

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

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a circular emblem. It features a central figure of a man on a white horse, holding a book. Above him is a golden crown with a cross on top. The background is blue with green hills at the bottom. The Latin motto "CETERIS CONSPICUA CAROLINA ACADEMIA COACTEMALENSIS INTER" is inscribed around the perimeter of the seal.

**“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA  
EL FORTALECIMIENTO DE LA DIVULGACIÓN DE  
TV USAC LA TELEVISIÓN ALTERNATIVA EN  
LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”**

**OTTO RENÉ ROMÁN BRIONES**

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2016**

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



**“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA  
EL FORTALECIMIENTO DE LA DIVULGACIÓN DE  
TV USAC LA TELEVISIÓN ALTERNATIVA EN  
LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**OTTO RENÉ ROMÁN BRIONES**

Previo a optar el título de:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Guatemala, Noviembre de 2016**

## **Consejo Directivo**

### **Director**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

### **Representantes Docentes**

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

### **Representantes Estudiantiles**

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

### **Representante de Egresados**

Lic. Michael González Bártres

### **Secretaria Administrativa**

M.Sc. Claudia Molina

### **Coordinador EPS Licenciatura**

Lic. Luis Pedroza Gaytán

### **Supervisores de EPS Licenciatura**

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios

Guatemala, 8 de agosto del 2016

Lic. Luis Pedroza

**Coordinador**

*Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura*

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el estudiante(a) epesista **Otto René Román Briones** con número de carné: **9316540** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en **TV USAC/ Departamento de Producción**, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **03 de mayo** al **18 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto: **"Estrategias de Comunicación Externas para el Fortalecimiento de la Divulgación de TV USAC La Televisión Alternativa en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala"**, entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por **TV USAC**

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista(a) y, para los usos y procesos siguientes en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra institución.

Atentamente,



**Licenciado Luis Ángel Salvador Flores**  
**Jefe de TV USAC**





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

Guatemala 3 de Noviembre de 2016

Estudiante  
**Otto René Román Briones**  
Carné: 9316540

Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **"Estrategias de comunicación externas para el fortalecimiento de la divulgación de TV USAC la televisión alternativa en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala."** El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPS de Licenciatura en número de 10 ejemplares impresos y 3 CD'S con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las instancias correspondientes.

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Licda. Sandra Hernández  
Supervisora EPS de Licenciatura



**Vo.Bo.** Lic. Luis Pedroza  
Coordinador EPS de Licenciatura



**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](http://www.comunicacionusac.org)

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

## **AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIAS**

- A DIOS:** Por la oportunidad y esperanza de cambiar mi vida.
- A MIS PADRES:** Dadores de vida, gracias por todo su amor.
- A MI HERMANA:** Por su amor y apoyo incondicional.
- A MIS HIJOS:** Rocío, Gabriel, Andrea y María Fernanda, con amor. Pilares de mí vida, por la oportunidad de ser su ejemplo y demostrarles que “sí se puede”.
- A TODOS MIS SOBRINOS:** Como un incentivo de superación, gracia por su amor y cariño.
- A MI CASA DE ESTUDIOS SUPERIORES:** La Tricentenaria Universidad de San Carlos de Guatemala, por la oportunidad de estudiar, por el privilegio y honor de ser uno de sus egresados.
- A MI ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:** Por brindarme los conocimientos que me convierten en un nuevo profesional.
- A LAS AUTORIDADES Y PERSONAL DE TV USAC:** Por su dedicación y apoyo en la realización de este proyecto.
- A UN GRUPO MUY ESPECIAL:** Que con su ejemplo y consejos hacen que día a día yo quiera tener una vida útil y en paz.
- Y A USTED:** Apreciable lector, con todo respeto.

# ÍNDICE

RESUMEN. ....	I
INTRODUCCIÓN. ....	II
JUSTIFICACIÓN. ....	III
 <b>CAPÍTULO I</b>	
<b>1. DIAGNÓSTICO. ....</b>	<b>1</b>
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO. ....	1
1.1.1. Objetivo General. ....	1
1.1.2. Objetivos Específicos. ....	1
1.2. LA INSTITUCIÓN. ....	2
1.2.1. Ubicación Geográfica. ....	2
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas. ....	2
1.2.3. Antecedentes o Historia. ....	3
1.2.4. Departamentos o Dependencias de la Institución. ....	5
1.2.5. Misión. ....	6
1.2.6. Visión. ....	6
1.2.7. Objetivos Institucionales. ....	6
1.2.8. Público Objetivo. ....	7
1.2.9. Organigrama. ....	8
1.3. METODOLOGÍA. ....	9
1.3.1. Descripción del Método. ....	9
1.3.2. Técnicas e instrumentos de Recolección. ....	11
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico. ....	19
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS. ....	20
1.4.1. Fichas de Entrevistas. ....	20
1.4.2. Resultado de las Entrevistas. ....	21
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados. ....	21

1.4.4.	Gráficas, cuadros e interpretación de resultados de las encuestas. . . . .	22
1.5.	RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA. . . . .	31
1.5.1.	Fortalezas. . . . .	31
1.5.2.	Oportunidades. . . . .	31
1.5.3.	Debilidades. . . . .	32
1.5.4.	Amenazas. . . . .	32

## **CAPÍTULO II**

<b>2.</b>	<b>PLAN DE COMUNICACIÓN. . . . .</b>	<b>33</b>
2.1.	Antecedentes Comunicacionales. . . . .	33
2.2.	Objetivos de la Comunicación. . . . .	35
2.2.1.	Objetivo General. . . . .	35
2.2.2.	Objetivos Específicos. . . . .	35
2.3.	PÚBLICO OBJETIVO. . . . .	36
2.4.	MENSAJE. . . . .	37
2.5.	ESTRATEGIAS. . . . .	37
2.6.	ACCIONES DE COMUNICACIÓN. . . . .	38

## **CAPÍTULO III**

<b>3.</b>	<b>INFORME DE EJECUCIÓN. . . . .</b>	<b>42</b>
3.1.	PROYECTO DESARROLLADO. . . . .	42
3.1.1.	Financiamiento. . . . .	42
3.1.2.	Presupuesto. . . . .	43
3.1.3.	Beneficiarios. . . . .	44
3.1.4.	Recursos Humanos. . . . .	45
3.1.5.	Áreas Geográficas de Acción. . . . .	46
3.2.	ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS. . . . .	46
3.3.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES. . . . .	61
3.4.	CONTROL Y SEGUIMIENTO. . . . .	62

CONCLUSIONES. ....	63
RECOMENDACIONES. ....	64
GLOSARIO DE TÉRMINOS. ....	65
BIBLIOGRAFÍA. ....	68
EGRAFÍA. ....	69
ANEXOS. ....	70

# **CAPÍTULO I**

## **1. DIAGNOSTICO**

Diagnóstico de Comunicación Externa para el Fortalecimiento de la Divulgación de TV USAC “La Televisión Alternativa” en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### **1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**

#### **1.1.1. Objetivo General**

- Divulgar TV USAC “La Televisión Alternativa” en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

#### **1.1.2. Objetivos Específicos**

- Identificar, a través de la observación, los principales problemas de comunicación TV USAC La Televisión Alternativa.
- Describir los problemas actuales de comunicación interna y externa de TV USAC con apoyo de la investigación científica.
- Proponer tres estrategias de comunicación externa para la divulgación de TV USAC La Televisión Alternativa, dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Ejecutar las tres estrategias planteadas dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

## **1.2. LA INSTITUCIÓN**

TV USAC “La Televisión Alternativa” canal 33 UHF.

### **1.2.1. Ubicación Geográfica**

Las instalaciones de TV USAC se encuentran ubicadas en la 2ª. Av. 12-40 Z 1 Parainfo Universitario primer nivel, ala izquierda, en la Ciudad Capital de Guatemala.

### **1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas**

Con la necesidad de fortalecer a la Extensión Universitaria de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), surge el canal universitario TV USAC “La Televisión Alternativa” quien está administrativamente y financieramente sujeta a la Dirección General de Extensión Universitaria, que a su vez depende directamente de Rectoría de la Universidad de San Carlos de Guatemala con un presupuesto de dos millones ciento cincuenta mil quetzales, (Q2, 150,0000.00). (Flores, 2016)

El canal universitario está comprometido con la sociedad guatemalteca así como también con la población estudiantil de la Universidad de San Carlos de Guatemala, cuenta con una programación cultural y educativa, contribuyendo al aprendizaje de los televidentes. Por tal razón aún mantiene la integración con otros canales internacionales como: la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana ATEI de España, El Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa ILCE de México, Televisión de América Latina TAI de Brasil, Televisora del Sur TELESUR de Venezuela, DOC TV Latinoamérica de Uruguay, TN23, Canal UCR Costa Rica, Canal UTV Honduras, Televisión Educativa de México CSUCA, unión que ha sido fundamental para la programación de TV USAC con contenido cultural y educativo de alta calidad. (Reynoso, 2016).

### **1.2.3. Antecedentes o Historia**

*Ante la necesidad de mayor cobertura de la educación superior nacional, en 1990, en el período rectoral del Dr. Alfonso Fuentes Soria, la Universidad de San Carlos planteó dos ejes principales para el desarrollo universitario: la Democratización de la Educación Superior y el Fortalecimiento de la Extensión Universitaria.. (www.tvusac.com, 2016).*

*Dichas políticas permitieron proponer la creación del Canal de Televisión Universitario por lo que se presentó ante el Ministerio de Comunicaciones, Transporte y Obras Públicas, la solicitud de autorización de la frecuencia de salida para televisión. La misma fue asignada el 30 de noviembre de 1990, según Acuerdo Ministerial 5-90. (www.tvusac.com, 2016).*

*Pero en esa época lamentablemente el proyecto no se ejecutó por la falta de financiamiento, lo cual motivó a las autoridades de la USAC a buscarlo a través de donaciones. El canal TV USAC recibe la frecuencia para funcionar en 1991 durante la gestión del entonces rector Armando Fuentes Soria. Sin embargo logran salir al aire hasta 10 años después. (www.tvusac.com, 2016).*

*Sin embargo, fue hasta el año 2001 cuando un grupo de voluntarios (estudiantes, autoridades y personas de televisión) inicia los trabajos para hacer realidad la transmisión de TV USAC en canal 33 UHF. El 4 de abril del 2002, con actividad protocolaria y conciertos fue inaugurado oficialmente TV USAC. (www.tvusac.com, 2016).*

*El canal Universitario estuvo a cargo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación por el período de diez años (1992-2002), sin que ésta le diera seguimiento ni presentara ningún proyecto concreto para que el canal saliera al aire. Para dicho fin, se contó con el apoyo de algunas instituciones como el Fondo de Desarrollo Indígena de Guatemala FODIGUA y el Colegio de Ingenieros, para la adquisición del equipo base que se usaría para realizar las primeras transmisiones y producciones. (Barragán, 2009, pág. 4)*

*Fue así como se inició a transmitir en canal 33 UHF irradiando la señal al valle de la ciudad capital y municipios aledaños, con una; luego dos horas diarias de programación, las que eran llevadas directamente al Cerro Alux de donde se transmitían. Los estudios estaban ubicados en el segundo nivel del edificio S-11 del Campus Central, zona 12, donde ahora funciona la Dirección General de investigación DIGI. (www.tvusac.com, 2016)*

*Desde el 2003, por decisiones de las autoridades universitarias los estudios y oficinas administrativas de TV USAC, están actualmente localizados en el Paraninfo Universitario, 2ª. Av. 12-40, zona 1 y se está transmitiendo con 750Watts de potencia para posteriormente incrementar a 10,000 Watts. La planta de transmisión está ubicada en el Cerro Alux, San Lucas Sacatepéquez, a 2,500 metros sobre el nivel del mar. (Escobar J. , 2012, pág. 8).*

*El canal TV USAC, ha colaborado en reciprocidad con algunas entidades estatales y privadas, como el Consejo Nacional para la Protección de la Antigua Guatemala CNPAG, el Fondo de Desarrollo Indígena Guatemalteco FODIGUA y algunas productoras guatemaltecas privadas de programas educativos. TV USAC ha contado con la colaboración de la Embajada de la República de China, la Embajada de Francia y la Embajada de Estados Unidos de América. (Barragán, 2009, pág. 4).*

*En el actual período del Licenciado Estuardo Gálvez Barrios, Rector de la Universidad de San Carlos de Guatemala; del Director General de Extensión Universitaria Dr. Jorge Solares y del Lic. Belizario Reynoso Jefe de TV USAC, el canal transmite las 24 horas, todos los días, y con 60 por ciento de contenido nacional. (Barragán, 2009, pág. 4)*

*Esto se ha logrado gracias al Sistema de Automatización de la Programación y Transmisión. Asimismo hemos enfatizado en el papel cultural, educativo, científico, identitario, formativo y orientador del canal, Asimismo hemos enfatizado en el papel cultural, educativo, científico, identitario, formativo y orientador del canal. (www.tvusac.com, 2016)*

#### **1.2.4. Departamentos o Dependencias de la Institución**

TV USAC La Televisión Alternativa está sujeta a la Dirección General de Extensión Universitaria, que a su vez, depende directamente de Rectoría de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

##### **Personal de TV USAC**

- **Administración: (4)**
    - 1 Jefe de Canal
    - 1 Secretaria.
    - 1 Auxiliar de contabilidad.
    - 1 Auxiliar de servicios varios.
  
  - **Producción: (10)**
    - 4 Productores y camarógrafos.
    - 1 Editores de televisión y animador.
    - 2 Editores de televisión.
    - 1 Productor y supervisor de transmisión.
    - 2 Camarógrafos y asistentes de producción.
  
  - **Programación y Transmisión: (2)**
    - 2 Operadores de transmisión
  
  - **Área y Servicio técnico: (3)**
    - 1 Supervisor de operaciones técnicas.
    - 1 Encargada de equipo de producción.
    - 1 Servicio Técnico.
- (Flores, 2016)

### **1.2.5. Misión**

*“Difundir la educación, ciencia, arte, cultura nacional e universal. Así como promover, conservar y difundir el arte guatemalteco en todas sus manifestaciones. Elevar el nivel espiritual de los guatemaltecos y contribuir a la solución de la problemática nacional”.* (www.tvusac.com, 2016).

