



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN COMUNICACIONES CORPORATIVAS

TRABAJO FINAL DE CONCENTRACIÓN

**CRISIS ELÉCTRICA EN VENEZUELA Y SU IMPACTO EN LAS
EMPRESAS DE ENTRETENIMIENTO. CASO CINEX.**

Autores:
Navas Erika
Velasco Andrea

Tutor:
Ascanio Rafi

Caracas, 26 de junio de 2019

ÍNDICE CONTENIDO

<i>Dedicatoria</i>	I
<i>Agradecimientos</i>	II
Resumen	III
Abstract	IV
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.1 El problema	4
1.2 Objetivos	5
1.2.1 Objetivo general	5
1.2.2 Objetivos específicos	5
1.3 Justificación	6
1.4 Delimitación	6
CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL	8
2.1 Historia	8
2.2 Misión, visión, valores	9
2.3 Productos y servicios	9
CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO	11
3.1 Antecedentes de la investigación	11
3.2 Crisis	12
3.3 Causas de la crisis	13
3.4 Consecuencias de la crisis	14
3.5 Contingencia	14
3.6 Empresa de entretenimiento	15
3.7 Cine	15
3.8 Medios de comunicación	16
3.9. Acciones comunicacionales	16
3.10. Comunicación externa	16
3.11. Voceros	17
CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO	18
4.1 Modalidad de la investigación	18

4.2 Tipo de investigación	18
4.3 Definición de variables	18
4.4 Operacionalización de variables y objetivos	19
4.5 Población y unidad de análisis	24
4.6 Técnicas de recolección de datos	24
4.7 Confiabilidad del instrumento	25
4.8 Validación del instrumento	25
4.9 Procedimiento	25
4.10 Limitaciones	26
CAPÍTULO V. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	28
5.1 Matriz descriptora de datos	28
5.2 Matriz descriptora de datos a partir del instrumento N°1	28
5.3 Interpretación de resultados	32
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	36
6.1 Conclusiones	36
6.2 Recomendaciones	38
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39
ANEXOS	42

Dedicatoria

A nuestras familias y amigos por apoyarnos y hacer posible este trabajo.

¡Gracias!

Agradecimientos

Quisiera agradecer a mi familia por ser mi cómplice en cumplir este sueño, especialmente a mi mamá, por estar conmigo en casa paso y ser mi ejemplo. A mi tía Yonaiker, por impulsarme y motivarme a ser mejor cada día y a mis hermanas Andreina y Alezka. A mi compañero de vida, Luis, por apoyarme y consentirme en todo momento durante estos 5 años. A todos mis compañeros, profesores y amigos por formar parte de este camino. Y a la UCAB, por ser mi casa durante estos 5 años, porque en todo
“Amar y servir”.

Erika Navas

Gracias a mis padres por el constante apoyo, a mis amistades por ayudar en lo posible y a nuestra tutora por guiarnos en este camino a la excelencia.

Andrea Velasco

RESUMEN

Este proyecto de investigación tuvo como propósito principal analizar el impacto que ha generado la crisis eléctrica en Venezuela en el funcionamiento de las empresas de entretenimiento como las salas de cine, caso Cinex. La metodología usada en este trabajo de investigación entra en la categoría de investigación explicativa. La técnica de recolección de datos utilizada es la entrevista, aplicada a la unidad de análisis, la Gerencia de Mercadeo y la dirección de Comunicaciones. El análisis de los resultados obtenidos llevó a la conclusión de que efectivamente la falta de electricidad afectó directamente a todas las empresas venezolanas, ya sea de manera operacional o económica; y en el caso de Cinex, los complejos de Caracas se vieron menos afectados que los del interior del país. Sin embargo, las principales consecuencias fueron: pérdida de insumos en la caramelería, tener que reprogramar las funciones, baja significativa en los ingresos de los meses marzo y abril, ausentismo laboral y algunos daños en los equipos.

Palabras clave: crisis, apagones eléctricos, empresa de entretenimiento, cine, comunicación externa.

ABSTRACT

This investigation project had the principal purpose of analyzing the impact of the electric crisis in Venezuela in the working of entertainment companies as the movie theaters of Cinex. The methodology used in this work of investigation belongs to the category of explicative investigation. The used data collection technique was the interview, applied to the unity of analysis, the Marketing Management and the Communications Management. The results analysis obtained took to the conclusion that, effectively, the lack of electricity directly affected all venezuelan companies in a operational or economic way. In the Cinex case, the Caracas complexes were less affected that the others in the interior states. However, the main consequences were: lost of food supplies, significative down in the income of March and April, absenteeism to work and equipments damaged.

Words key: crisis, electric blackouts, entertainment company, movie theater, external communication.

INTRODUCCIÓN

Aunque la electricidad se haya conocido, estudiado y aplicado desde los inicios del hombre en la tierra, no fue sino hasta finales del siglo XIX que comenzó su provecho para la vida cotidiana con su invento. A partir de ese momento, la tecnología eléctrica se expandió rápidamente, a tal punto de volverse la columna vertebral de la sociedad actual (Jones, 1991) y usándose para prácticamente todas las cosas.

Su uso diario inició con la Segunda Revolución Industrial, cuando la electricidad comenzó a ser empleada para alumbrar hogares y calles. Las aplicaciones del fenómeno físico fueron ampliándose y se inventaron el motor eléctrico, la refrigeración de alimentos, los sistemas de comunicación como el telégrafo y luego el teléfono, etc. Actualmente es casi imposible enumerar todas las cosas que el ser humano hace con ayuda de la electricidad.

Así mismo, los avances eléctricos influenciaron el desarrollo de la industria del entretenimiento a como se conoce hoy en día. La radio, el cine y la televisión han sido explotados desde el primer momento para el entretenimiento de las masas. Por ello y gracias a la electricidad y al desarrollo tecnológico, un programa de radio o televisión, una película, pueden ser vistos en cualquier parte del mundo.

El cine se ha convertido en uno de los pilares del entretenimiento, pues ofrece una distracción que no implica mucho tiempo y que, además, trata temas tanto reales como fantasiosos. Su impacto es tal, que sólo en los Estados Unidos se espera que recaude un aproximado de 35.3 billones de dólares para el año 2019 (Statista, 2019. <http://cort.as/-H4eb>).

Siguiendo la importancia que ha alcanzado la electricidad en el mundo actual, la falta de ella, así sea por escasos momentos, es grave y difícil de manejar. Cuando las Naciones Unidas (1966) reconoce los

derechos económicos, sociales y culturales como derechos humanos, la energía eléctrica se vuelve, inmediatamente, un derecho humano, pues sin ella no habría vivienda digna, alimentación adecuada, entre otros.

Se entiende por crisis energética o eléctrica a una situación que se caracteriza por la escasez del suministro de energía viéndose imposibilitado así de abastecer por completo la demanda del mercado energético. (Significados, 2017. <http://cort.as/-H4YI>).

Al ser considerado un derecho, la falta de electricidad no solo afecta las necesidades básicas, sino también aquellas de recreación y ocio. En una crisis de esta naturaleza, la industria del entretenimiento se vería gravemente afectada, pues no contarían con la carga eléctrica suficiente para ofrecer sus productos y servicios.

