

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL CANAL MVN”

Víctor Hugo Aquino Reyes

LICENCIADO EN CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala 30 de Septiembre de 2015

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL CANAL MVN”

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- Licenciatura

Presentado Al Honorable Consejo Directivo Por:

Víctor Hugo Aquino Reyes

Previo a optar el título de:

LICENCIADO EN CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala 30 de Septiembre de 2015

Consejo Directivo

Director

Lic. Julio Moreno Sebastián

Secretaría Administrativa

M.A. Claudia Molina

Representantes de docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Bran

Representante de egresados

Lic. Michael González Batres

Representantes estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisora de EPS

Licda. Sandra Hernández Y Hernández



Municipalidad de Villa Nueva

Guatemala, 22 de Octubre de 2015

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

Estimado Licenciado Pedroza:

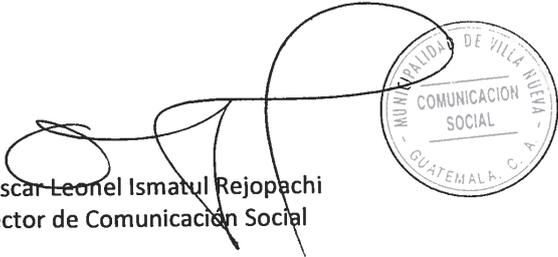
Reciba un cordial saludo de parte de la Municipalidad de Villa Nueva, esperando que sus actividades se desarrollen con éxito.

Por medio de la presente, hacemos constar que Víctor Hugo Aquino Reyes, quién se identifica con DPI 2526 78761 0101 y número de carné 199921595 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y, previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta entidad específicamente, en Canal MVN De La Municipalidad De Villa Nueva, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica que comprendió del **04 de Mayo** al **31 de Julio** del año en curso.

Realizando durante el tiempo estipulado actividades en base al proyecto "Estrategias De Comunicación Externa Para El Canal MVN", todo con el material comunicacional respectivo debidamente entregado y recibido por El Canal MVN De La Municipalidad De Villa Nueva. Por lo cual manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista (a).

En tal virtud, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA.

Atentamente,


Lic. Oscar Leonel Ismatul Rejopachi
Director de Comunicación Social





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

Guatemala, 23 de octubre de 2015

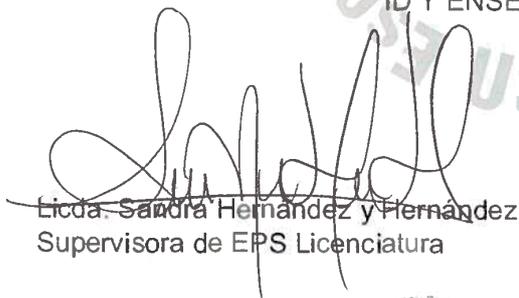
Estudiante
Víctor Hugo Aquino Reyes
Carné: 9921595
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL CANAL MVN".

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Licda. Sandra Hernández y Hernández
Supervisora de EPS Licenciatura



Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador de EPS de Licenciatura
Sección "A"



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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

**Para efectos legales, únicamente el autor es
Responsable del contenido de este trabajo.**

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Este trabajo de EPS realizado en La Escuela De Ciencias De La Comunicación de La Universidad De San Carlos es un esfuerzo en cual directa o indirectamente participaron muchas personas dándome ánimo y teniéndome paciencia, acompañando en los momentos de crisis y de felicidad. Este trabajo me a permitido aprovechar la experiencia y vivencia de personas que quisiera agradecer en este apartado.

En primer lugar a mi supervisora de EPS Licda. Sandra Hernández Y Hernández mi más amplio agradecimiento por haber confiado en mi ante las múltiples dificultades que suscitaron al inicio de este EPS, por su paciencia y comprensión, por su valiosa dirección y asesoramiento para seguir este camino de EPS y llegar a la conclusión del mismo.

Mis agradecimientos a la colaboración del equipo del Canal MVN De La Municipalidad De Villa Nueva que hicieron posible la realización de este EPS. Mil gracias a Celeste Hernández por su paciencia y por su incondicional apoyo durante los meses de práctica del EPS.

Todo esto no hubiera sido posible sin el apoyo incondicional que me otorgaron y el cariño que me inspiraron mis padres, que de forma incondicional entendieron mis ausencias y malos momentos. Y que a pesar de todo siempre estuvieron a mi lado para saber cómo iba mi proceso. Las palabras nunca serán suficientes para testimoniar mi aprecio y agradecimiento.

