

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



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN EL EQUIPO DE ESTRATEGIA DE CROSS
MEDIA ENTERTAINMENT DE LA EMPRESA CANALES INTERNACIONALES S.A.

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

KAREN PAOLA ESTRADA TORRES

200418645

Previo a optar al título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Agosto de 2019

Consejo Directivo:

Director:

M. Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M. A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

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, 11 de septiembre 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 **KAREN PAOLA ESTRADA TORRES** con número de carné: **200418645** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el departamento **CROSS MEDIA ENTERTAINMENT** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **19 de mayo** al **17 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: **ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN EL EQUIPO DE ESTRATEGIA DE CROSS MEDIA ENTERTAINMENT DE LA EMPRESA CANALES INTERNACIONALES S.A.** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **CANALES INTERNACIONALES S.A.**

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo de 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,

Firma y sello

Vanessa Suárez
Senior Promo Planner

FOX International
Channels
GUATEMALA SCA

Avenida Las Américas 16-76 Zona 13
Guatemala, Guatemala 01013
P.BX: 1247-2700



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



Guatemala, 22 de octubre de 2019

Estudiante
Karen Paola Estrada Torres
Carné: 200418645
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 EN EL EQUIPO DE ESTRATEGIA DE CROSS MEDIA ENTERTAINMENT DE LA EMPRESA CANALES INTERNACIONALES S.A.”** 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”



Licda. Krista Ramírez
Supervisor EPS de Licenciatura



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

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

,

Dedicatoria

- A mi madre:** Maritza Torres porque sin su apoyo y su amor incondicional me hubiera rendido muchas veces. Gracias mami.
- A mi padre:** Carlos Estrada porque siempre creyó en mi y nunca dudó que lo lograría. Lo logré papi.
- A mi hermana:** Cindy Estrada por las porras, la ayuda, las desveladas y siempre estar para mi, en las buenas y en las malas.
- A mi hermano:** Kevin Estrada porque me enseñó a ser valiente, a ser fuerte y a nunca rendirme. Beso al cielo hermanito.
- A mis abuelitos:** Julia y Felix porque me hicieron lo que soy, sin sus lecciones y anécdotas nada sería lo mismo. Carlos porque siempre estuvo para consentirme.
- A mi familia:** Tesh, Vila, Ine, Isa, Tiffis, tía Carmen Julia, tío Mario, tía Vero, tía Cecy, tía Sandrita porque sí se pudo.
- A mis mejores amigas:** Vane, Gore, Eva y Fer por su ayuda y por estar en los diferentes momentos de mi vida.
- A los malos juntos:** Ale, Randy, Box, Fer, Babu, Byron, Ernesto, Erick porque han estado cuando los he necesitado y me han sacado de mi zona de confort, me han retado y me han hecho reír cuando lo he necesitado.

A mis amigos:

Marce, Faby, Hessie, Jaime, Brandon, Erick porque hicieron de mis días de universidad una bonita aventura y aprendí mucho de cada uno.

Agradecimientos

A la Universidad San Carlos de Guatemala que me dio la oportunidad de profesionalizarme y prepararme académicamente.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación, lugar en donde cada docente me enseñó muchísimo para mi vida académica y profesional.

Al Máster Luis Pedroza por su apoyo en esta fase de Ejercicio de Práctica Supervisada y por los múltiples conocimientos que me compartió.

A la Licenciada Krista Ramirez por su apoyo y guía en el desarrollo de este proyecto.

A Canales Internacionales por abrirme las puertas y darme la oportunidad de realizar este proyecto.

A Dolores Hernández, Vanessa Suárez, Azucena Valladares, Brenda Espejel por el tiempo y la oportunidad de llevar a cabo este Ejercicio de Práctica Supervisada.

A mi familia por su ayuda y apoyo incondicional.

A Dios por todo.

Índice

Introducción	14
Justificación	15
CAPÍTULO I	16
DIAGNÓSTICO	16
1.1 Objetivos del diagnóstico	16
1.1.1 Objetivo general	16
1.1.2 Objetivos específicos del diagnóstico.....	16
1.2 Institución	16
1.2.1 Ubicación geográfica	16
1.2.2 Integración y alianzas estratégicas.....	17
1.2.3 Antecedentes o historia	17
1.2.4 Departamentos o dependencias	18
1.2.5 Misión.....	22
1.2.6 Visión	23
1.2.7 Objetivos institucionales	24
1.2.8 Público objetivo.....	24
1.2.9 Organigrama.....	25
1.3 Metodología	26
1.3.1 Descripción del método	26
1.3.2 Técnicas e instrumentos.....	26
1.3.3 CRONOGRAMA	28
1.4 Recopilación de datos	29
1.4.1 Guía de observación.....	29
1.4.2 Ficha de entrevista	30
1.4.3 Resultados de las entrevistas	31

1.5 FODA de la institución	32
CAPÍTULO II	33
PLAN COMUNICACIONAL.....	33
2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	33
2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	33
2.2.1 Objetivo general	33
2.2.2 Objetivos específicos del plan comunicacional	33
2.3 PÚBLICO OBJETIVO	34
2.3.1 Aspectos Demográficos	34
2.3.2 Aspectos Psicográficos	34
2.3.3 Aspectos Demográficos	34
2.4 MENSAJE	34
2.5 ESTRATEGIA Y ACCIONES	35
2.5.1 Estrategia 1.....	35
2.5.2 Estrategia 2.....	38
CAPÍTULO III	39
INFORME DE EJECUCIÓN.....	39
3.1 Proyecto Desarrollado	39
3.1.1 Financiamiento	39
3.1.2 Presupuesto.....	39
3.1.3 Beneficiarios	39
3.1.4 Recurso Humano	40
3.1.5 Área geográfica de acción	40
3.2 Estrategias y Acciones desarrolladas	40
Estrategia.....	40
Objetivo de la Estrategia	40
Descripción	41
Acciones Desarrolladas.....	41
Objetivo de la Estrategia	42
Descripción.....	42

Acciones Desarrolladas.....	42
Objetivo de la Estrategia	43
Descripción.....	43
Acciones Desarrolladas.....	43
Estrategias	44
Objetivo de la Estrategia	44
Descripción.....	44
Acciones Desarrolladas.....	44
3.3 Cronograma de Actividades	46
3.4 Control y Seguimiento	47
Conclusiones.....	48
Recomendaciones.....	49
Glosario De Términos	50
Bibliografía	52
E Grafía	53
Anexos	54
Zoom.....	56
Skype for Business	57
Talleres y capacitaciones	58
Manuales	59
Whatsapp	60
Slack.....	61
Horas de Práctica	62
Constancia Entrega	63

Resumen

Nombre De La Institución:

Canales Internacionales, S.A.

Nombre Del Proyecto:

Estrategia De Comunicación En El Equipo De Estrategia De Cross Media Entertainment De La Empresa Canales Internacionales S.A.

Objetivos Del Proyecto:

- Generales
 - o Facilitar el proceso de comunicación interna para que sea efectiva en el departamento de Estrategia de Cross Media Entertainment

- Específicos
 - o Presentar canales digitales de comunicación que permita al equipo de Estrategia del departamento de Cross Media Entertainment tener una comunicación fluida y en tiempo.

 - o Brindar herramientas de comunicación que permitan reducir las barreras de comunicación interna que pueda presentar la distancia geográfica y horaria entre el equipo de Estrategia del departamento de Cross Media Entertainment.

 - o Documentar el uso de las plataformas digitales de comunicación entre el equipo de estrategia del departamento Cross Media Entertainment pues servirá como material de consulta.

Sinópsis Del Proyecto:

El documento Estrategia De Comunicación En El Equipo De Estrategia De Cross Media Entertainment De La Empresa Canales Internacionales S.A. tiene el objetivo de facilitar el proceso de comunicación en el departamento de Estrategia del departamento de Cross Media Entertainment. Para determinar el objetivo se realizó un diagnóstico previo a conocer los antecedentes, por lo que se realizaron entrevistas para entender el tema como parte de esta etapa. Posteriormente se hizo una propuesta comunicacional para lograr el objetivo que fue aprobada por el Director del equipo de estrategia, para, por último, fuera ejecutada y hacer entrega del mismo a los beneficiarios.

Introducción

La comunicación interna es indispensable para un buen desempeño como equipo, gracias a los avances tecnológicos, los canales que podemos utilizar para transmitir la información cada vez son más y mejores, es por eso que se hace necesario conocer y aprovechar las diferentes formas ya existentes para comunicarse efectivamente y contrarrestar las barreras comunicacionales que genera el trabajo a distancia, bajo esa premisa a continuación se presenta el informe del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en la empresa Canales Internacionales S.A.

Es importante conocer que Canales Internacionales S.A. es una empresa multinacional que se dedica a la creación y distribución de contenido televisivo. Abrió su sede en Guatemala a raíz de la compra de una agencia digital en el año 2007. La oficina de Guatemala se encarga por una parte, de la comercialización de los derechos de transmisión y espacios publicitarios; Por otra parte del manejo de contenido que va al aire en sus distintos canales en Centro América y el Caribe. Los equipos están distribuidos en los distintos países de la región.

