

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

The seal of the Academia Coactemalensis Carolina is circular. It features a central figure of a woman in a red and white dress, possibly a saint or a historical figure, surrounded by various symbols: a golden chalice, a castle, a lion, and two golden columns. The background is blue with a white path leading to a green mountain range. The Latin text "ACADEMIA COACTEMALENSIS INTER CETERAS GIBIS CONSPICUA CAROLINA" is inscribed around the border.

**“ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO PARA LAS RELACIONES PÚBLICAS
DEL PROGRAMA “KILÓMETRO CERO” DEL CANAL DE GOBIERNO DE LA
SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA PRESIDENCIA”**

MARÍA ANDRÉ BARALES REYES

Licenciado (a) En Ciencias De La Comunicación

Guatemala, Noviembre de 2015

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**“ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO PARA LAS RELACIONES PÚBLICAS
DEL PROGRAMA “KILÓMETRO CERO” DEL CANAL DE GOBIERNO DE LA
SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA PRESIDENCIA”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

MARÍA ANDRÉ BARALES REYES

Previo a optar el título de:

LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



Guatemala, Noviembre de 2015

Consejo Directivo

Director

Lic. Julio Moreno Sebastián

Secretaria Administrativa

M.A. Claudia Molina

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bátres

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisor(a) de EPS (colocar el nombre de su supervisor)

Licda. Floralba Pérez Folgar /

Lic. Fernando I. Flores Barrios /

Licda. Sandra Hernández y Hernández

Guatemala, 9 de septiembre de 2015

Licenciado Pedroza
Coordinador
EPS de licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente

Respetable Licenciado Pedroza:

Deseándole éxitos en sus labores, me dirijo a usted para hacer constar que de acuerdo a la solicitud recibida, la estudiante **María André Barales Reyes** identificada con el carné 201016632 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, realizó su práctica supervisada en el Departamento de producción y edición de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia.

Así mismo, hago constar que la práctica se realizó conforme al programa establecido, realizando 300 horas a partir del 4 de mayo al 31 de julio de 2015, período en el cual se realizó el proyecto "Estrategia de las Relaciones Públicas del programa "Km Cero" del Canal de Gobierno de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia" en un horario de 8:00 a 17:00 horas de lunes a viernes.

La realización de las mismas consistió en la organización de comunicación interna del programa "Km Cero" que se proyectaba a diario. La remodelación del set de grabación e imagen del programa. La divulgación en redes sociales para promocionar del mismo y su capacitación de personal.

Sin otro particular me despido atentamente,



Jorge Ortega Gaytán
Vocero de la Presidencia



a avenida y 6°. calle, zona 1, Palacio Nacional de la Cultura, Patio de la Paz, 1er. nivel. Sala
Teléfonos: (502) 2251-4025 / 4030 / 4016 - Fax: (502) 2253-7472

www.guatemala.gov.gt



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

Guatemala, 23 de octubre de 2015

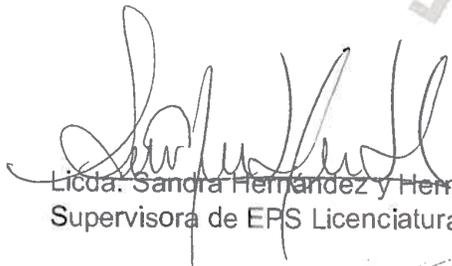
Estudiante
María André Barales Reyes
Carné: 201016632
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

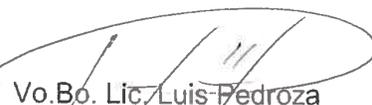
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS DEL PROGRAMA "KM CERO" DEL CANAL DE GOBIERNO DE LA SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA PRESIDENCIA".

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

A Dios

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi mamá

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mi papá

Por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

A mis familiares

A mis hermanas, Flor, Gabriela y Ángeles porque han sido mi ejemplo, compañía, apoyo y guía en mi vida; a mis tíos por ser parte de mi crecimiento y formación, por ser mis segundos padres; a mi prima por apoyarme siempre, y a todos aquellos que participaron directa o indirectamente en la elaboración de este EPS. ¡Gracias a ustedes!

A mi abuelita

Por darme la confianza y más amor del que se pueda recibir, por sentirse orgullosa de todos los logros que he cosechado a lo largo de mi vida y estar a mi lado siempre.

A mis amigos

Que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional y personal y que hasta ahora, seguimos celebrando cada triunfo con alegría y orgullo.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala y en especial a la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Por permitirme ser parte de una generación de triunfadores y gente productiva para el país.

En general gracias a todas las personas que de corazón han querido lo mejor para mí.

RESUMEN

- Nombre de la Institución:** Secretaría de comunicación social
De la Presidencia (SCSP).
- Nombre del Proyecto:** “Estrategia de fortalecimiento para las relaciones públicas del programa “kilómetro cero” del canal de gobierno de la secretaría de comunicación social de la presidencia”.
- Objetivos del Proyecto:**
- General:** Renovar y mejorar la imagen y el equipo que conforma el programa matutino “Kilómetro Cero” del Canal de Gobierno en el aspecto de mejorar las Relaciones Públicas para obtener un programa de buena calidad.
- Específicos:**
- Proporcionar capacitaciones dadas por profesionales a conductores en temas estéticos y de imagen personal.
 - Definir roles específicos para cada uno de los que conforman el programa para que todos sepan que responsabilidad está bajo su cargo, hacer una reunión semanal con los contenidos de cada

semana para que lleguen mejor preparados.

- Postear en las redes sociales del Canal de Gobierno el contenido que se estará brindando, previo y durante el programa para generar mayor interés ante el público objetivo.
- Por medio del diseño gráfico crear propuesta de una nueva imagen de logotipo y de set de grabación para brindarle una renovación al programa para hacerlo más atractivo.

Sinopsis:

La Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia tiene a su cargo el “Canal de Gobierno” el cual contiene una programación variada incluyendo el programa matutino “Kilómetro Cero”. Se realizó el diagnóstico para conocer su radiografía al analizar los resultados de este programa se vio que carecía de organización interna y renovación de imagen es por esto que en base a dichos resultados se propuso un plan de comunicación el cual presentó tres estrategias y sus respectivas acciones las cuales incluían la organización interna, la renovación de la imagen del programa y la divulgación en redes sociales sobre el contenido del programa para promocionar la diversidad de temas que este contiene.

La ejecución de las estrategias tuvo como resultado una sólida comunicación y organización interna así como un una imagen renovada, tanto del logo como de set de grabación más una divulgación del contenido de programa de forma diaria. Generando cambios positivos al Canal de Gobierno y a la institución.

INTRODUCCIÓN

La Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia fue fundada el 12 de diciembre de 1997 con el motivo de proyectar una imagen sólida a través de los distintos medios de comunicación formulando, coordinando y ejecutando las políticas y estrategias de comunicación social de la Presidencia. La Secretaría está dividida en direcciones y unidades entre estas está la Dirección de producción y logística la cual tiene a su cargo el Canal de Gobierno que está compuesto por distintos programas que transmiten el trabajo y eventos que realizan los ministerios y programas de entretenimiento como, la analizada en esta investigación, la revista matutina “Kilómetro Cero” que transmite contenido variado, de actualidad y noticias del Gobierno de Guatemala.

El presente Informe comunicacional describe, a través de un diagnóstico, la situación comunicacional a nivel interno y la imagen del programa “Kilómetro Cero” que pertenece a la institución, así mismo incluye un plan de comunicación y su ejecución dentro de la Secretaría de Comunicación Social.

Dicho diagnóstico contiene una exploración intensiva de la comunicación que nos muestra la situación interna ya que el programa del Canal de Gobierno presentó varias fallas en su organización e imagen. Se realizaron entrevistas al personal para obtener los datos necesarios para una mejor lectura acerca del clima laboral que se vivía en base al análisis de respuestas.

Para plantear las propuestas se realizó un plan de comunicación en el cual se especifica los pasos a seguir para generar un cambio positivo en el programa “Kilómetro Cero”, como la organización interna, el contenido del programa y la imagen que transmitirán luego de ejecutar la estrategia que se describe más adelante.

Las estrategias y acciones que aquí se presentan tuvieron como meta la mejora de la organización interna, la imagen y divulgación del programa que fueron los principales aportes que se lograron obtener para impulsar un cambio positivo a una parte importante de la institución.

JUSTIFICACIÓN

El diagnóstico que se realizó al programa matutino del Canal de Gobierno “Kilómetro Cero” se realizó con el fin de obtener información actual de la situación interna obtenida por diferentes técnicas de recolección aplicadas al equipo de producción y conducción. Con esta información se dieron a conocer debilidades y fortalezas que tiene, actualmente, en base a ellas se realizó un plan de comunicación así como estrategias y acciones para aportar mejoras positivas y necesarias.

