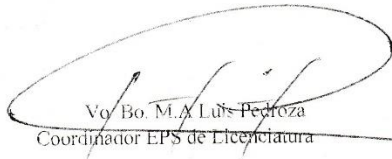
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título: **“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL ÁREA DIGITAL, EN REDES SOCIALES MISS TEEN GUATEMALA”**. El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del informe final del 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”


M.A. Evelin Hernández
Supervisor EPS de Licenciatura




V. Bo. M. A. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura

Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad

www.comunicacion.usac.edu.gt

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

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

DEDICATORIA

- A Dios:** Por permitirme culminar esta etapa de la vida, y enseñarme a Confiar en él hasta el final. Y comprobar que por medio de el mis sueños cobran vida y me acercan al propósito para el cual me formó.
- A Mis Padres:** Carlos Castillo, Dilma De La Rosa por su apoyo, amor y confianza depositada en mí. Me enorgullece ser su hija y que disfrutemos nuestro logro. Los amos papitos.
- A Mis Hermanos:** Glenn, Fernando, Francisco, Zuly, Marvin, Roberto, Omar, Rene, por el apoyo brindado de una u otra manera, que Dios recompense cada palabra y gesto de cariño hacia mi vida.
- A Mi familia en General:** Tíos, primos y sobrinos, cada uno es parte muy importante de mi vida, gracias por apoyarme y hacerme sentir muy amada. Dios les bendiga en gran manera.
- A Mis Amigos:** Gracias a los amigos de infancia, de mi carrera universitaria, de empleos anteriores y amigos que en mi caminar cristiano, han sido de bendición. Dios les bendiga grandemente. Los quiero mucho.
- A mi congregación:** A mis amados pastores por apoyarnos en todo tiempo, a los hermanos de la congregación de Monte Moriah, agradezco sus oraciones, que la bendición del Padre sea sobre ustedes.

Dedico de manera especial a mi hermano Glenn Ennio Castillo De La Rosa Q.E.P.D, por su amor, cuidado, su ejemplo de humildad y sinceridad, siempre nos demostraste tener un corazón transparente y era imposible no amarte y sé que celebrarías conmigo este triunfo. Te amo y un día nos volveremos a ver.

AGRADECIMIENTOS

A la UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA, por brindarme la oportunidad de cursar una carrera universitaria y culminarla, a cada una de sus dependencias por el apoyo brindado, gracias.

A la ESCUELA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, a todos los docentes que compartieron sus conocimientos académicos y algunos personales.

Al LIC. LUIS PEDROZA, por brindar su apoyo en este proyecto y en su momento como docente.

A MSc. SERGIO MORATAYA, agradecimiento especial por brindar el espacio en nuestra querida ECC para desarrollarnos como profesionales y enseñarnos a valorar lo privilegiados que somos, al poder llegar a cursar una carrera universitaria y así ser unos profesionales de bien para nuestro país.

A LICDA. EVELIN HERNÁNDEZ, por su asesoría en la elaboración de mi proyecto de EPS. Dios la bendiga.

A LICDA. SANDRA DE CORZO, por su amabilidad y asesoramiento durante el transcurso del EPS.

A LICDA. ZULLY SARAVIA, por la confianza y el apoyo incondicional en la realización del proyecto de EPS.

A MISS TEEN GUATEMALA. a la Dirección de Mercadeo, por brindarme el espacio para realizar mi EPS, además de llevarme una bonita experiencia y conocer a nuevas personas.

INDICE

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

Contenido

CAPÍTULO I.....	1
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 MISS TEEN GUATEMALA.....	1
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	1
1.2.3. Antecedentes.....	2
1.2.4. Departamentos o dependencias.....	2
1.2.5. Misión.....	3
1.2.6. Visión.....	3
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	3
1.2.8. Público Objetivo (de la institución).....	3
1.2.9. Organigrama.....	4
1.3. METODOLOGÍA.....	4
1.3.1. Descripción del Método.....	4
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección.....	5

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico	6
1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS	7
1.4.1 Resultados de la observación	7
1.4.2. Gráficas, e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	8
1.4.3 Resultados de la entrevista.....	13
1.5 RADIOGRAFÍA DE INSTITUCIÓN	14
1.5.1. Fortalezas	14
1.5.2. Oportunidades	14
1.5.3. Debilidades	14
1.5.4 Amenazas	14
CAPÍTULO II	15
2. PLAN DE COMUNICACIÓN	15
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	15
2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	15
2.2.1. Objetivo General	15
2.2.2 Objetivos específicos	15
2.3 PÚBLICO OBJETIVO	16
2.4. MENSAJE	17
2.5. ESTRATEGIAS	17
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	18
CAPÍTULO III	19
3. INFORME DE EJECUCIÓN	19
3.1 PROYECTO DESARROLLADO	19
3.1.1. Financiamiento.....	19
3.1.2. Presupuesto	19

3.1.3. Beneficiarios	20
3.1.4. Recursos Humanos.....	20
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción.....	21
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	21
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	29
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	30
CONCLUSIONES.....	31
RECOMENDACIONES.....	32
GLOSARIO DE TÉRMINOS	33
BIBLIOGRAFÍA	36
E-GRAFÍAS	37
ANEXO	38

RESUMEN

Nombre de la Institución: Miss Teen Guatemala (Súper Eventos S.A)

Nombre del Proyecto: “Estrategia de comunicación externa para el área digital mercadeo, en redes sociales de la institución Miss Teen Guatemala”.

Objetivos Del Proyecto

Generales:

- Presentar un proyecto de comunicación externa para la institución MISS TEEN GUATEMALA.

Específicos:

- Dar a conocer las actividades que realiza la institución.
- Generar nuevos contenidos para las redes sociales, para brindar mayor información acerca de la institución.
- Crear fotos, videos, mantas para promocionar e informar sobre la institución y todo lo que se realiza.

SINOPSIS

Este trabajo fue realizado en la Institución Miss Teen Guatemala en el área de Mercadeo, este proyecto de EPS, se basó en las redes sociales que maneja y de las actividades de las que se encarga, como eventos de belleza, conferencia de prensa, entre otros.

De lo mencionado anteriormente, se hizo un análisis para poder dar un contenido más fresco a un grupo objetivo y un mejor uso de redes sociales, que va dirigido a sus clientes o seguidores que tienen acceso a ellas por medio de, Smartphone, tablets, computadoras, etc. Todo esto a través de la creación constante de material digital para dar a conocer todo lo que se realiza.

Para la elaboración de este proyecto se realizó en tres fases: La primera un Diagnóstico Comunicacional, La elaboración de un plan de Comunicación y la ejecución del Proyecto.

INTRODUCCIÓN

Como parte del Ejercicio Profesional Supervisado, se realizó el diagnóstico de comunicación en la institución Miss Teen Guatemala.

El presente proyecto de EPS de Licenciatura se refiere a la elaboración de una estrategia comunicacional para el área externa de Miss Teen Guatemala. Para realizar este trabajo se llevó a cabo un diagnóstico comunicacional, un plan de comunicación, la ejecución del plan y objetivos alcanzados.

Este diagnóstico comunicacional, se realizó para detectar los posibles problemas a nivel comunicacional que la institución llegara a tener al momento de realizar la evaluación, utilizando como base las redes sociales que constituyen unos de sus medios más importantes de difusión.

El presente Ejercicio Profesional Supervisado, busca fortalecer por medio de material digital la comunicación externa, por medio de las redes sociales. Es necesario tener contenido fresco para que por medio de él se brinde mayor información y mayor alcance en las redes sociales.

JUSTIFICACIÓN

En la actualidad Miss Teen Guatemala, es una de las instituciones de belleza con mayores años de trayectoria en nuestro país, siendo pioneros en concursos de belleza entre otros.

Esta estrategia reforzó la comunicación externa de la institución Miss Teen Guatemala, para que pudiese transmitir la información necesaria a la población, para poder interactuar más con los seguidores y dar a conocer por medio de las redes sociales, con mucha más fuerza la institución, y tener un mayor alcance de personas.