El equipo de Estrategia se encarga de consolidar y analizar la pauta de los contenidos que se transmiten en toda Latinoamérica en los distintos canales de la empresa. Algunas de las integrantes del equipo están ubicadas en las oficinas Guatemala y otras en México. El trabajar a distancia representa un reto comunicacional porque es más difícil lograr que la información sea clara y que pueda ejecutarse un plan a como se solicita, por lo que es importante conocer las herramientas con las que se cuentan y sacarle provecho.

En el presente informe de Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura presentaré un compilado de las distintas fases de este proyecto, estas fases incluyen Diagnóstico, Plan, Ejecución y Resultados, que permitirán conocer la Estrategia De Comunicación En El Equipo De Estrategia De *Cross Media Entertainment* De La Empresa Canales Internacionales durante el EPS para informar y llamar a los interesados sobre su oferta académica

Justificación

La comunicación “es el proceso mediante el cual transmitimos y recibimos datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción” (Fundación Autónoma de la Universidad de Madrid, 2012, p. 3). En una empresa entre más efectiva es la comunicación se obtienen mejores resultados. El desenvolvimiento y la integración de los equipos los vuelve más eficaces y permite alcanzar el potencial de los individuos logrando un nivel competitivo.

Canales Internacionales, S.A. es una empresa multinacional moderna en donde los equipos están en distintos países latinoamericanos, por lo que la comunicación es por medio de diferentes plataformas digitales. El mundo en este momento está tan evolucionado que permite que la comunicación sea efectiva sin importar la distancia. Es necesario entender y conocer las herramientas tecnológicas actuales para lograr una comunicación eficiente.

El equipo de Estrategia de *Cross Media Entertainment* está en ubicado en México y Guatemala, lo que representa un reto comunicacional no solo por la distancia sino por las diferencias en el lenguaje que dificulta la interpretación del mensaje, el tiempo de respuesta y la calidad de la ejecución.

El propósito del presente informe es detallar todos los aspectos de cada una de las etapas de esta estrategia, desde detectar el problema hasta llegar a las soluciones para que el aporte de esta sea significativo y se refleje en la Comunicación del equipo de Estrategia del departamento de *Cross Media Entertainment*.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO

1.1 Objetivos del diagnóstico

1.1.1 Objetivo general

Presentar un diagnóstico que permita identificar las deficiencias de comunicación dentro del departamento *Cross Media Entertainment*.

1.1.2 Objetivos específicos del diagnóstico

- Conocer la situación actual en el proceso de comunicación de estrategias de estrenos entre los equipos de estrategia y de experiencia del departamento de *Cross Media Entertainment*.
- Identificar las barreras de comunicación interna entre los equipos de estrategia y de experiencia del departamento de *Cross Media Entertainment*.
- Analizar las formas de comunicación entre los equipos de estrategia y de experiencia del departamento *Cross Media Entertainment* que permita que la comunicación sea clara y efectiva.

1.2 Institución

Canales Internacionales S.A.

1.2.1 Ubicación geográfica

Avenida Las Américas 16-76 zona 13, Ciudad de Guatemala, Guatemala.

1.2.2 Integración y alianzas estratégicas

- Plataformas Digitales de Comunicación: permiten a la empresa vender el contenido a consumidores, sin depender del cable operador.
- Medios de Comunicación Masivos Nacionales e Internacionales: Son el medio en el que Canales Internacionales da a conocer sus servicios y refuerza sus marcas.
- Estudios de Grabación Para Cine y Televisión: son los proveedores de contenido, tanto como los propios como los externos.

1.2.3 Antecedentes o historia

A raíz de la compra de una agencia de medios digitales Canales Internacionales S.A. abrió sus oficinas en la Ciudad de Guatemala en el 2007 (Solórzano, 2016, p. 2). Es la empresa número uno en venta de derechos de transmisión y manejo publicitario en televisión por cable, tiene cobertura en los cinco continentes con operaciones en América, Europa, África, Asia y Oceanía usando distintas y reconocidas marcas. Canales Internacionales es parte del negocio multimedia internacional más grande del mundo que desarrolla, produce y distribuye más de trescientos formatos de entretenimiento, deportes, documentales y películas.

Canales Internacionales S.A. ofrece programas inteligentes e innovadores que entretienen al público de cualquier grupo demográfico. Sus marcas globales premium y contenido se focalizan en cada mercado para asegurar que satisfagan a la audiencia regional.

La oficina de Guatemala se encarga, por una parte, de la comercialización de los derechos de transmisión y espacios publicitarios en sus distintos canales en Centro América y el Caribe; por otra parte, es un *hub* de tecnología que da soporte a varias oficinas de Canales Internacionales S.A. en otros países de Latinoamérica, Asia y Europa, desde capacitaciones técnicas hasta desarrollo de software y aplicaciones móviles. También se maneja una parte del área de operaciones de todas las señales que se transmiten en Latinoamérica.

La empresa tiene tres pilares de contenido en los que se engloban sus diferentes señales, detalladas a continuación:

1. Entretenimiento:

Es el pilar más amplio. Transmite las series de televisión más innovadoras del mundo, desde series americanas de calidad y renombre hasta las producciones originales premium de la región, también transmite las mejores y más actuales películas de la región. Esta señal lidera el paso que está tomando, constantemente el entretenimiento televisivo. Fue lanzado originalmente en Latinoamérica en 1993. Abarca comedias animadas, series de ficción y drama. Ha sido considerado un canal indispensable.

2. Documentales:

Este pilar está dedicado a inspirar y desafiar las precepciones. Permite a millones de televidentes ir más allá de los límites de la exploración y el entendimiento de forma entretenida, desafiándolos a pensar en el mundo desde ángulos poco convencionales. Despierta la curiosidad. Es, por definición la fuente de entretenimiento alrededor de la investigación, la ciencia, la tecnología, el medio ambiente y la cultura.

3. Deportes:

Son el portafolio de señales líderes en Latinoamérica, a través de sus canales destinados al deporte transmite las veinticuatro horas del día, todos los días y llega a más de cuarenta y cinco millones de hogares en diecinueve países de América Latina y Brasil.

1.2.4 Departamentos o dependencias

Recursos humanos

- Presupuesto local y regional
- Nómina mensual de pago de salarios
- Trasladar a finanzas la información de nómina para su registro
- Mantenimiento del sistema de recursos humanos: altas, bajas, modificaciones y actualizaciones
- Procesos de reclutamiento, selección, contratación e inducción de personal

- Consolidación de la información de la región relacionada con: incrementos salariales, bonos discrecionales y otros reportes de recursos humanos
- Organización de actividades de convivencia y culturales

Ad Sales (Ventas de Publicidad)

- Incrementar la cartera de clientes de Canales Internacionales S.A.
- Análisis de la inversión y el impacto para la empresa
- Atención al cliente y seguimiento a sus consultas y demandas
- Reportes de inversión por cliente y agencia

Affiliate Sales (Ventas Afiliados)

- Generar informes, análisis de actividad comercial y elaborar propuestas que permitan identificar las oportunidades para mejorar los resultados
- Desarrollar y analizar las propuestas comerciales para gestionar las ventas y desconexiones.
- Venta de las señales propias y representadas
- Ampliar la cartera abordando a quienes están obteniendo la señal de manera ilegal
- Regular el mercado de cable operadores del país

Mercadeo

- Lanzamiento de nuevos productos en el mercado guatemalteco
- Logística y cobertura de eventos de la marca
- Desarrollo de estrategias de clientes y marcas propias de la empresa en redes sociales, así como su monitoreo
- Creación y edición de contenido gráfico y publicaciones desarrolladas por clientes y nuestras marcas
- Actualización de base de datos de rating

Tráfico TV

- Ingreso de piezas comerciales

- Coordinación con las oficinas de ventas
- Implementación de programación

Cross Media Entertainment

- Análisis de ratings
- Proyección de pauta de los shows en los canales
- Generar estrategias de pauta de promos institucionales
- Implementar estrategias de pauta de promos institucionales
- Monitoreo de pauta
- Reportes de resultados

Finanzas

- Seguimiento a facturaciones y cobros
- Alta y baja de proveedores
- Autorizaciones y compras
- Reconciliaciones
- Análisis para elaboración de notas de crédito

Compliance (Cumplimiento)

- Realizar auditorías internas relacionadas con pruebas de control, pruebas sustantivas y otros
- Verificación y seguimiento a autorizaciones determinadas
- Evaluar procesos y realizar análisis de riesgo
- Investigación y explicación de procesos

Online

- Programación en general
- Administración y manejo de base de datos
- Investigación y desarrollo de nuevas tecnologías

IT / Sistemas

- Análisis y diseño de software
- Mantenimiento de servidores web y base de datos
- Desarrollo e implementación de aplicaciones y sistemas
- Pruebas y control de calidad en aplicaciones de software

Branding (Cuentas)

- Recepción y revisión de materiales
- Cambio de estatus en cuentas
- Monitoreo de las pautas live para ventas a través del Ad Server

Deportes

- Alimentación a la página de deportes.com por medio de la agencia de noticias
- Generación de contenido a las plataformas de contenido social como twitter y la página oficial
- Revisión de nuevas funciones en el sitio

Diseño (Plataforma Digital Play)

- Diseño e implementación de aplicaciones móviles
- Apoyo en maquetación HTML
- Diseños web
- Innovación y diseño de digital play

Legal

- Responsable de la supervisión legal de las oficinas de Canales Internacionales S.A. Guatemala
- Redactar, revisar, negociar contratos locales de la empresa como pautas publicitarias, mercadeo, afiliación y otros.
- Contratos con proveedores de Canales Internacionales, S.A.
- Contratos de arrendamientos y subarrendamientos

- Abordar cuestiones de temas regulatorios en el territorio de Guatemala
- Apoyo en redacción de acuerdos financieros
- Coordinación y comunicación constante con el departamento de antipiratería para la resolución de problemas o conflictos que correspondan.