Durante la elaboración del diagnóstico se logró determinar los problemas comunicacionales de la institución dando como resultado necesidades claras en el programa como la organización e imagen lo que significa una ausencia en el interés de realizar un programa de televisión que compita con otros programas matutinos. Por este motivo se pudo realizar un plan que consistió en tres estrategias, con la intención de beneficiar principalmente al programa y la institución, dicho plan fue ejecutado durante un tiempo de 300 horas de practica supervisada.

INDICE

RESUMEN.....	VIII
INTRODUCCIÓN.....	X
JUSTIFICACIÓN.....	XI
CAPÍTULO I	
1. DIAGNOSTICO	2
1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	2
1.1.1 Objetivo General.....	2
1.1.2. Objetivos Específicos.....	2
1.2. SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA PRESIDENCIA (SCSP) 3	
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	3
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas	3
1.2.3. Antecedentes o Historia	3
1.2.4. Departamentos o Dependencias	4
1.2.5. Misión	8
1.2.6. Visión.....	8
1.2.7. Objetivos Institucionales	9
1.2.8. Público Objetivo	10
1.2.9. Organigrama	11
1.3. METODOLOGÍA	12
1.3.1. Descripción del Método	12
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección	12
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico	15
1.4. RECOPIACION DE DATOS.....	16
1.4.1. Ficha de las entrevistas	16
1.4.2. Resultado de las entrevistas.....	17
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados.	18
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA	19
1.5.1. Fortalezas	19
1.5.2. Oportunidades	19
1.5.3. Debilidades	19

1.5.4. Amenazas.....	19
CAPÍTULO II	
2. PLAN DE COMUNICACIÓN	20
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	20
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	22
2.2.1. Objetivo General.....	22
2.2.2. Objetivos Específicos	22
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	23
2.4. MENSAJE	24
2.5. ESTRATEGIAS	24
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	25
CAPÍTULO III	
3.INFORME DE EJECUCIÓN	27
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	27
3.1.1. Financiamiento.....	27
3.1.2. Presupuesto.....	28
3.1.3. Beneficiarios	28
3.1.4. Recursos humanos	29
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción	30
3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS	30
3.2.1 Estrategias desarrolladas	30
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	42
3.4CONTROL Y SEGUIMIENTO	43
CONCLUSIONES	44
RECOMEDACIONES.....	45
GLOSARIO DE TÉRMINOS	46
BIBLIOGRAFÍA	48
E-GRAFÍA.....	48
ANEXOS	49

CAPÍTULO I

1. DIAGNOSTICO

“Diagnóstico de las relaciones públicas del programa “kilómetro cero” del canal de gobierno de la secretaría de comunicación social de la presidencia”.

1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1 Objetivo General

Obtener una radiografía general del programa “Kilómetro Cero” del Canal de Gobierno de la Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia para determinar sus debilidades y proponer posibles soluciones para su mejoramiento.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Crear un cronograma para fijar fechas que nos indiquen que día proceder con cada actividad para recolectar la información tanto de la institución como de la situación actual del programa.
- Recolectar información en base al método de observación en el canal Kilómetro Cero.
- Llevar a cabo entrevistas a los trabajadores del programa, analizar sus opiniones y conocer las situaciones actuales del programa del Gobierno.

1.2. SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA PRESIDENCIA (SCSP)

1.2.1. Ubicación Geográfica

6ª. Avenida y 6ª. Calle zona 1, Palacio Nacional de la Cultura, Guatemala.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Presidencia de la República de Guatemala.

1.2.3. Antecedentes o Historia

La Secretaría es el vínculo de comunicación entre el Gobierno de Guatemala y los diferentes medios de comunicación, para informar a la población de los planes, proyectos, objetivos de la Presidencia de Guatemala.

La Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República fue creada a través del artículo 12 del Decreto 114-97 de fecha 13 de noviembre de 1997, del Congreso de la República, Ley del Organismo Ejecutivo. El 13 de julio de 1998, mediante Acuerdo Gubernativo Número 465-98 de la Presidencia de la República fue aprobado el Reglamento Orgánico Interno de la Institución en sustitución de la Secretaría de Relaciones Públicas de la Presidencia de la República que existía en ese entonces. Es el documento legal que ampara la creación de la misma.

El Acuerdo referido ha tenido cambios derivados de las necesidades de la Secretaría, para cumplir con el buen funcionamiento y fortalecimiento de la misma. Los cambios han sido autorizados y amparados por medio de Resoluciones de Secretaría, potestad que le da al Despacho Superior, tal como lo establece el inciso k, artículo 6 del Acuerdo Gubernativo Número 465-98. La estructura organizativa de la Secretaría no respondía a las exigencias de su funcionamiento, lo que hace necesario una reestructuración y modificar el Reglamento Orgánico Interno. Por lo anterior se aprueba en Acuerdo Gubernativo 207-2011 de fecha 21 de junio de 2011 el nuevo Reglamento Orgánico Interno de la Secretaría.

1.2.4. Departamentos o Dependencias

Dirección general

Es responsable de desarrollar e implementar nuevos procesos y programas de trabajo, administrativos y financieros de control interno. Ser vínculo entre el Secretario, Subsecretario de Comunicación Social y las Unidades Administrativas. Estando integrada por: Unidad de Acceso a la Información, Unidad de Recursos Humanos, Unidad de Administración Financiera, Unidad de Informática, Unidad de Servicios Generales y Unidad de Adquisiciones.

Unidad de información Pública

Es responsable de recibir y tramitar, las diferentes solicitudes del público en general de carácter administrativo, financiero, sustantivo y operativo.

Unidad de Recursos Humanos

Es responsable de dirigir y administrar, en forma desconcentrada de la Oficina Nacional de Servicio Civil, el sistema de Recursos Humanos. Dirigir las gestiones de aplicación Admisión, gestión y desarrollo de personal. Aplicar las normas, políticas, procedimientos técnicos y legales, determinados por la Oficina Nacional de Servicio Civil.

Unidad de Administración Financiera

Es responsable de coordinar la formulación, programación, ejecución y liquidación del presupuesto general de ingresos y egresos de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República. Administrar la gestión financiera del presupuesto, la contabilidad integrada, la tesorería e inventarios.

Unidad de Informática

Es responsable de coordinar, supervisar, mantener los sistemas informáticos y hardware con que cuenta la Secretaría de Comunicación Social de la República, así como dar mantenimiento y actualización a la página Web del Gobierno de la República y de la propia Secretaría.

Unidad de Servicios Generales

Es responsable de dirigir y coordinar las operaciones del mantenimiento del equipo, vehículos e instalaciones de la Secretaría. Llevar el control de las actividades de los conductores, mensajeros y el personal de limpieza que laboran en la Secretaría. Administra y resguarda los suministros, que son utilizados para abastecer las necesidades de cada una de las unidades de la Secretaría.

Unidad de Adquisiciones

Es responsable de programar, dirigir, coordinar la adquisición de bienes y la contratación de servicios para la Secretaría autorizadas por el Despacho Superior, los que serán utilizados en el ramo administrativo. Coordina las necesidades de las diferentes áreas de la Secretaría, a fin de asegurar la calidad del producto requerido.

Dirección de información y prensa

Es responsable de procesar toda la información estratégica que se genera en el Organismo Ejecutivo, para difundirla de forma noticiosa hacia los diferentes medios de comunicación social (nacionales, internacionales, comerciales y alternativos), a través de diferentes medios de comunicación social (comunicados de prensa, notas para TV, cuñas radiales, publicaciones en la página de gobierno, etc.).

Dirección de Organización y Logística

Es responsable de diseñar las campañas y actividades propias de la comunicación de Estado. Supervisar la realización, producción de material visual, audiovisual y radiofónico. Seleccionar, supervisar los medios tanto radiales, escritos y televisivos, la Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia de la Republica a los que se dirigirá la producción mencionada. Organizar, coordinar la cobertura en cuanto al montaje de los diversos eventos públicos y giras del Presidentes, Vicepresidente de la Republica y otras dependencias del Organismo Ejecutivo.

Unidad de televisión

Es responsable de dar cobertura fílmica de las diferentes actividades del Presidente, Vicepresidente de la República y otros funcionarios de Gobierno; y poseer archivo de las mismas.

Unidad de radio

Es responsable de crear y producir audios, para diversas campañas así como anuncios, comunicados y documentales de manera eficaz y eficiente.

Unidad de edición

Es responsable del proceso de producción de spot televisivos, para ser entregado a los diferentes medios de comunicación.