Es por ello que se vino a fortalecer las redes sociales con que se cuenta ya en la institución, estas herramientas útiles no han generado el alcance necesario para poder llegar a muchas más personas. Parte de la población no se entera de las actividades y todo lo que se realiza en Miss Teen Guatemala (Súper Eventos S.A).

Este proyecto fue de gran apoyo para la empresa, ya que por medio de él se logró crear contenido que puede ser utilizado para eventos no solamente presentes sino futuros, generando contenido fresco como lo son fotos, videos, etc. Se pudo llevar de una manera más ordenada cada actividad y archivos de la institución. De la misma manera en el área de pautar publicaciones es muy necesario para mayor alcance pagar por ello; aunque haciéndolo de manera orgánica se alcanzó un buen avance.

Una de las viabilidades de este proyecto es que su alcance llegó a nivel nacional y algunos departamentos, ya que fue por medio de las redes sociales. Estos medios de comunicación modernos que hoy en día, tienen un gran alcance, tomando en cuenta la accesibilidad que la población tiene a estos medios, que hace años atrás era imposible llegar con tanta facilidad.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

“Diagnóstico de Comunicación En El Departamento De Mercadeo De La institución Miss Teen Guatemala”

1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1 Objetivo General

- Diagnosticar la comunicación externa de la institución Miss Teen Guatemala.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Examinar los canales de comunicación digital.
- Evaluar los procesos de comunicación para obtener que áreas necesitan mayor atención.
- Presentar un plan de comunicación basado en el análisis comunicación presentada y así aplicar las mejoras en el área que corresponda.

1.2 LA INSTITUCIÓN MISS TEEN GUATEMALA

1.2.1. Ubicación Geográfica

Km 8.5, Carretera al Salvador C#27, Ciudad de Guatemala,

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Miss Teen cuenta con alianzas estratégicas, patrocinadores con gran trayectoria como lo son:

Hotel Camino Real, el cual apoya con sus instalaciones para realizar castings y la gran final del certamen.

Restaurante Los Cebollines, se lleva a cabo Fashion Show Oficial.

Fitness One donde se realiza talleres y capacitaciones para las chicas.

MD patrocinan calzado oficial de Miss Teen.

José Víctor López diseñador de los vestidos de gala de la gran final.

Todos ellos apoyan todo el proceso de Miss Teen Guatemala y se añadirán otras marcas reconocidas.

1.2.3. Antecedentes

El año de 1998 es fundada la franquicia Miss Teen en Guatemala, siendo pioneros en eventos de belleza juveniles con proyección internacional. Desde hace 21 años, Zully Saravia Presidenta de la franquicia y dueña de Súper Eventos S.A., tomó las riendas del proyecto. Se fueron realizando estrategias y visualización de crecimiento del proyecto. Se abren las puertas a las participantes que se han atrevido a soñar en grande. La visualización de tener la franquicia en Guatemala era hacer un evento Internacional el cual se logró. Se han enviado a competir a varias chicas a otros países, y han logrado firmar con marcas reconocidas. Tenemos como ejemplo a Gabriela Salvado, quien, aunque no ganó; luego participó en eventos fuera del país firmando con Ford, empezando en el mundo de modelaje y ahora es una gran empresaria en New York.

Gran cantidad de niñas han empezado a incursionar en el mundo del modelaje al pasar de los años, conductoras que se han visto en los medios de comunicación como: Alejandra Guzmán, Jessica Shell, Christa García, Loraine Quinto, entre otras, siendo ellas han sido parte de Miss Teen Guatemala en años pasados.

1.2.4. Departamentos o dependencias

- Presidenta
- Gerente General
- Asistente
- Departamento de Mercadeo
- Departamento de Producción
- Departamento de Diseño
- Diseñador encargado de vestuario
- Representantes de Franquicia (Reinas)

1.2.5. Misión

Miss Teen Guatemala es una organización en donde se está enfocado en darle poder a los valores de nuestras Teen, ya que ellas son el futuro de la sociedad moderna. Buscamos el crecimiento personal y profesional, promoviendo la belleza, el intelecto, los valores y concientizar a las jovencitas de los problemas a nivel nacional. Convirtiendo a nuestras chicas en un instrumento de aprendizaje y liderazgo.

1.2.6. Visión

Ser la mejor plataforma para el desarrollo de las futuras mujeres empoderadas de Guatemala, las líderes de cada generación, para causar un gran impacto y la proyección e integridad de las chicas Teen a nivel nacional e internacional.

1.2.7. Objetivos Institucionales

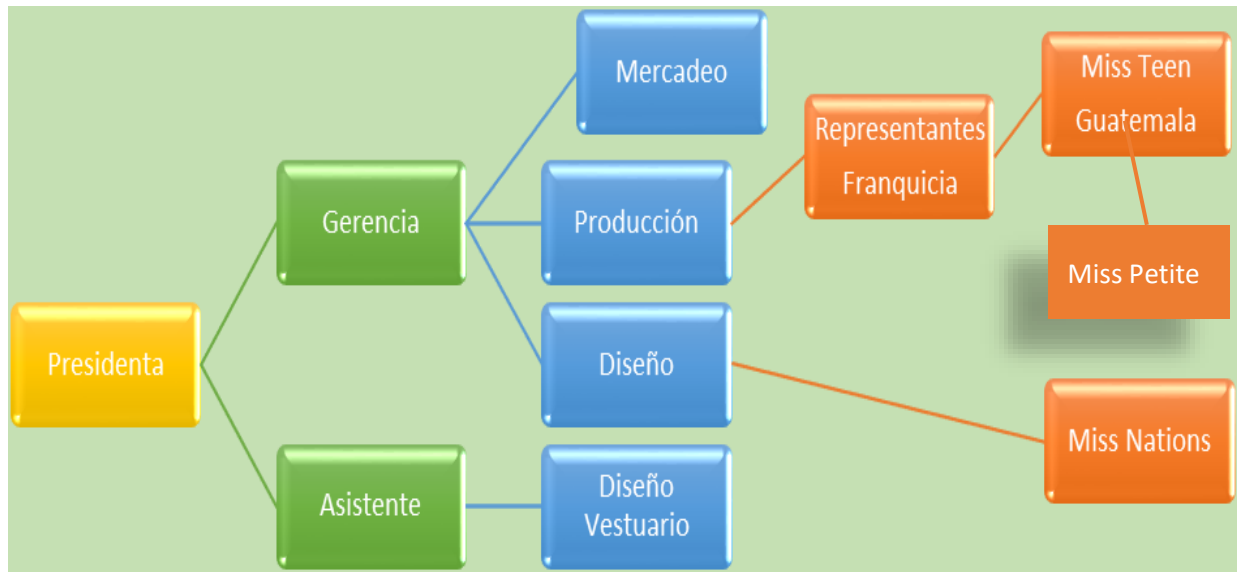
Excelencia, solidaridad, honestidad y honradez, responsabilidad, liderazgo, integridad, desarrollo y superación personal. Por medio de ello tener mujeres de bien para nuestro país y sus familias.

1.2.8. Público Objetivo (de la institución)

A la población en el rango de 14 a 19 años de edad, 20 candidatas nivel socioeconómico A+B, y por medio de esto poder ser de ayuda para nuestro país formando mujeres empoderadas, las cuales puedan apoyar al crecimiento del país. Llegar al mayor público por todos de los medios de comunicación social.

1.2.9. Organigrama

Miss Teen Guatemala, 2019



1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

“La metodología utilizada es mixta ya que se utilizará el método cuantitativo, ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente y se centra en puntos específicos y el cualitativo no otorga datos numéricos, pero cumple con los resultados de muestras pequeñas que pueden ser interpretadas. Sampieri (2014), p. 15-16.