Antipiratería

- Velar por una cultura antisoborno y libre de corrupción en todos los procesos de Canales Internacionales, S.A.
- Coordinar y gestionar acciones que tengan por objeto disminuir el sobrereportaje de las operaciones de TV paga.
- Responsabilidad de las gestiones antipiratería en Centroamérica.
- Coordinar y gestionar acciones que disminuyan la piratería en las múltiples formas en que se presenta.

1.2.5 Misión

Según el Manifiesto de Canales Internacionales S.A. que por ser institución multinacional escrito originalmente en inglés y traducido al español por el equipo actual de Recursos Humanos de las oficinas de Guatemala la misión es:

Who we are:

We are fierce yet humble.

(Somos luchadores y al mismo tiempo humildes)

We take our work seriously, but not ourselves.

(Nos tomamos el trabajo en serio, pero no a nosotros mismos)

We do work that makes us proud.

(Nuestro trabajo es algo que nos enorgullece)

We reward and encourage excellence in each other.

(Premiamos y motivamos la excelencia en cada uno de nosotros)

We are builders and creators.

(Construimos y creamos)

We have fun.

(Nos la pasamos bien, nos divertimos)

1.2.6 Visión

Según el Manifiesto de Canales Internacionales S.A. que por ser institución multinacional escrito originalmente en inglés y traducido al español por el equipo actual de Recursos Humanos de las oficinas de Guatemala la visión es:

What we do:

We invent the future. Now.

(Inventamos el futuro, Ahora)

We show the world's best content.

(Mostramos al mundo el mejor contenido)

We build brands with fans.

(Construimos marcas con fanáticos)

We are great partners to our partners.

(Somos los mejores socios de nuestros socios)

We learn from failure and build on success.

(Aprendemos de nuestros fracasos para construir el éxito)

We have fun.

(Nos la pasamos bien, nos divertimos)

1.2.7 Objetivos institucionales

El objetivo principal de Canales Internacionales S.A. es ser el mejor medio de entretenimiento a nivel mundial a través de sus canales de televisión. Dando la mejor experiencia al usuario a través de cualquiera de sus plataformas.

The Best. First

(Los mejores shows, primero)

1.2.8 Público objetivo

Para Canales Internacionales S.A. el público objetivo es toda persona con acceso a una televisión con señal por cable, satélite, internet, o cualquier dispositivo con conectividad a internet para acceder al contenido de cualquiera de sus canales televisivos.

1.2.9 Organigrama

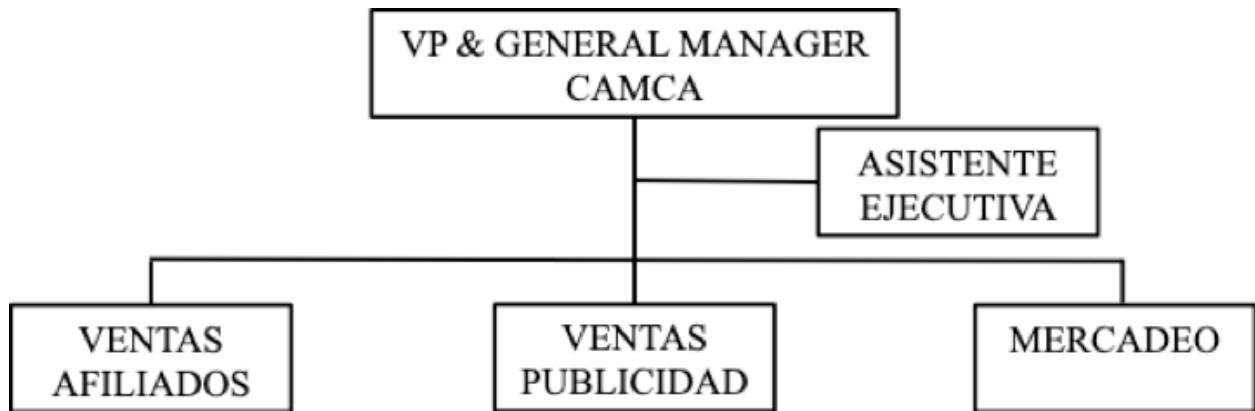


Figura I Estructura del departamento comercial

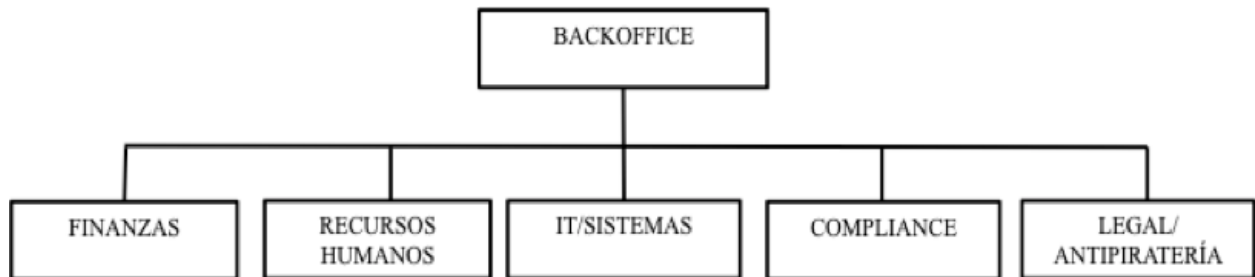


Figura II Estructura de Backoffice



Figura III Estructura del departamento de operaciones

1.3 Metodología

1.3.1 Descripción del método

La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno (Sampieri, Metodología de la Investigación, 2014), de acuerdo con esta definición para la presente investigación es indispensable documentar y registrar la información obtenida de acuerdo a los parámetros de un enfoque metodológico para poder solucionar el problema que se presenta en este diagnóstico.

Los enfoques de la investigación pueden ser cuantitativo, cualitativo o bien un enfoque mixto. Cada uno tiene sus cualidades, en el caso del enfoque cuantitativo su proceso es deductivo, secuencial, probatorio, y analiza la realidad objetiva, entre sus principales características es que tiende a generalizar resultados, puede controlar el fenómeno, es preciso y puede replicarse y predecirse. Mientras que el enfoque cualitativo son planteamientos más abiertos, es un proceso inductivo, analiza un fenómeno en su contexto tiene la ventaja que permite amplios significados, concede riqueza interpretativa. El enfoque mixto como bien lo dice es la mezcla de los dos anteriores (Sampieri, Metodología de la Investigación, 2014). Por las necesidades y características de esta investigación se usará el enfoque mixto.

1.3.2 Técnicas e instrumentos

Según Piloña, las técnicas son el conjunto de reglas y operaciones para el manejo de la investigación. Son las herramientas que permiten resolver un problema metodológico. Por medio de la técnica de fichaje se registran los datos de la observación o la descripción de un relator. (p. 59) “También llamadas fichas de trabajo (o de campo), en la que se definen espacios o “campos” de clasificación e información que serán procesados manual o mecánicamente con posterioridad.” (Piloña Ortiz, Guía Práctica Sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo, 2016, p. 65) Con esta técnica se documentó la información recopilada visualmente durante las a la institución esto nos brindó los primeros indicios del estatus comunicacional.

Los instrumentos utilizados para la elaboración del diagnóstico fueron: La observación y la entrevista. La observación es una técnica, mientras que, la entrevista es el “proceso por medio

del cual dos o más personas entran en estrecha relación verbal, con el objeto de obtener información fidedigna y confiable sobre todo o algún aspecto del fenómeno que se estudia”. (Piloña Ortiz, Guía Práctica Sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo, 2016, p. 69)

Se realizaron dos entrevistas tipo focalizada una para las personas que integran el equipo de estrategia del departamento de Cross Media Entertainment de Canales Internacionales, S.A.



