

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



“Plan de comunicación interna y externa en la Federación Guatemalteca de Escuelas
Radiofónicas FGER.”

Presentado al Honorable Consejo Director por:

BRENDA DAMÍRA VELÁSQUEZ DOMINGUEZ

199918429

Previo a Portar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, octubre de 2017

Consejo Directivo

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M. A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijillo

Representantes Estudiantiles:

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representantes de Egresados:

MA. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M. Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura

Lic. Luis Arturo Pedrosa Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



FEDERACIÓN GUATEMALTECA DE ESCUELAS RADIOFÓNICAS

"Lider en comunicación para el Buen Vivir"

2a. Calle 4-41, Zona 1 • PBX (502) 2247 1350

www.fger.org

Más de
50
Años
De Experiencia

Guatemala, 29 de agosto, de 2017



Radio La Voz de Atitlán
101.9 F.M.



Radio Stereo Balam
105.1 F.M.



Radio La Voz de Colomba
99.1 F.M.



Radio Nawal Estereo
93.1 F.M.



Radio Ut'an Kaj
106.9 F.M.



Radio Stereo Gerardi
107.9 F.M.



Radio Tezulutlán
103.9 F.M.

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 la estudiante epesista Brenda Damíra Velásquez Domínguez, con número de carné: 199918429 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, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en la Coordinación de Prensa, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 01 de junio al 31 de julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: Plan de Comunicación interna y externa en la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER, entregando el material respectivo y debidamente recibido por el Director de FGER.

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

Atentamente



Federación Guatemalteca de
Escuelas Radiofónicas FGER
2a. Calle 4-41, Zona 1
Tels.: (502) 2232-0312, 2221-0893
PBX: 2247-1350

Lic. Walter Cúc
Director de FGER

• INFORMACIÓN • EDUCACIÓN • CULTURA • ENTRETENIMIENTO • PUBLICIDAD



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



Guatemala 23 de octubre de 2017

Estudiante
Brenda Damíra Velásquez Dominguez
199918429
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 INTERNA Y EXTERNA EN LA FEDERACIÓN GUATEMALTECA DE ESCUELAS RADIOFÓNICAS - FGER-**. 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 distribución de su trabajo final de EPS de Licenciatura de forma digital en un archivo PDF en 7 CD'S que deberán ser distribuidos en cada una de las instancias siguientes:

- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECC
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

Sin otro particular

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández
Supervisora EPS de Licenciatura



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



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810
www.comunicacion.usac.edu.gt

Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA

- A DIOS:** Por la vida y todas sus bendiciones; y por el logro alcanzado en mi vida profesional.
- A MIS PADRES:** Francisco Velásquez, (Q.E.P.D.) y Everilda Domínguez, por ser la base de mi educación académica, y por inculcarme los valores y la moral, y ser padres ejemplares para ser una persona de bien.
- A MIS HERMANOS:** Arnoldo y Noemí, por su apoyo incondicional.
- A FLOR DE MARIA ORTÍZ:** por su apoyo moral y profesional, desde el inicio de la carrera universitaria.
- A AMANDA FLORÍAN:** por su apoyo y consejos para alcanzar este éxito.
- A DAVID LÓPEZ:** por su amistad y colaboración profesional a lo largo de mi carrera profesional.
- A MARISOL NAJERA y GABRIEL MENDEZ** por su amistad y apoyo profesional durante estos años.
- A Lic. Paulo Marroquín Y GIOVANNI COTÍ :** por su amistad y ayuda profesional durante este proceso de EPS.
- A MIS AMIGOS Y AMIGAS:** por compartir esos años de anécdotas a lo largo de mi carrera universitaria

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad de San Carlos de Guatemala: por ser la el centro educativo que me brindó la oportunidad de cumplir esta meta profesional.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación: a los docentes por compartir sus conocimientos.

A la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER: por permitirme realizar este proyecto y a brindarme el apoyo profesional.

A Lic. Luis Pedrosa: por la oportunidad de realizar este proyecto.

A Msc. Serio Morataya: por hacer alcanzar el éxito en nuestra querida ECC.

A Licda. Sandra Hernández: por la asesoría brindada en el proyecto de E.P.S.

ÍNDICE

RESUMEN.....	i
INTRODUCCIÓN.....	ii
JUSTIFICACIÓN.....	iii
CAPITULO 1	
1. DIAGNÓSTICO	1
1.1 OBJETIVO DE DIAGNÓSTICO.....	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.....	5
1.2.4 Departamentos	7
1.2.5 Misión	7
1.2.6 Visión.....	7
1.2.7 Objetivos Institucionales	8
1.2.8 Público Objetivo	9
1.1.9 Organigrama.....	10
1.3 METODOLOGÍA.....	11
1.3.1. Descripción del Método.....	11
1.3.2. Técnica e instrumentos de recolección	11
1.3.3 Cronograma de Actividades	13
1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS	14
1.4.1 Resultados de la Entrevistas	15
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	17
1.5.1 Fortalezas	17
1.5.2 Oportunidades	17
1.5.3 Debilidades	17
1.5.4 Amenazas.....	17

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	18
2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	18
2.2 OBJETIVOS COMUNICACIONALES.....	18
2.2.1 Objetivo General	18
2.2.2 Objetivos Específicos	18
2.3 PÚBLICO OBJETIVO	19
2.4 MENSAJE.....	20
2.5 ESTRATEGIAS.....	20
2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN	20

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN	21
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	21
3.1.1. Financiamiento.....	21
3.1.2 Presupuesto.....	22
3.1.3. Beneficiarios	23
3.1.4. Recursos Humanos	24
3.1.5 Áreas Geográficas de Acción.....	24
3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	25
3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	36
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	37
CONCLUSIONES.....	39
GLOSARIO.....	41
BIBLIOGRAFÍA.....	46
E GRAFIAS	47
ANEXOS.....	48

RESUMEN

- Nombre de la institución:** Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER.
- Nombre del Proyecto:** “Plan de Comunicación interno y externo en la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER.
- Objetivos del Proyecto:**
- General:** Crear un plan estratégico de comunicación interna y externa, para vigorizar la imagen de la institución.
- Específicos:**
- Fortalecer la imagen de la institución, con su público externo.
 - Elaborar actividades externas para aumentar la comunidad de seguidores.
 - Difundir información de interés general a su público
- Sinopsis:** Se implementaron estrategias de comunicación para dar a conocer la imagen de la institución. La cual dio inicio con un diagnóstico comunicacional para conocer el problema y buscar soluciones. Los efectos fueron tangibles, buscamos generar más seguidores en la red social Facebook.

INTRODUCCIÓN

El diagnóstico realizado en la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER, utilizando una metodología mixta la cual permitió llegar a nuestro objetivo, utilizando campaña de divulgación para fortalecer la imagen de la institución.

La realización del diagnóstico comunicacional en FGER, permitió encontrar el problema que afectaba la comunicación externa. Para esta fase se utilizaron métodos como la entrevista, las charlas espontaneas y la observación directa.

Con los resultados obtenidos y las técnicas e instrumentos de recolección se determinó que la comunicación externa, necesitaba reforzarse a través de campañas, para que la población conozca la radio.

Se elaboró un plan de comunicación basado en los resultados obtenidos sobre la investigación, se contemplaron estrategias, necesitábamos aumentar la comunidad de seguidores, impulsar la radio a la población en general y elaborar campañas, que ayude al espectador a participar y que se involucre. El uso de imágenes y textos intrigantes y estéticos los cuales resultan ser muy efectivos para capturar la atención de la audiencia.

Este proyecto está enfocado hacia la formulación de estrategias comunicativas que unida y materializada en un plan de comunicación le permitan a la institución a promover el incremento de la participación con su público oyente, el conocimiento, la satisfacción, el desempeño y la motivación de los miembros de la misma, mejorando su audiencia y las participación en las actividades de la institución.

JUSTIFICACIÓN

Con este proyecto se creó un plan de comunicación interna y externa para la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER, que tiene como fin ser la voz de los pueblos mayas y de las comunidades más vulnerables de la sociedad, darse a conocer en las áreas rurales donde no cuentan con frecuencia radial y mostrarles a un nuevo público la imagen de la radio.