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

Observación: Consiste en el registro sistemático, válido y confiable del comportamiento o conducta manifiesta. Puede utilizarse como instrumento de medición en muy diversas circunstancias. Es un método más utilizado por quienes están orientados conductualmente. Behar (2008).

Se aplicó este método varios días en donde se observó el comportamiento de cada persona en su ambiente laboral y en base a las actividades de la empresa.

Encuesta o cuestionario: “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”. Chasteauneuf (2009).

Se realizó una encuesta al personal de la institución, la cual constaba de 10 preguntas directas las cuales trataban sobre la institución, procesos y personal. Se observó todo detalle en el ambiente laboral y conducta de empleados.

Entrevista: Las entrevistas se dividen en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas o abiertas. (Ryen, 2013; y Grannell y Unrau, 2011). La que se utilizó fue la semiestructurada ya que se hace una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para obtener mayor información.

Se realizó una entrevista a la presidente de la institución Zully Saravia, se hicieron varias preguntas de los inicios de Miss Teen, evolución y desarrollo, para poder tener un poco más amplio el panorama y despejar dudas de la misma.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

Actividades	Cronograma						
	Enero				Febrero		
	1	2	3	4	1	2	3
Propedéutico EPS							
Fase de Observación							
Encuesta Colaboradores							
Entrevista							
Baseado de datos							
Redacción de informe							

Helen Castillo (2019, Guatemala, EPS licenciatura ECC, USAC) Diagrama Gantt

1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1 Resultados de la observación

GUÍA DE OBSERVACIÓN

Nombre de la Empresa	Miss Teen Guatemala
Nombre del Observador	Helen del Rosario Castillo De La Rosa.

OBJETIVO: Observar y evaluar el comportamiento de los empleados en el ambiente laboral.

No.	ASPECTOS A EVALUAR	SI	NO	NO TODOS	OBSERVACIONES
1	Llegan a tiempo al trabajo	X			Llegan a tiempo casi siempre.
2	Comparte el contenido de la institución.			X	No siempre lo hacen y solamente algunos lo comparten.
3	Utilizan redes sociales			X	No todos utilizan sus redes sociales de manera constante.
4	Elaboran sus actividades de manera ordenada.		X		Algunas veces hay dificultad en el tiempo o en orden.
5	Aporta sus conocimientos para los proyectos.	X			Todos aportan sus ideas para que todo salga mejor.
6	Ejercen un buen comportamiento con sus compañeros.	X			Se maneja un buen ambiente laboral, incluso fuera de la institución.
7	Es responsable en su trabajo.	X			Tratan de ser lo más responsables que se puede.

1.4.2. Gráficas, e interpretaciones del resultado de las encuestas.

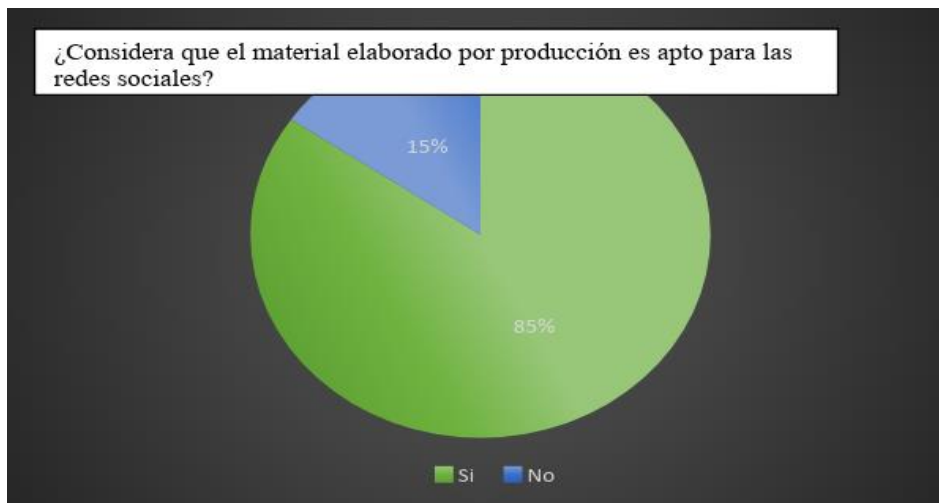
Gráfica 1



Helen Castillo 2019, Guatemala, EPS licenciatura ECC, USA

Interpretación: En la instrucción hay una buena relación con los compañeros, siempre teniendo el respeto hacia cada uno.

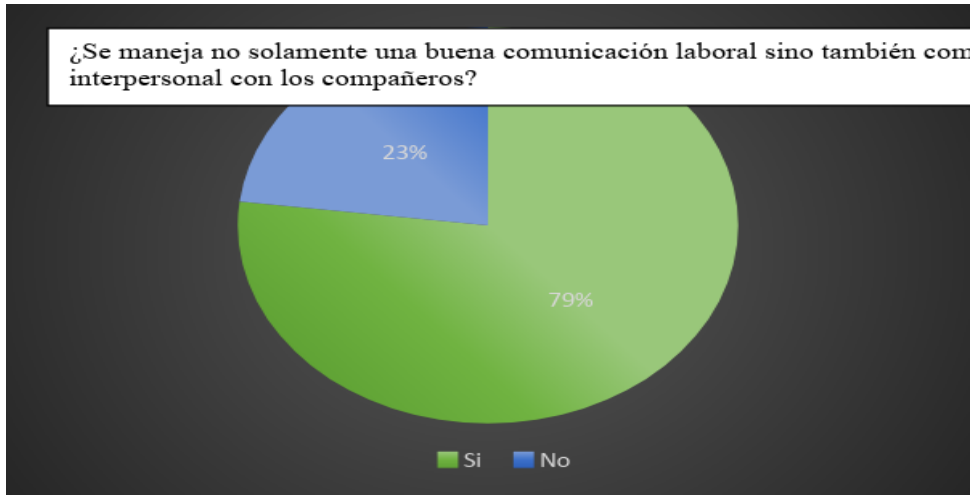
Gráfica 2



Helen Castillo 2019, Guatemala, EPS licenciatura ECC, USAC.

Interpretación: En el área de producción hay gente preparada, la cual hace un buen trabajo generando material para cada red social, dependiendo el evento que se realice.

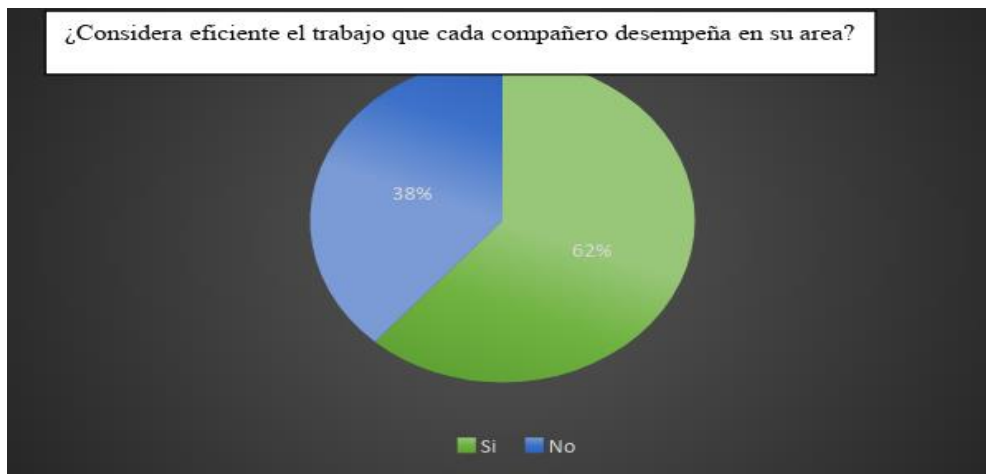
Gráfica 3



Helen Castillo 2019, Guatemala, EPS licenciatura ECC, USAC.

Interpretación: Se maneja buena relación entre compañeros, no solamente de manera laboral; sino que ya se comparte más fuera del mismo.

