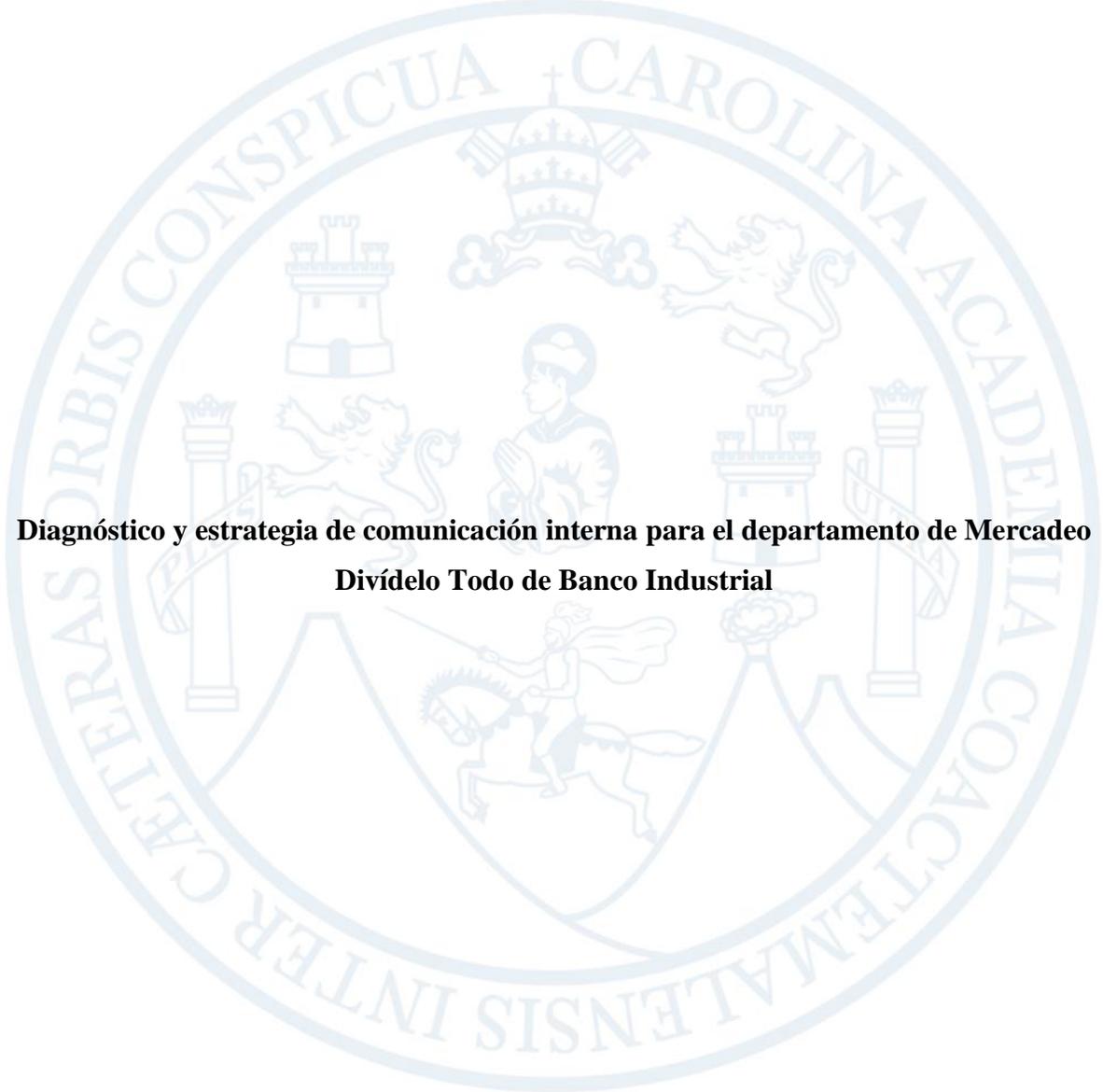


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2022



**Diagnóstico y estrategia de comunicación interna para el departamento de Mercadeo  
Dividelo Todo de Banco Industrial**

Eliezer Efraín García Juárez

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre 2022

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

**Diagnóstico y estrategia de comunicación interna para el departamento de Mercadeo  
Divídelo Todo de Banco Industrial**

Presentado por:

Eliezer Efraín García Juárez

**Comunicación**

Previo a optar al título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesora:

Lcda. Krista María Ramírez

Guatemala, octubre 2022

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

**Director**

Lic. César Augusto Paiz Fernández

**Consejo Directivo**

**Representantes Docentes**

Dr. Marco Julio Ochoa España  
M.A. Silvia Regina Miranda López

**Representantes Estudiantiles**

José Guillermo Herrera López

**Representante de Egresados**

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

**Secretario**

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

**Comisión de EPS de Licenciatura**

**Coordinador**

M.A. Luis Pedroza Gaytán

**Supervisoras**

M.A. Evelin Morazán Gaitán  
M.A. Evelin Hernández  
Lcda. Krista María Ramírez  
Lcda. Brenda Yanira Chacón

**Supervisores**

M.A. Marvin Sarmientos Yuman  
M.A. Edgar Martínez García  
Lic. Mynor René Martínez y  
Lic. Luis Fernando Lucero



Guatemala 21 de Octubre 2022

Estudiante de EPS de Licenciatura  
Eliezer Efrain García Juárez  
Registro académico 201216559  
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico de forma digital titulado: DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL DEPARTAMENTO DE MERCADEO DIVIDELO TODO DE BANCO INDUSTRIAL. y luego de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, es aprobado por unanimidad por parte del tribunal examinador.

Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva y su entrega de forma digital en un total de (6) ejemplares en CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar una copia a la Institución o Empresa donde realizó su EPS, una copia para su trámite de colegiado y el resto a la coordinación de EPS de Licenciatura para posteriormente ser entregados a Biblioteca Central, Biblioteca Flavio Herrera y Secretaría de la ECC

Sin más que hacer constar,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



M.A Luis Arturo Pedroza Gaytán  
Coordinador

Licda. Krista María Ramírez Nájera  
Supervisora



Guatemala, 8 de febrero 2022

EPSL-2022

**Licda. Lorena Estrada**  
**Banco Industrial**  
**Presente.**

Reciba un cordial saludo por parte de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

A través de la presente se extiende la solicitud para autorizar el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del/la estudiante: **Eliezer Efraín García Juárez** con número de registro académico **201216559** y Carné **1834055790101** quién manifestó el deseo de realizar su práctica profesional en su prestigiosa institución y para tal efecto se requiere lo siguiente:

- a. Extender una carta de aceptación en papel membretado, firmado y sellado.
- b. Proporcionar apoyo al/la estudiante en lo referente a proveer información y autorización para actividades propias del programa.
- c. Asignar a un representante que labore en la empresa/institución como responsable directo del/la estudiante practicante.
- d. Brindar al estudiante la apertura que le permita desarrollar cada una de las fases del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (Diagnóstico, Plan y Ejecución de un proyecto de comunicación).
- e. Autorizar que el/la estudiante incluya toda la información que se derive del presente Ejercicio Profesional Supervisado a través de un documento de informe final (IFEPS) el cual será publicado en las instancias que corresponde (Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación "Flavio Herrera", colegio de Humanidades, así como una copia interna en la Coordinación del EPS de Licenciatura).
- f. Autorizar que se supervise la práctica profesional por parte de los docentes supervisores.
- g. Garantizar, para el resguardo del/la estudiante, el cumplimiento de las normas sanitarias correspondientes a la actual pandemia covid-19.

Atentamente

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



**M.A. Luis Pedroza**

Coordinador EPS de Licenciatura

Cel. 42178224 / 55028866

Copia estudiante / supervisor

Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC  
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.

[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)

(502) 2418-8920





Guatemala 25 de abril de 2022

Lic. Luis Pedrosa  
Coordinador de EPS Licenciatura  
Presente.

Estimado Licenciado:

En respuesta a la carta con fecha 8 de febrero de 2022 (EPSL-2022). Se autoriza la solicitud para que el estudiante Eliezer Efrain García Juárez CUI 1834055790101 Carné no. 201216559, realice su Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- dentro de las instalaciones de Banco Industrial, en el departamento de mercadeo Divídelo Todo.

Atentamente,

Licda. Lorena Estrada  
Asistente Productos de Valor Agregado  
Banco Industrial



CONTECNICA, S.A.  
Vía 6, 6-60 zona 4 • PBX: 1717 • FAX: 2334-1069 • Guatemala, C.A. 01004

[www.bi.com.gt](http://www.bi.com.gt)



mastercard.

TC-038 20M. 11/20 - 334



Para efectos legales, únicamente el autor es responsable  
del contenido del presente trabajo.

## **Dedicatoria**

### **A mi abuelita:**

Dolores (mamá Lola), por ser un ejemplo de lucha, esfuerzo y perseverancia, por trazar el camino para que sus hijos fueran personas de bien. Gracias por sembrar la semilla de la dedicación y esmero en nuestros corazones. La voy a extrañar mucho pero su recuerdo está con nosotros.

### **A mis padres:**

Paula y Efrain. Por siempre querer y buscar lo mejor para sus hijos, por cada esfuerzo y dedicación, por creer en mí, por apoyarme en los tiempos difíciles, por cada tutoría que pagaron para que yo pudiera mejorar en cada obstáculo que se presentó, por formar la persona que soy. Gracias por el amor y el apoyo incondicional.

### **A mis hermanos:**

Samuel, Esdras, Claudia y William. Me siento muy afortunado de contar con hermanos como ustedes, que siempre me han motivado, que se preocupan por mí. Les agradezco todo su apoyo.

### **A mi novia:**

Alejandra, por ser mi paz en momentos difíciles, por siempre motivarme a seguir, por brindarme su apoyo incondicional, por ser paciente y comprensiva en este proceso. Gracias por ser pieza clave en mi vida.

## **Agradecimientos**

### **Universidad de San Carlos de Guatemala**

Por brindar el acceso a la educación superior y por permitirme la oportunidad de ser una profesional

### **Escuela de Ciencias de la Comunicación**

Por darme el acceso a la información, al aprendizaje y llenarme de conocimientos a través de cada docente y personal académico, que permitió mi formación profesional.

### **Al programa de Ejercicio Profesional Supervisado EPS**

Por darme la oportunidad de ser parte de este programa y gracias a eso poder culminar una meta más a nivel profesional.

### **A Banco Industrial y Mercadeo Divídelo Todo**

Por abrirme las puertas de tan prestigiosa y distinguida empresa, por confiar en mi profesionalismo y permitirme realizar el Ejercicio Profesional Supervisado.

### **A mis jefes y compañeros de trabajo**

Por su apoyo y disposición para realizar el proyecto de Ejercicio Profesional Supervisado en el área.

A cada persona que me brindo su apoyo y formo parte de este proyecto de manera directa o indirecta.

## Índice

Introducción .....	I
Justificación .....	II
Antecedentes .....	III
Capítulo 1 .....	1
Diagnóstico de Comunicación .....	1
1.1    La Institución .....	1
1.2    Perfil Institucional .....	1
1.3    Ubicación Geográfica .....	1
1.4    Origen e Historia .....	1
1.5    Integración y Alianzas Estratégicas .....	2
1.6    Departamentos o dependencias de la institución .....	3
1.6.1    Departamentos .....	3
1.6.2    Dependencias .....	3
1.7    Organigrama de la Empresa .....	4
1.8    Misión .....	5
1.9    Visión .....	5
1.10    Objetivos Institucionales .....	5
1.11    Público Objetivo .....	6
1.12    Diagnóstico .....	6
1.12.1    Pregunta de investigación .....	7
1.12.2    Objetivo General .....	7
1.12.3    Objetivos específicos .....	7

1.13 Metodología.....	7
1.13.1 Descripción del método .....	8
1.13.1.1 Tipo de investigación.....	8
1.13.1.2 Enfoque.....	9
1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección .....	9
1.13.2.1 Observación .....	10
1.13.2.2 Documentación.....	11
1.13.2.3 Entrevista a profundidad.....	11
1.13.2.4 Grupos Focales .....	12
1.13.3 Interpretación de los instrumentos.....	12
1.14 FODA comunicacional.....	13
1.15 Problemas detectados .....	15
1.16 Planteamiento del problema comunicacional.....	16
1.17 Indicadores de Éxito .....	17
1.18 Límites y alcances de la investigación .....	18
1.19 Cronograma de diagnóstico .....	20
1.20 Proyecto a desarrollar .....	21
Capítulo 2 .....	22
Plan estratégico de comunicación.....	22
2.1 Plan de comunicación.....	22
2.2 Elementos comunicacionales.....	24
2.3 Objetivos del plan de Comunicación.....	29
2.4 Estrategia .....	30
2.5 Acciones de la estrategia .....	30
2.6 Público objetivo.....	35

2.7 Mensaje clave .....	35
2.8 Indicadores de las acciones.....	35
2.9 Recurso Humano .....	37
2.10 Financiamiento y presupuesto .....	38
2.11 Beneficiarios .....	39
2.12 Áreas Geográficas de Acción .....	39
2.13 Cuadro operativo de la estrategia .....	39
2.14 Cronograma del Plan de comunicación .....	41
Capítulo 3. ....	43
Ejecución del plan de comunicación .....	43
3. Informe de ejecución .....	43
3.1 Manual Equipos <i>Microsoft Teams</i> .....	43
3.2 Capacitación sobre el uso de la herramienta Equipos en <i>Microsoft Teams</i> y sus respectivos canales .....	45
3.3 Creación de Equipos en <i>Microsoft Teams</i> y sus respectivos canales .....	47
3.4 Programación y ejecución de actividades mensuales para reforzar el trabajo en equipo y el clima laboral. ....	49
3.5 Cronograma general .....	51
Conclusiones.....	52
Recomendaciones .....	53
Referencias Bibliográficas.....	55
Anexos.....	58

## Índice de Figuras

Figura 1 Organigrama de la empresa.....	4
Figura 2 Organigrama del departamento .....	4
Figura 3 Proceso de comunicación .....	26
Figura 4 Modelo Estímulo Respuesta.....	27
Figura 5 Modelo Estímulo Organismo Respuesta .....	27
Figura 6 Modelo de comunicación de Berlo .....	28
Figura 7 Portada del Manual Equipos <i>Microsoft Teams</i> .....	44
Figura 8 Capacitación sobre el uso e implementación de la herramienta Equipos <i>Microsoft Teams</i> .....	46
Figura 9 Captura de pantalla del Equipo para Divídelo Todo en <i>Microsoft Teams</i> .....	48
Figura 10 Realización de actividad mensual .....	50

## Índice de Tablas

Tabla 1 Cronograma del diagnóstico.....	20
Tabla 2 Propuesta: Actividades o acciones de la estrategia .....	31
Tabla 3 Fase 1 y 2 Optimización de flujo de información .....	32
Tabla 4 Fase 3 Accesibilidad al manejo de información de actividades, archivos, comunicados y tareas.....	33
Tabla 5 Fase 4 y 5 Reforzar el clima laboral del equipo. ....	34
Tabla 6 Indicadores de las acciones. ....	35
Tabla 7 Recurso Humano .....	37
Tabla 8 Resumen de presupuesto .....	38
Tabla 9 Cuadro comparativo de la estrategia .....	39
Tabla 10 Cronograma de Plan de comunicación .....	41
Tabla 11 Cronograma general .....	51

## **Introducción**

El presente trabajo es un informe de Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), el cual es resultado del diagnóstico y estrategia de comunicación implementada para la institución Mercadeo Divídelo Todo de Banco Industrial.

Derivado de la pandemia, han sucedido muchos cambios, cambios que obligaron a digitalizarse a una velocidad agigantada. La tecnología ha sido fundamental en el desarrollo de actividades laborales, ya que amarrada a esta, se ha dado uso a herramientas digitales de comunicación, las cuales han servido como vehículo para mantenernos conectados con nuestro entorno.

Muchas empresas han optado por dar paso al trabajo remoto y la implementación de trabajo híbrido; días presenciales y otros a distancia, dado que al día de hoy seguimos tomado medidas de distanciamiento. El distanciamiento ha afectado a que los equipos de trabajo se vean en la obligación de disminuir la cantidad de personas que se encuentran en el mismo espacio, lo que a su vez influye en la comunicación interpersonal de los individuos.

Por esta razón el objetivo es desarrollar una estrategia de comunicación interna para Mercadeo Divídelo Todo, que sea objetiva y con efecto de implementación dentro de la institución, esto con la finalidad de mejorar y fortalecer la comunicación entre los miembros del equipo.

Dicho lo anterior, el presente trabajo de investigación tiene como finalidad crear herramientas que permitan mejorar la comunicación entre las personas que conforman el equipo por medio de plataformas virtuales y actividades dinámicas que motiven a la comunicación en la institución.

## **Justificación**

La importancia de este proyecto, recae en la comunicación como herramienta esencial en el desarrollo de actividades, cumplimientos de objetivos y metas que sea a trazado una institución. Dado que el distanciamiento social ha incrementado el trabajo remoto es importante que los integrantes del equipo tengan acceso a herramientas que les ayude a mejorar y desarrollar sus actividades de una mejor manera. Así que el objetivo principal es que el área de Mercadeo Divídolo Todo se vea beneficiada en mejora en su desempeño laboral y su relación interpersonal.

El hombre es social no por decisión sino por naturaleza, dado que no puede estar solo ya que necesita de los demás individuos (Salgado González, 2012). Partiendo de esta premisa aristotélica, no podemos estar alejados y no ser parte de un todo, necesitamos socializar para enriquecer nuestro conocimiento y para alcanzar nuestros objetivos, tanto individuales como colectivos.

Por tal motivo este proyecto, tiene el objetivo el identificar y analizar la comunicación que existe en la institución y buscar su mejora a través de métodos y herramientas que permitan un mejor ambiente laboral y humano, en donde el individuo pueda superarse individual como colectivamente, esto sin importar la situación del distanciamiento social y el trabajo remoto.