Sin embargo, en países o zonas donde las fallas eléctricas se han vuelto recurrentes, las empresas se han adaptado para no desaparecer. El uso de plantas eléctricas independientes, energía solar e incluso cambio en los servicios para que la electricidad no sea necesaria son algunas de las prácticas adoptadas. Este es el caso de algunas empresas ubicadas en Venezuela, tal como lo es Cinex.

De allí surge el interés de los investigadores de abordar un tema tan actual e importante como lo es la crisis eléctrica en Venezuela, además de los efectos que ha ocasionado en todas las industrias, en el caso específico de las de entretenimiento.

Este trabajo de investigación, está estructurado en capítulos: siendo para el Capítulo I, Planteamiento del problema, se desarrollará el problema, objetivos justificación y delimitación; el Capítulo II, Marco referencial, se expondrá la historia, misión, visión y servicios que ofrece la empresa Cinex; el Capítulo III, Marco teórico, hará referencia a los antecedentes y conceptos asociados de la investigación; el Capítulo IV, Marco metodológico, explicará la metodología de la investigación; el Capítulo V, Análisis e Interpretación de

resultados, analizará toda la información obtenida para recoger con las conclusiones y recomendaciones del trabajo.

CAPÍTULO I.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. El problema

Desde 2009 y con la aparición del fenómeno meteorológico de El Niño, Venezuela ha sufrido una crisis energética que cada vez se ha vuelto más recurrente y más difícil de controlar. Finalizando ese año, el país sufrió 4 apagones nacionales que derivaron en un racionamiento eléctrico a todos los estados menos la capital, Caracas (El Universo, 2009. <http://cort.as/-H4eR>).

A partir de ese momento los cortes eléctricos se hicieron comunes para la comunidad venezolana, especialmente en el interior del país. Sin embargo, el 7 de marzo de 2019 ocurrió un nuevo apagón nacional que dejó a 24 estados sin electricidad por más de 100 horas; este hecho dio inicio a una nueva oleada de cortes no planificados del servicio. Al momento de la realización de este trabajo de investigación, han ocurrido 5 apagones que afectaron a todo el país, sin contar los cortes eléctricos diarios que afectan a los estados del interior.

Esta situación interrumpe la rutina de las personas y empresas, pues sin energía es imposible realizar actividades básicas como trabajar, estudiar, mantener refrigerados alimentos y medicinas, entre otros. Así mismo, hospitales, transporte público, mercados y numerosas instituciones que no pueden operar con regularidad ni ofrecer un servicio de calidad.

Este es el caso de las empresas de entretenimiento, entre ellas las salas de cine. Una de ellas es Cinex, que cuenta con más de 160 salas en todo el país y que opera a diario en distintos horarios. Ante las fallas eléctricas, la organización ha visto afectada no solo su programación, sino

también promociones, daños en equipos, así como insumos de la caramelería y, sobre todo, pérdida de la audiencia y de tickets vendidos.

A raíz de esta problemática, han surgido algunas interrogantes que los autores de este trabajo de investigación consideran pertinentes de formular y, luego de haber recolectado toda la información necesaria, responder:

- 1) ¿Cuáles fueron las causas que generaron la crisis eléctrica en Venezuela?
- 2) ¿Qué consecuencias causó la crisis del sector eléctrico en las salas de cine Cinex?
- 3) ¿Cuáles fueron las alternativas de programación de la empresa ante la crisis eléctrica del país?
- 4) ¿Qué tipo de acciones comunicacionales adoptó Cinex para informar a sus usuarios el cambio de programación?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Analizar el impacto que ha generado la crisis eléctrica en Venezuela en el funcionamiento de las empresas de entretenimiento como las salas de cine. Caso Cinex.

1.2.3. Objetivos específicos

- 1) Identificar las causas que generaron la crisis eléctrica en Venezuela.
- 2) Identificar las consecuencias de la crisis del sector eléctrico en las salas de cine Cinex.
- 3) Conocer las alternativas de programación de la empresa sujeta de estudio ante la crisis eléctrica del país.

- 4) Identificar las acciones comunicacionales adoptadas por parte de Cinex para informar a sus usuarios el cambio de programación.

1.3. Justificación

Para Berganza y Ruiz (2005) una investigación se justifica a partir de cinco criterios: conveniencia, proyección social, implicaciones prácticas, aporte teórico y aporte metodológico. En el caso de esta investigación se considera que se aplican dos de estos criterios, proyección social e implicaciones prácticas.

Según lo explicado por Berganza et al. una investigación cumple con las implicaciones prácticas cuando entre sus objetivos están presente aspectos que pueden contribuir con la solución de un problema. Por otra parte, “una investigación tiene proyección social cuando responde a las demandas de una sociedad determinada, un grupo social, instituciones o sus resultados previsibles pueden ser de interés para estas instancias” (2005, p.p. 47-48).

Actualmente Venezuela se encuentra en una crisis energética en la que se ha visto perjudicado todo el país, las industrias del entretenimiento no escapan de esta realidad, como es el caso de las salas de cines de Cinex, por eso al evaluar la proyección social de esta investigación se ha considerado responder a las demandas de esta industria. Así mismo con las implicaciones prácticas, ya que con esta investigación se desea contribuir o brindar herramientas para abordar la crisis eléctrica del país en sectores como el de entretenimiento.

1.4. Delimitación

Este trabajo investigará los efectos que ha ocasionado la crisis eléctrica en Venezuela, ocurrida a partir del 7 de marzo de 2019, en las

salas de cine de la empresa Cinex ubicadas en el Distrito Capital. La investigación se desarrollará durante los meses: abril, mayo, junio y julio del presente año, para el cual se realizarán 2 entrevistas a Gerentes de Cinex.

CAPÍTULO II.

MARCO REFERENCIAL

2.1. Historia

Cinex (Circuito Nacional de Exhibidores) es una cadena de cines venezolana propiedad de Evenpro, una de las productoras de eventos con mayor importancia en el país.

Gracias al vídeo corporativo que otorgó la organización al momento de realizar este trabajo de investigación, se puede decir que Evenpro comenzó cuando su actual presidente, Santiago Otero, estaba participando en un campeonato de surf en Costa Rica y se inspiró a organizar uno similar en Cuyagua, estado Aragua. El campeonato fue un éxito y Otero logró ganar la confianza de importantes patrocinadores para un futuro evento; gracias a dicho patrocinio, fue posible realizar los Juegos Publicitarios, rallies, maratones, triatlones, etc.

Así la empresa fue creciendo y ganando clientes importantes como P&G, Ariel, Astor y más. Realizaron un evento musical para este último en La Carlota donde asistieron más de 150.000 personas. Así mismo fueron seleccionados como la productora encargada de realizar Disney on Ice, evento que se volvió emblemático en todo el país.

En el 2000 deciden darle un cambio al logotipo de Evenpro, y organizaron un evento junto a David Copperfield, un ilusionista estadounidense de gran renombre, para que mostrara la nueva imagen durante el espectáculo de magia. Así, poco a poco se expandieron en todo el continente americano, trabajando no solo en Venezuela sino también en Miami, República Dominicana, Puerto Rico, Panamá, Costa Rica, Colombia, Ecuador, Brasil, Chile y Argentina. Gracias a todo ello Evenpro decide

ampliarse también a nivel nacional y adquiere Cinex, haciendo una unión entre el cine y los espectáculos hasta hoy en día.