A todos ustedes, mi mayor reconocimiento y gratitud

INDICE

RESUMEN	IX
INTRODUCCION	X
JUSTIFICACION	XI

CAPITULO I

1. DIAGNOSTICO	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO	1
1.1.1. Objetivo General	1
1.1.2. Objetivos Específicos	1
1.2. CANAL MVN	1
1.2.1. Ubicación Geográfica	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas	1
1.2.3. Antecedentes o Historia	2
1.2.4. Departamentos o Dependencias	2
1.2.5. Misión	2
1.2.6. Visión	2
1.2.7. Objetivos Institucionales	2
1.2.8. Público Objetivo	3
1.2.9. Organigrama	3
1.3. METODOLOGIA	4
1.3.1. Descripción del Método	4
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección	4
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico	5
1.4. RECOPIACION DE DATOS	6
1.4.1. Ficha de las entrevistas	6
1.4.2. Resultado de las entrevistas	6
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre Entrevistados	7

1.5. RADIOGRAFIA DE LA INSTITUCION FODA	8
1.5.1. Fortalezas	8
1.5.2. Oportunidades	8
1.5.3. Debilidades	8
1.5.4. Amenazas	8

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN	9
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	9
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	10
2.2.1. Objetivo General	10
2.2.2. Objetivos Específicos	10
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	10
2.4. MENSAJE	10
2.5. ESTRATEGIAS	11
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	11

CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN	12
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	12
3.1.1. Financiamiento	12
3.1.2. Presupuesto	12
3.1.3. Beneficiarios	13
3.1.4. Recursos humanos	13
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción	13
3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS	13
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	18
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	19

CONCLUSIONES	20
--------------------	----

GLOSARIO DE TÉRMINOS (ENTRE 30 A 50)	21
BIBLIOGRAFÍA	23
EGRAFÍA	24
ANEXOS	25
Transcripción completa de las Entrevistas	25
Modelo de la Encuesta	28
Fotografías	29

RESUMEN

Universidad: de San Carlos De Guatemala.

Unidad Académica: Escuela De Ciencias De La Comunicación.

Título del proyecto: “Estrategias De Comunicación Externa Para El Canal
MVN”

Autor: Víctor Hugo Aquino Reyes

Metodología:

Se realizará una investigación de carácter Exploratorio y Descriptivo.

Instrumentos y Técnicas:

Resultados: Se identificó que el canal no tiene personal que se encargue de la Relaciones Públicas de los programas como del mismo canal, lo que propició la ejecución de un plan de Relaciones Públicas.

Conclusiones: El canal necesita tener una o varias personas encargadas de hacer Relaciones Públicas para poder contactar artistas para así incrementar la audiencia de sus programas como del mismo canal.

INTRODUCCION

En el presente informe da a conocer la importancia que tienen las relaciones públicas para un canal de televisión y cómo influyen para crear una imagen y en el incremento de su audiencia cuando se manejan y se tienen los contactos adecuados. Las relaciones públicas son un conjunto de ciencias, actos y técnicas que a través de un proceso de comunicación institucional estratégica y táctica, nos darán resultados que serán de interés para medio de comunicación o institución que representemos.

Recordemos que sin las relaciones humanas apropiadas en nuestras vidas no tendremos éxitos en ningún aspecto.

JUSTIFICACION

Se ve necesario realizar una estrategia de comunicación externa que promueva de una mejor manera el canal MVN ante sus televidentes y grupos de interés. Las empresas que apuestan por la elaboración de una estrategia de comunicación esperan concretar al máximo todos sus aspectos relacionados con la comunicación de la compañía durante un determinado plazo de tiempo. Pero desde un punto de vista menos general, la principal finalidad de la estrategia es motivar y proyectar una imagen positiva exterior.

El plan de comunicación externa contribuye a crear una imagen del canal MVN, pero su objetivo en concreto es la imagen y aumento de audiencia del canal.

CAPITULO I

1. Diagnostico

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO

1.1.1. Objetivo general

Determinar cuál es la situación actual del canal de televisión por cable (MVNTV) de la Municipalidad De Villa Nueva.

1.1.2. Objetivos específicos

Describir lo importante que es dar a conocer el canal a la población.

Determinar qué clase de campaña se tiene que implementar para dar a conocer más el canal.

1.2 Nombre de la institución

Canal MVN De La Municipalidad De Villa Nueva

1.2.1 Ubicación geográfica

6ta Calle 17-45 Zona 4 Villa Nueva Ruta Mayan Golf

1.2.2. Integración y alianzas estratégicas

1.2.2.1. Integración

El Canal MVN es financiado por la Municipalidad De Villa Nueva Y Quien Está A Cargo Del Canal Es La Dirección De Comunicación Social de La Municipalidad De Villa Nueva.

1.2.2.2. Alianzas Estratégicas

El Canal MVN no cuenta con ninguna alianza con ninguna televisora o empresa de cable por el ser financiada por la Municipalidad De Villa Nueva.

1.2.3. Antecedentes

El Canal MVN se crea como una iniciativa del alcalde Edwin Escobar el consejo y la dirección de Comunicación Social de la municipalidad de Villa Nueva en el año 2012 con la idea de dar al municipio de Villa Nueva un canal de servicio social a la comunidad.

El Canal inicia sus labores y transmisión en septiembre de 2013.

1.2.4. Departamentos o dependencias

El Canal MVN cuenta con cuatro departamentos en los que laboran 4 personas.

Los departamentos con los que cuenta en canal son:

Producción (2 personas)

Cámaras (1 persona)

1.2.5. Misión

Durante la recopilación de información nos percatamos que El Canal MVN no cuenta con esto.

1.2.6. Visión

Durante la recopilación de información nos percatamos que El Canal MVN no cuenta con esto.