Gráfica 4



Helen Castillo 2019, Guatemala, EPS licenciatura ECC, USAC.

Interpretación: Si es eficiente ya que cada uno da lo mejor de su conocimiento para que todo camine bien y siempre trabajando en equipo.

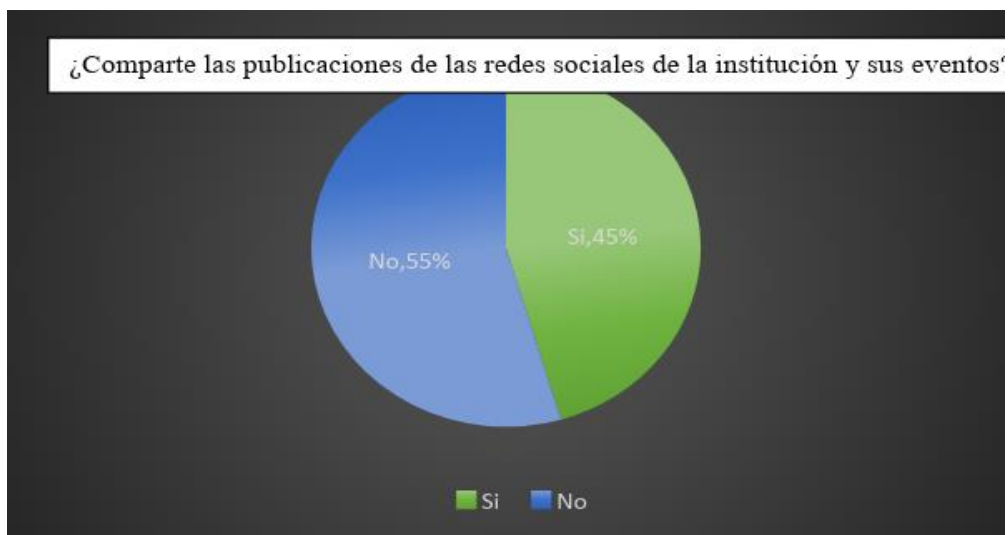
Gráfica 5



Helen Castillo 2019, Guatemala, EPS licenciatura ECC, USAC

Interpretación: El equipo de producción hace un buen trabajo produciendo los materiales. El problema que presentan es la falta de personal, y falta de Cámaras fotográficas, cámaras de video, ya que se utilizan las propias.

Gráfica 6



Helen Castillo 2019, Guatemala, EPS licenciatura ECC, USAC.

Interpretación: A pesar que todos los miembros de la institución siguen las redes sociales, al darle seguimiento a esta, se observa que los que comparten el contenido son los que realizan, y no todos comparten ni interactúan.

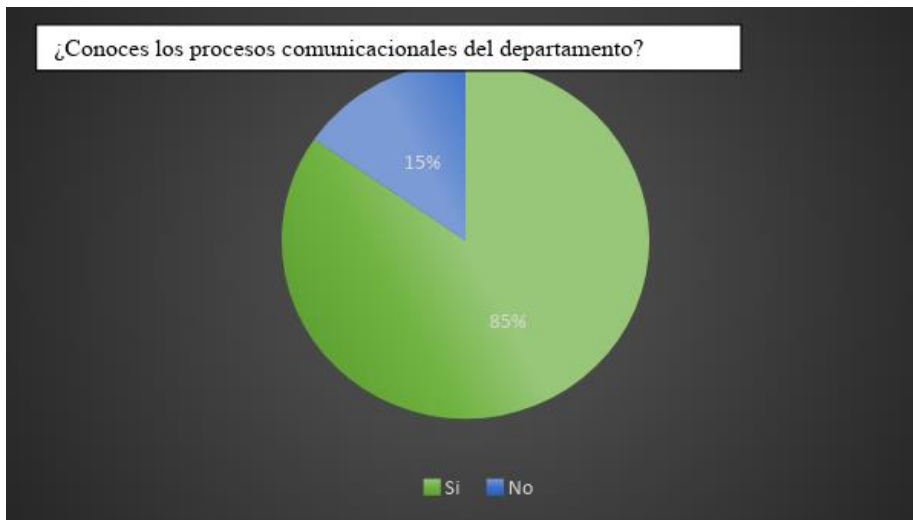
Gráfica 7



Helen Castillo 2019, Guatemala, EPS licenciatura ECC, USAC.

Interpretación: Se tiene conocimiento de los proyectos que se realizan, eventualmente se realizan reuniones para darlos a conocer, y aportar ideas.

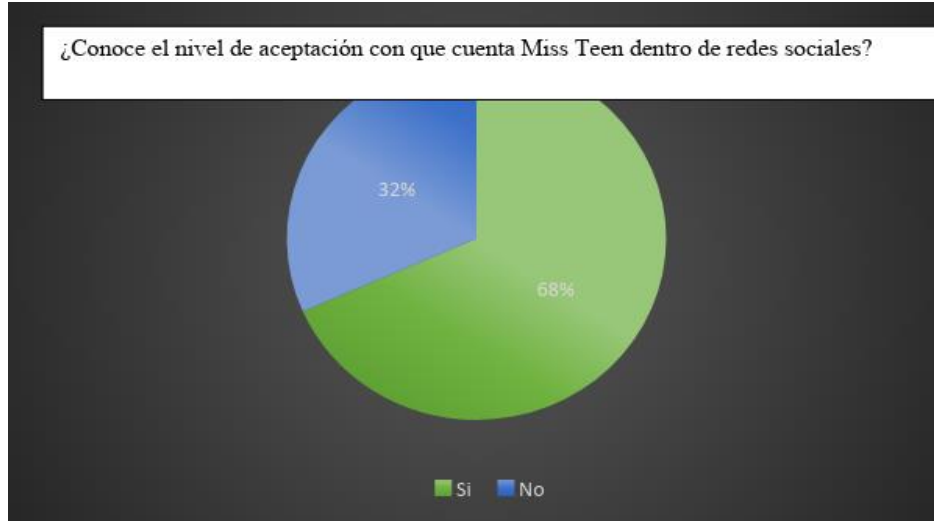
Gráfica 8



Helen Castillo 2019, Guatemala, EPS licenciatura ECC, USAC.

Interpretación: Cada área conoce muy bien su trabajo, en el área de comunicación no es excepción.

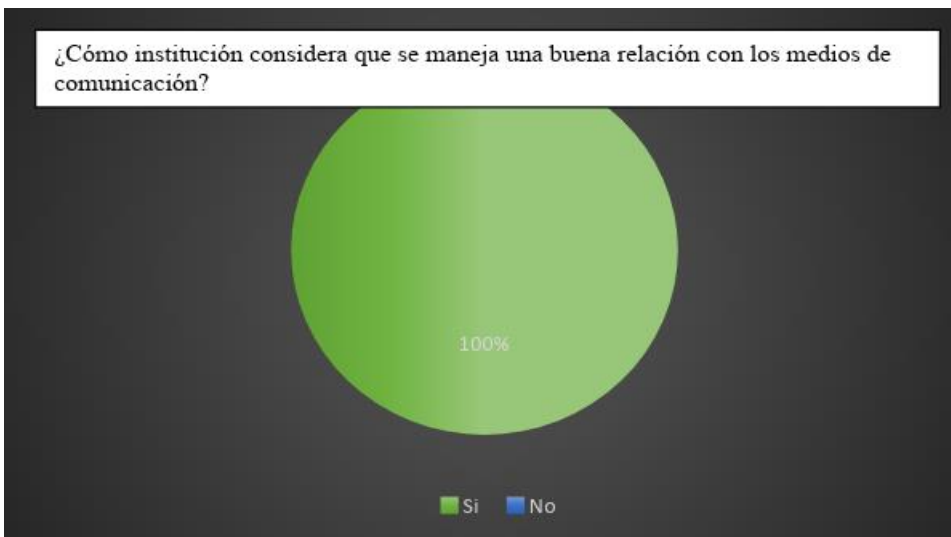
Gráfica 9



Helen Castillo 2019, Guatemala, EPS licenciatura ECC, USAC.