Unidad de diseño gráfico

Es responsable de la visualización, diseño y elaboración de artes para los materiales que son transmitidos en los medios de comunicación social.

Unidad de Logística

Es responsable de la organización y coordinación del montaje de los diferentes eventos: giras del señor Presidente, Vicepresidente de la República y el gabinete, previa coordinación del Despacho Superior con unidades del Estado Mayor Presidencial, Gobernadores Departamentales, Alcaldes Municipales, delegados de las diferentes dependencias del Estado y Comités conformados para colaborar en las actividades a desarrollarse en las diferentes comunidades.

Unidad de Medios de Comunicación

Es responsable de planificar espacios publicitarios, en los diferentes medios de comunicación social (escritos, televisivos y radiales), así como el monitoreo de las pautas solicitadas para los fines y objetivos de la Secretaría.

Unidad de fotografía

Es responsable de dar cobertura fotográfica, a todas las actividades del Presidente, Vicepresidente de la República y otros funcionarios de Gobierno.

Dirección de monitoreo y análisis de medios de comunicación

Es responsable de procesar el análisis de la información, construcción e identificación de alertas, respecto a la coyuntura política y social del país, especialmente bajo la lógica de la comunicación del Estado.

Dirección de comunicación departamental

Es responsable de ser el vínculo en la construcción de las relaciones, entre periodistas de los distintos departamentos del país, enfocando su acción en información, formación y pauta en los diferentes medios de comunicación. Crear e implementar estrategias departamentales de comunicación de gobierno.

Dirección de relaciones interinstitucionales

Es responsable de ser el vínculo en la implementación de las relaciones interinstitucionales con otras dependencias del Ejecutivo. Velar por el fortalecimiento de la imagen de Gobierno. Fortalecer las unidades de comunicación de cada una de las dependencias del Estado.

Asesoría Jurídica

Es responsable de brindar asesoría en materia jurídico legal al Despacho del Secretario, Subsecretario y a los demás órganos administrativos, de apoyo técnico y de control interno.

Unidad de auditoría interna

Es responsable de realizar la fiscalización y revisión de las erogaciones de la Secretaría, para asegurar que las mismas se ajusten a las normas presupuestarias del Estado. Su función será en el ejercicio de control interno con efecto preventivo, con el objeto de detectar y controlar riesgos por medio de los procesos que evalúe.

1.2.5. Misión

Proyectar una imagen sólida a través de los distintos medios de comunicación formulando, coordinando y ejecutando las políticas y estrategias de comunicación social de la Presidencia y el Gobierno de la República, como vínculo de información para el pueblo de Guatemala.

1.2.6. Visión

Ser la Institución Gubernamental que divulgue e informe las actividades y programas de la Presidencia, así como, la política y programas de Gobierno a la población Guatemalteca de manera confiable, oportuna y transparente, a través de los medios de comunicación y las tecnologías de información.

1.2.7. Objetivos Institucionales

Objetivo general

Formular, coordinar y ejecutar la política de comunicación de la Presidencia y Gobierno de la Republica.

Específicos

- Ser el vínculo de información de las actividades, programas y proyectos de la Presidencia y Gobierno de la República ante los medios de comunicación social.

- Divulgar e informar a la población las actividades de la Presidencia y Gobierno de la República, así como la propia Secretaria.

- Ser el ente oficial y regulador de la imagen del Gobierno de Guatemala.

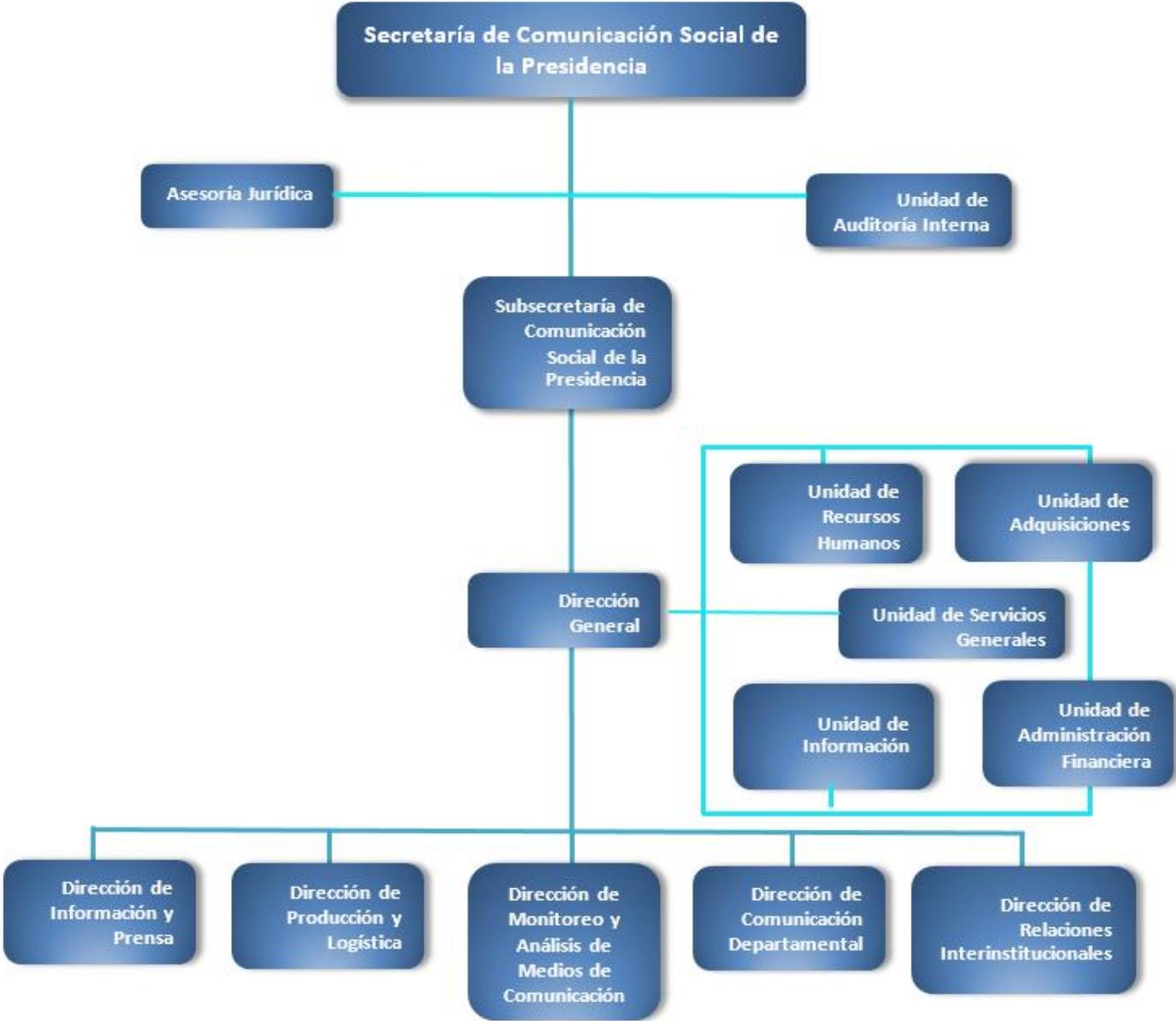
- Hacer las declaraciones, rectificaciones, explicaciones y refutaciones que se estimen necesarias ante los medios de comunicación social derivado de publicaciones inexactas.

- Desarrollar e innovar mecanismos de comunicación para lograr una mayor cobertura a nivel nacional.

1.2.8. Público Objetivo

Se desglosa el 70% de la población, hombres y mujeres, de todo el país con el parámetro de edad con capacidad de comprender los mensajes de Gobierno que es a quienes queremos llegar y condiciones ideales para recibir los mensajes, y a donde los medios de comunicación tienen cobertura. Para tener la capacidad de realizar una evaluación real, se hace necesario contar con datos reales que pueden ser proporcionados únicamente por medio de un nuevo censo generado por el Instituto nacional de estadística de la república de *Guatemala* (INE).

1.2.9. Organigrama



1.3. METODOLOGÍA

Metodología: “parte del proceso de investigación o método científico, que sigue a la propedéutica, y permite sistematizar los métodos y las técnicas necesarias para llevarla a cabo. Los métodos elegidos por el investigador facilitan el descubrimiento de conocimientos seguros y confiables que, potencialmente, solucionarían los problemas planteados.”