### **1.2.6. Visión**

*“Cubrir toda la república guatemalteca con contenido cultural y educativo de alta calidad, con orientación en los diversos aspectos del conocimiento y de la vida de los guatemaltecos, fomentando opinión con criterios realistas y una cultura democrática”.* (www.tvusac.com, 2016).

### **1.2.7. Objetivos Institucionales**

- *Fortalecer a la Universidad de San Carlos con un medio televisivo para la producción y difusión de programas de carácter educativo, cultural, científico, formativo, orientador e informativo, que le permita cumplir en forma eficaz sus fines fundamentales de docencia, extensión e investigación.* (www.tvusac.com, 2016).
- *“Difundir el saber científico, tecnológico, la cultura universitaria en general; así como el fomento del desarrollo integral de Guatemala”.* (www.tvusac.com, 2016).
- *“Vincular a la comunidad universitaria entre sí y con los diferentes sectores nacionales, procurando su orientación en aspectos de salud, educación, democracia, derechos humanos, agricultura, tecnología, medio ambiente, calidad de vida, entre otros”.* (www.tvusac.com, 2016).
- *“Promover el desarrollo de la cultura e identidad nacional y la sensibilidad de los diferentes sectores de la población guatemalteca”.* (www.tvusac.com, 2016).

## **Objetivos Institucionales específicos**

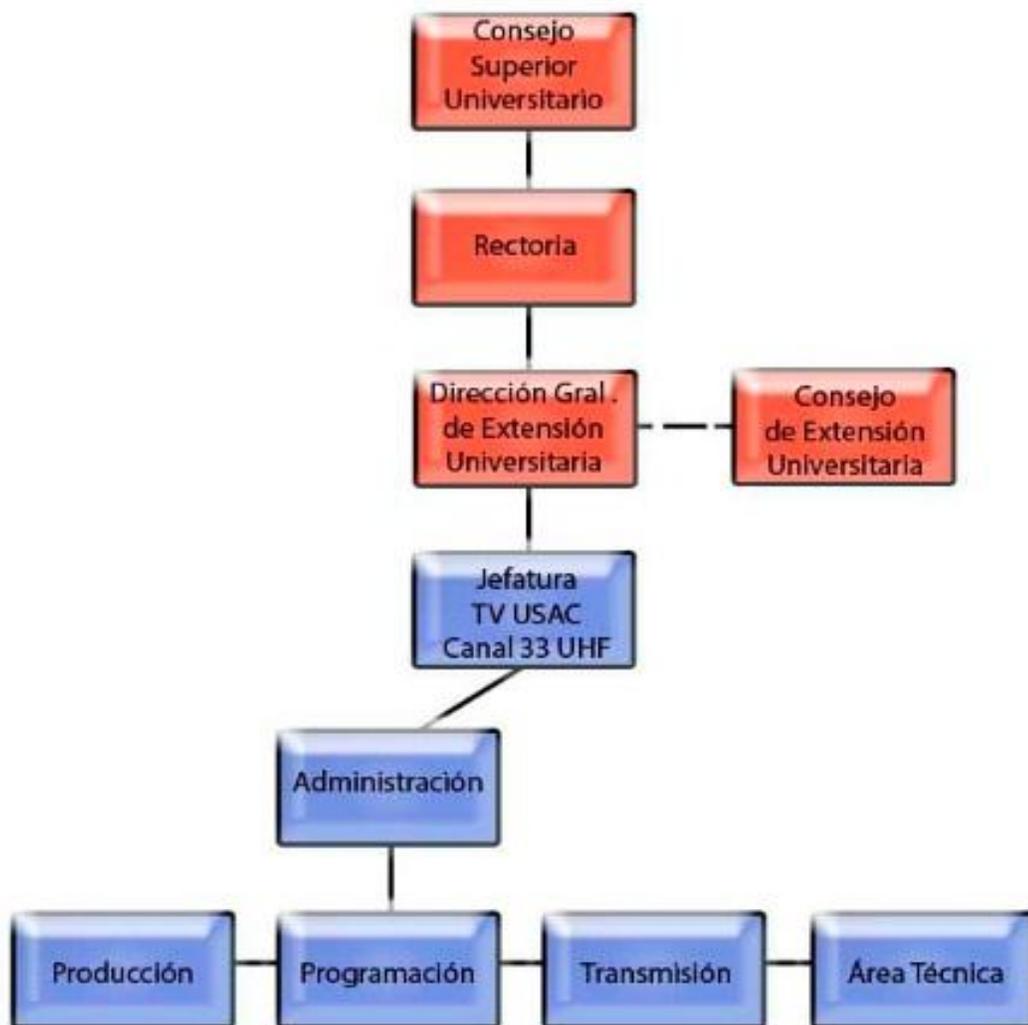
- *“Producir programas de carácter educativo, cultural, científico, orientador e informativo”*. (Escobar J. , 2012, pág. 13).
- *“Difundir programas educativos y culturales nacionales e internacionales”*. (Escobar J. , 2012, pág. 14).
- *“Dar cobertura a eventos académicos, culturales tanto dentro del ámbito universitario como nacional e internacional”*. (Escobar J. , 2012, pág. 14).
- *“Divulgar el que hacer universitario, a través de sus diferentes unidades académicas y administrativas”*. (Escobar J. , 2012, pág. 14).
- *“Ser la ventada del conocimiento”*. (Escobar J. , 2012, pág. 14).
- *“Fortalecer el desarrollo integral de Guatemala”*. (Escobar J. , 2012, pág. 14).
- *“Ser un recurso didáctico valioso en la formación de profesionales en las distintas áreas del conocimiento”*. (Escobar J. , 2012, pág. 14).

### **1.2.8. Público Objetivo**

*Se espera que la audiencia del canal universitario tenga una demanda constituida por público de todas edades, sexos, etnias y de los diferentes niveles económicos del territorio nacional y, para responder a esa demanda, será necesario contar con tecnología y programación que responda los diferentes gustos y necesidades del público que conforman los distintos grupos de la sociedad.* (Barragán, 2009, pág. 7).

*Siendo que es un medio universitario tiene como fin el de educar, obviamente se educa se sensibiliza a todos los sectores, desde los universitarios hasta la gente popular, el reto es tratar de cuidar este término, que el mensaje visual sea directo, sencillo, a todos inclusive para un público juvenil, infantil y adulto. (Escobar J. , 2012, pág. 14).*

### 1.2.9. Organigrama General de TV USAC La Televisión Alternativa



Fuente: Elaboración propia  
Febrero 2016

## **1.3. METODOLOGÍA**

### **1.3.1. Descripción del Método**

Según Sampieri, muchos autores en los años 60, 70 y 80 clasificaron los tipos de investigación en cuatro estudios: exploratorios, descriptivos, explicativos y correlacionales, clasificación importante porque según el estudio, varía la estrategia de investigación, el diseño, los datos que se recolectan, la manera de obtenerlos, el muestreo y otros componentes en el proceso de la investigación. (Sampieri, 2010, pág. 58).

La Maestra en Ciencias Sonia García en su presentación del curso Propedéutico de Maestría 2016, nos documenta que la investigación por sí sola es insuficiente y para obtener un conocimiento de tipo científico, es necesario que la investigación se regule y realice en base a los parámetros regidos y determinados por un método. El método se va a diferenciar de la técnica, en que esta última está integrada por un conjunto de reglas que indican y determinan cómo hacer algo, con el menor esfuerzo posible y con la obtención de mejores resultados. (García, 2016).

De acuerdo con la Maestra García en la investigación científica, actualmente, existen seis tipos importantes de métodos: el científico, inductivo, deductivo, descriptivo, analítico y el método sintético.

- El método científico a grandes rasgos es un conjunto de pasos previamente determinados por una disciplina científica, con el objeto de poder crear y producir conocimientos con validez objetiva y predictiva. (García, 2016)
- El método inductivo es aquel método científico que alcanza conclusiones generales partiendo de hipótesis o antecedentes en particular, la investigación va de lo particular a lo general. (García, 2016).
- El método deductivo consiste en investigar, a partir de un principio general conocido, y llegar a un principio particular desconocido o sea, va de lo general a lo particular. (García, 2016).

- El método descriptivo, tiene como finalidad definir, clasificar, catalogar o caracterizar el objeto de estudio. (García, 2016).
- El método analítico consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, naturaleza y efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. (García, 2016).
- El método sintético, es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis, es decir, trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve. (García, 2016).

*Nos explica Sampieri, que las etapas que suelen integrarse los enfoques cuantitativo y cualitativo son fundamentalmente: el planteamiento del problema, el diseño de investigación, la recolección de los datos, los procedimientos de análisis de los datos y/o la interpretación de los resultados, a su vez, (Sampieri, 2010, págs. 551,553).*

*Al usar estos dos enfoques, la definición previa de investigación se aplica a los dos por igual, y utilizan en términos generales, cinco fases similares y relacionadas entre sí:*

- a. Llevan a cabo la observación y evaluación de fenómenos.*
- a. Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.*
- b. Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.*
- c. Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar y fundamentar las suposiciones e ideas; o incluso para generar otras.*

*Sin embargo, aunque las aproximaciones cuantitativa y cualitativa comparten esas estrategias generales, cada una tiene sus propias características. (Sampieri, 2010, pág. 4).*

### 1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

*En términos generales, el estudio cualitativo involucran la recolección de datos utilizando técnicas que no pretenden medir ni asociar las mediciones con números, tales como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, discusión en grupo. El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y análisis de datos, para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. (Sampieri Hernandez, 2009)*

Por lo anteriormente descrito y para dar a conocer los fenómenos de comunicación existentes en TV USAC, nos apoyaremos del método descriptivo y en los enfoques cuantitativos y cualitativos ya que se asocian con la observación, cuestionarios, encuestas y preguntas cerradas, instrumentos precisos que nos sirven para obtener y enriquecer nuestra información.

- **Observación**

*“Su propósito consiste en reconstruir la realidad tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido”.* (Sampieri Hernandez, 2009, pág. 10).

Cumpliendo con la construcción del Diagnóstico Comunicacional, requisito de la segunda etapa del Ejercicio Profesional Supervisado del EPS 2016 de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, me permito describir lo observado en TV USAC La Televisión Alternativa, institución que me brindó el apoyo incondicional para la realización de este proyecto.

*La Revista Observatorio Calasanz, hace un análisis entre varios autores sobre el concepto de presupuesto y considera que, Shapiro tiene la definición más acertada y define que el presupuesto es como un documento que traduce los planes en dinero: dinero que necesita gastarse para conseguir las actividades planificadas y dinero que necesita generarse para*

*cubrir los costes de finalización del trabajo. Entre sus características menciona que: no es inamovible, debe analizar lo que es realmente necesario, debe consultar el trabajo diario, comprobar mensualmente y controlar constantemente y por último, debe ser un cuadro objetivo y real. (Aguilera, 2016)*

Durante la observación y análisis, partiendo de lo particular a lo general, se detectó que el principal problema de comunicación interna es el bajo presupuesto que actualmente tiene TV USAC y que a partir de esto se generan los demás problemas de comunicación externa. Es necesario hacer énfasis que el presupuesto es la herramienta base para el desarrollo anual de toda empresa u organización, esto quiere decir que sin un buen soporte económico el Canal no puede tener: instalaciones óptimas, capacitar al personal, contratar más recurso humano, comprar equipo técnico de alta gama, comprar unidades móviles, mejorar la señal para que la transmisión de la programación, cubra todo el territorio nacional, no pueden realizar producciones propias, mucho menos crear un Departamento de Comunicación que le dé soporte técnico en cuanto a crear estrategias de comunicación que le ayude a proyectar una buena imagen corporativa a sus clientes, proveedores y colaboradores.

- **Instalaciones de TV USAC**

*La estructura básica de un canal de televisión que cuenta con buen presupuesto, existen diferentes departamentos o gerencias, que a su vez se subdividen en coordinaciones, estos departamentos trabajan en forma conjunta y articulada para prestar un servicio de calidad a los televidentes y dependen de una presidencia o gerencia general que es la que se encarga de dictar la línea directa de cómo se debe trabajar y funcionar, establece órdenes y reglas internas y aprueba o desaprueba la programación que se transmite. Seguidamente cada departamento o gerencia tiene un jefe o gerente encargado del buen funcionamiento de su área y del trabajo de los empleados que tenga bajo su mando. (<http://es.scribd.com>)*

Desde el año 2003, por decisiones de las autoridades universitarias, los estudios y oficinas administrativas de TV USAC están actualmente localizados en el Paraninfo Universitario, 2ª. Av. 12-40, zona 1, ala izquierda. En el estudio de esta institución, con la ayuda de la observación, nos dimos cuenta que para el 2016 dichas instalaciones tienen un considerable deterioro, debido al crecimiento paulatino del canal, el espacio físico es muy reducido, no hay separación por departamentos en las funciones específicas de cada trabajador.

El Canal no cuenta con una bodega, el equipo en uso y equipo de baja, lo almacenan dentro de las áreas de trabajo, reduciendo y saturando aún más el espacio físico, afectando la temperatura, iluminación y ventilación. Además de esto con mucha dificultad, realizan la producción y grabación de un programa deportivo en vivo, utilizando e improvisando un set para su transmisión, por lo tanto TV USAC no tienen las instalaciones adecuadas para que funcione un canal de televisión.

- **Personal de TV USAC**

El canal cuenta con un equipo de trabajo efectivo y multifuncional, dado las carencias y factores como los contratos por servicios prestados y la vigencia de estos, en este punto el personal no tiene estabilidad laboral, ya que cada seis meses deben firmar el contrato que los acredite como trabajadores de la institución. De todo el personal técnico de TV USAC es normal que una sola persona desempeñe múltiples funciones como: productor, editor, operador de cámara, asistente, locutor, entrevistador, encargado de set, encargado de iluminación, y en algunas ocasiones ejercen la responsabilidad de piloto, situaciones que afectan la capacidad y desempeño óptimo en sus funciones.

El Canal no cuenta con el equipo necesario para cubrir transmisiones especiales en directo, TV USAC no tiene una buena ubicación de su antena de transmisión en el Cerro Alux, ni un ancho de banda que cubra todo el territorio nacional, no posee software o hardware de codificación y emisión, no tienen celulares de alta gama con señal 4G LTE a disposición del personal como herramienta auxiliar, no tienen unidades móviles con

conectividad de satélite o fibra óptica, y en cuanto al personal para cubrir estos eventos , el Canal cuenta oficialmente con una presentadora sin asesores de imagen.