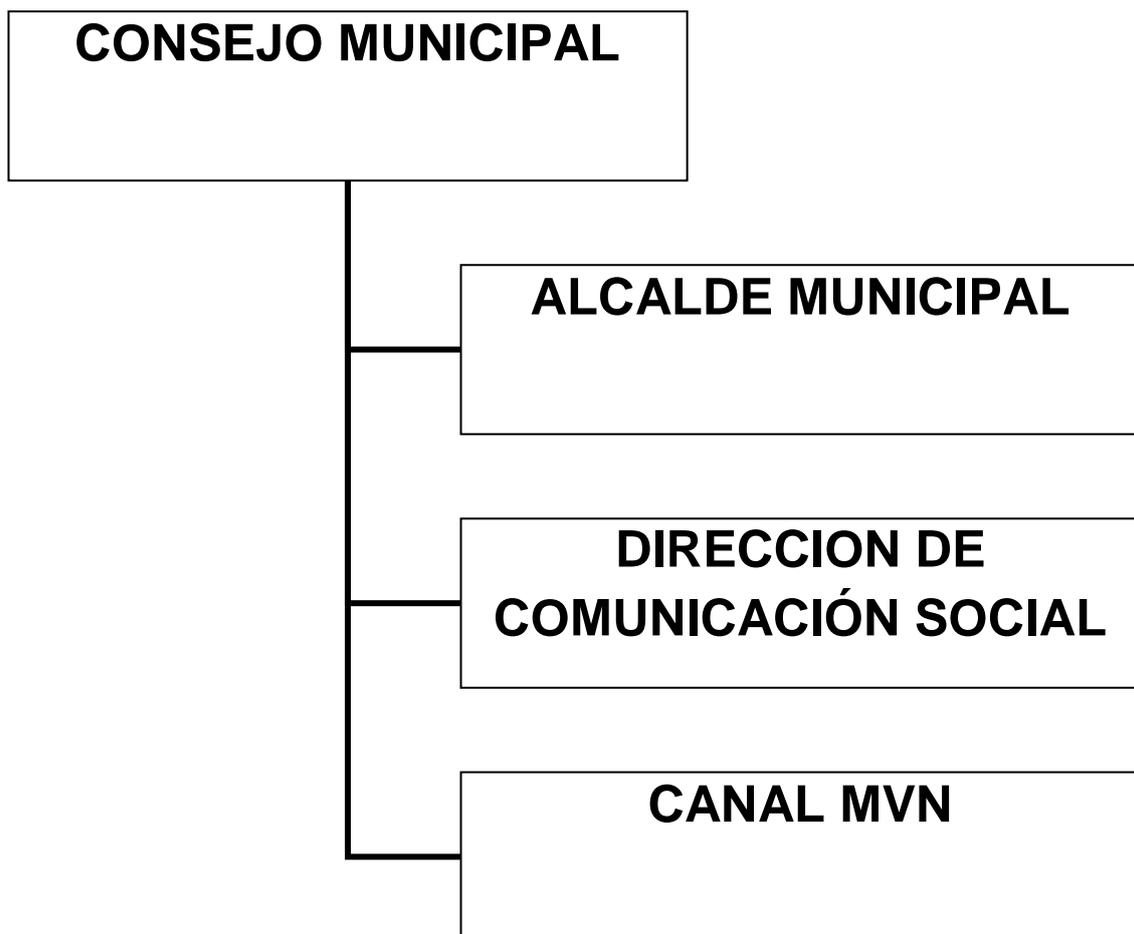
1.2.7. Objetivos institucionales

Durante la recopilación de información nos percatamos que El Canal MVN no cuenta con esto.

1.2.8. Público objetivo

La población del Municipio De Villa Nueva y Toda El Área Sur Del País.

1.2.9. Organigrama



1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del método

1.3.1 Descripción del Método

Se realizará una investigación de carácter Exploratorio y Descriptivo.

Exploratorio debido a que no se cuenta con mucha información, pero hay interrogantes dentro del canal de televisión.

Descriptivo por el acercamiento que se tendrá como conductor organizacional, políticas de trabajo, actitudes y su forma de transmitir y recibir sus mensajes que nos permitirá analizar la comunicación interna del Canal MVN de la Municipalidad De Villa Nueva.

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

1.3.2.1. Observación

Es importante poder identificarse con el grupo de estudio a través de la observación donde se aprecian aspectos puntuales referentes a la comunicación interna del Canal MVN.

Se aprecia que dentro del canal de televisión existe buena interacción entre sus miembros y existe la colaboración de todos para poder realizar las diferentes actividades.

El canal de televisión MVN cuenta con una oficina un foro y control (Swicher) profesional para poder transmitir cualquier tipo de programa dentro y fuera de las instalaciones del canal que está ubicado en el interior del centro financiero del mercado nuevo de Villa Nueva.

Utilizan las redes sociales como facebook twitter y youtube para informar a los televidentes y la población en general de la programación que se está transmitiendo y los diferentes hechos que suceden en la localidad.