Este plan, está basado en resultados obtenidos en el diagnóstico ya realizado en FGER, y se han sugerido acciones reales que puedan mejorar la imagen y la comunicación con su público externo, con las investigaciones realizadas, se obtuvo valiosa información que permitió diseñar estrategias y actividades de acorde a las necesidades de la radio, esperando que sean beneficiosas para la institución.

Con este propósito se pusieron en práctica actividades dentro y fuera de la radio, que permitió un acercamiento con un público desconocido y así aumentando la comunidad de seguidores conociendo opiniones del público en las áreas donde no cuentan con una frecuencia.

Con los métodos realizados, se obtuvo valiosa información que permitió diseñar estrategias y actividades, que se realizaron dentro y fuera de la institución que permitió un acercamiento con un público desconocido. En áreas donde no cuentan con una frecuencia en los departamentos de Nueva Santa Rosa y Jalapa.

Una buena comunicación interna y un buen manejo en el clima laboral son pilares fundamentales para que toda institución pública o privada desempeñe con éxito sus acciones laborales.

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO

Presentar un diagnóstico de comunicación interno y externo en la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER.

1.1 OBJETIVO DE DIAGNÓSTICO

1.1 Objetivo General

Elaborar un diagnóstico de comunicación interna y externa en la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Determinar el contexto de la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas.
- Elaborar un plan de comunicación que ayude a mejorar la comunicación con su público externo.
- Generar procesos de comunicación que favorezcan a la radio entre su público objetivo.

1.2 LA INSTITUCIÓN

Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER.

1.2.1 Ubicación Geográfica

2 calle 4-41 zona 1 Centro Histórico

1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas

La Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER, es una organización defensora de Derechos Humanos en Guatemala, que ha trabajado por más de cincuenta años a favor de las poblaciones más vulnerables en Guatemala, fue fundada por emisoras Católicas, culturales y educativas con quienes forman la Cadena Radial Intercultural FGER.

FGER tiene dos ejes de trabajo, por un lado la parte política institucional y por otro como medio de comunicación social masivo con enfoque social y comunitario; tiene dos categorías de alianzas institucionales: La primera con organizaciones de sociedad civil, Internacionales y de cooperación y gobierno; la segunda es con medio de comunicación, especificando las radios.

En alianza con organizaciones de sociedad civil, organismos internacionales y cooperación internacionales, tratando temas de interés local, nacional e internacional.

Con Cadof, (Catholic Agency For Overseas Development) Inglaterra trabaja fuertemente la defensa de los derechos de los pueblos indígenas y de las mujeres. FGER es parte de la mesa nacional para las migraciones en Guatemala y actualmente tiene la presidencia de la junta directiva y en consorcio con otras organizaciones trabaja fuertemente el tema “migración”.

Con Cruz Roja Guatemalteca trabajan un proyecto para buscar un trabajo decente y digno para las mujeres y así erradicar la trata. Con la Cruz Roja internacional trabajan una campaña conjunta de mensajes de autocuidado para personas migrantes y la plataforma missing que es un micrositio que incluye actividades e información de personas desaparecidas durante el conflicto armado interno.

Otras alianzas con organizaciones sociales: Centro de Acción Legal de Derechos Humanos de Guatemala, CALDH; Asociación para el avance de las Ciencias Sociales en Guatemala, AVANCSO; Instituto Centroamericano de Estudios Sociales

y Desarrollo, INCEDES; Comité de Desarrollo Campesino, CODECA; Movimiento Sindical Indígena y Campesino de Guatemala; Instituto de Protección Social, Comité Campesino del Antiplano, CCDA; Prensa Comunitaria, entre otras Alianzas con organismos internacionales: Onumujeres, Pasmó, WorldVision, Programa de Naciones Unidas, USAID; MM Holanda.

Alianzas de Gobierno: con la Coordinación Nacional para la reducción de Desastres, Ministerio de Trabajo, Ministerio de Cultura y Deportes, Defensoría de la Mujer Indígena.

La Federación a través de su departamento de prensa elabora boletines de las actividades de las alianzas estratégicas de las organizaciones aliadas.
www.fger.org/boletines

Como medio de comunicación FGER tiene fuerte alianza con otras redes de comunicación: FGER es socia fundadora de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER); La asociación de Radios Participativas de El Salvador (ARPAS); Red Boca de Polen en México, y a nivel nacional con 16 emisoras con cobertura departamental todas con su respectivo título de usufructo (TUF): En Huehuetenango: Creativa, Santa Cruz, AguacatanEstereo; San Marcos: La Voz de la Buena Nueva; Izabal: Veritas; Quiché: Quiché, Masheñita, La Voz de Nebaj; Totonicapán: Chimekena; Escuintla: Qawinaqel; Quetzalnango: La Dueña; Retalhuleu: La Voz de la Esperanza; Zacapa: Pax y actualmente se han integrado dos emisoras del Ministerio de Educación.

Momostenango y Quezada.

La alianza con emisoras afines, responde a la relación que pueden tener las emisoras que deseen integrarse a la federación; en esta categoría deciden qué beneficios obtienen y qué beneficios sociales aportan a la Cadena Radial Intercultural FGER; establece una relación para sumar esfuerzos y apoyarles con campañas, capacitación y otros servicios, principalmente en los ejes temáticos de producción radial, periodismo y mercadeo.

En agosto de 2016 la Cadena Radial Intercultural FGER presenta y lanza las aplicaciones de la Cadena y sus emisoras para fortalecer la incidencia vinculan la participación de organizaciones de la sociedad civil así como la ciudadanía en general.

El 9 de agosto de 2016 el Ministerio de Cultura y Deportes entregó la Orden Ixim a la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas por fomentar y transmitir legados históricos, idiomas, filosofía y conocimiento ancestrales de los pueblos indígenas.

1.2.3 Antecedentes

A finales de los años cincuenta, surge la necesidad de conformar una instancia que coordinara actividades conjuntas de varias emisoras católicas, educativas y culturales en el país con el fin de alfabetizar y evangelizar a las poblaciones en su mayoría del área rural y les brindara asesoramiento y apoyo en su trabajo radiofónico. Por lo que el 9 de agosto de 1,965 fundan la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas, por sus siglas, FGER.

En un principio su labor se orientó a la alfabetización y evangelización de las poblaciones indígenas y rurales del país, sin embargo, esta tuvo que transformarse y ser dirigida por las mismas comunidades con una visión abierta y progresista del mundo para fomentar una educación integral que brindara conocimientos en salud, medio ambiente, cultura y otros temas que promovieran el desarrollo de las comunidades, respondiendo a sus necesidades como a su realidad, desarrollar una identidad nacional que rescate nuestros valores como guatemaltecas y guatemaltecos.

Realizar ese trabajo durante 45 años no ha sido fácil, el área de influencia de estas radioemisoras fue de las más afectadas durante el período del conflicto armado interno.

La mayoría de su audiencia la conforman principalmente poblaciones indígenas ubicadas en el sur occidente de nuestro país, donde tuvo su auge dicho conflicto, por lo que la labor realizada por estas radios fue considerada no grata para la estabilidad del Estado y los grupos de poder, esta situación generó la persecución, censura y asesinatos de varios miembros de las emisoras de la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas, FGER, a extremos que en 1982, las oficinas centrales de FGER, ubicada en la ciudad capital fueron clausuradas durante un año y seis meses, como consecuencia de la ola de persecución, acosos y amenazas de la que fueron víctimas los dirigentes de la federación y de sus emisoras afiliadas.

Las radios continuaron su labor, además se dio un giro a la programación orientándolas a ser radios culturales y educativas, preocupadas por informar de la situación nacional y constituirse en defensores del respeto a los derechos humanos y la libertad de expresión como pilar fundamental de la democracia.