Por el bajo presupuesto TV USAC no puede capacitar al personal de una forma constante y oportuna, esto se traduce en no poder competir y sobresalir con los estándares de calidad respecto de las televisoras comerciales. La capacitación ofrecería grandes beneficios al canal, es fuente de motivación y desarrollo, mejoraría la comunicación del personal haciéndolos mucho más competitivos y profesionales.

- **Comunicación Externa**

La programación de TV USAC, tiene un alcance promedio de 650 mil televidentes y la señal llega a través de canal 33 UHF, ahora llegando a San Juan Sacatepéquez, San Pedro Sacatepéquez y San Raymundo, en canal 91 de Cablevisión. El Canal cuenta con servicio en internet, puede observarse en línea en la página [www.tvusac.com](http://www.tvusac.com) o en su nueva plataforma [http://watch.mercuriostream.com/LiveStream/live/tv\\_usac](http://watch.mercuriostream.com/LiveStream/live/tv_usac), TV USAC también cuenta con fanpage de Facebook [www.facebook.com/tvusac](http://www.facebook.com/tvusac), Twitter <https://twitter.com/tvusac> y su sitio de YouTube [www.youtube.com/user/TVUSAC](http://www.youtube.com/user/TVUSAC).

El Canal no tiene divulgación en el territorio nacional y por el estudio que nos compete, dentro de la Universidad de San Carlos de Guatemala específicamente en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de ahí que, a falta de una estrategia de comunicación externa que permita expandir su audiencia, TV USAC queda fuera de la competencia, muy a pesar de abordar en el párrafo anterior, que su señal llega al público a través de un canal abierto de televisión, por cable, y por medios alternativos en internet.

Consideraremos Comunicación Externa a aquella que pretende, más que la ampliación de la audiencia, establecer la aceptación del Canal en la población estudiantil de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que tiene acceso a la señal, pero que no es parte de la audiencia.

TV USAC cuenta con las herramientas y factores adecuados y de un standard de calidad para posicionarse ante un público estudiantil con amplio conocimiento y cultura general, para contribuir con su formación académica, no obstante, carece de aceptación, dado el desconocimiento de su programación, por la simple razón de que TV USAC no ha tenido, ni tiene una estrategia de comunicación.

- **Entrevista Individual**

La investigación científica se apoya en técnicas de recolección de datos en donde se involucra el instrumento de naturaleza cualitativa como lo es la entrevista abierta o estructurada, este trabajo de campo ayuda al investigador a, sensibilizarse con el ambiente o lugar, identificar informantes que aporten datos adicionales, adelantarse y compenetrarse con las situación de investigación, además de verificar la factibilidad del estudio. (Sampieri Hernandez, 2009)

Para el presente diagnóstico de comunicación externa, se realizó una entrevista estructurada al Jefe de TV USAC el Licenciado Luis Ángel Salvador Flores, quien amablemente expuso que la situación actual del canal es bastante problemática tano en el sentido financiero como en producciones propias de la estación , debido a que el canal se ha constituido en difusor de programas y documentales deslatados de otros países y de la realización de coberturas de notas informativas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, dejando a un lado la transmisión de programas en vivo.

En cuanto a las expectativas del canal el Licenciado Flores indicó que capacitará al personal en lo que se refiere a producción, post producción, edición, conducción y locución, producir nuevos programas y franjas, ampliar la cobertura por medio de las empresas de cable y lograr que a corto o mediano plazo se transmita vía satélite. Los logros que se pretenden alcanzar son: captar, por lo menos, un 60% la atención de la población universitaria (USAC), que es uno de los grupos objetivos, así como también lograr, a corto plazo, la cobertura en 8 Departamentos de Guatemala y a mediano plazo que la señal de TV USAC cubra todo el país. Para que esto sea realidad el Licenciado

Flores dijo que espera el apoyo de las autoridades de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Sobre la divulgación del canal en la Universidad de San Carlos de Guatemala el Jefe de TV USAC indicó que, primero se debe mejorar la producción para que después se dé a conocer el canal en todas las facultades del campus central y en los centros regionales. En cuanto a la Escuela de Ciencias de la Comunicación expreso que, TV USAC abre sus puertas a los estudiantes para que puedan usar el canal como un complemento o laboratorio de práctica ya que se tiene el compromiso, responsabilidad y obligación con ellos.

Ya para finalizar la entrevista, se abordó el tema de la transmisión de TV USAC dentro de los edificios Bienestar Estudiantil y M2 en donde funciona la Escuela de Ciencias de la Comunicación, el Licenciado Flores comentó que además de la Escuela, muchas unidades académicas han planteado esta propuesta, pero que según él, primero se debe de mejorar la producción, hacer programas agradables y programas afines que capten la atención de los estudiantes, para que cuando se logren hacer los convenios, las diferentes unidades académicas tendrán la oportunidad de admirar, apreciar y valorar dichas producciones.

- **Entrevista Grupos Focales**

En su libro Metodología de la Investigación, Sampieri hace referencia que los estudios cualitativos involucran generalmente la recolección de datos como las discusiones en grupo, trabajo de campo que se realiza en el lugar de los hechos y cuya finalidad es recoger información de una manera espontánea y veraz, sobre los conocimientos, creencias, actitudes y percepciones de los actores en el ambiente laboral. (Sampieri, 2010)

Para el propósito y uso de esta técnica se convocó al grupo de trabajadores de TV USAC que laboran en el turno de 15:00 a 22:00 horas de lunes a sábado, todos ellos

graduados en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, por lo tanto, conocedores del tema que nos ocupa y con quienes se intercambiaron ideas y puntos de vista sobre el manejo de la comunicación interna y externa del Canal, reconociendo las fortalezas , oportunidades, debilidades y amenazas, datos que se pueden utilizar para plantear y proponer las estrategias de comunicación para la divulgación de TV USAC dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

- **Lo detectado en los Grupos Focales**

Con la realización de esta técnica de investigación se llegó a la conclusión de que el principal problema de comunicación de TV USAC es administrativo relacionado con el bajo presupuesto que tiene actualmente, y que de este fenómeno se derivan los demás problemas de comunicación externa.

En este intercambio de ideas, el grupo de trabajadores estuvo de acuerdo que en las coberturas que se ejecutan en la Universidad de San Carlos de Guatemala ya sea para al Señor Rector o para algunas facultades y escuelas, TV USAC no tiene presencia de imagen corporativa, que es el conjunto de elementos que identifican y distinguen a una empresa, por lo tanto el Canal, no goza del crédito institucional que se requiere al cubrir eventos de carácter oficial dentro del campus universitario o cuando se hacen coberturas para instituciones nacionales o privadas.

Debido a la falta de divulgación de TV USAC dentro de la Universidad de San Carlos de Guatemala, algunas facultades y escuelas desconocen de la existencia del TV USAC, específicamente dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

En el pensum de estudios de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala existen tres carreras técnicas: Publicidad, Locución y Periodismo y una Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, plataformas de aprendizaje teórico y práctico.

La ECC cuenta con un estudio de audio y uno de televisión, pero no son suficientes para cubrir las necesidades de los estudiantes en cuanto a la realización de tareas y sobre todo en la práctica, proceso sumamente necesario en donde los estudiantes puedan desarrollar su potencial como comunicadores sociales. Si los estudiantes conocieran la existencia de TV USAC, aprovecharían el espacio que se les brinda para la práctica, y de paso, el beneficio del Canal en el aprovechamiento de este recurso humano.

- **Cuestionario**

*El cuestionario tal vez es el instrumento más utilizado para recolectar los datos y consiste en un conjunto de preguntas abiertas o cerradas, respecto a una o más variables a medir. Las preguntas cerradas son más fáciles de codificar y preparar para su análisis. Asimismo, estas preguntas requieren un menor esfuerzo por parte de los encuestados, que no tienen que escribir o verbalizar pensamientos, sino únicamente seleccionar la alternativa que sinteticamente mejor su respuesta. Responder a un cuestionario con preguntas cerradas toma menos tiempo que contestar uno con preguntas abiertas. (Sampieri, 2010, págs. 217, 221).*

En esta técnica de recolección de datos se aplicó el cuestionario auto administrado, proporcionado directa e individualmente al azar a 30 estudiantes de ambos sexos, de las tres diferentes carreras que se imparten en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en la jornada nocturna.

Dichas preguntas fueron estructuradas para conocer si los estudiantes conocían la existencia de TV USAC, sobre su transmisión en televisión, internet y redes sociales y sobre el apoyo que el Canal brinda a los estudiantes en la solicitud y realización de prácticas del Ejercicio Profesional Supervisado EPS de las carreras técnicas y de la licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### 1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.

CALENDARIO PRIMERA ETAPA PROPEDEUTICA DE DIAGNÓSTICO							
ACTIVIDADES	25 al 28 de febrero Construcción del Diagnóstico						
	SEMANAS						
	ENERO		FEBRERO				
	19 al 22	25 al 31	01 al 07	08 al 14	15 al 21	22 al 28	2 al 9
Propedéutico del EPS Licenciatura	Clases presenciales						
Gestiones para realizar las practicas del EPSL en TV USAC		27 enero, recepcion de formulario para carta de solicitud EPS					
		Recopilacion de documentos IFEPS, Tesis e internet					
Proceso de estructuración del Diagnostico de Comunicación Externa.			04 enero entrega de solicitud para realizar prácticas de EPS				
			Recopilación de información en TV USAC				
Redacción Informe, observación, entrevistas, grupo focal y encuestas.				Trabajo con Personal de TV USA			
Entrega Informe Final del Diagnóstico Comunicacional.							Redacción de Informe

Fuente: Elaboración propia  
Febrero 2016

## 1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

### 1.4.1. Ficha de la Entrevista

#### Documento utilizado para la entrevista al Jefe de TV USAC



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO  
EPS LICENCIATURA 2016

Con el objeto de recopilar información para la realización de este proyecto de investigación se realizó la presente entrevista con preguntas estructuradas al Licenciado Ángel Salvador Flores Jefe de TV USAC, quién ocupa este cargo desde el 3 de abril 2016.

En su nueva gestión como Jefe de TV USAC:

1. ¿Cómo encuentra la situación actual del canal?
2. ¿Qué expectativas se tienen para el canal?
3. ¿Qué logros se esperan alcanzar?
4. ¿Qué cambios hará en un futuro?
5. ¿Qué apoyo se espera tener de las autoridades? (Dirección General de Extensión Universitaria).
6. ¿Cree usted que es conveniente la divulgación del canal en la USAC?
7. ¿Específicamente en la Escuela de Ciencias de la Comunicación cree usted que es necesaria la divulgación del canal cómo medio de comunicación?
8. ¿Qué se necesita para poder transmitir la programación de TV USAC dentro de los Edificios de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la USAC?

### 1.4.2. Resultado de las Entrevistas.

El análisis de las entrevistas hechas al Jefe de TV USAC Lic. Luis Ángel Flores, a grupos focales y con los resultados obtenidos de las encuestas, se determinó que por la falta de recursos económicos, TV USAC La Televisión Alternativa no cuenta con un departamento de comunicación que ejecute estrategias para que logre posicionarse como un Canal competitivo y crear una marca televisiva de calidad que lo identifique y lo diferencie de la competencia, dentro y fuera de Universidad de San Carlos de Guatemala.

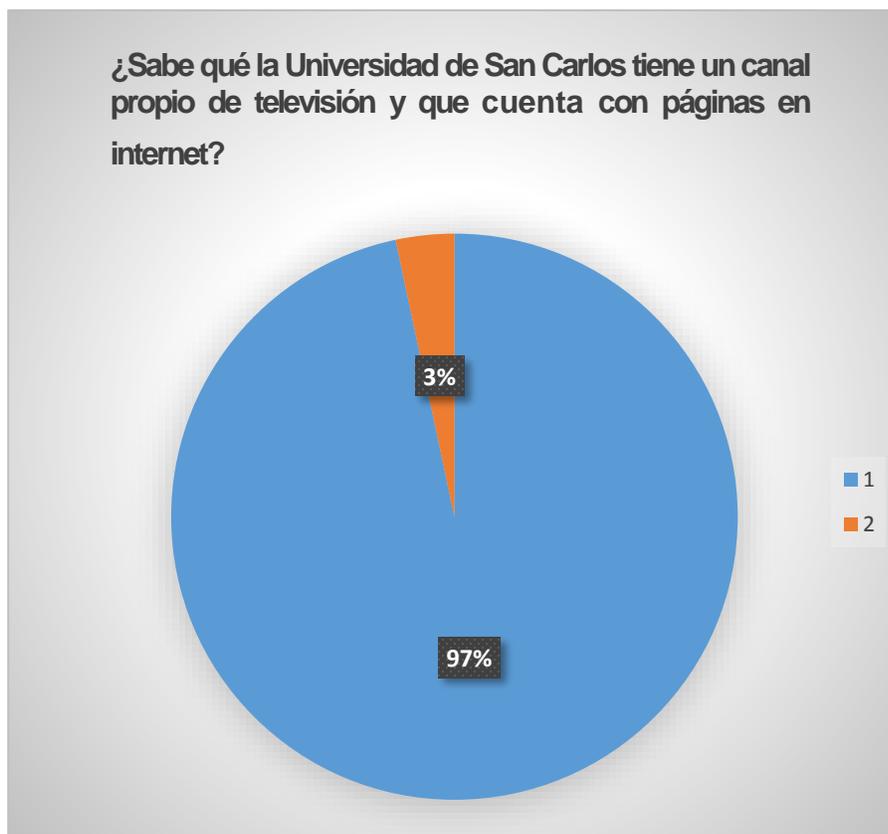
### 1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados.