1.3.3 CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES					
Actividad	Mes	ENERO		Febrero	
	Semana	3	4	1	2
Propedéutico EPSL 2018					
Búsqueda de institución para realizar EPSL					
Confirmación de institución a Epesista					
Presentación de Epesistas a personal administrativo de la institución					
Elaboración de la primera Guía de Observación					
Primer entrevista con asesora de EPSL					
Elaboración de la segunda Guía de Observación					
Recopilación de datos de los equipos de experience y strategy del departamento Cross Media Entertainment de Canales Internacionales S.A.					
Primera revisión del Diagnóstico con asesora de EPSL					
Redacción de objetivos del Diagnóstico Comunicacional					
Selección de Metodología/Técnicas e Instrumentos					
Elaboración de instrumentos					
Segunda revisión del Diagnóstico Comunicacional con asesora de EPSL					
Realización de encuestas y entrevistas					
Análisis de datos obtenidos por medio de los instrumentos					
Tercera revisión del Diagnóstico Comunicacional con asesora de EPSL					
Entrega del Diagnóstico Comunicacional Plataforma Classroom					

FUENTE: EPESISTA KAREN PAOLA ESTRADA TORRES, FEBRERO 2019

1.4 Recopilación de datos

1.4.1 Guía de observación

 Guía de Observación 	
Institución	Canales Internacionales S.A.
Tema de Investigación:	Diagnóstico de Comunicación en los Equipos de Cross Media Entertainment
Nombre del Investigador:	Karen Paola Estrada Torres
Fecha:	4 al 7 de febrero de 2019
Lugar:	Oficinas de Canales Internacionales S.A. Av. Las Américas 16-76 zona 13
Hora:	10 am a 4 pm
Datos de la fuente:	Dolores Hernández, coordinadora del equipo de estrategia
Observación:	El equipo trabaja a distancia, utiliza diferentes herramientas para comunicarse, todas por medio de internet. A pesar de ser por medios digitales las integrantes se conocen y conocen su trabajo.
	Hay expresiones regionales, pero ya las conocen y entienden.

FUENTE: EPESISTA KAREN PAOLA ESTRADA TORRES, FEBRERO 2019

1.4.2 Ficha de entrevista



UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA

Nombre: _____

Cargo: _____

Fecha: _____

1. ¿Cree que es importante la comunicación en su departamento?
2. ¿Cómo es el proceso de comunicación en el departamento?
3. ¿Considera que es efectiva la comunicación en su departamento?
4. ¿En qué beneficia tener una buena comunicación en un área de trabajo?
5. ¿Cuáles creen que son las áreas de mejoras en la comunicación de su departamento?
6. ¿Cree que es necesario tomar una acción para mejorar la comunicación entre los equipos?
7. ¿Ha habido acciones que mejoren la comunicación en su departamento?

Tipo de Entrevista: Focalizada

Objetivo(s): 1) Examinar los canales de comunicación 2) Verificar la perspectiva de cada persona del equipo.



UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



EPS
LICENCIATURA

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA

Nombre:

Fecha:

1. ¿Cuáles son los medios que utiliza para comunicarse?
2. ¿Cree que es clara la comunicación entre el equipo de estrategia y el de experiencia?
3. ¿Estaría dispuesto a leer un archivo en el que se delimiten las responsabilidades de cada área para saber cuando hay que involucrarse?
4. ¿Estaría dispuesto a seguir un proceso para cumplir con la comunicación?

1.4.3 Resultados de las entrevistas

Coordinadora del departamento de estrategia

Dolores Hernández

Los chicos del equipo están en diferentes países y para comunicarse cuentan con diferentes herramientas, las más utilizadas son el correo electrónico, skype for business, zoom y otras veces usan Whatsapp. Creo que no siempre es tan clara como quisiéramos, por ejemplo, las chicas de estrategia hacen un pedido y los chicos de experiencia no lo interpretan igual, entonces como que

no se alinea la información y allí se pierde un poco el objetivo. Sí, creo que es muy importante delimitar cuando tiene que salir el otro equipo a darle seguimiento. Sí ayuda, sí estaría dispuesta a cumplir un proceso.

1.5 FODA de la institución

Fortalezas

- Disposición de las coordinadoras de los equipos de *Cross Media Entertainment* para mejorar la comunicación
- Herramientas disponibles para la comunicación
- La mejor actitud por parte de los equipos

Oportunidades

- Lograr definir los alcances de cada equipo
- Mejorar la comunicación entre los equipos
- Tener mejores resultados en la solicitud e implementación de estrategias

Debilidades

- Carga laboral
- Poco tiempo para dedicar a aprender nuevas formas de trabajo

Amenazas

- Falta de disposición para implementar nuevos procesos de comunicación
- Falta de atención a la hora de comunicarse

CAPÍTULO II

PLAN COMUNICACIONAL

2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

En las diferentes oficinas de la empresa Canales Internacionales S.A. a pesar de que han habido distintas iniciativas que ayuden a fomentar la comunicación el último taller se llamó "Comunicación Efectiva" este fue realizado en el 2016. El objetivo de este taller fue lograr que los diferentes departamentos se comuniquen de la mejor manera posible, a como dar un mensaje para que sea interpretado correctamente, tips de postura, manejo de los timbres de voz y puntos clave que aún se usan.

2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1 Objetivo general

- Presentar herramientas de comunicación que ayuden a facilitar el proceso de comunicación interna para que sea efectiva en el departamento de Estrategia de *Cross Media Entertainment*.

2.2.2 Objetivos específicos del plan comunicacional

- Presentar canales digitales de comunicación que permita al equipo de Estrategia del departamento de *Cross Media Entertainment* tener una comunicación fluida y en tiempo.
- Brindar herramientas de comunicación que permitan reducir las barreras de comunicación interna que pueda presentar la distancia geográfica y horaria entre el equipo de Estrategia del departamento de *Cross Media Entertainment*.

- Documentar el uso de las plataformas digitales de comunicación entre el equipo de estrategia del departamento *Cross Media Entertainment* pues servirá como material de consulta.

2.3 PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo de este plan comunicacional son las integrantes del equipo actual de Estrategia del departamento de *Cross Media Entertainment*.

2.3.1 Aspectos Demográficos

Integrantes del equipo de Estrategia del departamento de *Cross Media Entertainment* que laboran actualmente y que buscan comunicarse con el resto del equipo.

2.3.2 Aspectos Psicográficos

Mujeres de 25 a 40 años, trabajadoras y estudiantes, casadas o solteras.

2.3.3 Aspectos Demográficos

Guatemaltecas o mexicanas que laboran en las oficinas, ubicadas en la zona 13 de la ciudad de Guatemala o en las oficinas ubicadas en la Delegación Tlalpan, Ciudad de México.

2.4 MENSAJE

El mensaje de este plan es "Comunicación efectiva, más eficiencia, más competitividad, menos errores y mejores resultados".

En una empresa entre más efectiva es la comunicación mejor aprovechado es el tiempo en el que se labora, el desenvolvimiento de los equipos se vuelve más eficaz y los recursos son mejor utilizados. Además reduce la cantidad de errores porque la información es clara entre el emisor y el receptor, esto permite sacar provecho del potencial del recurso humano mostrando un buen nivel competitivo y dando mejores resultados como equipo.

2.5 ESTRATEGIA Y ACCIONES

2.5.1 Estrategia 1

Mejorar y reforzar los canales de comunicación del equipo de Estrategia del departamento de *Cross Media Entertainment* para que esta fluya de mejor manera y pueda vencer los retos comunicacionales que genera el que las integrantes trabajen desde diferentes países.

2.5.1.1 Acción 1

ACCIÓN	
Problema	A pesar de haber participado en talleres de comunicación nunca se ha efectuado uno donde participen todas las integrantes del equipo
Producto	Taller Comunicación efectiva
Objetivo Comunicacional	Conocer la forma de comunicación en equipo y encontrar herramientas y técnicas que ayuden a hacer más efectiva la comunicación
Público Objetivo	Integrantes del actual equipo de Estrategia de <i>Cross Media Entertainment</i>
Medio de Difusión	Taller por video llamada
Detalles	El taller abarcará los siguientes temas: -Qué es la comunicación y sus funciones -Factores que influyen en la comunicación -Intención y tono en la comunicación -Importancia del manejo del idioma -Comunicación a distancia -Herramientas para mejorar la comunicación a distancia

2.5.1.2 Acción 2

ACCIÓN	
Problema	Aunque hay herramientas para comunicarse no saben como usarlos
Producto	Manual de uso de Zoom y Skype for Business
Objetivo Comunicacional	Aprovechar las herramientas de comunicación disponibles
Público Objetivo	Integrantes del actual equipo de Cross Media Entertainment
Medio de Difusión	Capacitaciones por video llamada
Detalles	<p>Zoom es una herramienta digital multiplataforma que permite a equipos tener reuniones virtuales. Las funciones de Zoom buscan hacer que estas reuniones sean tan efectivas como las reuniones presenciales, en las que se puede interactuar y tener clara la información. En el manual se incluyó:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es? - Conceptos Básicos - La Cuenta - Perfil Web - La Aplicación - ¿Cómo funciona? - Llamadas - Sala de Juntas <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo funciona? - Scheduling <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo funciona? - Joing - Meeting -Contactos -Chat - Mobile App <p>Skype es una plataforma de chat, llamadas y video llamadas que permite sostener comunicación a distancia. En el manual se incluyó:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es? - Conceptos Básicos - La Cuenta - Contactos - Chat - Video llamadas - Llamada - Compartir pantalla

2.5.1.3 Acción 3

ACCIÓN	
Problema	Hay términos que no se termina de entender, a pesar que todos hablan el idioma español.
Producto	Slack
Objetivo Comunicacional	Crear e implementar un canal en Slack exclusivo para el equipo de Estrategia del departamento Cross Media Entertainment en donde se vayan agregando términos coloquiales, para que se vayan familiarizando con los modismos locales
Público Objetivo	Integrantes del actual equipo de Cross Media Entertainment
Medio de Difusión	Capacitación por video llamada
Detalles	Slack es una plataforma web que funciona por medio de canales que permiten intercambiar comentarios y acompañarlos de fotos y otro tipo de multimedia, pero en la que solo pueden comunicarse personas de la institución. En el manual se incluyó: - ¿Qué es? - Conceptos Básicos - ¿Cómo funciona? - El Canal

2.5.2 Estrategia 2

Fomentar la comunicación de urgentes fuera de horario para contrarrestar la diferencia horaria entre países.