2.2. Misión, visión, valores

De acuerdo con la información obtenida directamente en las oficinas de Cinex y Evenpro, ubicadas en La Campiña, Caracas, la misión de dicha empresa cinematográfica es crear momentos de felicidad inolvidables ofreciendo a todas las generaciones experiencias mágicas de entretenimiento.

De igual manera, la visión de Cinex puede resumirse en liderar la oferta de entretenimiento, destacando por brindar un servicio de alta calidad y permanecer en la vanguardia gracias a la entrega y compromiso de sus colaboradores.

Dicho esto, sus valores corporativos son aquellos que van de la mano con su misión y visión. Estos serían la entrega, el aprendizaje, la sinergia, el compromiso, la honestidad y, sobre todas las cosas, la felicidad.

2.3. Productos y servicios

Cinex es la cadena de cines con mayor alcance en toda Venezuela, ya que cuenta con 27 complejos cinematográficos y más de 160 salas en las ciudades más importantes del país.

Los servicios que ofrece la compañía son innovadores en temas de tecnología. Por ejemplo, en el año 2009, Cinex se convirtió en la primera cadena de cines en proyectar un largometraje en 3D (películas con efectos tridimensionales) y, en el año 2013, destacó con una nueva sala 4DX (películas con efectos especiales tales como movimiento de asientos, lluvia, olores, etc). Hasta el momento de realizar este trabajo de investigación,

Cinex es la única empresa que cuenta con salas de este tipo, teniendo 3 en la capital del país (C.C. El Recreo, C.C. San Ignacio y C.C. Paseo el Hatillo).

En cuanto al área de caramelería, ofrecen diversos combos de alimentos y bebidas para cada tipo de cliente. Sus productos incluyen cotufas, refrescos, golosinas, perros calientes y hasta platos típicos nacionales como tequeños.

También comercializan sus entradas dependiendo del tipo de película que se espectralá y la edad del cliente. Por ejemplo, una película 2D es más económica que una 3D; lo mismo sucede con la edad de quien asista, los niños y adultos mayores obtienen un descuento en el precio de la entrada. También ofrecen descuentos dependiendo del día de la semana o fechas importantes; en este caso particular, todos los lunes las entradas se encuentran a mitad de precio.

Así mismo, la empresa cuenta con una página web donde es posible consultar la cartelera, precios de entrada y adquirir las mismas a través de ella. De igual manera, también posee una aplicación móvil que cumple las mismas funciones que la web.

Toda la información sobre los productos y servicios de Cinex fue consultada en su página web oficial (<http://bit.ly/2DDRPEe>) durante el tiempo de realización de este trabajo de investigación.

CAPÍTULO III.

MARCO TEÓRICO

3.1. Antecedentes de la investigación.

Como antecedentes para el presente trabajo, los autores consideraron dos investigaciones que pueden ser de utilidad por su similitud temática: crisis en la industria cinematográfica o efectos de una crisis eléctrica a un particular.

Arriaza K. y Bemuren S. (2015), El impacto de la crisis en la industria cinematográfica en Europa, Universidad Complutense de Madrid y Universidad Rey Juan Carlos:

Este trabajo analiza el impacto que ha producido la crisis económica y financiera más reciente en la industria del cine de siete países europeos. La investigación concluye que, en efecto, dicho crisis ha generado un impacto negativo en España e Italia, y uno muy grave en Portugal; mientras que en el Reino Unido se ha experimentado un crecimiento apreciable, como en Francia y Alemania también lo ha hecho, aunque en menor medida.

Para el primer tema Arriaza y Bemuren (2015) analizan el impacto de la crisis en la industria cinematográfica en Europa. El mencionado trabajo puede ser de utilidad para el desarrollo de la presente investigación puesto que estudia la industria del cine y los efectos que pueda causar en ella una crisis, en este caso, una económica. Aunque la delimitación no sea la misma (una abarca Europa, otra solo Venezuela), la investigación realizada en conjunto con la Universidad Complutense de Madrid y Universidad Rey Juan Carlos abre un camino interesante seguir.

Villegas A., Aller J., de Oliveira P., Martínez M., Díaz H., Salazar L., Molina J., y González M. (2010), La USB ante la Crisis del Sector Eléctrico Venezolano, Universidad Simón Bolívar:

Este trabajo se refiere a la crisis que atraviesa el sector eléctrico venezolano. Especialistas alertaron a las autoridades competentes sobre la necesidad de realizar inversiones para el mantenimiento del sector eléctrico. Cuando la falta de dicha inversión se une a una política centralista más la estatización del sector, aunado a que no se resuelven los graves problemas de generación, transmisión y distribución, la productividad y bienestar de la sociedad venezolana se ven afectados. La crisis que se pronosticó continuará profundizándose durante los próximos años a menos que se resuelvan los problemas inversión, seguimiento, gerencia, eficacia y eficiencia. Además de educar a la población para el uso consciente del recurso energético. En este trabajo se plantean acciones concretas para solventar la crisis en el corto y mediano plazo.

Para el segundo tema los autores del trabajo estudiaron el efecto de la crisis eléctrica en la Universidad Simón Bolívar. En este caso, el trabajo puede ser de utilidad ya que trata sobre cómo la crisis eléctrica existente en Venezuela puede afectar a una organización en particular (ya sea de educación o entretenimiento). Siendo un estudio más cercano geoculturalmente, los investigadores consideran que es la investigación más relevante para ser tomada como antecedente.

3.2. Crisis

Una crisis es una modificación importante o cambio brusco de un suceso que puede ser tanto física como simbólica (definicion.de, <http://bit.ly/305vTM2>). Así mismo, Fink (1986) describe que una crisis es aquella situación en riesgo de:

- Aumentar su intensidad.

- Ser objeto de inspección de por un gobierno o medios de comunicación.
- Interferir en la normalidad de los negocios.
- Poner en peligro la imagen de la organización o directiva.
- Afectar el balance de la compañía.

Es decir, una crisis organizacional es un estado que afecta directamente a la normalidad de una empresa y que debe ser manejada a la brevedad para evitar su empeoramiento.

3.3. Causas de la crisis

Una organización puede verse envuelta en una crisis por diversas razones. Sin embargo, existe una serie de causas comunes que puntualiza el Grupo Piquer (2017, <http://bit.ly/2JovFtg>) que conducen a una situación de este estilo:

- A) Catástrofes: aquellos sucesos que alteran la supervivencia o, en el caso de las organizaciones, la vida corporativa.
- B) Fallos funcionales: implica riesgos a la salud y seguridad de las personas de la organización.
- C) Crisis de honorabilidad: sucede cuando alguno de los directivos toma acciones que no van de la mano con los valores de la organización o cuando la empresa no es transparente con sus actos.
- D) Amenazas económico-financieras: es una de las causas más comunes de crisis en las organizaciones, pues va de la mano con la caída de los mercados financieros donde se mueve la empresa.
- E) Crisis interna: surge gracias a situaciones no resueltas como conflictos laborales, baja productividad, desmotivación por parte de los empleados, rumores que no se aclararon a tiempo, etc (pr. 3).