1.3.1. Descripción del Método

Método Inductivo (Cualitativo)

Al realizar una investigación es fundamental regirse bajo ciertos pasos que nos conducen a los resultados que se buscados, para esto se elige el método adecuado según nuestra investigación. “El Método es un modo, manera o forma de realizar algo de forma sistemática, organizada y estructurada, hace referencia a una técnica o conjunto de técnicas para llegar a la conclusión buscada”.¹

El método que se utiliza en esta investigación es el método descriptivo - cualitativo ya que este método es utilizado en la ciencia experimental. Consiste en basarse en enunciados singulares, tales como descripciones de los resultados de observación o experiencias para plantear enunciados universales, tales como hipótesis o teorías.²

Se eligió este método por el tipo de información que se busca en esta investigación ya que se trabaja con las técnicas de recolección, descritas a continuación, más adecuadas para el estudio que se realiza y poder cumplir de esta forma con los objetivos planteados.

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

Observación

Para el tipo de método que se utiliza, en esta investigación, esta técnica es indispensable ya que fijamos los sentidos sobre un hecho determinado. La

¹ www.significados.com/metodo/

² José Cegarra Sánchez (2012). *Métodos de la investigación científica y tecnología*, editorial Díaz de Santos. Madrid.

observación es la acción de observar, de mirar detenidamente. Pero este primer significado de la palabra se presta, en el trabajo científico, a una ambigüedad que es necesario disipar desde un principio. La observación puede ser estudiada desde el investigador que observa, que mira detenidamente y desde lo observado, que lo mira detenidamente.³

Esta técnica es inmediata y que desde el momento que se utiliza se va obteniendo información por medio de los fenómenos que se observan y afectan en este caso al programa “Kilómetro Cero” del Canal de Gobierno, con el cual se permitió conocer la falta de organización ente los integrantes del equipo de producción y conducción, sus desacuerdos y la falta de asignación de roles específicos para la buena calidad del programa, también se observó la falta de capacitación que tenían para el puesto que estaban ocupando, principalmente los conductores, en aspectos de imagen personal.

Se observó, dentro de sus fortalezas, la buena relación de compañerismo, solidaridad del equipo y la profesionalidad con la que se trabajaba.

A esto se le agrega la observación con relación a la imagen que trasmite el programa con aspectos estéticos como su logotipo y set de grabación los cuales deben actualizarse.

Entrevista

Utilizando esta técnica se pudo obtener datos personales del equipo de “Kilómetro Cero” para obtener toda la información posible y completa. La entrevista se define como una técnica de investigación muy utilizada en la mayoría de las disciplinas empíricas. Apelando a un rasgo propio de la condición humana, nuestra capacidad comunicacional, esta técnica permite que las personas puedan hablar de sus experiencias, sensaciones, ideas, etc.⁴

³ Pardinás, Felipe (1989). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*, editorial Siglo XXI, México.

⁴ Yuni, José (2006). *Técnicas de investigación*, editorial Brujas, segunda edición, Argentina.

De esta forma recolectamos datos que nos ayudaron a conocer la situación actual del equipo y sus necesidades de obtener asesorías y cambios positivos en el programa.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

Actividades	Fecha
Inicio de diagnóstico	2 de febrero.
Solicitud de información general de la secretaria de comunicación social de la presidencia a Recursos Humanos	4 de febrero.
Observación del área de grabación y Control.	4 al 13 de febrero
Observación en el set	16 al 27 de febrero
Entrevistas a equipo del set (jefe de piso, presentador y técnico encargado)	16 de febrero
Análisis de resultados ingresados de entrevistas y observación al Diagnóstico	23 al 25 de febrero.
Finalización de diagnóstico	28 de febrero
Entrega de diagnóstico a coordinadores	2 de marzo

1.4. RECOPIACION DE DATOS

1.4.1. Ficha de las entrevistas

1. Conductora

Fecha: 23 de febrero del 2015

Hora: 11:30 am.

Objetivo: conocer la situación actual del programa “Kilómetro Cero” del Canal de Gobierno de la Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia con relación a los conductores del canal.

2. Jefa de piso y coproductora

Fecha: 24 de febrero del 2015

Hora: 9:15 am.

Objetivo: conocer la situación actual del programa “Kilómetro Cero” del Canal de Gobierno de la Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia con relación a la organización y supervisión del canal.

3. Switcher

Fecha: 25 de Febrero
del 2015

Hora:
2:45 pm.

Objetivo: Conocer la situación actual del programa “Kilómetro Cero” del Canal de Gobierno de la Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia con relación al área técnica.

1.4.2. Resultado de las entrevistas

Dentro de las respuestas de los entrevistados se ve que el programa “Kilómetro Cero” no lleva mucho tiempo al aire, los conductores y el equipo de trabajo son los mismos desde que se inició, manteniendo así una buena relación laboral no hay una buena organización entre ellos, los temas se manejan con un cronograma que no está completo ni específico en cuanto a invitados, hay problema con el conocimiento del contenido que se dará cada día. La mayoría de trabajadores del canal tienen trabajo extra además de su cargo oficial, a lo que todos los entrevistados no tienen problema al respecto, no demanda tiempo laboral extra y no les molesta por el contrario, lo hacen de buena manera y esforzándose por presentar un buen contenido.

Uno de los temas que más se trataron fue el de la falta de capacitación y actualización que tienen los presentadores y el personal técnico, no reciben asesorías actualizadas sobre sus cargos, dentro del programa, por ejemplo las trabajadoras mujeres coincidieron con la necesidad de asesoría de imagen y preparación en el tema de producción, es de suma importancia en el medio televisivo llevar estas capacitaciones, la cual no se les ha otorgado y al mismo tiempo tienen que cubrir el rol de maquillistas y encargadas de producción cuando se ausenta la persona responsable de este puesto, concluyendo que no hay una persona profesional específica para cada cargo.

Para la mejora de la imagen del programa “Kilómetro Cero”, los entrevistados estaban de acuerdo con que necesita un cambio de escenografía más moderno acorde a los temas que tratan, así como de mejorar la presentación haciendo cortinas para cada segmento.

Dentro de las entrevistas se platicó de un problema que afecta grandemente a la mejora del programa “Kilómetro Cero” y es la falta de personal en el ámbito estético, y técnico principalmente que no existe una definición de roles para cada trabajador del canal. Esto crea confusión a la hora de otorgar responsabilidades provocando carga extra sobre unos pocos, esto crea un déficit en el orden, malos entendidos y profesionalismo dentro del set de grabación.

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

PREGUNTAS	PUNTOS DE ENCUENTROS	DISENSOS
<p>¿Está a gusto con sus Responsabilidades extras en el programa?</p>	<p>Al hacer esta pregunta los entrevistados admitieron no tener problemas con realizar tareas extras ya que aprendían sobre diferentes ámbitos.</p>	<p>Uno de los aspectos negativos era la falta de concentración, en su cargo oficial, que provocaba tener tareas extras.</p>
<p>¿Existe una buena relación y comunicación dentro de los trabajadores del programa?</p>	<p>Todos los entrevistados acordaron que si existe una muy buena relación entre ellos por el tiempo que tenían de conocerse y por el hecho de la confianza que se tenían.</p>	<p>A causa de la confianza que se tienen se ha tenido problemas de organización, responsabilidades y profesionalismo en el set y fuera de él.</p>
<p>¿Qué aspecto cambiaría en el programa?</p>	<p>Los entrevistados coincidieron en que el programa necesita mejoras de imagen tanto en escenografía como en detalles entre segmentos.</p>	<p>El cambio del set tardaría mucho y tendrían que improvisar un espacio aleatorio, esto provocaría más dificultades.</p>
<p>¿Qué tipo de asesoría le gustaría recibir?</p>	<p>Los entrevistados tienen distintos tipos de trabajo pero les gustaría recibir asesoría actualizada de su profesión para crecer junto con el programa.</p>	<p>El problema con la capacitación sería el horario de trabajo que es variado y el costo de los mismos ya que por esto será difícil que la auspiciara el gobierno.</p>
<p>¿Falta personal en el programa?</p>	<p>Parte de los entrevistados dijeron que necesitan personal que se encargue de la imagen de los conductores de forma estética.</p>	<p>Los entrevistados saben que la aprobación de dicha solicitud es difícil.</p>

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA

1.5.1. Fortalezas

Es un espacio de entretenimiento dentro de un canal gubernamental, se puede tratar temas de interés para la familia, la mujer y la sociedad sin un toque político.

1.5.2. Oportunidades

Tienen la oportunidad de llevar un mensaje de positivismo, de unidad, y de valores a los guatemaltecos, por medio de una plataforma segura como lo es el canal de Gobierno.

1.5.3. Debilidades

Por tratarse de una tele revista dentro de un canal gubernamental, existe cierta duda por parte de un segmento de la población. Otra debilidad es el presupuesto, la falta de capacitación y asesoría al personal, la mala de coordinación y organización con respecto a los temas que se van a tratar cada día y la falta de personal técnico y de imagen.

