

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



Nombre del proyecto:

**Fortalecimiento a la comunicación Interna del Departamento de Producción del canal
de Guatevisión**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

VIOLETA PEREZ MENDOZA

201322029

Previo a optar el Título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala octubre de 2,019

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, 05 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 el(a) estudiante(a) epesista "VIOLETA PEREZ MENDOZA" con número de carné: "201322029" 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 "EL DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN DEL CANAL DE GUATEVISIÓN" cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 13 de mayo al 20 de julio el año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: "FORTALECIMIENTO A LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN DEL CANAL DE GUATEVISIÓN" entregando el material respectivo y debidamente recibido por: "GUATEVISIÓN."

En tal virtud manifiesto 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,


M.A. Juan Luis Cano López
Coordinador y Productor
Guatevisión

TVN, S.A.





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



Guatemala, 8 de octubre de 2019

Estudiante
Violeta Pérez Mendoza
Carné: 201322029
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 **"FORTALECIMIENTO A LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN DEL CANAL DE GUATEVISIÓN"**. 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. Evelyn Hernández
Supervisor EPS de Licenciatura


Vo. Bto. M.A. Luis Pedrosa
Coordinador EPS de Licenciatura



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

DEDICATORIA



A DIOS: Por darme la vida, la oportunidad de tener una familia y por darme la fuerza para seguir adelante a pesar de las adversidades.

A MI MADRE: Flor de María Lezama, porque a pesar de estar ella lejos de mí durante mucho tiempo, siempre ha creído en mí, y por ser un pilar y ejemplo de lucha constante para mi vida.

A MIS HIJOS: Paul y Christian, mis dos amores por tenerme la paciencia durante todo este tiempo de estudio, por ser inspiración a mi vida para seguir adelante para poder darles ejemplo de superación.

A MARTINA RAMOS: Por ser una abuela perfecta para mis hijos, por apoyarme durante todo este tiempo, por cuidar de mis hijos y así brindarme la oportunidad para superarme, por ser una madre para mis hijos y para mí, también por ser un ejemplo de humildad y perseverancia.

A SAMUEL ROSADO: Por ser una ayuda constante a lo largo de seis años de su paciencia, de su amor y perseverancia conmigo, también por apoyarme en esta etapa de superación para mí.

AGRADECIMIENTOS

A la **Universidad de San Carlos de Guatemala**, por abrirme las puertas para desarrollarme como profesional.

A la **Escuela de Ciencias de la Comunicación**, y todos los docentes que compartieron sus conocimientos necesarios para que cumpla mis metas y logre forjarme como comunicadora y como profesional.

Al **Máster Luis Pedroza**, por el apoyo que dio en el desarrollo de este proyecto, así como su asesoría y acompañamiento para que tuviera la destreza de terminarlo.

A la **Licda. Evelyn Hernández**, por su asesoría durante el proceso del desarrollo de este proyecto.

Al **Máster Luis Cano López**, por su apoyo en el Canal de Guatevisión para que yo pudiera desarrollar este proyecto y poder culminar una etapa más.

INDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACIÓN	III
CAPITULO I	1
1. Diagnostico de comunicación del departamento de producción del canal de Guatevisión.	1
1.1 Objetivos del Diagnostico	1
1.1. 2 Objetivo General	1
1.2 Objetivos específicos	1
1.2.1 Canal de Guatevisión	1
1.2.2 Integración y Alianzas estratégicas	1
1.2.3 Antecedentes	2
1.2.4 Departamentos	3
1.2.5 Misión	3
1.2.6 Visión	3
1.2.7 Público Objetivo	3
1.2.8 Organigrama	5
1.3 METODOLOGÍA	6
1.3.1 Descripción del método	6
1.3.2 Cronogramas del Diagnóstico	9
1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS	9
1.4.1 Graficas e interpretaciones del resultado de las encuestas	10

1.4.2	Resultados de la observación.....	12
1.4.3	Resultados de las entrevistas	12
1.5	RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN	13
1.5.1	Fortalezas	13
1.5.2	Oportunidades	14
1.5.3	Debilidades	14
1.5.4	Amenazas	14
CAPITULO II.....		16
2	PLAN DE COMUNICACIÓN	16
2.1	ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	16
2.2	OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	16
2.2.1	Objetivo General	16
2.2.2	Objetivos específicos.....	17
2.3	PÚBLICO OBJETIVO	17
2.4	MENSAJE.....	17
2.5	ESTRATEGIAS.....	18
2.6	ACCIONES DE CO MUNICACIÓN	18
CAPITULO III		25
3	INFORME DE EJECUCIÓN.....	25
3.1	PROYECTO DESARROLLADO.....	25
3.1.1	Financiamiento	25
3.1.2	Presupuesto	25
3.1.3	Beneficiario	26
3.1.4	Recursos Humanos	26
3.1.5	Áreas Geográficas de Acción.....	27

3.2	ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	28
3.2.1	Carteleras Informativas	28
3.2.2	Identificadores de Oficinas	29
3.2.3	Agenda Electrónica	30
3.2.4	Reactivación de celebración de cumpleaños del mes	31
3.3	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	32
3.4	CONTROL Y SEGUIMIENTO	33
	CONCLUSIONES	34
	RECOMEDACIONES	35
	GLOSARIO	36
	BIBLIOGRAFÍA	39
	E GRAFÍA	40
	ANEXOS.	40

RESUMEN

Nombre de la institución: GUATEVISIÓN

Nombre del proyecto: FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN DEL CANAL DE GAUTEVISIÓN.

Objetivos del Proyecto:

General: Elaborar el Plan de Comunicación Interna del Departamento de Producción del Canal de Guatevisión.

Específicos:

- Implementar herramientas que sirvan para la comunicación Interna del Departamento de Producción del Canal de Guatevisión.
- Posicionar al departamento de Producción.
- Mejorar el clima laboral
- Implementar herramientas electrónicas.

SIPNOSIS DEL PROYECTO:

El presente proyecto consistió en tres etapas: la primera en un diagnóstico de comunicación de la empresa y del área donde se realizó, en la cual se evidenciaron las debilidades de comunicación del departamento de producción del canal de Guatevisión. Segunda etapa, realización del Plan de comunicación Interna para fortalecer las vías de comunicación que tenían deficiencias. La tercera etapa, consistió en la implementación del plan de comunicación interna en donde se realizaron estrategias y acciones en beneficio de la institución a través del EPS.

INTRODUCCIÓN

Dentro del canal de Guatevisión específicamente en su departamento de Producción se realizó el diagnóstico de comunicación, como primera fase, lo cual permitió evidenciar las deficiencias que este estaba teniendo en comunicación tanto del personal como del jefe hacia el personal, así como de los recursos que poseen para que ésta sea fluida y de forma efectiva.

Posteriormente se trabajó y se partió de ese diagnóstico para realizar una estrategia de comunicación interna lo cual fue basada en herramientas que permitieran ayudar a tener una comunicación más eficiente, más fluida, y que fomentara la unión del equipo del departamento de producción y sus colaboradores.

Como tercera fase y basado en el estudio realizado y en la elaboración de la estrategia de comunicación interna para el canal, se realizó la ejecución del Plan, el cual consistió en la elaboración de carteleras informativas, identificadores de las oficinas del departamento, la reactivación de la celebración de los cumpleaños y el uso de herramientas tecnológicas tales como agenda virtual para realizar convocatorias y avisos importantes para los productores.

Estos fueron implementados dentro del canal, haciendo la colocación de cada estrategia de manera visible y siguiendo con los pasos para su utilización.

JUSTIFICACIÓN

La comunicación dentro de una empresa es muy importante para el desarrollo de la misma, ya que fortalece los lazos humanos, y la productividad, además que ayuda a cumplir con la misión y visión de la misma.

La buena comunicación fortalece las capacidades de desarrollo de sus trabajadores e incentiva a tener un mejor desempeño para que esta sea eficaz y eficiente, así como dentro de la comunicación va de la mano las buenas prácticas de evaluación de desempeño de sus trabajadores, ya que si ellos estén informados del acontecer de la empresa o institución, serán más productivos y tendrán motivación para tener mejores evaluaciones en su desempeño.

En el canal de Guatevisión los productores manejan un sinnúmero de actividades que tienen programadas y que deben de ejecutar día a día, y por ninguna razón deben de estar incomunicados para que las programaciones fluyan y sean el éxito que se requiere, ya que sin esta el canal no tendría el nivel de rating que tiene y tampoco su audiencia, es por esto que es de vital importancia que el canal de comunicación dentro del mismo sea fluido, eficiente, efectivo y en tiempo.

Es por esto que esta estrategia de comunicación está enfocada en fortalecer la comunicación interna del departamento de Producción, creando herramientas que sean de utilidad para su implementación y beneficio del departamento, además para incrementar la unidad y la coordinación de actividades previamente programadas.

CAPITULO I

1. Diagnostico de comunicación del departamento de producción del canal de Guatevisión.

1.1 Objetivos del Diagnostico

1.1. 2 Objetivo General

Elaborar diagnóstico de comunicación para el departamento de producción del canal de Guatevisión.

1.2 Objetivos específicos

- Analizar los procesos comunicativos del departamento de producción.
- Evaluar los canales de comunicación que existen dentro del departamento.
- Proponer un Plan de Comunicación que ayude a mejorar la comunicación interna.

