

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

**“PLAN DE COMUNICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES
PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA DE RADIO FARO
CULTURAL 104.5 FRECUENCIA MODULADA”**

HAMILTON ALFREDO BARRIOS ORTIZ

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



**“PLAN DE COMUNICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES
PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA DE RADIO FARO
CULTURAL 104.5 FRECUENCIA MODULADA”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

HAMILTON ALFREDO BARRIOS ORTIZ

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, 26 de Agosto de 2016
Oficio No. RFC-071-2016/EFL-ech

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 Epesista **HAMILTON ALFREDO BARRIOS ORTIZ** con número de carné: **200317618** 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 el área administrativa de **RADIO FARO CULTURAL 104.5 FM**, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **02 de Mayo** al **18 de Julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto: **"Plan de Comunicación y utilización de redes sociales para fortalecer la comunicación interna de Radio Faro Cultural 104.5 Frecuencia Modulada"** entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por esta estación.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del Epesista y para 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 Fernando López
Director
Radio Faro Cultural 104.5 FM



C.c. Archivo

6a. Calle 6a. Av. Palacio Nacional de la Cultura, Zona 1 (502) 2239-5000
Guatemala, C.A.

 @McdGuate

 /Ministerio de Cultura y Deportes www.mcd.gob.gt



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

Guatemala 3 de Noviembre de 2016

Estudiante

Hamilton Alfredo Barrios Ortiz

Carné: **200317618**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

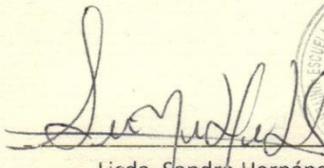
De mi consideración:

Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **"Plan de comunicación y utilización de redes sociales para fortalecer la comunicación interna de Radio Faro Cultural 104.5 Frecuencia Modulada."** El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

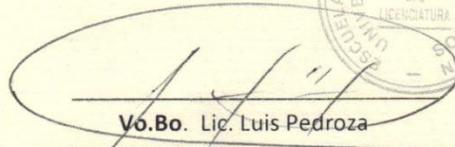
Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPS de Licenciatura en número de 10 ejemplares impresos y 3 CD'S con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las instancias correspondientes.

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

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

DEDICATORIAS

A DIOS: por darme la vida, por darme su infinito amor y misericordia, por darme la oportunidad de seguir el camino que me propuso para la vida, por sus bendiciones ha hecho que logre lo que con tanto tiempo, esfuerzo y dedicación se ha convertido en realidad para el toda la gloria, honra y honor.

A MIS ABUELOS: Maximiliano Sandoval y Casilda Ortiz, Ramón Alonso Coronado y Julia Barrios de Coronado que me formaron con sus consejos y enseñanzas.

A MIS PADRES: José Barrios y Norma Aurina Ortiz por ser quienes han sido el motor de mi lucha, por ser mi apoyo y que por su esfuerzo han logrado ser el hombre y profesional que soy, por darme sus consejos y enseñanzas, valores y principios, los amo por ser mi mayor ejemplo a seguir, mi soporte y aliento, son mi vida.

MIS HERMANOS: Lidia, Glenda, Roberto, Claudia, Cristian, Carola, a cada uno por el apoyo brindado, palabras de aliento y motivación a seguir adelante por ser el mejor ejemplo de perseverancia y brindarme la mano en los tiempos difíciles los amo.

MIS TIOS: Aura Vega, Beltrán Ortiz, Adolfinia Ortiz QEPD, Mirza Sandoval, Isabel Sandoval, Gloria Ortiz, Alfonso Sandoval QEPD, Silvano Sandoval, Catarina Méndez, Clodomiro Urrutia, Ignacio Ortiz QEPD. Por todas sus enseñanzas y consejos.

MIS PRIMOS: Noé, Norma, Edwin, Jaime, Víctor, Karina, Yeslin, Johana, Glenda, Moncho, María, Idalia, Olga, Brenda, Marta, Rosita, Jessy, Jerry, William, Walter, Claudia, Deimy, Luis, Alicia, Karla, Gladys, Natividad, Mariela, Isabela, Mayda, Gisela, Carlos, Marleni, Kevin, a todos gracias por el cariño y paciencia que han tenido conmigo, que DIOS les multiplique todo.

MIS SOBRINOS E HIJAS: Tatiana y Adriana mis hijas, Joselyn, Carlos, Gabriel, Fabiola, Cristian, Adolfo, Boris, Tony, Karla, Matheu, Sebastián, Orlando, Mónica, Sucely, Susan, Ivanna, Fernando, Emeli, que son el motor de mi vida los amo.

MIS AMIGOS: En general a todos, por los malos y buenos momentos que hemos vivido, gracias por el apoyo los aprecio mucho.

AGRADECIMIENTOS

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA: Por la oportunidad brindada de ser parte y tener el honor de culminar mis estudios en tan gloriosa casa de estudios.

A MIS DOCENTES: Tanto a los licenciados de la carrera técnica, como de la Licenciatura, gracias por compartir sus conocimientos y formarme como profesional.

MIS COMPAÑEROS DE ESTUDIOS: Por todas las aventuras vividas, por ser cómplices de este sueño, por su confianza, cariño y aprecio los quiero mucho.

MIS COMPAÑEROS DE LABORES: A todas las personas que fueron importantes en los distintos medios de comunicación en los que tuve la oportunidad de aprender, Radio USAC 92.1, La Marca 94.1, La Mega 107.7, Corporación RCN, TGW Radio Teatro, Radio Faro Cultural, a todos gracias por la paciencia y compartir su experiencia.

MIS AMIGOS MAS CERCANOS: Doña Virginia, Irma, Pastor Walter, Cristofer, Doña Margarita, Bárbara, Víctor Benavente, la comunidad Coreana, equipo de comunicación, por su amistad y por todo el cariño.

MIS AMIGOS: En general a todos con los que crecí, jugué, me enoje, rei, llore, con todos aquellos que me acompañaron en todo momento de mi vida, gracias por todo, a las familias que me han brindado su amistad, cariño, y consejos gracias los llevo en el corazón.

Un agradecimiento especial a todas las personas que se nos han adelantado en el camino de la vida María del Rosario Viuda de Cruz mi Madrina, Enriqueta Guillen, Catarina Matón, Yolanda Bossareyes, gracias por todas sus enseñanzas.

Especialmente a todas aquellas personas que no menciono sus nombres, sus palabras y consejos siempre los llevo en mi corazón, en especial a mi abuelo Ramón, tío Alfonso, y mi prima Brenda QEPD desde acá saben que los llevare dentro de mi corazón y que cumpliré al pie de la letra sus enseñanzas los amo.

INDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO.....	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. LA INSTITUCIÓN.....	1
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	2
1.2.3. Antecedentes o Historia.....	2
1.2.4. Departamentos o Dependencias.....	7
1.2.5. Misión.....	9
1.2.6. Visión.....	9
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	9
1.2.8. Público Objetivo.....	9
1.2.9. Organigrama.....	10
1.3. METODOLOGÍA.....	11
1.3.1. Descripción del Método.....	11
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección.....	12
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....	14

1.4. RECOPIACION DE DATOS.....	15
1.4.1. Ficha de las entrevistas.....	15
1.4.2. Resultado de las entrevistas.....	16
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados.....	17
1.4.4. Interpretaciones de resultado de las entrevistas.....	18
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA.....	19
1.5.1. Fortalezas.....	19
1.5.2. Oportunidades.....	19
1.5.3. Debilidades.....	19
1.5.4. Amenazas.....	19

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	20
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	20
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	21
2.2.1. Objetivo General.....	21
2.2.2. Objetivos Específicos.....	21
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	22
2.4. MENSAJE.....	23
2.5. ESTRATEGIAS.....	24
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	24

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	26
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	26
3.1.1. Financiamiento.....	26
3.1.2. Presupuesto.....	27
3.1.3. Beneficiarios.....	27
3.1.4. Recursos humanos.....	27
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción.....	28
3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	28
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	45
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN).....	46
CONCLUSIONES.....	47
RECOMEDACIONES.....	48
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	49
BIBLIOGRAFÍA.....	52
EGRAFÍA.....	53
ANEXOS.....	54
Transcripción completa de las Entrevistas.....	54
Modelo de la Encuesta.....	60
Fichas de registro de horas.....	61

RESUMEN

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN:

RADIO FARO CULTURAL 104.5 FRECUENCIA MODULADA

NOMBRE DEL PROYECTO:

“Plan de Comunicación Y Utilización de Redes Sociales para Fortalecer la Comunicación Interna de Radio Faro Cultural 104.5 Frecuencia Modulada.”

OBJETIVOS DEL PROYECTO:

OBJETIVO GENERAL:

Elaborar un plan de comunicación en el que se manejen estrategias para el buen desarrollo de la comunicación interna con los colaboradores de Radio Faro Cultural, con el cual se alcance una forma fácil, práctica y eficaz de transmitir la información que se genera dentro de la institución a la cual pertenece Radio Faro Cultural.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Fortalecer el uso de redes sociales.
- Mejorar el manejo de los medios de comunicación interna.
- Implementar nuevos canales de comunicación.
- Fortificar la comunicación interna.
- Remozar la imagen corporativa.

Sinopsis del Proyecto:

Este trabajo se realiza con la finalidad de apoyar a colaboradores de Radio Faro Cultural con el plan de comunicación y el fortalecimiento de la comunicación interpersonal a través de las redes sociales, y lograr que la comunicación llegue de una manera segura y concreta, esto se da como resultado al trabajo de las entrevistas que determinaron las necesidades de los colaboradores de Radio Faro Cultural.

INTRODUCCIÓN

El presente informe fue realizado en las instalaciones de Radio Faro Cultural 104.5 Frecuencia Modulada, entidad que forma parte del Ministerio de Cultura y Deportes, dirigida por la secretaria de Comunicación Social, y muestra de una manera detallada el trabajo de investigación realizado.

A través del diagnóstico realizado y en conjunto con las herramientas que le conforman se logra determinar que es necesario crear vías alternas para que la comunicación interpersonal sea eficaz, se realiza un plan de comunicación para que los colaboradores tengan conocimiento necesario sobre la estructura, la coordinación, información y actividades relacionadas con dicha entidad.

Con este proyecto se busca que todo el grupo de colaboradores aprovechen los elementos de comunicación que poseen para llevar un mejor mensaje; de la misma manera se busca que ya creadas las vías alternas de comunicación se designe a una persona que lleve el control de toda la información que concierne a Radio Faro Cultural 104.5 frecuencia modulada.

Desde tiempos memorables la comunicación ha sido la base fundamental del ser humano para poder desarrollarse es por eso que se han creado tantas herramientas de comunicación para llevar un mejor manejo de relaciones laborales, personales y más, con el tiempo la comunicación he evolucionado para permitir que el ser humano se relacione de una manera más práctica y rápida a la vez.