## **Antecedentes**

### **Manual de Gobierno Corporativo**

Mercadeo Divídelo Todo pertenece a Banco Industrial, por tal motivo se rige a metas y objetivos de la institución financiera. El manual de Gobierno Corporativo, es uno de los principales antecedentes de comunicación el cual se encuentra publicado en su página web y forma parte de su filosofía, estructura financiera y estructura organizacional. A su vez se encuentran los objetivos de la institución, misión, visión, organigrama, valores y demás información.

Anexos: 1. Manual Gobierno Corporativo

### **Informe anual de Gobierno Corporativo 2020**

Este informe es una actualización del manual de Gobierno Corporativo, esta actualización se realizó en el año 2022, con la finalidad de mantener vigentes sus objetivos y renovar información que ha cambiado. En el se detalla información más de su estructura financiera y organizacional.

Anexos: 2. Informe anual de Gobierno Corporativo 2020

### **Manual por plaza (actualizado) 2022**

En este año se realizó una actualización de los manuales destinados a cada plaza que conforma el equipo de Divídelo Todo. En el se detalla cumplimientos, atribuciones y procedimientos para el correcto desarrollo de actividades por plaza.

Anexos: 3. Ejemplo de Manual por plaza 2022

### **Reuniones semanales de actualización y seguimiento**

Por último, se pudo observar la implementación de reuniones semanales en las cuales se actualiza sobre nuevos métodos, se presentan resultados, proyecciones de metas y a su vez se tiene exposición de temas de interés. Las reuniones se realizan por medio de la plataforma *Microsoft Teams*.

Anexos: 4. Captura extraída de una reunión semanal

# **Capítulo 1**

## **Diagnóstico de Comunicación**

### **1.1 La Institución**

Mercadeo Divídelo Todo Banco Industrial.

### **1.2 Perfil Institucional**

Mercadeo Divídelo Todo Banco Industrial, es un área que pertenece al departamento Productos de valor agregado. Tiene como objetivo el control, análisis, y crecimiento estratégico del producto cuotas. Siendo este un plan de financiamiento para tarjetas de crédito de Banco Industrial con el que se puede pagar en plazos en establecimientos varios con la opción de pagos sin recargo de interés.

También busca el crecimiento del uso de cuotas realizando alianzas estratégicas con empresas que opten por este método de pago.

### **1.3 Ubicación Geográfica**

Mercadeo Divídelo Todo, se encuentra ubicado en Vía 5, 5-34 zona 4 Torre III Nivel 9.

### **1.4 Origen e Historia**

El origen de Mercadeo Divídelo Todo, se origina como una dependencia de Contecnica, S. A. de Banco Industrial.

2015: Se da a conocer como Cuotas BI en sus inicios, pero luego de los problemas derivados del Decreto de Ley 7-2015 del Congreso de la República de Guatemala, se realiza el cambio del nombre a Divídelo Todo.

2016: Dado que las cuotas tuvieron una pausa para poder seguir en el mercado, Divídelo Todo surge de la necesidad de diferenciarse de sus competidores y eso obliga a un cambio de imagen radical que se complementa con un nuevo logo en el cual se hace énfasis del objetivo del producto con el slogan “en cuotas y sin intereses”.

2022: Con el objetivo de tener una imagen integral y que este en línea con la estrategia enfocada a satisfacer y superar las expectativas y necesidades de sus clientes, Banco Industrial realiza el cambio de imagen corporativa el cual también incluye a Divídelo Todo con un cambio en su imagen, pero siempre con el mismo enfoque.

## 1.5 Integración y Alianzas Estratégicas

### Departamento de Adquirencia

Este departamento está regido por la empresa BI-PYMES, quien esté encargado de la parte empresarial y comercial de Banco Industrial. Su objetivo es trabajar de la mano con Divídelo Todo para crear alianzas comerciales con establecimientos y buscar su afiliación a la adquisición de productos bancarios.

### Visanet Guatemala:

Es una empresa que tiene los derechos de marca de Visa y Mastercard (marcas de tarjetas de crédito) en Guatemala. Esta institución es la encargada de brindar los servicios que están ligados a cobros con tarjetas de crédito, dígame equipo tecnológico de cobro, soporte técnico, información de clientes y dar seguimiento a comercios afiliados. Para que Divídelo Todo funcione, necesita de esta alianza comercial con Visanet, esto debido a que el producto cuotas es cobrado por equipo e infraestructura de ellos.

### Comercios Afiliados:

Divídelo Todo trabaja de manera estratégica con diferentes empresas, el objetivo es beneficiar a los comercios afiliados con programas de lealtad y al mismo tiempo ambos se benefician con el

incremento de flujo de clientes que pagan con el producto cuotas en las sucursales de estas empresas.

## 1.6 Departamentos o dependencias de la institución

### 1.6.1 Departamentos

Divídelo Todo es un área que pertenece a una estructura organizacional formada por:

- Gerencia General: Está a cargo de un gerente, quien controla y coordina todas las actividades de Contecnia, S. A. y es el encargado de establecer metas y objetivos para las dependencias.
- Subgerencia Comercial.: Está a cargo de un subgerente, quien se encarga de ejecutar y coordinar las metas y los objetivos trazados por Gerencia General.
- Asistencia Productos de Valor Agregado: Es regida por una asistencia que se rige por Subgerencia Comercial y que tiene como funciones planificar, coordinar, controlar, analizar y ejecutar los objetivos trazados por la subgerencia.

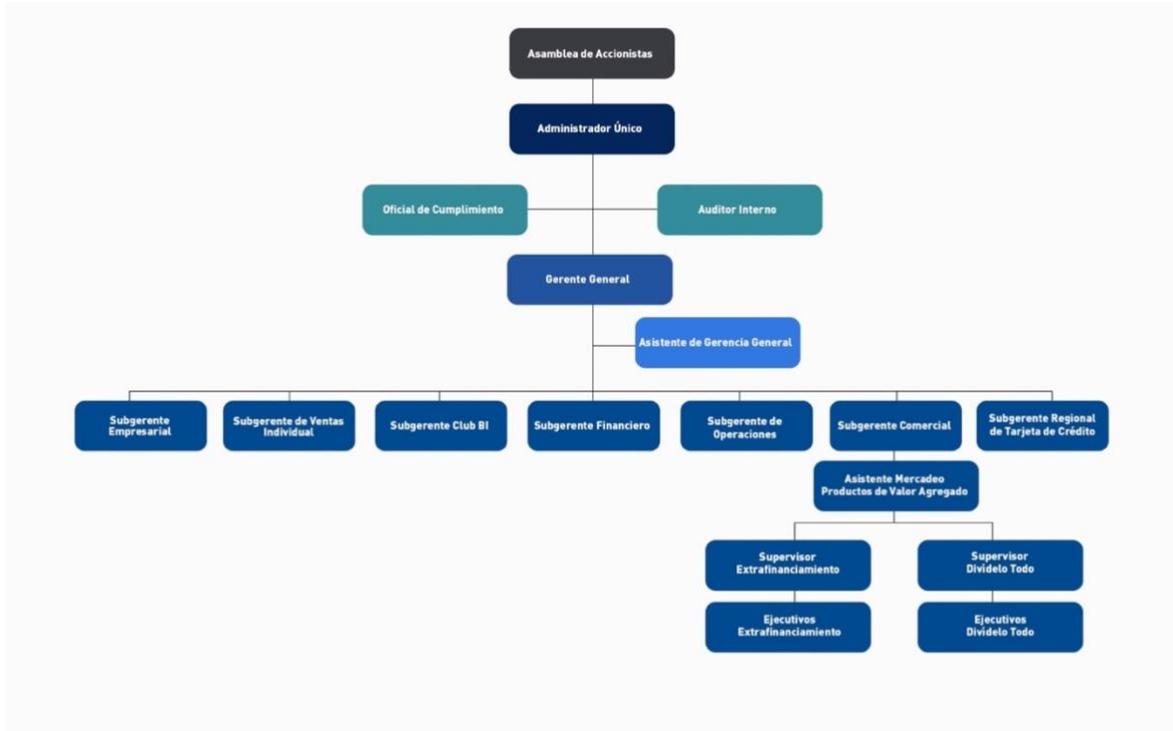
### 1.6.2 Dependencias

Mercadeo Divídelo Todo de Banco Industrial, cuenta dentro de su organigrama con:

- Gerencia General
- Subgerencia Comercial
- Mercadeo
- Asistencia Productos de Valor Agregado
- Divídelo Todo

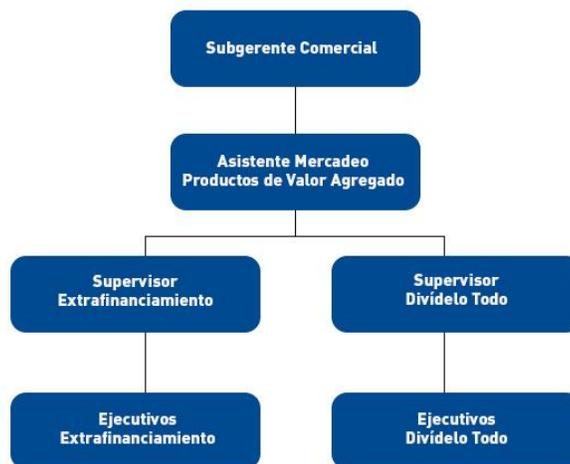
## 1.7 Organigrama de la Empresa

Figura 1 Organigrama de la empresa



Fuente: Bi-Credit, s.f

Figura 2 Organigrama del departamento



Fuente: elaboración propia

## 1.8 Misión

El desarrollo de nuestros colaboradores, clientes, accionistas, Corporación y de nuestra comunidad.

## 1.9 Visión

Ser la primera opción para los centroamericanos y la Institución financiera más grande de Centroamérica.

## 1.10 Objetivos Institucionales

- Saber valorar nuestras responsabilidades, anteponiendo a nuestros intereses los de nuestros clientes, nuestros empleados, nuestra comunidad y nuestros accionistas.
- Objetivo con sus clientes: Satisfacer eficientemente y cumplidamente sus necesidades es la única razón por la cual trabajamos todos. Buscar en nuestro desempeño la más alta calidad de servicio es nuestra meta de cada día. Esforzarnos al máximo en la reducción de costos debe construir una tarea constante, para que ellos, nuestros clientes, puedan recibir siempre nuestro amplio menú de excelentes productos financieros al mejor precio.
- Objetivo con su personal: Vivir la responsabilidad que tenemos ante nuestros empleados es, además de una enaltecedora virtud, una obligación permanente. Respetar siempre su dignidad, reconocer sus méritos, remunerarlos de forma justa y adecuada, saber escuchar sus sugerencias y mantener un clima de igualdad de oportunidades para su desarrollo y promoción, constituyen la esencia de una buena relación laboral y son una estimulante actitud gerencial.
- Objetivo con la comunidad: Sentirnos responsables ante la comunidad en que vivimos, exaltando los méritos de guatemaltecos ejemplares a través de nuestro Programa Cívico Permanente honrar sus valores y difundir su riqueza humana entre sus miembros y así estimular a todos en la tarea de hacer juntos un mejor país. Coadyuvar en la reducción del

analfabetismo y apoyar la educación, nos identifica con la Fundación Ramiro Castillo Love y por ello, respaldamos lealmente su encomiable labor, sus programas y sus iniciativas.

- Objetivo con sus accionistas: Mantenemos un compromiso ineludible y justo: Lograr para ellos los mejores beneficios. Pero no sólo la máxima satisfacción de nuestros clientes y la máxima productividad de nuestro excelente personal en lo que hacemos, puede garantizarles a ellos un buen rendimiento de su inversión. Para maximizar ese rendimiento debemos constantemente, experimentar nuevas ideas, desarrollar nuevos programas y continuar siendo lo que somos: ¡Innovadores! La característica dinámica que ha convertido a nuestra Corporación en el líder del sector financiero nacional.

### 1.11 Público Objetivo

Está enfocado en empresarios, inversionistas y público en general que busque un respaldo y un aliado estratégico en su crecimiento financiero.

### 1.12 Diagnóstico

Es denominado con la acción y efecto de diagnosticar, en sí, es el proceso de recolectar y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.

Con el objetivo de definir hacia dónde focalizar las acciones de comunicación, como primer paso se debe localizar desde donde partir, por lo tanto, se debe iniciar con el diagnóstico de comunicación en la planeación estratégica.

El diagnóstico es fundamental en una estrategia de comunicación, ya que permite ampliar el panorama de la situación en la cual se desea intervenir, investigar hechos, aclarar el panorama del problema y dar con problemas de los que no se tenía conocimiento.

Por esta razón es importante que el diagnóstico se nutra con la información que se recolecte durante el proceso de la investigación con la ayuda de los distintos métodos y herramientas de investigación

como la entrevista grupal o grupos focales, entrevistas por individual, encuestas; ya sea con preguntas cerradas o abiertas.

El diagnóstico es mucho más extenso que adquirir datos e información, pues también permite identificar opciones, comportamientos y creencias que son referencias ante un problema, que a su vez puede ser de índole institucional u organizacional (Lemus Hernández, 2000).

### 1.12.1 Pregunta de investigación

¿Realmente existe una excelente comunicación, tanto laboral como personal, entre los integrantes del equipo de Divídelo Todo?

### 1.12.2 Objetivo General

Describir, identificar y analizar los procesos de comunicación interna en Mercadeo Divídelo Todo de Banco Industrial.

### 1.12.3 Objetivos específicos

- Evaluar el proceso y forma de comunicarse entre compañeros.
- Analizar el proceso de ejecución de atribuciones por el personal de Divídelo Todo.
- Identificar barreras comunicacionales que afecten el desarrollo de atribuciones entre el equipo y la relación entre jefatura y equipo de ejecutivos.
- Sugerir la implementación de dinámicas y métodos, para una mejora comunicacional.

## 1.13 Metodología

Es una época de cambios y esto ha afectado la relación que se vive entre equipos de trabajo en las empresas; tanto laboral como personal. La reciente problemática de la pandemia ha influido en el distanciamiento personal, esto a su vez ha obligado a que se utilicen plataformas o redes sociales como métodos de comunicación.

Dados los cambios a causa de la pandemia, es importante reforzar la relación que existe entre compañeros, tomando en cuenta el aspecto laboral como el personal. Un ambiente saludable puede influir en el comportamiento y desarrollo de cada persona. Y partiendo del distanciamiento social se puede hacer uso de medios alternativos, herramientas que permitan un desarrollo individual y trabajo en equipo.

Con el avance tecnológico en la comunicación y la tecnología informática, los espacios virtuales son de ayuda para comunicarnos, socializar e interrelacionarnos entre personas (Oña Toapanta, 2021).

Por tal razón el uso e implementación de medios de comunicación virtuales como Zoom o Microsoft Teams, pueden ser de apoyo y de beneficio para las instituciones, ya que es posible realizar una programación de actividades que favorezcan el trabajo en equipo y las competencias individuales, logrando un desarrollo del individuo.

### 1.13.1 Descripción del método

La investigación se comprende como un proceso que nos lleva a soluciones que dan certeza y confiabilidad para problemas que se han planteado por medio de recolección, análisis e interpretación de datos (Mouly, 1978).

La investigación en concepto engloba distintas realidades; en lo que a estudio se refiere, y las diferentes maneras de enfrentar esa realidad que puede ser cualitativa o cuantitativa (Munarriz).

#### 1.13.1.1 Tipo de investigación

La investigación descriptiva tiene como objetivo detallar propiedades y características de mucha importancia de cualquier fenómeno que se analice. Detalla tendencias de un grupo o población.

Busca ser específico en las propiedades, características y perfiles de grupos, personas, comunidades, procesos, objetos o cualquier fenómeno que sea sometido a análisis. Pretende medir o recabar información de forma independiente o conjunta sobre conceptos o variables a las que se refieren y su objeto no es indicar cómo se relacionan (Hernández Sampieri, 2014).

Por esta razón se determina la investigación descriptiva como un método que es de utilidad para clasificar, caracterizar o definir el objeto de estudio. Los métodos descriptivos pueden ser cuantitativos o cualitativos, siendo aplicado en este diagnóstico la investigación cualitativa, que utiliza el lenguaje verbal y no necesita de cantidad para su implementación.

#### 1.13.1.2 Enfoque

La investigación cualitativa, funciona como método de investigación que principalmente es utilizado para la recolección de datos de carácter no cuantitativo, con el objetivo de estudiar, observar, interpretar y describir la realidad de quienes participan. Su enfoque es entender los acontecimientos o situaciones, indagando y analizando desde la perspectiva del participante en un entorno y contexto en el que se mueve.

Fundamentado en la participación y las observaciones realizadas en contextos convencionales, las técnicas de recolección de datos, consisten en la observación que realiza el investigador del entorno. Partiendo de este concepto se puede concluir que en los entornos virtuales la observación y participación del investigador se desarrolla de igual forma o similar, con mayor dinamismo e interacción (Orellana López & Sánchez Gómez, 2006).

#### 1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección

La recolección de datos va acompañada de técnicas que son usadas para obtener información, con el objetivo de indagar en antecedentes que sirvan para la evaluación y el trato de interrogantes que se han identificado.

Las formas convencionales o tradicionales en la recolección de datos, se nutren y sustentan en bibliotecas, intercambios de información cara a cara, documentos (escritos, visuales, auditivos, objetos), bases de datos *off-line* como principales fuentes de información. Actualmente se puede sustentar de las nuevas tecnologías como bases de datos *On-line*, enlaces a compilaciones, foros, conversatorios y reuniones realizadas por medio de una computadora, textos y bibliotecas digitales, etc. (Orellana López & Sánchez Gómez, 2006).

### 1.13.2.1 Observación

La investigación cualitativa se nutre de conocer su entorno para poder identificar y la observación investigativa no tiene como limitante la vista, en cambio abarca todos los sentidos. Por esta razón la observación cualitativa no es solo contemplación sino también implica navegar y sumergirnos en situaciones sociales, estar atento a sucesos, eventos y detalles (Hernández Sampieri, 2014).

En el proceso de observación se identificó que, aunque la institución cuenta con un gran clima y cultura laboral, tiene puntos que se ven afectados, en los que se puede mejorar. Dado a que se viven tiempos de cambios debido a la pandemia (Covid-19), existen barreras en la comunicación que influyen en el desarrollo personal, laboral y social de los individuos, pues el distanciamiento social ha sido la principal consecuencia de estos cambios.