Interpretación: Por el tipo de institución social, es conocida por su trayectoria, pero es necesario darse a conocer más en redes sociales, ya que es necesario estar a la vanguardia.

Gráfica 10



Helen Castillo 2019 Guatemala, EPS licenciatura ECC, USAC.

Interpretación: La institución maneja buena relación con los medios de comunicación, ya que ellos son fuente importante para la difusión de eventos que se realizan en la institución.

1.4.3 Resultados de la entrevista

Fecha entrevista	7 de Abril 2019
Entrevistado:	Elma Zully Saravia
En donde se le entrevisto	San José Pínula Km. 8.5
Duración de la entrevista	20 minutos

Helen Castillo EPS Licenciatura, USAC 2019.

Análisis:

Por medio de la entrevista se pudo obtener una perspectiva más amplia de la institución, sus inicios, evolución y como están en este momento. Qué cosas han sido sus fortalezas y que cosas deben mejorar o fortalecer ya que algunas veces como toda institución ha habido inconvenientes, por distintos factores como: las redes sociales no se les daba uso constante o adecuado, faltaba de contenido fresco que pueda ser utilizado ahora y más adelante, carecían de algo que los identificara en los eventos que se realizan.

Algunas veces no se le ha dado el empuje que necesita el área comunicacional. Se ha tratado no solamente enfocar belleza sino también deseos de superación. Antes se utilizaban mucho los medios alternativos y ahora las redes sociales. Todos los medios enriquecen los proyectos en cualquier área.

1.5 RADIOGRAFÍA DE INSTITUCIÓN

1.5.1. Fortalezas

- Tiene personal emprendedor, quienes dan lo mejor de sí para la empresa.
- Maneja una buena relación con los medios de comunicación.
- La Presidenta es muy emprendedora y con larga experiencia en el medio.
- No solamente es una institución de belleza, sino que también se sienten que están como en familia.

1.5.2. Oportunidades

- Los medios de comunicación le dan el espacio para dar información al momento de ser solicitado.
- Por el tipo de institución y las relaciones que se manejan con medios, tienen la oportunidad de que los mismos les brinden apoyo para publicitarse.
- Los cooperantes o patrocinadores brindan su apoyo.

1.5.3. Debilidades

- Se necesita más equipo para producciones.
- También se necesita un poco más de organización al momento de planear nuevos eventos, sesiones de fotos, casting.
- Podría utilizarse más los contactos para poder tener mayores oportunidades.
- Debe fortalecerse redes sociales e incluir a todos los medios de comunicación.

1.5.4 Amenazas

- El personal de comunicación es pequeño, y se podría tener más personal para cubrir otras áreas de la institución.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Uno de los antecedentes que se encontró en Miss Teen Guatemala corresponde al uso de redes sociales Facebook e Instagram, el cual fue trabajado por Juan Carlos Paniagua y Karla Sorian que fue parte encargada de las redes sociales.

Desde el inicio del proyecto se utilizó redes sociales, aunque no se dio uso adecuado; y se manejan los medios tradicionales, como radio, tv, prensa. Luego se empezó a utilizar las plataformas en donde no se dio un mantenimiento eficiente en donde se pudiera llegar a más personas, ya que no se publicaba ni se creaba contenido para las mismas.

2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

- Fortalecer la comunicación externa a través de plataformas digitales.

2.2.2 Objetivos específicos

- Informar al público objetivo para que se pueda alcanzar una mayor audiencia.
- Reforzar los canales de comunicación digitales de la institución.
- Implementar material que identifique a la institución en los eventos a realizar.

2.3 PÚBLICO OBJETIVO

Demográfico
Edad: Para personas de entre las edades de 14 a 50 años. Para ambos sexos Nivel académico: de primaria a nivel universitario.
Psicográfico
Esta campaña va dirigida a la población interesada en el ámbito de modelaje Juvenil, belleza y superación personal y que cuenta con acceso a las redes sociales. Para la población conformada por niños, jóvenes y población adulta.
Socioeconómico
Nivel económico: A+, A, B+, B, C+, C, D+, D. Para todas las personas del área rural o urbana que consumen internet de 5 a 10 quetzales para adquirir el servicio de redes ilimitadas de alguna compañía telefónica o ya sea para personas que cuentan con internet de casa.
Geográfico
Dirigido a nivel nacional tanto para la población del área urbana como rural.
Conductual
A las personas que tiene el hábito de verificar sus redes sociales. Estas personas comparten y publican en sus redes sociales.

Helen Castillo EPS Licenciatura, USAC 2019.

2.4. MENSAJE

Mediante el fortalecimiento de redes sociales, material impreso y castings se desea dar a conocer mucho más la institución, haciendo énfasis en la importancia de la organización de formar jovencitas no solo con belleza interna sino externa que sobresalen en todos los ámbitos de la vida.

Por medio de la implementación de una mejor estrategia digital utilizada en redes sociales, poder llegar a un mayor número de seguidores o usuarios y así poder formar un vínculo con el cual se identifiquen con Miss Teen Guatemala, por medio del material y seguimiento que se dé a sus plataformas.

2.5. ESTRATEGIAS

Estrategia 1: Campaña digital para redes sociales.

En esta era digital las redes sociales se han convertido es una herramienta muy importante para las instituciones o empresas. Por medio de la estrategia se genera interés en los usuarios, y la misma nos permite conocer a nuestro público de una mejor manera. Creando contenidos frescos y que sean de utilidad para la institución.

Estrategia 2: Creación de material para identidad gráfica

Es importante tenerla ya que es la imagen que se transmite a los clientes o usuarios, es la manera de cómo nos presentamos ante ellos, y esta nos permite ser reconocidos fácilmente y sobre todo que la institución sea recordada y que la marca sea fortalecida.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

ACCIÓN 1	
A qué estrategia responde la acción.	Material digital para redes sociales.
Problema	No se cuenta con mucho material digital de la institución para darle uso en redes sociales.
Producto	Creación de contenido para redes como: Preguntas, encuestas, historias, transmisiones en vivo, videos, sesiones de fotos, etc.
Objetivo comunicacional	Dar a conocer la institución de mayor manera en redes sociales y así conseguir más seguidores y likes por medio de las interacciones y el material que se presente en las redes sociales de manera orgánica.
Público objetivo	Externo
Medio de difusión	Las redes sociales Facebook, Instagram con que cuenta la institución.

Helen Castillo EPS Licenciatura, USAC 2019.

ACCIÓN 2	
A qué estrategia responde la acción.	Creación de material para identidad gráfica, para la implementación de la nueva estrategia.
Problema	Ya no se contaba con algo que identificara la institución en los eventos, y en archivo existe poco material o actualizado para lo que se desea implementar, ya que se extravió parte de material.
Producto	Manta vinílica, estructuración de contenido.
Objetivo comunicacional	Identificar a la institución.
Público objetivo	Informativo
Medio de difusión	Presentaciones frente a frente, reuniones, de redes sociales Facebook e Instagram.

Helen Castillo EPS Licenciatura, USAC 2019.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL ÁREA DIGITAL MERCADEO EN REDES SOCIALES MISS TEEN GUATEMALA”.

3.1 PROYECTO DESARROLLADO

3.1.1. Financiamiento

- El financiamiento de este proyecto fue de la siguiente manera, la institución aportó con los siguientes recursos que fueron, espacio, herramientas. Aporte del epesista: tiempo, creatividad y elaboración del material juntamente con diseñador. Materiales los cuales fueron un 75% aportado por la institución y el 25% fue aporte del epesista.

3.1.2. Presupuesto

PRESUPUESTO

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total
1	Uso internet (publicaciones)	Q.400.00	Q.400.00
1	Manta Vinílica medidas 2.25 * 2.21cm (utilizada para identificación en los eventos, sesiones, etc).	Q200.00	Q200.00
1	Diseño de 3 invitaciones digitales diferentes.	Q.100.00	Q.300.00
1	Asesoría Comunicacional	Q. 5,000.00	
Costo Final			Q5,900.00

Helen Castillo EPS Licenciatura, USAC 2019.