TABLA COMPARATIVA	
ENCUENTROS	DISENSOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>El Jefe de TV USAC indicó que capacitará al personal en lo que se refiere a producción, post producción, edición, conducción y locución.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En la observación se detectó que por el bajo presupuesto TV USAC no puede capacitar al personal de una forma constante y oportuna,</li> </ul>
<p>El Jefe de TV USAC pretende ampliar la cobertura por medio de las empresas de cable y lograr que a corto o mediano plazo se transmita vía satélite</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>TV USAC no tiene una buena ubicación de su antena de transmisión en el Cerro Alux, ni un ancho de banda que cubra todo el territorio nacional.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>El Jefe de TV USAC dijo que el Canal se ha constituido en difusor de programas y documentas deslatados de otros países y en realización de coberturas de notas informativas de la USAC, dejando a un lado la transmisión de programas en vivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El Canal no cuenta con el equipo necesario para cubrir transmisiones especiales en directo, no posee software o hardware de codificación y emisión, no tienen unidades móviles con conectividad de satélite o fibra óptica.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Sobre la divulgación del canal en la Universidad de San Carlos de Guatemala el Jefe de TV USAC indicó que primero se debe mejorar la producción, para que después se dé a conocer el canal en todas las facultades del campus central y en los centros regionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El Canal no tiene divulgación en el territorio nacional mucho menos dentro de la USAC, específicamente en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia  
Febrero 2016

#### 1.4.4. Gráficas, cuadros e interpretación de resultados de las encuestas.

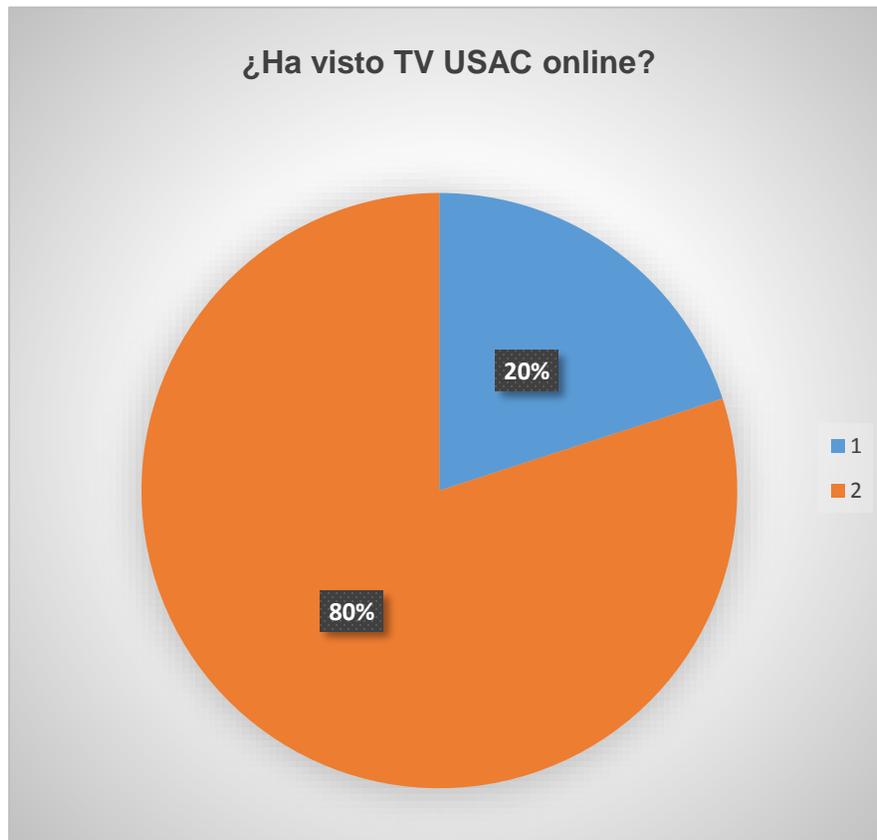
Gráfica No 1



Fuente: Elaboración propia  
Febrero 2016

El 97% de los estudiantes encuestados sabe que en la Universidad de San Carlos tiene un canal propio de televisión y que cuenta con páginas en internet.

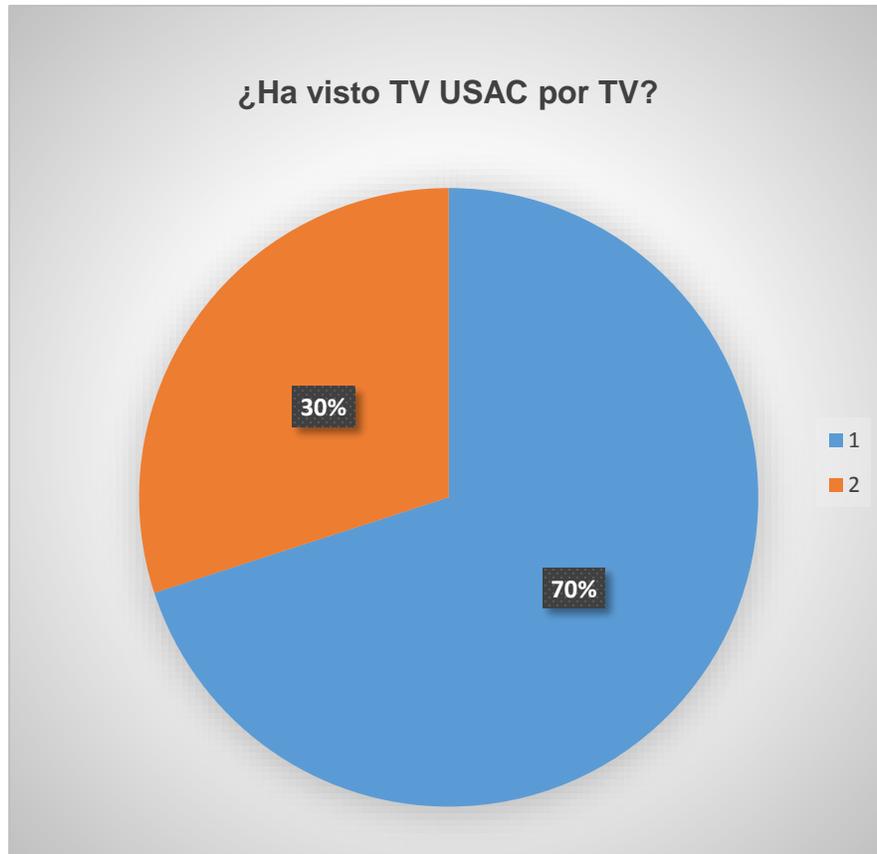
**Gráfica No 2**



Fuente: Elaboración propia  
Febrero 2016

El 80% de los estudiantes encuestados no ha visto TV USAC online.

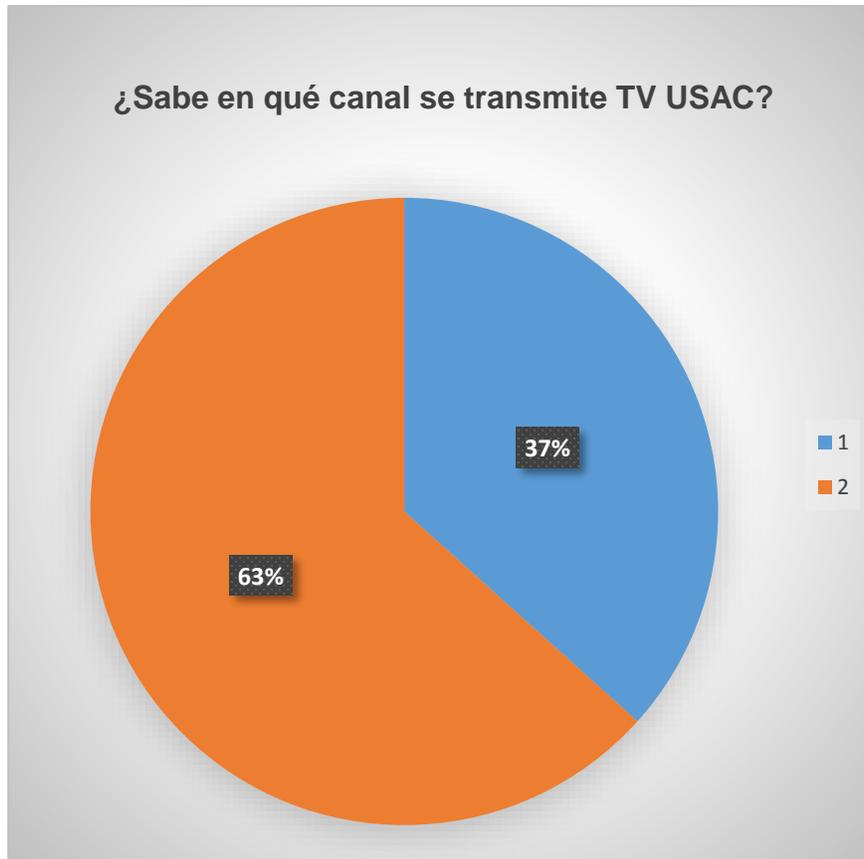
### Gráfica No 3



Fuente: Elaboración propia  
Febrero 2016

El 70% de los estudiantes encuestados ha visto TV USAC por TV.

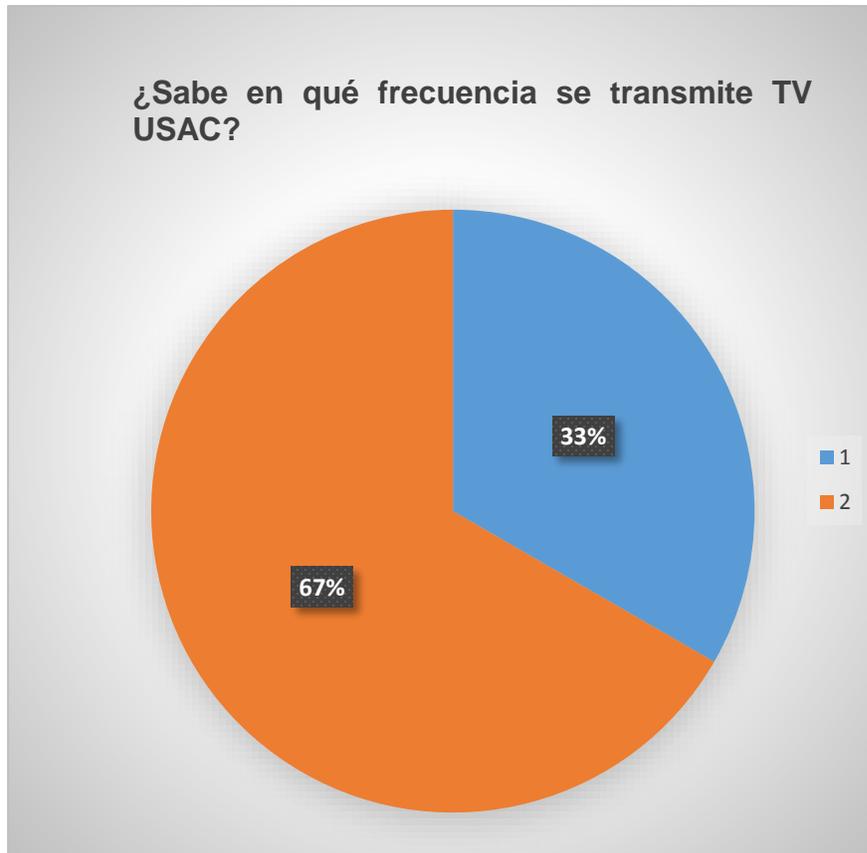
#### Gráfica No 4



Fuente: Elaboración propia  
Febrero 2016

El 63% de los estudiantes encuestados saben en qué canal se transmite TV USAC.

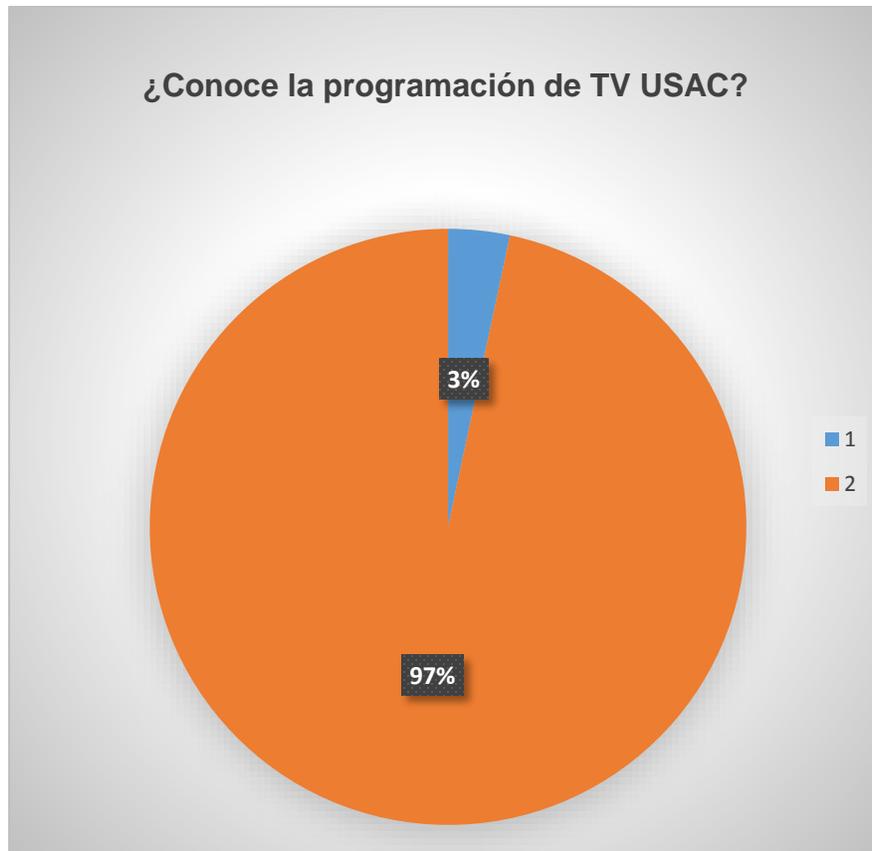
**Gráfica No 5**



Fuente: Elaboración propia  
Febrero 2016

El 67% de los estudiantes encuestados saben en qué frecuencia se transmite TV USAC.

**Gráfica No 6**



Fuente: Elaboración propia  
Febrero 2016

El 97% de los estudiantes encuestados conocen la programación de TV USAC.