1.5.4. Amenazas

Por el cambio de administración central cada periodo de 4 años, existe la posibilidad que retiren del aire el programa y estancar los proyectos ya existentes.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

“Estrategia de fortalecimiento para las relaciones públicas del programa “kilómetro cero” del canal de gobierno de la secretaría de comunicación social de la presidencia”.

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Con la intención de dar a conocer los avances del Gobierno de Guatemala, en el año 2012, inicia la transmisión en vivo de los actos protocolarios del Presidente Otto Pérez Molina, dichas transmisiones se hacen por medio de la página oficial: www.guatemala.gob.gt.

Con el paso de los meses se hace evidente la falta de infraestructura para mejorar la calidad de cada transmisión televisiva que se realiza, es por ello, que progresivamente se va dotando a la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia del equipo necesario para divulgar (con una calidad aceptable) los avances en el trabajo del gobierno en turno. Nace así el proyecto “Canal de Gobierno”.

En el mes de mayo de 2014, se realiza la primera transmisión del Canal de Gobierno en televisión por cable, con esto se aumentan los medios de divulgación del qué hacer gubernamental, pasando de una señal web (como era al inicio) a televisión.

Es en junio del mismo año, que las autoridades de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, proponen la realización de una “tele revista que tenga una duración de dos horas diarias” aunque el reto parecía muy grande, una semana después se conforma el equipo de producción para dicha propuesta. Se crean los segmentos y se define el contenido en una perspectiva de entretenimiento y cultura con principios y valores necesarios para el sano desarrollo del país.

Se elige el nombre “Kilómetro Cero” para el programa, porque la producción del mismo se origina en el Palacio Nacional de la Cultura en la zona 1, precisamente

lugar donde parte la medición kilométrica de las carreteras del país. Finalmente el 14 de julio de 2014, se transmite el primer programa de la tele revista Kilómetro Cero; en medio de limitaciones tecnológicas, técnicas y de personal, la primera transmisión es una modesta pero motivante experiencia.

De los cinco presentadores que inician su participación, tres de ellos pasan de los 55 años de edad, hecho que va cambiando con el pasar de los meses con la intención de darle más frescura y dinamismo al proyecto.

Tres meses después se integran nuevos talentos nacionales quienes ven en Kilómetro Cero una propuesta original y amplia para el desarrollo intelectual y artístico de cada uno de sus integrantes.

En la actualidad, el programa Kilómetro Cero, es el más dinámico, original y propositivo proyecto que conforma el Canal de Gobierno, nuestra visión es convertirnos en el referente nacional de calidad televisiva, contenido familiar con un profundo compromiso de aportar principios y valores en cada transmisión, así como ofrecer esperanza, todo esto, de una forma entretenida pero directa.

El equipo de Kilómetro Cero está conformado por:

S. Alejandro García, Productor y director.

Dennys Mejía y Daniela Palomo, asistente producción

Astrid Tenes, Freddy Rodríguez, Mynor Barahona, Roberto Arévalo, Daniela Palomo y Armando Aguilar, Presentadores.

Rigoberto Hernández, Vinicio Villeda y Jasón Hernández, Sonido

Herbert Caballero, Mario Cruz, Camarógrafos

Adrián Velásquez, jefe de información noticiosa.

Kilómetro Cero, se transmite por Canal de Gobierno, de lunes a viernes de 9 a 11 de la mañana.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

- Renovar y mejorar la imagen y el equipo que conforma el programa matutino “Kilómetro Cero” del Canal de Gobierno en el aspecto de las Relaciones Públicas.
- Capacitar al personal, principalmente a los conductores, mejorar la comunicación y organización interna, usar con mayor eficacia las redes sociales y crear una nueva imagen para el programa.

2.2.2. Objetivos Específicos

- Proporcionar capacitaciones dadas por profesionales a conductores en temas estéticos y de imagen personal.
- Definir roles específicos para cada uno de los que conforman el programa para que todos sepan que responsabilidad está bajo su cargo, hacer una reunión semanal con los contenidos de cada semana para que lleguen mejor preparados.
- Postear en las redes sociales del Canal de Gobierno el contenido que se estará brindando, previo y durante el programa para generar mayor interés ante el público objetivo.
- Por medio del diseño gráfico crear propuesta de una nueva imagen de logotipo y de set de grabación para brindarle una renovación al programa para hacerlo más atractivo.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Público Interno del programa “Kilómetro Cero”.

- En la descripción geográfica, el público objetivo se encuentra en la Secretaria de la Comunicación de la Presidencia situada en el Palacio Nacional de la Cultura en el departamento de producción del Canal de Gobierno en la Ciudad Capital.
- En la descripción demográfica, la edad de los integrantes del programa es de 19 a 60 años todos de nacionalidad guatemalteca de ambos géneros, dentro del canal el estado civil es variado ya que hay tanto casados como solteros, son estudiantes y profesionales, todos con carreras enfocadas en la comunicación, mercadeo y diseño.
- En la descripción psicográfica, el estilo de vida del grupo objetivos es familiar y profesional, son personas que disfrutan su trabajo, todos dedicados a su área específica de trabajo. Enterados de la situación actual del país y del gobierno por medio de los medios de comunicación que manejan, tienen personalidades creativas, extrovertidas y profesionales que disfrutan un buen ambiente de trabajo para la mejor disposición de entrega y compromiso, tratan diversas formas para compartir en familia, amigos y colegas del trabajo. El público objetivo tiene distintas ideologías, se basan en el respeto para crear un ambiente tolerante y comprensible para su buen funcionamiento profesional de un nivel socio económico medio y medio alto.

2.4. MENSAJE

El mensaje para este plan de comunicación que se basa en la renovación para el programa matutino “Kilómetro Cero” utilizando palabras que inviten a las personas a sintonizarlo por su contenido e imagen nueva, hace énfasis a lo que le proporcionara el estar sintonizando la revista. Dentro de los objetivos que tiene el canal están de informar a las personas temas de interés como tecnología, familia, cultura, noticias del Gobierno, invitados como profesionales en temas relevantes y personajes públicos de agrado entre la población.

Por lo mismo se desarrolló un concepto de atracción y simpatía para con los televidentes, dando a entender la importancia de estar enterados de temas de actualidad que son llamativos e importantes.

El concepto a transmitir es:

“Kilómetro Cero, el complemento de su mañana”

2.5. ESTRATEGIAS

Organización

Estrategia de organización interna por medio de reuniones semanales, reestructuración de roles y programas escritos que se les dará a cada integrante del equipo para que estén informados de los acontecimientos.

Renovación

Capacitaciones a los conductores del canal con una asesoría de imagen, maquillaje profesional y conducción para el crecimiento profesional del equipo. Diseño de set y logotipo para darle una imagen fresca al programa así como una vista atractiva y agradable para los televidentes.

Divulgación

Se transmitirá la información y contenido del programa previo a que suceda y después de su transmisión para promocionarlo en las redes sociales del Canal de Gobierno y que las personas sepan que transmite el programa así como su nueva imagen.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Organización

- Planificar reuniones semanales en donde se hable sobre el contenido de los programas durante esa semana y dejar en claro cualquier inquietud que el equipo tenga.
- Convocar una junta con todo el personal y discutir los roles y compromisos que cada uno tiene así como generar una cadena de mando para asumir responsabilidades y actos que cada uno haga.
- Contar con un horario fijo para todos los integrantes no importando el tiempo que cada uno haga durante el programa.

Divulgación

- En todas las redes sociales del gobierno por medio del Canal de Gobierno introducir la información del programa “Kilómetro Cero”.
- Divulgar en las redes sociales el mensaje que quiere transmitir el programa.

- Informar por las redes sociales los temas que se van a tratar con profesionales invitados así como artistas, deportistas y personas de los medios para llamar la atención de la audiencia.
- La información del programa también se transmitirá en las redes sociales de los invitados para y ampliar el mensaje de transmisión.

Renovación

- Capacitación en imagen personal y maquillaje profesional para televisión.
- Crear diseño para logo del programa utilizando colores más vivos y dar una mejor imagen.
- Diseñar un set que vaya de acuerdo a las necesidades del programa como tener un mínimo de dos escenarios distintos en el set organizando de la mejor manera el espacio disponible.
- Crear diseño de cortinas para cada segmento que presentan.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

“Estrategia de fortalecimiento para las relaciones públicas del programa “kilómetro cero” del canal de gobierno de la secretaría de comunicación social de la presidencia”.