3.1.3. Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficio
Beneficiarios Primarios. Miss Teen Guatemala (Súper eventos S.A)	La institución contó con una estrategia de comunicación externa, para las redes sociales, que beneficiará al área de mercadeo y comercialización de la marca. Contando con material fresco y nuevo.
Beneficiarios Secundarios. Grupo Objetivo 14 a 19 años de edad.	Redes sociales de la institución. La cual a través del contenido elaborado conocerá más sobre la institución y los eventos que se realizan.

Helen Castillo EPS Licenciatura, USAC 2019.

3.1.4. Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Licda. Zully Saravia	Presidenta de la franquicia Miss Teen Guatemala (Súper Eventos S.A)	La aprobación de cada material, para su publicación, acorde a cada plan y dirección de cada evento.
Lic. Gaby Klingerberg	Encargada del área de producción	Asesoró en diseño gráfico, para mantener la misma línea gráfica de la institución.
Jessica Marroquín	Community Manager	Asesoría en redacción y uso de redes.
Helen Castillo	Epesista	Apoyo área mercadeo elaboración proyecto para fortalecer redes.

Helen Castillo EPS Licenciatura, USAC 2019.

3.1.5. Áreas Geográficas de Acción

"KM 8.5, Carretera al Salvador C#27, Ciudad de Guatemala.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

Estrategia

Estrategia de Comunicación externa para el área digital mercadeo, a través de material gráfico, digital en redes sociales de Miss Teen Guatemala".

Objetivo Comunicacional

Ilustrar y materializar los diferentes eventos que realiza Miss Teen Guatemala, de tal forma que los seguidores o público objetivo puedan tener un panorama general de lo que realiza la institución en los distintos ámbitos en los que se desenvuelve.

Descripción

Se evaluó las distintas actividades que desarrolla la Institución Miss Teen Guatemala, para así detectar alguna falla en la cual podría mejorarse para una mejor comunicación externa y avance en sus plataformas.

Acciones desarrolladas

Acción 1. Ilustración de cada una de las distintas actividades que realiza la institución, adaptación de cada una de las actividades para las redes sociales.

Acción 2. Creación de material para identidad gráfica, como lo es la manta la cual es utilizada para eventos como el Hotel Westin Camino Real, Los Cebollines, Casa Margarita, etc.

1) Acción 1: Creación de contenido para Facebook e Instagram, se hicieron artes, lo cuales tenían contenido de casting, conferencia de prensa, concurso de la mejor foto, viaje de producción, Fashion show y final. Esto se realizó para que conozcan los procesos de los eventos y así mismo que las redes tengan mayor contenido y seguidores.

Contenido para Facebook e Instagram



Fotos Juan Duque, Conferencia de prensas



Fotos Juan Duque, Fashion Show



Fotos Helen Castillo Viaje de Producción



Fotos Juan Duque final



Fotos Juan Duque Final

Seguidores y capturas de pantalla de Página Miss Teen Guatemala


462 Publicaciones **3,304** Seguidores **60** Seguidos

Miss Teen Guatemala Oficial
 Producto/servicio
 @nicolee_0827
 Miss Teen Guatemala 2019 🏆
 @9_s.m1520
 Miss Teen Petite Guatemala... más
www.youtube.com/watch?v=jpdsAbYnkvQ&feature=y...

Configuración Ayuda

Enviar mensaje

24.808 Total de Me gusta **24.896** Total de seguidores

Español English (US) Português (Brasil) Français (France) Deutsch

Privacidad Condiciones Publicidad Opciones de anuncios Cookies Más Facebook © 2019

Stan Pablo Dupuis

24.896 Me gusta · 3 comentarios · 4 veces compartido

3.199 personas alcanzadas

Ver estadísticas

Personas alcanzadas: 3.199

Origen	Me gusta	Comentarios	Veces compartido
Del perfil	12	2	1
Del inicio	12	2	1
De la ubicación	12	2	1
De otro origen	12	2	1

Miss Teen Guatemala

Inicio Página Mensajes Anuncios Más

Inicio Publicaciones Información Fotos Videos

264 Me gusta · 40 veces compartido

7,803 personas alcanzadas

Promocionar publicación

Total de personas alcanzadas: 7,803

Origen	Me gusta	Comentarios	Veces compartido
Orgánico	7,803	0	0
Pagado	0	0	0

Reacciones, comentarios y veces que se compartió: 304

Origen	Me gusta	Comentarios	Veces compartido
Reacciones	264	0	0
Comentarios	0	0	40
Veces compartido	0	0	40

Clics: 2,480

Origen	Me gusta	Comentarios	Veces compartido
Clics en el enlace	0	1,538	942
Visualizaciones de fotos	0	1,538	942
Clics de otro tipo	0	1,538	942

Estadísticas de publicaciones

Descubrimiento: 6,665

Cuentas alcanzadas: 74% no estás entre tus seguidores

Seguimientos: 10

Alcance: 6,665

Impresiones: 17,501

Origen	Impresiones
Del perfil	8,891
Del inicio	3,966
De la ubicación	153
De otro origen	5,591

Aquí es donde más se vio tu publicación. (La mayoría de las impresiones que obtuvo provienen de Perfil, Inicio y Ubicación.)

Vestuario: @victorlopez... Ver más



← Ver estadísticas



Estadísticas de publicaciones

Descubrimiento ⓘ

3,063

Cuentas alcanzadas
El 57% no estaba entre tus seguidores

Seguimientos	0
Alcance	3,063
Impresiones	5,118
Del inicio	2,372
Del perfil	2,369
De hashtags	44
De otro origen	333

Aquí es donde más se vio tu publicación. La mayoría de las impresiones que obtuvo provienen de Inicio, Perfil y Hashtags.

Guatemala



← Ver estadísticas



3,182

Cuentas alcanzadas
El 59% no estaba entre tus seguidores

Seguimientos	2
Alcance	3,182
Impresiones	5,132
Del inicio	2,034
Del perfil	1,064
De la sección "Explorar"	29
De otro origen	2,005

Aquí es donde más se vio tu publicación. La mayoría de las impresiones que obtuvo provienen de Inicio, Perfil y Explorar.

Guatemala



← Ver estadísticas



2,369

Cuentas alcanzadas
El 58% no estaba entre tus seguidores

Seguimientos	0
Alcance	2,369
Impresiones	3,802
Del inicio	1,578
Del perfil	696
De la sección "Explorar"	18
De otro origen	1,510

Aquí es donde más se vio tu publicación. La mayoría de las impresiones que obtuvo provienen de Inicio, Perfil y Explorar.

Cada semana tendremos un reto fotográfico en el cual llegarán las mejores 4 fotos para elegir la mejor de cada semana.
¿Quién crees que tuvo su mejor foto esta semana?
#MissTeenGuatemala2019👑



← Ver estadísticas



Estadísticas de publicaciones

5,185

Cuentas alcanzadas
El 60% no estaba entre tus seguidores

Seguimientos	10
Alcance	5,185
Impresiones	9,017
Del perfil	4,535
Del inicio	3,307
De hashtags	19
De otro origen	1,156

Aquí es donde más se vio tu publicación. La mayoría de las impresiones que obtuvo provienen de Perfil, Inicio y Hashtags.

@paulmaareano
#retodelasemana... Ver más



← Ver estadísticas



Estadísticas de publicaciones

4,816

Cuentas alcanzadas
El 66% no estaba entre tus seguidores

Seguimientos	4
Alcance	4,816
Impresiones	8,348
Del perfil	4,990
Del inicio	2,307
De hashtags	61
De otro origen	990

Aquí es donde más se vio tu publicación. La mayoría de las impresiones que obtuvo provienen de Perfil, Inicio y Hashtags.