JUSTIFICACIÓN

Como en la vida cotidiana, en una empresa se generan y transmiten incontables mensajes cada minuto y no cabe duda, que las buenas relaciones entre los miembros de la organización fomenta una fluida comunicación interna, contribuyendo a que la empresa logre los objetivos para la cual fue creada.

Al haber obtenido estudios de comunicación y como todo profesional en la misma, considero importante aplicar todo esto en las vías alternas de comunicación interpersonal con los colaboradores de Radio Faro Cultural y buscar el fortalecimiento de uso de las redes sociales, la implementación de herramientas de comunicación para el buen funcionamiento de la información.

Actualmente existen muchas herramientas de comunicación, como lo son las redes sociales, una aérea de información de un lugar, afiches, trifoliales, entre otros, pero en esta oportunidad se hace uso de lo que está a nuestro alcance para formar un buen equipo de trabajo, de esta manera se está proporcionando el apoyo correspondiente para el desarrollo de Radio Faro Cultural 104.5 frecuencia modulada.

Es importante mencionar que los colaboradores de Radio Faro Cultural antes de la implementación del plan de comunicación se informaban después de las actividades que se realizan desde el Ministerio de Cultura y Deportes, hoy podemos afirmar que las distintas acciones que se pusieron en práctica han dado como resultado que la información es puntual.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO

1.1.1. Objetivo General

- Realizar un diagnostico de la comunicación en radio Faro Cultural, como herramienta para identificar donde se encuentran las debilidades de comunicación interna.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Identificar las causas por las cuales la comunicación interna en Radio Faro Cultural no es efectiva.
- Describir la situación actual comunicacional de Radio Faro Cultural.
- Promover nuevas estrategias de comunicación interna.

2.1. INSTITUCIÓN

Radio Faro Cultural 104.5 F.M.

1.2.1. Ubicación Geográfica

24 calle 3-81 Zona 1, interior Centro Cultural

Miguel Ángel Asturias, Ciudad capital, Guatemala.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Como medio de comunicación Radio Faro Cultural cumple una misión importante, misma es la difusión de noticias culturales de varios países, entre ellos está el programa Radio Francia Internacional (RFI) que se transmite vía satelital en directo. ¹

Radio Faro Cultural esta aliada estratégicamente con la secretaria de Comunicación Social del Ministerio de Cultura y Deportes, dando difusión a las manifestaciones del arte tales como exposiciones, talleres, teatro, poesías, canto, entre otros.

Embajadas acreditadas como España, Italia, Alemania, Japón, Estados Unidos, México y Gran Bretaña están integradas a Radio Faro Cultural las cuales proporcionan material radiofónico.

1.2.3. Antecedentes

Su fundación se da el año de 1950, el día dos de octubre, en una de las instalaciones de la empresa de aviación AVIATECA, de allí el nombre y en lo sucesivo se conociera como RADIO FARO AVIATECA.

Su fundador El Coronel, Gonzalo Yurrita, un hombre emprendedor y entusiasta, fue su principal promotor. A él se unió en el novedoso proyecto, un hábil ingeniero de AVIATECA, Jack Whitehead, quien diseño y construyo el transmisor para esta radio. Además era necesario contar con una persona capaz para hacerse cargo del equipo, esta responsabilidad recayó en el técnico en radio de aviación don Augusto Mogollón.²

La antena de transmisión estuvo instalada en la parte superior de la torre del Reformador en donde estaba colocado el “Faro” que servía de guía a la navegación aérea.

¹ Prahl, R.C. 2004 Reseña histórica de Radio Faro Cultural, Guatemala Impresos DC

² (Prahl, 2004)

Para sintonizarla en el cuadrante bastaba con colocar la aguja del dial en la banda de 750 Kiloherz en amplitud modulada. La programación con música clásica fue recibida con gran beneplácito por los radioescuchas amantes de la música culta y cuya señal emanaba desde dos habitaciones ubicadas en el edificio COLOMER cerca de la torre del Reformador.

Su transmisión se iniciaba a las 06:00 y concluía a las 22:00 horas con algunos intervalos desde su fundación, han pasado por sus estudios de transmisión, destacados locutores, técnicos, secretarias y radioperadores, así como también diversos directores.

Sus oficinas administrativas en el correr del tiempo han estado ubicadas en diferentes partes, aún hoy se estudia su establecimiento permanente, por de pronto se ubica en la galería de Efraín Recinos del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, 24 calle 3-81 zona 1 más conocido como el Teatro Nacional.³

La colección de discos con que cuenta es un tesoro invaluable el cual está a disposición de los oyentes diariamente, durante dieciséis horas continuas, su programación, es clasificada según su género, lo que hace de ella una de las más variadas.

Después de varios años en los que apenas se logró impedir su cierre definitivo, no fue sino a partir del año 1995, en que se pudo apreciar una notable mejora en sus transmisiones radiales.

Como prueba de ello es que a pesar de haber devuelto la antena que se encontraba en calidad de préstamo y gracias a la intervención de la dirección de la radio y la del técnico, se fabricó una.

³ Prahl, R.C. 2004 Reseña histórica de Radio Faro Cultural, Guatemala Impresos DC

La mejora de la transmisión a través de la adquisición de un equipo de enlace y el reacondicionamiento de su torre de transmisión ubicada en el Km. 21 a San Pedro Sacatepéquez, Aldea Vista Hermosa, terreno propiedad de Radio Faro Cultural, desde donde la señal era irradiada con una potencia que oscilaba de los 300 a 500 watts, con un transmisor de 2 kilovatios.

El proyecto siguió su marcha gracias al apoyo de las autoridades del Ministerio de Cultura y Deportes y de la Fundación G & T, que con su programa de apoyo a entidades dedicadas al arte y la cultura en Guatemala.⁴

Motivo de alegría es poder apreciar que en un lugar agreste se yergue una torre de más de 260 pies de altura y un transmisor de 10 kilovatios, recién adquirido por el Ministerio de Cultura y Deportes, inaugurado el 17 de abril del 2000, su señal estereofónica comenzó a escucharse en los cuatro puntos cardinales de Guatemala.⁵

Radio Faro Cultural, cuenta con varios departamentos o secciones, y ninguno de ellos es más importante uno del otro, ya que todos funcionan en armonía y son los siguientes: Dirección, Producción, Programación, Transmisión, Grabación y Locución, Discoteca, Secretaria, Cómputo, Contabilidad, y el Departamento Técnico.

A 66 años de aquella memorable fecha del 2 de octubre del año 1950 y en pleno siglo XXI, los cambios han sido sustanciales, una modesta consola de botones, torna mesas discontinuadas, tocacintas de carrete y transmisor de tubos, hoy Radio Faro Cultural está a la vanguardia de las comunicaciones. A diferencia de antaño hoy se cuenta con una moderna consola con controles, deslizables tornamesas de disco compacto.⁶

⁴ Álvarez, M. (18 de 02 de 2016) (H. Barrios, entrevistador.)

⁵ Ministerio de Cultura y Deportes, www.mcd.gob.gt

⁶ Prah, R.C. 2004 Reseña histórica de Radio Faro Cultural, Guatemala Impresos DC

La programación está destinada a brindar cultura musical, así, como espacio a entidades y personajes de la vida cultural del país es por ello que todo el saber humano tiene lugar dentro de la programación de Radio Faro Cultural.

Desde la puesta en funcionamiento de un nuevo transmisor y ampliada nuestra cobertura a una buena parte del país, el número de llamadas telefónicas al 2230-0771 se ha incrementado notablemente.

Una de las satisfacciones de la radio es recibir telefonemas de lugares como: La Ciudad de Carlos V, Sanarate, El Progreso, también la centenaria ciudad de Antigua Guatemala, Quiche, Alta y Baja Verapaz, El Estor Izabal, la Costa Sur y parte del Noroccidente del país, además de los países de Argentina, El Salvador, Estados Unidos, Australia, España, Francia, Chile y Ecuador.⁷

Como todo medio de comunicación, Radio Faro Cultural, fue bautizada con el nombre de Radio Faro AVIATECA, en sus inicios por ser perteneciente a la Empresa Nacional de Aviación AVIATECA.⁸

En el año 1973 paso a formar parte de Ministerio de Educación, ahí también cambia de nombre llamándose Radio Faro AVIATECA EDUCATIVA, en 1988 a la fecha forma parte de Ministerio de Cultura y Deportes y se identifica como Radio Faro CULTURAL;

⁷ Prahl, R.C. 2004 Reseña histórica de Radio Faro Cultural, Guatemala Impresos DC

⁸ Luis Lara (10 de 02 de 2016) (H. Barrios entrevistador)

La historia de sus sedes inicia cuando estuvo en la 6ª. Avenida “A” y 2ª. Calle de la zona 9, lugar conocido antiguamente como “Tivoli”; De allí se trasladó a la 1ª. Calle y 7ª. Avenida, esquina y en un 3er. Nivel, apartamento 31 del Edificio COLOMER, estando en este lugar, los estudios de Radio Faro, fueron seriamente dañados como consecuencia del terremoto ocurrido en el año de 1976, después de un tiempo se instalaron en la 15 Calle “A” entre 13 y 14 Avenida de la zona 1, luego en la 10 Calle entre 7ª. Avenida “A” y Avenida Reforma de la zona 9.⁹

Fue nuevamente trasladada a la 3ª. Calle entre 9ª. Y 10ª. Avenida de la zona central, y finalmente establecerse en las instalaciones del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, mejor conocido como Teatro Nacional.

Radio Faro, se une a las emisoras colegas que difunden esta clase de música y que se constituyen como las mejores del mundo, actualmente se encuentra amparado y protegido por el PATRIMONIA CULTURAL DE LA NACION, Acuerdo Ministerial 0124/2005 y Decreto Legislativo 042-2005.¹⁰

⁹ Prahl, R.C. 2004 Reseña histórica de Radio Faro Cultural, Guatemala Impresos DC

¹⁰ Ministerio de Cultura y Deportes, www.mcd.gob.gt

1.2.4. Departamentos o Dependencias

- Dirección.
Lugar donde se tomaran las decisiones correspondientes, y acataran los lineamientos desde el Ministerio de Cultura y Deportes y la secretaría de Comunicación Social.
- Producción.
Área destinada para la elaboración de programas, spot, avisos, viñetas, cintillos, entre otros casos especiales.
- Programación.
Lugar donde se llevara a cabo la selección del material auditivo, para acoplarlo a la parrilla de transmisión de Radio Faro.
- Transmisión.
Área donde se encuentra la consola, reproductor de cassettes y discos compactos, computadora y todas las herramientas para que Radio Faro Cultural se escuche en el dial 104.5 Frecuencia Modulada.
- Grabación y Locución.
Área destinada para la elaboración de material que se reproducirá en diferido, cuenta con instalaciones de micrófonos, computadora lo necesario para la ejecución de este trabajo.
- Discoteca.
Acá se encuentra una colección que abarca 5000 disco acetatos que son la columna vertebral del funcionamiento de Radio Faro Cultural, además de poseer cassettes y discos compactos de grandes compositores.