1.2.1 Canal de Guatevisión

Ubicación Geográfica

Calzada Roosevelt 22-43, zona 11 Tikal Futura Torre Sol, nivel 19, Ciudad de Guatemala.

1.2.2 Integración y Alianzas estratégicas

- Saúl E. Méndez
- Prensa Libre
- Almacenes Simán

1.2.3 Antecedentes

El departamento de Producción, del Canal de Televisión Guatevisión, es el encargado de la realización de los distintos programas que se transmiten por la señal del canal televisivo.

Actividades que conllevan una plataforma de entretenimiento en televisión con el fin de poder unificarlas y llevarlas al aire.

Por este mismo hecho es importante mantener una comunicación efectiva en el departamento porque se maneja mucho flujo de información y detalles importantes.

El hecho que dentro de un departamento no se maneje una información efectiva y un buen ambiente laboral, se corre el riesgo que afecte el trabajo en equipo, el cual es básico e importante para el desarrollo dentro del departamento.

Anteriormente y en la actualidad, se trabajan algunas medidas para mejorar el ambiente laboral y la comunicación dentro de los integrantes del equipo, sin embargo no han sido efectivas puesto que duran poco tiempo los cambios y todas las situaciones vuelven a afectarse.

El departamento no cuenta con medios de comunicación interna que sirven en el apoyo al trabajo diario, como lo son: teléfono, correos electrónicos, una pequeña cartelera informativa y sala de reuniones.

Sin embargo, la mayoría de veces no son utilizadas de forma adecuada y esto afecta de forma directa la comunicación efectiva. Como no se ha trabajado al cien por ciento en alguna campaña o plan de comunicación, puesto que el trabajo también es importante que se tiene muchas veces que dejar tiempo extra necesario para una implementación como tal.

1.2.4 Departamentos

Gerencia de producción,

Director de Producción, Ricardo García Santander

Jefatura de Producción, Licenciado. Luis Carlos Coronado

Coordinación de Producción, Máster Juan Luis Cano López

1.2.5 Misión

Ser un canal de televisión con contenido variado, que innove en la forma de presentar sus contenidos de la realidad nacional, para tener un impacto positivo en la vida de los ciudadanos guatemaltecos.

1.2.6 Visión

Tener programas con mayor innovación e influencia en sus contenidos, con el objetivo de llamar la atención del público.

1.2.7 Público Objetivo

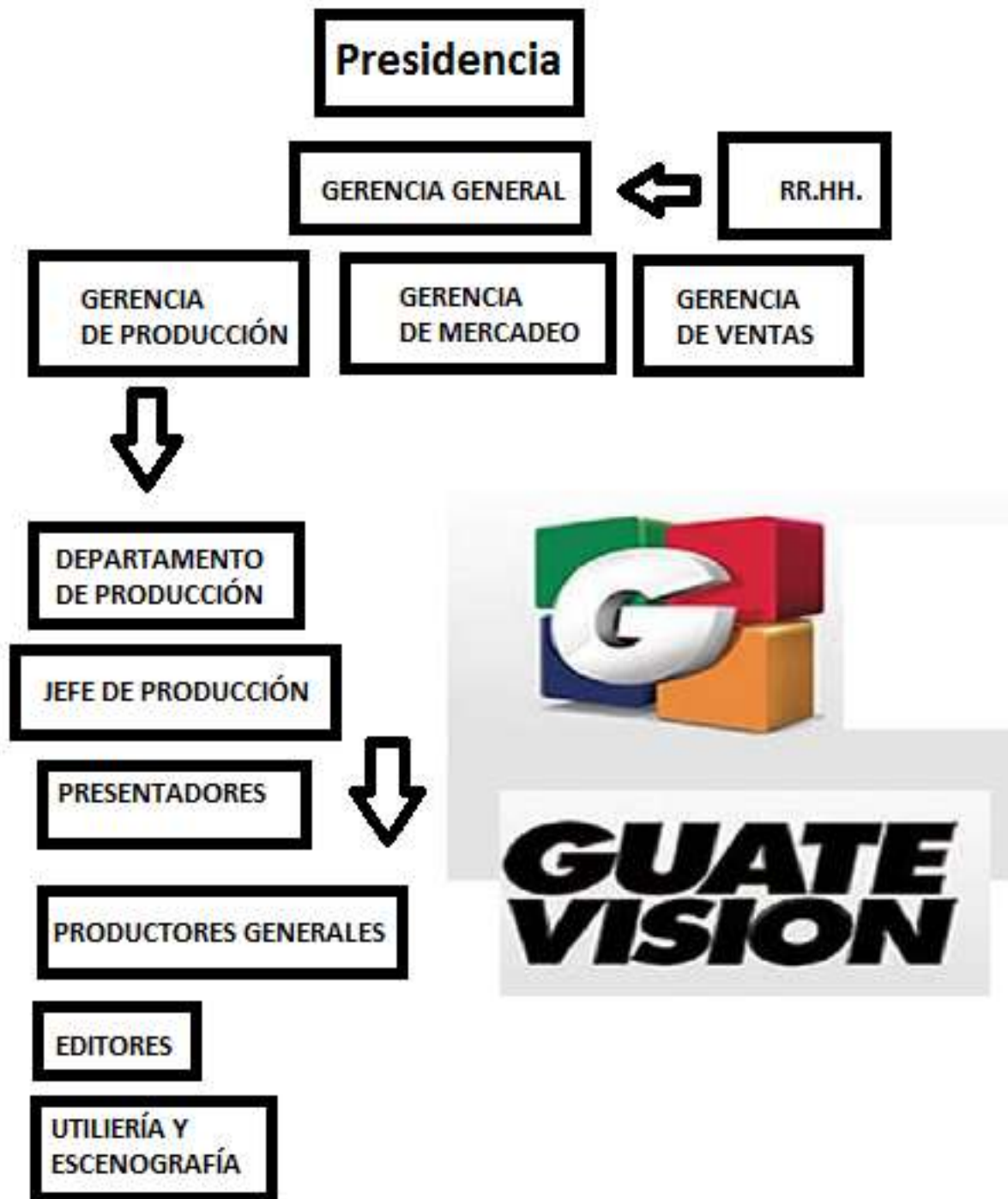
Los colaboradores que trabajan en el departamento de producción del Canal Guatevisión, quienes viven en su mayoría en el perímetro capitalino y los municipios de Villa Nueva y Mixco.

La mayoría comprende la edad de los 23 a los 50 años de edad, siendo un total de 22 personas entre hombres y mujeres. Todos ellos activos, entusiastas, con deseos de aprender y colaborar.

Estas características en común del grupo, es un valor importante para poder aplicar la estrategia, debido a que se puede seguir en una misma línea de comunicación para todo el departamento y trabajar a todo el grupo al mismo tiempo.

El grupo objetivo se caracteriza por el uso de tecnología y manejo de redes sociales, ya que la edad en la que están comprendidos los hace ser un grupo homogéneo.

1.2.8 Organigrama



Fuente. Guatevisión

1.3 METODOLOGÍA

1.3.1 Descripción del método

Enfoque Mixto

Los métodos mixtos utilizan evidencia de datos numéricos, verbales, textuales, visuales, simbólicos y de otras clases para entender problemas en las ciencias (Creswell, 2013a y Lieber y Weisner, 2010).

De la combinación de enfoque cualitativo y cuantitativo, surge la investigación mixta, misma que incluye las mismas características de cada uno de ellos. Grinnell (1997), citado por Hernández et al (2003:5) señala que los dos enfoques (cuantitativo y cualitativo) utilizan cinco fases similares y relacionadas entre sí:

- a) Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos.
- b) Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.
- c) Prueban y demuestran el grado en que las suposiciones ó ideas tienen fundamento.
- d) Revisan tales suposiciones ó ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
- e) Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las suposiciones ó ideas; o incluso para generar otras.

1.3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección

Son las herramientas que permiten resolver el problema metodológico de la investigación para comprobar o refutar una hipótesis (Piloña Ortiz, 2017. Pág. 49), los instrumentos para recolectar datos fueron los siguientes:

La entrevista

La entrevista estructurada, el entrevistador realiza su labor siguiendo una guía para preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a esta. La entrevista semiestructurada: se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tienen la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos y obtener mayor información. La entrevista abierta se fundamentan en una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla. (Hernández Sampieri, 2014, pág. 403).

Como se detalla a continuación:

Entrevista al Productor del Canal Guatevisión, Lic. Fredy Polanco

Entrevista al Coordinador y Productor del Canal de Guatevisión, Juan Luis Cano López.

Entrevista al Jefe de Producción el Lic. Luis Carlos Coronado L. para ampliar la información del departamento de producción.

Entrevista al Lic. Omar López, Productor de Viva la Noticia.

Licda. Vera Barrera, Coordinadora Administrativa del canal de Guatevisión.

La entrevista puede ser, libre o dirigida; la entrevista libre es cuando no utiliza ningún esquema pre diseño o itinerario que permita el seguimiento ajustado a un patrón definido o definitivo; usualmente utiliza preguntas abiertas. La entrevista dirigida es cuando se tiene una guía, (planificada metódicamente) que se sigue estrictamente. Las preguntas en esta última pueden ser abiertas o cerradas. (Piloña Ortiz, 2011, pág. 82).