3.4. Consecuencias de la crisis

Aunado al punto anterior, cada una de las causas de una crisis tiene sus consecuencias directas en la organización (Ibíd.):

- A) Catástrofes: puede acarrear consecuencias jurídicas a la organización, generar una alarma social y hasta afectar la supervivencia de la empresa.
- B) Fallos funcionales: conlleva a caída importante de ventas, conflictos con los consumidores y hasta pérdida de confianza por parte del mercado.
- C) Crisis de honorabilidad: ante una crisis de este estilo la imagen y reputación de la organización puede verse afectada o deteriorada, además de perder competitividad y verse involucrada en sanciones administrativas.
- D) Amenazas económico-financieras: puede llevar a que la organización sufra una pérdida de valor, cambio de la directiva y, sobre todo, desorientación por parte de los empleados.
- E) Crisis internas: produce un grave deterioro del clima interno organizacional y afecta la productividad de la empresa. También puede generar una lucha con los sindicatos o pérdida de estándares de calidad (pr. 3).

3.5. Contingencia

Una contingencia es, de acuerdo a la Real Academia Española (<http://bit.ly/2VNV8YG>), la probabilidad de que algo suceda o no. Cuando se trata de temas organizacionales, se debe establecer un plan de contingencia ante situaciones que puedan afectar a la empresa.

Por otro lado, una contingencia también puede ser considerada como una situación que amerita que una persona u organización cambie su comportamiento para lograr una determinada acción (definición.de, <http://bit.ly/2DWwqGr>).

3.6. Empresas de entretenimiento

Aunque no exista una definición oficial de las empresas de entretenimiento, puede describirse a través de la acepción de las palabras que lo conformen.

De acuerdo con la Real Academia Española (<http://bit.ly/2DVzanH>) una empresa es una “unidad de organización dedicada a actividades comerciales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos”. Así mismo, el entretenimiento es la acción de entretener o cosa que sirve para entretener (Ibíd., <http://bit.ly/2VrKKli>).

Ante los dos significados, puede inferirse que una empresa de entretenimiento es toda aquella organización dedicada a la prestación de servicios de entretenimiento con fines lucrativos.

3.7. Cine

Una de las empresas de entretenimiento con mayor auge y más importante en el mundo es el cine, por su gran valor cultural y todo lo que conlleva.

La Cineteca de Nacional de México (1974) definió al cine como la forma vivida de registrar la realidad, de plasmar en imágenes y sonidos la historia y desde testimoniar desde un simple acontecimiento, hasta toda una concepción política, ideológica y filosófica sobre la realidad. Por su parte El pequeño Larousse ilustrado (1996) explica que el cine también se puede definir como el edificio destinado a la proyección de películas cinematográficas. Como afirma Riccioto Canudo, es la unión de arte e industria. Es decir, comprende el arte de crear y proyectar películas.

3.8. Medios de comunicación

Muchos autores convergen en que el cine es un medio de comunicación, donde expresan ideas, sentimientos, opiniones, pensamientos, información, entre muchas cosas más. Tal y como lo explica Álvarez (2011) El cine es un lenguaje que al mismo tiempo es comunicativo y estético. Por lo que se puede considerar el cine como un medio de comunicación.

Entendiendo como medio de comunicación “el elemento o el modo utilizado para poder llevar a cabo cualquier tipo de comunicación” (Raffino, 2019, pr.1. <http://bit.ly/2JCSsBR>). Este término es usado normalmente para referirse a los medios de comunicación masiva. Es decir, son las distintas herramientas usadas para transmitir un mensaje a una persona o a un grupo más amplio.

3.9. Acciones comunicacionales

Como lo describe Habermas (1981), la acción comunicativa no es más que la interacción lingüística y acciones entre dos entes (en este caso, la empresa y su público) con el fin de establecer una relación. Dicha relación puede ser personal, política, de negocios, entre otras.

Es decir, todo aquello que se haga con el fin de conectar con otra persona u organización, es una acción comunicativa. A lo largo de los años, con la evolución de conceptos y avances tecnológicos, las acciones comunicacionales han ido desarrollándose y especializándose cada vez más.

3.10. Comunicación externa

La comunicación externa es el conjunto de acciones comunicacionales que buscan conectar a la empresa u organización con

aquellos grupos de interés que no pertenecen a ella (público, comunidades, otras organizaciones) con el cual comparten un interés común (Soto, 2011). Sin embargo, la comunicación externa cumple un único objetivo: obtener una opinión positiva de estos grupos.

Asimismo, este tipo de comunicación también busca gestionar la imagen de la empresa de manera favorable, manejar correctamente el diálogo con sus públicos y, sobre todo, poner en contexto a la empresa con su entorno (Ibid.).

3.11. Voceros

Como lo indica Osorio y Sánchez (2013) Un vocero es un portavoz, es decir, una persona designada por una organización para que exprese por ella los mensajes autorizados. En las empresas, el vocero es el elegido para hablar en los medios de comunicación y a los diferentes públicos.

Por ende, a la definición anterior, cualquier comunicación oficial que una empresa desee hacerle llegar a su público de interés, deberá hacerse mediante un vocero o portavoz.

CAPÍTULO IV.

MARCO METODOLÓGICO

4.1. Modalidad de la investigación

Acorde a las Modalidades de Investigación establecidas por la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (2019. <http://cort.as/-H4e8>), este trabajo de investigación entra en la categoría de investigación explicativa, puesto que su intención es profundizar y determinar las causas y efectos de la crisis eléctrica en Venezuela sobre las empresas de entretenimiento, en el caso específico de las salas de cine de Cinex.

4.2. Tipo de investigación

Tal y como lo explican Hernández, Fernández y Batista (2014), una investigación de tipo explicativo va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos ya que pretende determinar las causas, efectos y consecuencias del objeto de estudio. Proporcionando así un sentido de entendimiento del fenómeno al que se hace referencia.

En el caso de esta investigación se considera que es de tipo explicativo ya que busca analizar las causas de la crisis eléctrica en Venezuela identificando las consecuencias que esta crisis ha generado a la industria del entretenimiento, específicamente en las salas de cine de Cinex.

4.3. Definición de variables

Como lo señalan Hernández, Fernández y Baptista (2014) una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse. Es decir, es una propiedad que tiene una variación

que puede medirse u observarse. Por ejemplo: la presión arterial o el género.

4.4. Operacionalización de variables y objetivos

Tabla N°1: Cuadro de operacionalización de variables:

Objetivo	Variable	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Sub-indicadores	Ítems	Fuentes
Identificar las causas que generaron la crisis eléctrica en Venezuela.	Causas crisis eléctrica en Venezuela.	La serie de factores o circunstancias que ocasionaron la crisis eléctrica en Venezuela (Elaboración propia, 2019).	Técnicas.	Poca inversión.		1 y 2.	Entrevista.
				Falta de mantenimiento.			
				Personal capacitado.			
			Políticas.	Desvío de fondos a otros proyectos.			
				Mala gerencia y administración.			
				Corrupción.			
			Ambientales.	Fenómenos ambientales.			
				Cambios climáticos.			

Identificar las consecuencias de la crisis del sector eléctrico en las salas de cine Cinex.	Consecuencias de la crisis eléctrica en Cinex.	Es el resultado o el efecto de la crisis eléctrica en la empresa de entretenimiento Cinex (Elaboración propia, 2019).	Económico.	Bajos ingresos provenientes de los usuarios.		3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 y 11.	Entrevista.
				Reparación de equipos.			
				Escasez de insumos.			
			Material.	Equipos afectados.			
				Pérdida de insumos, repuestos, materiales.			
			Laboral.	Movilización de empleados.			
				Problemas familiares.			
				Abandono del trabajo.			