- **Secretaría.**
Lugar destinado para que se encargue de desarrollar todo lo concierne a lo administrativo, se llevara un archivo de actividades afines al bienestar de Radio Faro cultural.
- **Departamento de Cómputo.**
Área que se utilizara para poder actualizar todo el material auditivo que se encuentra en la biblioteca.
- **Departamento de Contabilidad.**
Lugar que se encarga de llevar control de los inventarios internos tanto de material administrativo como del material de infraestructura, entiéndase micrófonos, consolas, disco compactos entre otros, el apoyo también a gastos administrativos, pagos a proveedores como luz eléctrica entre otros.
- **Departamento Técnico.**
Diseñado para poder dar soporte directo a problemas que pueda tener Radio Faro en cuanto a material, en transmisión, en aparatos eléctricos, o en la antena de transmisión, al igual que en el transmisor.

1.2.5. Misión

Ser difusora del arte y la cultura, tanto nacional como mundial a través de la música y promover el enriquecimiento educativo de nuestros oyentes.

1.2.6. Visión

Ser por excelencia la emisora cultural y educativa de los guatemaltecos.

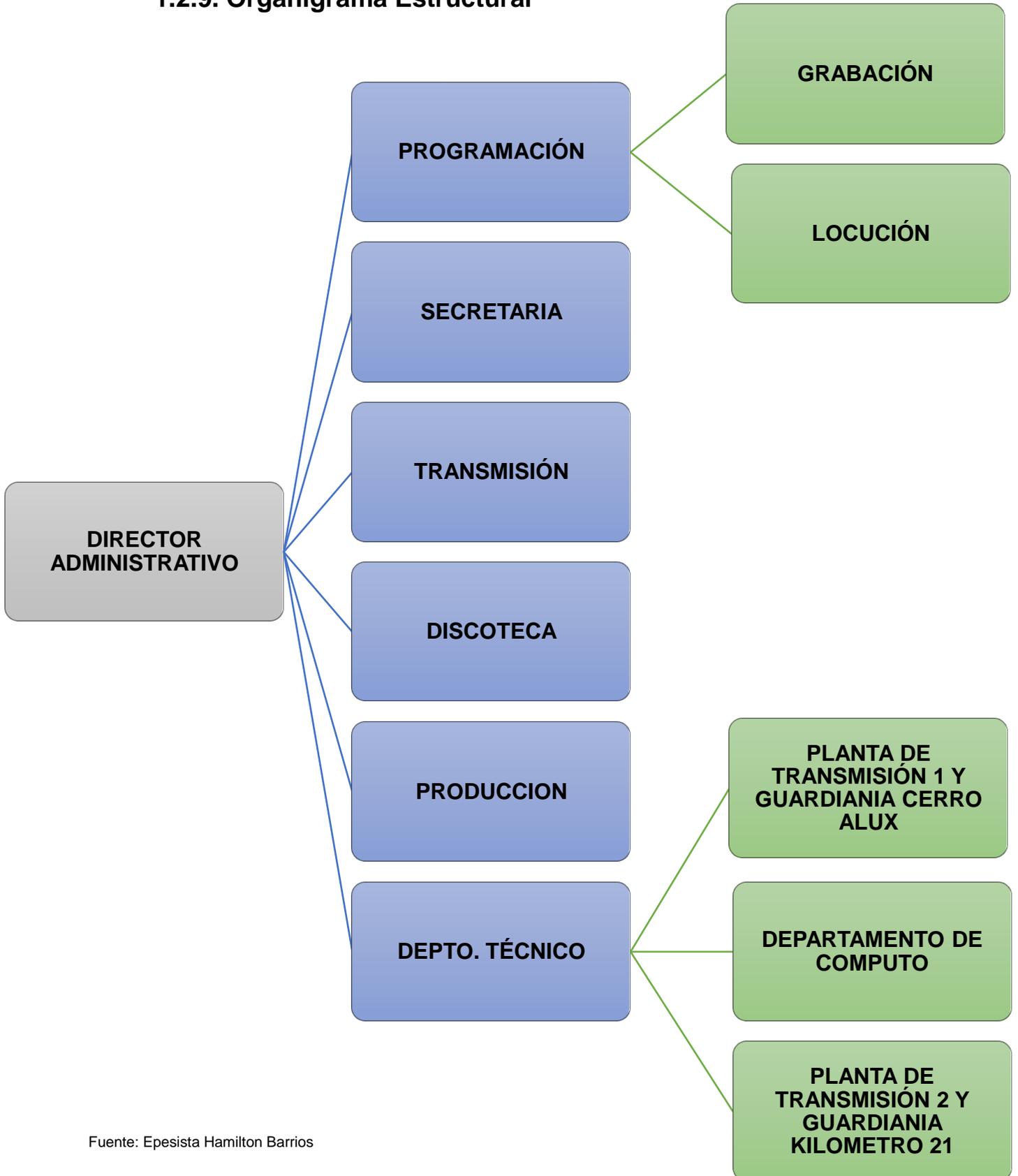
1.2.7. Objetivo Institucional

No tiene

1.2.8. Público Objetivo

Colaboradores de Radio Faro Cultural

1.2.9. Organigrama Estructural



Fuente: Epesista Hamilton Barrios

1.3 METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

Metodología se puede definir como la descripción, el análisis y la valoración crítica de los métodos de investigación, la palabra metodología está compuesto del vocablo método y el sustantivo griego logos que significa juicio.

Entre los métodos de investigación a utilizar esta la el método de observación y la entrevista, los cuales aportan el diagnostico información precisa de cómo se encuentra la comunicación interna en Radio Faro Cultural.

En el ámbito de las ciencias sociales, el recurso de la metodología se enfoca en la realidad de una sociedad para arribar a una conclusión cierta y contundente acerca de un episodio valiéndose de la observación y el trabajo práctico típico de toda ciencia.¹¹

La metodología de investigación cualitativa y cuantitativa. La primera es la que permite acceder a la información a través de la recolección de datos sobre variables, llegando a determinadas conclusiones al comparar estadísticas; la segunda, realiza registros narrativos sobre fenómenos investigados, dejando a un lado la cuantificación de datos y obteniéndolos a través de entrevistas o técnicas no-numéricas, estudiando la relación entre las variables que se obtuvieron a partir de la observación, teniendo en cuenta por sobre todo los contextos y las situaciones que giran en torno al problema estudiado.

Sin la metodología es casi imposible llegar a la lógica que conduce al conocimiento científico.¹²

¹¹ Julián Pérez Porto y Ana Gardey, Definición de Metodología, 2008, México.

¹² Julián Pérez Porto y Ana Gardey, Definición de Metodología, 2008, México.

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

- **La Observación**

La observación como método consiste en la percepción directa del objeto de investigación, misma permite conocer la realidad mediante la percepción directa de los objetos y fenómenos, ya que por laborar dentro de la institución el contacto es directo y preciso.¹³

La etapa inicial del método de observación se utiliza en el diagnóstico para la investigación del problema; Al finalizar la investigación la observación puede llegar a predecir las tendencias y desarrollo de los fenómenos, de un orden mayor de generalización.

Siendo este método uno de los más utilizados y por la cercanía que se tiene por trabajar en la empresa nos percatamos de las carencias que está puede tener en el momento de hablar de la comunicación interna.

Al entrar por la puerta no hay ninguna cartelera que indique alguna calendarización de la institución. En algunos departamentos o dependencias cuentan con una pizarra que se utiliza para memos. No es visible para todo el personal; Se observó también que los colaboradores no son muy amenos en charlas o reuniones.

¹³ Postic, M y De Ketele, J.M., Observar las situaciones educativas, Paris

- **La entrevista**

El método a utilizares La entrevista, es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma. ¹⁴

El fin que se persigue con la entrevista, puede estar o no estructurada mediante un cuestionario previamente elaborado. Cuando la entrevista es aplicada en las etapas previas de la investigación donde se quiere conocer el objeto de investigación desde un punto de vista externo. ¹⁵

La entrevista servirá para poder definir el contexto que los colaboradores conocen de comunicación interna de la institución, los métodos que se utilizan, y la propia opinión del funcionamiento de la comunicación lineal que debe existir.

Por medio de la entrevista nos daremos cuenta de la carencia herramientas para la comunicación dentro de la institución, ya que siendo esta una radio también carece de tales medios.

La opinión de los colaboradores o empleados es de suma importancia ya que es allí donde se determinan cada una de las carencias que se tiene dentro de la institución.

¹⁴ Guadalupe Gómez Donis, Oct. 13, EPSL Odontología.

¹⁵ Beristaín, H. (1975) Gramática Estructural de la lengua Española, México, UNAM.

1.3.3 Cronograma del Diagnóstico

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES EPSL 2016								
Diagnóstico Comunicación interna de Radio Faro Cultural 104.5 Frecuencia Modulada								
Actividad	Enero			Febrero				
	17 - 22	23 - 26	27 - 31	1 - 7	9 - 14	15 - 21	22 - 28	29
Propedéutico del Diagnóstico								
Busqueda de informacion e investigacion								
Analizacion de informacion								
Creacion de grupo de apoyo y reuniones informaticas								
Reunion infomativa 1 con colaboradores de Radio Faro								
Reunion infomativa 2 con colabodores de Radio Faro								
Aplicación del metodo de investigación								
Recoleccion y analisis de datos obtenidos								
Revision del diagnostico								

Fuente: Epesista Hamilton Barrios

1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Ficha de las entrevistas



Entrevista Fase del Diagnostico EPSL



Entrevista realizada a colaboradores de Radio Faro Cultural, con fines de estudio para el Ejercicio Profesional Supervisado EPS sobre la comunicación interna.

Nombre:

Puesto:

1. **¿Conoce las dependencias que tiene Radio Faro Cultural?**
2. **¿Cuáles son los métodos de comunicación interna que se utilizan en Radio Faro Cultural?**
3. **¿Son efectivos los métodos de comunicación interna que se utilizan dentro de Radio Faro Cultural?**
4. **¿Qué métodos recomienda para que la comunicación interpersonal sea más efectiva?**
5. **¿Cuántos años lleva de laborar dentro de Radio Faro Cultural?**
6. **¿Durante este tiempo considera que ha cambiado la comunicación interna?**

Fuente: Epesista Hamilton Barrios

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

Radio Faro Cultural es un medio de comunicación que pasó de ser una particular tras estar unida a una empresa de aviación a formar parte una institución gubernamental, compuesta por destinitos departamentos.

Cuenta con un personal en su mayoría de la tercera edad, ya que no posee un perfil para el colaborador según la plaza, mismas que hoy aun ocupan personas empíricas.