2.5.2.1 Acción 1

ACCIÓN	
Problema	Por estar en diferentes países existe diferencia horaria cuando se tienen dudas o inconvenientes no hay forma inmediata de comunicarse
Producto	Grupo de Whatsapp
Objetivo Comunicacional	Crear un grupo de Whatsapp en donde pueden comunicarse de manera inmediata y resolver inquietudes puntuales
Público Objetivo	Integrantes del actual equipo de Cross Media Entertainment
Medio de Difusión	Capacitación por video llamada
Detalles	Whatsapp es una aplicación en la que se puede intercambiar mensajes de texto, de voz y contenido multimedia y una vez se tenga internet la respuesta es inmediata. Se pueden crear grupos de hasta cincuenta participantes.

CAPÍTULO III

INFORME DE EJECUCIÓN

3.1 Proyecto Desarrollado

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN EL EQUIPO DE ESTRATEGIA DE CROSS MEDIA ENTERTAINMENT DE LA EMPRESA CANALES INTERNACIONALES S.A

3.1.1 Financiamiento

Se invirtió un total de Q11,070.25 en dónde el epesista aportó la inversión.

3.1.2 Presupuesto

El presupuesto que se presentó está basado en todo el material necesario para el cumplimiento de las estrategias planteadas.

La epesista cubrió la inversión para el taller, pero al ser impartido por el epesista bajó el presupuesto, también cubrió los materiales para las entrevistas, las impresiones de manuales.

No.	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO INDIVIDUAL		TOTAL
1	Hojas de papel	500	GTQ	36.90	GTQ 36.90
2	Cartuchos de tinta	2	GTQ	190.00	GTQ 190.00
3	Fotocopias	25	GTQ	0.25	GTQ 6.25
4	Taller de comunicación + capacitación	1	GTQ	50.00	GTQ 50.00
5	Asesoría comunicacional	1	GTQ	10,000.00	GTQ 10,000.00
TOTAL DE INVERSIÓN					GTQ 10,283.15

3.1.3 Beneficiarios

Con esta estrategia de comunicación resultaron beneficiadas las integrantes del equipo de estrategia y como resultado también mejoró la comunicación con los equipos de *experience* y *cross* del departamento *Cross Media Entertainment*. Tienen una comunicación más fluida a partir del uso

de las herramientas de comunicación a distancia, porque pueden comunicarse en cualquier momento, es más fácil explicar y reforzar los pedidos entre equipos.

3.1.4 Recurso Humano

PERSONAL	PUESTO	ACTIVIDAD
Dolores Hernández	Associate Manager	Es la coordinadora del equipo de estrategia del equipo, participó en cada una de las actividades. Estuvo en el proceso de aprobaciones de material para los manuales.
Vanessa Suárez	Senior Promo Planner	Es la que ha estado encargada de todo el proceso de la epesista, ha participado de todas las actividades programadas, las aprobaciones y la ejecución de cada una de las estrategias.
Azucena Valladares	Promo Planner	Participó en las actividades y se le entregó su manual de las plataformas.
Brenda Espejel	Promo Planner	Participó en las actividades y se le entregó su manual de las plataformas.

3.1.5 Área geográfica de acción

Avenida Las Américas 16-76 zona 13, Ciudad de Guatemala, Guatemala.

3.2 Estrategias y Acciones desarrolladas

Estrategia

Mejorar y reforzar los canales de comunicación del equipo de Estrategia del departamento de *Cross Media Entertainment* para que esta fluya de mejor manera y pueda vencer los retos comunicacionales que genera el que las integrantes trabajen desde diferentes países.

Objetivo de la Estrategia

Conocer la forma de comunicación en equipo y encontrar herramientas y técnicas que ayuden a hacer más efectiva la comunicación.

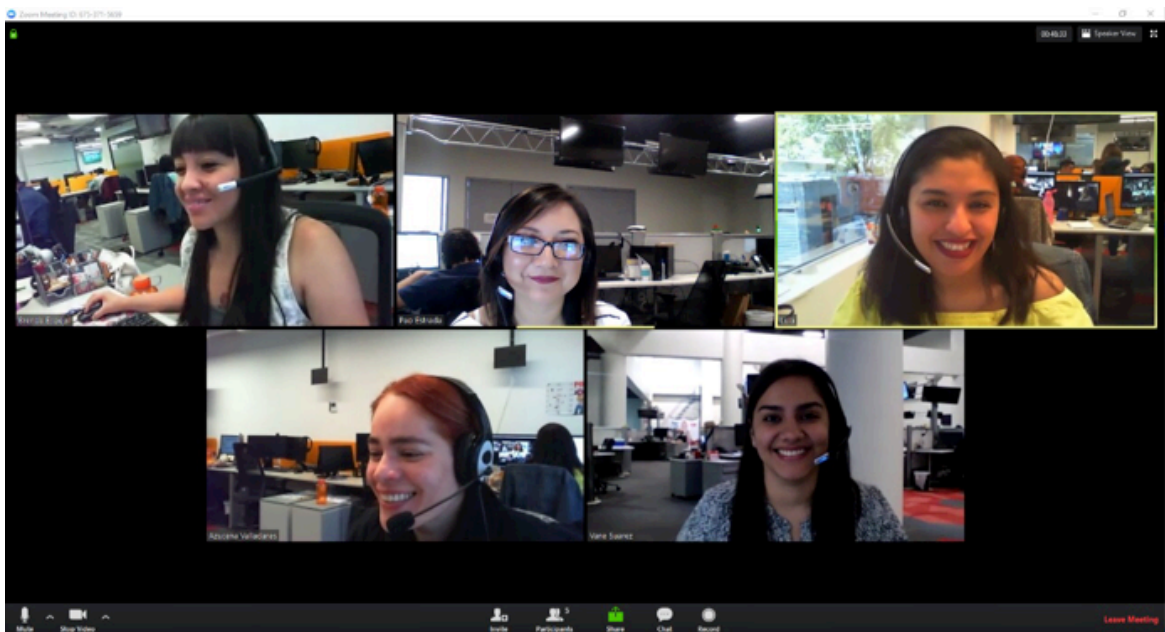
Descripción

Se impartió un taller de Comunicación Efectiva en salones de Zoom, en donde se abordaron los siguientes temas:

- Que es la comunicación y su función
- Factores que influyen en la comunicación
- Intensión y tono de la comunicación
- Importancia del manejo del idioma
- Comunicación a distancia
- Herramientas para mejorar la comunicación a distancia

Acciones Desarrolladas

Se impartió un taller de 2 horas en donde se abordaron los temas de la importancia de la comunicación, como influyen el tono y la manera a la hora de las reuniones y las conversaciones laborales. Que son las barreras de comunicación y como entorpecen la comunicación, como los modismos también pueden tergiversar la información y malinterpretarse por el receptor.



Objetivo de la Estrategia

Aprovechar las herramientas de comunicación disponibles.

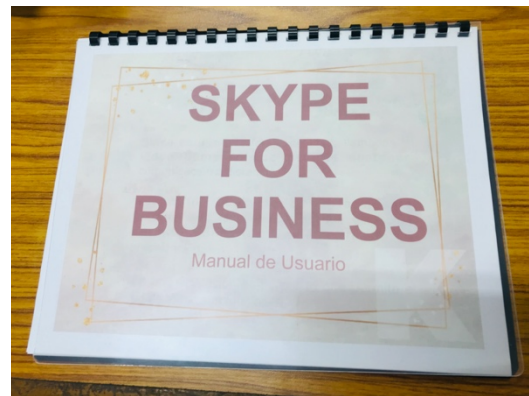
Descripción

Se hicieron manuales de uso de Zoom y Skype for Business.