<p>Conocer las alternativas de programación de la empresa sujeta de estudio ante la crisis eléctrica del país.</p>	<p>Alternativas de programación de Cinex.</p>	<p>Son las distintas opciones de programación de contingencia que se plantea la empresa Cinex en una situación de crisis (Elaboración propia, 2019).</p>	<p>Opciones.</p>	<p>Reprogramación de horarios.</p>	<p>Funciones matutinas.</p>	<p>12, 13, 14 y 15.</p>	<p>Entrevista.</p>
				<p>Cambio de salas.</p>	<p>Cambio de funciones a otras salas u otros cines debido a la contingencia.</p>		
				<p>Extensión de promociones.</p>	<p>Extensión de la fecha de promociones de marzo</p>		

Identificar las acciones comunicacionales adoptadas por parte de Cinex para informar a sus usuarios el cambio de programación	Acciones comunicacionales de contingencia Cinex.	Las diversas decisiones que toma el personal de comunicaciones de Cinex para abordar los planes de contingencia que se estarán llevando a cabo para informar a los clientes sobre la situación de crisis (Elaboración propia, 2019).	Tipos de comunicación.	Redes sociales.	Facebook.	16, 17, 18, 19, 20, 21, 22 y 23.	Entrevista.
					Instagram.		
					Twitter.		
					Correo electrónico.		
				Presencial	Empleados en taquilla.		
				Comunicados.	Notas de prensa.		
					Memorandos.		
Circulares.							

Fuente: Elaboración propia (2019).

4.5 Población y unidad de análisis

Tal y como lo explica Hernández, Fernández y Baptista (2014) una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones, es decir la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. En el caso de esta investigación la población son todas las salas de cines de Cinex.

Los autores también definen unidad de análisis como los sujetos que van a hacer medidos, en esta investigación las unidades de análisis son: Gerencia de mercadeo y Gerencia de comunicaciones de la empresa Cinex en Caracas.

4.6. Técnicas de recolección de datos

Méndez (1999) define las técnicas de recolección de datos como los medios empleados para reunir la información. Entre los que destacan la observación, encuestas, entrevistas, focus group y cuestionarios.

En el caso de esta investigación se trabajará con la entrevista. Como la define Tamayo y Tamayo (2003), es la relación establecida entre el investigador y su objeto de estudio a través de individuos o grupos con el fin de obtener testimonios orales. Según Fernández, Hernández y Baptista (2014), las entrevistas implican que una persona calificada aplica el cuestionario a los sujetos participantes, el primero hace las preguntas a cada sujeto y anota las respuestas.

Las entrevistas se clasifican en estructuradas, semiestructuradas o no estructuradas o abiertas. Las entrevistas estructuradas, son aquellas en que el entrevistador utiliza una guía de preguntas específicas. Por el contrario, las entrevistas semiestructuradas, también utilizan una guía de preguntas, pero el entrevistador tiene la libertad de realizar preguntas adicionales. En el

caso de la no estructurada el entrevistador no tiene ningún tipo de guía. En el caso de esta investigación se trabajará con la entrevista semiestructurada.

4.7. Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto de estudio produce resultados iguales. Por lo tanto, se puede decir que un instrumento de medición es confiable cuando produce resultados coherentes y consistentes. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

4.8. Validación del instrumento

Tal como lo indican Hernández, Fernández y Baptista (2014) la validez se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir. La misma puede tener distintos tipos de evidencia: la validez de contenido es el grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide, por otra parte la validez de criterio es la que se establece al comparar sus resultados con los de algún criterio externo que pretende medir lo mismo. Y la validez del constructo se refiere a qué tan bien un instrumento representa y mide un concepto teórico. En cuanto mayor evidencia de validez tenga el instrumento más se acercará a representar las variables que pretende medir.

.4.9. Procedimiento

Para la realización de este trabajo de investigación se utilizó como instrumento de recolección de datos la entrevista, a los dos gerentes de Cinex.

Se le solicitó una entrevista a la Directora de Comunicaciones de Cinex, María Gabriela Suárez, la cual fue realizada de manera presencial y

tuvo una duración de 45 minutos. Para coordinar dicha entrevista no hubo mayores inconvenientes, la comunicación fue vía WhatsApp y se estableció un día en que los investigadores se acercaron a donde estaba Suárez, la Universidad Católica Andrés Bello, para conversar con ella.

Por otra parte, también se le solicitó una entrevista a la Gerente de Mercadeo de Cinex, Gretty Fernández. Sin embargo, ella pidió que se le enviara el cuestionario vía correo electrónico ya que no contaba con tiempo suficiente para una reunión. La entrevistada envió sus respuestas por la misma vía a los dos días.

Para la tercera entrevista, los investigadores se acercaron a las oficinas de Evenpro ubicadas en La Campiña, Caracas. Allí fueron atendidos por la recepcionista y remitidos a la encargada de Recursos Humanos. No obstante, no se pudo realizar la tercera entrevista ya que no había personal capacitado para responder las preguntas de los investigadores el día de la visita.

4.10 Limitaciones

Las limitaciones de esta investigación se encontraron principalmente al momento de realizar las entrevistas, ya que las personas seleccionadas tienen una agenda de trabajo compleja. Por ello, se hizo complicado mantener una comunicación fluida para poder coordinar las fechas de dichas entrevistas.

Por otro lado, la mayor limitación consistió en realizar la tercera entrevista, la cual se tenía previsto que fuera con la Gerencia de Atención al Cliente. En primer lugar, porque no se logró el contacto directo con la persona encargada, puesto que la parte que ofreció el enlace al final no cumplió. En segundo lugar, cuando los investigadores se acercaron a las oficinas de Cinex para tantear si hubiera alguna persona disponible a quién realizarle la entrevista, fueron remitidos a la encargada de Recursos

Humanos, sin embargo, la investigación no era de su área de estudio por lo que no se pudo realizar.

CAPÍTULO V

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

5.1 Matriz descriptora de datos

Para lograr un mejor análisis de los resultados obtenidos al aplicar el instrumento N°1 o guía de entrevista, los investigadores han considerado conveniente realizar una matriz descriptora de datos. A continuación, el ejemplo del modelo utilizado:

Tabla modelo de matriz para vaciar resultados:

Tabla N°2: Modelo de matriz descriptora de datos

N° pregunta	Entrevistado #1	Entrevistado #2

Fuente: Elaboración propia (2019)

El número de pregunta corresponde al ítem que se tocó en la entrevista a partir del instrumento N°1 o la guía de preguntas utilizada. En el caso del entrevistado N°1 corresponde a Gretty Fernandez, Gerente de Mercadeo y el entrevistado N°2 María Gabriela Suárez, Directora de Comunicaciones de Cinex.