Locación: @casamargaritahotelandparadise ...
Ver más



← Ver estadísticas



Estadísticas de publicaciones

4,382

Cuentas alcanzadas
El 76% no estaba entre tus seguidores

Seguimientos	0
Alcance	4,382
Impresiones	8,336
Del perfil	6,063
Del inicio	1,421
De hashtags	1
De otro origen	851

Aquí es donde más se vio tu publicación. La mayoría de las impresiones que obtuvo provienen de Perfil, Inicio y Hashtags.

ACCIÓN 2

Creación de material para identidad gráfica, utilizada para los eventos en Hotel Camino Real, Los Cebollines, etc.



Fotos: Helen Castillo y Juan Duque.

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	DURACIÓN									
	MAYO			JUNIO			JULIO			
	3	4	5	1	2	3	4	1	2	
Organización de contenido para Facebook e instagram.										
Fotos de primeros eventos, bienvenida, conferencia de prensa.										
Diagramación Boceto para manta										
Entrega manta para imagen diferentes eventos.										
Fotos y video viaje de producción, fashion show, final.										
Edición Fotos, videos para contenido en Facebook e Instagram.										
Subir contenido a redes Fotos, videos, historias.										
Seguimiento Proyecto de Comunicación,resentaciones para clientes.										

Cronograma de Gantt

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
<p>Piezas que se publicaron de las actividades por medio de material digital de las actividades que realiza la institución.</p>	<p>Se contaba con una cantidad de 2000 seguidores y se alcanzó 3304, obteniendo más interacción en publicaciones en Instagram.</p> <p>Con una cantidad de seguidores 24.887 en FB</p> <p>Con una cantidad que les dan like de 24.805.</p> <p>Con una cantidad de visitas y un alcance de hasta 18.000</p>	<p>Sirvió para dar a conocer la institución y las actividades que la misma realiza para obtener mejor conexión con los seguidores y aumentó el número de los mismos.</p>

CONCLUSIONES

- En esta estrategia de comunicación externa se logró fortalecer ciertas debilidades que se encontraron al momento de realizar el diagnóstico comunicacional las cuales han sido mejoradas para lograr ser una institución más competitiva y conocida por medio de las redes sociales.
- Se creó material digital para dar a conocer las actividades que realiza y se encarga Miss Teen Guatemala, para que sus seguidores y público objetivo tenga un panorama y general de las actividades que realiza.
- Dado al público objetivo al cual está dirigido el contenido de las actividades de la institución, se utilizó un diseño dinámico, sencillo, fresco, para la población, que cuentan con acceso a las redes sociales, ya sea por medio de un teléfono inteligente, Tablet, o PC, predominado los colores de la institución.
- Se dará a conocer el contenido del que se encarga la agencia a seguidores y público general para que puedan informarse sobre las actividades que se llevan a cabo constantemente.

RECOMENDACIONES

- Este trabajo cuenta con información importante del área de comunicación de la institución Miss Teen Guatemala, para que pueda ser consultada por la población guatemalteca en general.
- Se recomienda seguir con la línea gráfica que ha sido fortalecida con este plan de comunicación y que se siga actualizando constantemente durante los eventos que vayan transcurriendo durante el año.
- De nuevo contenido sea apoyo para las publicaciones digitales, facilitando así el acceso a las redes sociales de la institución y así mismo, la distribución del material para su grupo objetivo de ser necesario.
- Generar contenido de calidad para mantener un nivel acorde a sus eventos y sobresalir sobre la competencia.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Adaptación** Conjunto de cambios que se realizan en una obra literaria, musical, etc., para destinarla a un medio distinto de aquél para el que fue creada.
- **Alcance:** Distancia que alcanza la acción o la influencia de una cosa.
- **Boceto:** Estudio o ensayo en el que se trazan las líneas generales y la composición que tendrá una pintura. Esquema o proyecto que contiene solamente los rasgos principales de una obra artística o técnica.
- **Canal:** Medio por el cual se transmite un mensaje.
- **Comunicación:** Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.
- **Community Manager:** El responsable o gestor de la comunidad de internet, en línea, digital o virtual (online Community Manager en inglés) es quien actúa como auditor de la marca en los medios sociales.
- **Contexto:** Conjunto de elementos lingüísticos que incluyen, preceden o siguen a una palabra u oración y que pueden determinar su significado o su correcta interpretación.
- **Croquis:** Representación gráfica de un espacio que se hace a ojo y sin valerse de instrumentos de precisión.
- **Cultura:** Conjunto de conocimientos e ideas no especializados adquiridos gracias al desarrollo de las facultades intelectuales, mediante la lectura, el estudio y el trabajo.
- **Demografía:** Estudio estadístico de las poblaciones humanas según su estado y distribución en un momento determinado o según su evolución histórica.
- **Delimitación:** Determinar y marcar con claridad los límites de un país o de un terreno, o establecer los límites que existen entre dos cosas.
- **Diagnóstico:** análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias. Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando.
- **Encuesta:** Es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante un cuestionario previamente

diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno 51 donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica o tabla.

- **Estrategia:** Arte de proyectar y dirigir las operaciones militares, especialmente las de guerra. Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.
- **Evaluación:** Es la determinación sistemática del mérito, el valor y el significado de algo o alguien en función de unos criterios respecto a un conjunto de normas.
- **Externa:** Que está en la parte de fuera de una cosa y separado o diferenciado de ella.
- **Focus Group:** En comportamiento del consumidor, los grupos focales son utilizados para enfocarse o explorar un producto o una categoría de productos en particular (o cualquier otro tema de interés para la investigación). Durante una sesión de un grupo de discusión se alienta a los participantes a discutir acerca de sus reacciones ante conceptos de productos y servicios, o ante nuevas campañas de comunicación de marketing o publicidad.
- **Fotografía:** Es el arte y la técnica de obtener imágenes duraderas debido a la acción de la luz. Es el proceso de proyectar imágenes y capturarlas, bien por medio del fijado en un medio sensible a la luz o por la conversión en señales electrónicas.
- **Ilustración:** Fotografía, dibujo o lámina que se coloca en un texto o impreso para representar gráficamente lo expuesto, ejemplificar o hacer más atractivo el resultado. Operación o acción consistente en ilustrar un texto.
- **Interna:** Que está o queda dentro, generalmente distante de su superficie o de lo que conforma sus límites.
- **Línea Gráfica:** Es el estilo que llevará un acorde con todos los materiales que se realizarán, para un determinado productos, servicios o empresas.
- **Logística:** Conjunto de los medios necesarios para llevar a cabo un fin determinado de un proceso complicado.
- **Mensaje:** Noticia o comunicación que una persona envía a otra o pone en su conocimiento.

- **Multimedia:** Que está destinado a la difusión por varios medios de comunicación combinados, como texto, fotografías, imágenes de video o sonido, generalmente con el propósito de educar o de entretener.
- **Plan:** Idea del modo de llevar a cabo una acción. Programa en el que se detalla el modo y conjunto de medios necesarios para llevar a cabo esa idea.
- **Presupuesto:** Cálculo anticipado del coste de una obra o un servicio.
- **Psicográfico:** Hacen referencia a la personalidad, estilo de vida, intereses, aficiones y valores de los consumidores.
- **Público Objetivo:** o target es un recorte demográfico y conductual de un grupo de personas que la empresa elige como futuros clientes de tu producto o servicio.
- **Red Social:** Una red social es una estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.). Normalmente se
- **Relaciones Públicas:** son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas en el tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándoles y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo en determinadas acciones.
- **Socioeconómico:** De la sociedad y la economía conjuntamente, o relacionado con ambas cosas.