Con la firma de los Acuerdos de paz, el 29 de diciembre de 1996, la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas, replantea un cambio en el papel que debe jugar ante los nuevos cambios sociales, económicos y políticos que enfrenta el país. Por lo que en 1997 inicia un proyecto de readecuación que tiene como fin en un plazo de cinco años promover el desarrollo de los proyectos radiofónicos dentro de un proceso de capacitación y profesionalización de los equipos humanos de las emisoras, así como la reprogramación de las radios, dando énfasis especial en lo siguiente:

- Realización de Investigación y estudio de consumo de medios para la Medición del impacto y aceptación de la programación de las Emisoras afiliadas a FGER.
- Un sistema de capacitación identificando el perfil de entrada y de salida de los beneficiarios en las áreas de dirección, administración, gestión institucional, periodismo y nuevas tecnologías.
- La producción de la información promoviendo el pluralismo y la Democracia.
- La actualización tecnológica de cada una de las emisoras y de la Oficina central como centro de operaciones de la red.
- Una nueva gestión de las radios como empresas sociales que buscan la Sustentabilidad económica, social y cultural.

A lo largo de los cincuenta años de vida institucional, FGER, ha evolucionado y ha generado fortalezas que permite ofrecer un trabajo radiofónico que promueve el desarrollo de sus comunidades y las convierte en un excelente instrumento de mediación cultural y de intercomunicación.

1.2.4 Departamentos

Oficina del Director, área de prensa, contabilidad, página web, oficina de producción y recepción.

1.2.5 Misión

Promueve el desarrollo humano integral, la interculturalidad y la participación ciudadana para la consolidación de la democracia, a través de una oferta radiofónica novedosa y de calidad. En alianza con otros actores se identifica con los sectores más vulnerables del país. Fundamenta su trabajo en la creatividad, la solidaridad, la justicia, la equidad y la espiritualidad Cristiana y Maya.

1.2.6 Visión

Ser una cadena de radios alternativas, multilingüe, sostenible, con cobertura nacional y protagonismo; en alianza con entidades afines locales e internacionales, aportando eficazmente al desarrollo humano integral, la participación ciudadana y la democratización de la sociedad.

1.2.7 Objetivos Institucionales

La Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas- FGER, nace en 1965 y se consolida como una Cadena Radial Intercultural y Educativa. FGER llega a las comunidades en sus propios idiomas para fomentar una educación integral que brinda conocimientos en salud, medio ambiente, cultura, derechos humanos, derechos de los pueblos originarios, derechos de las mujeres, niños, niñas y adolescente, así como los derechos de la población migrante.

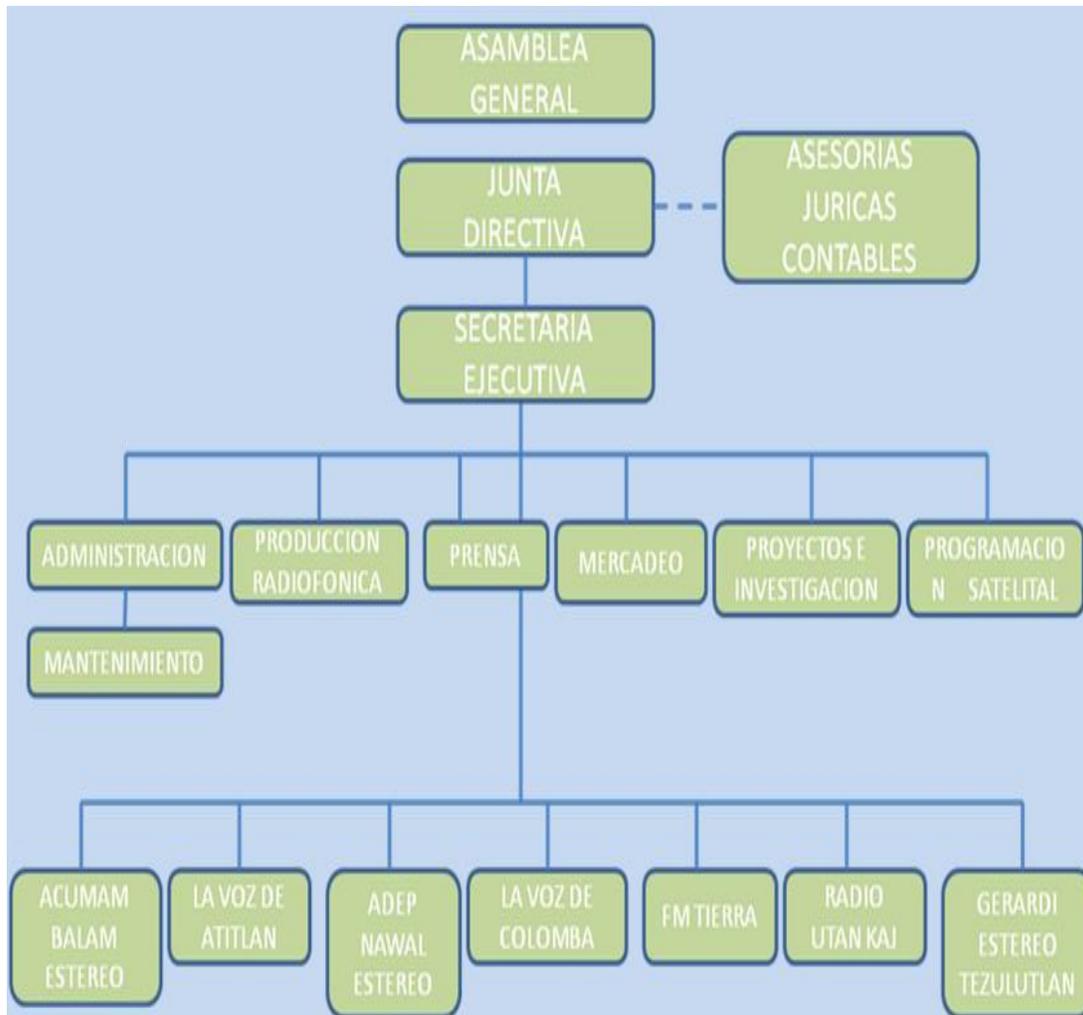
Facilita el diálogo, la sinergia y articulación de actores claves entre ellos el encuentro de comunicadores indígenas, red intercultural de periodistas, red intercultural de productores/as radiofónicos. (Producción/traducción en idiomas mayas), red de radios mayas. FGER tiene un equipo con formación técnica, con actoría social y comunitaria, lo que permite un mejor acompañamiento a las poblaciones, soporte de organizaciones comunitarias, producción con contenidos, educativa y con sentido social, producción en red y potencializa la participación de las mujeres y los jóvenes.

1.2.8 Público Objetivo

La Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas- FGER, nace en 1965 y se consolida como una Cadena Radial Intercultural y Educativa. FGER llega a las comunidades en sus propios idiomas para fomentar una educación integral que brinda conocimientos en salud, medio ambiente, cultura, derechos humanos, derechos de los pueblos originarios, derechos de las mujeres, niños, niñas y adolescente, así como los derechos de la población migrante.

Facilita el diálogo, la sinergia y articulación de actores claves entre ellos el encuentro de comunicadores indígenas, red intercultural de periodistas, red intercultural de productores/as radiofónicos. (Producción/traducción en idiomas mayas), red de radios mayas. FGER tiene un equipo con formación técnica, con actoría social y comunitaria, lo que permite un mejor acompañamiento a las poblaciones, soporte de organizaciones comunitarias, producción con contenidos, educativa y con sentido social, producción en red y potencializa la participación de las mujeres y los jóvenes.

1.1.9 Organigrama



Fuente : Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER

1.3 METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

La meta de la investigación mixta no es reemplazada a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino a utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales. **(Hernández Sampieri, sexta edición).**

Método Mixto: Los métodos mixtos de investigación provienen de un entorno en el que los investigadores profesionales tienden a enfocarse exclusivamente en investigaciones cuantitativas o cualitativas.

El método mixto, es el utilizado para poder realizar este diagnóstico de comunicación, ya que se utilizó el cualitativo y cuantitativo, para conocer los problemas de comunicación en la institución.

Para realizar esta información se hicieron los trabajos respectivos mediante un proceso cualitativo, se utilizaron las técnicas de observación directa y entrevista estructurada, y se visitó el departamento de la página web y la coordinación del área de prensa.

1.3.2. Técnica e instrumentos de recolección

Las técnicas son de hecho, recursos o procedimientos de los que se vale el investigador para acercarse a los hechos y acceder a su conocimiento y se apoyan en instrumentos para guardar la información tales como: el cuaderno de notas para el registro de observación y hechos, el diario de campo, los mapas, la cámara fotográfica, la grabadora, la filmadora, el software de apoyo; elementos estrictamente indispensables para registrar lo observado durante el proceso de investigación.