Entrevistas personales: son entrevistas en profundidad con determinados miembros de la organización, para obtener información sobre puntos que se tengan confusos o que no

hayan quedado suficientemente claros con otros instrumentos de investigación. (Capriotti Peri, 2009, pág. 148)

La entrevista fue aplicada a los productores del canal de Guatevisión de manera presencial, y a cada uno de ellos por separado para tener un panorama más específico de lo que se quería lograr, además fue de mucha ayuda ya que se profundizaron en los aspectos más relevantes de la comunicación interna del canal.

- **Observación**

Es una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

La observación se realizó en las instalaciones del área de producción del Canal Guatevisión y fue recopilada en fotografías donde se describe las características que interesan en el proyecto de investigación.

- **Encuesta**

En fenómenos sociales, tal vez el instrumento más utilizado para recolectar los datos es el cuestionario. Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir (Chasteauneuf, 2009). Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis (Brace, 2013). (Hernández Sampieri, 2014).

“Los cuestionarios se utilizan en encuestas de todo tipo (por ejemplo, para calificar el desempeño de un gobierno, conocer las necesidades de hábitat de futuros compradores de viviendas y evaluar la percepción ciudadana sobre ciertos problemas como la inseguridad”. (Hernández Sampieri, 2014).

Para la encuesta se realizó un cuestionario de cinco preguntas la cual se hizo de forma presencial a productores, del departamento de Producción del canal de Guatevisión, los cuales fueron para conocer las diferentes opiniones que tiene el personal de la

comunicación en su departamento. Las interrogantes estaban relacionadas a la comunicación interna que usan para planificar y trabajar. Así como problemas o debilidades que hayan identificado.

Constó de preguntas sobre las deficiencias en comunicación interna y otros aspectos importantes que nos interesan de la investigación.

1.3.2 Cronogramas del Diagnóstico

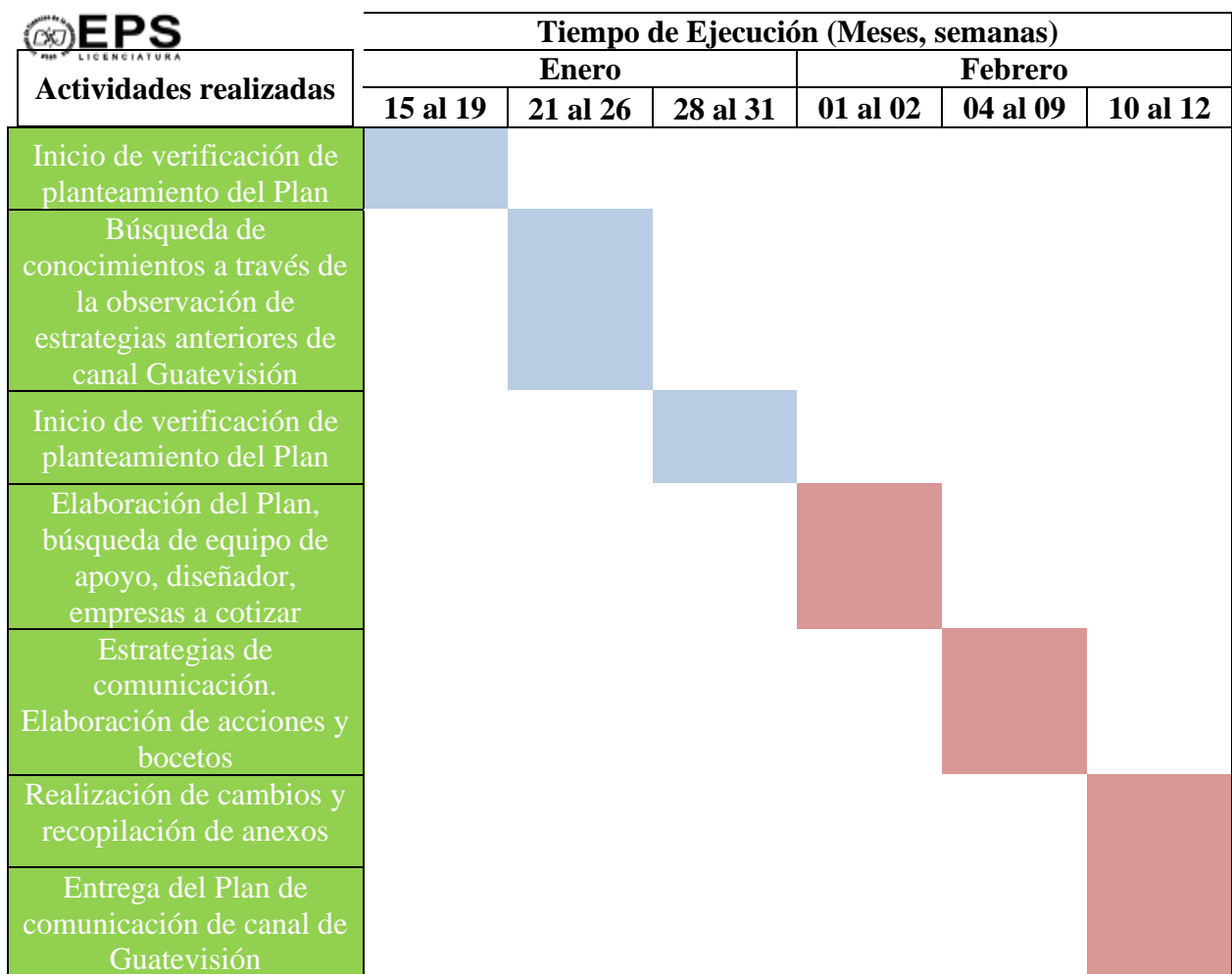


Diagrama de Gantt Fuente: (Elaboración propia)

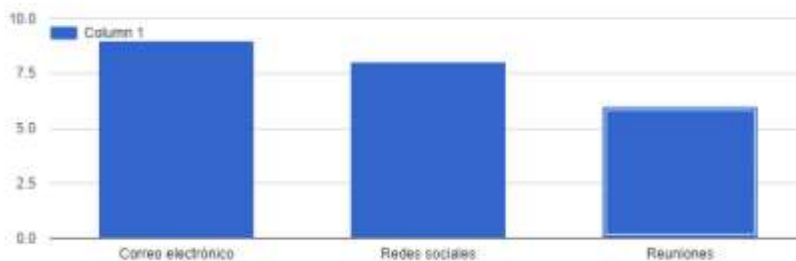
<https://soporteinformativowebtillero.wordpress.com/2012/10/07/el-cuando-de-la-investigacion/>

1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1 Graficas e interpretaciones del resultado de las encuestas

Gráfica 1

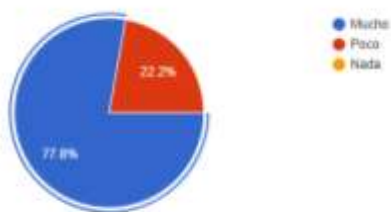
¿Cuál de los siguientes canales de comunicación interna del departamento de Producción del canal de Guatevisión, conoces?



Interpretación: Como se observa en la gráfica 1, el 9% de los encuestados, opina que la comunicación es a través de correo electrónico, un 7.5% por Redes sociales, un 6% regular reuniones.

Gráfica 2.

¿Conoces la Misión, Visión y Objetivos de canal Guatevisión?

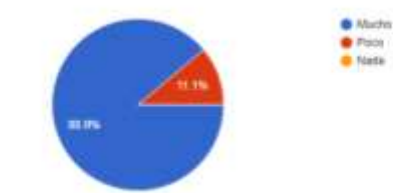


Fuente: Encuesta elaborada por Epesista Violeta Perez 2019

Interpretación: Como se observa en la gráfica 2, el 77% de los encuestados, opina que si conocen la Misión y Visión del canal de Guatevisión, un 22% por no lo conoce.

Gráfica 3

¿Consideras que la comunicación entre los miembros de tu Dirección o Jefatura es fluida?

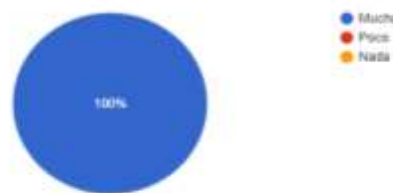


Fuente: Encuesta elaborada por Epesista Violeta Perez 2019

Interpretación: Como se observa en la gráfica 3, el 88.9% de los encuestados, opina que si tienen una buena comunicación dentro del área de producción del canal de Guatevisión, un 11.% menciona que es poco.

Gráfica 4.

¿Percibes a tu Dirección o Jefatura como un equipo de trabajo?



Fuente: Encuesta elaborada por Epesista Violeta Perez 2019

Interpretación: Como se observa en la gráfica 4, el 100% de los encuestados, opina que son un trabajo en equipo dentro del área de producción del canal de Guatevisión.

Gráfica 5

Sugiere al menos una medida para mejorar la comunicación y la participación del personal del departamento de producción del Canal de Guatevisión.

Usar más el correo para información general
No
NINGUNA
Capacitaciones:
organizar capacitaciones
capacitaciones en el ámbito jurídico laboral
Utilizar agenda electrónica.
no
Reuniones semanales

Fuente: Encuesta elaborada por Epesista Violeta Perez 2019

Interpretación: Como se observa en el espacio para sugerencias de los trabajadores para las autoridades, sugieren capacitaciones así como la recomendación de hacer reuniones más esporádicamente y llevar una agenda electrónica para las reuniones.