## Gráfica No 7

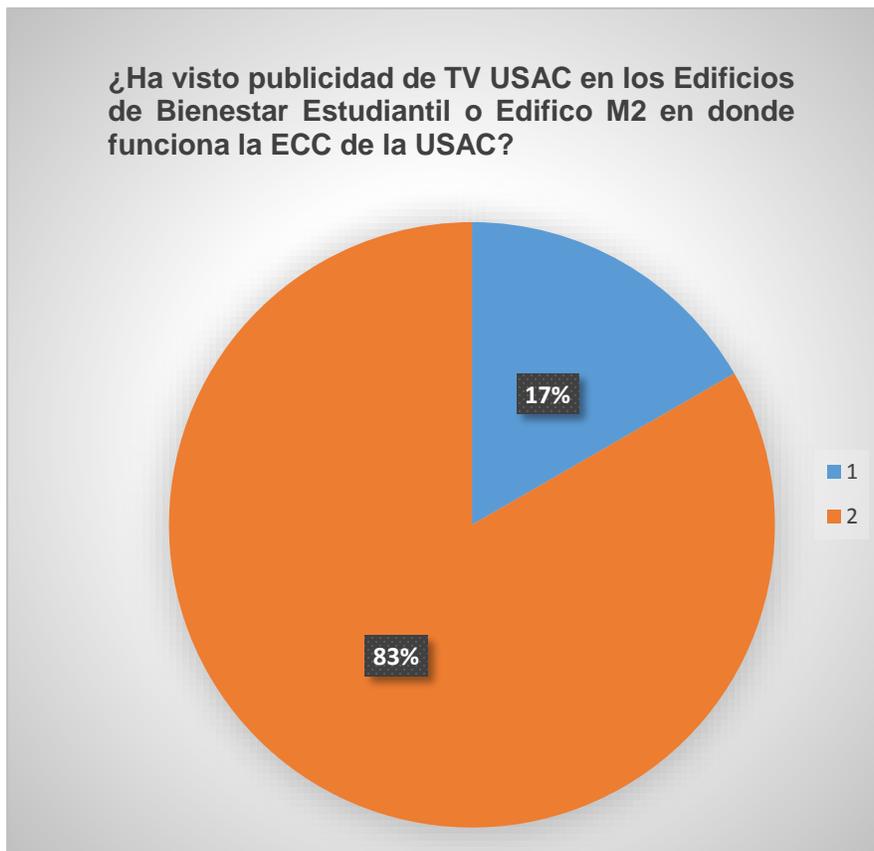
¿Qué compañía de cable tiene?

EMPRESA	USUARIOS
Claro	10
Tigo Star	7
Telecom	1
Señal Satelital	2
Sin señal de cable	3
Otra Empresa	7

Fuente: Elaboración propia  
Febrero 2016

Los 30 estudiantes encuestados respondieron que contratan los servicios de cable de las empresas descritas en la tabla anterior.

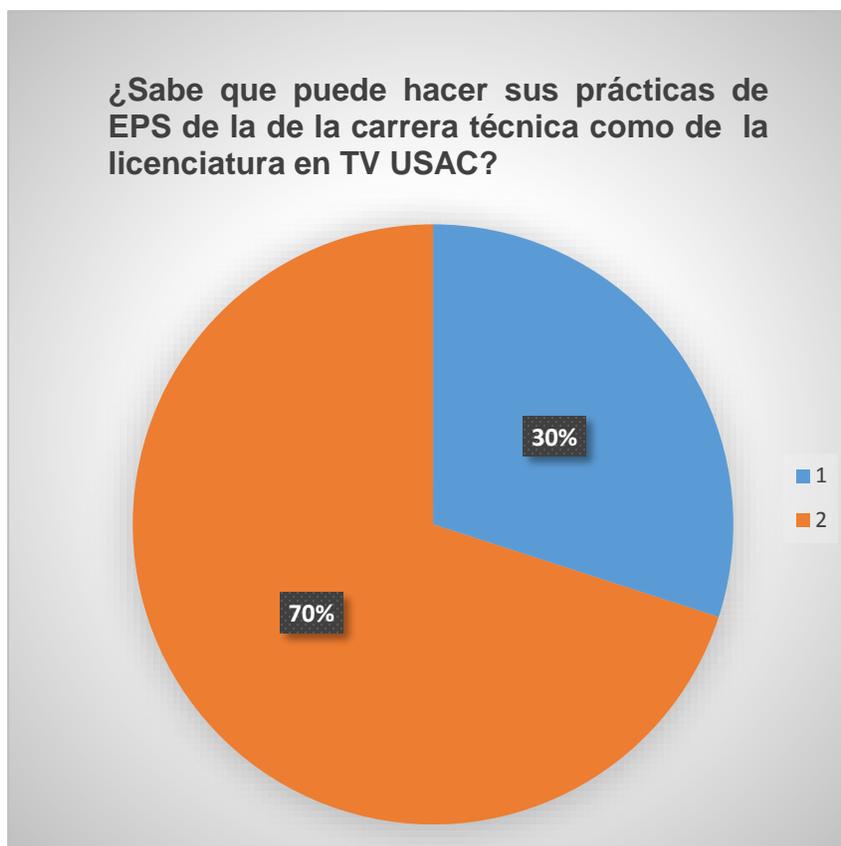
### Gráfica No 8



Fuente: Elaboración propia  
Febrero 2016

El 83% de los estudiantes encuestados ha visto publicidad en la escuela Bienestar Estudiantil o Edificio M2.

**Gráfica No 9**



Fuente: Elaboración propia  
Febrero 2016

El 70% de los estudiantes encuestados saben que pueden hacer sus prácticas de EPS de la de la carrera técnica como de la licenciatura en TV USAC.

## **1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA**

### **1.5.1. Fortalezas**

- Cuenta con personal administrativo, técnico y profesional en el campo de la televisión.
- El Canal transmite programas culturales y educativos de alta calidad a nivel nacional.
- Existen alianzas fundamentales con asociaciones de televisión y comunicación de Latinoamérica para mejorar la calidad de su programación.
- Cuenta con una videoteca.
- Cuenta con equipo de producción de alta definición HD.
- Las notas informativas se editan en computadoras Mac y programas de Adobe.
- Existe una cabina de audio.
- Tiene canales online y pagina Web y redes sociales Facebook y Twitter.
- No es un canal de televisión comercial.
- Tiene financiamiento propio.
- No utiliza pautas comerciales.

### **1.5.2. Oportunidades**

- Dar a conocer a nivel nacional y universitario los diferentes programas culturales Y educativos.
- Hacer la producción de cortometrajes y documentales culturales y educativos.
- Contar con frecuencias de televisión al servicio de la comunidad.
- Brindar oportunidades a estudiantes de EPS a nivel técnico y licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para que realicen su Ejercicio Profesional Supervisado.
- Brindar oportunidades a los diferentes centros educativos, para que los estudiantes a nivel diversificado realicen sus prácticas supervisadas.
- Ayudar a los estudiantes de ciencias de la comunicación de instituciones públicas y privadas a poner en práctica sus conocimientos en el campo de la televisión.
- Cubre eventos especiales en el que hacer universitario, así como también en el ambiente artístico y cultural y científico de la República de Guatemala.

### **1.5.3. Debilidades**

- Pésimas instalaciones.
- Personal multifuncional.
- Falta contratación de personal profesional para cubrir las notas informativas en las comisiones de las diferentes actividades culturales y educativas.
- Bajo presupuesto para mejorar el salario del personal.
- Bajo presupuesto para la compra de un mejor equipo de alta tecnología.
- Bajo presupuesto para la compra de unidades móviles y de medios de transporte.
- Baja cobertura del canal a nivel nacional.
- Mala ubicación de la antena de transmisión en el Cerro Alux.
- No existe un departamento de comunicación.
- No hay promoción ni divulgación del canal a nivel nacional, mucho menos en el Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, específicamente dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Mala administración de las redes sociales.

### **1.5.4. Amenazas**

- Bajo salario del personal.
- Bajo índice de audiencia nivel nacional.
- La poca capacidad del transmisor.
- Inestabilidad administrativa en cuanto al nombramiento de una jefatura permanente que busque mejorar la situación de TV USAC.
- Malas relaciones interpersonales.
- Mal ambiente laboral.
- Fuga de capital al alquilar equipo de alta tecnología usado en transmisiones especiales.
- No existe una estrategia publicitaria con base en un objetivo de mercadeo y marketing para mejorar el posicionamiento, imagen y rating del canal.
- El contenido de las fanpage del Canal es aburrido, por consiguiente atrae nuevos usuarios.

## **CAPÍTULO II**

### **2. PLAN DE COMUNICACIÓN**

En base a lo detectado en el Diagnóstico de Comunicación Externa, apoyándonos con los resultados obtenidos en las entrevistas, grupos focales y encuestas de la investigación realizada en TV USAC La Televisión Alternativa, en este Plan de Comunicación, se determinarán las estrategias a realizar para el fortalecimiento de la divulgación del canal universitario dentro de las instalaciones de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

#### **TEMA**

Estrategias de Comunicación Externas para el Fortalecimiento de la Divulgación de TV USAC “La Televisión Alternativa” en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

##### **2.1. Antecedentes Comunicacionales**

TV USAC “La Televisión Alternativa” es el canal de la Universidad de San Carlos de Guatemala y está comprometido con la sociedad guatemalteca, así como también con la población estudiantil de la USAC y cuenta con una programación cultural y educativa, contribuyendo al aprendizaje de los televidentes guatemaltecos.

Uno de los objetivos de la institución es el de vincular a la comunidad universitaria entre sí y con los diferentes sectores nacionales, procurando su orientación en aspectos de salud, educación, democracia, derechos humanos, agricultura, tecnología, medio ambiente, calidad de vida, entre otros, así como también el de contribuir en la alfabetización y la formación de profesionales en las distintas áreas del conocimiento.

Debido al bajo presupuesto, no cuenta con un departamento de comunicación que le de soporte en las gestiones internas y externas. El canal necesita proyectar una buena imagen entre clientes, proveedores y colaboradores, con ello genera, protege, mantiene y gestiona la identidad de la institución. Un departamento de comunicación es pieza clave dentro de cualquier institución,

Con el interés de mejorar la comunicación tanto interna como externa algunos egresistas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala han presentado algunas propuestas como “PROYECTO COMUNICACIONAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS TRANSMISIONES ESPECIALES DE TV USAC A TRAVÉS DEL AUMENTO DE LA CALIDAD EN LA PRODUCCIÓN, COBERTURA Y POSICIONAMIENTO DE PROGRAMAS EN VIVO”, hecha por el LICENCIADO AXEL HUMBERTO LEMUS CARDONA 2011.

Entre otras propuestas de comunicación están los temas ASISTENCIA INTEGRAL A TV USAC LA TELEVISIÓN ALTERNATIVA” PARA LA PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS NACIONALES proyecto realizado por la Licenciada ANNY CONCEPCIÓN BARRAGÁN LÓPEZ 2009.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS PRODUCCIONES DE TV USAC LA TELEVISIÓN ALTERNATIVA, estrategia planteada por el Licenciado Lázaro Jacob Escobar Cervantes en el 2012, estos dos últimos, actualmente forman parte del equipo de trabajo del canal.

PROPUESTA PARA LA UTILIZACIÓN DEL CANAL DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA TV - USAC, COMO RECURSO DE APRENDIZAJE PARA EL CURSO DE CINE Y TELEVISIÓN DEL SEXTO SEMESTRE DE LA CARRERA DE PERIODISMO DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, Trabajo de tesis presentado por la Licenciada Lorena Escarleth de Paz del Cid.

Estos proyectos de investigación, han ayudado al mejoramiento de la calidad de las transmisiones y producciones de los programas de carácter educativo, cultural, científico que TV USAC ofrece al su público objetivo.

## **2.2. Objetivos de Comunicación**

### **2.2.1. Objetivo General**

- Divulgación de TV USAC “La Televisión Alternativa” en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### **2.2.2. Objetivos Específicos**

- Diseñar estrategias de comunicación externa, para la divulgación de TV USAC La Televisión Alternativa en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Promocionar la imagen corporativa a TV USAC La Televisión Alternativa dentro de los edificios Bienestar Estudiantil y M2, en donde funciona la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, a través de mantas publicitarias.
- Incentivar a los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala a que desarrollen su potencial en el ámbito de la televisión, como comunicadores sociales.
- Incrementar los seguidores en las diferente redes sociales Facebook, Twitter y YouTube de TV USAC.

### 2.3. PÚBLICO OBJETIVO

El presente plan de comunicación involucra al coordinador y asesores del EPSL 2016 y a los estudiantes de la jornada nocturna de Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

<b>SEGMENTACION DE MERCADO</b>		
<b>CRITERIOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>PÚBLICO OBJETIVO</b>
<b>SOCIECONÓMICO</b>	NIVEL DE RENTA	ESTUDIANTES DE LA USAC CON NIVEL DE RENTA MEDIO-ALTO
<b>DEMOGRÁFICO</b>	EDAD	ESTUDIANTES DE 18 A 60 AÑOS
<b>GEOGRÁFICO</b>	PAÍS O CIUDAD	ESTUDIANTES GUATEMALTECOS Y EXTRANJEROS, QUE RECIDAN EN LA CIUDA O MUNICIPIOS DE GUATEMALA
<b>PSICOGRÁFICO</b>	ESTILOS DE VIDA O VALORES	ESTUDIANTES QUE LES GUSTE NAVEGAR EN INTERNET, VISITAR PÁGINAS WEB, INTERACTUAR CON PERSONAS POR MEDIO DE CORREO ELECTRÓNICO, COMPARTIR ARCHIVOS, PARTICIPAR EN FOROS Y USUARIOS DE REDES SOCIALES.

Imagen propia  
Abril 2016

## 2.4. MENSAJE

Se tendrá la autorización del Jefe de TV USAC Licenciado Ángel Flores para la impresión del arte final (banner) que incluye:

- Logotipo institucional de TV USAC.
- Texto del slogan La Televisión Alternativa.
- Texto (hashtag) **#SoySancarlistaSoyTVUSAC**, mensaje que pretende darle sentido de pertenencia universitaria al estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, a su vez, y también pretende vincular a las dos instituciones.

## 2.5. ESTRATEGIAS

- **Estrategia No 1**

Divulgación de TV USAC a través de material impreso, en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

- **Estrategia No 2**

Incentivar a los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala a que desarrollen su potencial voluntariamente, en el ámbito de la televisión como, comunicadores sociales.

- **Estrategia No 3**

Incrementar los seguidores de las diferente redes sociales de TV USAC, Facebook, Twitter y YouTube.

## 2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

- **Acción 1**

Con la autorización del Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, M. Cs. Sergio Morataya, se colocarán y distribuirán 8 banners en los espacios permitidos (estructuras metálicas), que se encuentran dentro de las instalaciones de los edificios de Bienestar Estudiantil y M2, colocando 4 banners en cada edificio.

El material impreso será expuesto en un lapso de 5 semanas, tiempo reglamentado por la coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura para la ejecución y verificación de las acciones propuestas en este Plan Comunicacional.