Lamentablemente personas que han colaborado para esta institución han fallecido, y aun no existe un reemplazo inmediato, y pasa a darse el fenómeno que una persona termina haciendo el trabajo de dos o tres colaboradores.

Actualmente laboran 11 personas de las 15 plazas autorizadas por recursos humanos del Ministerio de Cultura y Deportes, de las cuales solamente 6 personas fueron entrevistadas para la recolección de datos en cuanto a la comunicación interna del lugar.

De donde podemos resaltar distintos puntos relevantes, primero el desconocimiento del funcionamiento de un medio de comunicación y los retos de la comunicación interpersonal dentro de la institución, además de que no conozcan la integración en su totalidad de Radio Faro, el mal manejo de la comunicación interpersonal, nivel lineal no existe.

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

Entrevista realizada a colaboradores de Radio Faro Cultural, con fines de estudio para el Ejercicio Profesional Supervisado EPS sobre la comunicación interna.

Resultados de Entrevista	
Nombre	Respuesta
Ivan Hernández	Si, Discoteca, Producción, Dirección y Cabina, conozco parte como funciona la comunicación interna pero no se practica.
Luis Lara	Si las conozco, Dirección, Departamento de computación, Contabilidad, Secretaria, producción, Departamento de sala, la comunicación interna siempre a sido la misma seria de probar de otra manera.
Odilio de León Campos	Si las conozco, programación, o dirección, grabación y la transmisión al aire y también la discoteca, que son las que mas usamos, la comunicación la hacen igual.
Pablo Arcaramijo	Es un poco obsoleto el método, por teléfono, te citan a que vengas, no usan algo tecnológico un correo electrónico, o algo que seria algo inmediato.
Elmer Chávez	Mas que todo es el método verbal, yo pienso de que escrito no es tan efectivo tan inmediato pero si el que más se manejaría es el verbal.
Juan José Yat	Considero que el mejor método de comunicación es el oral, ya que es my directo, expansivo y se trata que todo sea claridad.

1.4.4. Interpretaciones de resultados de las entrevistas.

- **¿Son efectivos los métodos de comunicación interna que se utilizan dentro de Radio Faro Cultural?**

El resultado de esta pregunta, ya que denota que los mismos colaboradores aducen sobre el mal manejo y lo anticuado sobre el método de la comunicación interna, ya que para algunos si cumple su función y para otros no funciona como debiera, indicando que es urgente un cambio para que la comunicación interna sea capaz de tener una funcionalidad.

- **¿Cuántos años lleva de laborar dentro de Radio Faro Cultural?**

Colaboradores de radio faro indican cuanto tiempo llevan de laborar en la institución y todos son de una larga trayectoria, esto no quiere decir que sean profesionales, sino que son empíricos y la institución no se ha preocupado por su profesionalización ya que los tienen en el olvido.

- **¿Durante este tiempo cree que ha cambiado la comunicación interna?**

Colaboradores indican en respuesta a esta incógnita que a pesar de estar tantos años en la institución no ha cambiado en nada la comunicación, en algunos casos ha cambiado solamente para mal, y su manejo ha sido limitado en cuanto a saber informar de distintas actividades internas.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA

1.5.1. Fortalezas

- Trabajo en equipo.
- Pocos distractores para los colaboradores en distintos turnos.
- Grupo pequeño de colaboradores

1.5.2. Oportunidades

- Poco personal permanente.
- Mejoramiento en Instalaciones.

1.5.3. Debilidades

- Escases de tecnología.
- Falta de Comunicación constante.
- Empleados de la tercera edad.
- Falta de deseo por innovar el equipo.

1.5.4. Amenazas

- Falta de presupuesto.
- No hay deseo por parte de las autoridades por mejorar la estación de radio.
- La radio no llega a todos los departamentos de Guatemala.
- Baja audiencia.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Dos de octubre de 1,950 nace Radio Faro Aviateca como una estación radial trasmitiendo una variedad de programas culturales para todos sus radioescuchas, y se caracteriza por difundir segmentos de arte, cultura y de identidad, poniendo énfasis en la juventud que la sintoniza.¹⁶

Forma parte de las emisoras más importantes del mundo por lo que ha sido elegida como Patrimonio Cultural de la Nación, según el Acuerdo Ministerial 0124/2005 y Decreto Legislativo 042-2005.

Su principal objetivo es servir como herramienta para educar, informar y alegrar a todos los guatemaltecos.

Dicha estación no tiene un departamento de comunicación, razón por la cual se encuentra el problema que la comunicación interpersonal no llega de una manera correcta y adecuada a los colaboradores, y no posee un manual para poder capacitar o informar acerca de las actividades que se van a realizar dentro de la institución.

¹⁶ Prah, R.C. 2004 Reseña histórica de Radio Faro Cultural, Guatemala Impresos DC

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. OBJETIVO GENERAL

Presentar un plan de comunicación en el que se manejen estrategias para el buen desarrollo de la comunicación interna con los colaboradores de Radio Faro Cultural, con el cual se alcance una forma fácil, práctica y eficaz de transmitir la información que se genera dentro de la institución a la cual pertenece Radio Faro Cultural.

2.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Mejorar el manejo de los medios de comunicación interna.
- Implementar nuevos canales de comunicación.
- Remozar la imagen corporativa.

2.3. PUBLICO OBJETIVO

La población de Guatemala es de 16.470.000 habitantes, de los cuales el 40.8% está entre los 0 y 14 años, el 55.5% está entre los 15 y 64 años y el 3.6% de los 65 en adelante.

La religión predominante es el Catolicismo Romano, al que muchos guatemaltecos indígenas han incorporado formas tradicionales de adoración, en el 2013 la religión católica de ser la religión mayoritaria paso a 47%, el Protestantismo paso a 40%, un 2% practican otras religiones en su mayoría la espiritualidad maya y un 11% están clasificadas como ateo, sin religión.

El idioma oficial es el español, éste no es universalmente comprendido entre la población indígena. Sin embargo, los Acuerdos de Paz firmados en diciembre de 1996 aseguran la traducción de algunos documentos oficiales y los materiales de votación a varias Lenguas indígenas.

Para este trabajo vamos a basarnos en los Colaboradores de Radio Faro Cultural, un grupo de personas comprendidas entre los 30 a 80 años, quienes son de distintas creencias religiosas, de las cuales podemos mencionar, católicos, cristianos y testigos de Jehová, tomando en cuenta sus estudios académicos que son desde la educación primaria hasta el nivel diversificado y los que han tenido estudios universitarios.

Las 13 personas seleccionadas están distribuidas en distintos puestos, horarios, y tiempo de laborar para el Ministerio de Cultura y Deportes y colaborar en Radio Faro Cultural.

2.4. MENSAJE

"ILUMINANDO LA CULTURA"

Las nuevas necesidades de Radio Faro Cultural de motivar a su equipo humano y retener a los mejores colaboradores en un entorno donde el cambio es cada vez más rápido.

Teniendo en cuenta esta función, podríamos afirmar que la comunicación interna permite:

- Construir una identidad de la empresa en un clima de confianza y motivación.
- Profundizar en el conocimiento de la empresa como entidad.
- Romper departamentos estancados respecto a actividades aparentemente independientes, pero que hacen que se bloqueen entre sí.
- Informar individualmente a los colaboradores.
- Hacer públicos los logros conseguidos por Radio Faro Cultural.
- Permitirle a cada colaborador expresarse ante la dirección general, y esto cualquiera que sea su posición en la escala jerárquica de la organización a que pertenece Radio Faro Cultural.
- Promover una comunicación a todas las escalas, lineal, vertical y horizontal.

Este mensaje es para que ellos se identifiquen más rápidamente con la estación y el concepto de la misma.

2.5. ESTRATEGIAS

- Fortalecer la Comunicación Interna.
- Fortalecer la comunicación interpersonal entre los colaboradores.
- Fortalecer la Imagen Corporativa.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

- ✓ Desarrollo de un programa de talleres sobre la comunicación interpersonal.
- ✓ Capacitación a los colaboradores de Radio Faro Cultural con material elaborado por **Studio PsDesign** entidad dedicada a la implementación de plataformas virtuales de fácil acceso y manejo para la comunicación interpersonal y eficaz.
- ✓ Capacitaciones sobre la comunicación interpersonal dentro de la institución a través de las redes sociales.
- ✓ Creación de un grupo interno por medio del teléfono móvil, como medio de comunicación que permitan trasladar la información de una manera eficaz y efectiva a través de redes sociales, en este caso grupo de trabajo por medio de la red social WHATSAPP.

- ✓ Capacitar los colaboradores de Radio Faro Cultural con material que coadyuve a la implementación de plataformas virtuales de fácil acceso y manejo.
- ✓ Capacitaciones sobre el uso de la herramienta llamada WHATSAPP y su implementación en la comunicación interpersonal dentro de la institución.
- ✓ Renovación de la imagen institucional de Radio Faro Cultural, retocando la ya establecida durante los años de existencia de la institución.
- ✓ Trabajar en la Realización de mantas vinílicas para imagen visual externa.
- ✓ Creación e Implementación de Misión, Visión y Valores, para que colaboradores se identifiquen con el medio de comunicación al cual pertenecen.
- ✓ Difusión de la nueva imagen y lanzamiento de la misma, y creación de red social en Instagram.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCION.

3.1. POYECTO DESARROLLADO

“Plan de Comunicación y utilización de redes sociales para fortalecer la comunicación interna de Radio Faro Cultural 104.5 Frecuencia Modulada”.

3.1.1 Financiamiento

El dinero con el cuál se cubrieron los gastos del presupuesto proviene del Epesista, ingreso que percibió de su salario mensual y acreditación de bono catorce, detallado de la siguiente manera:

PRESUESTO				
Cant.	DESCRIPCIÓN	PRECIO U.	TOTAL	FINANCIAMIENTO
3	Mantas vinílicas 2X1 metros	Q. 86.00	Q. 258.00	Epecista
1	Coroplast, adhesivo estándar e instalación	Q. 395.00	Q. 395.00	Epecista
2	Roll Up banner completo (base + -manta vinílica estándar)	Q. 280.00	Q.560.00	Epecista
30	Desayunos / refacciones / Almuerzos	Q.14.00	Q.420.00	Epecista
12	Tasas de 14 onzas publicitarias	Q. 20.00	Q. 240.00	Epecista
11	Diplomas de reconocimiento / participación	Q. 15.00	Q. 165.00	Epecista
1	Servicio profesional de asesoría comunicacional	Q. 7,200.00	Q. 7,200.00	Epecista
Total del proyecto			Q. 9,238.00	

Financiamiento	Monto
Epesista	Q. 9,238.00
Institución	0
Total	Q. 9,238.00

Fuente: Epesista Hamilton Barrios

3.1.2 Presupuesto Invertido

El presupuesto descrito en el plan de comunicación asciende a la cantidad de nueve mil doscientos treinta y ocho quetzales exactos (9,238.00), distribuidos en distintos materiales siendo estos la imagen corporativa, materiales de apoyo, espacios de convivencia, reuniones y el reconocimiento que se les otorgo a los colaboradores por su participación en el proyecto, el único financista del proyecto fue el Epesista Hamilton Barrios.