1.4.2 Resultados de la observación

Observación	Comentarios
Comunicación Interna enero 2019, en el departamento de Producción del canal de Guatevisión.	Se detectó que existe falta de comunicación eficiente y oportuna para convocar a reuniones a los productores del canal.
Fluidez de la comunicación Interna, febrero de 2019.	Se verificó que no todo el personal está informado del acontecer de las actividades o reuniones que surgen dentro del canal.

1.4.3 Resultados de las entrevistas

Encuentros	Disensos
Los entrevistados coinciden en que el problema de comunicación existe por la falta de comunicación y de información por parte de las direcciones que tienen a su cargo actividades, ya que no se enteran de las actividades.	Para algunos la comunicación e información llega a tiempo, y en algunas actividades se les involucra.
La comunicación dentro de su propio departamento es fluida, y existe interacción y apoyo.	Los entrevistados concuerdan que existe buena comunicación entre ellos.
A pesar de que el ambiente o clima laboral es bueno en la institución, coinciden en que hay direcciones que no fomentan el trabajo en equipo, y se deben realizar mejoras.	Sin embargo coinciden que hay apoyo de otras direcciones cuando es necesario.
Coinciden en que no existe comunicación sobre las actividades fuera de la institución y se necesita una mejora en las reuniones grupales.	En cambio también comentan que hay actividades que fomentan unión del personal y eso es bueno.
Algunos concuerdan que necesitan un medio para estar informados de cualquier eventualidad no solo el correo electrónico.	Algunos comentaron que la información llega a ellos por correo electrónico aunque no todos lo tengan.

1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

1.5.1 Fortalezas

- Transmisión de programas en alta definición y con tecnología de punta
- Respaldo de equipo humano capacitado y patrocinadores de trayectoria
- Difusión de contenidos y programación por medio del canal en televisión cerrada, abierta (canal 25) y plataforma digital por medio de señal de internet.
- Personal y ejecutivos miembros de la Junta Directiva, con la mejor actitud para el cambio.

1.5.2 Oportunidades

- Cobertura en el interior por medio de señal de cable e internet
- Políticas para la implementación de futuros programas
- Posibilidad de hacer alianzas estratégicas con otros canales de televisión internacionales
- Posibilidad que el medio sea visto por dispositivos móviles en cualquier parte del país y del mundo.
- Sector empresarial, como generador de pauta comercial y publicitaria en los diversos programas del canal.
- Posibilidad de generar más inversión en la compra de equipo de vanguardia
- Establecer políticas que permitan invertir en la capacitación personal y así mejorar las producciones del medio.

1.5.3 Debilidades

- Comunicación poco fluida con camarógrafos y productores
- No existe un canal de comunicación para todo el departamento de producción, que incluya, camarógrafos, editores, personal de control, productores etc.
- Falta de unidad en la celebración de los cumpleaños de los compañeros
- No se lleva una agenda electrónica para convocar a reuniones y o actividades

1.5.4 Amenazas

- Actitud negativa de la junta Directiva y los propios colaboradores
- Temor a cambios que pueda conllevar a terminar con proyectos de contenido
- Falta de seguimiento de proyectos a desarrollar y la inestabilidad económica

- La competencia desleal contra una industria monopolizada de la televisión
- La interferencia política dentro de los contenidos y su presión a la desestabilización del medio.

CAPITULO II

2 PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

En el año 2017 se realizó un Plan de Comunicación para mejorar los procesos internos en la elaboración de Infografías en Prensa Libre, quién es un aliado estratégico para el canal de Guatevisión, el cual se hizo a nivel de licenciatura, en el que se realizó un diagnóstico institucional el cual develó que la institución no contaba con un formato establecido para las infografías, y tampoco para planificar el trabajo debido a la carga del mismo.

Con la identificación del problema, se elaboró un catálogo de gráficos con plantillas editables en Power Point y Excel, para mayor facilidad.

Además se elaboró el manual de uso para el catálogo de gráficos con plantillas editables en Power Point y Excel, documento que explicará paso a paso el uso de los diseños incluidos en el catálogo de gráfico con plantillas editables en Power Point y Excel, capacitación a editores y periodistas del uso de las plantillas para gráficas con plantillas editables en Power Point y Excel; además, del manual de procedimientos.

2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1 Objetivo General

Elaborar un Plan de comunicación para el departamento de producción del canal de Guatevisión para fortalecer la misma dentro de este departamento.

2.2.2 Objetivos específicos

- Lograr que todo el equipo de producción conozca y se entere de reuniones, y o actividades concernientes al departamento de producción.
- Incentivar al departamento de producción para que la comunicación entre ellos sea fluida, eficiente y mejor para tener más y mejor productividad.
- Posicionar el departamento de producción para que este sea visto como un área valiosa para la institución.

2.3 PÚBLICO OBJETIVO

Interno: Equipo de productores de los programas que se tienen dentro del canal tales como Viva la Mañana y Viva la Noticia, así como Soñando en Familia.

2.4 MENSAJE

Simplicidad: creatividad y trabajo ordenado a la hora de elaborar un arte para carteleras informativas, así como rotulación de las oficinas del departamento de producción lo cual es el principal objetivo de este plan de comunicación. Con la implementación de carteleras informativas la comunicación llegara a todos y de forma gráfica para una comunicación más eficiente.

Creatividad: despertar interés de los productores para generar contenido gráfico que pueda ser de interés de todo el departamento e incluso de quienes les visiten. “La creatividad no consiste en una nueva manera, sino en una nueva visión”. Edith Wharton, escritora galardonada con el premio Pullitzer.

Trabajo ordenado: El departamento de Producción del canal de Guatevisión se caracteriza por trabajar bajo presión y muy ordenadamente, por lo tanto si cuentan con herramientas extras para mantenerse informados podrán tener una comunicación fluida. Las carteleras podrían tener un impacto significativo dentro del departamento ya que son de fácil integración.

2.5 ESTRATEGIAS

Fortalecimiento de la comunicación interna del departamento de Producción del canal de Guatevisión.

Se colocarán carteleras informativas en el área de producción así como en el área de camarógrafos, para que se fortalezca la comunicación a través de medios escritos ya que no existe correo electrónico para todo el departamento únicamente para productores el cual hace que la comunicación no llegue a todos y sea ineficiente mantenerse informados de las actividades, reuniones, cumpleaños, eventos varios, convocatorias etc. Se implementaran las carteleras a manera de alimentarlas periódicamente, e ir cambiando contenidos de interés para todo el departamento.

Con estas carteleras se quiere lograr que todo el público tanto interno como externo pueda informarse, y fomentar la comunicación de manera visible para todo el departamento.

Implementar herramientas de fácil comprensión para colocar contenido informativo que mantenga informados a todos los productores. Crear diseños.

2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Acción 1.

Realización de arte para estrategia de comunicación, en donde pueda todo el equipo del departamento de producción estar informado de una manera eficiente y atractiva.

Se requiere la colocación de dos carteleras con montaje horizontal con medidas de 70*60 con espacios para colocar hojas tamaño carta con medida de 21*28, para afiches de 11*7” un espacio e 28*43 cm y un espacio para volantes con medidas de 21*10cm. En material acrílico con separadores de aluminio, esta se colocará en el pasillo principal de las oficinas del canal de Guatevisión a pocos metros de la oficina de producción, y otra en el corredor del departamento de cámaras.

Instalación de 2 carteleras de 70*60 transparentes con fondo blanco y logo de Guatevisión.

Periodicidad

- Permanente

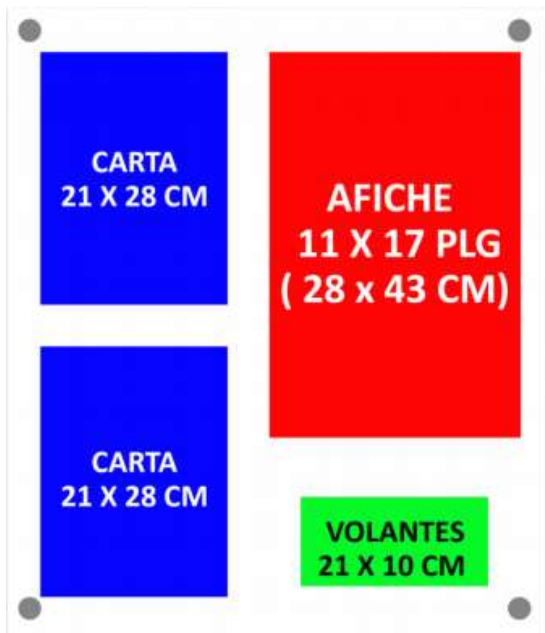
Forma de distribución

- Carteleras colocadas en el pasillo principal de cada departamento, producción y cámaras que es un espacio que va de la mano con producción.