La interacción entre jefatura y equipo de ejecutivos, deja en evidencia el problema de comunicación en temas de atribuciones, seguimientos y pendientes que afectan el desarrollo de las metas establecidas y la obtención de mejores resultados, así como la justificación y comprensión por parte de ambas partes.

### 1.13.2.2 Documentación

Las restricciones de distanciamiento social por la pandemia (Covid-19), han obligado a implementar medidas de trabajo remoto, por esta razón se realiza un seguimiento presencial como remoto, haciendo uso de herramientas como *Microsoft Teams* o *Zoom* para la obtención de información.

Se consultó en la página web de la institución, documentos que contienen información que es de interés para su uso, tales como: “Manual Gobierno Corporativo”, en el cual, se tienen relación con la institución.

Anexos: 1. Manual Gobierno Corporativo

Dadas las circunstancias, el proyecto se desarrolla de manera híbrida, por medio de observación presencial y observación remota.

### 1.13.2.3 Entrevista a profundidad

La entrevista se puede definir como un proceso artificial en donde la relación que hay entre el informante y el investigador pasa a segundo plano, por esta razón su objetivo utilitario es buscar lo exterior a los participantes y que no se fundamenta de un mutuo interés (López Estrada & Deslauriers, 2011).

Se hizo uso de este instrumento, una entrevista abierta por medio una llamada telefónica, con el objetivo de intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado). Se fundamenta en una guía con contenido general y el entrevistado tiene toda la flexibilidad para desenvolverse.

Se entrevistó a M. A. Romeo Antonio Chinchilla, quien tiene el puesto de supervisor y está a cargo del seguimiento de los ejecutivos de Divídelo Todo. Se le contactó con el objetivo de recabar información que pueda ampliar el panorama sobre los problemas comunicacionales que actualmente puedan darse en su equipo de trabajo, y al respecto el M. A. Chinchilla comentó que

es consciente de los problemas que afectan en el desarrollo de las actividades del equipo, indicando que ha habido cierto cambio de conductas entre el equipo de ejecutivos, también menciona que últimamente están sucediendo muchas cosas al mismo tiempo y que esta puede ser una de la razón por las que el equipo se encuentra con esta barrera para tener una buena comunicación. M. A. Chinchilla nos confirma que la herramienta de comunicación de la plataforma Microsoft Teams, ha aportado para el seguimiento de labores y que ha brindado soluciones a problemas acortando tiempos, costos y distancias.

Anexos: 5. Entrevista realizada a M. Sc. Romeo Chinchilla

#### 1.13.2.4 Grupos Focales

Los grupos focales se definen como entrevistas de grupos de personas en donde un moderador toma el rol de guía en una entrevista colectiva, durante este proceso un pequeño grupo de personas discute en torno a las peculiaridades, características y los alcances del tema propuesto para la discusión. Toda la información y datos resultado de la discusión está fundamentado en lo que los participantes dicen durante la entrevista (Mella, 2000).

Se realizó un grupo focal con el equipo de ejecutivos con la intención de identificar puntos que puedan ser comparados con la entrevista que se realizó, también con la intención de que tengan amplitud para desenvolverse. En varias ocasiones se tiene unanimidad en factores que están afectando e influyen en el desarrollo de la comunicación efectiva. Comentan que existe mucha tensión laboral y que se está manejando mucha información sin el tiempo suficiente para procesarla y ejecutarla.

Anexos: 6. Grupo Focal con integrantes del Equipo de Divídelo Todo

### 1.13. 3 Interpretación de los instrumentos

Se realizó la entrevista y el grupo focal, con el objetivo de identificar factores que influyen negativamente en el desarrollo de la comunicación efectiva. Los resultados apuntan a que, si existe una barrera de la comunicación, pues se concluye que la información no llega de una manera más

adecuada y que no ayuda el entorno tenso. También se confirma que la relación entre los miembros del equipo es buena y que si se notan cambios en los que se puede mejorar.

También se concluye que el problema de comunicación no es derivado del trabajo remoto si no es más un problema de los cambios que se han venido dando y de la constante presión e información que se está manejando y que no llega con la mejor recepción.

Por último, se coincide que el uso de herramientas de comunicación digital es de gran ayuda y son un aliado fundamental en la comunicación del equipo. No se ven como amenaza sino como beneficio en lo que significó el cambio o migración a este tipo de plataformas. Se indica que la herramienta *Microsoft Teams* es muy importante ya que ha permitido cumplir con actividades que en otro tiempo hubiesen sido difíciles de conseguir o de lograr.

#### 1.14 FODA comunicacional

El análisis FODA es una metodología que estudia la situación de una empresa u organización en su contexto y de la situación interna de la misma, con el objetivo de determinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Las fortalezas y debilidades conforman la situación interna, mientras que las amenazas y oportunidades comprenden de factores que están fuera de nuestro control. Por tanto, para conocer y profundizar en la situación en la que se encuentra una organización es una herramienta indispensable (Ballesteros, y otros, 2010).

Se presenta a continuación el estudio de los contextos comunicacionales de la institución, con la intención de exponer los escenarios que se identificaron en un momento determinado en el estudio realizado, el objetivo de estudio como tal, resaltando aspectos positivos y negativos por medio del FODA.

## Fortalezas:

Se define por todas las cosas que están bajo control, características en las que se es competente en una organización, manteniendo un alto desempeño, generando beneficios o ventajas presentes y con posibilidades atractivas en un futuro (Ramírez Rojas, 2009).

- Cuenta con misión.
- Cuenta con visión.
- Tiene buen clima y cultura laboral
- Cuenta con herramientas de comunicación.

## Oportunidades:

Son esos factores o características externas que resultan positivos, favorables, que se deben descubrir y que permiten obtener ventajas competitivas (Ballesteros, y otros, 2010).

- Aprovechar de mejor manera las herramientas de comunicación.
- Se puede mejorar en la comunicación social entre miembros del equipo.
- Optimizar el tiempo de gestión de atribuciones.
- Se puede mejorar la relación laboral entre jefes y ejecutivos.

## Debilidades:

Son deficiencias o carencias, niveles de desempeño bajos y por tanto hace vulnerable a una organización, dota de una desventaja competitiva, con posibilidades que no permiten ver oportunidades atractivas para el futuro (Ramírez Rojas, 2009).

- No se saca un mayor provecho de las herramientas digitales.
- Se ve un mal manejo de los tiempos en completar atribuciones.

- Existe falta de comprensión entre miembros del equipo.
- No se tiene un seguimiento correcto de las atribuciones.

### Amenazas:

Se define como amenazas a las situaciones que representan un peligro significativo y que pueden poner en riesgo el prestigio institucional. (Ballesteros, y otros, 2010).

- Pérdida de interés por parte del equipo en los objetivos trazados.
- Disminución de efectividad o acomodo con atribuciones y seguimientos.
- El distanciamiento social derivado de la crisis sanitaria, afectando en el trabajo en equipo.
- Confusión en las instrucciones o trabajos asignados.
- Pérdida de un buen clima laboral por falta de apoyo, motivación y comprensión por parte de miembros del equipo.

### 1.15 Problemas detectados

En el proceso de la evaluación diagnóstica, se identificó problemas de comunicación interna que se pueden exponer a continuación. El problema existente en la comunicación es debido a que hay muchas cosas sucediendo al mismo tiempo, lo que no permite una recepción correcta de la información y por lo mismo existen barreras que dificultan que se tenga una comprensión total de lo que sucede.

Atribuciones y seguimientos: Es necesario un seguimiento por medio de un cronograma de actividades y de información que se maneja entre el equipo, que sea de implementación híbrida (oficina y trabajo a distancia).

Trabajo en equipo: En el sondeo se evidencio que existen equipos asignados a días distintos, lo cual ha influido en el distanciamiento entre compañeros, ya que anteriormente se realizaban

actividades que ayudaban a la integración y el compartir como grupo, pero debido a la situación sanitaria se dejó de hacer.

Empatía y apoyo: Se tiene muchas atribuciones, y como se comenta con anterioridad, se observó que existen diferentes actividades, seguimientos y metas pasando al mismo tiempo, se prioriza las actividades sobre la persona, lo que afecta el clima laboral y se sienta mucha tensión entre los miembros del equipo.

Anexos: 5 y 6.

### 1.16 Planteamiento del problema comunicacional

El distanciamiento social derivado de la pandemia, ha obligado a las empresas a migrar a medios y plataformas digitales de comunicación. Dado que al día de hoy se ha tenido que dar un salto agigantado a plataformas que nos permiten la realización de actividades laborales de manera remota, lo virtual es el canal conductor de comunicación más a la mano, de rápido acceso y a disposición de todos.

La institución Mercadeo Divídelo Todo tiene en su haber dos plataformas de comunicación virtual para el complemento de actividades a distancia, las cuales son utilizadas por el personal con mayor demanda en estos tiempos.

La plataforma de comunicación y colaboración *Microsoft Teams*, es una herramienta que ha sido de apoyo para la comunicación entre equipos de trabajo, clientes e instituciones, muchas instituciones han invertido en permisos para su uso sin restricciones. Esto permite que exista un flujo de trabajo correcto a pesar de la distancia y que se mantenga la comunicación e interacción de forma virtual.

La institución no ha explotado muchas herramientas que brinda *Microsoft Teams* que pueden ser de apoyo para mejorar la productividad del equipo, por lo que se planteó la siguiente interrogante: ¿Cómo puede *Microsoft Teams* ser una herramienta completa para las barreras de comunicación?

## 1.17 Indicadores de Éxito

En el proceso de observación, documentación y recolección de datos se identificó el problema que afecta la comunicación interna entre las personas que conforman parte del equipo, dado que se obtuvo respuestas similares y dejando en evidencia que se ha visto afectada la comunicación.

Dicho lo anterior, se detalla a continuación puntos que pueden ser de apoyo para lograr el éxito en los objetivos trazados, como parte de la mejora de comunicación entre los integrantes del equipo.

Clima y cultura laboral: la institución cuenta con una estrategia enfocada a la mejora del ambiente laboral, por lo que el tema no es algo nuevo y ya existe una buena armonía en el equipo.

Trabajo en equipo: las personas del equipo se caracterizan por su dinamismo y trabajo en equipo, lo que ha ayudado al cumplimiento de muchas tareas y alcanzar las metas corporativas.

Valores institucionales: dado que existe un buen ambiente laboral, también se destacan valores que dejan de lado la individualidad y se fortalecen en la ayuda y apoyo entre los compañeros del equipo. Valores como la empatía y la solidaridad son parte de su día a día lo que permiten la integración de cada individuo.

Herramientas digitales: durante el proceso de recolección de datos y de observación, se identificó que la institución hace uso de herramientas digitales para la comunicación interna, tales como *Zoom*, *WhatsApp* y *Microsoft Teams*, los cuales son de vital importancia para lograr una comunicación exitosa.

Las plataformas de comunicación digital: son de vital importancia para el desarrollo de este proyecto de comunicación, dado que el equipo trabaja de forma híbrida entre lo presencial y el trabajo remoto. Estas herramientas permiten que se pueda mantener la comunicación sin necesidad de un espacio físico.

Materiales: Puede ir desde un dispositivo móvil hasta un equipo de cómputo y por último que ambos sistemas tengan acceso a internet.

Recurso Humano: Se atribuye la ejecución del plan de comunicación al estudiante de EPS.

Recurso financiero: La institución ya tiene licencia para el uso de la plataforma *Microsoft Teams* y *WhatsApp* que es de acceso gratuito.

### 1.18 Límites y alcances de la investigación

El alcance y las limitaciones en el proceso de investigación de un proyecto son parte de su justificación, lo que a su vez es la explicación contextual de su importancia, fundamentadas en cuáles son las expectativas que el proyecto espera cumplir o cubrir, y cuáles no (Editorial Etecé, 2021).

Partiendo de la anterior definición, se busca identificar factores que influyan en el desarrollo de las actividades por medio de los límites y alcances que nos permiten tener un panorama más claro de lo que podemos y no podemos lograr.

#### Límites:

Los aspectos limitantes en un proyecto son aspectos o características que no se pueden cubrir, son aquellas cosas que escapan a sus posibilidades y que en un principio se ven inalcanzables. Se interpreta como fronteras conceptuales (Editorial Etecé, 2021).

- Barreras de un individuo: la información no puede sobrepasar la decisión de cada individuo o resistencia a la información, no se puede decidir por otra persona.
- Barrera digital: no se puede sobrepasar permisos otorgados por la institución para uso de las herramientas.

- Problemas técnicos: si un integrante no tiene acceso desde su equipo de cómputo puede dificultar el uso del método propuesto y no se puede hacer más que informar de la situación y esperar el apoyo del área técnica.
- Permisos de las autoridades: Es un factor que puede paralizar una investigación, ya que, al ser una entidad financiera, es muy celosa con la información y la implementación de métodos.

### Alcances:

Se define como alcance en un proyecto a todo aquello a lo que es posible aspirar, al horizonte de expectativas que se plantea alcanzar en un proyecto, dicho de otra forma, hasta dónde se plantea llegar el proyecto en su investigación o su desempeño (Editorial Etecé, 2021).

- Herramientas al alcance: la mayoría de plataformas de comunicación usadas por el equipo, brinda la flexibilidad del uso en diferentes dispositivos electrónicos, lo cual facilita el acceso sin limitarse a solo un solo método electrónico.
- Clima y cultura laboral: la institución constantemente está motivando e impulsando la mejora continua en el desarrollo de atribuciones y a su vez el trabajo en equipo, lo cual permite que exista poca resistencia a cambios y un ambiente productivo entre los integrantes del equipo.
- Trabajo en equipo para el logro de objetivos: Se caracterizan por ser muy solidarios y buscan apoyarse entre todos, esto facilita la implementación de actividades dinámicas entre los integrantes y el desarrollo de herramientas que les ayuden en el cumplimiento de objetivos.

## 1.19 Cronograma de diagnóstico

Tabla 1 Cronograma del diagnóstico

N o.	Actividades	Meses																													
		Marzo					Abril					Mayo					Mayo					Junio									
	Meses																														
	Semanas	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Elaboración y entrega de informes de Fase Propedéutica, más investigación de campo inicial.																														
2	Proceso de entrega papelería para completar inscripción EPS-Licenciatura.																														
3	Elaboración, revisión y entrega de la Evaluación 1. Diagnostico de Comunicación.																														

## 1.20 Proyecto a desarrollar

Como plan de acción enfocado a mejorar la comunicación laboral como personal, entre los integrantes del equipo de Divídelo Todo, se desarrollará en su mayoría en la plataforma *Microsoft Teams* y la implementación de actividades que enriquezcan las relaciones interpersonales entre los individuos.

Se define como un objetivo clave mejorar la comunicación del equipo por medio de actividades didácticas en las que los integrantes puedan compartir con sus compañeros y a su vez crezca la unión y el compañerismo.

También se busca implementar herramientas que forman parte de la aplicación *Microsoft Teams*, con el objetivo de tener un orden de actividades a realizar, mantener un control de los procesos o información que se está recibiendo y la disminución significativa de la pérdida de información, mejorando el flujo de trabajo.

A su vez se busca mejorar la relación entre superiores y ejecutivos, implementando reuniones que puedan fortalecer la relación entre ambos, permitiendo desarrollar las aptitudes individuales de cada integrante del equipo, al igual que desarrolle un trato más humano y accesible.

## **Capítulo 2**

### **Plan estratégico de comunicación**

El principal objetivo es generar y proponer acciones de comunicación basadas en los datos recolectados, presupuesto y objetivos que se han planificado. Este plan estratégico se deriva de un plan que busca la mejora de la comunicación interna en la organización.

La función de una estrategia de comunicación, es mejorar la comunicación en el entorno. También se busca mejorar la relación entre los integrantes del equipo y logrando la mejora de los resultados, creando una motivación y pasión a lo que se hace.

Es fundamental el plan de comunicación para definir hacia donde ir en la estrategia. Por lo tanto, para obtener los resultados que se esperan es fundamental tener claro y definido el plan a ejecutar.

Definimos la estrategia como la dirección teórica alusiva a lo práctico. Al conseguir entender la estrategia de comunicación con una dirección teórica creada para mediano y largo plazo, podemos comprender su dependencia de la capacidad de análisis, indagación y diagnóstico, también las competencias prácticas que se posean, la directriz a la que llamamos estrategia, que depende de la resolución intelectual que se pueda construir (Garrido, 2017).

#### **2.1 Plan de comunicación**

La pandemia Covid-19, provocó muchos cambios en la estructura de la comunicación y en el proceso de comunicación de muchas empresas en el mundo entero. Cambios que han forzado la innovación acelerada para poder seguir existiendo, para mantener procesos o para lograr resultados. El proceso de innovación ha utilizado como herramienta principal la tecnología, con el objetivo de adaptarse a los cambios en lo que hoy conocemos como “la nueva normalidad”.

Los entornos de las nuevas tecnologías informáticas, proporcionan un espacio para convivir de manera virtual lo que permite las interacciones humanas. Estas a su vez permiten procesos nuevos

de aprendizaje y la divulgación de conocimiento a través del nuevo entorno tecnológico que son las redes de comunicación modernas (Oña Toapanta, 2021).

Dado a los cambios derivados de la pandemia Covid-2019, en Mercadeo Divídelo Todo; área que pertenece a Banco Industrial, han logrado adaptarse de la mejor manera con el uso de la tecnología para mantenerse comunicados y que no afecte en el desarrollo de sus actividades y el alcance de sus metas. Tal es el caso de la utilización de aplicaciones y plataformas virtuales como WhatsApp y Microsoft Teams, que permiten mantenerse conectados sin importar la ubicación de los integrantes del equipo.

Previo a la elaboración de la estrategia de comunicación fue necesaria la elaboración de un diagnóstico. En el área de Mercadeo de Divídelo Todo; anterior a la pandemia, se contaba con un ambiente laboral excelente, ya que existía confianza, armonía y una buena comunicación entre los integrantes. Pero situaciones como el distanciamiento social, obligaron a la implementación del trabajo remoto para mantener las medidas de bioseguridad.