1.3.2.2. Entrevistas

Se entrevistó a los miembros del Canal MVN para poder conocer de fondo los puntos de vista de los integrantes del Canal.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

Cronograma del Diagnóstico

	FEBRERO				MARZO	
	1	2	3	4	5	6
Asistencia a propedéutico de diagnóstico comunicacional y acercamiento al productor de central de radios para ideas para del diagnóstico de comunicación.						
Búsqueda de otra institución para realizar el diagnóstico de comunicación.						
Entrevista con la productora general de radiodifusión para explicación de cómo realizar el diagnóstico comunicacional.						
Acercamiento al canal (MVNTV) de la municipalidad de villa nueva.						
En espera de aprobación para poder realizar el diagnóstico de comunicación.						
Revisión, corrección e impresión del informe del diagnóstico.						

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Ficha de la entrevista

Celeste Hernández	Productora General	<ul style="list-style-type: none">- Análisis de los procesos de comunicación del Canal MVN. - Identificar la estrategia de comunicación más adecuada que permite la mejor elaboración del plan de acción para la realización de actividades del Canal.
Byron Aragón	Jefe de Producción	
Eduardo Mendoza	Camarógrafo	

1.4.2 Resultados de la Entrevista

Los tres miembros del Canal que fueron entrevistados. Respondieron de manera anuente y propiciaron una conversación fluida para comprender de mejor manera los procesos comunicativos.

La entrevista se realizo con el equipo de trabajo del canal y esta fue suficiente para poder tener una radiografía clara de los procesos a nivel interno y externo y se les consulto que se podría integrar para el mejor funcionamiento y conocimiento del Canal MVN.

1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre Entrevistados

Áreas entrevistadas	Puntos de encuentro	Diseños
Celeste Hernández Productora General	Realizar más programas para elevar el rating del canal.	Tener más apoyo de la Municipalidad
Byron Aragón Jefe de Producción	Renovar la imagen del canal y los productos promocionales para dar a conocer más el canal.	Contar con más equipo y personal para poder realizar todas las actividades del canal.
Eduardo Mendoza Camarógrafo	Tener contactos con artistas nacionales e internacionales para poder realizar entrevistas y programas.	

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

Análisis FODA

1.5.1. Fortalezas:

- Tienen apoyo de la Municipalidad De Villa Nueva

1.5.2. Oportunidades:

- Prestan un servicio social a la población sin ningún costo
- Da a conocer todos los eventos que se realizan en el municipio
- Se está dando conocer con la población del municipio

1.5.3. Debilidades

- Cuentan con poco personal
- No tiene mucho equipo para realizar sus labores
- No cuenta con vehículos para poder transportar para cubrir las diferentes

Actividades

1.5.4. Amenazas

- Es un ente político meramente
- Tiende a desaparecer

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN (Fortalecimiento de Imagen de Canal MVN)

2.1 ANTECEDENTES

El Canal MVN se crea como una iniciativa del alcalde Edwin Escobar el consejo y la dirección de Comunicación Social de la municipalidad de Villa Nueva en el año 2012 con la idea de dar al municipio de Villa Nueva un canal de servicio social a la comunidad.

El Canal MVN inicia sus labores y transmisión en septiembre de 2013.

Por el hecho de que el canal tiene poco tiempo iniciado sus transmisiones no cuenta con una historia ni misión, visión y objetivos que lo definan una figura como institución o medio de comunicación ante la municipalidad de villa nueva.

El canal no cuenta con una imagen que lo represente o identifique ante los pobladores del municipio de Villa Nueva.

2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de comunicación para la implementación de estrategias encaminadas a fortalecer la imagen del canal y subsanar los problemas de comunicación previamente detectados en el diagnóstico efectuado en el canal de televisión por cable de la municipalidad de Villa Nueva cuyo fin primordial es crear un fortalecimiento en la imagen del canal.

2.2.2 OBJETIVO ESPECIFICO

Fortalecer la imagen del canal de televisión por cable de la Municipalidad De Villa Nueva elaborando la historia, objetivos, misión y visión del canal.

Y elaborar la creación de un nuevo logotipo, bomper stiker y productos promocionales para fortalecer la imagen del canal ante la población del municipio de Villa Nueva.

2.3 PUBLICO OBJETIVO

Mujeres y hombres de 15 a 60 años que residan en Villa Nueva y en el área sur del país, de nivel socioeconómico a, b, c , interesados en la tradiciones y cultura del municipio y temas de interés y educativos de toda índole e interesados en conocer más de los artistas nacionales como de la localidad.

2.4. MENSAJE

Canal MVN Mas Cerca De Ti.

2.5. ESTRATEGIA

2.5.1 ESTRATEGIA 1

Las estrategias que se van a ejecutar permitirán fortalecer la imagen del canal para que sea más fresca y de interés para todos los televidentes; con estos procesos aplicados en cada proyecto correctamente será mucho más efectivo y más eficiente, dar a conocer más el canal en la población. Nos apoyaremos en:

1. Realizar nuevos diseños de logotipos.
2. Elaboración de productos promocionales (playera, gorras, bomber stricker).

2.5.2 ESTRATEGIA 2

Se realizan relaciones públicas para poder contactar a artistas nacionales en la rama de la música y contactar a realizadores cinematográficos Guatemaltecos para poder aumentar el rating del canal MVN y el programa el invitado de Casasola y poder obtener películas nacionales para ofrecer una programación con producciones nacionales y tener la audiencia deseada.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

2.6.1 ACCIÓN DE COMUNICACIÓN 1

Al momento de realizar la investigación se detectó que el Canal MVN de la Municipalidad de Villa Nueva no contaba con todos los requisitos que exige una institución establecida; como su misión, visión, objetivos; Por tal motivo se crearán los mismos en base a sus funciones y hacia donde desean llegar.