5.2 Matriz descriptora de resultados a partir del instrumento N°1

Tabla N°3: Matriz descriptora de datos para el instrumento #1

N° pregunta	Entrevistado #1 Gretty Fernández	Entrevistado #2 María Gabriela Suárez
1	Esta pregunta es una opinión personal y no de la empresa.	Esta es una opinión netamente personal. La situación es crítica, en Caracas no nos hemos visto tan afectados, pero en el interior sí.
2	Esta pregunta es una opinión personal y no de la empresa.	No, porque nunca ha habido información oficial o admisión de culpa de alguien.
3	El problema eléctrico afectó a todo el país, por lo cual Cinex no dejó de verse afectado por esta situación.	Sí, la situación fue crítica durante el primer trimestre del año con los apagones.
4	Reprogramar funciones, malestar general en el público asistente, ofrecer menor cantidad de funciones y devolución de dinero.	Por ejemplo en la programación de funciones, reembolso de entradas, fallas en los aires acondicionados de los centros comerciales. Así como con las funciones 4D, ya que sin luz ni agua se perdían muchos de los efectos.
5	El problema eléctrico en Venezuela afectó directamente la economía del país, no se pudo mantener operativas todas las funciones de cada cine.	Al no tener luz no se pudo tener admitidos, por lo que bajó el volumen de asistentes a la sala y tuvimos menos ingresos.
6	El ingreso a las salas de los cines disminuyó considerablemente por la falta del servicio eléctrico o de los servicios básicos, como agua y seguridad.	Nuestra ganancia verdaderamente está en la dulcería, entonces si además no puedo tener el admitido que ya me estás quitando el 10% de la entrada, no tengo luz para prender el cotuero y servirte el refresco, pierdo mi ganancia.
7	Hasta los momentos no ha fallado ninguno de los equipos.	No lo sé, no estoy involucrada con el Departamento de Programación. Pero de manera extraoficial sí, nos han fallado algunos bombillos, proyectores y pistolas de refrescos. También las sincronizaciones entre la programación que se hace internamente en la oficina, los horarios de la página web y aplicación, y los horarios en el cine.

8	No aplica.	Sí, se compró una planta para el Tolón y se buscó un servidor distinto a Cantv.
9	No.	Se perdieron muchos muchos nuggets, salchichas, todo lo que era congelado.
10	Se vieron afectados por la incertidumbre de la situación país.	Todo lo que es personal de cine, sala, limpieza y todo eso claro que sí, se vieron afectados porque les costaba mucho llegar al trabajo. Empleados de atención al cliente y el equipo de RRSS que no podían responder pues no se sabía si iba a haber luz o no.
11	Sí, se vio afectado.	Fue más que todo con los empleados que trabajan en salas.
12	La Dirección de Operaciones de Cinex implementó un plan de contingencia de caras a los usuarios y de caras a la operativa.	Se está evaluando la compra de planta para todos los cines, pero es un costo bastante elevado.
13	Sí.	Sí, se abrieron funciones especiales (adicionales) que requirieron de mucho control manual.
14	Se reprogramaron funciones para días a futuros.	No, no había forma de saber en qué otros cines había luz. Además, no se puede hacer porque Cinex trabaja con bandas de precios distintas para cada sala.
15	Continuaron vigentes las promociones activas.	Pudimos ejecutar las ¾ partes de la campaña, si acaso la mitad, pues justo el día del primer apagón fue el día antes del anuncio de la campaña por el Día de la Mujer. Adicional durante todo el mes de marzo, las mujeres iban a tener las entradas gratis al cine, cosa que pudimos ejecutar sólomente la última semana del mes..
16	In situ y en RRSS.	Netamente por RRSS.
17	RRSS.	RRSS.
18	In situ y en RRSS.	Por RRSS y cuando se podía. Era como un ciclo vicioso, nosotros no teníamos internet pero el usuario tampoco tenía.

19	Se informó a la comunidad sobre los complejos que presentaban inconsistencia en el suministro eléctrico y los que sí prestaban servicios.	Viéndolo netamente de manera corporativa sí se comunicó como debía ser. En términos de manejar la crisis como tal, eléctrica, se disminuyera en cierto punto el descontento de los clientes, sí fue efectivo y exitoso.
20	Sí, todos los empleados manejaban un speech.	Sí.
21	En caso de una falla eléctrica se le informaba a los clientes los pasos a seguir para reprogramar su nueva visita.	Ya tienen un manual de manejo de la situación que va desde el empleado de sala que es el que prende las luces de emergencia, indica que tienes que ir a la taquilla donde está el gerente, los subgerentes y taquilleros para recibir y firmar las entradas.
22	Se publicó información sobre los complejos que estaban prestando servicio.	No, solo se publicó en RRSS.
23	No aplica.	No ameritaba una nota de prensa porque no tenía nada que declarar la empresa ante esa situación, la falla no fue nuestra.

Fuente: Elaboración propia (2019).

5.3 Interpretación de resultados

La interpretación de resultados de este trabajo de investigación se basará en las respuestas obtenidas por las fuentes consultadas, la Gerencia de Mercadeo y la Dirección de Comunicaciones de Cinex.

Para la pregunta #1, ambos entrevistados coincidieron en que la respuesta sería una opinión personal y no de la empresa. Sin embargo, el entrevistado N°2 definió la situación eléctrica del país como crítica, pero de menor intensidad en la ciudad de Caracas.

Para la pregunta #2, el entrevistado N°1 argumentó nuevamente que dicha respuesta se trataba de una opinión personal y no de Cinex. Por otro lado, el entrevistado N°2 respondió que no se encontraba al tanto de las causas que ocasionaron la crisis eléctrica puesto que, hasta los momentos de realizar este trabajo, no se ha publicado ninguna información oficial al respecto.

Para la pregunta #3, ambos entrevistados respondieron de forma afirmativa que la crisis eléctrica afectó de manera crítica a la empresa, sobre todo durante el primer trimestre del año. No obstante, el entrevistado N°2 declaró que Cinex se ha visto afectado por esta temática desde hace varios años, con mayor intensidad en el interior del país.

Para la pregunta #4, los entrevistados N°1 y N°2 coincidieron en que la crisis eléctrica tuvo como consecuencia la necesidad de reprogramar funciones, realizar un reembolso de las entradas, el sentimiento de malestar general por parte del público y fallas en los aires acondicionados de las salas. Así mismo, el entrevistado N°2 también agregó que las funciones 4D se vieron afectadas, ya que no podían ofrecer todos los efectos especiales por falta de electricidad y agua.

Para la pregunta #5, ambos entrevistados confirmaron que la crisis eléctrica del país afectó directamente en la economía de Cinex, ya que el

volumen de asistencia a las funciones disminuyó, por lo que se obtuvieron ingresos menores a los acostumbrados. De igual manera para la pregunta #6, las dos fuentes consultadas coincidieron en que el ingreso sí se vió afectado por la crisis; el entrevistado N°2 alegó que su mayor ingreso se encuentra en la dulcería, y que sin electricidad la empresa perdió toda su ganancia al no poder vender entradas e insumos de caramelería.

Para la pregunta #7, el entrevistado N°1 respondió que ningún equipo había presentado fallas luego de la serie de apagones. Sin embargo, el entrevistado N°2 confirmó de manera extraoficial que algunos bombillos, proyectores y pistolas de refrescos han presentado fallas luego de la crisis. De igual manera, explicó que también la coordinación de horarios se ha visto afectada por la situación.