En la realización del diagnóstico se identificó problemas de comunicación interna entre los integrantes del equipo, dado que la confianza y el trabajo en equipo siguen estando, pero no de la mejor manera. Pues, aunque ya se regresó al trabajo en oficina sigue faltando una estrategia de comunicación para recuperar la comunicación efectiva, confianza y el trabajo en equipo.

Para mejorar la comunicación interna y recuperar la confianza y trabajo en equipo, se define una estrategia que se divide en las siguientes fases:

- Primera fase, con la finalidad de tener una base para capacitar al equipo sobre el uso de Equipos de trabajo y su administración en la plataforma Microsoft Teams, se diseñó un manual digital con los detalles de Administración de Equipos de trabajo en Microsoft Teams.

- Segunda fase, se realizó una capacitación al equipo de Mercadeo Divídelo Todo sobre la implementación de Equipos de trabajo en Microsoft Teams y sus diferentes herramientas.
- Tercera fase, el uso de la plataforma Microsoft Teams como aliada en la comunicación de información importante, acceso a cronograma de actividades, archivos, calendarios, etc. Se dio de alta un Equipo de trabajo para en dicha plataforma, con la finalidad de centralizar y canalizar la información que se maneja en el equipo. También se dio de alta canales destinados para el desarrollo de pendientes, actividades en equipo y fechas importantes (cumpleaños, festividades, etc.) con el objetivo de tener un orden.
- Cuarta fase, para el fortalecimiento del clima laboral, trabajo en equipo y mejorar la comunicación entre integrantes del grupo de trabajo, se propuso la calendarización de una actividad mensual que esté destinada a la implementación de dinámicas, con el objetivo de mantener y mejorar los puntos antes mencionados.
- Quinta fase, dado que después de dos años el equipo vuelve a estar reunido en oficina, se propuso la realización de una actividad fuera de oficina en un área verde, con la propuesta de actividades que fomenten el trabajo en equipo como dinámica de cuerdas. El objetivo es mejorar el ambiente laboral, fomentar el trabajo en equipo y fortalecer la comunicación entre los integrantes.

## 2.2 Elementos comunicacionales

La comunicación es parte de nuestro día a día, nos ayuda a poder relacionarnos con nuestro entorno y entendernos con los que nos rodean. Si buscamos una definición de comunicación, nos encontraremos con una basta variedad de conceptos sobre el proceso y los elementos que forman parte del proceso.

La comunicación se define como: Trato, correspondiente entre dos o más personas... Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor (Real Academia Española, 2022,

definición 2 y 3). Pero para quienes estudiamos comunicación, sabemos que el significado de la palabra en sí, es mucho más complejo que el solo intercambio de información o la sencilla definición que se reduce a tres elementos en la comunicación como lo son el código, el emisor y el receptor, haciendo a un lado elementos que forman parte del mensaje.

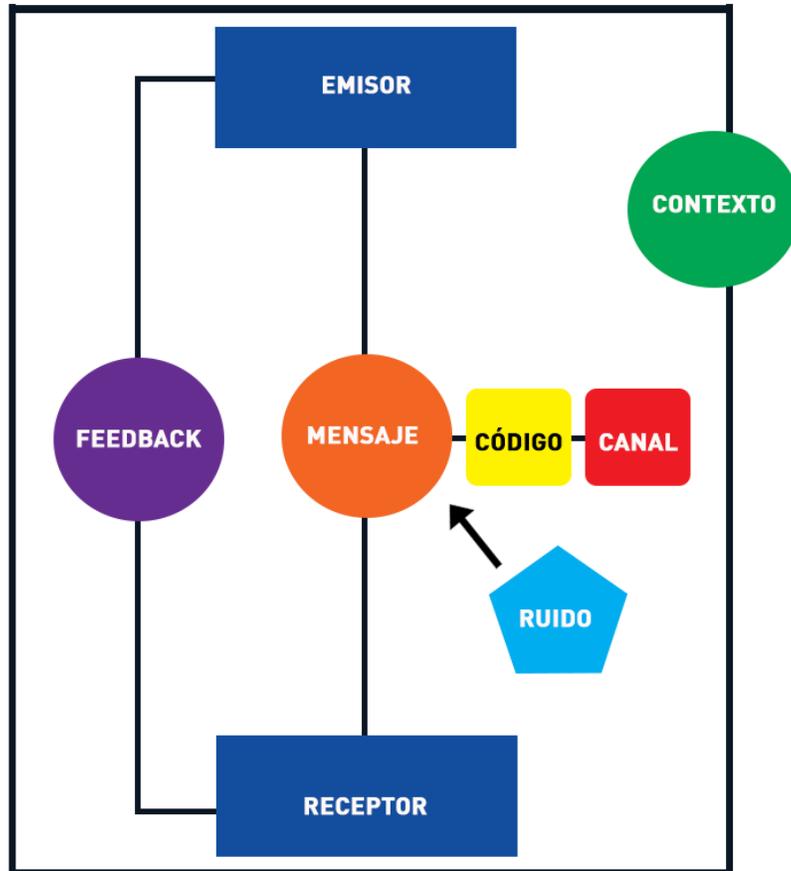
La comunicación es una realidad que surge a través de un resumen de selección de información, también la selección de la expresión de esa información y por último una comprensión selectiva o un mal entendimiento de esta expresión y su información. Estos componentes necesitan de los demás ya que ninguno puede ser presentado por sí mismo. Solo al estar en conjunto pueden crear comunicación (Albarrán).

Entendemos que la comunicación es el acto de relación entre dos o más sujetos, por medio del cual se llama en común un significado. Partiendo de la terminología de Ferdinand De Saussure y “llamaremos signo a la combinación del concepto y de la imagen acústica”. Por tanto, el signo es el conjunto de dos elementos: significado y significante. El significado es lo que representamos mentalmente al entender un significante. El significado puede recibirse por cualquiera de nuestros sentidos y evocará un concepto (Paoli).

Partiendo de las premisas anteriores, es sabido que la comunicación es un proceso que tiene una estructura que requiere de la participación de interlocutores, los cuales intercambian información (mensaje) entre sí. Por lo tanto, son elementos esenciales que se interpone entre el proceso de envío y recepción del mensaje, comprendiendo los siguientes elementos:

- Emisor: Quien emite el mensaje.
- Receptor: Es quien recibe el mensaje.
- Código: Es el conjunto de señales o signos que forman el mensaje.
- Mensaje: Es la información a transmitir.
- Canal: Es el medio por el cual se transfiere el mensaje.
- Ruido: Toda interferencia en el proceso de comunicación.
- Feedback o retroalimentación: La respuesta del receptor que recibe el mensaje.

Figura 3 Proceso de comunicación



Fuente: Elaboración propia.

También Galeano (s.f.) menciona que la investigación de la comunicación empezó como investigación de la comunicación de masas después de la Primera Guerra Mundial (1914-1918). Los primeros modelos de comunicación fueron los denominados “modelos de aguja hipodérmica”, modelos simples de estímulo-respuesta (E-R).

Figura 4 Modelo Estímulo Respuesta



Fuente: Elaboración propia.

El nuevo modelo E-O-R (Estímulo-Organismo-Respuesta) fue presentado por Harold D. Laswell en su clásico: ¿Quién dice qué, por cuál canal, a quién, con qué efecto? (Galeano)

Figura 5 Modelo Estímulo Organismo Respuesta



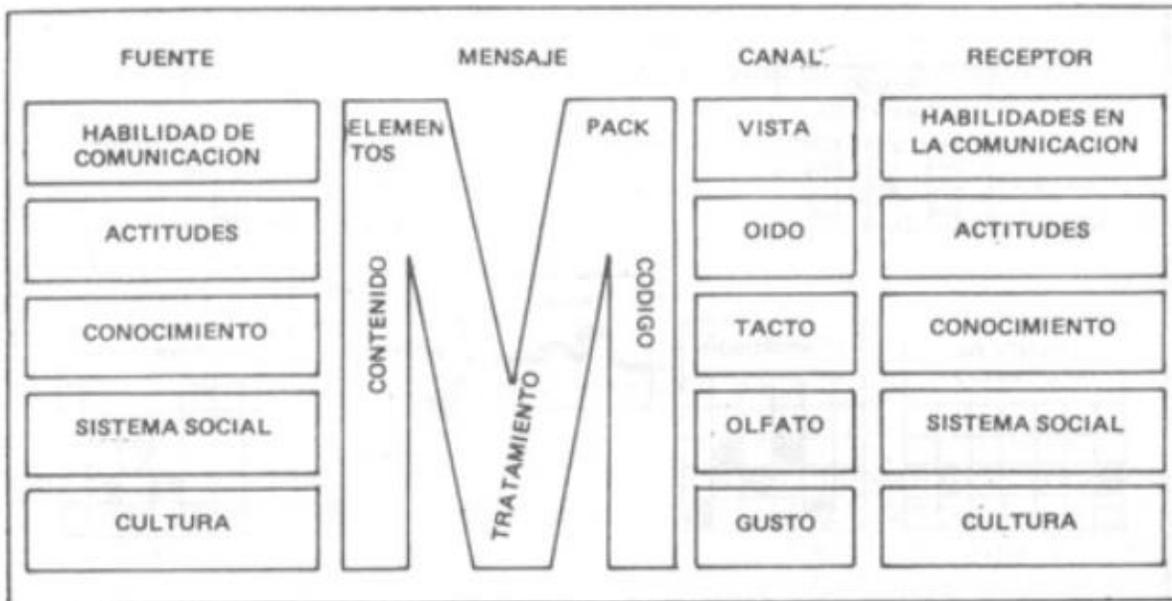
Fuente: Elaboración propia.

Berlo (1984) propone que las dimensiones son tres:

- Primera dimensión: habilidades, actitudes, conocimientos, cultura y sistema cultural.

- Segunda dimensión: contenido, código y tratamiento.
- Tercera dimensión: canales sensoriales

Figura 6 Modelo de comunicación de Berlo



Fuente: Berlo (1984)

Están íntimamente relacionadas con la comunicación y cultura organizacional. El concepto de cultura ha crecido con fuerza en los últimos años introduciéndose en la variedad lingüística de las organizaciones, y a su vez más ligado a la comunicación (Guzmán Paz, 2012).

Los canales de transmisión y el fortalecimiento de la cultura en una organización son múltiples: símbolos, procedimientos y normas, políticas, conductas, instalaciones y tecnología. Es una responsabilidad compartida comunicarnos; la forma en que se comunican todos en la organización, es una responsabilidad de todos comunicarse bien. Por consiguiente, el desarrollo de las habilidades de comunicación de las personas, en distintos niveles y áreas, se ha vuelto una necesidad y prioridad, ya que en la actualidad las organizaciones están sufriendo cambios fundamentales (Guzmán Paz, 2012).

Partiendo de las diferentes definiciones que dan una idea más completa de la comunicación, sus elementos y de la importancia que tiene la comunicación en el desarrollo de habilidades y en el ambiente laboral. Por lo tanto, con base en la interpretación del diagnóstico de comunicación de Mercadeo Divídelo Todo se comprende los elementos de la siguiente manera:

Emisor: Jefatura Divídelo Todo.

Receptor: Ejecutivos de marca.

Código: Comunicación interna.

Mensaje: Comunicación efectiva y trabajo en equipo.

Canal: Plataforma Microsoft Teams, actividades y dinámicas de grupo.

Ruido: Distanciamiento social, desarrollo de muchas actividades y constantes cambios

Retroalimentación: Mejor comprensión de la información, evitar reprocesos y mejorar la recepción de la información.

## 2.3 Objetivos del plan de Comunicación

### General

Fortalecimiento de la comunicación interna y el clima laboral de Mercadeo Divídelo Todo.

### Específicos

- Accesibilidad a herramientas y métodos de comunicación que faciliten el flujo de información.
- Optimización del flujo de información por medio de la herramienta Microsoft Teams para la comunicación de actividades, archivos, tareas y comunicados entre los integrantes del equipo.
- Reforzar la comunicación entre los integrantes del equipo de Mercadeo Divídelo Todo por medio de actividades que fomenten el trabajo en equipo y el desarrollo de cada individuo.

## 2.4 Estrategia

Para Mercadeo Divídelo Todo se propondrá una estrategia comunicacional, cuyo objetivo será trabajar en la comunicación interna enfocada en los puntos de la comunicación efectiva, accesibilidad, trabajo en equipo y la mejora del clima laboral. (Brandolini, González Frígoli, & Hopkins, 2009) indican que: “la comunicación interna es una herramienta de gestión que puede entenderse como una técnica. (...) Es la comunicación específicamente dirigida al público interno, al personal de una empresa (...) que surge a partir de generar un entorno productivo.”

Las comunicaciones internas tienen como principal eje el generar motivación para los recursos humanos, hacer que el personal se organice y enfoque su trabajo de acuerdo con los objetivos éticos y productivos de la compañía. (...) Intenta estrechar los vínculos entre los diferentes sectores y niveles de mando de manera que esa relación sea capaz de retener a los empleados calificados dentro de la empresa, ofrecer un buen clima de trabajo y responder a las expectativas e inquietudes que sus integrantes presentan (Brandolini, González Frígoli, & Hopkins, 2009).

Dicho lo anterior, se comprende que la comunicación interna es importante para el desarrollo del individuo y de las metas corporativas, como también la mejora del clima laboral y el acercamiento de los diferentes sectores que la conforman. Por esa razón la implementación de la comunicación interna es la adecuada para el cumplimiento de las necesidades comunicacionales que se tienen en Mercadeo Divídelo Todo.

## 2.5 Acciones de la estrategia

Derivado del desarrollo del diagnóstico de comunicación se detectaron puntos de mejora en la comunicación interna y en el clima laboral en Mercadeo Divídelo Todo. Dichos puntos de mejora han afectado en tema de reprocesos, en el desarrollo de actividades y en la armonía del equipo.

Los reprocesos se dan porque hay muchas cosas sucediendo al mismo tiempo y aunque existen canales de comunicación, siempre existe fuga de información y esto influye en el desarrollo de

actividades y atribuciones, por lo que un lugar donde se pueda tener acceso a toda la información puede ser de mucha ayuda para reforzar la comunicación entre los integrantes del equipo.

También, debido al distanciamiento social derivado de la pandemia Covid-19, se implementó el trabajo remoto lo que influyó en la comunicación efectiva del equipo y el clima laboral. Dadas las nuevas disposiciones gubernamentales, el equipo regresó presencialmente a oficinas lo que implica reacomodarse a sus actividades antes de la pandemia y retomar la comunicación con los integrantes del equipo.

Por lo dicho anteriormente, se ejecutarán cinco fases estratégicas, dirigidas a la realización del plan de comunicación presentado para la mejora de la comunicación interna de Mercadeo Divídelo Todo. Las fases planteadas tienen como propósito el impacto en la comunicación entre los integrantes del equipo, el desarrollo de las actividades y el fortalecimiento del clima laboral.

Tabla 2 Propuesta: Actividades o acciones de la estrategia

Problema detectado	Objetivo general	Objetivos específicos
Pérdida de información y reprocesos en el desarrollo de actividades	Fortalecimiento de la comunicación interna y el clima laboral de Mercadeo Divídelo Todo.	Accesibilidad a herramientas y métodos de comunicación que faciliten el flujo de información.
Aunque existen canales de comunicación en la cual se comparte información, no existe un orden y hay demasiada información.		Optimización del flujo de información por medio de la herramienta <i>Microsoft Teams</i> para la comunicación de actividades, archivos, tareas y

		comunicados entre los integrantes del equipo.
El distanciamiento social afectó el clima laboral y la comunicación entre los integrantes del equipo.		Reforzar la comunicación entre los integrantes del equipo de Mercadeo Divídelo Todo por medio de actividades que fomenten el trabajo en equipo y el desarrollo de cada individuo.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3 Fase 1 y 2 Optimización de flujo de información

Objetivo específico	Accesibilidad a herramientas y métodos de comunicación que faciliten el flujo de información.
A implementar	Equipos <i>Microsoft Teams</i>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manual digital “Creación de Equipos y canales en <i>Microsoft Teams</i>”.</li> <li>2. Capacitación “Creación de Equipos y canales en <i>Microsoft Teams</i>”.</li> <li>3. Creación de un Equipo en <i>Microsoft Teams</i> destinado a Divídelo Todo.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de un manual digital para el uso de la herramienta Equipos en la plataforma <i>Microsoft Teams</i>.</li> <li>• Capacitación al personal de Divídelo Todo sobre la implementación y creación de un Equipo en la plataforma <i>Microsoft Teams</i>.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de un Equipo en la plataforma <i>Microsoft Teams</i> con la intención de integrar toda la información necesaria con el objetivo de que los integrantes tengan una herramienta que unifique la información que se maneja entre los integrantes del equipo.</li> </ul>
--	--

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4 Fase 3 Accesibilidad al manejo de información de actividades, archivos, comunicados y tareas

Objetivo específico	Optimización del flujo de información por medio de la herramienta <i>Microsoft Teams</i> para la comunicación de actividades, archivos, tareas y comunicados entre los integrantes del equipo.
A implementar	Canales para Equipos <i>Microsoft Teams</i>
1. Creación de Canales en Equipo Divídelo Todo en la plataforma <i>Microsoft Teams</i> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de canales dentro del Equipo destinado para Divídelo Todo con el objetivo de segmentar las diferentes actividades, comunicados y tareas que son de vital importancia para el desarrollo de las actividades.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5 Fase 4 y 5 Reforzar el clima laboral del equipo.