2.6.2 ACCIÓN DE COMUNICACIÓN 2

También se detectó que no existía una persona que se encargara de contactar o realizar relaciones públicas para el canal y así tener los contactos para que el canal cubriera los diferentes espectáculos nacionales.

CAPITULO III

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL CANAL MVN

3.1.1. Financiamiento:

El Financiamiento para la ejecución de este proyecto se llevo acabo de parte del epesista.

3.1.2. Presupuesto:

1. Logotipo:	Elaboración de diseños 6 logotipos para muestras:		Q 350.00
2. El bumper sticker:	Elaboración de diseño de bumper sticker:		Q 100.00
3. Playeras con serigrafía:	Elaboración de diseño de playeras con logotipos:		Q 150.00
4. Playeras bordadas:	Elaboración de diseño de playeras bordadas con costo aprox. de:		Q 125.00
5. Gorras bordadas:	Elaboración de diseño de gorras bordadas con un precio aprox. de:		Q 175.00
6. Llamadas para contacto de artistas:	El gasto de llamadas para contacto de personas que llegaran para los programas fueron absorbidos por el Canal MVN		
7. Transporte para llegar a los lugares a entrevistar artistas:	El gasto de transporte a lugares donde había que entrevistar artistas se hizo en vehículos del Canal MNV		
	TOTAL:		Q 750.00

3.1.3. Beneficiarios:

Con el presente proyecto se está beneficiando el Canal MVN de la Municipalidad de Villa Nueva y sus integrantes; y la población de Villa Nueva y toda el Área Sur del país.

3.1.4. Recursos Humanos:

Las personas que colaboraron para la creación y ejecución del Plan de Comunicación.

1. Celeste Hernández (Productora General)
2. Byron Aragón (Jefe de Producción)
3. Eduardo Mendoza (Camarógrafo)

3.1.5. Área geográfica de Acción:

El Plan de Comunicación planteado fue ejecutado en:

Las instalaciones del Canal MVN que está ubicado en el interior del centro financiero del mercado nuevo de Villa Nueva de la Ciudad de Guatemala.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS:

Estrategia de Relaciones Públicas

Para la creación del presente proyecto, la estrategia de Relaciones Publicas fue de mucha ayuda ya que esta es la creación, implementación y evaluación de las decisiones que se tomen dentro del Canal. Con esto nos permito elaborar las estrategias y acciones que se describen a continuación.

ESTRATEGIA 1

CREACION DE IMAGEN COORPORATIVA

3.2.1. MISIÓN, VISIÓN, HISTORIA, LOGOTIPOS, PROMOCIONALES

El Canal MVN dentro de su estructura tampoco contaba con una Misión, Visión y historia como base para tener un objetivo a la vista y una misión por cumplir. Por tal motivo se ejecutó la acción de crearlas y que sean conocidas por todos los que integran el canal además de diseñar las nuevas propuestas de logotipo y promocionales.

ACCION 1 ELABORACION DE FILOSOFIA EMPRESARIAL

Misión Canal MVN

Un canal de televisión orientado a toda la familia, que brinda a través de sus pantallas información, entretenimiento y contenidos con una programación de calidad, tecnología de punta, y personal calificado, pensando en satisfacer las necesidades y expectativas de información, formación y entretenimiento de los televidentes. Mediante la tecnología a su alcance, las manifestaciones artísticas y culturales del Municipio Y El País .

Visión Canal MVN

Entretenemos e informamos a todos los televidentes con una programación respetuosa y de calidad. Logramos nuestros objetivos por una dirección clara el mejor equipo humano y una tecnología e infraestructura de avanzada, capaz de entregar cultura, información y entretenimiento con un alto nivel de calidad.

Historia Canal MVN

El canal MVN de la Municipalidad De Villa Nueva sale al aire en septiembre de 2013 con una programación de servicio a la comunidad sin fines de lucro para toda la población de Villa Nueva. En el año de 2011 durante la gestión del alcalde Edwin Escobar, el director de comunicación Rodolfo Flores tiene la propuesta de crear una canal que sirviera a la comunidad con fines sociales, la primera empresa que lanza el canal al aire es Claro luego fue cable fusión y por el ultimo Tigo Star.