BIBLIOGRAFÍA

- Meléndez. (2017), Normas APA sexta edición.
- American Psychological Association (2002). Manual de Publicaciones de la American Psychological Association (5 ed.). México, D.F.: Editorial El Manual Moderno.
- Hernández Sampieri, R. (Ed) (2014) Metodología de la investigación Sampieri, México D.F: Editorial Mexicana.
- Pérez González. R (Ed) (2001) Estrategias de comunicación, Barcelona –España. Editorial Ariel.
- Islas. O y Ricaurte (Ed) (2013) Investigar las Redes Sociales, México, D.F. Editorial Razón y Palabra.
- Ávila Toscano. J (Ed) (2012) Redes Sociales y Análisis de redes, Barranquilla, Azul y violeta Editores Ltda.
- Costa Sánchez. C y Piñeiro Otero. T (Ed) (2015), Estrategias de comunicación Multimedia, Barcelona, Editorial UOC.
- Morales Gómez F. (Ed) (2010) El pequeño libro de las redes sociales. Barcelona, Editorial S.L
- Molina Moreno M. (Ed) (2018) El gran libro del Community Manager. España, Editorial Deusto.
- Behar Rivero, D.S. (2008) Metodología de la investigación. Shalom.

E-GRAFÍAS

- Matrizfoda.com (2017). ¿Qué es la matriz foda? Recuperada de:
<http://www.matrizfoda.com/dafo/>
- Wikipedia.com. (2017) Grupo Focal. Recuperada de:
https://es.wikipedia.org/wiki/Grupo_focal
- Definición de Método Cuantitativo. (2019, 18 de julio). Recuperado de:
<https://conceptodefinicion.de/metodo-cuantitativo>
- Cervantes Agustín. (2014, 19 diciembre). 10 usos de las redes sociales. Recuperado de:
<http://socialvox.com.mx/usos-de-las-redes-sociales/>

ANEXO

Matriz o vaciado de las encuestas

ANEXO

Modelo de la encuesta



Universidad de San Carlos De Guatemala
Escuela de Ciencias De La Comunicación
Encuesta Comunicacional realizada a la institución
Miss Teen Guatemala



1. ¿Considera que existe una buena comunicación con los compañeros de trabajo?
Si No
2. ¿Considera que el material elaborado por producción es adecuado para redes sociales?
Si No
3. ¿Se maneja no solamente una buena comunicación laboral sino también comunicación interpersonal con los compañeros?
Si No
4. ¿Considera eficiente el trabajo que cada compañero desempeña en su área?
Si No
5. ¿El equipo de producción cuenta con las herramientas necesarias para realizar su trabajo, como lo son: ¿cámaras de video, cámaras fotográficas, equipo de grabación de audio?
Si No
6. ¿Comparte las publicaciones de las redes sociales de la institución y sus eventos?
Si No
7. ¿Está enterado de los actuales proyectos de comunicación de la institución?
Si No
8. ¿Conoce los procesos comunicacionales del departamento?
Si No
9. ¿Conoce el nivel de aceptación con que cuenta Miss Teen dentro de redes sociales?
Si No
10. ¿Cómo institución considera que se maneja una buena relación con los medios de comunicació
Si No

Pregunta	Número de persona encuestadas	Si	No	% Si	%No
¿Considera que hay una buena comunicación con los compañeros?	13	12	1	80%	20%
¿Considera que el material elaborado por producción es adecuado para redes sociales es adecuado?	13	11	2	85%	15%
¿Se maneja no solamente una buena comunicación laboral sino también comunicación interpersonal con los compañeros?	13	10	3	79%	23%
¿Considera eficiente el trabajo que cada compañero desempeña?	13	8	5	62%	38%
¿El equipo de producción cuenta con las herramientas necesarias para realizar su trabajo, como lo son, cámaras de video, cámaras fotográficas, equipo de grabación de audio?	13	9	4	67%	33%
¿Comparte las publicaciones de las redes sociales de la institución y sus eventos?	13	5	8	45%	55%
¿Está enterado de los actuales proyectos de comunicación de la institución?	13	11	2	77%	23%
¿Conoce los procesos comunicacionales del departamento?	13	11	2	85%	15%
¿Conoce el nivel de aceptación con que cuenta Miss Teen dentro de redes sociales?	13	7	6	68%	32%
¿Cómo institución considera que se maneja una buena relación con los medios de comunicación?	13	13	0	100%	0%

Helen Castillo 2019, Guatemala, EPS licenciatura ECC, USAC.

Cotización Manta

COTIZACIÓN No. 004263



Impresiones
Ilimitadas S.A.

FECHA: 19/03/2019

CLIENTE: ROSARIO CASTILLO

CONTACTO: ROSARIO CASTILLO

EJECUTIVO: FLOR DE MARÍA JUÁREZ GARCÍA


Impresión Digital


Rotulación Vehicular


Vallas y Exteriores


Diseño y Branding


Carpintería Plástica

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL
LONA			
1	IMPRESION EN LONA BRILLANTE FULL COLOR CON RUEDO DE REFUERZO Y OJETES CADA 50 CM MEDIDA 2.25'x2.21M	200.00	200.00

IMPRESIÓN DIGITAL EN GRAN FORMATO

Vallas | Rotulación Vehicular | Rótulos luminosos

Forma de pago: CONTRA ENTREGA Fecha de entrega: 19/03/2019 Emitir cheque(s) a nombre de: IMPRESIONES ILIMITADAS, S. A.	Vo.Bc _____ Comercialización	TOTAL Q 200.00
--	---------------------------------	-----------------------

19/03/2019
10:09:48

PBX: 2224-3434

Página 1 de 1

38 avenida 2-69 "C" zona 11, colonia Toledo | www.impresiones.com.gt | atencion@impresiones.com.gt

BOCETO

Boceto Manta



Helen Castillo EPS Licenciatura 2019.



Helen Castillo EPS Licenciatura 2019.

Casting Presencial



Fotos: Helen Castillo EPS Licenciatura 2019.



Fotos Helen Castillo, ensayos.

Actividades	CALENDARIO						
	Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
	10:00 a 12:00 y 4:00 a 6:00 p.m	8:00 a 9: a.m y 1:00 y 6:00pm	8:00 a.m y 5:00 p.m	11:00 a.m y 5:00 p.m	8: 00 a 9:00 a.m y	9:00 a.m y 5:00 pm	12: 00 p.m a 3:00 p.m
	10:00 a 12:00 y 4:00 a 6:00 p.m	8:00 a 9: a.m y 1:00 y 6:00pm	8:00 a.m y 5:00 p.m	11:00 a.m y 5:00 p.m	8: 00 a 9:00 a.m	11:00 y 6:00pm	12: 00 p.m a 3:00 p.m

Helen Castillo EPS Licenciatura 2019

Constancia de horas



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019

Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Helen del Rosario Castillo De la Rosa
No. Carné y DPI: 200722057/1760576170101
Jefe o Encargado (a): Lic. Zully Saravia, Presidenta Miss Teen Guatemala
Institución o Empresa: Miss Teen Guatemala (Super Eventos S.A)
Supervisor de EPSL: M.A Evelin Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 14 / Al: 18	Mayo		8	8	8	8	4	36 hrs.
2	Del: 20 / Al: 25	Mayo	8	8	8	8	4	3	39 hrs.
3	Del: 27 / Al: 01	May/Jun	8	8	8	8	8	2	42hrs.
4	Del: 03 / Al:08	Junio	8	8	8	8	4	3	39 hrs.
5	Del: 10/ Al:15	Junio	8	8	8	8	8	*	40 hrs.
6	Del: 17/ Al:22	Junio	8	8	8	6	4	3	37 hrs.
7	Del: 24/ Al:29	Junio	6	7	8	8	7	3	39 hrs.
8	Del: 02 / Al: 07	Julio	6	6	6	6	4	*	28 hrs.
9	Del: 08/ Al:13	Julio	*	*	*	*	*	*	
10	Del: 15/ Al:16	Julio	*	*	*	*	*	*	
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

(f) 
 Zully Saravia
 Presidente Miss Teen Guatemala

(f) 
 M.A Evelin Hernandez – Supervisor EPSL