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

3.1.1. Financiamiento

Para la siguiente propuesta a mostrar se hizo necesaria la colaboración de propuestas gráficas, manejo de redes, asesoría y modificación de set, el departamento de producción de la Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia es el encargado de autorizar lo antes necesario para poderlo implementar y brindar apoyo para su realización como el diseño y materiales requeridos que se coordinaron sin ningún costo de servicio profesional.

Los únicos costos fueron de las propuestas gráficas para la renovación del logo del programa así como materiales que sirvieron para la remodelación del set y el cobro que hizo la asesora de imagen y maquillaje profesional. Quien fue contratada, por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado para apoyo del proyecto como parte de una de las acciones que se realizaron.

3.1.2. Presupuesto

Por lo requerido en el proyecto, en donde se propusieron las acciones ya ejecutadas, los costos provienen del Departamento de Producción, el Departamento de Edición y por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado. Por lo mismo el presupuesto presentado en el Plan de Comunicación ya ha sido cubierto, mostrando así los cambios realizados en cada programa de “Kilómetro Cero”, ahora llamado “KM Cero” que más adelante se explicaran.

Se presenta, a continuación, la tabla de contenido que muestra el presupuesto que se usó para la ejecución del proyecto.

Cantidad	Producto	Dimensiones/Formato	Diseño	Encargado	Sub-Total
2	Post para la Página de Facebook	700x700 px.	Sin costo	Daniela Palomo	Sin costo
indefinido	Plantilla para post en Facebook	700x700 px.	Sin costo	Daniela Palomo	Sin costo
2	Propuestas de diseño	11x17 plgs.	Sin costo	Epesista María André Barales	100
1	Asesoría de maquillaje profesional	---	Sin costo	Epesista María André Barales	250
1	Edición de lanzamiento para la nueva imagen para Televisión	Vídeo Full HD de 30”	Sin costo	Productor del programa	Sin costo
13	Materiales para el cambio de set	Papel arcoíris		Epesista María André Barales	Q30
				TOTAL	Q380

3.1.3. Beneficiarios

Este proyecto de mejora y renovación al programa “KM Cero” junto con las asesorías y su promoción en la página “Canal de Gobierno” ha beneficiado a los miembros del equipo del programa así como a mejorar la imagen que trasmite el canal con sus conductores y la renovación del set, haciéndola más fresca, colorida, llamativa e interesante. En cuanto a los conductores han aprendido a mejorar su imagen

personal por medio de maquillaje y ayuda profesional. Creando una nueva visión, que es lo que se quería lograr ya que no se contaba con renovaciones ni permisos para elaborarlos. Se concluye con decir que los beneficiarios fueron el programa y su equipo de trabajo. Se iniciaron las acciones de este proyecto logrando los permisos necesarios que fueran de beneficio para el mejoramiento, específicamente, del programa para ser un elemento nuevo y de agrado al público objetivo, con esto le darían al Canal de Gobierno una imagen que reflejara el trabajo de conductores profesionales que transmitan contenidos de interés a las personas que lo vean y cambie de esta manera la visión que los televidentes tenían sobre el canal y el programa.

3.1.4. Recursos humanos

Nombre	Puesto	Actividad
Selvin	Productor del programa “KM Cero”	Autorizó y elaboro el cambio de imagen al programa.
Licenciada Daniela Palomo	Encargada de las redes sociales de la secretaria de la presidencia	Anunciar en las redes sociales el cambio de imagen del programa así como publicar lo que va a suceder en el programa con fotos y comentarios.
Valory Aragón	Editora de producción	Edición de las notas para el programa y sus nuevos eventos.
Andrea Estrada	Diseñadora Gráfica	Diseñadora del arte final para la nueva imagen que se mostró en las redes sociales.
Valory Aragón	Maquillista profesional	Maquillista de las conductoras del programa.
María André Barales	Epesista	Crear propuesta para logo y cambio de imagen, rediseñar el set, contratar asesoría profesional, plantear un cronograma de actividades para una buena organización interna.

Las personas que conformaron el equipo para que se ejecutara este proyecto fueron del Departamento de Edición, el Departamento de Producción y la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado, todo con la autorización del productor del programa.

3.1.5. Áreas Geográficas de Acción

El área donde se ejecutó el proyecto fue en la 6ta. Calle y 6ta. Avenida de la zona 1, Palacio Nacional de la Cultura en donde se encuentra la Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia.

3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS

Como se muestra en el plan de comunicación, la estrategia es de comunicación interna. En donde se llevó a cabo la renovación y mejora del programa “KM Cero” para crear una mejor visión de uno de los programas del “Canal de Gobierno” el cual busca tener una programación variada en donde se abarquen temas de interés para la población guatemalteca que son su grupo objetivo y de esta manera llame su atención con los cambios que a continuación se presentan.

3.2.1 Estrategias desarrolladas

El proyecto se desarrolló por etapas con el objetivo de rehacer el programa, estructurando desde su organización y preparación de conductores hasta la imagen del programa. El cual se realizó en el En el período de ejecución del Ejercicio Profesional Supervisado empezando por los permisos requeridos a las autoridades involucradas hasta la ejecución del proyecto.

Estrategia 1: El clima laboral y estructura interna en el programa

La reestructuración de roles es fundamental para que las responsabilidades se dividan de forma equitativa entre el equipo de producción y conducción. Así mismo la realización de escaletas con el contenido diario del programa se le dará a cada

integrante del equipo para que estén informados de los acontecimientos y actividades semanales. Estos cambios serán impulsores de cambio en la situación comunicacional interna.

Acción 1

Fase de organización, desarrollo de materiales para la ejecución de la estructura y clima laboral:

- Cronogramas
- Reuniones para asignación de roles
- Integración de nuevos conductores
- Horario fijo para todos los integrantes

Programa
Introducción y Video musical
Bienvenida
Para iniciar bien el día
El dato positivo
Ferías patronales ARMANDO
Estrenos de cine ASTRID Y ROBERTO
Resumen deportivo ROBERTO
CORTE
Circuito turístico
Agenda cultural
Ritmos del mundo
Muévete ya
Salud activa
CORTE
Entrevista del día
CORTE
Innovación y tecnología
CIERRE

- Esquela actual de uno de los programas luego de la renovación de imagen, que es entregado a los conductores cada lunes para que estén preparados cada día. En donde cada conductor está enterado del segmento que les corresponde.



- Productor de “Km Cero” en los controles indicando el contenido del programa a los conductores para mayor orden en el programa.
Fuente: María André Barales, mayo /2015



- Aniversario del programa en donde aparece el equipo completo de “KM Cero” junto con los nuevos conductores.
Fuente: María André Barales, junio /2015

Estrategia 2: renovación y mejoras de la imagen del programa

Iniciando con capacitaciones a los conductores del canal con una asesoría de maquillaje profesional y conducción para el crecimiento profesional del equipo. Diseño de set y logotipo para darle una imagen fresca al programa así como una vista atractiva, más apropiada para su horario de trasmisión, y agradable para los televidentes.

Acción 1

Fase de renovación, se dió el desarrollo de los siguientes materiales: una vez finalizada la organización, se generó la elaboración de las propuestas de diseño del logo y las propuestas para el cambio de set así como la asesoría de maquillaje y propuesta de maquillista fija para el programa, propuestas que se presentaron al productor de “KM Cero” y las autoridades para su aprobación.

Como resultado, la elaboración del logo seleccionado, se trabajó con dos propuestas e ideas de las cuales se eligió una para que todo el programa y equipo estuviera enlazado con la nueva imagen que ahora es trasmitada todos los días desde que se lanzó. Además se llevaron a cabo las capacitaciones de maquillaje e imagen personal para los presentadores así como establecer una maquillista fija para el programa y el cambio de set que fue elaborado con materiales ya existentes para el ahorro de gastos.