ESTRATEGIA 2 ELABORACION DE PRODUCTOS PROMOCIONALES



ACCION 2 ELABORACION DE DISEÑOS PROMOCIONALES



ESTRATEGIAS

RELACIONES PÚBLICAS PARA EL CANAL MVN

ACCION 1

ESCALETA PARA EL CANAL MVN

Entrevistas De Artistas Nacionales

PERSONAJE	ACTIVIDAD	DETALLES	TIEMPO
Presentador (Invitado De Casasola)	Entrevista Francis Davila (Dj)	Locación fuera del estudio	0 a 40 Minutos
	Entrevista Grupo Nacional (Hot Sugar Mama)	Locacion Fuera Del Estudio	0 a 40 Minutos
	Entrevista Grupo Nacional (Boomper)	Locacion Fuera Del Estudio	0 a 40 Minutos

ACCION 2

ESCALETA PARA EL CANAL MVN

ENTREVISTAS A PRODUCTORES Y DIRECTORES DE CINE NACIONAL

PERSONAJE	ACTIVIDAD	DETALLES	TIEMPO
Presentado (invitado De Casasola)	Entrevista Chofo Espinoza (Director de Cine)	Locación en estudio (Canal MVN)	0 a 30 Minutos
	Entrevista Lucho Rios (Productor De Cine)	Locación en estudio (Canal MVN)	0 a 30 Minutos
	Entrevista Luigui Lanuza (Cineasta)	Locación en estudio (Canal MVN)	0 a 30 Minutos
	Entrevista Domingo Lemus (Actor Y Productor)	Locación en estudio (Canal MVN)	0 a 30 Minutos
	Entrevista Sergio Ramirez (Director Y Productor)	Locación en estudio (Canal MVN)	0 a 30 Minutos

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

	MAYO				JUNIO				JULIO			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Bienvenida por parte del personal del Canal (MVN) y conocer lo que ellos realizaban y planteamiento de propuestas para generar más audiencia para el canal.												
Dar a conocer las propuestas de logotipo, bumper sticker, playeras camisas polo y gorras como lo había presentado en mi plan de trabajo Canal (MVN)												
Contacto con los manager de los artistas Francis Davila , Hot Sugar Mama y Boomer para poder programar las entrevistas como propuesta para poder subir la audiencia del Canal MVN.												
Entrevista con el dj Francis Davila En Su Casa En Zona 14 para el programa el invitado de Casasola.												
Entrevista con los grupos nacionales Hot Sugar Mama Y Boomer en cayala zona 14 para el programa el invitado de Casasola.												
Contacto con las personas que realizan Cine En Guatemala y primera entrevista con Lucho Rios Y Chofo Espinoza (productores y directores de cine)												
Entrevista con Luigui Lanuza y productores y guinistas de Cine Guatemalteco.												
Entrevista con Domingo Lemus Y Sergio Ramírez (productores y directores de Cine Guatemalteco).												
Trabajo con el diseñador para realizar las propuestas de logotipos, bumper sticker, playeras, camisas polo y gorras para aprobación en Canal MVN.												

3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

Para el control de la primera y segunda etapa se seguirán los siguientes pasos:

3.4.1 Evaluación

La evaluación la realizará Celeste Hernández Productora General del Canal MVN de La Municipalidad de Villa Nueva. En este paso se verificará la ejecución de cada una de las estrategias. Se realizará la evaluación respectiva al finalizar el proyecto.

3.4.2 Observación

Este paso se realizará a través de fotografías donde se verificará la implementación de cada una de las acciones de comunicación.

3.4.3 Control

Los supervisores de la Escuela de Ciencias de la Comunicación realizarán visitas al Canal MVN de la Municipalidad de Villa Nueva para verificar el trabajo que se está llevando a cabo como parte del Ejercicio Profesional Supervisado. Estas visitas se realizarán durante los meses mayo, junio y julio del año 2015

CONCLUSIONES

Mediante la fase diagnóstica se identificó que el canal MVN de la Municipalidad De Villa Nueva no tiene una estrategia definida de Comunicación Externa para poder contactar artistas o personajes de mundo del espectáculo para poder realizar su programación.

Por la falta de presupuesto y apoyo de parte de sus autoridades no cuentan con personal que pueda realizar la labor de Relaciones Públicas y así poder mejorar la programación y contenido del canal MVN.

RECOMENDACIONES

Varios son los puntos que se necesitan para poder cumplir los objetivos que se tienen establecidos y como se ha mencionado anteriormente tener un desarrollo y ejecución positiva y efectiva. Las recomendaciones que se dan para cumplir dicho objetivo son las siguientes:

- 1) Que el Canal MVN de la Municipalidad de Villa Nueva debería de contar con más apoyo de parte de sus autoridades para poder ofrecer a la población una programación de calidad que cumpla con los estándares actuales de producción televisiva.
- 2) Que las acciones que se realizaron para poder aumentar el rating del canal MVN se sigan realizando para seguir manteniendo el interés de la audiencia en el programa como en el canal.
- 3) Se recomienda que una persona se haga cargo de las Relaciones Públicas del canal para seguir obteniendo tan buenos resultados como los obtenidos.

GLOSARIO

MISIÓN refiere a un motivo o una razón de ser por parte de una organización, una empresa o una institución. Este motivo se enfoca en el presente, es decir, es la actividad que justifica lo que el grupo o el individuo está haciendo en un momento dado.

VISIÓN se refiere a una imagen que la organización plantea a largo plazo sobre cómo espera que sea su futuro, una expectativa ideal de lo que espera que ocurra. La visión debe ser realista pero puede ser ambiciosa, su función es guiar y motivar al grupo para continuar con el trabajo.

ESTRATEGIA es el conjunto de acciones que se implementarán en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto. En tanto y como les decía, una estrategia es plausible de ser aplicada y necesaria en diferentes ámbitos, como ser el militar y el empresarial.