Acciones Desarrolladas

Se hizo un manual para usuarios de Zoom y uno de Skype for Business, desde como se configura hasta como se utiliza durante reuniones en una redacción sencilla y amigable para una mejor comprensión. Se enviaron digitales a las integrantes del equipo de Estrategia del departamento de *Cross Media Entertainment* y se entregó uno de cada uno al encargado en Guatemala. Se realizó una capacitación por video llamada con las integrantes del equipo sobre el uso de las plataformas con el manual paso a paso.

Impresos



Digitales



Objetivo de la Estrategia

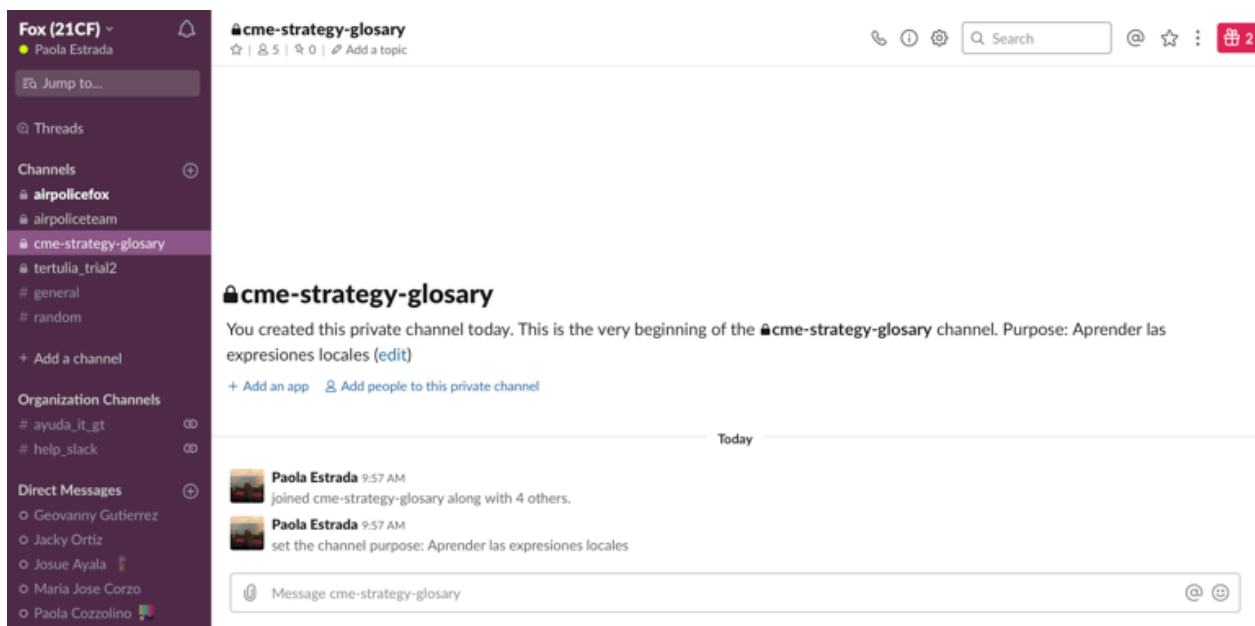
Crear e implementar un canal en Slack exclusivo para el equipo de Estrategia del departamento *Cross Media Entertainment* en donde se vayan agregando términos coloquiales, para que se vayan familiarizando con los modismos locales.

Descripción

Se hicieron un canal de Slack en donde todos los integrantes del departamento de *Cross Media Entertainment* pueden hacer un glosario de expresiones de su país.

Acciones Desarrolladas

Se habilitó un canal en donde se sumó a todos los integrantes del departamento de *Cross Media Entertainment* para que puedan agregar modismos regionales y que expliquen qué significan y cómo se aplican.



Estrategias

Fomentar la comunicación de urgentes fuera de horario, para contrarrestar la diferencia horaria entre países.

Objetivo de la Estrategia

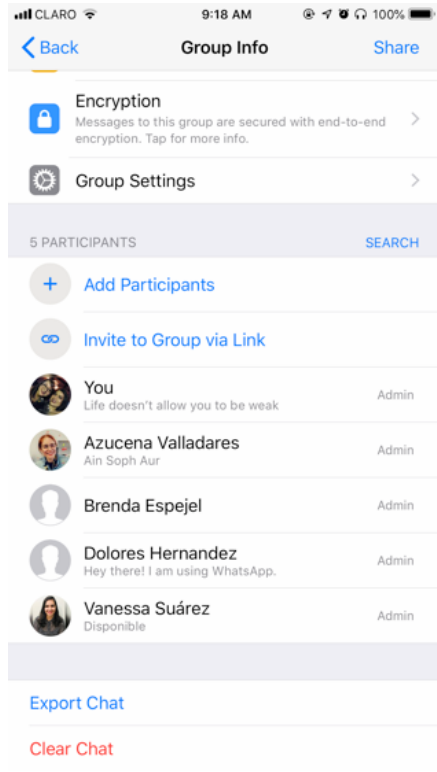
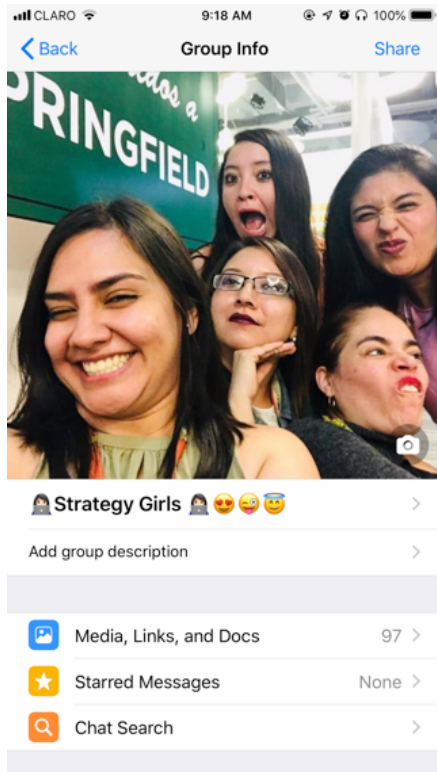
Crear un grupo de *Whatsapp* en donde pueden comunicarse de manera inmediata y resolver inquietudes puntuales.

Descripción

Se creo un grupo de *Whatsapp* en donde están todas las integrantes del equipo de Estrategia del departamento de *Cross Media Entertainment*.

Acciones Desarrolladas

Se pidió el número telefónico de todas las integrantes del equipo de Estrategia del departamento de *Cross Media Entertainment* para poder crear el grupo de *Whatsapp*. Para que al momento de tener dudas o temas urgentes la respuesta sea inmediata y compensar la diferencia de horario.



3.3 Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES											
Actividad	Mes	JUNIO				JULIO				AGOSTO	
	Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Inicio de fase de ejecución del EPSL			■								
Taller de Comunicación Efectiva a Distancia				■							
Investigación para la elaboración de manual de Zoom					■						
Diseño y elaboración de manual de Zoom					■						
Investigación para la elaboración de manual de Skype for Business						■					
Diseño y elaboración de manual de Skype for Business						■					
Habilitación del canal de Slack								■			
Recopilación de números de teléfono							■				
Creación del grupo de Whatsapp del equipo de Estrategia							■				
Entrega de Manuales y capacitación de Slack y Whatsapp									■		
Finalización de la fase de ejecución										■	
Entrega de Informe de ejecución											■

FUENTE: EPESISTA KAREN PAOLA ESTRADA TORRES, FEBRERO 2019

3.4 Control y Seguimiento

Estrategia	Taller de Comunicación Efectiva a Distancia	
Objetivo	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
Encontrar herramientas y técnicas que ayuden a hacer más efectiva la comunicación	4 asistentes 1 expositor 6 temas	Herramientas efectivas y técnicas sobre como es la comunicación a distancia.

Estrategia	Manuales de Zoom y Skype for Business	
Objetivo	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
Aprovechar las herramientas de comunicación disponibles.	2 manuales 5 copias	Aprender sobre las funciones de las herramientas de comunicación

Estrategia	Creación del Canal de Slack	
Objetivo	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
Aprender sobre los modismos regionales	1 canal 50 palabras escritas	Mejor comprensión de expresiones locales

Estrategia	Creación de Grupo de Whatsapp	
Objetivo	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
Agilizar la comunicación	1 grupo de Whatsapp 5 participantes 60% menos de tiempo para obtener una respuesta	Comunicación más efectiva e inmediata

Conclusiones

- El taller amplió el panorama sobre la importancia de cómo se transmite la información es tan importante como la comunicación. Las herramientas ayudarán a reforzar el mensaje.
- Se creó un canal de comunicación en donde el tiempo de respuesta se redujo en un sesenta por ciento y ayuda a contrarrestar el desfase horario.
- A través de la capacitación y los manuales se logró aprovechar mejor el uso de las herramientas de comunicación.
- El canal de Slack permite comprender mejor las expresiones que son más frecuentes conforme la comunicación se volviendo más amigable e informal dentro del equipo de estrategia.