Los banners tienen las siguientes características:

- Banner vinílico de 1.85 cm. X 0.85 cm., impreso en full color, que incluye: el logotipo y slogan institucionales de TV USAC.
- Texto en color negro con la palabra **Es tu canal**
- Hashtag en color azul **#SoySancarlistaSoyTVUSAC**
- Texto color negro **Canal 33 UHF**
- Logotipos de las redes sociales del canal, Facebook, Twitter y YouTube
- Link de la página web de TV USAC [www.tvusac.com](http://www.tvusac.com)
- Link [http://watch.mercuriostream.com/LiveStream/live/tv\\_usac](http://watch.mercuriostream.com/LiveStream/live/tv_usac), nueva opción para ver el Canal online.
- Logotipo oficial de la Tricentenario Universidad de San Carlos de Guatemala.

**Ejemplo de Banner final a colocarse en instalaciones de los Edificios y M2 y Bienestar Estudiantil**



**USAC TV**

**La Televisión Alternativa**

**Es tu canal**

**#SoySanCarlitaSoyTVUSAC**

**Canal 33 UHF**

[www.tvusac.com](http://www.tvusac.com)

[http://watch.mercuriostream.com/LiveStream/live/tv\\_usac](http://watch.mercuriostream.com/LiveStream/live/tv_usac)



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Arte final que será colocado en los edificios M2 y Bienestar estudiantil de la ECC USAC.  
Imagen propia  
Mayo 2016

- **Acción 2**

Producir un video (nota informativa) con equipo de TV USAC, en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en el Edificio M2 de la Universidad de San Carlos de Guatemala, con el fin de que estudiantes voluntarios desarrollen su potencial en el ámbito de la televisión, como comunicadores sociales.



Fuente: Imagen propia.  
Abril 2016

- **Acción 3**

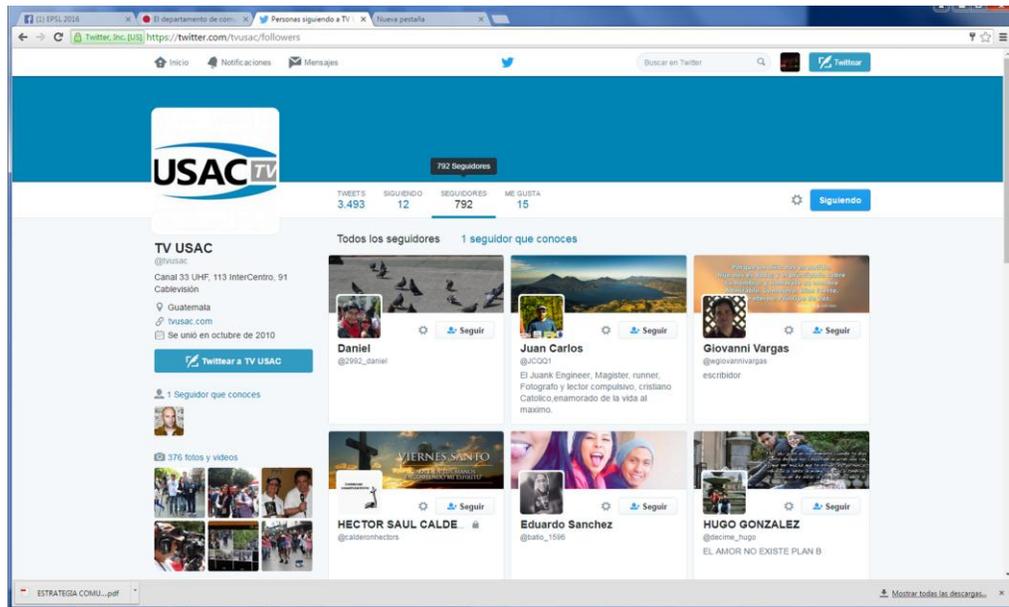
Verificar semanalmente con el Community Manager de TV USAC, el aumento de seguidores en redes sociales

### Fan Page de Facebook TV USAC



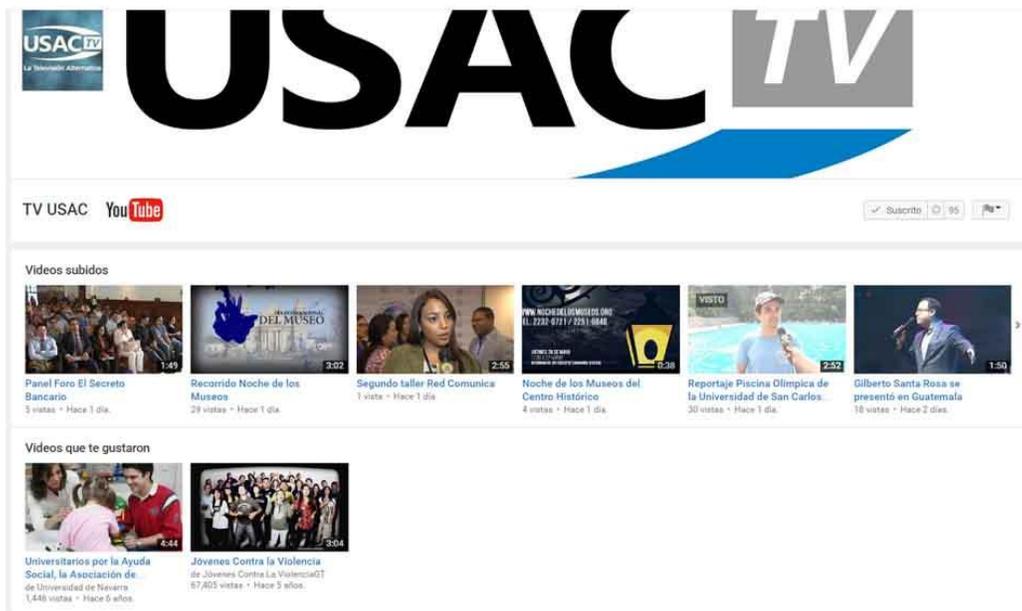
Fuente: Imagen propia.  
Abril 2016

## Cuenta de Twitter TV USAC



Fuente: Imagen propia.  
Abril 2016

## Canal de YouTube TV USAC



Fuente: Imagen propia.  
Mayo 2016

## **CAPITULO III**

### **3. INFORME DE EJECUCIÓN**

#### **3.1. PROYECTO DESARROLLADO**

Estrategias Comunicación externas para el Fortalecimiento de la Divulgación de TV USAC La Televisión Alternativa, en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

##### **3.1.1. Financiamiento**

La ejecución de la estrategia de comunicación externa planteada por este proyecto, se desarrolló con el apoyo de TV USAC “La Televisión Alternativa” institución que amablemente colaboró con recurso humano y equipo de televisión e iluminación profesionales. El recurso humano estuvo integrado por el Licenciado Jacobo Escobar encargado de cámara 1, productor y editor de la nota informativa, por el Licenciado Leonel Mendoza, encargado de cámara 2, de sonido e iluminación y la entrevista fue realizada por el Epesista Otto Román. Para la grabación de la nota informativa se usaron dos cámaras de video marca SONY serie HVR-Z5E **Camcorder HDV con sistema de sensores 3 ClearVid CMOS de 1/3" y grabación en HD / SD**, para la iluminación se emplearon dos kits de lámparas con luz de halógeno y un reflector de luz tipo sombrilla para eliminar sombras, para el sonido fue necesario utilizar un micrófono ajustable y compatible con la cámara antes mencionada, Tv USAC prestó material impreso que sirvió como identificador de imagen corporativa y como fondo simulando un set de grabación.

TV USAC no cuenta con una partida presupuestaria destinada al apoyo y realización de proyectos del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura EPS que benefician al Canal, razón por la cual la asesoría comunicacional, el diseño e impresión del material impreso (banners), transporte, gasolina y alimentación, fueron cubiertos por el epecista Otto Román.

### 3.1.2. Presupuesto

Para la realización de las distintas actividades de esta propuesta de comunicación externa, fue necesaria la utilización de diversos productos y servicios. A continuación se hará la descripción gráfica del presupuesto real los mismos.

#### Presupuesto real de la inversión gastada en la ejecución del Plan

CANTIDAD	DESCRIPCION	COMPRA	DÍAS DE ALQUILER	COSTO POR UNIDAD	FINANCIAMIENTO	SUB TOTAL
1	Asesoría Comunicacional	X		Q 10,000.00	EPESISTA	Q10,000.00
1	Contratación de Diseñador Gráfico para elaboración de banners.	X			EPESISTA	Q500.00
8	Banners vinílicos de 1.85 cm x 0.85 cm. impresión en full color	X		Q 90.00	EPESISTA	Q768.00
1	Equipo completo profesional de audio y video de TV USAC, para realizar nota informativa de 30seg incluyendo: grabación, edición, locución y transmisión.		1	Q3,000.00	TV USAC	Q3,000.00
3	Galones de gasolina	X		Q19.98	EPESISTA	Q59.94
3	Viáticos (alimentación)	X		Q60.00	EPESISTA	Q180.00
					<b>TOTAL</b>	<b>Q14,507.94</b>

Fuente: Imagen propia.  
Julio 2016

### 3.1.3. Beneficiarios

- Las acciones y estrategias realizadas en este proyecto fueron planificadas y ejecutadas principalmente para el beneficio de TV USAC La Televisión Alternativa, mediante la divulgación del canal como medio de comunicación a través de material impreso, dentro de los Edificios Bienestar Estudiantil y M2 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, con ello se buscó inicialmente el reconocimiento y posicionamiento del canal, como imagen corporativa.}
- TV USAC también se benefició porque al material impreso antes descrito, se le incluyó una estrategia de comunicación digital como el lanzamiento del hashtag #SoySancarlistaSoyTVUSAC, con ello se despertó la curiosidad de los estudiantes para que se agregaran como nuevos usuarios y comentar en las redes sociales del canal, Facebook, Twitter y YouTube.
- La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, especialmente los estudiantes del Edificio M2, fueron otros beneficiados al brindarles la oportunidad de participar voluntariamente en la grabación de un video en donde demostraron sus habilidades y desarrollar el potencial como comunicadores sociales en el ámbito de la televisión.
- Las estrategias y acciones planteadas en este proyecto beneficiaron a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, al incentivar a los estudiantes en la producción de una nota informativa transmitida en la programación y redes sociales del canal, y a TV USAC por que se logró el incremento de nuevos usuarios en sus plataformas virtuales, reafirmando con esto, el vínculo existente entre las dos instituciones encargadas en el conocimiento, difusión y práctica de la comunicación social en Guatemala.

### 3.1.4. Recursos Humanos

**Personal de TV USAC que colaboró en la ejecución del plan estratégico.**

PERSONA	PUESTO	ACTIVIDAD	MEDIO
Licenciado Ángel Flores	Jefe de TV USAC	Autorización para realizar la estrategia.	TV USAC
Otto René Román Briones	Epesista de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC	Colocación de Banners en la ECC USAC, planificación y ejecución del proyecto.	TV USAC
Licda. Glenda García	Asistente de Jefatura TV USAC	Organizar citas y firmas de documentos con el jefe de TV USAC	TV USAC
Lic. Héctor Cuyuch	Programador	Programación y Transmisión de nota informativa. Encargado de redes sociales	TV USAC
Licda. Merlyn Hernández	Encargada de Producción	Autorización de grabación, producción, edición y transmisión de nota informativa.	TV USAC
Lic. Jacobo Escobar	Productor	Grabación, producción y edición de nota informativa.	TV USAC
Lic. Obed Cocón	Locutor	Locución en Off de nota informativa	TV USAC
Lic. Leonel Mendoza	Asistente de cámara e iluminación.	Encargado de grabación (cámara 2) e iluminación del evento.	TV USAC

Fuente: Imagen propia.  
Julio 2016

### **3.1.5. Áreas Geográficas en Acción**

La ejecución de este proyecto de comunicación externa se llevó a cabo en los Edificios M2 y Bienestar Estudiantil de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ubicados en la Zona 12 de la Ciudad Capital de Guatemala.

## **3.2. ESTRATÉGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS**

En el transcurso del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2016, en la Fase de la Ejecución del Plan de Comunicación Externa para el Fortalecimiento de la Divulgación de TV USAC La Televisión Alternativa dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se realizaron tres estrategias y tres acciones, que a continuación se describen:

### **A. PRIMER ESTRATÉGIA DESARROLLADA**

Divulgación de TV USAC La Televisión Alternativa, a través de material impreso (banners vinílicos), colocado dentro de los Edificios de Bienestar Estudiantil y M2 en donde funciona la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

- **Objetivo Comunicacional**

Promocionar la imagen corporativa de TV USAC La Televisión Alternativa, con material impreso (banners vinílicos) dentro de los Edificios Bienestar Estudiantil y M2, en donde funciona la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

- **Descripción**

Colocación en los espacios permitidos (estructuras metálicas), de 4 banners dentro del Edificio M2 y 4 banners dentro del Edificio de Bienestar Estudiantil en donde funciona la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

- **Acciones Desarrolladas**

- a. Previo a la colocación de los banners en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se procedió a hacer la presentación oficial de los mismos al Jefe de TV USAC Licenciado Ángel Flores.
- b. Con el propósito de obtener un buen resultado estadístico en la observación y monitoreo del incremento de nuevos usuarios, se solicitó al Community manager, antes de la colocación del material impreso, vincular el hashtag **#SoySancarlistaSoyTVUSAC** a las redes sociales del Canal.
- c. Con la debida autorización del Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala Master Sergio Morataya, el lunes 4 de julio del presente año, se procedió a colocar en los lugares autorizados, 4 banners en el Edificio M2 y 4 banners en el Edificio de Bienestar Estudiantil, dando inicio a la promoción de la imagen corporativa de TV USAC La Televisión Alternativa.
- d. El material impreso estuvo expuesto 5 semanas dentro de los Edificios antes mencionados, en donde funciona la Escuela, del 4 de julio al 5 de agosto 2016.
- e. Durante este tiempo se estuvo observando y monitoreando semanalmente el incremento de nuevos usuarios en las redes sociales de TV USAC.