RAITING es un término con varios usos. El más frecuente refiere a la cantidad de personas que está viendo un programa de televisión o escuchando un programa de radio. A mayor rating, mayor cantidad de gente consumiendo el medio de comunicación en cuestión.

CREAR es una de las acciones propias y más características que desplegamos los seres humanos en cualquier momento de nuestras vidas, no importando la edad que se tenga, porque para crear algo no es necesario ser adulto o joven, sino contar con una cuota de imaginación y sensibilidad que serán las compañeras y las aliadas más entrañables y preciadas a la hora del proceso creativo.

PROCEDIMIENTO es un término que hace referencia a la acción que consiste en proceder, que significa actuar de una forma determinada. El concepto, por otra parte, está vinculado a un método o una manera de ejecutar algo.

PLANEACIÓN La planeación o planeamiento es un accionar que está vinculado a planear. Este verbo, por su parte, consiste en elaborar un plan. A través de la planeación, una persona u organización se fija alguna meta y estipula qué pasos debería seguir para llegar hasta ella.

FUNCIONALIDAD El concepto de función tiene su origen en el término latino función. La palabra puede ser utilizada en diversos ámbitos y con distintos significados.

EJECUTAR Poner en práctica un proyecto, encargo u orden. La palabra ejecutar es de origen latín “exsecūtus”, participio pasivo de “exsēqui” que significa “consumar” o “cumplir”.

SELECCIÓN Se trata de la acción y efecto de elegir a una o más personas o cosas entre otras. Aquello que se selecciona, se separa del resto por preferencia de quien elige.

PREMISA El concepto se utiliza para nombrar al indicio, síntoma o conjetura que permite inferir algo y sacar una conclusión.

PREVER se refiere a la capacidad de advertir u observar algo de forma anticipada. El concepto suele referirse a lo que hace una persona cuando, tras estudiar ciertos indicios o signos.

PROGRAMA El término programa hace referencia a un plan o proyecto organizado de las distintas actividades que se irá a realizar. También, es un sistema de distribución de las distintas materias de un curso o asignatura. La expresión palabra es de origen latín “programma” que a su vez tiene su origen en un vocablo griego. La expresión programa se puede usar en distintos contextos. En los medios publicitarios, programa son las diferentes unidades temáticas que constituyen una emisión de radio o televisión, por ejemplo: en 1 hora de programa de radio se va a dividir para emitir noticias actuales, conversar con los invitados especiales y, por último presentar lo último de la farándula acompañado cada sección de música, en cuanto a un programa de televisión se puede hablar de programas deportivos, programas sociales, entre otros. Asimismo, son los anuncios de las partes en la que se compone ciertos actos de espectáculo, obras de arte, reparto, entre otros.

ORGANIZAR Planificar o estructurar la realización de algo, distribuyendo convenientemente los medios materiales y personales con los que se cuenta y asignándoles funciones determinadas

INTEGRAR Se trata de la acción y efecto de integrar o integrarse (constituir un todo, completar un todo con las partes que faltaban o hacer que alguien o algo pase a formar parte de un todo).

DIRIGIR Hace referencia a la acción de enderezar o de enfocar algo hacia un determinado espacio o término señalado. También permite describir el proceso de guiar, utilizando para esto las señas de un camino.

BIBLOGRAFIA

Hernández, Fernández Baptista. "Metodología de la Investigación". McGraw Hill 1994. Colombia.

Jauset Jordi. La Investigación de Audiencias en Televisión fundamentos estadísticos. Paidós 2000, España.

Sabino, Carlos A. El Proceso de Investigación. Buenos Aires: Edit. Lumen.1996

Salkind, Neil J. Métodos de Investigación. México: Prentice Hall. 1999.

EGRAFIA

<http://metodos-comunicacion.sociales.uba.ar/files/2014/09/Mendez-3-4-5-7.pdf>

<http://metodos-comunicacion.sociales.uba.ar/files/2014/04/Adorno.pdf>

ANEXOS

Transcripción completa de las entrevistas

Entrevistas 1

Nombre:

Celeste Hernández

Puesto:

Productora General Del Canal MVN

1. ¿Cómo nace el canal MVN?

Nace como una iniciativa del señor alcalde Edwin Escobar de tener un medio que dé a conocer a la población todo lo que sucede en el municipio.

2. ¿Qué clase de programación querían que tuviera el canal?

Definitivamente en sus inicios el canal iba a tener una programación eminentemente cultural y educativa pero eso cambio cuando salimos al aire porque se tuvo que improvisar mucho.

3. ¿De quién o de quienes depende el canal?

El canal depende principalmente de la dirección de comunicación social que a su vez depende de la municipalidad y la municipalidad depende del consejo municipal.

4. ¿Con cuanto personal y equipo cuenta el canal para poder trabajar?

Pues contamos como poco personal para poder trabajar las personas que trabajamos en el canal somos apenas cuatro personas y equipo pues solo contamos con dos cámaras para poder trabajar y a veces no nos alcanzamos para hacer todo lo que se tiene que hacer aquí en el canal. Y aunque somos pocos necesitamos de alguien que se encargue en ayudar en contactar artistas para que puedan venir aquí al canal a entrevistas pero no tenemos a nadie.