Recomendaciones

- Estar en constantes capacitaciones de comunicación para que siempre esta sea efectiva
- Alimentar el canal de Slack para tener información más completa
- Cada vez que una de las integrantes cambie de número actualizarlo e ir agregando a las personas que se sumen al equipo.
- Compartir el manual para que los integrantes del equipo sepan utilizarlo mejor.
- Fomentar el uso de los salones de reuniones para que la comunicación sea más personalizada y empática.

Glosario De Términos

Acción: Ejercicio de la posibilidad de hacer. Resultado de hacer. Efecto que causa un agente sobre algo.

Beneficiario: Dicho de una persona: Que resulta favorecido por algo.

Canal: m. Ling. Conducto físico por el que circula el mensaje.

Canales digitales: Composición de plataformas como la página web, estrategia en las redes sociales, correo electrónico y aplicaciones para móviles.

Comunicación: Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. Medio que permite que haya comunicación (unión) entre ciertas cosas.

Encuesta: Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupo sociales para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afectan.

Ejecución: Ejecutar, llevar a la práctica, realizar.

EPSL: Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Estrategia: Una planificación de algo que se propone un individuo o grupo.

Financiamiento: m. Acción y efecto de financiar.

Financiar: tr. Sufragar los gastos de una actividad, de una obra, etc.

Método: Modo de decir o hacer con orden.

Metodología: Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.

Observar: Mirar con atención y recato.

Observación: Acción y efecto de observar.

Organigrama: Sinopsis o esquema de la organización de una entidad, de una empresa o de una tarea.

Oportunidades: Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Plan: Modelo sistemático de una actuación pública o privada, que se elabora anticipadamente para dirigirla o encauzarla.

Plataforma: Entorno informático determinado, que utiliza sistemas compatibles entre sí.

Slack: Es una herramienta de colaboración en la que los equipos pueden comunicarse y trabajar para llevar a cabo proyectos.

Skype for Business: Es una plataforma de chat, llamadas y video llamadas para empresas que permite sostener comunicación a distancia.

Whatsapp: Es una aplicación de mensajería para teléfonos inteligentes, que envía y recibe mensajes mediante Internet.

Zoom: es una herramienta digital multiplataforma que permite a equipos tener reuniones virtuales.

Bibliografía

Piloña Ortiz, G. A. (2016). Guía Práctica Sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo. Guatemala: CIMGRA.

Piloña Ortiz, G. A. (2016). Guía Práctica Sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo. Guatemala: GP Editores.

Sampieri, R. H. (2014). Metodología de la Investigación (Sexta ed.). México D.F., México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. .

Sampieri, R. H. (2014). Metodología de la Investigación (Sexta ed.). México D.F., México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A.

Solórzano, M. J. (2016). Estrategia para Fortalecer la Comunicación Interna y el Ambiente Laboral Dentro del Departamento de Tráfico TV de la Empresa Canales Internacionales S.A. Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala.

E Grafía

Diccionario de la Real Academia Española (Fecha de consulta: agosto de 2019). Disponible en:
<http://www.rae.es/>

Significado de “Diagnóstico” en Wikipedia (Fecha de consulta: Agosto de 2019). Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Diagn%C3%B3stico>

Nuevas Tecnologías “Los Canales Digitales en una Empresa” (Fecha de consulta: agosto de 2019). Disponible en: <http://www.legaltoday.com/gestion-del-despacho/nuevas-tecnologias/articulos/los-canales-digitales-en-una-empresa>

Significado de “Slack” en Slack (Fecha de consulta: Agosto de 2019). Disponible en: <https://get.slack.help/hc/es/articles/115004071768--Qué-es-Slack->

Significado de “Whatsapp” en Wikipedi (Fecha de consulta: Agosto de 2019). Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>

Anexos



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



Nombre: _____

Cargo: _____

Fecha: _____

1. ¿Cree que es importante la comunicación en su departamento?
2. ¿Cómo es el proceso de comunicación en el departamento?
3. ¿Considera que es efectiva la comunicación en su departamento?
4. ¿En qué beneficia tener una buena comunicación en un área de trabajo?
5. ¿Cuáles creen que son las áreas de mejoras en la comunicación de su departamento?
6. ¿Cree que es necesario tomar una acción para mejorar la comunicación entre los equipos?
7. ¿Ha habido acciones que mejoren la comunicación en su departamento?

Tipo de Entrevista: Focalizada

Objetivo(s): 1) Examinar los canales de comunicación 2) Verificar la perspectiva de cada persona del equipo.



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



Nombre:

Fecha:

1. ¿Cuáles son los medios que utiliza para comunicarse?
2. ¿Cree que es clara la comunicación entre el equipo de estrategia y el de experiencia?
3. ¿Estaría dispuesto a leer un archivo en el que se delimiten las responsabilidades de cada área para saber cuando hay que involucrarse?
4. ¿Estaría dispuesto a seguir un proceso para cumplir con la comunicación?

Transcripción entrevista

Dolores Hernández

Los chicos del equipo están en diferentes países para comunicarse cuentan con diferentes herramientas las más utilizados son el correo electrónico, skype for business, zoom y otras veces usan whatsapp. Creo que no siempre es tan clara como quisiéramos, por ejemplo, las chicas de estrategia hacen un pedido y los chicos de experiencia no lo interpretan igual, entonces como que no se alinea la información y allí se pierde un poco el objetivo. Sí, creo que es muy importante

delimitar cuando tiene que salir el otro equipo a darle seguimiento. Sí ayuda, sí estaría dispuesta a cumplir un proceso.
a cumplir un proceso.

Zoom

Aplicación para reuniones y video llamadas



<https://zoom.us/es-es/meetings.html>

Skype for Business

Características de Skype Empresarial



Número ilimitado de reuniones

Reuniones gratis en línea para un máximo de 10 personas sin una suscripción.*



Invitaciones por URL

Invita a tu equipo con un vínculo personalizado.



Cualquier dispositivo

Programa tus reuniones y únete desde PC/Mac, iPhone, iPad y Android.



Pantalla compartida

Comparte tu pantalla o un archivo. Concede el control y recupéralo.



Mensajería instantánea integrada

Envía mensajes instantáneos durante las reuniones empresariales para ofrecer nuevas ideas.



Carga de PowerPoint

Realiza presentaciones con herramientas interactivas, anotaciones, resaltados y punteros láser.



Pizarra

Todos juntos pueden elaborar borradores, dibujar y editar como si estuvieran en la misma sala.




Accesorios personalizados

Mejora aún más tus reuniones con equipos de manos libres USB, cámaras HD y auriculares con micrófono certificados.

<https://www.skype.com/es/business/>

Talleres y capacitaciones



JAVIER ESCOBAR
FORMADOR PERSONAL

31771962

AGENCIA.ASCENDE@GMAIL.COM

ASCENDE.DE

/ASCENDE.JAVIERE

ASCENDE FORMACIÓN PERSONAL

Cliente:
Karen Estrada
Cargo

Dirección
Guatemala

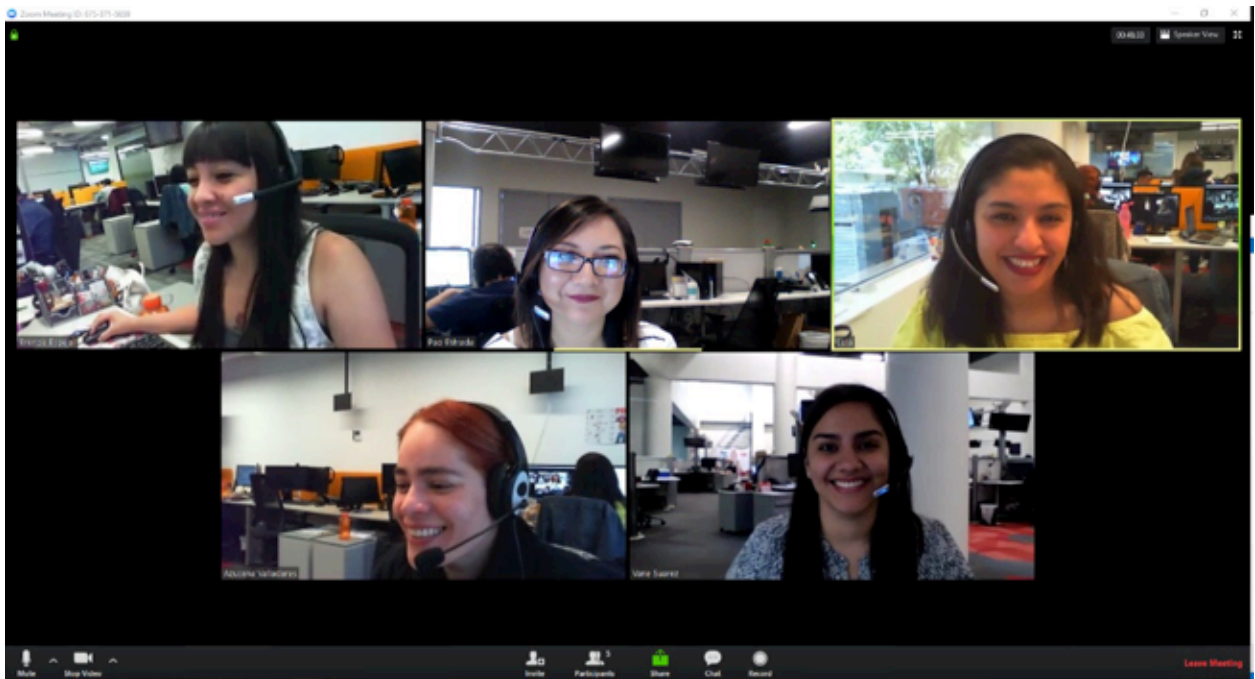
Fecha: 9/04/2019

Título del proyecto: Comunicación Efectiva a Distancia
Descripción del proyecto: Taller de comunicación efectiva a distancia
Número de pedido:
Número de factura:
Plazo: 50% anticipo 50% al concluir.