- Primer logo de “Kilómetro Cero”

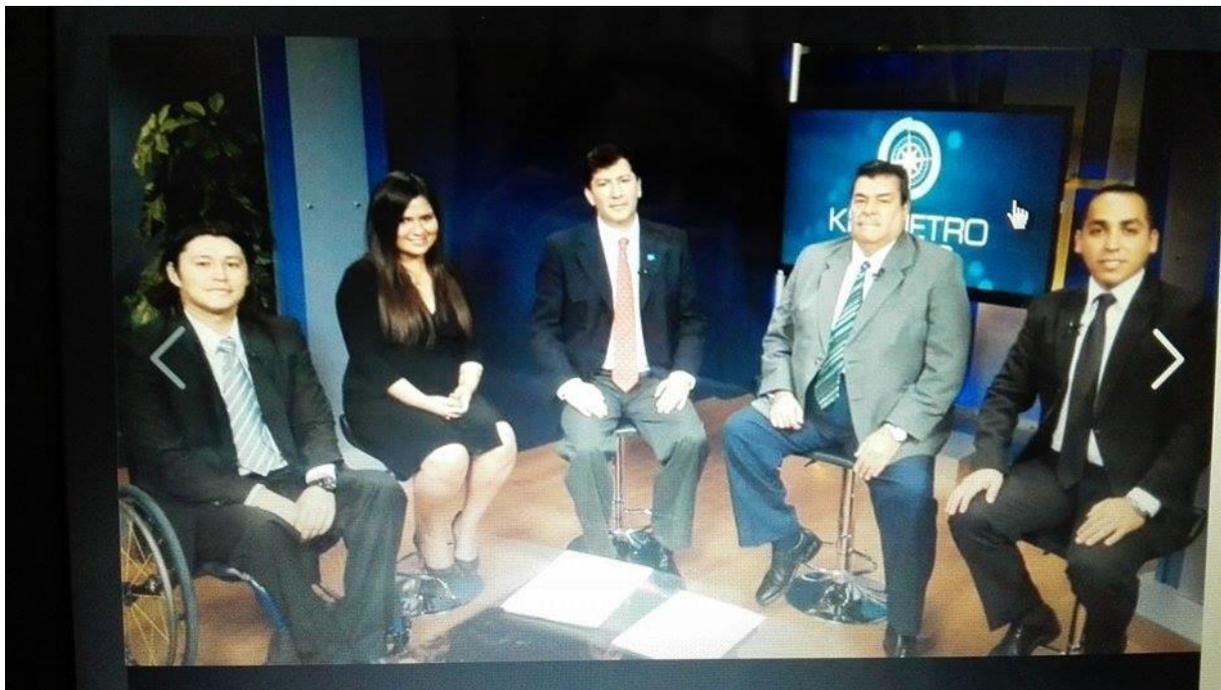
Fuente: Andrea Estrada, abril /2015





- Antiguo set de en ese entonces “Kilómetro Cero”, menos espacioso e iluminado.

Fuente: María André Barales, marzo /2015



- Entrevista en el antiguo set de “Kilómetro Cero”.

Fuente: María André Barales, febrero /2015

KmCero

Su Tv matutina

- logo actual y nueva imagen de “Km Cero”, distinto nombre y colores más adecuados a la programación.

Fuente: María André Barales, junio /2015



- Nuevo set de “Km Cero”, se reconstruyo con materiales y escenografía ya existente para generar un ambiente nuevo.

Fuente: María André Barales, julio /2015



- Se muestran distintas formas en las que se utiliza el mobiliario según sea el segmento.

Fuente: María André Barales, julio /2015



- Distintas actividades y segmentos nuevos en el programa "Km Cero".

Fuente: María André Barales, julio /2015

Agregando color, iluminación e inmuebles que ya funcionaban para el programa que se usó en su totalidad para poder trabajarlos con los diferentes segmentos dependiendo lo que necesite cada uno.

Asesorías de maquillaje profesional, esto se realizó de dos formas la primera, fue una invitación al programa de una maquillista profesional en donde maquilló a una de las conductoras y la segunda fue la acción de poder tener permanentemente una estilista para el programa quien ya trabajaba en el departamento de Edición y estaba capacitada para maquillar de forma permanente en el programa a las conductoras y conductores.



- Maquillista profesional del programa “Km Cero”.
Fuente: María André Barales, junio /2015



- Presentadora de “Km Cero” siendo maquillada antes del inicio del programa.
Fuente: María André Barales, junio /2015



- Maquillaje y herramientas que utiliza la maquillista cada mañana.
Fuente: María André Barales, junio/2015

Estrategia 3: Promocionar el programa en redes sociales

Las redes sociales son una herramienta eficaz a la hora de comunicar, es por eso que se transmitirá la información y contenido del programa previo a que suceda y después de su transmisión para promocionarlo en las redes sociales del Canal de Gobierno y que las personas sepan que transmite el programa así como su nueva imagen.

Acción 3

Fase de divulgación, en todas las redes sociales del gobierno por medio del Canal de Gobierno, se publicó la información del programa “Kilómetro Cero”.

Divulgó en las redes sociales el mensaje que quiere transmitir el programa así como se anunció la nueva imagen del programa.

Se ha informado, por las redes sociales, los temas que se van a tratar con profesionales invitados así como artistas, deportistas y personas de los medios para llamar la atención de la audiencia.

La información del programa también se transmite en las redes sociales de los invitados para ampliar el mensaje de transmisión.



- Video de la presentación de nuevo concepto del programa con imagen renovada publicado en las redes del Canal de Gobierno.

Fuente: María André Barales, junio /2015



- Publicación de la nueva imagen de Km Cero en las redes del canal de Gobierno, usada como foto de portada en Facebook para darle mayor importancia antes del lanzamiento de la nueva imagen.

Fuente: María André Barales, marzo /2015



- Las actividades del programa se publican en las redes sociales todos los días.

Fuente: María André Barales, julio /2015

La renovación del set y la organización interna del programa constituye la incorporación de nuevos conductores ya que el programa es una revista matutina informativa está abarcando nuevos segmentos los cuales fueron asignados a cada conductor para tener mejor preparación de los temas y lograr un programa más variado. Esto ha hecho que desde que se implementó esta organización, los cambios han sido evidentes y positivos, el orden interno es notable y se han reducido los problemas que antes de esta organización existían.



- Vista de parte del equipo de Km Cero preparando uno de los segmentos en el set renovado luego de ser maquillados.
Fuente: María André Barales, julio /2015

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES		ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
No.	Acciones	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Presentación de propuesta de comunicación a productor de "Kilómetro Cero".				■												
2.	Convocatoria a junta del personal para distribución de roles y establecer el horario general.					■											
3.	Divulgación del contenido del programa en redes sociales del Canal de Gobierno.					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
4.	Propuesta de logotipos nuevos para el cambio de "Kilómetro Cero" para la aprobación del productor.						■										
7.	Diseño de cortinas para cada segmento de la revista.									■							
8.	Publicación de renovación del nueva imagen de "Kilómetro Cero".									■							
9.	Reunión con productor para discutir sobre el diseño del set.											■					
10.	Definir diseño y hacer presupuesto del set.												■				
11.	Presentar propuesta a las autoridades debidas para conseguir la aprobación del nuevo set.													■			
12.	Segunda capacitación: maquillaje profesional.										■						
14.	Inicio de cambio de set.									■	■	■	■	■	■		
15.	Finalización del set y cambio de imagen de "Kilómetro Cero".																■

3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

La estrategia será evaluada por el productor del programa “Km Cero” quien es la persona que observa cómo transcurre la aplicación de las acciones que se implementaron y ejecutaron a beneficio del programa así como la comunicación interna y las mejoras que se le hicieron a la imagen. Manteniendo así los cambios realizados de forma permanente tanto a la imagen como al personal y set. Será también de forma notoria en cada transmisión en vivo que realice en “Km Cero”.

Con la divulgación de las actividades del programa en la página del Canal de Gobierno, será controlada por el productor quien es el que da la autorización del contenido que se sube a las redes sociales que se pueden ver en la fan page del Canal de Gobierno.

CONCLUSIONES

- Durante el proyecto realizado se creó una nueva estructura de comunicación interna en el programa la cual contiene escaletas, definición de roles, división de cargos, mayor diversidad de contenido y fijación de horario. Como parte del plan de comunicación interna.
- Bajo la aprobación de las autoridades de la institución se renovó la imagen del logo del programa y la remodelación del set, teniendo como resultado una imagen más acorde al programa matutino.
- Se capacitó al personal en imagen personal y maquillaje impartidos por la ahora maquillista del programa. Obteniendo una imagen más apropiada como conductores.
- Al haberse instituido la estrategia de divulgación de contenido en redes, el programa se ha promocionado como un programa con contenido diverso para toda la familia además de haberse hecho más conocido.
- Se obtuvieron cambios positivos y permanentes de interés para la institución y el programa el cual está siendo monitoreado y evaluado por su productor y autoridades del “Canal de Gobierno”.

RECOMEDACIONES

-Ya que el programa “Km Cero” posee una nueva comunicación interna se les recomienda continuar con las herramientas y materiales que se les proporciono para el buen funcionamiento de la organización y mantener un clima laboral agradable que se refleje en el programa.

-Se recomienda mantener la nueva imagen fresca que ahora poseen así como el dinamismo que es indispensable en una revista matutina.

-Se recomienda que todo programa debe renovar su set cada cierta temporada para no volver repetitiva el lugar en donde se desenvuelven.