3.1.3 Beneficiarios

Grupo de colaboradores de Radio Faro Cultural, departamento administrativo, operativo y técnico.

3.1.4 Recursos Humanos

Para la ejecución del plan se obtuvo el apoyo de profesionales en distintas aéreas.

Persona	Puesto	Actividad
Pamela del Cid	Publicista y directora creativa Studio PsDesign	Acercar a los colaboradores de Radio Faro a las distintas redes sociales, explicar su uso y porque existen las redes sociales.
Mónica Girón	Periodista Profesional	Comunicación Interpersonal dentro de nuestro entorno de trabajo y las nuevas tendencias comunicacionales, en Plataformas Virtuales
Esmeralda Barrientos	Publicista Profesional	Identificar a Radio Faro Cultural con los colaboradores desde su imagen corporativa, y establecer una iniciativa de cambio.
Hamilton Barrios	Asesor Comunicacional	Presentación de la imagen corporativa en las redes sociales la Difusión de la nueva imagen y lanzamiento.

Fuente: Epesista Hamilton Barrios

3.1.5. Área Geográficas de Acción

Instalaciones de Radio Faro Cultural ubicadas en 24 calle 3-81 Zona 1, interior Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, Ciudad capital, Guatemala.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

✓ Fortalecer la Comunicación Interna.

Objetivo comunicacional: Capacitar a los colaboradores de Radio Faro Cultural sobre distintos métodos de comunicación interpersonal.

Descripción: Visita profesional en el tema de comunicación e interactuar con los colaboradores sobre la comunicación interna, utilizando material visual como herramienta principal.

Acciones desarrolladas:

Acción Desarrollo de un programa de capacitaciones y talleres sobre la comunicación interpersonal.

Acción Capacitación a los colaboradores de Radio Faro Cultural con material elaborado por **Studio PsDesign** entidad dedicada a la implementación de plataformas virtuales de fácil acceso y manejo para la comunicación interpersonal y eficaz.

Acción Capacitaciones sobre la comunicación inter personal dentro de la institución a través de las redes sociales.

Imágenes o fotografías:



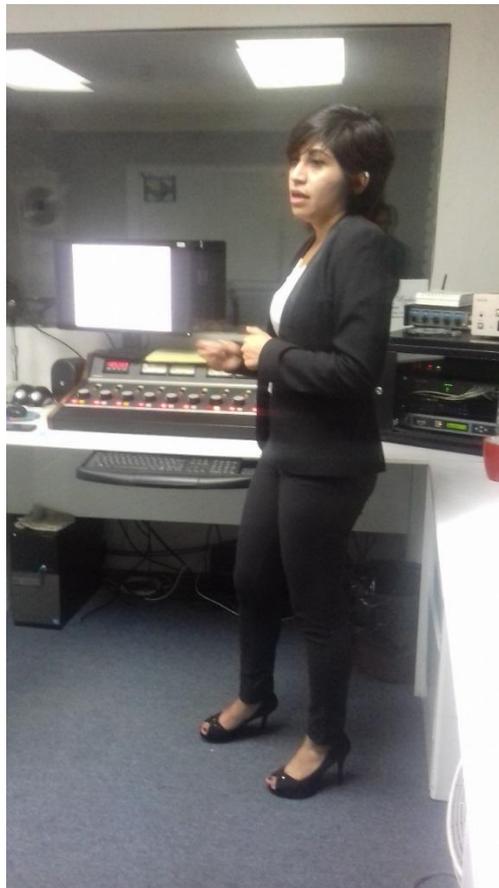
Inicio de capacitación por parte de la comunicadora Pamela del Cid y presentación del documento de apoyo a los colaboradores de Radio Faro Cultura, proyecto elaborado por el Epesista Hamilton Barrios.



Explicando detalles de las redes sociales que existen, y dando ejemplos básicos de cómo es el funcionamiento de una red social y el uso determinado, proyecto elaborado por el Epesista Hamilton Barrios.



Colaboradores de Radio Faro Cultural poniendo atención a la capacitación momentos antes de entrar a la serie de preguntas y respuestas, proyecto elaborado por el Epesista Hamilton Barrios.



Resolviendo dudas planteadas por los colaboradores, y retomando los ejemplos descritos y reflejados en el documento de apoyo que se visualiza en la pantalla de la computadora, proyecto elaborado por el Epesista Hamilton Barrios.

- ✓ **Fortalecer la comunicación interpersonal de los colaboradores de Radio Faro Cultural.**

Objetivo comunicacional: Renovar las vías de comunicación interpersonal con los colaboradores de Radio Faro Cultural.

Descripción: Implementar con los colaboradores de Radio Faro Cultural distintos métodos de comunicación interpersonal para que se de una manera efectiva.

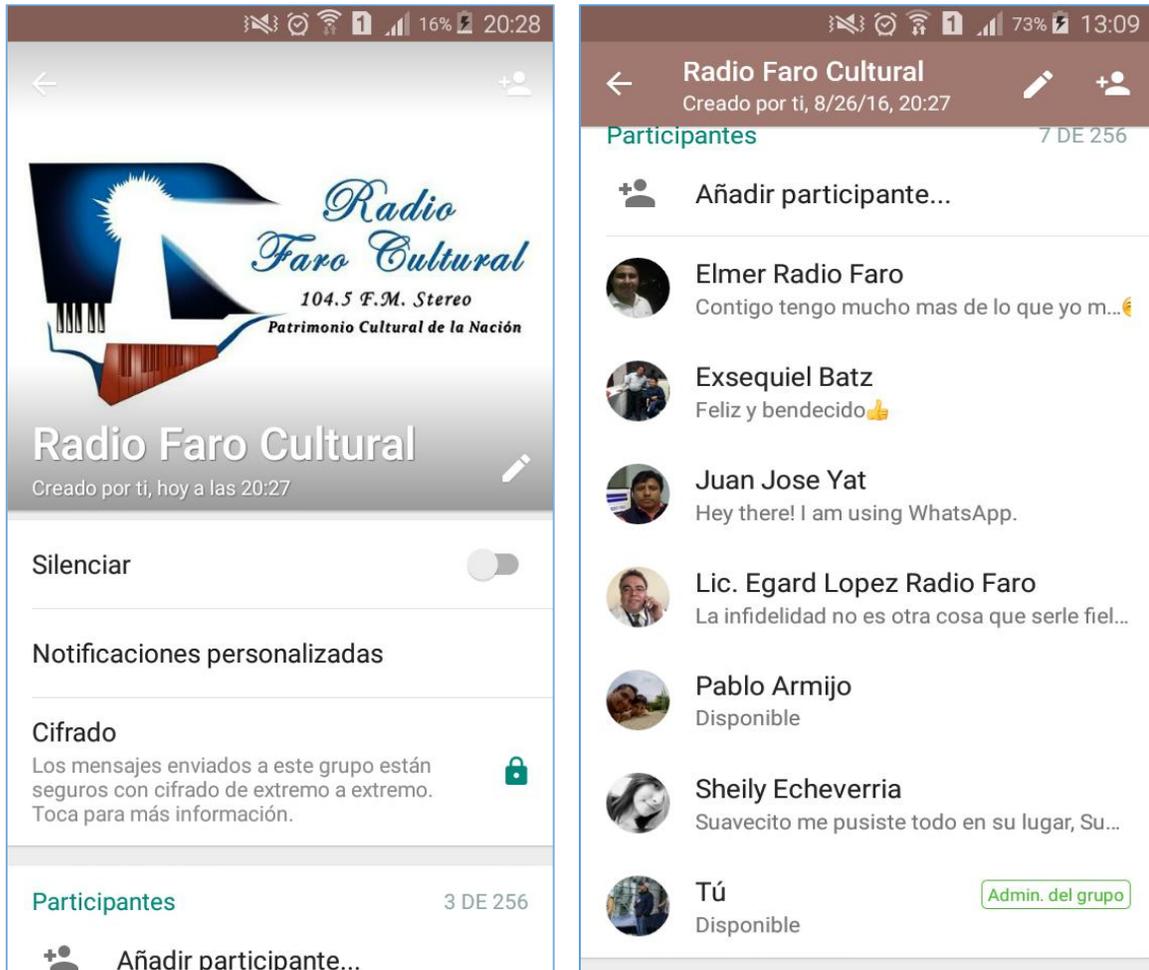
Acciones desarrolladas:

Acción Creación de un grupo de comunicación por medio del teléfono móvil, que permitirá trasladar la información de una manera efectiva y directa por medio de redes sociales, en este caso se usara la red social llamada WHATSAPP.

Acción Capacitar a los colaboradores de Radio Faro Cultural con material que coadyuve a la implementación de plataformas virtuales de fácil manejo y acceso.

Acción Capacitaciones sobre el uso de la herramienta llamada WHATSAPP y su implementación en la comunicación interpersonal dentro de la institución.

Creación del grupo en la red social Whatsapp



Se solicita permiso a los colaboradores para incluirlos en un grupo de comunicación que se realiza a través del internet, conocida como WHATSAPP una aplicación para comunicarse, esto con el fin de que la comunicación sea directa, se realiza la creación del grupo para los colaboradores de Radio Faro Cultural, proyecto elaborado por el Epesista Hamilton Barrios.

CAPACITACIÓN SITIOS WEB



Capacitación a cargo de Mónica Girón Periodista Profesional, indicaciones sobre la historia de los sitios web y su creación, pasando por el crecimiento de los mismos, proyecto elaborado por el Epesista Hamilton Barrios.



Grupo de colaboradores atendiendo las indicaciones de Monica Girón y relacionando los ejemplo que se detallan en el material de apoyo reflejados en la pantalla de la computadora, proyecto elaborado por el Epesista Hamilton Barrios.



Toma panorámica de cómo se lleva a cabo la capacitación y se refleja el documento de apoyo en la pantalla de la computadora, haciendo referencia a los sitios web conocidos en los años noventa, incluyendo sitios web masivos, como **FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM, SNAPCHAT**, proyecto elaborado por el Epesista Hamilton Barrios.



Foto de grupo de colaboradores al finalizar la capacitación Sitios Web con Mónica Girón Periodista, proyecto elaborado por el Epesista Hamilton Barrios.

✓ Fortalecer la Imagen Corporativa.

Objetivo comunicacional: Renovación y lanzamiento de imagen corporativa por medio de una red social.

Descripción: Hermanar a los colaboradores de Radio Faro Cultural con la institución y proporcionarles las herramientas que desconocen para que la comunicación interpersonal sea concreta.

Acciones desarrolladas:

Acción Renovación de la imagen institucional de Radio Faro Cultural, redefiniendo la establecida.

Acción Trabajar en la Realización de mantas vinílicas para imagen visual externa.