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Importe
1 Taller de formación	5	Q 150.00	Q 750.00
Aplicación Webinar membresía anual	1	Q 72.00	Q 72.00
			Q 0.00
		Subtotal	Q 822.00
		Impuesto	5.00 % Q 41.10
		Total	Q 863.10

Agradecemos tu confianza. Es un placer colaborar contigo en el proyecto.

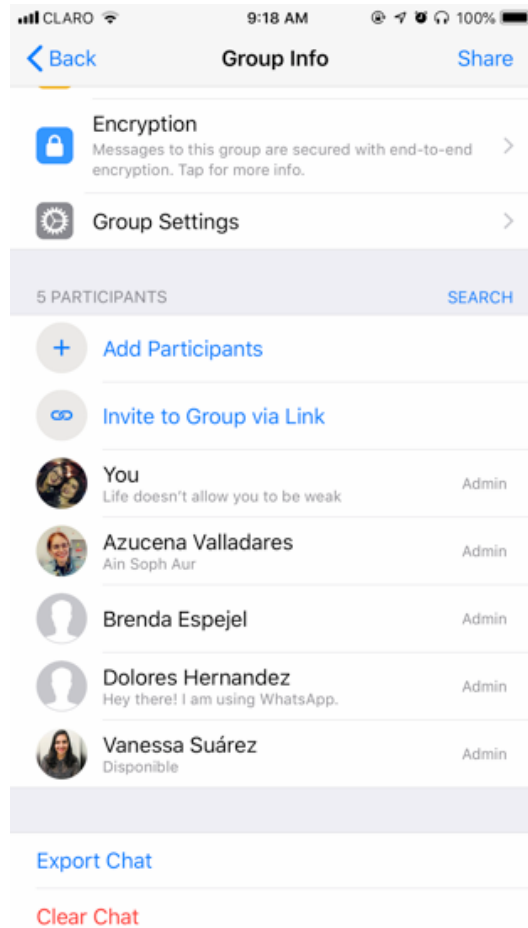
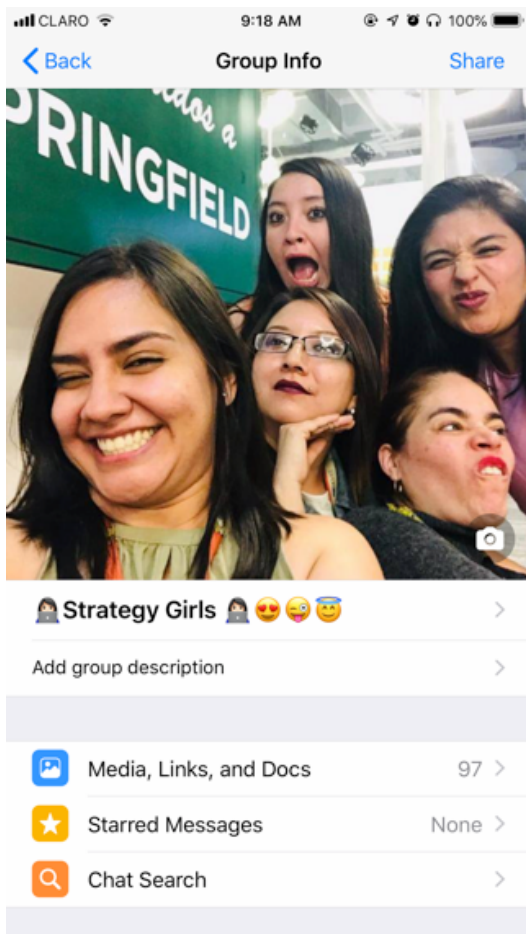
Atentamente,
Javier Escobar
Formador Personal
31771962



Manuales



Whatsapp



Slack

The screenshot shows a Slack interface. On the left is a sidebar with a dark purple background. At the top of the sidebar, it says 'Fox (21CF)' with a dropdown arrow and a notification bell icon. Below that is the name 'Paola Estrada' with a green online indicator. There is a search bar labeled 'Jump to...'. Below the search bar are sections for 'Threads', 'Channels', and 'Organization Channels'. The 'Channels' section is expanded, showing a list of channels: '# airpolicefox', '# airpolice team', '# cme-strategy-glosary' (highlighted in purple), '# tertulia_trial2', '# general', and '# random'. Below this is a '+ Add a channel' button. The 'Organization Channels' section shows '# ayuda_it_gt' and '# help_slack'. The 'Direct Messages' section shows a list of contacts: 'Geovanny Gutierrez', 'Jacky Ortiz', 'Josue Ayala', 'Maria Jose Corzo', and 'Paola Cozzolino'. The main chat area on the right has a title bar for the channel '# cme-strategy-glosary' with a lock icon, a star icon, a group icon, a search bar, and icons for mentions, stars, and a gift icon with the number '2'. Below the title bar, the channel name '# cme-strategy-glosary' is repeated. A message from Paola Estrada is shown, stating: 'You created this private channel today. This is the very beginning of the # cme-strategy-glosary channel. Purpose: Aprender las expresiones locales (edit)'. Below the message are two buttons: '+ Add an app' and '+ Add people to this private channel'. A horizontal line separates the message from the rest of the chat, with the word 'Today' centered below it. Below the line, there are two messages from Paola Estrada: 'joined cme-strategy-glosary along with 4 others.' and 'set the channel purpose: Aprender las expresiones locales'. At the bottom of the chat area is a text input field with the placeholder text 'Message cme-strategy-glosary' and icons for mentions and emojis.

Horas de Práctica



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): Karen Paola Estrada Torres
No. Carné y DPI: 200418645 / 168585960101
Jefe o Encargado (a): Vanessa Suárez, Senior Promo Planner.
Institución o Empresa: Canales Internacionales S.A.
Supervisor de EPSL: Licda. Krista Ramirez

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 14 / Al: 19	Mayo	5	5	5	5	7	4	31 hrs.
2	Del: 20 / Al: 26	Mayo	8	8	8	7	7	4	42 hrs.
3	Del: 27 / Al: 02	Junio	6	7	8	7	7	2	37 hrs.
4	Del: 03 / Al: 09	Junio	5	5	7	4	2	2	25 hrs.
5	Del: 10 / Al: 16	Junio	4	4	6	6	5	0	25 hrs.
6	Del: 17 / Al: 23	Junio	5	4	4	3	7	8	31 hrs.
7	Del: 24 / Al: 30	Junio	4	7	7	8	5	2	33 hrs.
8	Del: 01 / Al: 07	Julio	4	4	5	8	5	3	29 hrs.
9	Del: 08 / Al: 14	Julio	5	8	8	5	3	2	31 hrs.
10	Del: 15 / Al: 17	Julio	8	8					16hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

(f)
 Vanessa Suárez
 Senior Promo Planner
 GUATEMALA SCA
 Avenida Las Américas 16-76 Zona 13
 Guatemala, Guatemala 01013
 P.O. 2267-2700

(f)
 Krista Ramirez
 Supervisor EPSL

Constancia Entrega

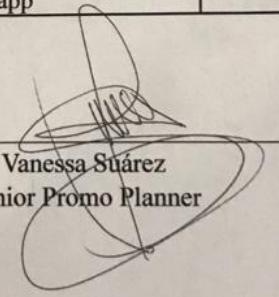
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN EL EQUIPO DE ESTRATEGIA DE CROSS MEDIA
ENTERTAINMENT DE LA EMPRESA CANALES INTERNACIONALES S.A.

Nombre: Karen Paola Estrada Torres
Carné: 200418645
DPI: 1685 85960 0101

CHECKLIST

Taller	¿Cuántos participantes estuvieron?	4
	¿Se abordaron los temas establecidos?	Sí
Plataformas digitales	Manual de Zoom	Sí
	Manual de Skype for Business	Sí
	Manual de Slack	Sí
	Capacitación de Zoom	Sí
	Capacitación de Skype for Business	Sí
	Capacitación de Slack	Sí
Whatsapp	Creación del grupo de integrantes	Sí
	Capacitación de Whatsapp	Sí

F. _____


Vanessa Suárez
Senior Promo Planner