(Rodríguez Pañuelas)

La entrevista:

La entrevista es una conversación totalmente oral, entre dos seres humanos, de los cuales uno es el entrevistador y el otro el entrevistado, el papel de ambos puede variar según el tipo de entrevista. Todas las entrevistas tienen alguna finalidad y la finalidad es de carácter de la entrevista. **(Felipe Pardinás)**.

La finalidad de utilizar esta técnica estructurada fue para la recolección de datos, es para conocer el problema a profundidad en la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER, es encontrar y buscar una solución al problema.

Se hicieron entrevistas a la encargada de Gestión y Proyectos y a la persona encargada de la página web. Fue para dar a conocer como es la comunicación, y como es su trabajo y que esperan más como encargado de su área.

La observación directa:

La observación es la acción de observar, de mirar detenidamente, en el sentido del investigador es la experiencia, es el proceso de mirar detenidamente, o sea, en sentido amplio, el experimento, el proceso de someter conductas de algunas cosas o condiciones manipuladas de acuerdo a ciertos principios para llevar a cabo la observación. **(Felipe Pardinás)**

Se utilizó este método para conocer el desenvolvimiento cotidiano de los colaboradores y ver cómo se desarrollan en sus actividades. Las personas están capacitadas, y cuentan con su equipo necesario para desarrollar sus labores diarias.

En los meses de febrero y marzo, se estuvo observando de forma directa, cómo es la comunicación entre compañeros de cada área diferente, el ambiente y la vibra que existe en la institución.

1.3.3 Cronograma de Actividades

Mes Actividad	Enero				Febrero			
	1s	2s	3s	4s	1s	2s	3s	4s
Reunión para el propedéutico y reunión con los directivos de FGER	■							
Reunión para el diagnóstico		■						
Reunión con Walter Cúc, para los inicios del diagnóstico		■						
Inicio del diagnóstico			■					
Recopilación de datos y método de de observación			■	■	■			
Elaboración de las entrevistas					■			
Realización de las entrevistas					■	■		
Transcripción de las entrevistas y análisis de datos						■	■	
Entrega del diagnóstico								■

Fuente cronograma de Gantt
<http://www.periodicosvenezuela.com.ve/2016/08/formato-de-diagrama-de-gantt-para.html#axzz4vbq5GKta>

1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS

- **Fichas e Interpretaciones de la Entrevista**

Entrevistado:	Pablo Martínez
Puesto:	Encargado de la página web y diseño
Fecha:	12 de febrero
Hora:	13:45
Objetivo:	Cómo es la comunicación con el público externo.
Tipo de entrevista	Directa

Entrevistado:	Andrea Cholotío
Puesto:	Encargada de los temas sociales
Fecha:	12 de febrero
Hora:	16:00
Objetivo:	Cuáles son los temas sociales que dan a conocer.
Tipo de entrevista:	Directa

1.4.1 Resultados de la Entrevistas

Como resultados de las entrevistas nos damos cuenta que el personal interno tiene una comunicación amena, a pesar que no cuentan con una oficina de comunicación, a pesar que no tienen todo el equipo de alta tecnología, sí en algunos, hacen un buen trabajo en cuanto a la información.

Los entrevistados admiten que para mejorar la comunicación externa con su público oyente deben hacerse actividades para tener más oyentes y seguidores en la red de Facebook, hacerse unos nuevos cambios en cuanto a la imagen visual de la página de la institución, sería necesario. Eso ayudaría mucho a la imagen, no saliéndose del contexto conservador y cultural.

También se considera contar con más reporteros en el área de información, para que fluya mejor la información, esto reforzaría a manejarse otro tipo de información de interés general para sus oyentes y seguidores. Otro punto es que se les impide es no contar con recursos y espacios para promocionar nuevos sitios para la página de la radio.

Por su parte, el director de la radio y el productor, no tendrían un inconveniente tener otro tipo de información; pero esto se saldría del contexto y el formato que se maneja la radio, su público al que están enfocados son conservadores y la radio perdería credibilidad ante sus seguidores.

Aunque también lo que les impide es no contar con los recursos económicos y espacio para promocionar nuevos sitios para la página de la radio.

Guía de Observación

- **La Observación:** la inspección y estudio realizado por la epesista, mediante el empleo de sus propios sentidos, con ayuda de aparatos técnicos, de hechos de interés social, tienen lugar de manera espontánea.
- **Situación o Elemento a Observar:** Público interno y externo.
- **Objetivos:** hacer un diagnóstico de comunicación y encontrar el problema y buscarle una solución.

Datos Generales

Fecha de Observación:

Febrero y marzo del presenta año

Lugar de Observación

Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER

Por medio de la observación se verifican varios datos, como es la situación de los colaboradores entorno a sus actividades cotidianas y desempeños. Nuestro problema es encontrarle solución a los problemas encontrados. Utilizar un lenguaje claro y comprensible.

La forma de comunicación gestual se caracteriza por mantener contacto visual y estar alerta a las manifestaciones expresivas de las personas que laboran.

Conocer el entorno al área de trabajo.

Preguntar por las dudas e inquietudes con respecto a su trabajo. Preguntar por el uso del lenguaje técnico utilizado por la institución.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

1.5.1 Fortalezas

- Nuevos medios y recursos para generar espacios de discusión, reflexión, análisis y difusión.
- Recursos internos por comunicar, personal humano y material de información.
- Tiene la ventaja de ser una radio cultural.
- Cuentan con plataformas virtuales.

1.5.2 Oportunidades

- Percepción favorable de la necesidad de definir la comunicación y fortalecerla.
- Conciencia creciente con respecto a la necesidad del manejo estratégico de la identidad, la imagen y la comunicación institucional.
- Oportunidad de aprender, informarse y educar.
- Nueva y joven audiencia.

1.5.3 Debilidades

- La radio no cuenta con una frecuencia en el área metropolitana.
- Tienen una cantidad mínima de reporteros, en el área de información.
- No cuentan con una oficina de comunicación.
- La radio tiene una forma cautelosa en su forma y fondo a la hora de llegar a su público, esto hace difícil un cambio en la imagen de la institución.

1.5.4 Amenazas

- Falta de presupuesto para intervenir en la estrategia de comunicación.
- Receptividad en medios de comunicación masiva.
- La competencia, con otras radio, por programas amateurs.
- Aparición de nuevas tecnologías o servicios que supongan una competencia.

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

Plan de Comunicación interna y externa en la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER.

2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

No se registran antecedentes comunicacionales en la institución. Sin embargo la misma le da oportunidades a los jóvenes de hacer prácticas en área de Prensa, Mercadeo y otras oficinas a los estudiantes de comunicación y diversificado.

2.2 OBJETIVOS COMUNICACIONALES

2.2.1 Objetivo General

Presentar un plan de comunicación interno y externo, en la Federación de Escuelas Radiofónicas de Guatemala FGER.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Elaboración de material impreso para fortalecer la imagen de la radio.
- Elaborar una campaña de divulgación para aumentar la comunidad de seguidores en la red de Facebook.
- Reforzar la comunicación externa ya existente por medio de una Campaña de identificación.

2.3 PÚBLICO OBJETIVO

Datos Geográficos

Región	2 calle 4-41 zona 1
Áreas estadísticas	Departamento de trabajo, Dirección producción, mercadeo y página web

Demográficos

Empleados	Gerencia Coordinación	
Edad	22-60	
Genero	Ambos sexos	
ciclo de vida familiar	Jóvenes, solteros y casados	
clase social	Media-baja	
Escolaridad	Primaria, secundaria, diversificado	Título Universitario
Ocupación	Trabajadores-estudiantes	Trabajadores

Psicológicos

creencia religiosa	Espiritualidad maya	Cristianos
estilo de vida	Estudios, familia y trabajo	Vacaciones, recreación y viajes

Étnicos

Dirección y Mercadeo	Maya Kaqchikel y mestizo
Página Web	Maya Tz'utijil y mestizo
Administración	Maya K'iche'
Producción y Reportero	Maya Q'anjob'a I y mestizo
Producción, Reportero y mercadeo	Mestizos y Maya Kaqchikel

2.4 MENSAJE

“Comunicación para el Buen Vivir”

La empresa se identifica con este slogan para poder identificarse con su público y así también llegar a otras comunidades en todo el país para ganar más audiencia. Por ser una radio de carácter cultural, sus mensajes son de aprendizaje, información y educativos.