5. ¿Qué necesitarían para poder trabajar bien?

Pues necesitamos más equipo y más personal para poder trabajar bien y por supuesto más apoyo de parte de la municipalidad porque los que estamos hacemos dos o tres cosas a la vez somos mil usos aquí en el canal.

Entrevistas 2

Nombre:

Byron Aragón

Puesto:

Jefe de Producción Del Canal MVN

1. ¿Cómo nace el canal MVN?

Nace como una iniciativa del señor alcalde Edwin Escobar hace algunos años por la necesidad de dar a conocer lo que sucede en el municipio.

2. ¿Qué clase de programación querían que tuviera el canal?

Pues antes de que el canal saliera al aire grabamos muchas cosas y hicimos muchas pruebas y eso nos ayudo para ir conociendo como equipo y saber cómo trabajaba cada uno y si nos podíamos acoplar pero el canal quería que tuviera una programación que fuera educativa y con fines sociales.

3. ¿De quién o de quienes depende el canal?

El canal depende de la municipalidad y aquí en el canal no podemos tener pauta de anuncios porque es un canal sin fines de lucro aquí pues todo de anuncia de gratis pero previa autorización de la municipalidad no podemos poder anuncios de cualquier cosa.

4. ¿Con cuanto personal y equipo cuenta el canal para poder trabajar?

Pues en el canal somos bien pocos y en todos hacemos de todo nadie tiene una función específica todos hacemos dos o tres trabajos. En cuestión de equipo pues tenemos pocas cámaras y pocas computadoras nos tenemos que estar turnando para poder usar la computadora por solo hay una para poder escribir o mandar correos porque las demás maquinas se usan para editar y por la falta de personal y equipo tenemos mucho trabajo atrasado.

5. ¿Qué necesitarían para poder trabajar bien?

Pues lo primero más gente y mas equipo para no estar tan atrasados con el trabajo. Y alguien que se encargara de poder contactar artistas para poder hacer programas en vivo con ellos poder entrevistar artistas internacionales poder cubrir conciertos y cosas asi.

Entrevistas 3

Nombre:

Eduardo Mendoza

Puesto:

Camarógrafo Del Canal MVN

1. ¿Cómo nace el canal MVN?

Nace como una iniciativa del señor alcalde Edwin Escobar de tener un medio social sin fines de lucro.

2. ¿Qué clase de programación querían que tuviera el canal?

Al principio se grabo muchos programas de cocina y de clases de aeróbicos y karate de escuelas que tiene la municipalidad y nos dijeron que querían una programación educativa y cultural pero con el tiempo pues se han ido agregando programas y cosas nuevas a la programación.

3. ¿De quién o de quienes depende el canal?

El canal depende de la municipalidad y creo que de la dirección de comunicación social. Ellos son los que nos dicen que es lo que tenemos que hacer y a donde tenemos que ir a grabar.

4. ¿Con cuanto personal y equipo cuenta el canal para poder trabajar?

Pues aquí somos bien pocos y hacemos de todo. Somos editores, camarógrafos, redactores, reporteros y hasta presentadores cuando se da el caso lo bueno de ser pocos es que aprendemos de todo porque aprendemos hacer todo de todas las aéreas.

5. ¿Qué necesitarían para poder trabajar bien?

Necesitamos más personal mas equipo y alguien que se encargue de poder traer artistas o poder ir a cubrir eventos donde se de a conocer más el canal porque nosotros mismo somos los que muchas veces tenemos que contactar artistas para que vengan a entrevistas y así poder presentar cosas nuevas para que la programación no sea tan aburrida a veces.

MODELO DE ENTREVISTA

Entrevista No.

Nombre:

Puesto:

- 1. ¿Cómo nace el canal MVN?**
- 2. ¿Qué clase de programación querían que tuviera el canal?**
- 3. ¿De quién o de quienes depende el canal?**
- 4. ¿Con cuanto personal y equipo cuenta el canal para poder trabajar?**
- 5. ¿Qué necesitarían para poder trabajar bien?**

FOTOGRAFIAS:

Entrevistas a diferentes artistas nacionales :



Fuente Victor Aquino

Entrevista con Francis Davila (dj Reconocido Nacional E internacionalmente)



Fuente Victor Aquino

Entrevista con grupo nacional (Hot Sugar Mama)



Fuente Victor Aquino

Entrevista con el grupo nacional (Boomper)



Entrevistas con directores, productores y actores de cine ...



Fuente Victor Aquino

Entrevista con Chofu Espinoza (Director Y Productor de Cine Guatemalteco)



Fuente Victor Aquino

Entrevista con Lucho Rios (Productor Y Guionista de Cine Guatemalteco)



Fuente Victor Aquino

Entrevista con Productor Director Y Guionista de Cine Guatemalteco





Fuente Victor Aquino

Entrevista con Luigi Lanuza (Cineasta Guatemalteco)



Fuente Victor Aquino

Entrevista con Domingo Lemus (Actor Y Productor De Cine Guatemalteco)



Fuente Victor Aquino

Entrevista con Sergio Ramírez (Director Y Productor de Cine Guatemalteco)





Fuente Víctor Aquino