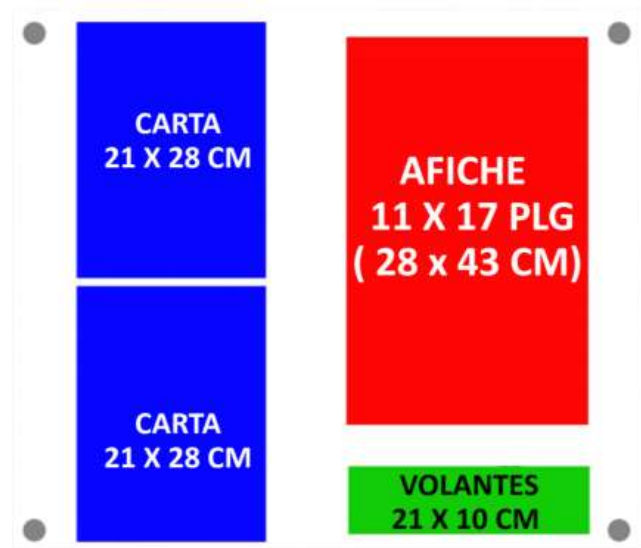
Acción No. 1	
Se elaboró un diseño para cartelera informativa institucional	Se eligió el diseño a implementar que fuera funcional para el departamento de producción del canal, se incluyó el logotipo del canal de Guatevisión para darle el posicionamiento que necesita.
Problema	La falta de información sobre asuntos de interés, reuniones, actividades, capacitaciones etcétera.
Producto	Carteleras Informativas, donde se podrán colocar, afiches, trifoliales, hojas de contenido informativo a la vista y accesibilidad para todos.
Objetivo Comunicacional	Fortalecer la comunicación del departamento de producción a través de los contenidos informativos que se podrán colocar en estas carteleras.
Medio de Difusión	2 Carteleras elaborada en acrílico con separadores de aluminio con medida de 70*60 y espacios para colocar hojas, afiches y o trifoliales, tendrán el logo de Guatevisión.

Arte para Carteleras

MONTAJE VERTICAL 60 X 70



MONTAJE HORIZONTAL 70 X 60 CM



Estrategia

Se realizará un diseño para identificación de las oficinas del área de producción lo que permitirá una presencia de marca dentro del canal de Guatevisión. Ya que el departamento no cuenta con ninguna rotulo o identificación que muestre donde queda la oficina de cada encargado, lo que crea cierta incertidumbre del publico externo ya que el canal a diario recibe una fuerte afluencia de personas que son invitadas al canal y que son parte de cada show, o programa.

Se desea que con la identificación de las oficinas exista un posicionamiento de marca del departamento de producción, y que este sea visto como el área mas importante del canal.

Ejes de campaña: identificación de oficinas

Estos irán colocados afuera en parte superior de las oficinas del canal de Guatevisión, en la pared de cada oficina para que tanto público externo como interno conozcan donde se encuentran las oficinas del departamento de producción y sus diferentes programas. Y el responsable será el coordinador de producción.

Impresión de 19 rótulos en PVC con adhesivo y tape doble contacto, en medidas de 0.29*15 color blancos con el logo de Guatevisión.

Periodicidad

- Permanente

Acción No. 2	
Se elaboraron diseños para rótulos para identificación de las oficinas	Se eligió el diseño atractivo para identificación de las oficinas para que pueda implementarse la identificación y posicionamiento del departamento de producción.
Problema	La falta de identificación de las oficinas de todo el departamento de producción, lo que crea confusión entre visitantes y el mismo personal interno.
Producto	Identificadores (rótulos) para las oficinas del departamento de producción.
Objetivo Comunicacional	Fortalecer el posicionamiento del departamento de producción a través de su identificación y apropiación.
Medio de Difusión	17 rótulos en PVC con adhesivo y tape doble contacto con medidas de 0.29 X 0.15 MTS, todos identificando las oficinas del departamento de producción, y los espacios importantes para el mismo.

Arte para Rótulos de oficinas

**Área
de Edición**



Acción 3

Estrategia

Estrategia Promoción de un mejor clima laboral entre los trabajadores del departamento de producción del canal de Guatevisión.

Se identificó que esta actividad es un poco relevante en cuanto a hacer las celebraciones pero no menos importante ya que se requiere que exista un buen clima laboral, que cree unidad, fraternidad y compañerismo. Las celebraciones no se hacen sino hasta cada fin de cada mes lo que hace que los compañeros se sientan desmotivados, y un poco desvalorados.

Al reactivar las celebraciones el día del cumpleaños de cada colaborador no solo se estaría dando apoyo sino también amistad, compañerismo y la oportunidad de tener una buena comunicación en un momento de celebración, el personal estará menos estresado, estará feliz y dará un mejor rendimiento.

Promover dentro del departamento, el buen clima laboral, menos estrés, reuniones eficientes y productivas, personal mejor organizado.

Arte para divulgación de cumpleaños del mes, y sugerencia sobre la agenda virtual desde el correo electrónico como herramienta para la convocatoria sobre reuniones del departamento, e impreso para cartelera.

Periodicidad

- Semanal, mensual.

Dentro de la propuesta también se sugiere implementar herramientas que ya existen dentro de sus ordenadores o sistemas tal como lo es la agenda virtual del correo institucional, se requiere se haga desde Outlook que se posee, para que sea más directo en el sentido de que es un medio de comunicación que es funcional y todo el equipo se identifica con él.

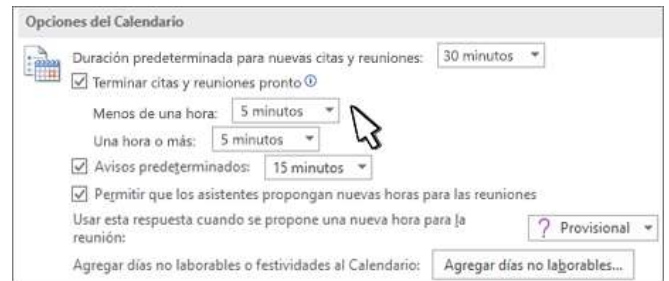
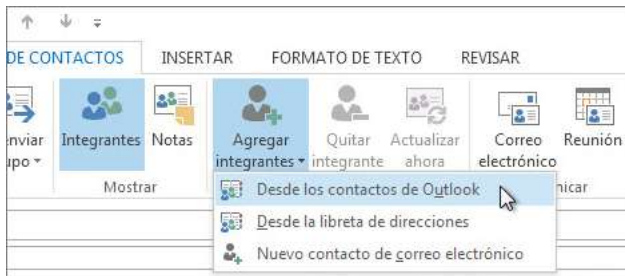
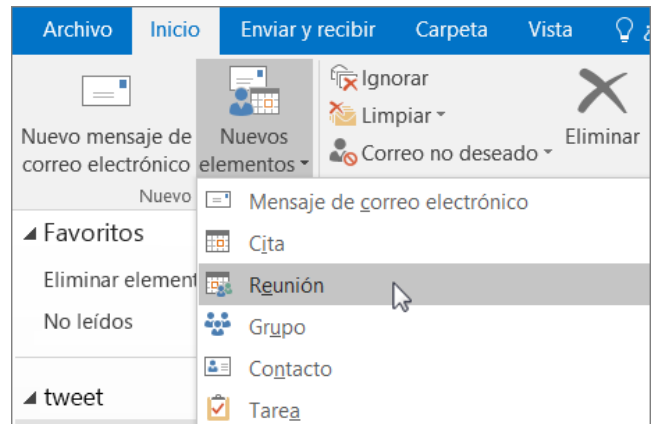
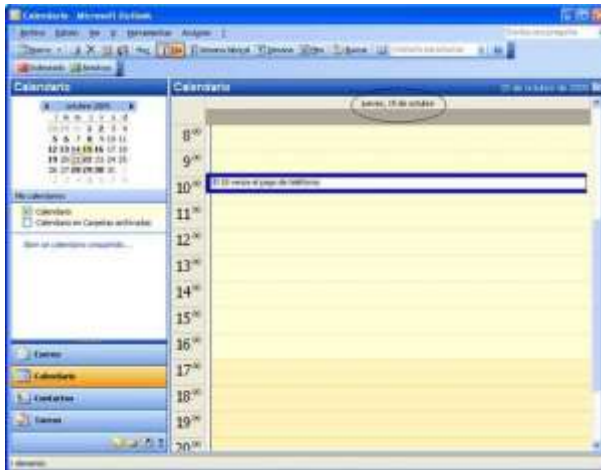
- Propuesta por correo institucional
 1. Publicación de cumpleaños en carteleras informativas a inicio de cada mes.

Acción No. 3	
Problema	Falta de actividades que promuevan la convivencia y la organización entre el personal del departamento de producción.
Producto	Personal Motivado, menos estresado, con buena actitud de servicio e informado.
Objetivo Comunicacional	Implementación de una Agenda que permita programar reuniones de forma digital e impresa para carteleras, y la reactivación de celebraciones de cumpleaños del mes, para fortalecer el clima laboral.
Medio de Difusión	Presencial y escrito

Arte para divulgación de cumpleaños.



Propuesta por Agenda electrónica en correo institucional



CAPITULO III

3 INFORME DE EJECUCIÓN

3.1 PROYECTO DESARROLLADO

Plan de comunicación interna para el departamento de producción del canal de Guatevisión.

3.1.1 Financiamiento

Financiamiento para la ejecución del plan de comunicación interna, la institución no proporcionó un porcentaje % de los gastos. Un 100% fue cubierto por la epesista, esto consistió en investigación, asesorías, diseño, logística, impresión de rótulos, fabricación de carteleras con empresa contratada, instalación de carteleras y rótulos.