2.5 ESTRATEGIAS

2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Campaña de Identidad Institucional

Actualización de bifolios full color con filtro UV, para dar a conocer la imagen de la institución, en los municipios de Barberena, Cuilapa, y en la cabecera departamental de Nueva Santa Rosa, y Mataquescuintla Jalapa. Se entregaron los respectivos bifolios a un público idóneo.

Campaña de Divulgación

Por medio de ésta cuenta se hizo invitaciones por medio de la red Facebook, para aumentar los seguidores en la página de la institución. Se empezó con 7,600 seguidores y se llegó a 8,072, durante la primera semana de agosto seguía en aumento.

Campaña de Identificación

Se actualizaron y se diseñó un nuevo sticker. Con la impresión de este material, la institución los utilizará para identificar su equipo de trabajo, como bomper-sticker y para entrega a su público visitante que se sientan identificados con la institución.

CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“Plan de Comunicación interna y externa en la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER”

3.1.1. Financiamiento

El financiamiento fue exclusivo por parte del epesista, quien cubrió los gastos de todo el material para desarrollo de las estrategias dentro de la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER.

Desde el inicio se tuvo la disposición para llevar a cabo la ejecución de las estrategias que se plantearon.

En otro aspecto se contó con la colaboración y asesoría del coordinador del área de prensa y el encargado de la página web.

3.1.2 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Total	Financiamiento
500	Bifoliales full color, con filtro UV	2.00	1,000.00	Epesista
500	Sticker full color, con filtro UV	2.20	1,100.00	Epesista
	Retribución		2,453.00	Epesista
	Diagramación y Diseño		1,025.00	Epesista
	Asesoría comunicacional		8,000.00	Epesista
	Total		13,578.00	

FINANCIAMIENTO	MONTO
Epesista	13,578.00
Total	Q 13,578.00

3.1.3. Beneficiarios

Los beneficiarios directos fueron los colaboradores de la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER, ya que las estrategias fueron enfocadas a la comunidad interna y externa.

Se contó con la colaboración del Director de la institución, el coordinador de prensa y página web.

Beneficiarios	Beneficio
Beneficios Primarios Personal de FGER	Se innovó campaña de identidad institucional, se elaboró una campaña de identificación y se creó una campaña de divulgación en Facebook, para aumentar la comunidad de seguidores en la red Facebook.
Beneficios Secundarios Público externo	Conocieron en sí, quienes son como institución y que ofrece a su público y se divulgó la imagen de la institución.

3.1.4. Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Walter Cúc	Director de la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER	Aprobación de las estrategias a ejecutar.
Juan Pablo Montenegro	Productor y Jefe del área de Prensa de FGER	Apoyó en las ideas para ejecutar las estrategias.
Pablo Martínez	Encargado de la página web	Diseñó los bifoliares y sticker.

3.1.5 Áreas Geográficas de Acción

Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER, 2da calle 4-41 zona 1 Centro Histórico.

Barberena, Cuilapa y Nueva Santa Rosa, también se visitó el municipio de Mataquescuintla Jalapa.

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

ESTRATEGIA CAMPAÑA DE IMAGEN INSTITUCIONAL

Promover la imagen de la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER. En áreas del municipio Barberena se entregó material impreso, en las sedes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y la sede de la Universidad Mariano Gálvez. En el municipio Cuilapa en la sedes de la Universidad San Carlos de Guatemala y la sede Mariano Gálvez y en la cabecera departamental Nueva Santa Rosa, en la Universidad Rural y en Mataquescuintla Jalapa, se entregó en la sede de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Colegio Albert Einstein, Colegio Mixto Particular La Sagrada Familia se hizo un paso de aulas y el Colegio Centro de Estudios de Informática Compumaster (CEDIC).



Entrega de bifoliales, sede UMG, Barberena Santa Rosa. Proyecto a cargo de la epesista Brenda Velásquez



Entrega de bifoliars sede USAC, Barberena, Nueva Santa Rosa. Proyecto a cargo de la epesista Brenda Velásquez



Entregado bifolios a estudiantes de la UMG, en Cuilapa, Nueva Santa Rosa Proyecto a cargo de la epesista Brenda Velásquez



Paso de aulas en el Colegio La Sagrada Familia, Mataquescuintla, Jalapa Entrega de bifoliales a estudiantes.



Sede USAC, en Cuilapa, Nueva Santa Rosa entrega de bifoliales a docentes.



Entrega de bifoliales a estudiantes en el Colegio Albert Einsten, Mataquescuintla, Jalapa
Proyecto a cargo de la epesita, Brenda Velásquez

Radios Afiliadas

1. La Voz de Atitlán	101.9 FM	Sololá
2. Nawal Estéreo	93.1 FM	Sololá
3. La Voz de Colomba	99.1 FM	Quetzaltenango
4. Balam Estéreo	105.1 FM	Quetzaltenango
5. U'tan Kaj	106.9 FM	Petén
6. Tezulutlán Estéreo	103.9 FM	Alta Verapaz
7. Estéreo Gerardi	107.9 FM	Alta Verapaz
8. FM Tierra	95.9 FM	Chiquimula

Radios Aliadas

9. Quiché	90.7 FM	El Quiché
10. Creativa	98.1 FM	Huehuetenango
11. Santa Cruz	106.5 FM	Huehuetenango
12. La Voz de la Bua.Nua	91.9FM	San Marcos
13. Veritas	91.5FM	Izabal
14. Cultural y Educativa	1000 AM	Chimaltenango
15. La Voz de la Esperanza	93.1FM	Retalhuleu
16. La Voz de Nebaj	90.7FM	Quiché
17. Chuimekena	810AM	Totonicapán
18. La Dueña	88.3FM	Quetzaltenango
19. Qawinakel	98.3FM	Escuintla
20. Pax	107.5FM	Zacapa
21. Masheñita	107.5FM	Quiché
22. Aguacatán	107.9FM	Huehuetenango

@crfger   Cadena Radial Intercultural FGER

Cadena Radial Intercultural FGER

Comunicación para el Buen Vivir



Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas

2da calle 4-41, zona 1
Ciudad de Guatemala
PBX. 2247-1350

Nueva sede:
Casa Cultural Q'anil
5ta avenida 2-54, zona 1



www.fger.org

Transmitiendo en Red por el Buen Vivir

Somos una cadena Radial Cultural y Educativa con gran experiencia y capacidad en gestión de proyectos de comunicación para el desarrollo, con presencia y cobertura nacional, aportando al desarrollo integral de la sociedad a través de una programación multilingüe y de calidad. Promoviendo espacios de opinión y participación ciudadana en temática social.

MISIÓN

Promueve el Buen Vivir, la interculturalidad y la participación ciudadana para la consolidación de la democracia, a través de una propuesta radiofónica novedosa y de calidad. En alianza con otros actores, se identifica con los sectores más vulnerables del país. Fundamenta su trabajo en la creatividad, la solidaridad, la justicia, la equidad y la espiritualidad Cristiana y Maya.

VISION

Ser una cadena de radios alternativas, multilingüe, sostenible, con cobertura nacional y protagonismo, en alianza con entidades afines locales e internacionales, aportando eficazmente al desarrollo humano integral, la participación ciudadana y la democratización de la sociedad.

VALORES INSTITUCIONALES

Identidad cultural	Equidad	Respeto a la vida	participativa
Experiencia	Lealtad	Solidaridad	Creatividad
Espiritualidad	Dignidad	Resistencia	Resistencia

La presencia estratégica de FGER, se da a través de sus emisoras afiliadas y aliadas en las distintas comunidades indígenas, en el área del Norte, Nororiente, Sur Oriente y Occidente del país. Las Radios difunden su programación en español y en los idiomas mayas siguientes:

O'eqchi'	Mopan	P'opomchi'
Achi	Chorti'	K'iche'
Kaqchikel	Mam	Ixil
O'anjobal	Tz'utujil	Chuj
Garifuna		

PERFIL DE AUDIENCIA

Audiencia potencial de más de 8 millones de oyentes en las comunidades mayas, inca y garifuna, hombres y mujeres de 15 a 65 años de edad con 52% de presencia femenina y un 48% masculina, según estudios de audiencia realizados.

