

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



**“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL PROCESO DE
PRODUCCIÓN DE CONTENIDO DE 949 RADIO”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

MARCO TULIO BRAN ARRIOLA

Previo a optar el título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Octubre de 2018

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya

Representantes Docentes

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

Representantes Estudiantiles

Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Pub. Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.A. Michael González Bátres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



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



Guatemala, 05 de Febrero 2018

EPS-LIC--2018 086

Licenciado Guillermo Velarde
Gerente de Operaciones
Radio Corporación Nacional
Presente.

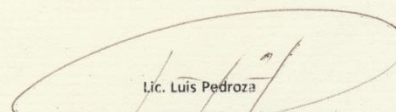
Estimado Gerente de Operaciones:

Por medio de la presente agradecemos su colaboración por brindar el espacio para que el(ia) epeista de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, estudiante **Marco Tulio Bran Arriola** con número de registro académico **201115044** realice su ejercicio profesional supervisado en su prestigiosa institución para tal efecto solicitamos lo siguiente:

- Extenderle una carta de aceptación al estudiante epeista en papel membretado y sellado por la empresa o institución.
- Facilitarle los materiales de consulta y de trabajo para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan de Comunicación 2018 de su institución, el(a) estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar el mismo para que ayude al Proceso de Comunicación Interno o Externo de la misma.
- Autorizar que el estudiante epeista incluya toda la información que se derive del presente Ejercicio Profesional Supervisado que será publicado en las instancias que corresponde (Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación "Efraim Herrera" así como copia interna en la Coordinación del EPS de Licenciatura y Colegio de Humanidades).
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional Supervisado por parte de los docentes supervisores quienes estarán debidamente identificados -EPS-.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAN A TODOS"


Lic. Luis Pedroza
Coordinador de EPS Licenciatura
Cel. 42178224 / 55028866



Copia: archivo/empresa o institución/estudiante epeista



"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



Guatemala, 29 de Julio de 2018

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: **Marco Tulio Bran Arriola** con número de carné: **201115044** y CUI: **2335891710101**; el estudiante(a) epesista 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 **"Nueve Cuatro Nueve Radio "** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **14 de Mayo** al **27 de Julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: **"Estrategias de comunicación interna en el proceso de producción de contenido en 949 de grupo radio RCN"** entregando el material respectivo, debidamente recibido por nuestra Radio Corporación Nacional.

En este sentido, manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y para los usos subsecuentes en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra Radio Corporación Nacional.

Atentamente,

Lic. Guillermo Velarde
Gerente de Operaciones



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



Guatemala, 10 de octubre de 2018

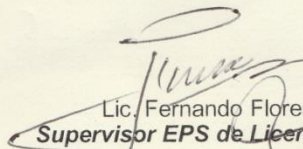
Estudiante
Marco Tulio Bran Arriola
Carné: 201115044
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC


De mi consideración:

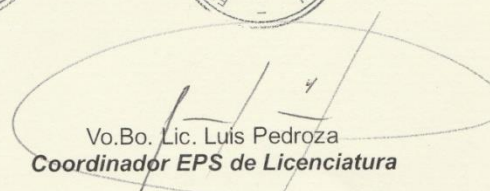
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final de su Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL PROCESO DE PRODUCCION DE CONTENIDO DE 949 RADIO". El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.


Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del Informe Final de EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Fernando Flores
Supervisor EPS de Licenciatura




Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
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 el autor es
Responsable del contenido de este trabajo.**

DEDICATORIAS

- A DIOS: Por nunca dejarme, por brindarme las fuerzas necesarias ante cada reto en mi vida y demostrarme su inmenso amor cada día.
- A MI MAMÁ: María Eugenia Arriola, por ser una madre ejemplar, una fuente de inspiración y brindarme su apoyo y amor constante.
- A MI ABUELITA: María Teresa Arévalo, por ser un ángel en mi vida, un ser lleno de amor quién me ha brindado su apoyo incondicional durante todos mis años de formación académica.
- A MI HERMANO: Josué Mejía Arriola, por su paciencia y apoyo incondicional.
- A MIS AMIGOS: Por ser por demostrar ese apoyo y confianza de manera genuina y los buenos momentos compartidos.
- A RCN: Por brindarme la oportunidad de compartir mis conocimientos dentro de su empresa.