Acción Creación e Implementación de Misión, Visión y Valores, para que colaboradores se identifiquen con el medio de comunicación al cual pertenecen.

Acción Difusión de la imagen, lanzamiento de la misma, y creación de la red social de Radio Faro Cultural en Instagram.

Acción capacitación sobre Imagen Corporativa y la responsabilidad que tienen los colaboradores de Radio Faro Cultural con la misma.

Diseño de Imagen Corporativa de Radio Faro Cultural creado en 1950



Logo que identifica a Radio Faro Cultural durante los últimos años y es creado por el maestro Efraín Recinos, cuando Radio Faro Cultural pertenecía a la Dirección General de Cultura y Artes.

Fuente Archivo de Radio Faro Cultural



Creación del logo en un primer retoque en el 2014 bajo la dirección de comunicación social con la participación de la Licenciada Clarisa Castellanos Vice Ministra del Ministerio de Cultura y Deportes y la colaboración del Epesista Hamilton Barrios y retocado 2016 con el logo oficial del gobierno.

Elaboración de mantas vinílicas



Implementación de creación de Imagen Corporativa atractiva para que sea bien recibida por el público, diseño realizado por el Epesista Hamilton Barrios.



Creación de la Misión, Visión y Valores para Radio Faro Cultural por el Epesista Hamilton Barrios y la presión en Adhesivo 50 x 2 para su ubicación dentro de las instalaciones de la cabina de transmisión.

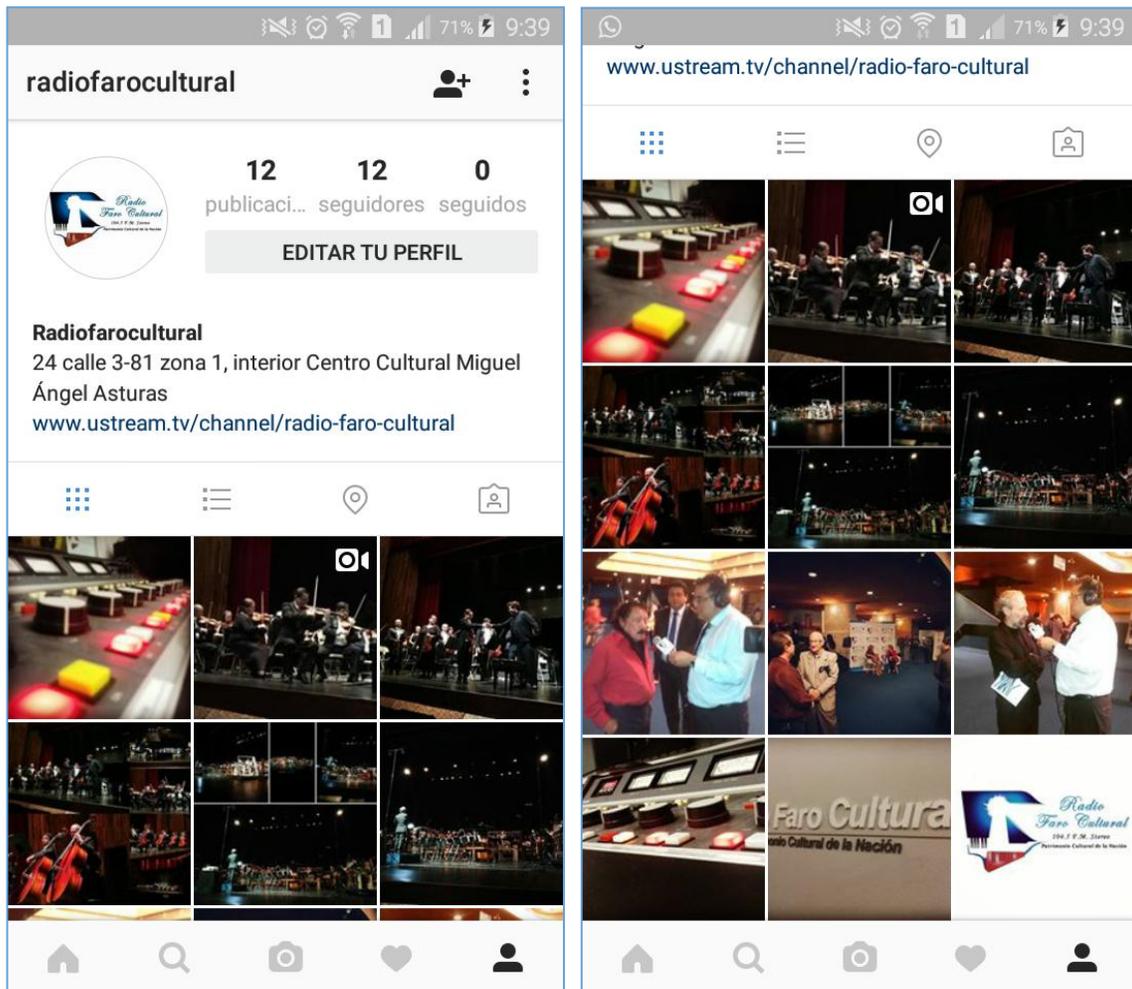


Diseño de manta vinílica para banner por parte del Epesista Hamilton Barrios para Radio Faro Cultural a utilizarse en las instalaciones del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias para la realización de transmisiones de eventos .



Diseño de imagen para redes sociales por parte del Epesista Hamilton Barrios para Radio Faro Cultural .

Creación y Lanzamiento de Red social INSTAGRAM

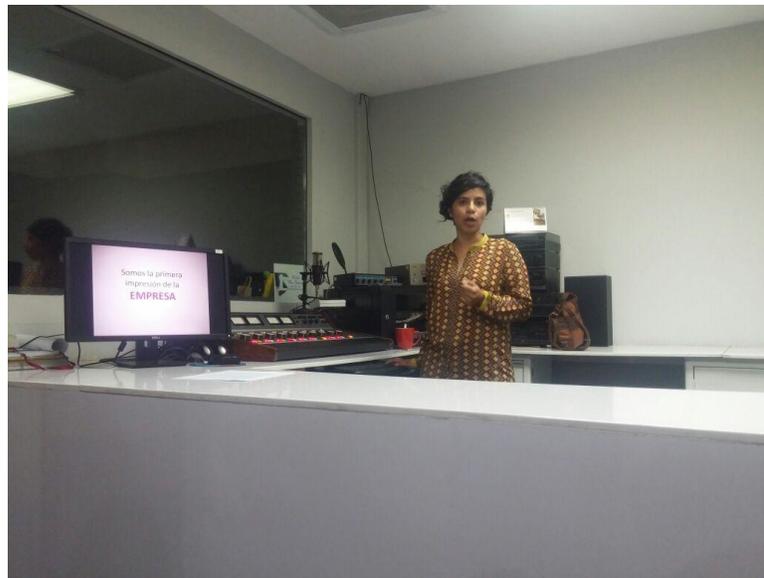


Creación desde el teléfono móvil del Epesista Hamilton Barrios la página en la red social de Instagram, con el nombre **@radiofarocultural**, se inician con publicaciones varias, Ya activa la red social con distintas publicaciones y en crecimiento el número de seguidores, quienes pueden ver las publicaciones, proyecto elaborado por el Epesista Hamilton Barrios.

Capacitación Imagen Corporativa



Esmeralda Barrientos inicia con el material de apoyo y da a conocer los distintos modos que tiene de expresarse la imagen corporativa, proyecto elaborado por el Epesista Hamilton Barrios.



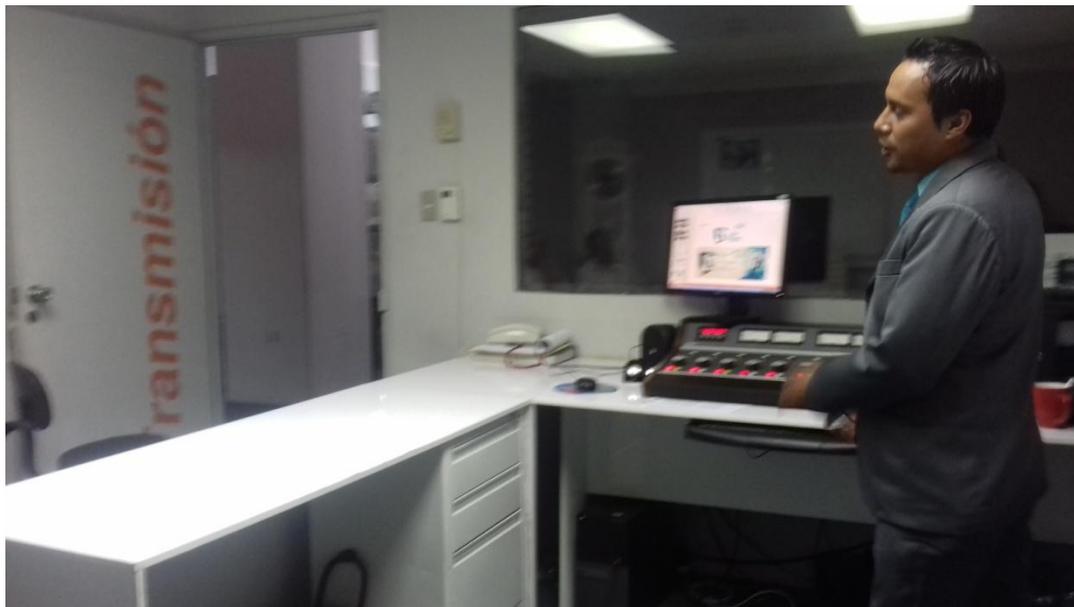
La Imagen Empresarial detalla que y como se debe de cuidar este aspecto dentro de la entidad donde labora una persona, abordo Esmeralda Barrientos en su deserción, proyecto elaborado por el Epesista Hamilton Barrios.



Fase de preguntas y respuestas sobre Imagen Corporativa, donde la profesional Esmeralda Barrientos pone a participar a los colaboradores e invitados presentes, proyecto elaborado por el Epesista Hamilton Barrios.



Explicación final de Imagen Corporativa que debería tener Radio Faro Cultural, donde se describe lo esencial de un medio de Comunicación Cultural y Gubernamental que es Radio Faro Cultural, proyecto elaborado por el Epesista Hamilton Barrios.



Asesor Comunicacional con la Intervención sobre el tema Imagen Corporativa, y explicación sobre lo trabajado en la Ejecución del proyecto del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura por parte de Hamilton Barrios.



Grupo de Colaboradores al concluir la capacitación de Imagen Corporativa con la Profesional Esmeralda Barrientos en las instalaciones de Radio Faro Cultural, proyecto elaborado por el Epesista Hamilton Barrios.

Presentación y entrega.



Presentación del Diseño Elaborado por el Epesista Hamilton Barrios para las redes sociales, se incluye las redes ya utilizadas y se integra la red social de Instagram.