<p>Objetivo específico</p>	<p>Reforzar la comunicación entre los integrantes del equipo de Mercadeo Divídelo Todo por medio de actividades que fomenten el trabajo en equipo y el desarrollo de cada individuo.</p>
<p>A implementar</p>	<p>Actividades y dinámicas</p>
<p>1. Implementación de actividad dinámica mensual.</p> <p>2. Implementación taller de cuerdas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se desarrollará una calendarización de una actividad que se realice mensualmente, con el objetivo de fortalecer el clima laboral y mejorar la comunicación entre los integrantes del grupo de trabajo.</li> <li>• Se desarrollará un taller de cuerdas con el objetivo de mejorar la confianza, la comunicación y el trabajo en equipo entre los integrantes del equipo. Actividad que se realizará fuera de oficina en un área verde.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

## 2.6 Público objetivo

El estudio realizado, está dirigido a integrantes del equipo de Mercadeo Divídelo Todo, desde jefaturas hasta ejecutivos, que se encuentran actualmente dentro de la institución con el fin de coordinar, reportar y ejecutar las distintas actividades asignadas.

## 2.7 Mensaje clave

Los mensajes clave son los cimientos en un plan de comunicación, vitales para la difusión de lo que realmente se quiere decir. (...) Se trata de enunciados cortos, potentes y directos, que resumen diferentes aspectos de tu empresa y que se utilizan en un plan de comunicación completo o también en una campaña de relaciones públicas. (...) Estos mensajes destacan la esencia de tu organización, su origen, su trayectoria, misión, visión, valores, es decir, la filosofía de tu compañía y por lo tanto, facilitan la difusión de lo que necesitás comunicar (Rechy, 2021).

Partiendo de la premisa anterior, se determina que el mensaje para el plan de ejecución este alineado a los objetivos que se desean cumplir en el plan de comunicación, siendo el mensaje clave:

- Somos comunicación efectiva y trabajo en equipo
- Desarrollo de cada individuo en el cumplimiento de la meta corporativa
- Un mejor clima laboral y comunicación para el fortalecimiento del equipo de trabajo

## 2.8 Indicadores de las acciones

Tabla 6 Indicadores de las acciones.

Objetivo general	Objetivos específicos	Acción	Indicadores	Modos de verificación
Fortalecimiento de la comunicación interna y el clima laboral de	Accesibilidad a herramientas y métodos de comunicación que faciliten el	<ul style="list-style-type: none"><li>• Manual digital “Creación de Equipos y canales en</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Verificar el impacto del uso de <i>Microsoft Teams</i> como</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Informe</li><li>• Observación</li><li>• Observación</li></ul>

<p>Mercadeo Divídelo Todo.</p>	<p>flujo de información.</p>	<p><i>Microsoft Teams</i>”.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación “Creación de Equipos y canales en <i>Microsoft Teams</i>.</li> <li>• Creación de un Equipo en <i>Microsoft Teams</i> destinado a Divídelo Todo.</li> </ul>	<p>una herramienta de trabajo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar la implementación que se realiza después de realizada la capacitación.</li> <li>• Verificar el desarrollo y el impacto que genere la implementación del Equipo en <i>Microsoft Teams</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista</li> </ul>
	<p>Optimización del flujo de información por medio de la herramienta <i>Microsoft Teams</i> para la comunicación de actividades, archivos, tareas y comunicados entre los integrantes del equipo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de Canales en Equipo Divídelo Todo en la plataforma <i>Microsoft Teams</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar el cumplimiento del uso de los canales.</li> <li>• Verificar el aprendizaje que se tiene para el uso e implementación de canales en la plataforma Microsoft Teams.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación.</li> </ul>
	<p>Reforzar la comunicación entre los integrantes del equipo de Mercadeo Divídelo Todo por medio de</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación de actividad dinámica mensual.</li> <li>• Implementación taller de cuerdas.</li> </ul>	<p>Verificar el cumplimiento de la calendarización de las actividades y de su ejecución.</p> <p>Verificar el cumplimiento de la primera actividad anual y de su ejecución.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitoreo de ejecución.</li> </ul>

	actividades que fomenten el trabajo en equipo y el desarrollo de cada individuo.			
--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

## 2.9 Recurso Humano

Tabla 7 Recurso Humano

Personal	Puesto	Actividad
Licenciada Silvia Lorena Estrada	Asistencia Productos de Valor Agregado	Es la persona a cargo de la aprobación y revisión del desarrollo de la estrategia de comunicación interna. Persona responsable de los permisos para la ejecución del plan de comunicación.
M. A. Romeo Antonio Chinchilla	Coordinación Dividelo Todo	Junto a La Licda. Lorena Estrada, es el encargado de velar por el cumplimiento y el seguimiento a la ejecución del plan de comunicación. Es quien tiene a su cargo el equipo de ejecutivos.
M. A. Luis Pedroza	Coordinador de EPS ECC USAC 2022	Coordina el programa de Ejercicio Personal Supervisado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
Licenciada Krista María Ramírez	Supervisora de grupo EPS ECC USAC 2022	Supervisa a los estudiantes del EPS 2022 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Eliezer Efraín García Juárez	Estudiante de EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Responsable del desarrollo de diagnóstico y elaboración del plan estratégico de comunicación para el Área de Mercadeo Divídelo Todo e implementación de la estrategia.
---------------------------------	--	--

Fuente: Elaboración propia.

## 2.10 Financiamiento y presupuesto

### Financiamiento:

El proyecto se desarrollará con el financiamiento del estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS). Debido a que el departamento tiene un presupuesto anual autorizado y no se cuenta con una reserva para actividades extra curriculares.

### Presupuesto:

Se detalla a continuación el presupuesto, teniendo en cuenta que el estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) ha corrido con todos los gastos.

Tabla 8 Resumen de presupuesto

Presupuesto sugerido			
Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo Total
	Asesoría Profesional	Q7,500.00	Q7,500.00
1	Diseño gráfico y diagramación del Manual digital para administración de Equipos <i>Microsoft Teams</i>	Q600.00	Q600.00
10	Taller de reforzamiento trabajo en equipo y comunicación	Q260.00	Q2,600.00
	Actividad mensual para reforzamiento del trabajo en equipo y un mejor clima laboral	Los gastos de la actividad correrán por cuenta del equipo y su costo es variado	

	Capacitación sobre el manejo de Equipos en <i>Microsoft Teams</i>	Q2,500.00	Q2,500.00
	Desarrollo de infraestructura de Equipos <i>Microsoft Teams</i>	Incluido en la capacitación	Q0.00
	Desarrollo y ejecución de estrategia comunicacional	Incluido en la asesoría profesional	Q0.00
		Total, estimado	Q13,200

Fuente: Elaboración propia.

## 2.11 Beneficiarios

Los beneficiarios directos del proyecto a desempeñar serán los 10 integrantes que conforman el equipo de Mercadeo Divídelo, quienes harán uso directo de las herramientas comunicacionales que se entregarán al finalizar la ejecución del plan estratégico, buscando una mejor armonía, confianza y comunicación entre ellos.

## 2.12 Áreas Geográficas de Acción

La ejecución del plan estratégico de comunicación se desarrollará en las oficinas centrales de la financiera Banco Industrial Torre 3 nivel 9 en la Vía 5 5-34 zona 4 Guatemala, Guatemala.

## 2.13 Cuadro operativo de la estrategia

Tabla 9 Cuadro comparativo de la estrategia

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso Humano	Área geográfica de impacto	Beneficiario	Fecha de ejecución
1. Manual digital “Creación de Equipos y canales en <i>Microsoft Teams</i> ”.	Accesibilidad a herramientas y métodos de	Diseño del manual digital: Q600	Estudiante de EPS	Banco Industrial Torre 3 nivel 9 en	Equipo Mercadeo Divídelo Todo	Del 24 de junio al 8 de agosto 2022

2. Capacitación “Creación de Equipos y canales en <i>Microsoft Teams</i> .	comunicación que faciliten el flujo de información.	Capacitación incluida en el costo de la asesoría.		la Via 5 5-34 zona 4 Guatemala, Guatemala.		19 de agosto 2022
3. Creación de un Equipo en <i>Microsoft Teams</i> destinado a Divídelo Todo.		Creación de Equipo incluido en el costo de la asesoría				20 de agosto 2022
1. Creación de Canales dentro del Equipo en <i>Microsoft Teams</i> .	Optimización del flujo de información por medio de la herramienta <i>Microsoft Teams</i> para la comunicación de actividades, archivos, tareas y comunicados entre los integrantes del equipo.	Creación de Canales incluido en el costo de la asesoría	Estudiante de EPS	Banco Industrial Torre 3 nivel 9 en la Via 5 5-34 zona 4 Guatemala, Guatemala.		Del 20 de agosto al 12 de septiembre 2022
1. Implementación de actividad dinámica mensual.	Reforzar la comunicación entre los integrantes del equipo de Mercadeo Divídelo Todo por medio de	El costo de la ejecución y calendarización de la actividad dinámica mensual queda a criterio del equipo Divídelo Todo	Estudiante de EPS.	Banco Industrial Torre 3 nivel 9 en la Via 5 5-34 zona 4 Guatemala, Guatemala.		12 de septiembre 2022

2. Implementación taller de cuerdas.	actividades que fomenten el trabajo en equipo y el desarrollo de cada individuo.	Costo del taller de cuerdas Q2,500.		Parque Ecológico Cayalá		17 de noviembre 2022
--------------------------------------	--	-------------------------------------	--	-------------------------	--	----------------------

Fuente: Elaboración propia.

## 2.14 Cronograma del Plan de comunicación

Tabla 10 Cronograma de Plan de comunicación

N.º	Actividades	Meses																																		
		Abril					Mayo					Junio					Julio					Agosto					Septiembre									
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5					
1	Elaboración y entrega de Plan de comunicación.	■	■	■	■	■																														
2	Elaboración de Manual digital “Creación de Equipos y canales en Microsoft Teams”.											■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■														
3	Entrega de Manual digital “Creación de Equipos y canales en Microsoft Teams”.																						■													
4	Capacitación “Creación de Equipos y canales en Microsoft Teams”.																						■	■												
5	Creación de un Equipo en Microsoft Teams destinado a Divídelo Todo.																						■	■												



## Capítulo 3.

### Ejecución del plan de comunicación

#### 3. Informe de ejecución

La ejecución de un proyecto es importante para plasmar una idea, llevar a la realidad lo que se planteó. Por esta razón, el proceso de generar un diagnóstico nos permite encontrar puntos de mejora por medio de métodos que brindan información y conocimiento, los cuales son fundamentales en la ejecución e implementación de sistemas que se apeguen a las necesidades de cada intervención (Maricela I. Montes-Guerra, 2013). Con la información recabada y el plan de comunicación terminado, se describe a continuación el detalle de las actividades autorizadas y ejecutadas del proyecto para el departamento Mercadeo Divídelo Todo de Banco Industrial.

#### 3.1 Manual Equipos *Microsoft Teams*

Derivado del diagnóstico realizado con anterioridad se identificó la importancia de contar con un canal de comunicación en el cual se canalice la información que se maneja entre los integrantes del equipo.

Partiendo de la implementación de un canal para centralizar información, se necesita plasmar un documento que sirva como base para un correcto uso y mejor comprensión de la opción “Equipos” en la plataforma *Microsoft Teams*.

- Objetivo: Establecer las bases para el uso de la plataforma Microsoft Teams y su futuro desarrollo.
- Medio utilizado: Creación de un manual de consulta digital para su uso.
- Presupuesto utilizado: el presupuesto asignado para el manual es de Q600, el cual fue asumido por el estudiante de EPS.

- Resultados obtenidos: Con la creación del manual se obtiene un documento que servirá de consulta y de base para la utilización de la opción “Equipos” en la plataforma *Microsoft Teams* y sus diferentes herramientas.
- Evidencia del material: A continuación, se muestra la portada del Manual Equipos *Microsoft Teams*, elaborado para su consulta. El manual completo puede visualizarse completo en anexos.

Figura 7 Portada del Manual Equipos *Microsoft Teams*



Fuente: Contenido elaboración propia y diseño Eliezer García

### 3.2 Capacitación sobre el uso de la herramienta Equipos en *Microsoft Teams* y sus respectivos canales

Para el uso de la herramienta Equipos en *Microsoft Teams*, se determinó la necesidad de un manual el cual sirviera de soporte para el correcto uso e implementación. Por tal razón; dado que se procedió con la creación del manual, es necesario la explicación de y orientación sobre sus diferentes características.

- **Objetivo:** Preparar a los encargados de administrar el Equipo y los canales en *Microsoft Teams*, con el objetivo de un correcto uso y funcionamiento de dichas herramientas.
- **Medio utilizado:** Presentación realizada en las oficinas de Bicredit de Banco Industrial.
- **Presupuesto utilizado:** La capacitación tuvo un costo de Q2,500 y fue asumida por el estudiante de EPS.
- **Resultados obtenidos:** Un mejor entendimiento de la implementación de dicha herramienta, una mejor ejecución del programa y mayor amplitud en la familiarización de la plataforma. Debido a que se aclararon dudas e interrogantes sobre el funcionamiento de la herramienta.
- **Evidencia:** A continuación, se muestra una fotografía de la capacitación realizada a las personas encargadas de la administración del Equipo para Divídelo Todo.

Figura 8 Capacitación sobre el uso e implementación de la herramienta Equipos *Microsoft Teams*



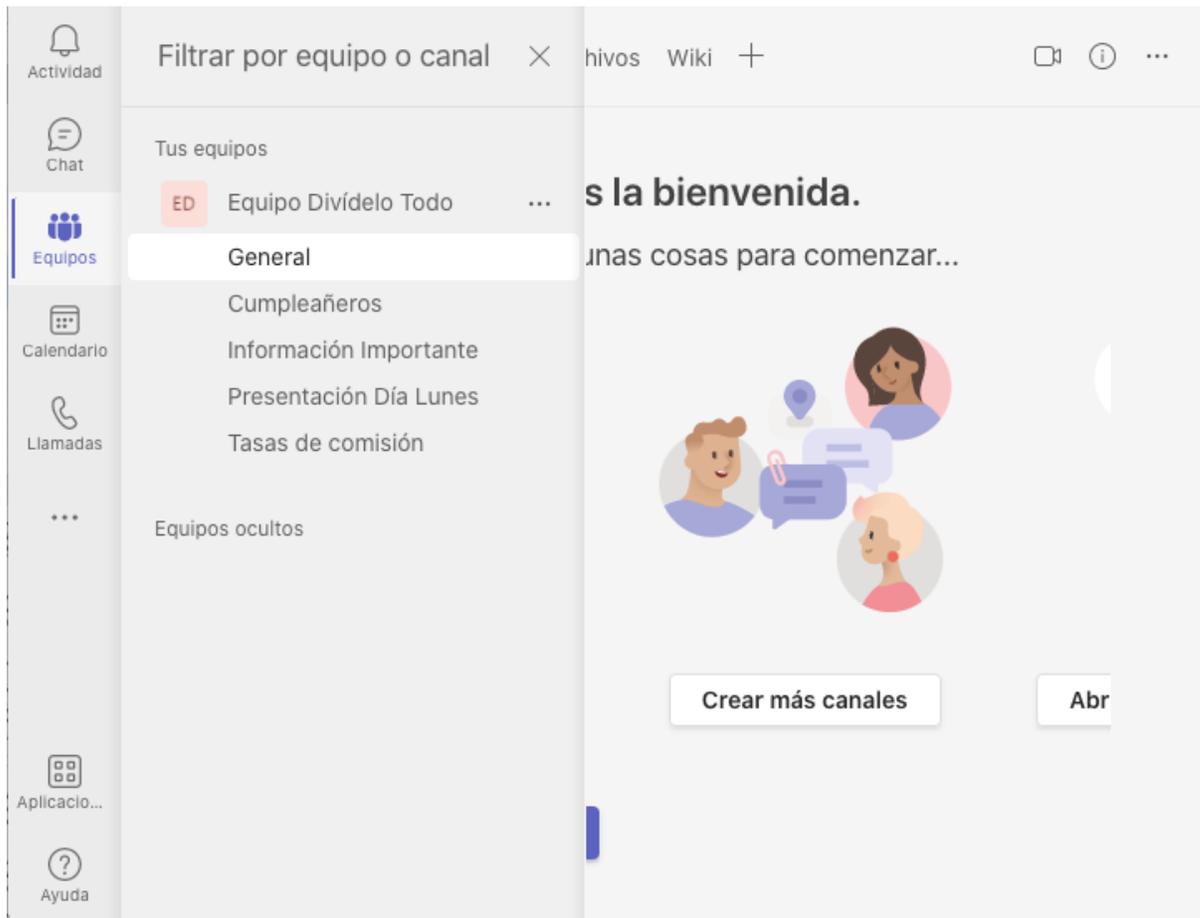
Fuente: Fotografía propia.

### 3.3 Creación de Equipos en *Microsoft Teams* y sus respectivos canales

En el estudio diagnóstico se evidenció la necesidad de centralizar la información que se maneja entre el equipo de mercadeo. Dicha información dio como resultado la implementación de la herramienta Equipos en la plataforma *Microsoft Teams* para el manejo de la información. Por lo que en el punto anterior se detalla la creación de un manual de usuario para un correcto uso de la herramienta Equipos en la plataforma *Microsoft Teams*.

- **Objetivo:** Centralización e integración de la información que se maneja en el departamento de mercadeo, en una herramienta que sea de fácil acceso para los integrantes del equipo, en la cual se pueda segmentar o categorizar la información para tener orden.
- **Medio utilizado:** Creación de un Equipo en *Microsoft Teams* y sus respectivos canales.
- **Presupuesto utilizado:** Dicho presupuesto forma parte de los Q2,500 del costo de la capacitación asumido por el estudiante de EPS.
- **Resultados obtenidos:** Se tiene una herramienta que permite un acceso inmediato a la información que en ella se encuentra. Dicha herramienta está al alcance de los integrantes del equipo y pueden acceder desde cualquier dispositivo electrónico desde una computadora hasta su dispositivo móvil. Esto es de mucha ayuda y es un aliado para una mejor comunicación en mercadeo.
- **Evidencia:** A continuación, se muestra una captura de pantalla de la creación del Equipo para Divídelo Todo. El detalle de los diferentes canales puede visualizarse completo en anexos.