AGRADECIMIENTOS

- Universidad de San Carlos de Guatemala, por ser la casa de estudios donde me pude formar profesionalmente.
- Escuela de Ciencias de la Comunicación, por brindarme todos sus conocimientos para ser una comunicador social.
- Docentes, por las horas de esfuerzo y dedicación durante mi formación académica.

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 INSTITUCIÓN	1
1.2.1 Ubicación	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas	2
1.2.3 Antecedentes	2
1.2.4 Departamentos o Dependencias.....	3
1.2.5 Misión.....	4
1.2.6 Visión	4
1.2.7 Objetivos Institucionales	4
1.2.8 Público Objetivo	4
1.2.9 Organigrama de la empresa.	5
1.3 METODOLOGÍA.....	6
1.3.1 Descripción del Método.....	6
1.3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección.....	6
1.3.3 Cronograma del diagnóstico	9
1.4 RECOPILOCIÓN DE DATOS.....	10
1.4.1 Ficha de Observación	10
1.4.2 Ficha de Entrevistas.....	11
1.4.3 Resultado de Entrevistas	12
1.4.4 Tablas comparativas y puntos de encuentro.....	15
1.5 Radiografía de la Institución.....	16

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	17
2.1 ANTECEDENTES	17
2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	17
2.2.1 Objetivo General	17
2.2.2 Objetivos Específicos.....	17
2.3 PÚBLICO OBJETIVO.....	18
2.4 MENSAJE:	18
2.5 ESTRATEGIAS	18
2.6 ACCIONES.....	19

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN	24
3.1 PROYECTO DESARROLLADO	24
3.1.1 Financiamiento.....	24
3.1.2 Presupuesto.....	24
3.1.3 Beneficiarios	25
3.1.4 Recursos Humanos	25
3.1.5 Área Geográfica de Acción	25
3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	26
3.3 Cronograma de actividades.....	33
3.4 Control y Seguimiento	34
CONCLUSIONES.....	35
RECOMENDACIONES	36
GLOSARIO.....	37
BIBLIOGRAFÍA.....	40
EGRAFÍA.....	41
ANEXOS.....	42

RESUMEN

Nombre de la Institución: 949 Radio, Radio Corporación Nacional.

Nombre del proyecto: Estrategias de comunicación interna en el proceso de producción de contenido de 949 radio.

Objetivos del Proyecto:

Objetivo General:

Desarrollar una estrategia de comunicación interna que permita mejorar el proceso de producción contenido en cada uno de los programas de Nueve Cuatro Nueve Radio.

Objetivos Específicos:

- Evidenciar la importancia del trabajo en equipo, el conocimiento de la marca y el desarrollo de la producción de contenido.
- Recabar la información necesaria para la creación de material institucional de estos temas.
- Implementar la información copilada en los materiales de apoyo con el equipo de locutores y productores de la radio.
- Analizar la recepción de la información recibida para que pueda ser puesta en práctica dentro del trabajo.

Sinopsis:

Se desarrolló desde el mes de febrero un diagnóstico comunicacional dentro de la empresa RCN, directamente dentro de una de sus unidades de negocio, Nueve Cuatro Nueve Radio, en donde se implementó una metodología cualitativa para conocer a profundidad los problemas dentro del aspecto de comunicación que pudiera tener esta radio, por medio de la observación y entrevistas se recolectó la información que permitió desarrollar un plan de comunicación con objetivos claros que a través de estrategias y acciones se ejecutaron durante 300 horas de práctica dando como resultado 3 nuevas guías de trabajo y una capacitación donde se brindó los lineamientos para poder implementar dichas guías, satisfaciendo de esta manera las necesidades que presentaba 949 Radio dentro de su proceso de producción de contenido en cada uno de sus programas.

INTRODUCCIÓN

En este proyecto se detalla todo el desarrollo del plan de comunicación implementado en Nueve Cuatro Nueve Radio, un medio de comunicación que forma parte de Radio Corporación Nacional y que gracias a un diagnóstico de comunicación se pudo evidenciar aspectos comunicacionales que podrían mejorar por medio de una estrategia.

Para ello se conoció más de la historia de la empresa y la formación de la misma en cuanto los departamentos que la conforman, al igual que aspectos de suma importancia como su misión, visión y objetivos que maneja.

Dentro de este diagnóstico comunicacional se determinó el utilizar una metodología cualitativa misma que con las herramientas de observación directa y entrevistas permitieron recolectar información de primera mano que apuntaron a un aspecto clave a mejorar como lo es el proceso de producción de contenido en los diferentes programas de 949.