- f. El viernes 5 de agosto 2016 se dio por terminada la campaña de promoción por lo que se procedió a retirar los banners dentro de los Edificios en donde funciona la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- g. Cabe resaltar que la supervisión por parte del Coordinador y Asesores del EPSL 2016 fue de manera directa e inmediata, debido a que las acciones 1 y 2 de la Ejecución del Plan de Comunicación Externa, fueron realizadas en el Edificio M2 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

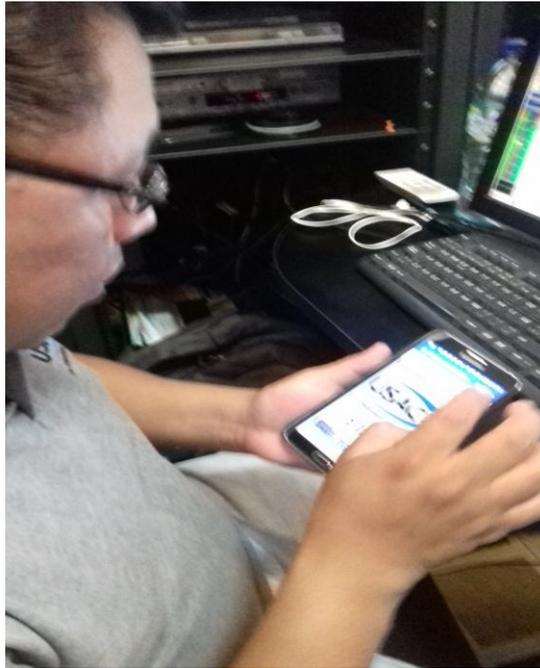
- **Imágenes o fotografías**

### **Presentación del material impreso al Jefe de TV USAC**



Aparecen de izquierda a derecha: Epesista Otto Román, Licenciado Ángel Flores Jefe de TV USAC en las instalaciones de TV USAC Paraninfo Universitario  
Fuente: Imagen propia.  
Julio 2016

## Vinculación del hashtag en las redes sociales de TV USAC



Licenciado Héctor Cuyuch Community Manager de TV USAC  
En las Instalaciones de TV USAC, Paraninfo Universitario  
Fuente: Imagen propia.  
Julio 2016

## Colocación de banners



Epesista Otto Román colocando material impreso dentro del Edificio M2 Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC.  
Fuente: Imagen propia.  
Julio 2016

## Supervisión directa de coordinador y asesores de EPSL 2016



Aparecen de izquierda a derecha: Coordinador de EPS Lic. Luis Pedroza, Asesores Licda. Sandra Hernández, Lic. Fernando Flores y Epesista Otto Román, dentro del Edificio M2 ECC - USAC.  
Fuente: Imagen propia.  
Julio 2016



Aparecen: Asesora de Proyecto Licenciada. Sandra Hernández y Epesista Otto Román, dentro del Edificio M2 ECC - USAC.  
Fuente: Imagen propia.  
Julio 2016

## **B. SEGUNDA ESTRATEGIA DESARROLLADA**

Producción de un video con estudiantes voluntarios de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en el Edificio M2.

- **Objetivo Comunicacional**

Incentivar a los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala para que desarrollen su potencial en el ámbito de la televisión como futuros comunicadores sociales.

- **Descripción**

Presencia de TV USAC con técnicos profesionales y equipo completo de audio, video e iluminación, dentro del Edificio M2 la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

- **Acciones Desarrolladas**

- a. Con la autorización del Jefe de TV USAC y en coordinación con la encargada del Departamento de Producción, el jueves 21 de julio a las 16:00 horas del presente año, se llegó con personal técnico profesional y equipo completo de audio, video e iluminación a la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para la producir de video, que posteriormente será editado y convertido en una nota informativa de 30seg.
- b. Estudiantes voluntarios del Edificio M2 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, tuvieron la oportunidad de interactuar frente a las cámaras de TV USAC incentivándolos para que desarrollen su potencial como futuros comunicadores sociales en el ámbito de la televisión, como presentadores, o comentaristas.
- c. La producción de este evento incluyó: grabación, edición, locución y transmisión en la programación y redes sociales de TV USAC.

- **Imágenes o fotografías**

### **Personal y equipo de producción de TV USAC**



Técnicos Profesionales calibrando audio, video e iluminación para la producción de nota informativa dentro del Edificio M2 de la ECC - USAC.  
Fuente: Imagen propia.  
Julio 2016



Última prueba para la producción de nota informativa dentro del Edificio M2 de la ECC - USAC.  
Fuente: Imagen propia.  
Julio 2016

### Entrevista a coordinador del EPSL 2016



Entrevista al Licenciado Luis Pedroza Coordinador de EPS, realizada por el Epesista Otto Román, dentro del Edificio M2 ECC - USAC.  
Fuente: Imagen propia.  
Julio 2016

### Entrevista A Asesora Del EPSL 2016



Entrevista con Licenciada Sandra Hernández asesora del EPS realizada por el Epesista Otto Román, dentro del Edificio M2 ECC - USAC.  
Fuente: Imagen propia.  
Julio 2016

## Participación voluntaria de estudiantes



Primera participación voluntaria de estudiante, frente a cámaras de TV USAC dentro del Edificio M2 ECC - USAC.

Fuente: Imagen propia.

Julio 2016



Segunda participación voluntaria de estudiante, frente a cámaras de TV USAC dentro del Edificio M2 ECC - USAC.

Fuente: Imagen propia.

Julio 2016

## Participación voluntaria de estudiantes



Tercera participación voluntaria de estudiante, frente a cámaras de TV USAC dentro del Edificio M2 ECC - USAC.

Fuente: Imagen propia.

Julio 2016



Cuarta participación voluntaria de estudiante, frente a cámaras de TV USAC dentro del Edificio ECC - USAC.

Fuente: Imagen propia.

Julio 2016

## **C. TERCERA ESTRATEGIA DESARROLLADA**

Monitoreo de las redes sociales de TV USAC La televisión alternativa.

- **Objetivo Comunicacional**

Incrementar los seguidores de las diferente redes sociales Facebook, Twitter y YouTube de TV USAC.

- **Descripción**

Previo al monitoreo y cálculo de datos, el 30 de junio 2016 se capturó la siguiente información en las redes sociales de TV USAC

- Facebook: 8,743 me gusta.
- Twitter: 804 seguidores.
- YouTube: 96 suscriptores.

- **Acciones Desarrolladas**

- a. El 4 de julio 2016 se procedió a colocar 4 banners vinílicos dentro del Edificio de Bienestar Estudiantil y 4 banners vinílicos en el Edificio M2 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, dando inicio a la promoción de la imagen corporativa de TV USAC.
- b. Para obtener mejores resultados y un porcentaje real sobre el incremento de seguidores en las redes sociales del TV USAC La Televisión Alternativa, ese mismo día se inició la observación y monitoreo de las redes sociales del Canal.
- c. Dicho estudio se realizó durante 5 semanas consecutivas, iniciando en el mes de julio los días lunes 11, lunes 18, lunes 25 y finalizando el viernes 5 de agosto 2016.

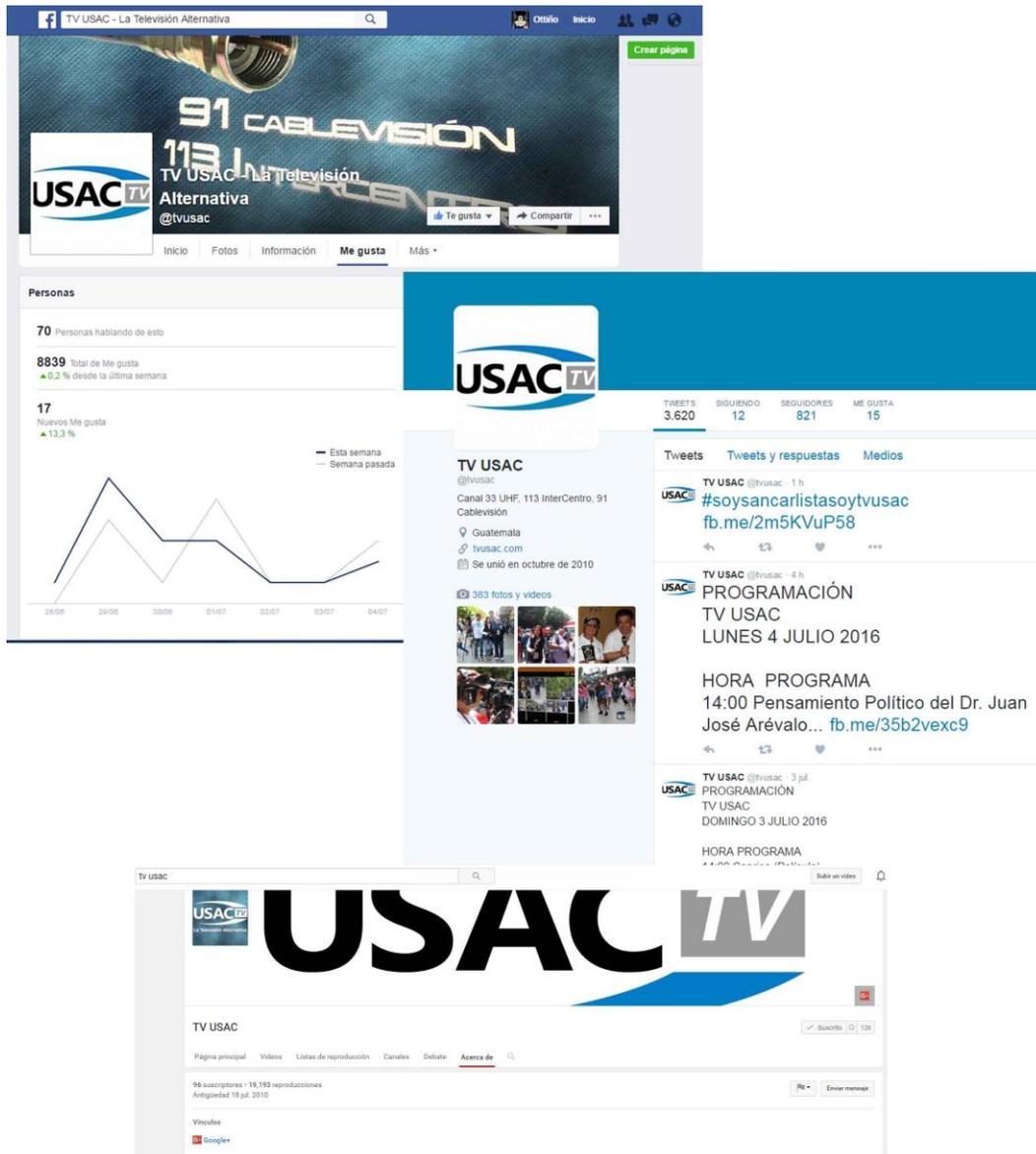
- d. La campaña de divulgación de TV USAC La Televisión Alternativa se finalizó el lunes 1 de Agosto del 2016, procediendo a retirar dicho material en los Edificios M2 y Bienestar Estudiantil en donde funciona la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- e. El monitoreo semanal de las redes sociales de TV USAC, que inicio el 4 de julio 2016 y termino el 5 de agosto 2016, arrojó los siguientes resultados:
- La fan page de Facebook se incrementó en 13.4%, con 1,172 nuevos me gusta, obteniendo un total de 9, 083 usuarios.
  - Twitter se incrementó en 3.4% con 31 nuevos seguidores, obteniendo un total de 836 usuarios
  - YouTube se incrementó en 3.3% con 32 nuevos suscriptores, obteniendo un total de 128 usuarios.

Con el presente estudio de investigación, apoyados con la técnica de la observación y el monitoreo semanal de las redes sociales de TV USAC La Televisión Alternativa, los resultados estadísticos nos demuestran que la fan page de Facebook del Canal, es la plataforma virtual que más actividad tiene, alcanzando mayor incremento de nuevos seguidores con relación a las otras plataformas como Twitter y YouTube.

iLifebelt, organización que brinda servicios de estudio de redes sociales en Centro América y el Caribe, nos documenta que en este año, Guatemala es el país que presenta la mayor cantidad de perfiles en Facebook, alcanzando un total de 4.2 millones de usuarios, en segunda posición se encuentra República Dominicana con 3.6 millones de usuarios, luego Costa Rica y El Salvador con 2.7 y 2.6 millones de usuarios respectivamente. (<http://ilifebelt.com/>, 2016).

- Imágenes o fotografías

## Monitoreo redes sociales TV USAC del 4 de julio 2016



Primer captura de pantalla de Facebook, Twitter y YouTube de TV USAC  
Fuente: Imagen propia.  
Julio 2016

## Monitoreo redes sociales TV USAC del 18 de julio 2016



Segunda captura de pantalla de Facebook, Twitter y YouTube de TV USAC  
Fuente: Imagen propia.  
Julio 2016

## Monitoreo redes sociales TV USAC del 5 agosto 2016

The image is a composite of three screenshots from social media platforms. The top-left screenshot shows the Facebook profile for 'TV USAC - La Televisión Alternativa'. The profile picture is the USAC TV logo. The cover photo features the text 'TELEVISION 113 INTERCENTRO'. The page shows 98 people talking about it, 9083 total likes (up 0.7% from last week), and 59 new likes (up 126.9%). A line graph shows the 'Me gusta' trend from 30/07 to 03/08. The right sidebar shows 3,685 tweets, 12 people being followed, 836 followers, and 15 likes. The main content area displays two tweets: one from 10h ago about the August 5th program (14:00 Superzan y el Niño del Espacio, 15:30 Danzas...) and another from 4 days ago about the August 8th program (14:00 Los Mayas, 15:00 Why Democracy, 16:00 Federate CDAG...). The bottom screenshot shows the YouTube channel page for 'TV USAC'. The channel name is 'TV USAC' with 128 subscribers and 19,263 reproducciones. The page includes navigation links for 'Página principal', 'Videos', 'Listas de reproducción', 'Canales', 'Debate', and 'Acerca de'. A search bar and a 'Enviar mensaje' button are also visible.

Cuarta captura de pantalla de Facebook, Twitter y YouTube de TV USAC  
Fuente: Imagen propia.  
Julio 2016

### 3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO									
	MAYO		JUNIO			JULIO			AGOSTO	
	5 al 20	20 al 27	1 al 6	13 al 24	27 al 30	4	5 al 8	21	22	1
Gestiones varias con asesores de EPS de la ECC USAC										
Gestionar permiso para colocacion de Banners en Edificios Bienestar Estudiantil y M2 de la ECC USAC										
Presentacion del Plan Estrategico al Jefe de TV USAC .										
Impresión de material (banners)										
Presentación de banners al Jefe de TV USAC. Vinculación de HASHTAG a redes sociales de TV USAC.										
Colocación de banners en Edificios Bienestar Estudiantil y M2 de la ECC USAC										
Gestiones para uso de equipo de TV para grabación de video en Edificio M2 ECC USAC.										
Visita con equipo profesional de television y con técnicos profesionales de TV USAC a la ECC USAC al edificio M2										
Fin de horas de prácticas Supervisadas en TV USAC.										
Retiro de banners en Edificios Bienestar Estudiantil y M2 de la ECC USAC										

Fuente: Imagen propia.  
Agosto 2016

### 3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Con este cuadro cuantitativo se pudo comprobar que la Fanpage de Facebook de TV USAC, es la que tuvo mayor número de nuevos usuarios logrando rebasar el 20% proyectado para esta estrategia de comunicación externa.