Figura 9 Captura de pantalla del Equipo para Divídelo Todo en *Microsoft Teams*



Fuente: Elaboración propia

### 3.4 Programación y ejecución de actividades mensuales para reforzar el trabajo en equipo y el clima laboral.

Dado que desde el inicio de la pandemia Covid-19, Banco Industrial tomó medidas para evitar el contagio haciendo uso del trabajo remoto con la intención de mantener un distanciamiento social. El equipo de mercadeo Divídelo Todo se vio afectado en cuanto a la comunicación y trabajo en equipo que se tenía, pues se trabajó por turnos lo que impidió que los miembros del equipo se pudiesen reunir como normalmente se hacía. Por esta razón se considera de suma importancia la implementación de actividades que permitan el reforzamiento del trabajo en equipo y mantengan un buen clima laboral.

- **Objetivo:** Mantener la armonía y un excelente clima laboral entre los integrantes del equipo de Mercadeo Divídelo Todo y a su vez reforzar el trabajo en equipo.
- **Medio utilizado:** Realización de una actividad con los integrantes del equipo en las instalaciones de Mercadeo Divídelo Todo.
- **Presupuesto utilizado:** El presupuesto fue asumido por los integrantes del equipo por medio de contribución, el costo de las dinámicas fue asumido por el estudiante de EPS.
- **Resultados obtenidos:** Se establece un precedente de actividades que son importantes en la motivación entre los integrantes del equipo, permitiendo un espacio para compartir en armonía y salir de la rutina. A su vez permitiendo la mejora en el clima laboral y un fortalecimiento en la comunicación.
- **Evidencia:** A continuación, se muestra una fotografía de la actividad realizada con los integrantes del equipo de Mercadeo Divídelo Todo.

Figura 10 Realización de actividad mensual



Fuente: Fotografía propia.

### 3.5 Cronograma general

Tabla 11 Cronograma general

No.	Actividades	Meses																								
		Abril					Mayo					Junio					Julio					Agosto				
		S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5
1	Elaboración y entrega de Plan de comunicación.																									
2	Elaboración de Manual digital “Equipos Microsoft Teams”.																									
3	Entrega de Manual digital “Equipos Microsoft Teams”.																									
4	Capacitación “Creación de Equipos y canales en Microsoft Teams”.																									
5	Creación de un Equipo en Microsoft Teams destinado a Divídelo Todo.																									
6	Creación de Canales dentro del Equipo en Microsoft Teams																									

No.	Actividades	Meses																			
		Septiembre					Octubre					Noviembre									
		S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5					
7	Programación mensual de la primera actividad para reforzar el trabajo en equipo y el clima laboral.																				
8	Entrega del informe final EPSL																				
9	Taller de cuerdas con el objetivo de salir de la rutina y tener un espacio para reforzar la unión y el trabajo en equipo.																				

## Conclusiones

El diagnóstico y la ejecución de un proyecto, son importantes ya que el diagnóstico nos brinda un panorama de cómo están las cosas y la ejecución, es la culminación de lo que en su momento conllevo un proceso, recolección de información, análisis y planeación. Por tal razón se puede decir que tanto el diagnóstico como la ejecución del proyecto, contribuyó a mejorar el flujo de trabajo, acceso a la información y una mejor comunicación entre los integrantes del equipo.

Se identificó puntos de mejora en la comunicación debido a reprocesos y pérdida de información, lo que llevó a la búsqueda de un canal en el cual se diera a conocer información del día a día y se llevará un orden, también buscando un mejor acceso a la misma y que estuviera al alcance de los integrantes del equipo. Por tal razón la implementación de un Equipo en *Microsoft Teams* fue de vital importancia para el cumplimiento de los objetivos trazados en el plan de comunicación.

Para lograr una mejor comprensión y evitar contratiempos y que no se pudiera sacar el mayor provecho a la herramienta Equipos, se procedió con la creación y entrega de un manual informativo de forma digital, el cual servirá de consulta y de apoyo a la hora de hacer uso de la plataforma.

Se concluyó que al dar uso a la herramienta de Equipos en Microsoft Teams, era necesario dar un seguimiento que permitiera un mejor resultado en el uso diario. Por esta razón se determinó que las capacitaciones fueron clave para un mejor manejo y comprensión de la plataforma anteriormente descrita, ya que permitió que los participantes tuvieran interacción con la información y a través de sus dudas poder fortalecer su conocimiento sobre el uso de esta herramienta.

La implementación de actividades que permiten la convivencia, que fomentan el trabajo en equipo y la armonía entre los miembros del equipo y la implementación de la herramienta Equipos y canales en la plataforma Microsoft Teams, proporcionó un aliado para cada integrante, previniendo la pérdida de información, logrando una mejor comunicación y una mejor armonía en el equipo.

## Recomendaciones

Ante la culminación del proyecto, el cual se inició con un diagnóstico y un plan de comunicación para llegar a la fase de ejecución, el equipo de Mercadeo Divídelo Todo de Banco Industrial deberá tomar consideraciones sobre la importancia que tiene mantener un uso adecuado de las herramientas y que las mismas sean un aliado para una mejor comunicación.

Se recomienda la utilización de la herramienta Equipos en la plataforma Microsoft Teams, como aliado importante para la comunicación que se maneje en el equipo de trabajo. Es responsabilidad de las autoridades administrativas del equipo, dar uso y hacer parte a cada una de las personas que forman parte del departamento.

Es importante que el manual de usuario; que se creó con la finalidad de un mejor manejo y comprensión de la herramienta Equipos, tenga posteriores actualizaciones dado que *Microsoft Teams* es una plataforma tecnológica que constantemente está sufriendo cambios. Por esta razón se proporciona un archivo que permite la edición de dicho manual.

De la misma manera que es importante las posteriores actualizaciones del manual, también es importante que al tener cambios se notifique a los integrantes del equipo por medio de una reunión, comunicado o capacitación de las modificaciones que se hayan realizado.

Se recomienda dar cumplimiento a la programación de actividades mensuales con el objetivo de seguir reforzando el trabajo en equipo y la confianza entre los integrantes del equipo, a su vez que sean dinámicas que brinden un espacio para salir de la rutina y poder compartir con los miembros del equipo.

Se recomienda realizar la actividad de taller de cuerdas. Una actividad cuya finalidad es contar con un espacio que permita la interacción de los integrantes del equipo de trabajo, en un espacio adecuado para compartir sin límite de tiempo. De ser posible se recomienda programar varias actividades similares a lo largo del año, pero de no ser posible al menos una vez en el año.

Para futuros profesionales de EPS, se recomienda la preparación integral, tener conocimiento de herramientas de diseño y disfrutar del proceso de aprendizaje. También sacarle el máximo provecho a la oportunidad que les brinda una empresa o entidad, de poder realizar este estudio profesional.

Por último, se recomienda a la Escuela de Ciencias de la Comunicación la implementación de un manual para EPS, con el objetivo que el estudiante que esté ejerciendo su estudio, tenga acceso a la misma información, evitando muchos inconvenientes a la hora de presentar el informe diagnóstico, plan de comunicación y ejecución. A su vez que incluya a detalle de cartas, permisos, parámetros a seguir, etc.

## Referencias Bibliográficas

- Albarrán, J. M. (s.f.). ¿Qué es comunicación? Niklas Luhmann. Academia.
- Ballesteros, H., Verde, J., Costabel, M., Sangiovanni, R., Dutra, I., Rundie, D., Bazán, L. (2010). Análisis FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas). Revista Uruguaya de Enfermería, 171.
- Bi-Credit. (s.f.). Corporación BI. Obtenido de corporacionbi.com: <https://www.corporacionbi.com/gt/bicredit/estructura-organizacional>
- Brandolini, A., González Frígoli, M., & Hopkins, N. (2009). Comunicación Interna. Argentina: DIRCOM.
- Corporación BI. (s.f.). Banco Industrial, S. A. y Subsidiarias. Obtenido de corporacionbi.com: <https://www.corporacionbi.com/gt/bancoindustrial/gobierno-corporativo/>
- Editorial Etecé. (16 de julio de 2021). Concepto. Obtenido de Concepto de: <https://concepto.de/alcance-y-limitaciones-de-un-proyecto/>
- Fábregas, J., Tejedor, S., & García, J. S. (2011). La gamificación como recurso telemático en la comunicación empresarial en tiempos de pandemia. Comunicación número 44, 57-75.
- Favaro, D. (s.f.). Comunicación organizacional Planificación de la comunicación en grupos y organizaciones. Buenos Aires: Creas Centro Regional Ecuménico de Asesoría y Servicio.
- Garrido, F. G. (2017). Comunicación Estratégica. Un puente significativo para la creación de valor empresarial.
- González, J. L. (2020). Métodos de investigación online, herramientas digitales para recolectar datos. Arequipa: José Luis Arias Gonzales.
- Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación. México D. F.: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S. A. de C. V.
- Informe anual de Gobierno Corporativo. (2022). Bi-Credit. Obtenido de corporacionbi.com: <https://www.corporacionbi.com/gt/bicredit/informe-anual-de-gobierno-corporativo>
- Lazarri, L., & Maesschalck, V. (2012). Control de gestión: una posible aplicación del análisis FODA. Cuadernos de CIMBAGE, 155.

- Lemus Hernández, R. (2000). La investigación en la comunicación organizacional. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- López Estrada, R. E., & Deslauries, J.-P. (2011). La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social. *Margen* no. 61, 19.
- Maricela I. Montes-Guerra, F. N.-S. (2013). Estándares y metodologías: Instrumentos esenciales para la aplicación de la dirección de proyectos. *Revista de Tecnología, Journal Technology*, Volumen 12, Número 2, 11-23.
- Mella, O. (2000). Grupos focales ("Focus Groups"). Técnica de investigación cualitativa. Santiago: CIDE.
- Microsoft. (05 de julio de 2022). Información general de los equipos y canales en Microsoft Teams. Obtenido de docs.microsoft.com: <https://docs.microsoft.com/es-es/microsoftteams/teams-channels-overview>
- Microsoft. (s.f.). Soporte de Office. Obtenido de support.microsoft.com: <https://support.microsoft.com/es-es/office/equipos-y-canales-df38ae23-8f85-46d3-b071-cb11b9de5499>
- Mouly, G. J. (1978). Educational Reserch: the Artand Science of Investigation. Boston: Ally and Bacon.
- Munarriz, B. (s.f.). Técnicas y métodos en Investigación cualitativa. Universidad de País Vasco.
- Oña Toapanta, E. S. (2020). Plataformas Zoom y Microsoft Teams como una aplicación para la comunicación en la unidad educativa La Maná, durante la pandemia. Babahoyo: Universidad Técnica de Babahoyo.
- Oña Toapanta, E. S. (2021). Plataformas Zoom y Microsoft Teams como una aplicación para la comunicación en la unidad educativa La Maná, durante la pandemia 2020. Babahoyo: Universidad Técnica de Babahoyo.
- Orellana López, D., & Sánchez Gómez, C. (2006). Técnicas de recolección de datos en entornos virtuales más usadas en la investigación cualitativa. *Revista de Investigación Educativa*, 205-222.
- Paoli, A. (s.f.). Comunicación e información. En A. Paoli, Comunicación e información. México: Trillas.

Ramírez Rojas, J. L. (2009). Procedimientos para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas. *Ciencia Administrativa* 2009-2, 54-61.

Real Academia Española. (2022). Real Academia Española. Obtenido de DLE: <https://www.rae.es/>

Rechy, A. (25 de marzo de 2021). Zarzuela. Obtenido de [zarzuela.com.mx: https://www.zarzuela.com.mx/mensajes-clave-descubre-su-](https://www.zarzuela.com.mx/mensajes-clave-descubre-su-)

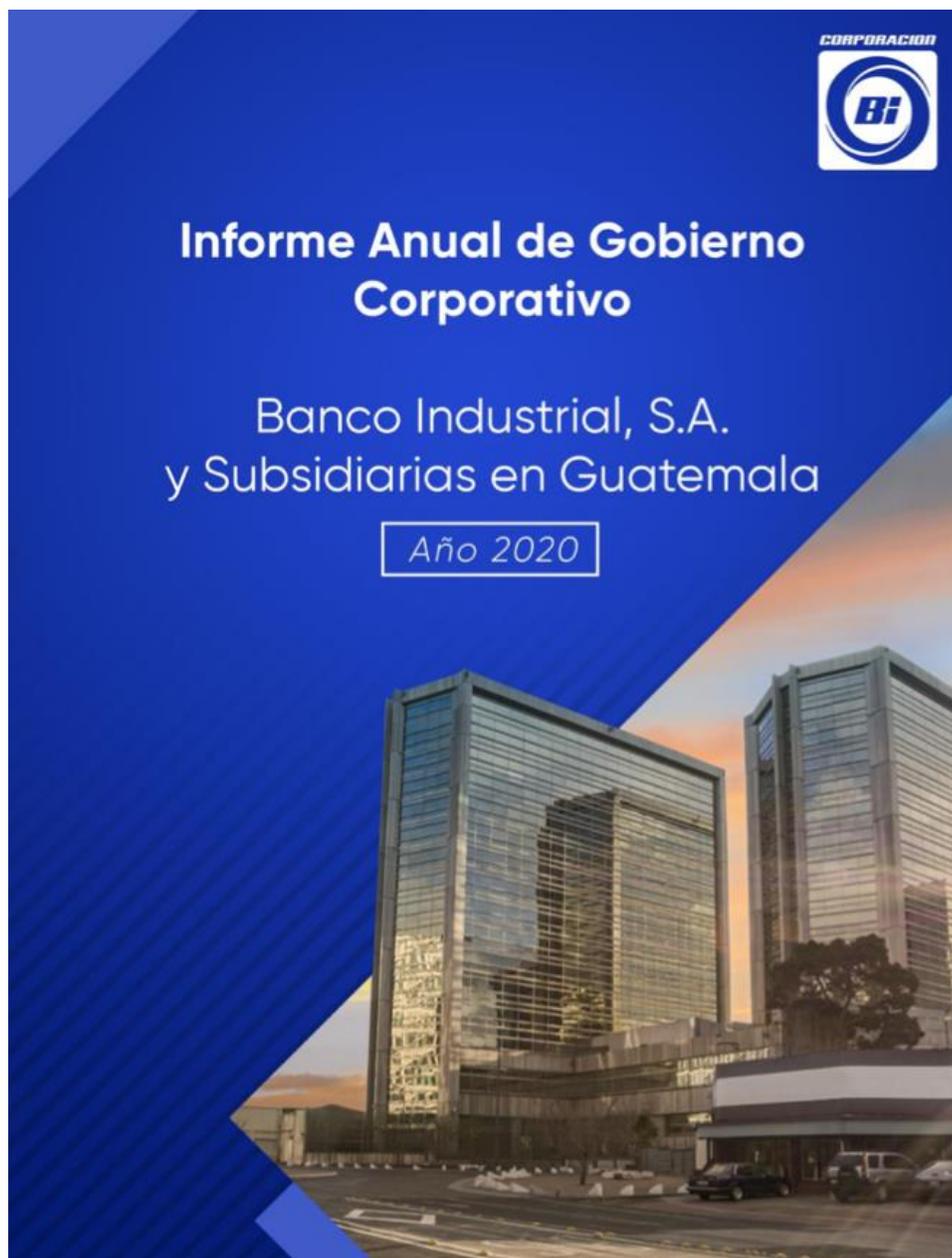
## **Anexos.**

### 1. Manual de Gobierno Corporativo



Fuente: <https://www.corporacionbi.com/gt/bancoindustrial/gobierno-corporativo/>

## 2. Informe anual de Gobierno Corporativo 2020



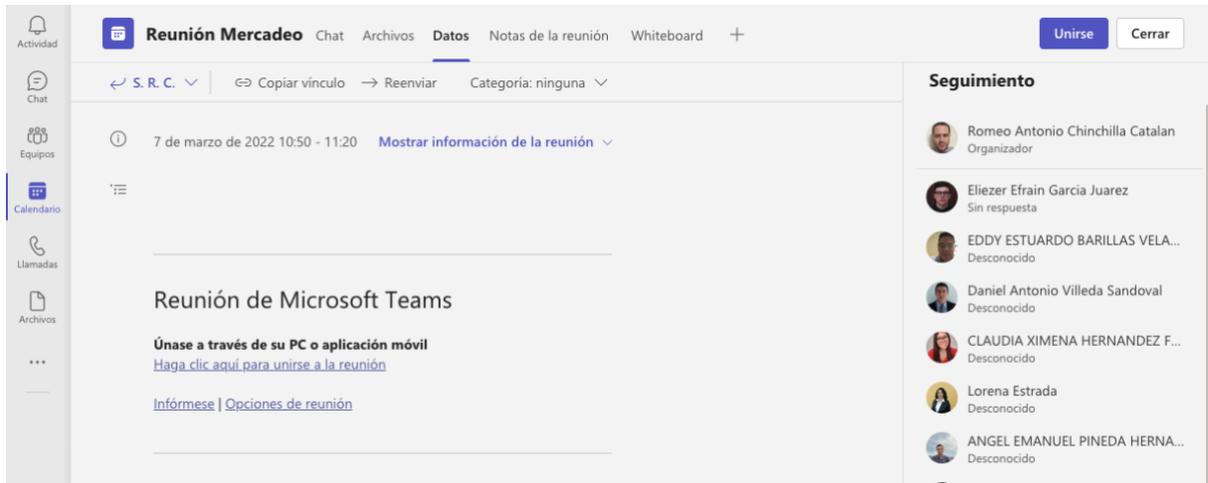
Fuente: <https://www.corporacionbi.com/gt/bicredit/informe-anual-de-gobierno-corporativo>

3. Ejemplo de Manual por plaza 2022



Fuente: Sistema interno Divídelo Todo

#### 4. Captura extraída de una reunión semanal



Fuente: Captura propia de una reunión en la plataforma Microsoft Teams

5. Entrevista realizada a M. Sc. Romeo Chinchilla

**¿Cuál es tu nombre?**

Romeo Antonio Chinchilla.

**¿Cuál es el cargo que desempeñas?**

Supervisor de Mercadeo, Productos de valor agregado.

**¿Cuál es tu función en Divídelo Todo?**

Coordinar a los ejecutivos y responsable de hacer crecer la facturación con Divídelo Todo por medio de promociones que se ejecuten.