Con objetivos concretos se desarrollaron acciones específicas durante el proceso de ejecución en donde se crearon diferentes guías de trabajo que no contaban con anterioridad dentro de la empresa y que fueron presentadas por medio de una capacitación con el equipo de productores y locutores de 949 radio.

JUSTIFICACIÓN

Los seres humanos estamos diseñados para convivir con nuestro entorno y esta convivencia solamente puede ser posible a través de la comunicación, es por ello la importancia de este aspecto en cualquier ámbito, por lo que en un medio de comunicación como 949 Radio no puede ser la excepción.

Debido a esto que surge la oportunidad de desarrollar el Ejercicio Profesional Supervisado dentro de una de las áreas más importantes de 949 Radio, como lo es la producción de contenido en cada uno de sus programas, situación que al implementarse dentro de una estrategia de comunicación puede potencializar aún más todas las fortalezas que dicho medio posee en su contenido.

Siendo situaciones tan pequeñas que a la vista de cualquier individuo ajeno a la organización pudieran considerar como factores que no deberían marcar una diferencia significativa, ante el ojo de un comunicador el resolver factores de índole comunicacional puede ser la clave para alcanzar resultados más altos y un mejor funcionamiento dentro de la empresa.

Razón por lo que resultó completamente viable el realizar un plan de comunicación con estrategias que buscan mejorar el sistema de producción de contenido en cada uno de los programas y turnos de 949 Radio.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

Diagnóstico de comunicación interna del medio de comunicación 949 radio.

1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1 Objetivo General

- Realizar un Diagnóstico de comunicación en el proceso de producción de Contenido de 949 RADIO.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Conocer el proceso de producción de contenido en cada uno de los turnos y programas de 949 radio
- Analizar el sistema de trabajo de los productores de contenido de la radio.
- Comparar el sistema de trabajo dentro de los programas con y sin productor de contenido.
- Conocer la perspectiva del equipo de locutores en cuanto a la producción de contenido.
- Sugerir un plan de comunicación que permita implementar sugerencias por parte de los locutores.

1.2 INSTITUCIÓN

Nueve Cuatro Nueve Radio, parte de Radio Corporación Nacional.

1.2.1 Ubicación

La cabina de 949 Radio se encuentra dentro de las instalaciones de Radio Corporación Nacional en la 6ta. Avenida 0-60, Gran Centro Comercial de la zona 4, Torre 1 Oficina 903, de la ciudad de Guatemala.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Nueve Cuatro Nueve Radio se encuentra dentro de la integración de Radio Corporación Nacional, donde sus primeras aliadas son las demás estaciones que conforman la corporación, ellas son: FAMA 102.5, Radio MIA 93.7, Clásica 106.5, Globo 98.9, Lad Red 106.1; todas funcionan como una misma empresa y se apoyan entre sí en diferentes aspectos (Económico, mercadológico, ventas, entre otros).

1.2.3 Antecedentes

Historia

RCN inicia operaciones el 1 de Diciembre de 1956, Radio Indiana, la primera estación del grupo, fue la primera piedra para fundar la corporación.

Conquistando rápidamente el corazón y gusto de los mazatecos. La programación diaria iniciaba y terminaba con la melodía "Mi Bella Guatemala". Espacios como "Así canta México en la Indiana", con locución de Don Guillermo fueron de los más escuchados. Otros programas exitosos fueron "El Mundo Infantil", "El Correo del Sur" los espacios noticiosos y "Crisol Deportivo" ganando un espacio importante dentro de la sociedad mazateca. Luego la expansión continuó hacia el occidente del país.

En la actualidad RCN cuenta con 16 estaciones en toda la república, donde se encuentra 949 Radio, medio que en sus inicios fue Estéreo Azul, una de las primeras estaciones de la frecuencia modulada en el país, que luego pasó a llamarse FM95 la pionera de las actuales estaciones de la capital. Medio radial que ve en la música en inglés el formato adecuado para el perfil del público que a inicios de la década de los 80 empieza a escuchar la frecuencia modulada. (Alcázar y Sosa, 2007)

Música en inglés de la más reciente, incluso con versiones que no llegaron a presentarse comercialmente en el país era lo que formaba parte de la programación de este dial, algo que se transformó hasta lo que hoy en día es conocido como Nueve Cuatro Nueve Radio, con el slogan "Para Mentes Frescas", que guardando la esencia de sus antecesoras, presenta a su audiencia un formato musical en inglés con lo más

reciente dentro de la escena musical, aunado con contenido de valor transmitido por el equipo de locutores. Actualmente esta emisora cuenta con una señal en FM presente en toda la ciudad capital y departamentos aledaños, como también de su señal difundida por plataformas digitales como su sitio web: www.949.com.gt y su aplicación móvil disponible para teléfonos inteligentes de sistema Operativo IOS y Android.