¿Por qué somos lo que necesitamos?

Contamos con más de 50 años de experiencia, somos líderes en comunicación intercultural y social en el país ya que fuimos y somos pioneros en llevar la comunicación por radio a las comunidades más alejadas de Guatemala, hablándoles en su propio idioma; además como un equipo de profesionales capacitados.

Profesionales capacitados para brindarles el mejor de los servicios, asesoría y mucho más.

Esperamos cumplir con las expectativas y para lograrlo siempre buscamos una mejor comunicación con nuestros clientes y juntos haber de sus campañas el mejor medio para llegar a quienes lo necesitan.

SERVICIO CADENA RADIAL INTERCULTURAL FGER.

- Asesoría en planificación de campañas de difusión en radio.
- Producción, Traducción y Grabación de formatos radiales en idiomas Mayas, Garifunas, Xincas y Español.
- Difusión de Campañas Radiales en Idiomas Mayas, Garifuna y Español.
- Servicio de estudio de grabación
- Reproducción de CD's y DVD
- Diseño e impresión de portadas para materiales radiofónicos.
- Elaboración de guías radiofónicas
- Reproducción de audio de cassettes a Cds y de Cds a cassettes.
- Capacitaciones en producción radial y locución
- Elaboración de estrategias de Comunicación

Solicite información y cotización a: Mercadeo@fger.org
Tel. (502) 2250 0937

Servicio Casa FGER

- Centro de Capacitación
- Alimentación
- Alojamiento

Solicite información y cotización a: serviciocasa@fger.org

Tel. (502) 2247 1350

MAYA K'AT

La noticia sin Fronteras

FGER MAYA K'AT: Espacio informativo que genera opinión, análisis y denuncia a través del abordaje periodístico de diversas temáticas que afectan a la población. Producido por una red de periodistas que se ubican en las comunidades e informan en idiomas mayas y español.

De lunes a viernes en su emisión en vivo de 11:00 a 12:00 Hrs. Y su repetición a las 18:00 Hrs. Por las emisoras de la Cadena Radial Intercultural FGER y por www.fger.org

CONTACTO MIGRANTE

Programa que genera reflexión, opinión y sensibilización en la población guatemalteca dando énfasis sobre el contexto migratorio.

Las temáticas a tratar en el programa están orientadas a incidir sobre áreas económicas, sociales, culturales.

Todos los lunes a las 17:00 Hrs. Por las emisoras de la Cadena Radial Intercultural FGER y por www.fger.org

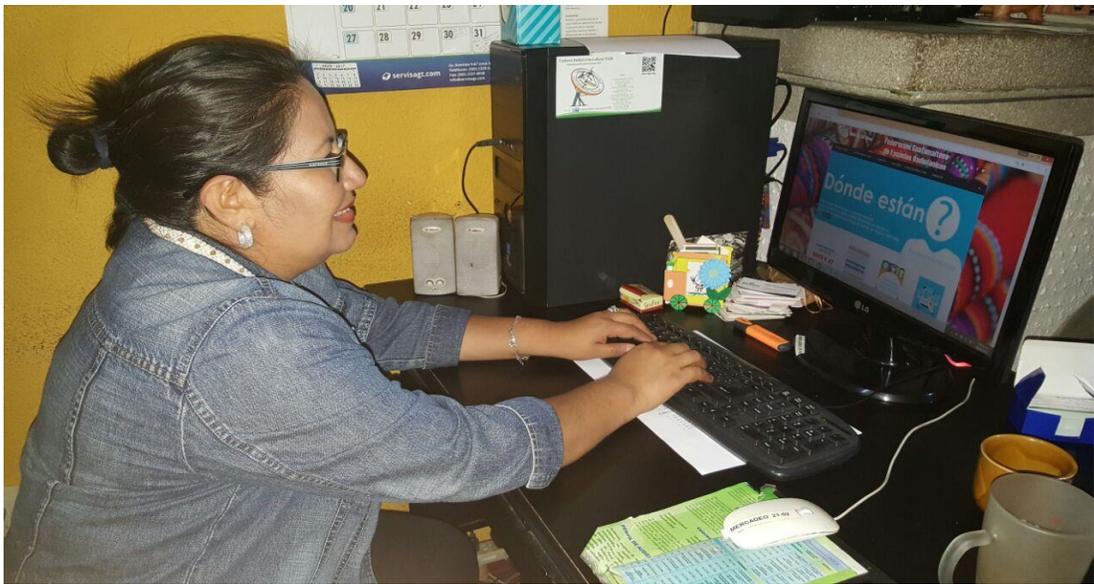
Nuevo diseño de bifolios Brenda Velásquez epesista

ESTRATEGIA CAMPAÑA DE DIVULGACIÓN

Aumentar la comunidad de seguidores, por medio de la red de Facebook. A través de la página de la institución se administró y se hicieron invitaciones vía digital.



Screenshot, del aumento de la comunicad de seguidores en la página de FGER



Invitaciones de Facebook a un nuevo público a cargo de la epesita

ESTRATEGIA CAMPAÑA DE IDENTIFICACIÓN

Con la realización de un nuevo diseño e impresión de sticker, la institución los utilizará para identificar su equipo de trabajo, bomber-sticker, entrega a su público visitante. Para sentirse identificados con la organización.

Cadena Radial Intercultural FGER

Comunicación para el Buen Vivir



@crfger   Cadena Radial Intercultural FGER



www.fger.org

RADIOS

- 1 LA VOZ DE ATITLÁN 101.9 FM**
Santiago, Atitlán, Sololá
- 2 UT ANKAJ 106.9 FM**
Poptún Petén
- 3 TEZULUTLAN ESTÉREO 103.9 FM**
Cobán, Alta Verapaz
- 4 NAWAL ESTÉREO 93.1 FM**
Nahualá, Sololá
- 5 LA VOZ DE COLOMBA 99.1 FM**
Colomba Costa Cuca, Quetzaltenango
- 6 ESTÉREO GERARDI 107.9 FM**
Cobán, Alta Verapaz
- 7 BALAM ESTÉREO 105.1 FM**
Cabricán, Quetzaltenango
- 8 FM TIERRA 95.9 FM**
Jocotán, Chiquimula



Entregando material impreso al Director de FGER, a cargo de la epesista Brenda Velásquez



Equipo de FGER, para identificar su equipo de trabajo

3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Mes Actividad	Junio				Julio			
	1s	2s	3s	4s	1s	2s	3s	4s
Inicio de la práctica								
Charlas para la ejecución de las estrategias								
Diseños de los stickers								
Inicio de la campaña de divulgación								
Recopilación de información para la realización de los impresos y entrega de los primeros bifoliares								
Monitoreo de la campaña de divulgación, y entrega de bifoliares								
Entrega de bifoliares en sede USAC Cuilapa								
Entrega de bifoliares en Mataquescuintla, Jalapa								
Entrega de los sticker al director de la radio.								

Fuente cronograma de Gantt
<http://www.periodicosvenezuela.com.ve/2016/08/formato-de-diagrama-de-gantt-para.html#axzz4vbq5GKta>

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
<p>Campaña de identidad institucional</p> <p>Objetivo Comunicacional: promover la imagen de la institución a su público externo</p> <p>Campaña de Difusión</p> <p>Objetivo Comunicacional</p> <p>Invitaciones a público externo que desconocía la página de la radio.</p> <p>Campaña de identificación</p> <p>Objetivo comunicacional</p> <p>Que su público interno y externo se sienta identificado con la institución.</p>	<p>De 500 bifolios, fueron repartidos, 100 en cada municipio de Barberena, Cuilapa, Nueva Santa Rosa y Mataquescuintla Jalapa, los otros 100 se dejaron en la sede de la institución casa Q´anil</p> <p>Al inicio de esta campaña digital había 7,600 seguidores y se cerró con 8,196.</p> <p>Se entregaron 500 sticker a la institución, los cuales fueron entregados y repartidos a su público</p>	<p>Marvin Rodríguez, indica que no tenían conocimiento de la radio, pero que ahora ya sabe para poderlos seguir y escuchar su sintonía y conocer su programación.</p> <p>El director de la radio, indicó fue una excelente idea, ya que si se vio el aumento de seguidores en la página de la radio</p> <p>Walter Cúc, Director de la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónica FGER, expresó que se sentía satisfecho ya que su público se sentirá identificado con la radio.</p>

LISTA DE ACCIONES

ACTIVIDAD	REALIZADA	NO REALIZADA	DESCRIPCIÓN
Creación la misión y la visión en banner con arañas.		X	No se realizaron los banner informativos, ya que la directiva de la institución hará cambios en la visión por estar mal estructurada.
Creación de una fanpage		X	Se había acordado crear una fanpage, pero se decidió trabajar con la página de la radio.
Campaña de identidad institucional	X		Se imprimieron 500 bifolios, full color con filtro UV, que se repartieron en municipios y en la sede de la institución.
Campaña de difusión por la red de Facebook	X		Se invitó al público a que conocieran la radio por medio de la red de Facebook.
Campaña de Identificación	X		Se imprimieron 500 stickers full color con filtro UV, los cuales fueron entregados a la institución.