Para la pregunta #8, no se obtuvo respuesta del entrevista N°1 ya que su réplica anterior fue negativa. En el caso del entrevistado N°2, confirmó que se han tomado medidas necesarias para suplantar dichas fallas, entre las cuales se encuentra la compra de una planta eléctrica para el cine del C.C. Tolón y adquisición de un proveedor de internet distinto a Cantv.

Para la pregunta #9, el entrevistado N°1 alegó que no se perdieron insumos de la caramelería. Sin embargo, el entrevistado N°2 respondió que sí se perdieron insumos, entre ellos nuggets, salchichas y otros congelados.

Para la pregunta #10, ambos entrevistados coincidieron en que los empleados de Cinex se vieron afectados por la crisis eléctrica. El entrevistado N°1 explicó que la incertidumbre por la situación del país fue el causante; mientras que el entrevistado N°2 describió que los mayores afectados fueron los empleados de las salas, ya que la llegada al trabajo se veía dificultada por la falta de luz. Así mismo, los empleados de atención al cliente y RRSS no pudieron realizar sus labores al 100% ya que no había certeza de la situación. Aunado a esto, para la pregunta #11 los dos entrevistados confirmaron que hubo ausentismo laboral durante los apagones, pero en mayor cantidad con los empleados de las salas.

Para la pregunta #12, las dos fuentes respondieron afirmativamente. El entrevistado N°1 declaró que la Dirección de Operaciones de Cinex creó planes de contingencia tanto para usuarios como para la operativa. Así mismo, el entrevistado N°2 declaró que se está evaluando la posibilidad de adquirir plantas eléctricas para todos los complejos cinematográficos.

Seguido a esto, ambos entrevistados coincidieron en las preguntas #13 y #14. Para la primera, la respuesta fue afirmativa por ambas partes sobre la reprogramación de funciones ante la falta de luz. Para la segunda, se aclaró que no es posible realizar cambios en las salas ya que Cinex trabaja con diferentes bandas de precios para cada complejo, por lo que las reprogramaciones sólo fueron hechas de manera manual y para días futuros.

Para la pregunta #15, el entrevistado N°1 declaró que las promociones para la fecha de los apagones siguieron vigentes. El entrevistado N°2 respondió de manera un poco más amplia, describiendo que tuvieron una campaña y promoción muy importante que se vio afectada por la crisis eléctrica, la cual solo pudieron ejecutar la última semana del mes de marzo en vez de todo el mes como tenían planificado.

Para la pregunta #16, ambos entrevistados coincidieron en que las comunicaciones entre Cinex y su clientela durante los apagones fue de manera presencial en los complejos y a través de las RRSS.

Así mismo, las dos fuentes también respondieron a la pregunta #17 alegando que las medidas de contingencia se comunican a su audiencia a través de las mismas RRSS de la empresa.

De igual manera para la pregunta #18, ya que durante los apagones del primer trimestre del año, las comunicaciones fueron netamente por las redes sociales, además de los empleados que se encontraban en los complejos cuando sucedía una falta de electricidad.

Para la pregunta #19, los dos entrevistados alegaron que el objetivo de la comunicación durante la crisis eléctrica fue el de informar a la clientela

cuáles complejos estaban funcionando, cuáles no y qué medidas había que tomar para reprogramar la visita al cine. Aunado a esto, el entrevistado N°2 considera que las comunicaciones sí fueron efectivas ya que se disminuyó el descontento de la audiencia.

Ambas fuentes respondieron de igual manera para la pregunta #20, ya que contaron con empleados en taquillas durante los apagones que informaban a los usuarios de la situación y pasos a seguir. De igual manera sucede con la pregunta #21, puesto que dichos empleados ubicados en los complejos contaban con discurso adaptado a la situación por la que el país se encontraba durante la crisis eléctrica; además del discurso tenían un manual de acciones a tomar si se presentaba un apagón durante una función.

Para la pregunta #22, el entrevistado N°1 declaró que se le informó a los usuarios cuáles complejos estaban prestando servicios y cuáles no durante los apagones. Por otro lado, el entrevistado N°2 alegó que solo se publicó por RRSS.

Seguido a esto, para la pregunta #23 no se obtuvo respuesta del entrevistado N°1, ya que su respuesta anterior no aplica. Sin embargo, el entrevistado N°2 reveló que no se tomó la decisión de publicar ninguna nota de prensa ante la situación eléctrica del país ya que no era una falla de Cinex y la empresa no tenía nada que declarar.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para finalizar este Trabajo de Investigación se dedicará este capítulo a las Conclusiones y Recomendaciones obtenidas a lo largo del desarrollo del proyecto.

6.1 Conclusiones

De acuerdo con los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento de entrevista, las fuentes necesarias para adquirir la información sobre si la crisis eléctrica generó impacto en las empresas de entretenimiento como las salas de cine, específicamente en el caso de Cinex, puede inferirse que sí. La falta de electricidad afectó directamente a todas las empresas venezolanas, ya sea de manera operacional o económica. Durante el período de realización de este trabajo de investigación, hubo al menos 3 apagones a nivel nacional. Sin embargo, es difícil para los investigadores calcular cuántas fallas eléctricas ha habido en zonas específicas de cada estado, ya que no son previstas ni se cuenta con un calendario oficial de racionamiento.

En cuanto a las causas que originaron la crisis eléctrica en Venezuela, no se obtuvo información concreta y oficial con la que se pudiera identificar las razones que llevaron al país a dicha situación. Los entrevistados consultados coincidieron en que dicha interrogante se reduce a una opinión personal, no corporativa, ya que no existen fuentes oficiales que asumieran los fallos.

Por otro lado, se identificaron las diversas consecuencias que dicha crisis. Según el material de clase entregado por la profesora Rafi Ascanio a los investigadores, las causas de la crisis eléctrica fueron: catástrofe, ya que se puso en riesgo la vida de pacientes en diversos hospitales a nivel

nacional; fallo funcional, ya que los apagones eléctricos pudieron darse por falta de mantenimiento; y por último, crisis de honorabilidad, ya que el Estado se ve afectado por las fallas. Así mismo, generó en la empresa de cine Cinex a nivel nacional. Los complejos de la ciudad de Caracas se vieron afectados en menor nivel que los del interior del país. Sin embargo, los efectos fueron los mismos en todos: se tuvieron que reprogramar numerosas veces las funciones, hubo pérdidas de insumos de la parte de caramelería, poca asistencia a las funciones disponibles, ausentismo laboral, daños en algunos de los equipos en las instalaciones y bajas en los ingresos de la compañía en los meses de marzo y abril de 2019.

Así mismo, se pudieron conocer las alternativas, o medidas de contingencia, que estableció Cinex durante las fallas de electricidad. Algunas de ellas fue reprogramar las funciones de manera manual para garantizar que los usuarios disfrutaran de sus boletos ya adquiridos, extensión de la promoción que tuvieron durante el mes de marzo por el Día de la Mujer, información en las RRSS de la empresa sobre la situación de las salas de cine y pasos a seguir en caso de perder una función por falta de luz, entre otras. En este caso, como afirma la Real Academia Española, una contingencia es la posibilidad de que algo suceda o no; por ende, Cinex tomó medidas para posibles fallas eléctricas que pudieran afectar su servicio.