3.1.2 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario Q.	Costo Total Q.	Financiamiento
17	rótulos 29*15 full color	16.00	272.00	Violeta Perez (Epesista)
02	Carteleras 70*60 en acrílico con separadores de aluminio fondo blanco	700.00	1400.00	Violeta Perez (Epesista)
01	Arte para cartelera sobre los cumpleaños del mes	0.00	0.00	Violeta Perez (Epesista)
01	Asesoría comunicacional	5,000.00	5,000.00	Violeta Perez (Epesista)
TOTAL			6,672.00	
Total cubierto por Epesista			Q. 6,672.00	
Total cubierto por Guatevisión			Q. 0.00	

3.1.3 Beneficiario

Beneficiarios	Beneficios
Primarios: Productores del canal de Guatevisión	Los productores podrán contar con la agenda virtual a través del correo electrónico que su Jefe de Producción creará para mantener informado sobre reuniones y o actividades programadas, para evitar molestias, atrasos y o un mal clima laboral
Secundarios: El canal de Guatevisión y su personal	La Gerencia, personal de apoyo, camarógrafos, presentadores, podrán ver en las carteleras informativas sobre los cumpleaños del mes, para crear un ambiente alegre y unido entre todos ellos, además de información de interés.

3.1.4 Recursos Humanos

Durante la ejecución del plan de comunicación interna del departamento de Producción del canal de Guatevisión, se contó con el apoyo del personal a cargo, lo que fue parte importante para la ejecución del mismo, ya que sin el apoyo de estas personas, no hubiese sido posible la implementación de este proyecto.

Nombre	Cargo	Actividad
Lic. Luis Cano López	Coordinador y Productor	Apoyó autorizando el Ejercicio de Práctica Supervisada dentro del Departamento de Producción, fue parte importante facilitando la llegada al canal, los espacios dentro del mismo así como coordinar con el Jefe de Producción para que se lograra el desarrollo del mismo.
Lic. Luis Carlos Coronado	Jefe de Producción	Apoyó autorizando las entrevistas con productores, camarógrafos, presentadores, así como permitiendo ser entrevistado para el desarrollo del diagnóstico. Además fue de principal apoyo ya que fue un enlace con la presencia al set del canal en vivo en sus diferentes programaciones para la observación.
Licda. Vera Barrera	Coordinadora de Producción	Fue de importante apoyo ya que facilitó las herramientas para realizar el Plan de comunicación, y su implantación.
Violeta Perez	Epesista	Recabó toda la información posible para detectar las debilidades de la comunicación dentro del canal y del departamento de producción, para poder proponer un plan que ayude a tener una comunicación efectiva y fortalecida dentro del departamento.

3.1.5 Áreas Geográficas de Acción

El presente proyecto de comunicación fue diseñado e implementado en el canal de Guatevisión, ubicado en Calzada Roosevelt 22-43, zona 11 Tikal Futura Torre Sol, nivel 19, Ciudad de Guatemala.

Las herramientas presentadas y desarrolladas en el Plan, fueron desarrolladas dentro del canal de Guatevisión, específicamente en el departamento de Producción nivel 19.

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

Las estrategias fueron propuestas basadas en los resultados que se obtuvieron de las entrevistas, encuestas y observación realizados en el diagnostico, en lo que se destaco la falta de comunicación interna o las debilidades de la misma.

3.2.1 Cartelera Informativas

Objetivo de comunicación: Fortalecer la comunicación interna, su sentido de pertenencia y unidad del departamento de Producción del canal de Guatevisión.

Descripción: Cartelera informativas para fortalecer la comunicación directa o indirecta entre los productores.

Acciones: Se colocaron dos cartelera informativas en las cuales se podrá ahora colocar información escrita y de primera mano para todos los transeúntes del piso 19 del canal de Guatevisión, y también para el departamento de Producción, ya que no contaban con este espacio para tener información de actividades, capacitaciones, cumpleaños etc.



3.2.2 Identificadores de Oficinas

Objetivo de Comunicación: Crear un sentido de pertenencia y posicionamiento a las oficinas del departamento de Producción del canal de Guatevisión.

Descripción: Identificadores de oficinas para posicionar las oficinas del departamento de producción.

Acciones: Se colocaron identificadores en cada una de las oficinas 17 identificadores, esto fue colocado en la entrada de cada oficina para que el personal tanto interno como externo que visita el canal pueda identificarse automáticamente.

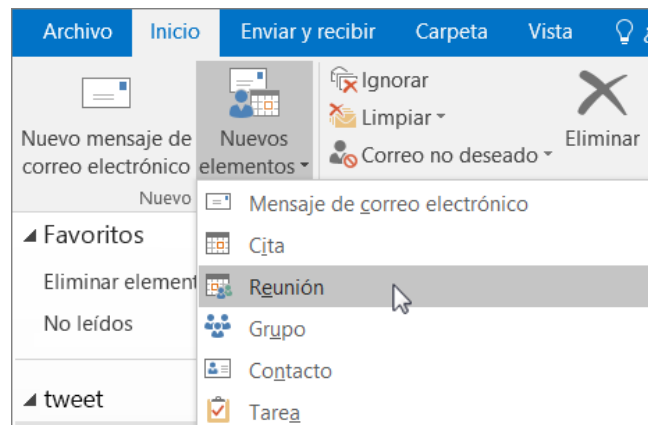
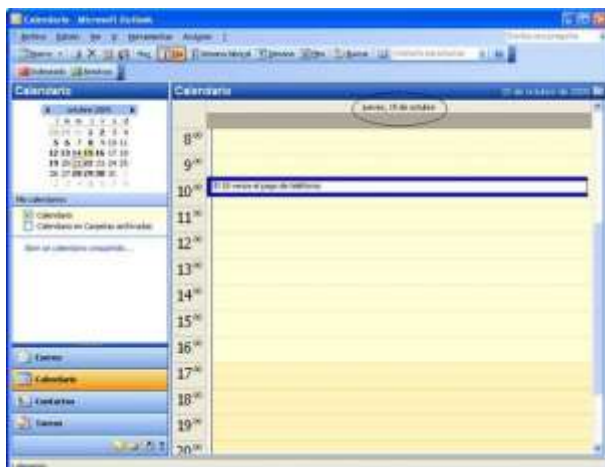


3.2.3 Agenda Electrónica

Objetivo de comunicación: Tener organizada la agenda del departamento de producción para que sea productivo y eficiente la comunicación.

Descripción: Agenda electrónica, desde el correo electrónico institucional que solo poseen los productores, para que haya una programación previa a cada reunión y o actividad a llevarse a cabo.

Acciones: Se dio la inducción de cómo crear una agenda para reuniones del departamento de producción, desde el correo electrónico de Outlook institucional del departamento de productores, haciéndoles ver que es una herramienta que tienen ya a la mano y solo debe ser implementada aprovechando que el correo electrónico es un canal de comunicación bastante efectivo.

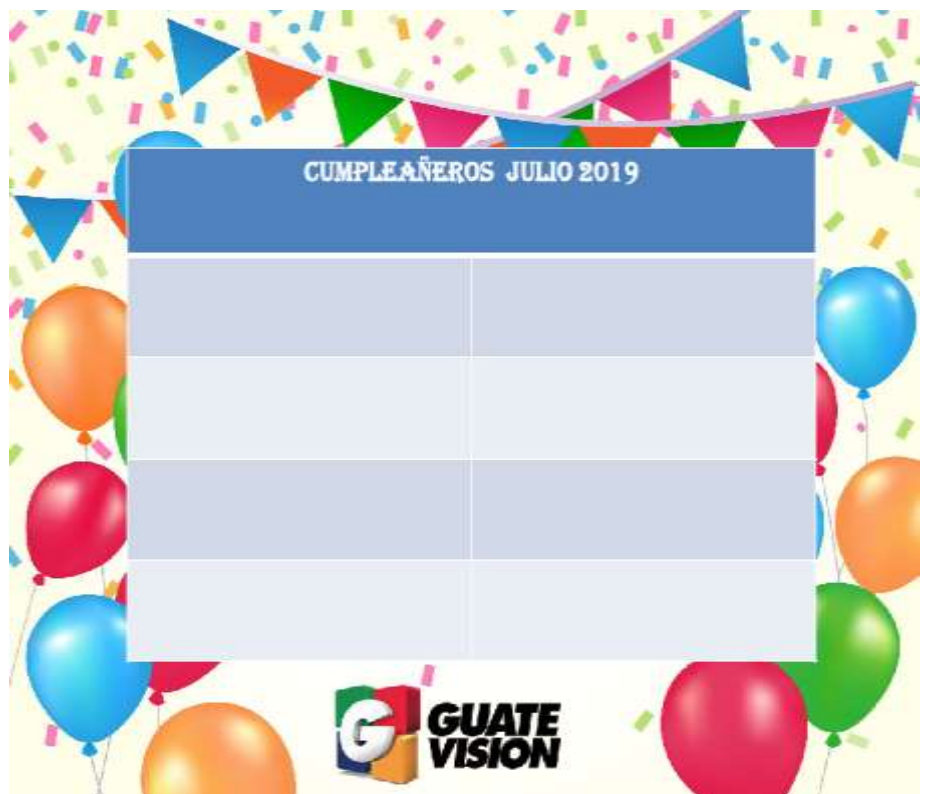


3.2.4 Reactivación de celebración de cumpleaños del mes

Objetivo de comunicación: Motivar a la coordinación de producción a reactivar las celebraciones de cumpleaños en el día de su cumpleaños para que haya armonía y unidad.

Descripción: Arte para divulgación de cumpleaños del mes, esto será colocado en las carteleras y será cambiado mes a mes.

Acciones: Se realizó un arte para colocar en carteleras a manera de que todos se enteren de los cumpleaños del mes y esto los motive a reactivar el compañerismo y celebración del compañero.