1.2.4 Departamentos o Dependencias

Dentro de los departamentos que se ven afectos a las operaciones de Nueve Cuatro Nueve Radio se encuentran:

Junta Directiva

- Encargada del presupuesto de la radio.
- Responsable de la estrategia de Marca.
- Autoriza la distribución de personal dentro de la radio.

Sub Gerente General

- Encargado de la coordinación de proyecto del medio.
- Analiza los niveles de Rating y Rentabilidad.
- Autoriza cambios estructurales superfluos.

Gerente de operaciones

- Cuida del contenido y la programación al aire.
- Coordina horarios para cubrir eventos.
- Autoridad inmediata de los colaboradores de la radio.

Productor de la Radio

- Realiza de la producción de la radio.
- Encargado de la estrategia de la radio.
- Dirige las ideas de cada programación.

Productores de programa

- Encargado del contenido de su programación
- Responsable de cada edición de programa

Staff de locutores

- Locución al aire.
- Generadores de contenido.
- Encargados de alimentar redes sociales.

1.2.5 Misión

La misión por la cual se rige Nueve Cuatro Nueve Radio es directamente la misma que su grupo radial:

“Crear experiencias a través de contenido relevante e innovador para lograr la conexión uno a uno con nuestra audiencia.”

1.2.6 Visión

De igual forma la visión que maneja Nueve Cuatro Nueve Radio es la de RCN:

“Ser el grupo de medios líder impactando positivamente la forma en la que nuestra audiencia percibe el mundo, a través de la radio y las nuevas plataformas digitales.”

1.2.7 Objetivos Institucionales

Como parte de los objetivos institucionales a los cuales se rige esta emisora de Radio, se encuentran los Valores y Principios que tiene Radio Corporación Nacional que son:

- Pasión: Hacemos lo que nos encanta y lo hacemos con excelencia.
- Confiabilidad: Cumpló lo que digo.
- Dedicación: Actitud y acción de servicio.
- Puntualidad: es la disciplina de estar a tiempo para cumplir nuestras obligaciones.
- Transparencia: conocer todos los detalles de lo que sucede en cada aspecto de los negocios y sus redes empresariales.
- Comunicación abierta: el estado o cualidad de ser franco, abierto y sincero en el habla o la expresión.

1.2.8 Público Objetivo

En 949 buscamos personas que generen valor a través de pensamiento fresco. Somos el soundtrack de los creativos, innovadores y vanguardistas que generan cambios y mueven al mundo. Somos la mente fresca, la que busca, inventa, investiga, la que escucha y la que propone. Más que música una filosofía de vida. La audiencia a la cual Nueve Cuatro Nueve Radio dirige su mensaje se conforma de la siguiente forma:

- Hombres 60% y Mujeres 40%
- Dentro de las edades de 18 a 25 años.
- En un nivel socioeconómico medio. Dentro de la cobertura de su señal FM (Departamento de Guatemala)

1.2.9 Organigrama de la empresa.



Fuente: RCN

Fecha: Febrero 2017

1.3 METODOLOGÍA

1.3.1 Descripción del Método

Método Cualitativo: “La investigación cualitativa se enfoca a comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto” (Roberto, 2010, p.60).

De esta forma se busca conocer a profundidad lo que los participantes dentro de la situación saben o conocen acerca de la problemática, esto por medio de una investigación profunda en cuanto a sus opiniones o experiencias, siendo también un método que es de gran ayuda al momento de no contar con algún tipo de investigación al respecto.