-Todo programa debe contar con presentadores capacitados en esa área para que logren expresar de forma correcta el contenido de cada día con técnicas aprendidas en cursos profesionales.

-Se recomienda difundir en las redes sociales distintos segmentos del programa para exponer el dinamismo del contenido.

-Se recomienda que se sigan haciendo evaluaciones cada cierto tiempo de la evolución del programa para saber hacia dónde se dirige y que concepto va tomando ya sea positivo o negativo para, dependiendo el resultado, se trabaje en ello.

GLOSARIO

- 1. Revista televisiva:** Es un formato de televisión que aborda muchos temas inconexos y mezclados.
- 2. Set de televisión:** Es un lugar cerrado y aislado de luces, sonidos y campos magnéticos externos, en el cual se pueden colocar equipos audiovisuales tales como cámaras de televisión, focos de iluminación profesional, sonido profesional para penetrar la grabación o retransmisión de programas de televisión, con la mayor limpieza de luz, imagen y sonido en el ambiente posible
- 3. Escaleta:** Una lista de las escenas que componen un programa de televisión. Cada elemento de la lista consta de una o varias frases que describen de una manera muy puntual el contenido específico de cada escena.
- 4. Imagen personal:** Es nuestra carta de presentación frente al mundo. Ella se construye no sólo a través de nuestra vestimenta sino a través de una gran diversidad de variables.
- 5. Switcher:** Persona encargada de los controles, monitores y sonido en un programa de televisión.
- 6. Productor:** Es responsable de organizar los recursos humanos y técnicos necesarios para elaborar diferentes productos audiovisuales.
- 7. Presentador:** Es un anfitrión o animador encargado de conducir programas de radio o televisión, así como algunos eventos públicos o privados.
- 8. Comunicación Interna:** Son actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes que se originan a través de los diversos medios de comunicación.
- 9. Clima laboral:** El medio en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. La calidad de este clima influye directamente en la satisfacción de los trabajadores y por lo tanto en la productividad.

10. Segmento: Son partes en las que se divide un programa de televisión como el segmento de noticias, el segmento de deportes, el segmento de entretenimiento etc.

11. Cortinas: Son las presentaciones que dividen cada segmento televisivo. Estas están diseñadas con imágenes que tengan que ver con el segmento así como una frase o mensaje que tenga relación con el segmento que se va a presentar.

12. Público Objetivo: Este término se utiliza habitualmente en publicidad para designar al destinatario ideal de un determinado contenido o mensaje, producto o servicio.

13. Sala de control: en la que se ubican los equipos destinados a la grabación y posterior proceso de sonido como mesa de mezclas, multipistas, ordenadores, racks de proceso, equipo de monitores, etc.

BIBLIOGRAFÍA

- José Cegarra Sánchez (2012). Métodos de la investigación científica y tecnología, editorial Díaz de Santos. Madrid.
- Pardinás, Felipe (1989). Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales, editorial Siglo XXI, México.
- Yuni, José (2006). Técnicas de investigación, editorial Brujas, segunda edición, Argentina.
- Información escrita de los antecedentes del programa “Kilómetro Cero” brindada por el productor del programa, abril 2015, Guatemala.

E-GRAFÍA

- www.significados.com/metodo/

ANEXOS

Entrevista 1

1. **¿Hace cuánto empezó a colaborar con el programa?**
 - Desde la preproducción, 10 de julio 2014

2. **¿Cuál es su cargo oficial?**
 - Presentadora principal

3. **Aparte de su cargo oficial, ¿Qué otras ocupaciones hace o le toca hacer?**
 - Diferentes segmentos, como mujer, familia, arte

4. **¿Le gustaría que otra persona haga el trabajo extra o que haya alguien específicamente para ese cargo que se le ha asignado?**
 - No

5. **¿Está a gusto con lo que hace para el programa?**
 - Si

6. **Si su respuesta fue no, responder ¿En qué aspectos no está conforme?**

7. **¿Existe una buena comunicación dentro del programa en aspectos de organización, compañerismo y trabajo dentro del programa?**
 - Si

8. **¿Qué le gustaría mejorar o qué tipo de asesoría le gustaría recibir para la mejora del programa?**
 - Apoyo en cuanto a vestuario y maquillaje

9. ¿Qué aspectos cambiaría en el programa?

- La imagen, implementaría las cortinas dentro de cada segmento

10. ¿Existe buena organización con los temas que se manejan en el programa?

- Un poco

11. ¿Manejan un cronograma anticipado de actividades del programa para que estén preparados y conozcan mejor los temas tanto los presentadores con el equipo técnico?

- Si

12. ¿Cree usted que hace falta personal en el programa?

- Si, maquillista vestuarista

13. ¿Le gustaría que el programa “Kilómetro cero” tuviera un cambio de imagen en el tema de la escenografía?

- Si

ENTREVISTA 2

1. ¿Hace cuánto empezó a colaborar con el programa?

- 6 meses

2. ¿Cuál es su cargo oficial?

- Gestor de contenido y estrategia de redes sociales.

3. Aparte de su cargo oficial, ¿Qué otras ocupaciones hace o le toca hacer?

- Coordinación de invitados para el programa Kilómetro Cero; maquillaje del set y gestión de información digital del programa Kilómetro Cero.

4. ¿Le gustaría que otra persona haga el trabajo extra o que haya alguien específicamente para ese cargo que se le ha asignado?

- No, no tengo problema con realizar más de lo que me corresponde.

5. ¿Está a gusto con lo que hace para el programa?

- Si, pues me dan la oportunidad de aprender.

6. Si su respuesta fue no, responder ¿En qué aspectos no está conforme?

7. ¿Existe una buena comunicación dentro del programa en aspectos de organización, compañerismo y trabajo dentro del programa?

- Compañerismo excelente, la organización ha mejorado.

8. ¿Qué le gustaría mejorar o qué tipo de asesoría le gustaría recibir para la mejora del programa?

- Asesoría de producción; maquillaje de televisión.

9. ¿Qué aspectos cambiaría en el programa?

- Protocolo de atención al entrevistado.

10. ¿Existe buena organización con los temas que se manejan en el programa?

- Se ha ido mejorando el proceso.

11. ¿Manejan un cronograma anticipado de actividades del programa para que estén preparados y conozcan mejor los temas tanto los presentadores con el equipo técnico?

- Si de preferencia de 15 días de anticipación.

12. ¿Cree usted que hace falta personal en el programa?

- No, lo que hace falta es pulir el rol de cada uno.

13. ¿Le gustaría que el programa “Kilómetro cero” tuviera un cambio de imagen en el tema de la escenografía?

- Si, hacerlo un poco más juvenil y armonioso.

ENTREVISTA 3

1. ¿Hace cuánto empezó a colaborar con el programa?

- Hace 1 mes

2. ¿Cuál es su cargo oficial?

- Operaciones en las transmisiones oficiales de canal de gobierno

3. Aparte de su cargo oficial, ¿Qué otras ocupaciones hace o le toca hacer?

- Dirección de cámara en unidad móvil y programas en vivo

4. ¿Le gustaría que otra persona haga el trabajo extra o que haya alguien específicamente para ese cargo que se le ha asignado?

- En canal de gobierno hacemos 2 personas para la asignación de dirección de cámaras

5. ¿Está a gusto con lo que hace para el programa?

- Cada programa es diferente y a la vez es una experiencia nueva y eso es lo que me gusta

6. Si su respuesta fue no, responder ¿En qué aspectos no está conforme?

7. ¿Existe una buena comunicación dentro del programa en aspectos de organización, compañerismo y trabajo dentro del programa?

- Si es un trabajo muy armonioso

8. ¿Qué le gustaría mejorar o qué tipo de asesoría le gustaría recibir para la mejora del programa?

- Como todo en nuestro medio la tecnología va cambiando y hay cursos que constantemente tenemos que recibir para ir mejorando

9. ¿Qué aspectos cambiaría en el programa?

- Segmentos nuevos grabados para hacer más dinámico el programa

10. ¿Existe buena organización con los temas que se manejan en el programa?

- Hay mucha improvisación y eso no es bueno para ningún programa

11. ¿Manejan un cronograma anticipado de actividades del programa para que estén preparados y conozcan mejor los temas tanto los presentadores con el equipo técnico?

- No

12. ¿Cree usted que hace falta personal en el programa?

- Hace falta equipo técnico así como personal para la realización del programa

13. ¿Le gustaría que el programa “Kilómetro cero” tuviera un cambio de imagen en el tema de la escenografía?

- Como todo programa hay que innovar cada cierto tiempo y eso refresca y es agradable para el televidente.