3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades realizadas	Tiempo de Ejecución (Meses, semanas)									
	Mayo			Junio				Julio		
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3
Inicio de 300 horas de practica supervisadas	■									
Reuniones para solicitar el permiso para elaborar el plan de comunicación y obtener firmas de autorización sobre las actividades de EPS		■								
Inicio de verificación de planteamiento del Plan			■							
Búsqueda de conocimientos a través de la observación de estrategias anteriores de canal de Guatevisión y su departamento de producción.				■						
Elaboración del Plan, búsqueda de equipo de apoyo, diseñador, empresas a cotizar.					■					
Estrategias de comunicación. Elaboración de acciones y bocetos para implementación de estrategia.						■				
Seguimiento a elaboración de carteleras, rótulos, e implementación de agenda electrónica							■			
Presentación de Plan de comunicación al departamento de Producción para su aprobación								■		
Implementación e instalación de carteleras, rótulos para oficinas, y breve inducción sobre el uso de la agenda virtual a través de correo electrónico para reuniones así cómo la difusión de reactivar a través de publicación de cumpleaños y su celebración.									■	
Entrega de resultados y PLAN.										■

Diagrama de Gant

Fuente: <https://soporteinformativowebtillero.wordpress.com/2012/10/07/el-cuando-de-la-investigacion/>

3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Evaluación Cuantitativa	Evaluación Cualitativa
Cartelera informativa	La oficina de Coordinación de Producción comprometida a realizar las divulgaciones correspondientes.	Fue bien recibido, ya que no existían cartelera informativas y estas serán herramientas que servirán para mantener informados a todos aun cuando la información no llegue de forma digital.
Identificadores de oficinas	Las 17 oficinas del departamento de producción fueron identificadas	Los identificadores de oficinas fueron de ayuda ya que esto servirá tanto al público interno como externo que visita el canal, ya que no contaban con esta herramienta de identificación y posicionamiento.
Agenda electrónica	01 una inducción para el uso de esta herramienta que ya está integrada dentro del correo institucional de Outlook.	Se dio una breve capacitación sobre el uso de esta herramienta por el Jefe de Producción para poder implementarlo y tener una mejor programación de las actividades y reuniones con los productores.
Reactivación de cumpleaños del mes.	01 arte estándar, para cumpleaños del mes.	Se entregó el arte y la sugerencia para implementar el uso de esta herramienta para poder tener la armonía y unión entre los compañeros.

CONCLUSIONES

El diagnóstico y Plan de comunicación fue bien recibido por el departamento de producción, ya que ayudó a conocer mejor las posibles debilidades o deficiencias de comunicación interna dentro del departamento.

Con la implementación de

- Las carteleras
- Identificación de las oficinas
- Activación de la agenda electrónica
- Reactivación de los cumpleaños del mes

Se motivó a tener una mejor comunicación a ser mas unidos y a mantener fluida la misma para que sea un departamento que se adapta a las mejoras y le gusta tener un excelente ambiente de trabajo.

El Jefe de Producción se mostró agradecido por la implementación de las carteleras ya que podrán mantener informados a los productores y camarógrafos así como tener un mejor programa sobre las convocatorias a reuniones del personal bajo su mando.

RECOMEDACIONES

2. Utilización periódica de las carteleras, revisión y cambio de información de forma oportuna para que siempre haya información de interés y actualizada para los productores, personal del canal y quienes lo visitan.

3. Reactivar y mantener el interés en las celebraciones de los cumpleaños en su día, ya que esto ayuda a mantener la unión, el compañerismo y la buena comunicación entre los productores y demás personal.

4. Utilización de la herramienta de agenda electrónica del correo institucional a través de Outlook, para manifestar interés de reuniones, programación de actividades y demás.

5. Mantener la identificación de las oficinas del departamento de producción ya que esto le da un posicionamiento al departamento y ayuda a estar identificados, así como le da la importancia que merece, ya que se reciben visitas tanto internas como externas en gran magnitud.

GLOSARIO

1. **Agenda Electrónica:** Es una aplicación que permite gestionar el tiempo y la información, así como permite gestionar correo, contactos, calendario y diversas tareas.
2. **Alta definición:** La alta definición, más conocida como HD o HQ, es un sistema de imagen, vídeo o sonido con mayor resolución que la definición estándar, alcanzando resoluciones de 1280×720 píxeles y 1920×1080 píxeles. Si además el vídeo fuera en 3D, sería 3DHD. A los televisores aptos para la alta definición se les conoce como HDTV.
3. **Antecedentes comunicacionales:** Historial registrado en la empresa, referente a los problemas de comunicación y las soluciones aplicadas a los mismos.
4. **Canal:** es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de información entre emisor y receptor, que emite a un referente.
5. **Cartelera:** Se utiliza para denominar a aquellas estructuras colgantes que se ubican normalmente en paredes o en espacios bien visibles en las cuales se colocan avisos, notificaciones, fechas y diferente información importante para que la gente interesada pueda acceder a ella y estar al tanto de los datos.
6. **Comunicación interna:** Referente a la comunicación dentro de la compañía
7. **Cualitativo:** Enfocado a la calidad del producto o servicio que se está evaluando.
8. **Cuantitativo:** Enfocado a la cantidad del producto o servicio que se está evaluando.
9. **Cronograma de Gantt:** El diagrama de Gantt es una herramienta gráfica cuyo objetivo es exponer el tiempo de dedicación previsto para diferentes tareas o actividades a lo largo de un tiempo total determinado

10. **Diagnóstico:** El diagnóstico alude, en general, al 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.
11. **Ejecución:** Acción y efecto de ejecutar.
12. **Epesista:** Estudiante del ejercicio profesional supervisado de una universidad.
13. **E-grafía:** La egrafía, también escrita **e-grafía**, se refiere a las direcciones de las páginas web **que** se consultan al momento de efectuar un trabajo de investigación.
14. **Periodicidad:** Frecuencia con la que aparece, sucede o se realiza una cosa repetitiva.
15. **Plataforma Digital:** Una plataforma digital es un lugar de Internet que sirve para almacenar diferentes tipos de información tanto personal como nivel de negocios.
16. **Sinopsis:** Una sinopsis es un resumen general de una obra en particular.
17. **Televisión cerrada:** Es aquella en la que la señal de televisión llega al usuario a través de un medio físico de distribución (cable), destinado exclusivamente a esta transmisión, o compartido para la prestación de otros servicios de telecomunicaciones de conformidad con las respectivas concesiones y las normas especiales que regulan la materia.
18. **Televisión abierta:** Una señal abierta es una señal de radio o televisión que se transmite sin cifrar y puede ser recibida a través de cualquier receptor adecuado.
19. **Beneficiario:** Que obtiene un beneficio económico al cumplirse lo que dispone un documento legal.
20. **Estrategia:** Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.

21. **Difusión:** La difusión es un proceso físico irreversible, en el que partículas materiales se introducen en un medio en el que inicialmente estaba ausente, aumentando la entropía del sistema conjunto formado por las partículas difundidas o soluto y el medio donde se difunden o disuelven.
22. **Organigrama:** Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización, que incluye las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor.
23. **Bibliografía:** La bibliografía es el estudio de referencia de los textos.
24. **Anexos:** es una página que constituye un tipo de información de soporte enciclopédico, que aporta información relacionada con artículos, pero que no es un artículo en sí mismo.
25. **Entrevista:** Una entrevista es un diálogo entablado entre dos o más personas: el entrevistador interroga y el que contesta es el entrevistado. La palabra entrevista deriva del latín que significa "Los que van entre sí". Se trata de una técnica empleada para diversos motivos, investigación, medicina y selección de personal.

BIBLIOGRAFÍA

- Considerado por Philip Kotler y Gary Armstrong (Marketing, 2004) como “un importante elemento de la planificación estratégica”
- Julio César González Estrada (2017), “PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LOS PRODUCTORES Y EL ÁREA DE PRODUCCIÓN DE CANAL 27, EL CANAL DE LA ESPERANZA”
- Mishell José Ramírez Cabrera (2017), “PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA TELEVISIÓN ARQUIDIOCESANA”
- JORGE STEVENSSON GOMEZ CHARLES (2017), PLAN DE ACCIÓN PARA LA COMUNICACIÓN ENTRE LOS EQUIPOS DE BBDO GUATEMALA
- CARLOS CRISPIN ALIÑADO ASTURIAS (2017), Plan de Comunicación Interna para la Escuela Nacional Central de Agricultura ENCA
- GRECIA JEANETH ORTÍZ RAFAEL (2017) “PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS DEPARTAMENTOS DE REDACCIÓN Y FOTOCOMPOSICIÓN DEL DIARIO LA HORA”
- SOFIA ISABEL MAZARIEGOS VELIZ (2017), “Plan de comunicación para el fortalecimiento de la comunicación, planificación y coordinación interna del departamento de noticias de Radio Cadena Sonora en el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura –EPSL”.
- Sampieri, R. H. (2010). Metodología de la Investigación. México D.F.: McGraw Hill.