CONCLUSIONES

El presente plan de comunicación tiene como principal objetivo, fortalecer la comunicación interna y externa en la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas FGER.

Con este estudio de investigación podemos concluir que la comunicación interna depende de lo que se quiera llevar a su público externo. Por lo que fue importante realizar estas estrategias acompañadas de actividades que se complementaron en otros lugares.

Con lo que se pudo observar al implementar las estrategias con su público externo, se dio la oportunidad de conocer la opinión sobre la institución, esto permitió conocer ideas que aportaron a la mejora para la página esto hace que fluya una comunicación con su audiencia. Estas actividades fueron necesarias que se implementaran de manera espontánea, para su efectividad, y así promover y mejorar la imagen de la institución.

Así también, cabe recalcar que Fger, con el diagnóstico realizado, se determinó que existe un buen nivel en cuanto a procesos de comunicación interna y aunque deben hacerse cambios para mejorar una. Estos proyectos deben realizarse, mismos que deben llevarse a cabo, desde un departamento específico de comunicación, para que esta información se siga llevando a otros lugares.

Se concluye que el presente informe final, determina que las estrategias planteadas en la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas, fueron de acorde a sus necesidades que se encontraron en el diagnóstico de comunicación y que si bien, se sigan implementando y darle continuidad para darse a conocer y ganar más público, en otras áreas donde todavía no cuentan con una frecuencia.

RECOMENDACIONES

- A la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas, tomar en cuenta la visión no es entendible para el lector. No se concebí el objetivo del mensaje.
- Que se le dé seguimiento a la página de la institución, para promover e innovar con la imagen de la radio.
- Darle seguimiento a las acciones de comunicación para poder llegar a otros departamentos donde no tienen frecuencia y darse a conocer, ya que es una radio cultural, ya que este tipo de programación son carentes en nuestro país, porque se aprende, educa e informa.
- Crear un departamento de comunicación. Ya que es una herramienta estratégica fundamental dentro de cualquier organización. Lo cual ofrece, entre otras cosas, los datos necesarios para proyectar una buena imagen entre clientes, proveedores y colaboradores.
- Asignar más reporteros al área de prensa.
- Al personal del Ejercicio Profesional Supervisado (E.P.S) tener más asesores, ya que la cantidad de estudiantes es numerosa, solo dos personas no se dan abasto para su cumplimiento.

GLOSARIO

1. **Asesorías:** es un servicio que consiste en brindar información a una persona real o jurídica. Mediante la misma se busca dar un respaldo en un tema que se reconoce con gran detalle, respaldo que tiene una contrapartida en el hecho de garantizar un manejo eficiente de una situación determinada.
2. **Acciones:** Realización de un acto o un hecho. Efecto producido por un hecho.
3. **Actividades:** son todas aquellas labores o tareas que cada individuo ejerce diariamente, están las actividades laborales, actividades escolares, las actividades recreativas, físicas etc.
4. **Beneficios:** El beneficio es un concepto positivo pues significa dar o recibir algún bien, o sea aquello que satisface alguna necesidad. El beneficio aporta, adiciona, suma, y de él que se obtiene utilidad o provecho. Este beneficio puede ser económico o moral.
5. **Campaña de Difusión:** También podría ser definido como un grupo de ideas o creaciones que se realizan con el objetivo de vender, promover o publicar algo para ponerlo al alcance del público.
6. **Comunicación:** De acuerdo con la Real Academia de la Lengua Española, la palabra “comunicación” significa la acción y efecto de comunicar o comunicarse y la correspondencia entre dos o más personas.
7. **Cronograma:** Gráfica cuyo eje de abscisas está dividido en fracciones cronológicas (días, semanas, etc.) de modo que registre las variaciones en el

curso del tiempo del hecho estadístico estudiado, que se representa en el eje de ordenadas.

8. **Cualitativa:** De la cualidad o relativo a ella: análisis cualitativo.
9. **Cuantitativa:** De la cantidad o relativo a ella: un análisis cuantitativo.
10. **Cultura:** Conjunto de modos de vida y costumbres de una época o grupo social. Resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos: es un personaje muy introducido en el mundo de la cultura.
11. **Descriptiva:** Que describe su comportamiento es muy descriptivo de su personalidad.
12. **Diagnóstico:** Como diagnóstico se denomina la acción y efecto de diagnosticar. Como tal, es el proceso de reconocimiento, análisis y evaluación de una cosa o situación para determinar sus tendencias, solucionar un problema o remediar un mal.
13. **Diseñador:** Tiene que ser capaz de superar las limitaciones impuestas y transformar las posibilidades para que están a su favor, tiene que gustarle y comprender a la gente; tiene que ser capaz de aceptar imparcialmente situaciones complejas en las que esté trabajando como miembro de un equipo.
14. **Entrevista:** hace referencia a la comunicación que se constituye entre el entrevistador. Es un diálogo entre dos personas.

15. **Estrategia:** Una estrategia es un plan que especifica una serie de pasos o de conceptos nucleares que tienen como fin consecuencia de un determinado objetivo. La estrategia en cualquier sentido, es una puesta en práctica de la inteligencia y el raciocinio.

16. **Ejercicio Profesional Supervisado (E.P.S.)** Es una proyección de la Universidad hacia los distintos sectores del país, realizada mediante programas de prácticas académicas ligadas a los planes de estudio y llegar así a confrontar la teoría con la práctica en un campo real de aplicación.

17. **Ejecutar:** Llevar a cabo una acción, especialmente un proyecto, un encargado o una orden.

18. **Grupo Objetivo:** es una noción que se emplea en el ámbito del marketing y la publicidad. El concepto hace referencia a un consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a seducir con un producto o un servicio.

19. **Intencionalidad:** Premeditación o voluntariedad.

20. **Justificación:** Causa, razón, argumento que justifica: la justificación de un comportamiento.

21. **Mensaje:** Comunicación pública que se dirige solemnemente a muchas personas. O poner a alguien en conocimiento de algo.

22. **Metodología:** Ciencia del método. Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.
23. **Misión:** cometido o deber moral que una persona o colectividad consideran necesario llevar a cabo: la inquisición considerada que su misión era implantar la ortodoxia.
24. **Página Web:** Una página web, o página electrónica, página digital, o ciber página es un documento o información electrónica capaz de contener texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, imágenes, y otras.
25. **Plan:** Un plan es una serie o de pasos o procedimientos que buscan conseguir un objeto o propósito de dirigirla a una dirección, el proceso para diseñar un plan se le conoce como planeación o planificación.
26. **Proyecto:** Podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo. Estas actividades se encuentran interrelacionadas y se desarrollan de manera coordinada.
27. **Raciocinio:** Facultad de raciocinar, argumento o discurso. Según la Real Academia Española.
28. **Recopilación de Datos:** se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los

sistemas de información. Los cuales pueden ser la entrevista, la encuesta, la observación, el cuestionario, el diagrama, etc.

29. **Sticker:** Dado que forman parte del arte callejero, su función es de dar color a la ciudad y ser fácilmente reconocibles. Es un tipo de pegatina relacionado con el arte urbano. Forma el dibujo de un logo, un icono o una forma no reconocida.

30. **Valor:** Precio, suma de dinero en que se valora o aprecia algo.