Se presentan y se entregan las lonas vinílicas para el uso de Radio Raro Cultural y la difusión de Imagen Corporativa, proyecto elaborado por el Epesista Hamilton Barrios.

Entrega de Reconocimientos



Se hace entrega de reconocimientos a Sheily Echeverría y Odilio de León colaboradores de Radio Faro Cultural por la participación y en las capacitaciones del Proyecto Plan de Comunicación y Utilización de Redes Sociales para fortalecer la Comunicación Interna de Radio Faro Cultural 104.5 Frecuencia Modulada, proyecto elaborado por el Epesista Hamilton Barrios.



Diseño de reconocimientos elaborado por el Epesista Hamilton Barrios antes de la entrega a los colaboradores de Radio Faro Cultural con el apoyo de la Supervisora del Ejercicio Profesional Supervisado Licenciada Sandra Hernández.

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA													
PLAN DE COMUNICACIÓN													
ACTIVIDADES	MAYO				JUNIO				JULIO				
SEMANA	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	
1. Estructuración de imagen corporativa													
Cotizaciones para material visual.													
Gestion de patrocinios para el trabajo de imagen.													
Capacitación para el manejo de la web.													
2. Fortalecer la comunicación interna.													
Desarrollo de metodos como whatsapp													
Capacitación con manuales de informativos.													
Capacitación redes sociales y virtuales.													
3. Fortalecer la imagen corporativa.													
Renovación de la imagen institucional.													
Realización de imagen visual externa.													
Difusión de la nueva imagen y lanzamiento.													

Fuente: Epesista Hamilton Barrios

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

ESTRATEGIA	INDICADORES CUANTITATIVOS (Participación)	INDICADORES CUALITATIVOS (Comentarios u opiniones)
<p>Fortalecer La Comunicación Interna Objetivo comunicacional: Capacitar a los colaboradores de Radio Faro Cultural sobre distintos métodos de comunicación interpersonal.</p>	<p>De los 11 colaboradores de Radio Faro Cultural solo 7 decidieron conocer otros medios de comunicación alternativa, e igual numero participaron de la capacitación para el fortalecimiento la comunicación interna.</p>	<p>Sobre el uso de las nuevas herramientas para la comunicación interpersonal se logra escuchar que el uso de la red social WHATSAPP es apropiada, ya que se genera comunicación entre los participantes a pesar que están a larga distancia esta herramienta los pone cerca.</p>
<p>Fortalecer la comunicación interpersonal de los colaboradores de Radio Faro Cultural. Objetivo comunicacional: Renovar las vías de comunicación interpersonal con los colaboradores de Radio Faro Cultural.</p>	<p>11 colaboradores posee Radio Faro Cultural y solo 7 participaron en la capacitación de nuevas vías de comunicación interpersonal, es el 63 % de las personas que serian beneficiadas con implementar nuevos métodos de comunicación.</p>	<p>Desde que se desarrolla el uso de la red social WHATSAPP con los colaboradores comentan que es positivo, y nos mantiene comunicados de una manera inmediata, podemos enviar archivos de noticias o fotografías de actividades entre otros.</p>
<p>Fortalecer la Imagen Corporativa Objetivo comunicacional: Renovación y lanzamiento de imagen corporativa por medio de una red social.</p>	<p>Colaboradores en su totalidad desconocían en gran parte la identidad de Radio Faro Cultural al mismo tiempo de la misión, visión y los valores que se tienen que promover dentro de la institución.</p>	<p>Satisfacción por tener ahora más claras todas las ideologías que posee Radio Faro Cultural, además de sentirse mas identificado con la imagen corporativa.</p>

Fuente: Epesista Hamilton Barrios

CONCLUSIONES

La comunicación interpersonal es vital dentro de un medio radial, porque a través de este se puede informar, comunicar y comentar sobre las distintas actividades que se llevaran a cabo dentro la institución.

El uso de medios alternativos para mejorar la comunicación interpersonal dentro de Radio Faro Cultural 104.5 frecuencia modulada facilitará el trabajo de estar informados al mismo tiempo, la implementación de la herramienta WHATSAPP realiza una función muy importante hoy en día.

El uso de los métodos nuevos de comunicación interpersonal como las redes sociales facilitan y permiten que los colaboradores tengan más relación con los valores, la misión y la visión de Radio Faro Cultural para que se sientan más identificados con la institución a la cual pertenecen.

Fomentar a nuevos colaboradores de Radio Faro Cultural la comunicación interpersonal en ambas vías, capacitarse continuamente sobre métodos alternativos de comunicación interna.

El uso de las nuevas vías de comunicación interna se basa en el uso de los colaboradores y su buen desempeño se dará según su uso.

RECOMEDACIONES

Mantener siempre al día de toda la información que se genera en el Ministerio de Cultura y Deportes, en Comunicación Social y en todas las dependencias de arte para cuando se necesite esta se encuentre disponible tanto para los colaboradores y personas particulares que deseen saber mas al respecto, para poder contar con su colaboración si se llegara a necesitar en algún momento.

Capacitar constantemente a quienes serán los encargados de manejar las redes sociales que se implementaron en este plan, para poder hacer un buen uso de las cuentas y así poder llevar un buen control y uso de las mismas.

Es importante que tanto en las redes sociales y los colaboradores se encuentren bien informados, actualizados y capacitados para que siempre que se les necesite puedan responder de una manera satisfactoria.

La funcionalidad de los nuevos canales de comunicación interpersonal dentro del entorno laboral en Radio Faro Cultural se deberá mantener siempre actualizada al igual que todos los colaboradores.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Capacitaciones: desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.

Colaboradores: Que participa con otros en la consecución de un trabajo o un logro.

Comunicación: es la actividad consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas semánticas.

Corporativa: Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización.

Cultural: es un término que tiene muchos significados interrelacionados, los conjuntos de saberes, creencias y pautas de conducta de un grupo social, incluyendo los medios materiales que usan sus miembros para comunicarse entre sí y resolver necesidades de todo tipo.

Efectiva: esta noción supone la aplicación de ciertas acciones, actitudes o soluciones ante determinadas situaciones. Normalmente, esas acciones deben asegurar los resultados esperados a fin de ser consideradas efectivas.

Eficaz: es un adjetivo que significa que algo o alguien tienen eficacia, es decir, que tiene la capacidad de alcanzar un objetivo o propósito y produce el efecto esperado.

Entrevista: es un diálogo establecido por un periodista y una persona entrevistada

F.M.: abreviatura de frecuencia modulada F.M.

Faro: es una torre de señalización luminosa situada en el litoral marítimo, como referencia y aviso costero para navegantes.

Fortalecer: Hacer fuerte o más fuerte a una persona o cosa.

Idioma: es un sistema de comunicación verbal lengua oral y gráfica, o gestual propia de una comunidad humana.

Iluminando: proporcionar luz o claridad de modo que pueda verse un lugar, objeto o una persona.

Imagen: es una representación visual.

Importancia: Trascendencia, valor de alguien o algo.

Individual: Relativo al individuo, que es para una sola persona.

Institución: Creación o fundación de una cosa, especialmente un organismo de carácter benéfico, social o cultural.

Interna: Que está o queda dentro.

Interpersonal: Que se produce entre las personas.

Lanzamiento: corresponde a un acto que busca impulsar algo, con el fin de promoverle o transportarlo para que recorra una distancia.

Logo: se trata de un distintivo compuesto por letras e imágenes, peculiar de una empresa, una marca o un producto.

Ministerio: se usa para hablar de un departamento o división del Gobierno de un Estado.

Observación: es la acción y efecto de observar, examinar con atención, mirar con recato, advertir; actividad realizada por los seres vivos para detectar y asimilar información.

Opinión: es el juicio que se forma sobre algo cuestionable, la opinión también es el concepto que se tiene respecto a alguien o algo.

Plan: es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra.

Plataforma virtual: por su parte, está vinculado a lo que existe de manera aparente o simulada, y no físicamente.

Población: en su uso más habitual, la palabra hace referencia al grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general.

Redes sociales: hace mención a la estructura que tiene un patrón característico. Esta definición permite que el concepto se aplique en diversos ámbitos,

Renovación: El término está asociado a la acción y efecto de renovar, volver algo a su primer estado, dejarlo como nuevo, reestablecer algo que se había interrumpido, sustituir una cosa vieja por otra nueva de la misma clase, reemplazar algo.

Whatsapp: nombre de una aplicación que permite enviar y recibir mensajes instantáneos a través de un teléfono móvil.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, M. (18 de 02 de 2016). (H. Barrios, Entrevistador)
- Baena paz, Guillermina; Manual para elaborar trabajos de investigación documental, 5ta. Edición México, Editores Mexicanos Unidos 1986 (pág. 124) México.
- Beristain, H. (1975). Gramática Estructural de la lengua Española . En H. Beristain, *Lengua Española* (pág. 522). Mexico : Unam.
- Deportes, M. d. (2009). *Ministerio de Cultura y Deportes*. Obtenido de www.mcd.gob.gt
- EPSL “Diagnóstico comunicacional de los servicios que presta la Unidad de Clínicas Dentales de la Facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala a la sociedad guatemalteca”; SUCELY GUADALUPE GÓMEZ DONIS, Octubre 2013
- EPSL Plan de comunicación para el fortalecimiento de las redes sociales en la Iglesia Cristiana Rey de Reyes Amatitlán, Rosa Elizabeth Hernández Bran, 2015.
- Gardey, J. P. (2008). *Definición de Metodología*. Mexico: Wordpress.
- Halperin, J. (2007). La entrevista Periodística. En *Intimidades de la conversación pública* (pág. 23). Buenos Aires, Argentina: Editorial Aguilar.
- Lara, L. (10 de 02 de 2016). (H. Barrios, Entrevistador)
- Postic, M. y. (1998). *Observar las situaciones educativas*. Paris: Narcea.
- Prah, R. C. (2004). *Reseña Histórica de Radio Faro Cultural*. Guatemala: Impresos CD.

EGRAFÍA

- <http://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>
- <http://www.javeriana.edu.co/ear/ecologia/documents/ALBERTORAMIREZMETODOLOGIADELAINVESTIGACIONCIENTIFICA.pdf>
- https://books.google.com.co/books?id=h4X_eFai59oC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false
- www.google.com.gthttp://www.virtual.unal.edu.co/cursos/IDEA/2007219/lecciones/cap_4/sub8.html
- <http://www.mcd.gob.gt//radiofarocultural.online>
- <http://www.dequate.com/artman/publish/entrete-radio/radio-faro-cultural-104-5-fm.shtml>
- www.google.com.gt
- http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/IDEA/2007219/lecciones/cap_4/sub8.html

ANEXOS

Transcripción completa de las Entrevistas



Entrevista Fase del Diagnostico EPSL



Entrevista realizada a colaboradores de Radio Faro Cultural, con fines de estudio para el Ejercicio Profesional Supervisado EPS sobre la comunicación interna.