E GRAFÍA

- Gantt, G. d. (2018). Recuperado el 2 de mayo de 2018, de Gráfica de Gantt: <http://tugimnasiacerebral.com/herramientas-de-estudio/que-es-un-diagrama-o-grafica-de-gantt>

- Godinez, V. L. (2013). *Métodos, Técnicas e instrumentos de investigación*. Recuperado el 06 de febrero de 2018, de http://www.academia.edu/6251321/M%C3%A9todos_t%C3%A9cnicas_e_instrumentos_de_investigaci%C3%B3n

- Oliveras, E. F. (abril de 2018). *GRUPO P&A*. Recuperado el 20 de julio de 2018, de <https://blog.grupo-pya.com/indicadores-de-evaluacion-cualitativos-y-cuantitativos/>

- Rodríguez, M. L. (19 de noviembre de 2010). *Metodologías de la Investigación*. Recuperado el 2 de mayo de 2018, de <https://metodologiasdelainvestigacion.wordpress.com/2010/11/19/la-tecnica-de-la-encuesta/>

ANEXOS.

Transcripción completa de las entrevistas

Las entrevistas se efectuaron personalmente, ya que fue coordinado que los productores pudieran apoyar al desarrollo del diagnóstico.

Entrevista 1

Entrevista: Luis Carlo Coronado

1. ¿Es importante la comunicación interna para el departamento de producción del canal de Guatevisión?

Si, es bastante importante ya que todos dependemos de todos, sin la comunicación simplemente no habría canal.

2. ¿Se invierte realmente recursos en la comunicación interna del canal de Guatevisión?

Si, claro que si todo depende de lo que ofrezcamos como canal, y la inversión se ve y se refleja en nuestro éxito.

3. ¿Cuál es el desafío que enfrenta el departamento de producción de Guatevisión, respecto a la comunicación interna?

Posiblemente que casi no hay tiempo, a veces para las reuniones, y tenemos muy buena comunicación pero todo es por chat.

4. ¿Se podría marcar una diferencia al implementar una mejor comunicación interna en el departamento de producción de Guatevisión?

Sí, las mejoras siempre son para bien, los cambios también, si estamos mejor comunicados estaremos más unidos e identificados.,

5. ¿Considera que corren algún riesgo si no implementan la comunicación interna en la empresa?

CLARO, si no hay comunicación simplemente el canal no sigue.

Entrevista 2.

Entrevista: Lic. Fredy Polanco

1. ¿Es importante la comunicación interna para el departamento de producción del canal de Guatevisión?

Sí, y existen reuniones de productores pero solo cuando surgen, no son programadas, no hay agenda de actividades y eso a veces limita pues tener una buena comunicación por factor tiempo.

2. ¿Se invierte realmente recursos en la comunicación interna del canal de Guatevisión?

Si, invierten, a nivel digital, que si haya correo el institucional, pero en si no hay como un boletín semanal o diario de información de interés al equipo, solo mensual, no es importante o no es prioridad la comunicación impresa interna en el canal.

3. ¿Cuál es el desafío que enfrenta el departamento de producción de Guatevisión, respecto a la comunicación interna?

La comunicación con los departamentos de escenografía y otros pues no es fluida y esto tiende a ser difícil.

4. ¿Se podría marcar una diferencia al implementar una mejor comunicación interna en el departamento de producción de Guatevisión?

Sí, si hubiera un encargado de las actividades (cumpleaños, capacitaciones, reuniones etc) ya que no hay y si sería bastante diferente tener quien haga esta comunicación efectiva en todo el departamento.

5. ¿Considera que corren algún riesgo si no implementan la comunicación interna en la empresa?

Por supuesto, si comunicación no hay canal. Y habría que proponer ciertos medios como correo electrónico para todos, las reuniones cada 15 días mínimo para estar informados de todos los temas en general.

Entrevista 3.

Entrevista: Licda. Vera Barrera

1. ¿Es importante la comunicación interna para el departamento de producción del canal de Guatevisión?

Sí, ellos se reúnen a menudo y llevan sus programaciones.

2. ¿Se invierte realmente recursos en la comunicación interna del canal de Guatevisión?

Si, claro, hay carteleras en donde se postea información, sin embargo esto solo a los jefes, y no hay correo institucional para todos, pero si los jefes hacen llegar la información al resto.

3. ¿Cuál es el desafío que enfrenta el departamento de producción de Guatevisión, respecto a la comunicación interna?

Considero que dentro del departamento la falta de tiempo para reunirse con regularidad.

4. ¿Se podría marcar una diferencia al implementar una mejor comunicación interna en el departamento de producción de Guatevisión?

Sí, por su puesto y sería bueno para que estén identificados con la misma.

5. ¿Considera que corren algún riesgo si no implementan la comunicación interna en la empresa?

Sí, de hecho hay que hacer que la comunicación fluya en el departamento de producción y a nivel general.

Entrevista 4.

Entrevista: MBA. Lic. Juan Luis Cano López

1. ¿Es importante la comunicación interna para el departamento de producción del canal de Guatevisión?

Sí, bastante, ya que producción maneja bastante presión y se necesita de esa comunicación constante para sacar los programas cada día.

2. ¿Se invierte realmente recursos en la comunicación interna del canal de Guatevisión?

Muy poco, la verdad no se ve muy claro que haya, ya que se maneja desde otras áreas y no se nota que sea implementado dentro del departamento.

3. ¿Cuál es el desafío que enfrenta el departamento de producción de Guatevisión, respecto a la comunicación interna?

Que no hay reuniones periódicas, para poder estar en sintonía sobre cosas que pasan.

4. ¿Se podría marcar una diferencia al implementar una mejor comunicación interna en el departamento de producción de Guatevisión?

Sí, bastante, por ejemplo hacer que la información llegue para todos y que haya un posicionamiento de marca del departamento sería muy bueno.

5. ¿Considera que corren algún riesgo si no implementan la comunicación interna en la empresa?

Sí, el departamento de producción no puede estar aislado, debe estar en constante comunicación.

MODELO DE LA ENCUESTA

UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Proyecto de EPS
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Cuestionario de encuesta para diagnóstico de comunicación interna en el departamento de Producción del Canal de Guatevisión.

Instrucciones: Responda lo que se le solicite.

Género:

Masculino _____ Femenino _____

1.- ¿Cuentan con un plan de comunicación interna en el departamento de producción del canal de Guatevisión?

SI _____ NO _____

2.- ¿Qué medios utiliza para dar a conocer la información del departamento de Producción?

3.- ¿A través de que otro medio le gustaría dar a conocer la información del departamento de Producción?

4.- ¿Existe un programa estructurado de comunicación para retroalimentación en base a ejecución? SI _____ NO _____

5.- ¿Según su opinión cree que es posible mejorar en la comunicación interna del departamento de producción?

Matriz o vaciado de encuestas

1. ¿Cuál de los siguientes canales de comunicación interna del departamento de Producción del canal de Guatevisión, conoces?

Opciones	Numero de Respuesta	Porcentaje
Correo electrónico	9	9%
Redes sociales	7.5	7.5%
reuniones	6	6%

2. ¿Conoces la Misión, Visión y Objetivos de canal Guatevisión?

Opciones	Numero de Respuesta	Porcentaje
Mucho	9	77%
Poco	2	22%
Nada	0	

3. ¿Consideras que la comunicación entre los miembros de tu Dirección o Jefatura es fluida?

Opciones	Numero de Respuesta	Porcentaje
Mucho	9	88%
Poco	2	11.1%
Nada	0	

4. ¿Percibes a tu Dirección o Jefatura como un equipo de trabajo?

Opciones	Numero de Respuesta	Porcentaje
Mucho	10	100 %
Poco		
Nada		

4. Sugiere al menos una medida para mejorar la comunicación y la participación del personal del departamento de producción del Canal de Guatevisión.

Opciones	Numero de Respuesta	Porcentaje
Comentarios	9	100 %
Comentarios		
comentarios		

Fotografías



Msc. Luis Cano, Coordinador de Producción
Epesista Violeta Pérez



Detrás de cámaras en el set del Programa Viva la Mañana



Detrás de cámaras del programa Viva la mañana



Entrevistando al Msc. Luis Cano
Coordinador de Producción



Fotografía de la cartelera del canal de Guatevisión



Entrevistando al Lic. Fredy Polanco,
Productor de Guatevisión



Fotografía en el Control Room del Canal de Guatevision
Entrevista a Lic. Omar López



En el Control Room de Viva la Noticia



Detrás de control de programa para Viva la Mañana
y viva la Noticia



Presentación del Plan de Comunicación
al Jefe de Producción, Luis Carlos C.



Colocación de las carteleras informativas



Identificación de oficinas



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Violeta Perez Mendoza
 No. Carné y DPI: Carné: 201322029, DPI 2609623762212
 Jefe o Encargado (a): Licenciado Juan Luis Cano López
 Institución o Empresa: GATEVISIÓN
 Supervisor de EPSL: Supervisor de EPSL: M.A. Evelin Hernandez

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 13 / Al:18	Mayo	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
2	Del: 20 / Al: 25	Mayo	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
3	Del: 27 / Al: 01	Mayo/junio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
4	Del: 3 / Al: 8	Junio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
5	Del: 10 / Al: 15	Junio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
6	Del: 17 / Al: 22	Junio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
7	Del: 24 / Al: 29	Junio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
8	Del: 01 / Al: 06	Julio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
9	Del: 08 / Al: 13	Julio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
10	Del: 15 / Al: 20	Julio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

(f)
 Lic. Juan Luis Cano López
 Coordinador y Productor

TVN, S.A.

(f)
 M.A. Evelin Hernández – Supervisor EPSL