**¿Has notado o identificado problemas en la comunicación del equipo?**

Si, he notado cambios por ejemplo situaciones en las que se dan ciertas instrucciones y por x o y razón el equipo lo hace continuamente varias veces y después ya no lo hace... Se deja de hacer y no sé si es un problema de mala comunicación que no me doy a entender o es un problema de recepción.

**¿Crees que algunos de los problemas se deriven del trabajo remoto?**

No, es indiferente.

**¿Has notado cambios en las personas del equipo a causa del aislamiento?**

Fijate que tal vez hay un poco más de distanciamiento, pero no sé si es debido al cambio derivado de la pandemia o es debido a las demandas del trabajo. Pero ya no he visto... Antes notaba que había más comunicación, había más amistad y aunque tal vez si la hay, ya no es tan visible.

**¿Qué te parece el uso de plataformas virtuales para el desarrollo de tareas?**

Me parece bien, porque te ayuda a desarrollar tu trabajo, te lo facilitan. Por ejemplo, el software de firma electrónica, antes tenías que ir a ver a la persona para que te firmara y ahora no es necesario...

Este tipo de herramientas... ahorra tiempos, aparte de que se economiza porque no hay que estar usando papel.

**¿Ves la plataforma de Microsoft Teams como un aliado en el cumplimiento de objetivos?**

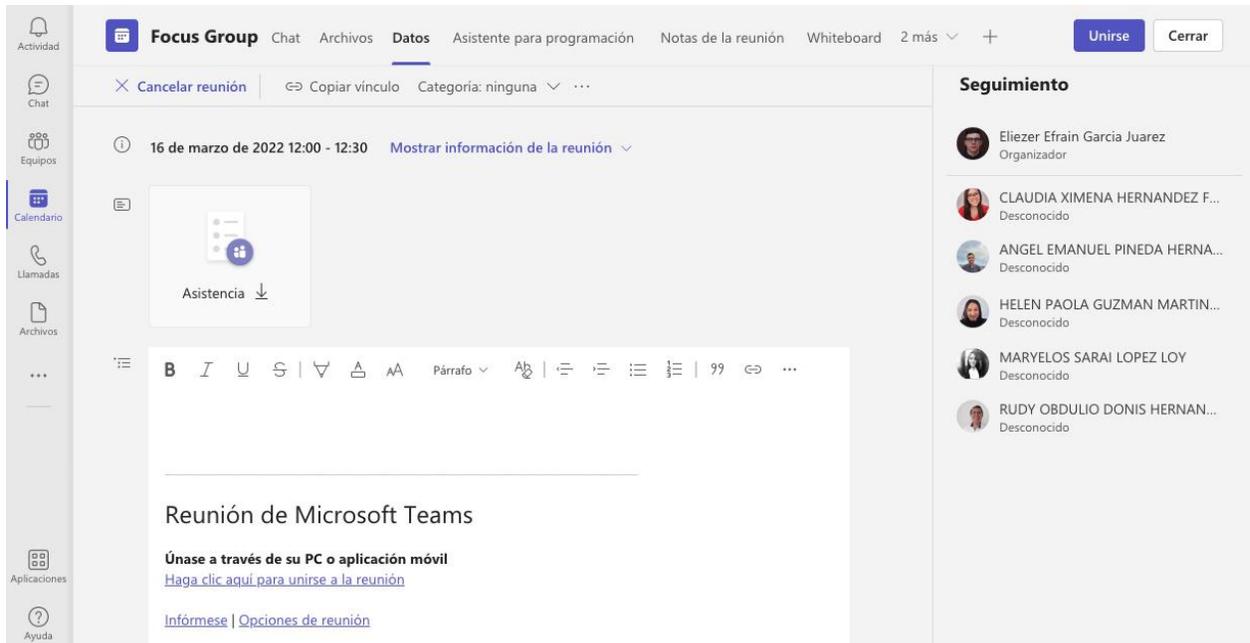
**¿por qué?**

Sí, porque por todo... el tema de la pandemia, había que tener un cierto aislamiento con las personas, no podías juntarte y con Microsoft Teams si se podía hacer las reuniones virtuales, básicamente como que estuvieras con la persona. Ahora que podés activar hasta tu cámara... La verdad si es muy factible y no solo eso, también hay comercios que están muy lejos o comercios que se encuentren solo en Escuintla (ejemplo). Para tener una reunión con ellos puede tornarse algo complicado, pero a través de Microsoft Teams puede ser factible y realizable.

**Concluye:**

Definitivamente de que hay cambios, los hay. La vida siempre tiene cambios.

## 6. Grupo Focal con integrantes del Equipo de Divídelo Todo



Fuente: Captura propia de la reunión de Grupo Focal del Equipo de Divídelo Todo

### **¿Han notado o identificado problemas en la comunicación del equipo?**

Se llega a un consenso el cual se indica que no ven un problema entre los miembros del equipo de ejecutivos. Ya que se tienen varias vías de comunicación no consideran que exista un problema como tal, ya que se da la comunicación por WhatsApp o en ocasiones virtual como Microsoft Teams.

Donde coincide la mayoría, que existe un problema de comunicación es en la forma de decir las cosas.

### **¿Crees que algunos de los problemas se deriven del trabajo remoto?**

Se concluye que no, por mayoría.

Pero sale al tema que hay muchas cosas que hacer y en ocasiones las autoridades se estresan y descargan en los ejecutivos.

También se enfatiza en la rapidez de la comunicación remota y que es de mucha ayuda.

**¿Existe alguna barrera que no te permita realizar tus actividades?**

Se enfatiza que no. Ya que anteriormente se tenía problemas con la autorización de actividades y no había una apertura a poder negociar el presupuesto.

También se concluye que debido al estrés que manejan las autoridades, el ejecutivo no siente libertad de realizar sus actividades.

**¿Cómo ves las dinámicas de grupo? ¿Crees que son importantes para mejorar el clima laboral?**

Se concluye que son importantes para mejorar el clima laboral entre el equipo. Y se hace mención que se han dejado de hacer actividades y dinámicas que se hacían anteriormente no solo presenciales sino en las reuniones semanales.

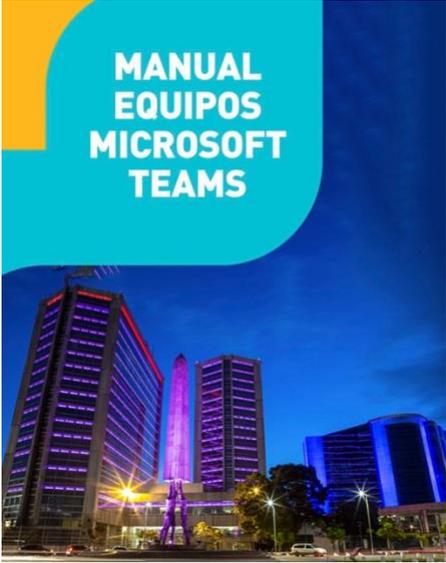
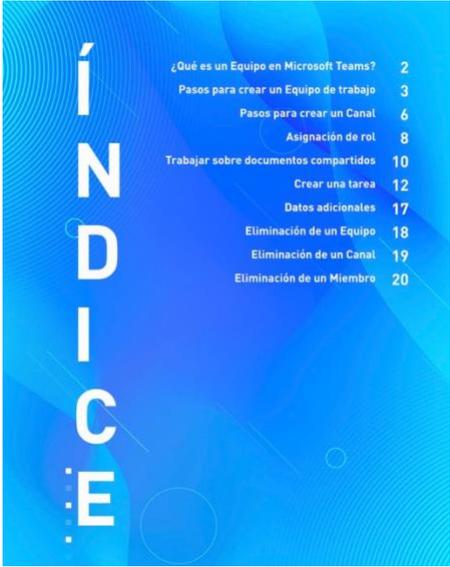
**¿Qué te parece el uso de plataformas virtuales para el desarrollo de tareas?**

Se considera que son muy beneficiosas para el desarrollo de actividades laborales y que permiten ahorrar tiempo y recursos.

**¿Ves la plataforma de Microsoft Teams como un aliado en el cumplimiento de objetivos?  
¿por qué?**

Se concluye en que al igual que Microsoft Teams es una herramienta muy buena y que es la que más se utiliza junto a WhatsApp para el desarrollo de actividades laborales con clientes y personal de empresas, aunque también se da uso a otras herramientas similares.

## 7. Manual Equipos Microsoft Teams

	 <table><tr><td>¿Qué es un Equipo en Microsoft Teams?</td><td>2</td></tr><tr><td>Pasos para crear un Equipo de trabajo</td><td>3</td></tr><tr><td>Pasos para crear un Canal</td><td>6</td></tr><tr><td>Asignación de rol</td><td>8</td></tr><tr><td>Trabajar sobre documentos compartidos</td><td>10</td></tr><tr><td>Crear una tarea</td><td>12</td></tr><tr><td>Datos adicionales</td><td>17</td></tr><tr><td>Eliminación de un Equipo</td><td>18</td></tr><tr><td>Eliminación de un Canal</td><td>19</td></tr><tr><td>Eliminación de un Miembro</td><td>20</td></tr></table>	¿Qué es un Equipo en Microsoft Teams?	2	Pasos para crear un Equipo de trabajo	3	Pasos para crear un Canal	6	Asignación de rol	8	Trabajar sobre documentos compartidos	10	Crear una tarea	12	Datos adicionales	17	Eliminación de un Equipo	18	Eliminación de un Canal	19	Eliminación de un Miembro	20
¿Qué es un Equipo en Microsoft Teams?	2																				
Pasos para crear un Equipo de trabajo	3																				
Pasos para crear un Canal	6																				
Asignación de rol	8																				
Trabajar sobre documentos compartidos	10																				
Crear una tarea	12																				
Datos adicionales	17																				
Eliminación de un Equipo	18																				
Eliminación de un Canal	19																				
Eliminación de un Miembro	20																				
 <h3>¿Qué es un Equipo en Microsoft Teams?</h3> <p>Son grupos de contactos que se pueden crear para reunirse por cuestiones de trabajo, proyectos o intereses comunes.</p> <p>Dentro de tu Teams puedes tener diversos equipos a los que pertenezcas, cada uno con sus conversaciones y sus documentos asociados. No todos los miembros de tu Teams tienen que estar en todos los equipos.</p> <p>Cada equipo tiene un fin exclusivo y por tanto está formado por unas personas. Al seleccionar esta opción podrás ver en que equipos estás, agregarte a equipos de otros si te dan permiso o crearte uno nuevo.</p>  	 <h3>Pasos para crear un Equipo de Trabajo</h3> <ol style="list-style-type: none"><li>Haciendo clic en esta opción del menú izquierdo, por comodidad, sale el último grupo donde has trabajado.</li><li>Haciendo clic en Se visualizan todos los equipos a los que pertenezco dentro del Teams y puedo crear o agregarme a equipos nuevos.</li><li>Si hago clic en me muestra, además de otros equipos públicos, las opciones:</li></ol>  																				

Fuente: Elaboración propia

Si hago clic en "Crear un equipo" primero me muestra una tipología de posibles tipos de Equipo que puedo formar.

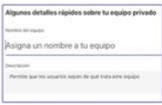


Nos brinda muchas opciones para crear el equipo, pero se recomienda usar la opción "Desde cero" para crear el equipo según mis necesidades.

Me muestra entonces una ficha de equipo que rellenaré. La privacidad es importante para no permitir que cualquier persona se agregue al equipo (recomendado). Ya que de esta manera solo las personas que agregamos pueden ingresar.

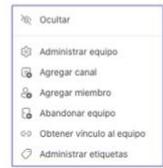


Algunos detalles rápidos sobre tu equipo privado



4

Al finalizar de rellenar la ficha aparecerá otra para ir agregando a personas. Al ir escribiendo el nombre en Teams me propone nombres de que encajen con el patrón que estoy introduciendo. **Para cada persona agregada al equipo debo decidir su rol como propietario o miembro con lo que tendrá más o menos permisos dentro del equipo para realizar acciones.**



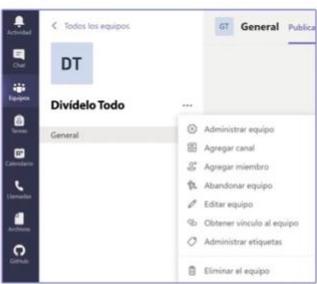

5

### Pasos para crear un canal

En la pantalla central aparecen los diversos canales que tengo establecidos en ese equipo. Si tuviera que tratar 5 temas debería crear 5 canales y cada canal tendría sus documentos, sus tareas y sus conversaciones.

Vamos a crear uno. En pantalla vemos que no hay ningún canal creado. Solo el General que se crea por defecto al Crear Equipo. Para crear un canal hago clic junto al equipo en el icono "...":

Al hacer clic en los tres puntos(...), se muestra un menú donde puedo hacer varias acciones sobre el equipo, entre ellas Agregar canal.



6

Al seleccionar esa acción me muestra la ficha del canal donde introduzco, el nombre del nuevo canal, una descripción y decido si lo ve todo el equipo o solo los miembros que yo decida.

**Recomendación:** que el nombre del canal sea breve y claro.



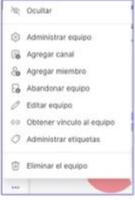
7

Fuente: Elaboración propia

**Asignación de rol**

El Rol indica el rango que tiene cada miembro del equipo y por consiguiente asigna permisos distintos.

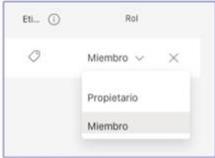
Son dos tipos de roles, los que encontraremos. Los roles son Propietario y Miembro, siendo el primero el que tiene todos los permisos y puede realizar más acciones y el segundo el que tiene permisos limitados y designados por el Propietario.



8

A continuación, se detallan los pasos para asignar el rol a un miembro del Equipo:

1. Nos dirigimos al icono con los tres puntos [...] ubicados a un costado del nombre del Equipo y damos clic.
2. Seleccionamos el icono de engranaje.
3. Nos dará acceso a una pantalla en la cual nos detallara en la pestaña "Miembros", las personas que están agregadas.
4. Aparece un detalle de cada miembro y al final nos aparece el rol del participante. Al dar el clic sobre el rol nos dará un desplegable en el cual se debe elegir el rol.



9

**Trabajar sobre documentos compartidos**

Lo recomendado es iniciar una conversación en la parte inferior y añadirle un archivo (icono clip)



Para enviarlo una vez escrito haga clic en 

Esto lo verán todos los miembros de canal que podrán:

- Responder.
- Abrir el archivo, haciendo clic sobre el documento.
- Actualizarlo y todos los miembros del canal verán el resultado de la modificación. Varios miembros pueden trabajar a la vez en el documento.

10

Un archivo, tanto si lo he creado yo como otro miembro, lo puedo ver en:

- La conversación que se ha creado.



- La opción Archivos del menú superior donde veo todos los archivos del canal.



- La opción del menú izquierdo veo todos los archivos del equipo.



11

Fuente: Elaboración propia

### Crear una tarea

Es necesario que la opción Tareas se nos muestre en el menú superior de la pantalla de trabajo. Para ello hay que hacer lo siguiente:



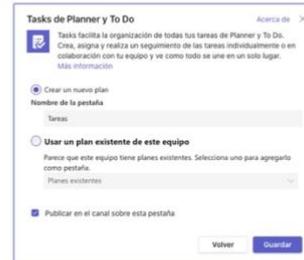
- Haga clic en el botón "+" en el menú superior.
- Se mostrará la pantalla donde se debe seleccionar la tarea que se desea realizar. Ejemplo: "Tasks Planner".

**Esto solo hay que hacerlo la primera vez que queramos crear una tarea.**

- Seleccione la opción Crear un Plan y lo llamo "Tareas" o como desee.
- Una vez guardado me aparecerá la opción Tareas (o como lo hayamos llamado) en el menú superior.

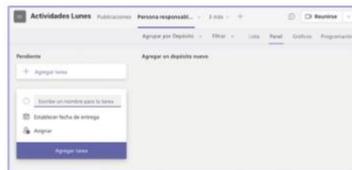
12

- Seleccione la opción Crear un Plan y lo llamo "Tareas" o como desee.
- Una vez guardado me aparecerá la opción Tareas (o como lo hayamos llamado) en el menú superior.



13

La pantalla mostrará el siguiente aspecto al seleccionar Tareas en el menú superior:



Para crear una Tarea selecciono "Agregar tarea".

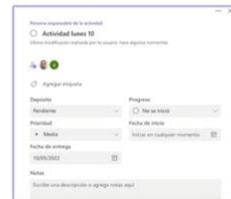
- En el cuadro que aparece introduzco
- El nombre de la tarea, por ejemplo, Revisar tasa.
  - Asigno las personas del equipo que tienen esa tarea.
  - Puedo poner una fecha límite para realizarlo.

Haciendo clic en el nombre de la tarea una vez creada se mostrará la ventana:



14

Aquí puedo editar todos los campos asociados a la tarea.



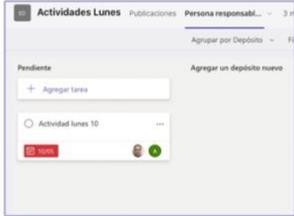
**INTERESANTE:** Una cualidad importante a destacar es que puedo poner una lista de subtareas que hay que chequear para tener la tarea concluida.



15

A cada usuario que tenga asignada la tarea, se le notificará y cuando entre verá la tarea, las subtareas e indicará el progreso de la tarea en el campo "Progreso".

En este campo tendrá los valores: No iniciada, en Curso y Terminada. También podrá indicar que subtareas ha realizado. Todo esto lo puede visibilizar quien ha mandado la tarea.



16

### Datos adicionales

**Menciones:**

Si quiero que alguien del equipo se entere de mi comentario, puedo nombrarlo dentro del mensaje con @nombre, por ejemplo @romeo.

Esto me permitirá seleccionar a todas personas que contengan el patrón @nombre (da igual acentos y mayúsculas) dentro de su nombre o apellidos que haya en mi grupo. La persona seleccionada tendrá una notificación de Teams.