En cuanto a las acciones comunicacionales, que como lo describe Habermas (1981) es la interacción lingüística y acciones entre dos entes con el fin de establecer una relación, se pudieron identificar dos que tomó la compañía. La primera fue con los empleados directamente en las salas de cine, quienes comunicaban a los clientes in situ sobre los pasos a seguir para reprogramar su visita al complejo cinematográfico. La segunda fue a través de las redes sociales oficiales (RRSS) de Cinex, en las cuales se publicaron los pasos a seguir, además los complejos que estaban prestando o no servicio y sobre la reanudación de las promociones, como la del día de la mujer.

También se obtuvieron respuestas contradictorias entre los entrevistados. Como, por ejemplo, en la pregunta relacionada con la falla de alguno de los equipos debido a los apagones, la Gerente de Mercadeo Gretty Fernández afirmó que hasta los momentos no se había dañado ningún equipo. Mientras que, la directora de comunicaciones, María Gabriela Suárez dejó en claro que esa no era su área, por lo que no estaba involucrada, pero que le han comunicado de manera extraoficial que si han fallado algunos equipos menores. También en la pregunta relacionada con la pérdida de algunos insumos, la gerente de mercadeo afirmó que no y por su parte, la directora de comunicaciones comentó que sí sufrieron algunas pérdidas en los alimentos congelados.

6.2 Recomendaciones

Una vez concluido el proyecto de investigación, los investigadores consideran interesante analizar otros aspectos de la organización, tales como:

1. Realizar una auditoría de comunicaciones internas, ya que como se explicó en el análisis y la conclusión en algunos casos se observaron contradicciones en las declaraciones de los gerentes entrevistados.
2. Análisis de los mensajes comunicacionales de Cinex a sus públicos internos y externos.
3. Desarrollar un manual de crisis para que estén preparados para futuras situaciones que ameriten su uso.
4. Analizar la percepción de los usuarios de cinex sobre la organización después de la situación de crisis.
5. Ampliar la unidad de análisis de la investigación para tener así un mayor contraste en las respuestas.
6. Usar otras técnicas de recolección de datos para cruzarlos y obtener nueva información valiosa. Cómo, por ejemplo, utilizar la encuesta con el público asistente a las funciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros citados:

- Fink, S. (1986). *Crisis Management: Planning for the Inevitable*. Nueva York: American Management Association.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (16 de octubre de 2014). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: McGraw Hill.
- Tamayo, M. T. (2003). *El proceso de la investigación científica*. Ciudad de México: Limusa Noriega Editores.
- Villafañe, J. (1999). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Madrid: Pirámide.

Trabajos de investigación citados:

- Arriaza Ibarra, K., & Berumen, S. (2015). *El impacto de la crisis en la industria cinematográfica en Europa*. Madrid: Ediciones Complutense.
- Villegas, A., Aller, J., de Oliveira, P., Martínez, M., Díaz, H., Salazar, L., . . . González, M. (2010). *La USB ante la crisis del sector eléctrico venezolano*. Caracas: Universidad Simón Bolívar.

Páginas web citadas:

- Cinex. (s.f.). *Productos y servicios*. Recuperado el 29 de abril de 2019, de Cinex: <https://www.cinex.com.ve/corporativo.php#>
- Comunicación Grupo Piquer. (20 de abril de 2017). *La crisis empresarial*. Recuperado el 7 de mayo de 2019, de Grupo Piquer: <https://www.grupopiquer.com/la-crisis-empresarial/>
- Definición.de. (s.f.). *Definición de contingencia*. Recuperado el 7 de mayo de 2019, de Definicion.de: <https://definicion.de/contingencia/>
- Definicion.de. (s.f.). *Definición de crisis*. Recuperado el 7 de mayo de 2019, de Definición.de: <https://definicion.de/crisis/>
- El Universo. (24 de octubre de 2009). *Crisis energética acosa a gobierno venezolano*. Recuperado el 19 de abril de 2019, de El Universo: <https://www.eluniverso.com/2009/10/24/1/1361/crisis-energetica-acosa-gobierno-venezolano.html>
- Recuperado el 5 de mayo de 2019, de Informes cualitativos: <http://informescualitativos.blogspot.com/2013/10/tipos-de-entrevistas.html>

- Jones, D. A. (enero de 1991). *Electrical engineering: the backbone of society*. Recuperado el 19 de abril de 2019, de IET Digital Library: <https://digital-library.theiet.org/content/journals/10.1049/ip-a-3.1991.0001>
- Méndez Álvarez, C. E. (1999). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario. Obtenido de Eumed, Enciclopedia Virtual: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/tecnicas_recoleccion_datos.html
- Naciones Unidas. (16 de diciembre de 1966). *Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales*. Recuperado el 2019 de abril de 2019, de Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos: <https://www.ohchr.org/sP/Professionalinterest/Pages/cescr.aspx>
- Notilogía. (abril de 2016). *Estas son las verdaderas causas de la crisis eléctrica en Venezuela*. Recuperado el 8 de mayo de 2019, de Notilogía: <https://www.notilogia.com/2016/04/estas-son-las-verdaderas-causas-de-la-crisis-electrica-en-venezuela.html>
- Osorio, J., & Alonso Sánchez, D. (7 de mayo de 2013). *Los voceros*. Recuperado el 27 de mayo de 2019, de Osorio y Sánchez, Asesores y Consultores: <https://www.osorioysanchez.com/news/los-voceros/>
- Real Academia Española. (s.f.). *Contingencia*. Recuperado el 7 de mayo de 2019, de Diccionario de la Lengua Española - Edición del Tricentenario: <https://dle.rae.es/?id=AVWiN0d>
- Real Academia Española. (s.f.). *Empresa*. Recuperado el 7 de mayo de 2019, de Real Academia Española - Diccionario usual: <http://lema.rae.es/drae2001/srv/search?id=janNkBCI1DXX20uKjLKs>
- Real Academia Española. (s.f.). *Entretenimiento*. Recuperado el 7 de mayo de 2019, de Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario: <https://dle.rae.es/?id=FohvicG>
- Significados. (s.f.). *Significado de cine*. Recuperado el 13 de mayo de 2019, de Significados: <https://www.significados.com/cine/>
- Significados.com. (s.f.). *Crisis energética*. Recuperado el 18 de abril de 2019, de Significados: <https://www.significados.com/crisis-energetica/>
- Soto, A. (5 de noviembre de 2011). *El cine como medio de comunicación*. Recuperado el 13 de mayo de 2019, de Creatividad Internacional: <https://www.creatividadinternacional.com/forum/topics/el-cine-como-medio-de-comunicaci-n>
- Soto, B. (2011). *La comunicación externa en la empresa*. Recuperado el 13 de mayo de 2019, de Gestión.org: <http://www.gestion.org/recursos-humanos/clima-laboral/4371/la-comunicacion-externa-en-la-empresa/>
- Statista. (s.f.). *Film Industry - Statistics & Facts*. Recuperado el 19 de abril de 2019, de Statista: <https://www.statista.com/topics/964/film/>

Sucre, A. (1 de abril de 2019). *Las verdaderas causas del colapso eléctrico de Venezuela*. Recuperado el 8 de mayo de 2019, de El Estímulo: <http://elestimulo.com/climax/las-verdaderas-causas-del-colapso-electrico-de-venezuela>