**Cuadro cuantitativo con los resultados del conteo semanal de usuarios en redes sociales de TV USAC y porcentaje alcanzado.**

ESTRATEGIA	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
Divulgación de TV USAC La Televisión Alternativa, a través de material impreso (banners), dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.	Aproximadamente a 4,500 estudiantes inscritos de la ECC en sus diferentes horarios y jornadas, observaron, la promoción y divulgación de TV USAC por medio de los banners, a su vez quedo abierta la posibilidad de comentar e interactuar el hashtag creado para este proposito.	La impresión de los banners y el tamaño de los mismos, causo una buena impresión al Jefe de TV USAC, así como también la propuesta de divulgación del Canal dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
Producción de un video con estudiantes voluntarios de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en el Edificio M2.	Para la grabación de esta nota informativa, se conto con la participación y entrevistas del Coordinador del EPSL Lic, Luis Pedroza y a la asesora Licda. Sandra Hernández, se contó con la intervencion de 4 estudiantes voluntarios del 10mo semestre. Para esta proucción fué necesario contar con la colaboracion de 3 trabajadores de TV USAC, 2 cámaras, 2 lamparas, 1 microfono.	La participacion en las entrevistas por parte de los licenciados Luis Pedróza y Sandra Hernandez, le dió un plus a la nota infomativa, porque se aprovecho para incentivar a los estudiantes del 10mo semestre y para los que tienen pensum cerrado, a inscribirse en el EPSL 2017. Los estudiantes voluntarios, se mostraron satisfechos por la oportunidad brindada.
Monitoreo de las redes sociales de TV USAC La televisión alternativa	Facebook se incrementó en 13.4%, con 1,172 nuevos me gusta, obteniendo un total de 9,083 usuarios.	La fan page de Facebook del TV USAC, es la plataforma virtual que más actividad tiene, alcanzando mayor incremento de nuevos seguidores con relación a las otras plataformas que usa el Canal como Twitter y YouTube.
	Twitter se incrementó en 3.4% con 31 nuevos seguidores, obteniendo un total de 836 usuarios	
	YouTube se incrementó en 3.3% con 32 nuevos suscriptores, obteniendo un total de 128	

Fuente: Imagen propia.  
Agosto 2016

## CONCLUSIONES

TV USAC La Televisión Alternativa es el canal de la Universidad de San Carlos de Guatemala y está comprometido con la sociedad guatemalteca así como también con la población estudiantil de la Universidad de San Carlo de Guatemala, ya que cuenta con una programación cultural y educativa, contribuyendo al aprendizaje de los televidentes guatemaltecos. TV USAC es el único medio televisivo existente a nivel universidades de Guatemala.

Debido al bajo presupuesto, el canal no cuenta con un departamento de comunicación, pieza clave dentro de cualquier institución que ayuda en las gestiones internas y externas. El canal necesita proyectar una buena imagen entre clientes, proveedores y colaboradores, pero no tiene promoción de imagen corporativa en cada una de las coberturas que hace. Por la falta de publicidad, algunas facultades y escuelas de la USAC, desconocen de la existencia del Canal, especialmente en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Con el interés de plantear una estrategia de comunicación externa para TV USAC, se ejecutó un plan para la divulgación del canal dentro de las instalaciones de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, diseñando estrategias comunicacionales externas para: promocionar la imagen corporativa de La Televisión Alternativa, incentivar a los estudiantes a desarrollar su potencial en el ámbito de la televisión como comunicadores sociales y para incrementar los seguidores en las diferente redes sociales de TV USAC.

Los resultados obtenidos en este proyecto fueron de mucho beneficio tanto para los estudiantes de la Escuela como para TV USAC, resaltando el significativo aumento de seguidores que tuvo el canal en su fanpage de Facebook.

## RECOMENDACIONES

- Las autoridades de la Universidad de San Carlos de Guatemala, deben hacer las gestiones necesarias para aumentar el presupuesto de TV USAC ya que con una buena inversión económica, el Canal tendrá mejores estándares de calidad logrando competir con las demás televisoras abiertas y cerradas, ofreciendo producciones y servicios de alta calidad.
- Se recomienda a las autoridades de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, incluir en el pensum de estudios, cursos o capacitaciones de comunicación interpersonal, para que los estudiantes aprendan estrategias o tácticas de cómo hablar en público ayudándolos a establecer y mantener relaciones interpersonales más gratificantes en su entorno social.
- Es de vital importancia que TV USAC cuente con un Departamento de Comunicación, ya que se pueden establecer estrategias que proyecten una buena imagen entre clientes, proveedores y colaboradores, y promocionar su imagen corporativa en cada una de las coberturas que hace dentro y fuera de la Universidad.
- Los servicios de internet han cambiado drásticamente la comunicación en una dirección por una comunicación más eficaz y dinámica, exigiendo de esta manera, una mayor interacción con el público consumidor. Por tal motivo es necesario que TV USAC capacite o contrate los servicios de un Community Manager para que se encargue de monitorear todas las acciones que se lleven a cabo en las redes sociales, además de crear campañas para lograr un mayor impacto.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **ATEI:** Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana.
- **BENEFICIARIOS:** Personas favorecidas por una o más acciones desarrolladas.
- **BANNER:** Elemento publicitario colocado en el lugar de venta que sirve de soporte a campañas publicitarias lanzadas en otros medios, funciona como un elemento informativo de promociones y ofertas.
- **CNPAG:** Consejo Nacional para la Protección de la Antigua Guatemala.
- **COMUNICACIÓN:** Proceso mediante el cual, se intercambian códigos entre un emisor y un receptor a través de un canal y posteriormente se produzca una respuesta.
- **COMMUNITY MANAGER: (Gestor de comunidades).** Persona encargada de gestionar, construir y moderar comunidades en torno a una marca en Internet, ya sea Redes Sociales, foros o secciones de comentarios.
- **CRONOGRAMA:** Representación gráfica de un conjunto de hechos en función del tiempo.
- **CSUCA:** Consejo Superior Universitario Centroamericano.
- **ECC:** Escuela de Ciencias de la Comunicación
- **EPS:** Ejercicio Profesional Supervisado (Área Técnica)
- **EPSL:** Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.

- **ESTRATÉGIA:** (Advertising Strategy). Parte del Plan de Marketing que se refiere a la publicidad.
- **FACEBOOK:** (pronunciación AFI: [feɪsbʊk]) (NASDAQ: FB) es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg.
- **FAN PAGE:** En español quiere decir página de fans, y es una página web que ha sido diseñada por personas que desean emprender algún negocio a través de la red.
- **FINANCIAMIENTO:** Conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, para la adquisición de bienes o recursos materiales.
- **FODA:** O matriz FODA, es un acróstico de Fortalezas (factores críticos positivos con los que se cuenta), Oportunidades, (aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas), Debilidades, (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir) y Amenazas, (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos).
- **ILCE:** Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa.
- **MENSAJE:** Es la información que el emisor envía al receptor a través de un canal de comunicación o medio de comunicación.
- **OBJETIVO GENERAL:** Corresponde a las finalidades genéricas de un proyecto.
- **OBJETIVO ESPECÍFICO:** Derivados de los generales, son los resultados y beneficios cuantificables esperados cuando se lleva a cabo un proyecto o estrategia.

- **PÚBLICO OBJETIVO:** Término empleado en marketing y publicidad, hace referencia a un consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña.
- **PRESUPUESTO:** Conjunto de los gastos e ingresos previstos para un determinado período de tiempo.
- **REDES SOCIALES:** son sitios de internet que permiten a las personas conectarse con sus amigos de manera virtual, y compartir contenidos, interactuar, crear comunidades sobre intereses similares.
- **TAI:** Televisión de América Latina
- **TELECOM:** Empresa proveedora de servicios de internet y cable en Guatemala.
- **TV:** Abreviatura de Televisión
- **TWITTER:** es una red de información en tiempo real a base de mensajes cortos de no más de 140 caracteres que te permite estar actualizado y en contacto con las personas que más te interesan.
- **UHF:** Sigla del inglés que significan Ultra High Frequency, frecuencia de las ondas radioeléctricas comprendidas entre 300 MHz y 3 GHz.
- **USAC:** Abreviatura de Universidad de San Carlos de Guatemala
- **YOUTUBE:** es un portal del Internet que permite a sus usuarios subir y visualizar videos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Barragán, A. (2009). Asistencia Integral a TV USAC, La Televisión Alternativa, para la Producción de Programas Nacionales. Guatemala: USAC.
- Escobar, J. (2012). Estrategia de Comunicación Organizacional para el fortalecimiento de las Producciones de TV USAC La Televisión Alternativa. Guatemala: USAC.
- Flores, L. Á. (8 de Mayo de 2016). Entrevista estructurada. (E. O. Román, Entrevistador)
- García, S. S. (21 de octubre de 2016). Presentación Marcos metodológicos, operativos y administrativos. (S. García, Recopilador) Guatemala, Guatemala.
- Piloña, G. (2011). Guía práctica sobre métodos y técnicas de investigación documental y de campo. México: GP Editores.
- Reynoso, L. B. (5 de Febrero de 2016). Entrevista no estructurada. (E. O. Román, Entrevistador)
- Sampieri, R. (2010). Metodología de la Investigación. México: Industria Editorial Mexicana.

## EGRAFÍA

- Aguilera, O. (17 de octubre de 2016). [http://repec.ver.ucc.mx/documents/num\\_6\\_feb\\_2012\\_005.pdf](http://repec.ver.ucc.mx/documents/num_6_feb_2012_005.pdf).
- <http://es.scribd.com>
- <http://ilifebelt.com/>. (21 de Octubre de 2016).
- <https://www.facebook.com/tvusac/?fref=ts>
- <http://www.google.com.gt>
- <https://www.publirecta.com/diccionario-de-marketing-e/>
- <https://twitter.com/tvusac>
- <https://www.youtube.com/user/TVUSAC>
- Sampieri Hernández, R. C. (6 de octubre de 2009). <http://metodos-comunicacion.sociales.uba.ar/files/2014/04/Hernandez-Sampieri-Cap-1.pdf>.
- [www.tvusac.com](http://www.tvusac.com). (4 de octubre de 2016).
- [www.usac.edu.gt](http://www.usac.edu.gt)

## ANEXOS

### Cuestionario utilizado con estudiantes.



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO  
EPS LICENCIATURA 2016

El presente cuestionario tiene como objetivo principal saber si los estudiantes, de las tres diferentes carreras que se imparten en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala ECC de la jornada nocturna tienen conocimiento de la existencia de TV USAC, sobre su transmisión en televisión, internet y redes sociales y sobre el apoyo que el Canal brinda a los estudiantes para la realización de prácticas del Ejercicio Profesional Supervisado EPS de las carreras técnicas y de la licenciatura.

Agradecemos su valiosa colaboración al responderla.

SEXO

CARRERA \_\_\_\_\_ F \_\_\_\_\_ M \_\_\_\_\_

¿Sabe qué la Universidad de San Carlos tiene un canal propio de televisión y que cuenta con páginas en internet? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

¿Ha visto TV USAC? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

¿Sabe en qué frecuencia se transmite TV USAC? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

¿Conoce la programación de TV USAC? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

¿Qué compañía de cable tiene? \_\_\_\_\_

¿Ha visto publicidad de TV USAC en los Edificios de Bienestar Estudiantil o M2 en donde funciona la ECC de la USAC? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

¿Sabe que puede hacer sus prácticas de EPS de la de la carrera técnica como de la licenciatura en TV USAC? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

# Ficha de Registro No 1



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ejercicio Profesional Supervisado  
de Licenciatura 2016



## Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

**Nombre del Alumno (a):** Otto René Román Briones  
**No. De Carné:** 9316540  
**Jefe o Encargado (a):** Licenciado Ángel Flores Jefe de TV USAC  
**Institución o Empresa:** TV USAC "La Televisión Alternativa"  
**Supervisor de EPSL:** Licda. Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 03 / Al: 06	Mayo		8	8	8	8	X	32 hrs.
2	Del: 09 / Al: 13		8	8	8	8	8	X	40 hrs.
3	Del: 16 / Al: 20		8	8	8	8	8	X	40 hrs.
4	Del: 23 / Al: 27		5	5	5	5	5	5	30 hrs.
5	Del: 30 / Al: 03	Mayo/Junio	5	5	5	5	5	X	25 hrs. / 167
6	Del: 06 / Al: 10		3	3	3	5	5	X	19 hrs.
7	Del: 13 / Al: 17		5	5	5	5	3	X	23 hrs.
8	Del: 20 / Al: 24		3	3	3	3	3	X	15 hrs.
9	Del: 27 / Al: 29		8	8	8	X	X	X	24 hrs.
10	Del: 04 / Al: 08	Julio	3	3	X	8	8	X	22 hrs. / 103
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									270 horas

(f)

Firma y Sello Jefe (a) Encargado

(f)

Licda. Sandra Hernández - Supervisora EPSL

## Ficha de Registro 2



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ejercicio Profesional Supervisado  
de Licenciatura 2016

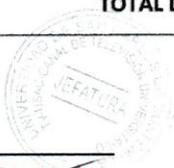


### Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

**Nombre del Alumno (a):** Otto René Román Briones  
**No. De Carné:** 9316540  
**Jefe o Encargado (a):** Licenciado Ángel Flores Jefe de TV USAC.  
**Institución o Empresa:** TV USAC "La Televisión Alternativa"  
**Supervisor de EPSL:** Licda. Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 11 / Al: 15		3	3	3	3	3	X	15 hrs.
2	Del: 18 / Al: 22		8	8	8	8	8	X	40 hrs. 77
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									<b>347 hrs.</b>

(f)   
Firma y Sello Jefe (a) o Encargado



(f)   
Licda. Sandra Hernández – Supervisora EPSL