Nombre: Iván Hernández

Puesto: Técnico Operador

1 ¿Conoce las dependencias que tiene Radio Faro Cultural?

Si, Discoteca, Producción, Dirección y Cabina

2 ¿Cuáles son los métodos de comunicación interna que se utilizan en Radio Faro Cultural?

Los memos.

3 ¿Son efectivos los métodos de comunicación interna que se utilizan dentro de Radio Faro Cultural?

Veo que no son efectivos, porque a veces hay problemas o procedimientos que uno ni se entera, se entera por medio de los compañeros que le comentan a uno.

4 ¿Qué métodos propondría para que la comunicación interpersonal sea más efectiva?

Los memos pero más efectivos verdad que sean más ágiles o por medio de correos también, un grupo de whatsapp porque es más rápido en el mismo momento nos enteramos todos, el grupo.

5 ¿Cuántos años lleva de laborar dentro de Radio Faro Cultural?

20 años

6 ¿Durante este tiempo cree que ha cambiado la comunicación interna?

Ahora un poco ha cambiado, antes era peor, ha cambiado un 50 por ciento.



Entrevista Fase del Diagnostico EPSL



Entrevista realizada a colaboradores de Radio Faro Cultural, con fines de estudio para el Ejercicio Profesional Supervisado EPS sobre la comunicación interna.

Nombre: Luis Lara

Puesto: Jefe de Programación

1. ¿Conoce las dependencias que tiene Radio Faro Cultural?

Si las conozco, Dirección, Departamento de computación, Contabilidad, Secretaria, producción, Departamento de sala en vivo, Locución y Discoteca.

2. ¿Cuáles son los métodos de comunicación interna que se utilizan en Radio Faro Cultural?

Generalmente los métodos de comunicación son verbales, y dependiendo de la condición de lo que se tenga que hacer son escritos.

3. ¿Son efectivos los métodos de comunicación interna que se utilizan dentro de Radio Faro Cultural?

Para mí no, Porque hay mucho distanciamiento en el personal, no se lleva muy bien.

4. ¿Qué métodos propondría para que la comunicación interpersonal sea más efectiva?

Sería más efectivo una comunicación general con todo el personal alguien que venga a dar unión para, para todo el personal con todas sus características

5. ¿Cuántos años lleva de laborar dentro de Radio Faro Cultural?

38 años

6. ¿Durante este tiempo cree que ha cambiado la comunicación interna?

Si ha cambiado, de bien a mal.



Entrevista Fase del Diagnostico EPSL



Entrevista realizada a colaboradores de Radio Faro Cultural, con fines de estudio para el Ejercicio Profesional Supervisado EPS sobre la comunicación interna.

Nombre: Odilio de León Campos

Puesto: Locutor

1. ¿Conoce las dependencias que tiene Radio Faro Cultural?

Si las conozco, programación, o dirección, grabación y la transmisión al aire y también la discoteca.

2. ¿Cuáles son los métodos de comunicación interna que se utilizan en Radio Faro Cultural?

La comunicación ha sido a veces verbal, y muy pocas veces por escrito, no hay una buena comunicación como debiera ser.

3. ¿Son efectivos los métodos de comunicación interna que se utilizan dentro de Radio Faro Cultural?

No son tan efectivos porque se podrían mejorar, hacer una circular y que todos la lean y la firmen, la comunicación esta término medio de que si se podría mejorar.

4. ¿Qué métodos propondría para que la comunicación interpersonal sea más efectiva?

Una reunión cada quince días o cada mes, de ser posible.

5. ¿Cuántos años lleva de laborar dentro de Radio Faro Cultural?

15 años

6. ¿Durante este tiempo cree que ha cambiado la comunicación interna?

Tal vez un poquito era mejor antes, porque había una secretaria no es despreciar a los secretarios de ahora pero había un poquito más de orden.



Entrevista Fase del Diagnostico EPSL



Entrevista realizada a colaboradores de Radio Faro Cultural, con fines de estudio para el Ejercicio Profesional Supervisado EPS sobre la comunicación interna.

Nombre: Pablo Arcaramijo

Puesto: Técnico Operador

1. ¿Conoce las dependencias que tiene Radio Faro Cultural?

Si las conozco, Cabina de transmisión, producción, dirección la discoteca, solo.

2. ¿Cuáles son los métodos de comunicación interna que se utilizan en Radio Faro Cultural?

Es un poco obsoleto el método, por teléfono, te citan a que vengas, no usan algo tecnológico un correo electrónico, o algo que sería algo inmediato.

3. ¿Son efectivos los métodos de comunicación interna que se utilizan dentro de Radio Faro Cultural?

Yo creo que no, porque ya son medios de comunicación, pero no lo estamos haciendo estamos un poquito atrapados en el pasado.

4. ¿Qué métodos propondría para que la comunicación interpersonal sea más efectiva?

Yo creo que la creación de un correo electrónico para poder enviar todas esas notas que uno no viene no las ve, y a veces uno las ve y no las lee entonces yo creo que es más inmediato el correo electrónico, o ahora está el famoso grupo de whatsapp va vos también sería interesante eso

5. ¿Cuántos años lleva de laborar dentro de Radio Faro Cultural?

12 años

6. ¿Durante este tiempo cree que ha cambiado la comunicación interna?

La comunicación interna ha cambiado muy poco, ha cambiado, ha querido mejorar, pero si hay ciertas piezas que limitan, hacer eso como un equipo.



Entrevista Fase del Diagnostico EPSL



Entrevista realizada a colaboradores de Radio Faro Cultural, con fines de estudio para el Ejercicio Profesional Supervisado EPS sobre la comunicación interna.

Nombre: Elmer Chávez **Puesto:** Vigilante kilómetro 21

1. ¿Conoce las dependencias que tiene radio faro cultural, y Cuáles son?

Si, las dependencias serian la dirección que esta también el área de grabación en el área de transmisión, la discoteca esas son las que yo consideraría que son importantes.

2. ¿Cuáles son los métodos de comunicación interna que se utilizan en radio faro?

Más que todo es el método verbal, yo pienso de que escrito no es tan efectivo tan inmediato pero si el que más se manejaría es el verbal.

3. ¿Son efectivos los métodos de comunicación interna que se utilizan dentro de radio faro?

Yo pienso que Si, es efectivo pero tendría que mejorarse bastante, un método verbal es muy efectivo bastante pero tendría que ser mejor.

4. ¿Qué métodos propondría para que la comunicación interpersonal sea más efectiva?

Sería bueno las reuniones una vez al mes, para hablar sobre métodos de trabajo o plantearse ideas que se puedan hacer dentro de la radio.

5. ¿Cuántos años lleva de laborar dentro de radio faro?

Voy para los 11 años

6. ¿Durante este tiempo cree que ha cambiado la comunicación interna?

Yo estuve en la plata de transmisión que está en el km 21 carretera san Juan, pero si hay separaciones entre algunas dependencias.



Entrevista Fase del Diagnostico EPSL



Entrevista realizada a colaboradores de Radio Faro Cultural, con fines de estudio para el Ejercicio Profesional Supervisado EPS sobre la comunicación interna.

Nombre: Juan José Yat

Puesto: Técnico Audio Visual

1. ¿Conoce las dependencias que tiene Radio Faro Cultural?

Si, conozco el área administrativa, área financiera, área contable, transmisión, producción, grabación, discoteca esas son las áreas en las cuales trabaja radio faro cultural

2. ¿Cuáles son los métodos de comunicación interna que se utilizan en Radio Faro Cultural?

Considero que el mejor método de comunicación es el oral, ya que es muy directo, expansivo y se trata que todo sea claridad.

3. ¿Son efectivos los métodos de comunicación interna que se utilizan dentro de Radio Faro Cultural?

Considero que le hace falta un poco, ya que cuenta con personal que han tenido conocimientos de otras estaciones de radio y ese es el conflicto que hay entre la generación pasada con la nueva generación

4. ¿Qué métodos propondría para que la comunicación interpersonal sea más efectiva?

Hay tres específicas, reuniones una reorganización y sobre todo un buen desempeño del personal.

5. ¿Cuántos años lleva de laborar dentro de Radio Faro Cultural?

14 años

6. ¿Durante este tiempo cree que ha cambiado la comunicación interna?

No, para mí necesita un nuevo cambio no perdiendo el formato que tiene pero sí necesita un cambio.



Modelo de la Entrevista
Entrevista
Fase del Diagnostico EPSL



Entrevista realizada a colaboradores de Radio Faro Cultural, con fines de estudio para el Ejercicio Profesional Supervisado EPS sobre la comunicación interna.

Nombre:

Puesto:

- 1. ¿Conoce las dependencias que tiene Radio Faro Cultural?**

- 2. ¿Cuáles son los métodos de comunicación interna que se utilizan en Radio Faro Cultural?**

- 3. ¿Son efectivos los métodos de comunicación interna que se utilizan dentro de Radio Faro Cultural?**

- 4. ¿Qué métodos propondría para que la comunicación interpersonal sea más efectiva?**

- 5. ¿Cuántos años lleva de laborar dentro de Radio Faro Cultural?**

- 6. ¿Durante este tiempo cree que ha cambiado la comunicación interna?**

Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Hamilton Alfredo Barrios Ortiz
No. De Carné: 200317618
Jefe o Encargado (a): Licenciado Fernando López
Institución o Empresa: Radio Faro Cultural 104.5 FM.
Supervisor de EPSL: Licenciada Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 02 / Al: 06	Mayo	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
2	Del: 09 / Al: 13	Mayo	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
3	Del: 16 / Al: 20	Mayo	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
4	Del: 23 / Al: 27	Mayo	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
5	Del: 30 / Al: 03	Mayo/Junio	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
6	Del: 06 / Al:10	Junio	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
7	Del: 13 / Al :17	Junio	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
8	Del: 20 / Al: 24	Junio	6	6	6	6	6	X	30 hrs.
9	Del: 27 / Al: 01	Junio/Julio	6	6	6	6	6	X	30 hrs.
10	Del: 04 / Al: 08	Julio	6	6	6	6	6	X	30 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									

(f) 
 Licenciado Fernando López



(f) 
 Licda. Sandra Hernández – Supervisor EPSL



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Hamilton Alfredo Barrios Ortiz
No. De Carné: 200317618
Jefe o Encargado (a): Licenciado Fernando López
Institución o Empresa: Radio Faro Cultural 104.5 FM.
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	Julio	6	6	6	6	6	X	30 hrs.
2	Del: 18 / Al: 18	Julio	5	X	X	X	X	X	5 hrs.
3	Del: / Al:								
4	Del: / Al:								
5	Del: / Al:								
6	Del: / Al:								
7	Del: / Al:								
8	Del: / Al:								
9	Del: / Al:								
10	Del: / Al:								
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

(f) 
Licenciado Fernando López *



(f) 
Licda. Sandra Hernández – Supervisora EPSL