BIBLIOGRAFÍA

Manual de Técnicas de la Investigación, Ario Garza Merado.

Felipe Pardini, Metodología y Técnicas de la Investigación en Ciencias Sociales, trigésimoctava edición, 2005.

Agustín García-Ramos. Revista de Ciencias Sociales, 2016

Lilian Marley Catillo y Castillo. (2014). Implementación de Herramientas como apoyo a comunicación interna y clima laboral.

Aguilar De León, María Andrea. (2014). "Plan Estratégico de Comunicación Interna para una institución descentralizada del Gobierno". Guatemala. Tesis de Postgrado.

Rodriguez Pañuela Marco Antonio (2008: 2010) "Fundamentos Teóricos de la investigación).

Hernández Sampieri sexta edición

E GRAFIAS

www.fger.org

http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_DAFO

<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/7119>

<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/8197>

<https://www.significados.com>

<http://dle.rae.es>

<http://metodologia02.blogspot.com/>

<http://introduccionalainvestigacionugmafdd.blogspot.com/2009/02/comotabular-presentar-y-analizar-los1348.html>

<http://www.periodicosvenezuela.com.ve/2016/08/formato-de-diagrama-de-gantt-para.html#axzz4vbq5GKta>

<https://republicadelbranding.wordpress.com/2011/12/01/para-que-sirven-las-campanas-de-imagen-institucional/>

ANEXOS

RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

Pablo Martínez, página web

¿Cuáles son los objetivos de la radio?

La radio tiene como objetivo, ser la voz de los pueblos mayas, para que ellos estén informados de manera más explícita para que puedan comprender lo que sucede en el mundo político y social.

¿Cómo es la comunicación con el personal interno?

Tratamos de tener la mejor comunicación entre nosotros, en lo que es el ambiente laboral, ya que esta es nuestra segunda casa, y para que no hallan malos entendidos, nos ayudamos mutuamente. Si alguien tiene dudas tiene la confianza para resolverlas, creo que las personas que trabajan aquí se acercan a mi persona con toda la confianza.

¿Conoce la misión y visión de la radio?

Si, por supuesto que la conozco, desde que somos contratados y en algunas ocasiones nos pasan un video de cómo fueron sus inicios en la radio, y esto también lo incluye la misión y visión.

¿Existe un departamento de comunicación interna?

No. Pienso que es importante tener un departamento ya que los ellos serian los encargados directos de hacer públicas todas las actividades que se realicen dentro de la radio.

¿Cómo es la convivencia en su área y con los demás compañeros?

Aquí nos llevamos todos bien, hay un respeto con todos, aunque llevo poco tiempo trabajando me llevo bien con todos.

¿Cómo es la comunicación con el público de externo?

Si hemos alcanzado lo que tenemos esperado al finalizar el año que pasó; sin embargo queremos más seguidores.

Andrea Cholotío, Asistente de Gestión y Proyectos

¿Cuál es el objetivo de la radio?

Ser la voz de los pueblos mayas, y defensores de las injusticias y de las personas más vulnerables.

¿Cómo es la comunicación entre tus compañeros?

Buena, no me puedo quejar, hay un respeto entre todos, nos ayudamos cuando lo necesitamos.

¿Conoce la misión y la visión?

Si, cuando se es contratado por la empresa nos hablan y tenemos documentos que nos lo recuerda.

¿Existe un departamento de comunicación social?

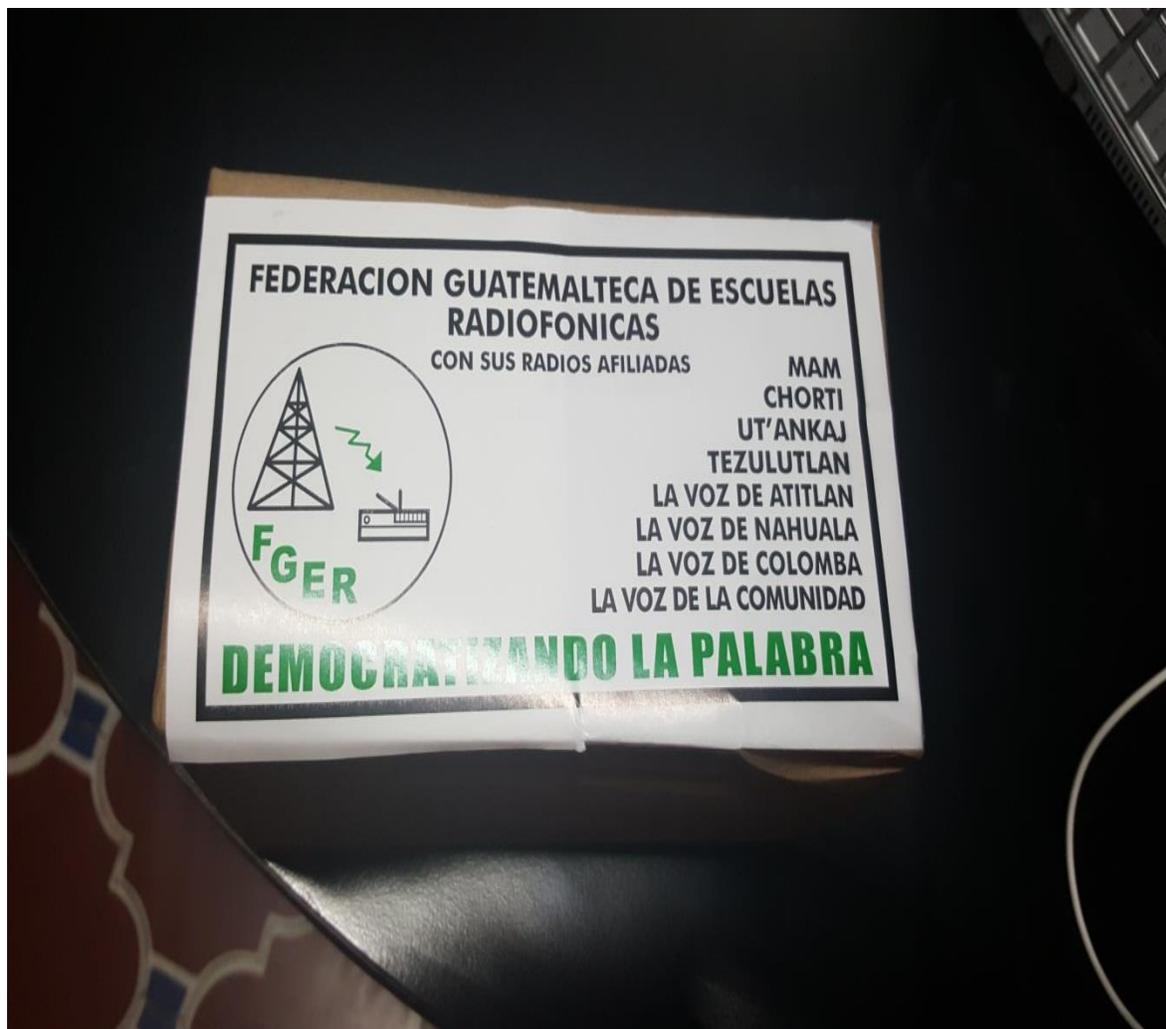
No existe un departamento, pero si es importante tenerlo, si existe la función de comunicación interna. La ausencia de un área especializada puede limitar, aunque no elimina, la posibilidad de tener una buena comunicación interna. Lo importante es que exista una función de comunicación interna sólida.

¿Existe un canal interno para facilitar la comunicación interna?

Si, utilizamos whatsapp, mail o extensiones de teléfono con los colaboradores de FGER. Función de la comunicación interna debe complementar sus competencias en el manejo de canales y mensajes en los espacios tradicionales con nuevas habilidades. Es decir, no puede dejar plantearse un enfoque multicanal de su comunicación interna que incluya la utilización de herramientas digitales.

¿Por qué es importante la comunicación externa?

La comunicación es una clave que necesita gestionarse de una forma adecuada. La opinión de nuestro público objetivo es decisiva para la creación de la imagen de la radio, la importancia de cuidar nuestro público justifica que la comunicación externa debe dirigirse a cada uno de ellos con un mensaje diferenciado e imagen.



Antiguo logotipo y sticker de FGER