**Herramientas parte superior de la pantalla en canales:**

- Publicaciones: Por defecto, es la que se abre al seleccionar un canal. Ahí se indica todo lo que se ha hecho en el canal, conversaciones, llamadas, reuniones, etc.
- Archivos: Si quiero agregar un documento Word, Excel, PowerPoint, Pdf, etc. lo puedo hacer desde esa pestaña.

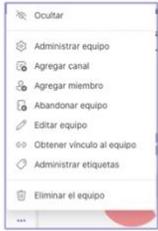


17

### Eliminación de un Equipo

El proceso para eliminar un Equipo es el siguiente:

1. Nos dirigimos al icono con los tres puntos [...] ubicados a un costado del nombre del Equipo y damos clic.
2. Desplegara un recuadro. En la parte de abajo se encontrará un "Basurero" con el nombre "Eliminar el equipo".
3. Al seleccionar dicha opción se eliminará el Equipo.

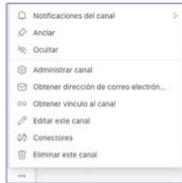


18

### Eliminación de un Canal

Los pasos para la eliminación de un Canal son los siguientes:

1. Nos dirigimos al icono con los tres puntos [...] ubicados a un costado del nombre del Canal y damos clic.
2. Desplegara un recuadro. En la parte de abajo se encontrará un "Basurero" con el nombre "Eliminar este canal".
3. Al seleccionar dicha opción se eliminará el Canal.



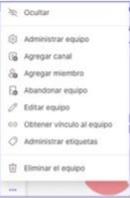
19

Fuente: Elaboración propia

**Eliminación de un Miembro**

Para la eliminación de un miembro en un Equipo se deben seguir los siguientes pasos:

1. Nos dirigimos al icono con los tres puntos [...] ubicados a un costado del nombre del Equipo y damos clic.
2. Seleccionamos el icono de engranaje.
3. Nos dará acceso a una pantalla en la cual nos detallará en la pestaña "Miembros", las personas que están agregadas y el rol que cumplen en el Equipo.
4. Aparece un detalle de cada miembro y al final nos aparece el rol del participante. A la par de su rol nos aparece una "X". Al seleccionarla se dará de baja la persona y se eliminará del Equipo.



The screenshot shows a dropdown menu with the following options: Ocultar, Administrar equipo, Agregar canal, Agregar miembro, Abandonar equipo, Editar equipo, Obtener vínculo al equipo, Administrar etiquetas, and Eliminar el equipo.



The screenshot shows a dialog box with a header "Rol" and a list item "Miembro" with a dropdown arrow and an "X" icon next to it.

20

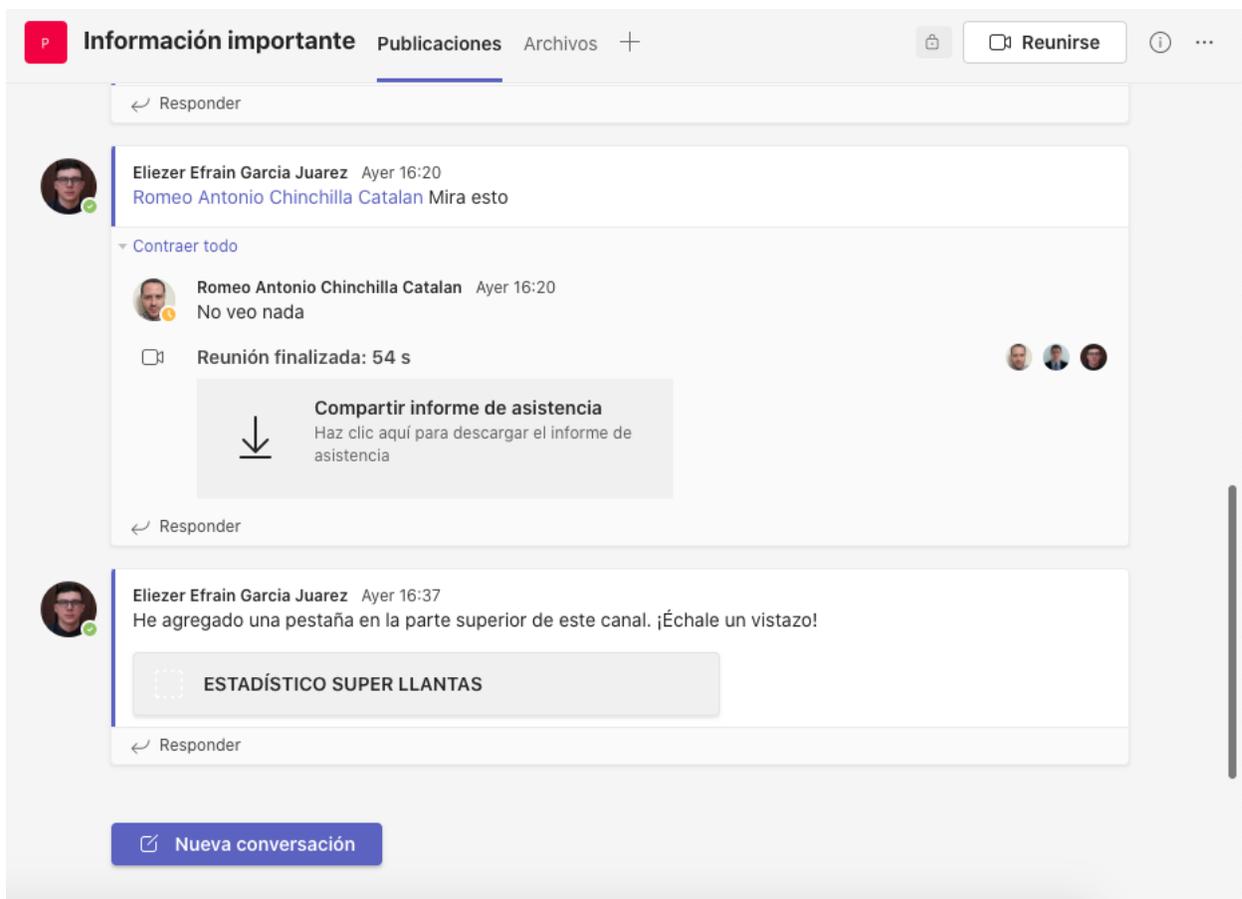
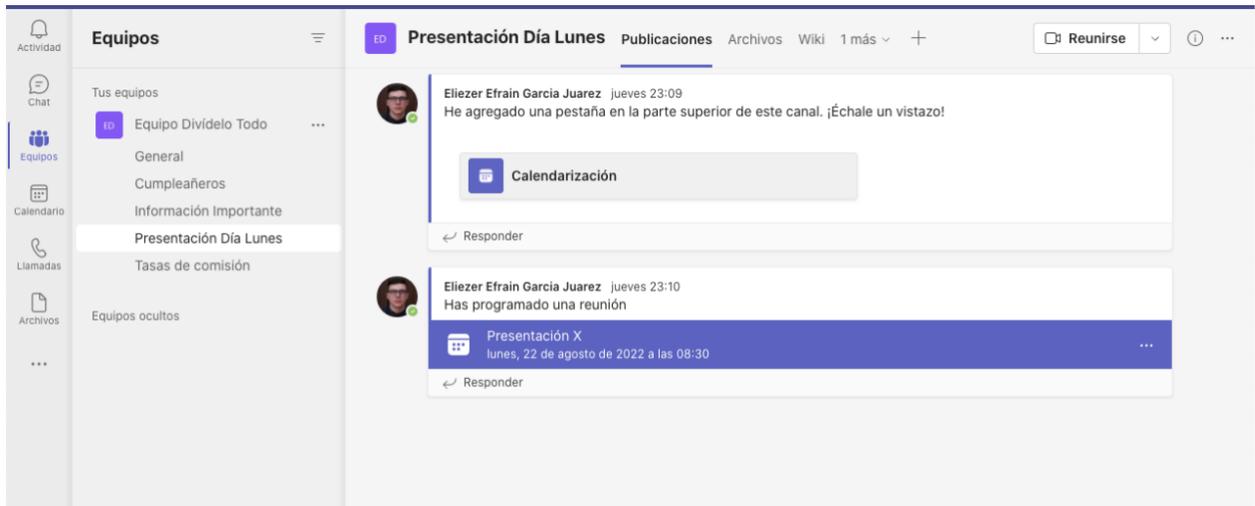
Fuente: Elaboración propia

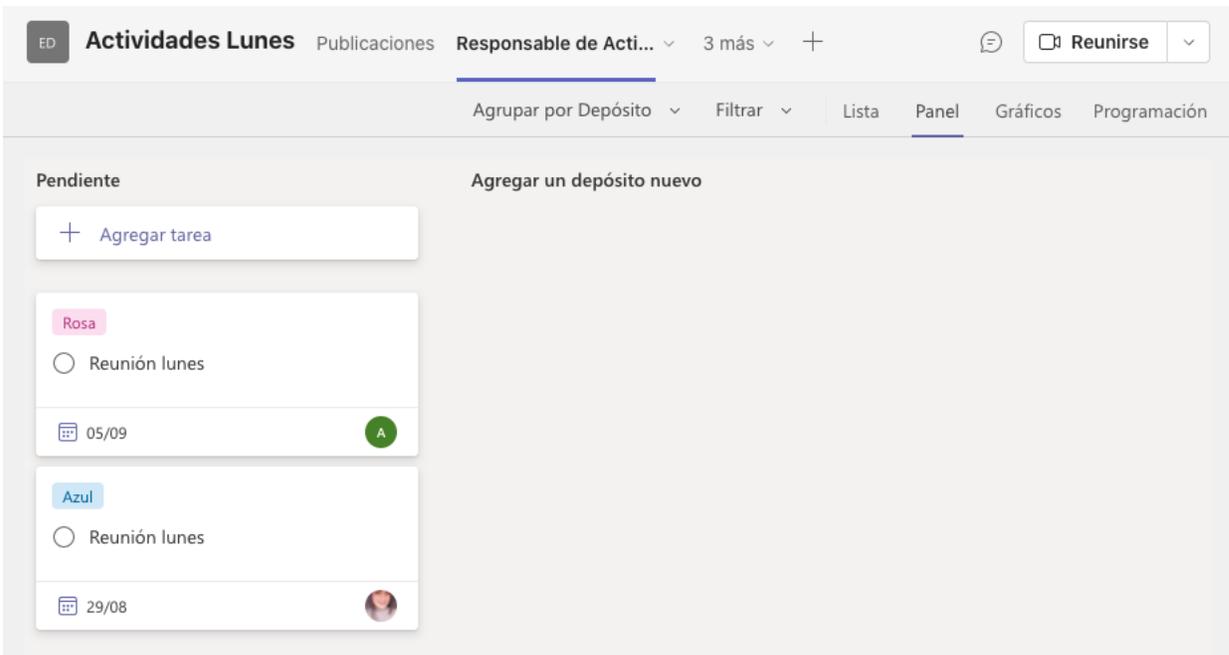
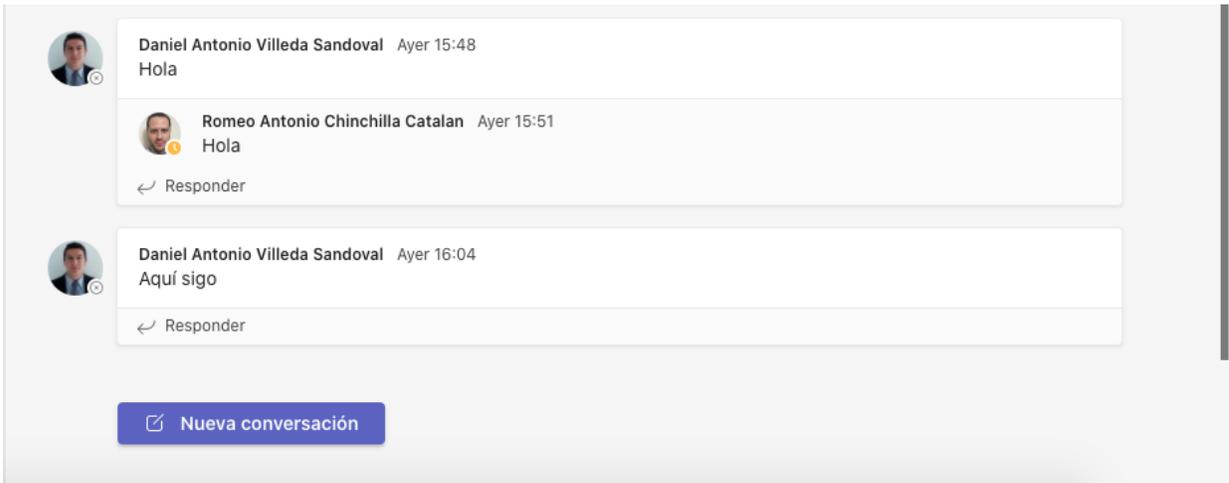
8. Capacitación sobre el uso e implementación de la herramienta Equipos Microsoft Teams



Fuente: Fotografía propia.

## 9. Capturas de pantalla del Equipo para Divídelo Todo en Microsoft Teams





Fuente: Capturas propias de la implementación de la herramienta Equipos en la plataforma Microsoft Teams

10. Fotografías de la Actividad Mensual



Fuente: Fotografías propias

## 11. Carta de finalización de la práctica de EPS

# Tarjetas Bi

Ciudad de Guatemala 17 de octubre de 2022

M. A. Luis Pedroza  
Coordinador EPS de Licenciatura  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Por medio de la presente, Silvia Lorena Estrada Berganza, Asistente Productos de Valor Agregado Dividelo Todo Banco Industrial, hace **CONSTAR**: Que el estudiante **Eliezer Efraín García Juárez**, quien se identifica con Código Personal de Identificación -CIU- **1834055790101** y registro académico **201216559**, ha cumplido con su periodo de practica que corresponde del mes de marzo a octubre del presente año, siendo de gran apoyo para la institución, aportando sus conocimientos al departamento.

Se extiende la presente, para los usos legales del interesado.

Atentamente,



CONTECNICA, S.A.

Leda. Silvia Lorena Estrada Berganza  
Asistente Productos de Valor Agregado

**VISA**

CONTECNICA, S.A.  
Vía 6, 6-60 zona 4 • PBX: 1717 • FAX: 2334-1069 • Guatemala, C.A. 01004

[www.bi.com.gt](http://www.bi.com.gt)



## 12. Ficha registro de prácticas EPSL



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2022

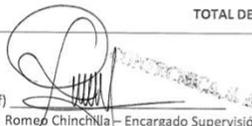


### Registro de Horas de práctica

Nombre del Alumno (a): Eliezer Efraín García Juárez  
No. Carné y DPI: 201216559 y 1834055790101  
Jefe o Encargado (a): M. A. Romeo Chinchilla  
Institución o Empresa: Mercadeo Dividelo Todo  
Supervisor de EPSL: Lcda. Krista Ramírez

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA						Total, horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.		
1	Del: 8 / Al: 22	Febrero	9	9	12	9	7	9	55	Observación y recolección de documentos que den soporte a la investigación.
2	Del: 1 / Al: 12	Marzo	6	4	4	6	4	6	30	Recolección de datos e información. Consulta de documentos y estudio de antecedentes.
3	Del: 14 / Al: 18	Marzo	2	2	2	2	2	0	10	Realización del informe y a su vez investigación de campo. Se realiza entrevista y grupo focal con el supervisor e integrantes del equipo.
4	Del: 1 / Al: 30	Abril	4	0	6	3	6	6	25	Se da inicio al desarrollo del plan de comunicación.
5	Del: 1 / Al: 31	Mayo	6	6	6	6	6	6	36	Inicio de la estructura, finalización y entrega del Plan de comunicación

6	Del: 1 / Al: 16	Junio	2	2	2	2	2	2	24	Recolección de información y definición de formato para la creación del Manual "Creación de Equipos y canales en Microsoft Teams"
7	Del: 17 / Al: 30	Junio	4	4	5	5	2	5	25	Gestión de estudio herramienta Equipos y canales en Microsoft Teams.
8	Del: 1 / Al: 15	Julio	4	1	3	4	4	6	22	Gestión de estudio y análisis herramienta Equipos en Microsoft Teams. Creación del manual "Equipos Microsoft Teams".
9	Del: 16 / Al: 30	Julio	4	4	4	4	4	6	26	Entrega del manual Equipos Microsoft Teams.
10	Del: 1 / Al: 15	Agosto	4	4	2	0	2	0	12	Capacitación al Equipo de Dividelo Todo encargado del manejo y administración del Equipo de Microsoft Teams.
11	Del: 16 / Al: 31	Agosto	1	4	0	4	0	2	11	Creación del Equipo en la plataforma Microsoft Teams y sus respectivos canales.
12	Del: 1 / Al: 15	Septiembre	1	1	4	0	0	3	9	Organización, planeación y ejecución de la actividad dinámica mensual para reforzar el trabajo en equipo y el clima laboral.
13	Del: 16 / Al: 30	Septiembre	1	1	3	0	1	0	6	Definición de detalles sobre la administración de los Equipos en Microsoft Teams. Guía en el proceso de utilización de dicha herramienta.
14	Del: 1 / Al: 15	Octubre	3	3	1	2	0	0	9	Finalización de ejecución sobre el plan de comunicación trazado.
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									300 hrs.	

(f)   
M. A. Romeo Chinchilla – Encargado Supervisión

(f)   
Lcda. Krista Ramírez – Supervisor EPSL

### 13. Carta Anti-plagio

Guatemala 16 de octubre de 2022

A quien corresponda:

Yo Eliezer Efraín García Juárez con Registro académico 201216559 hago constar por este medio que realice la revisión de anti-plagio de mi informe de ejercicio profesional supervisado con el programa: *Smallseotools* el cual detecto un 13% de plagio, por lo que según indica el reporte que se adjunta, el documento consta con un 87% de contenido único.

A continuación, adjunto captura del informe que brinda el programa utilizado.

Atentamente,



---

Eliezer García

DPI. 1834055790101

Registro Académico: 201216559

## 14. Captura reporte Anti-plagio