Haciendo hincapié en el carácter empirista de esta metodología, la secuencia seguida en este proceso de investigación puede resumirse en los siguientes puntos:

- Debe llevarse a cabo una etapa de observación y registro de los hechos.
- A continuación se procederá al análisis de lo observado, estableciéndose como consecuencia definiciones claras de cada uno de los conceptos analizados.
- Con posterioridad, se realizará la clasificación de los elementos anteriores.
- La última etapa de este método está dedicada a la formulación de proposiciones científicas o enunciados universales, inferidos del proceso de investigación que se ha llevado a cabo. (Gómez, 2004, p.28)

1.3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección.

“Las principales herramientas del investigador en metodología cualitativa son la observación participante y la entrevista, esto con el análisis de textos y documentación personal y oficial” (Rodríguez y Valldeoriola, 2009, p.70).

Observación: “Marshall y Rossman (como se citó en Flores, 2014) definen la observación como la descripción sistemática de eventos, comportamientos y artefactos en el escenario social elegido para ser estudiado.

Las observaciones facultan al observador a describir situaciones existentes usando los cinco sentidos, proporcionando una fotografía escrita de la situación en estudio.”

“Consiste en la atención cuidadosa a un objeto con el fin de conocerlo. El proceso de la observación no sólo aparece al principio, sino a lo largo de una investigación, y es algo más complejo que el simple ver con atención” (Morán y Alvarado, 2010, p.47).

Díaz (2011). Refiere que existen 2 clases de observación: La observación científica y la no científica.

La diferencia básica entre una y otra está en la intencionalidad ya que la que no es científica no tiene ni intención ni objetivo planteado por lo que no lleva ninguna preparación previa, caso contrario de la observación científica.

La Observación Científica puede dividirse en: Observación No Participante y Participante, la primera es aquella en la cual se recoge la información desde afuera, sin intervenir para nada en el grupo social, hecho o fenómeno investigado por su parte La Observación Participante es cuando para obtener los datos el investigador se incluye en el grupo, hecho o fenómeno observado para conseguir la información “desde adentro”. Es por ello que la observación participante es una de las técnicas privilegiadas por la investigación cualitativa.

De esta manera queda claro el uso de la herramienta de la observación científica participativa dentro del diagnóstico de comunicación del proceso de producción de contenido en los turnos y programas de Nueve Cuatro Nueve Radio, para conocer de primera fuente los factores internos que se hacen funcionar y los que deben de mejorar en dicho proceso.

Entrevista: “Consiste en la interrogación sistemática de individuos a fin de generalizar. Se usa para conocer la opinión de un determinado grupo de personas respecto de un tema que define el investigador” (Morán y Alvarado, 2010, p.47).

Las entrevistas implican que una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas. Su papel es crucial, es una especie de filtro.

El Entrevistador no deberá sesgar o influir en las respuestas, por ejemplo, reservarse de expresar aprobación o desaprobación respecto de las respuestas del entrevistado. Su propósito es lograr que se culmine exitosamente cada entrevista, evitando que decaiga la concentración e interés del participante. Tiene que ser neutral, pero cordial y servicial. Asimismo, es muy importante que transmita a todos los participantes que no hay respuestas correctas o equivocadas. (Roberto, 2010, p.263)

Galan (2009) nos indica que dentro de las entrevistas existen 2 tipos: La Estructurada y No Estructurada, la primera se caracteriza por estar rígidamente estandarizada, se plantean idénticas preguntas y en el mismo orden a cada uno de los participantes, para orientar mejor la entrevista se elabora un formulario que contenga todas las preguntas. Por su parte la entrevista no estructurada es más flexible y abierta, aunque los objetivos de la investigación rigen a las preguntas, su contenido, orden, profundidad y formulación se encuentra por entero en manos del entrevistador.

Esto deja en evidencia que una de las ventajas más notables dentro de la entrevista estructurada es que asegura la elaboración uniforme de las preguntas esto es más fácil de administrar y permite evaluar de manera más objetiva y es mucho más viable en entrevistas pequeñas caso contrario de la entrevista no estructurada que al desarrollarse puede utilizarse negativamente el tiempo, tanto de quien responde como del entrevistador, los entrevistadores pueden introducir sus sesgos en las preguntas o al informar de los resultados, puede recopilarse información extraña ,el análisis y la

interpretación de los resultados pueden ser largos, toma tiempo extra recabar los hechos esenciales.

Es por ello que se decide realizar una entrevista estructurada que permita conocer puntos vitales dentro de las preguntas estipuladas en el cuestionario, las cuales están enfocadas directamente a los productores que son encargados del contenido de sus programas como a los locutores que son los que se encargan directamente de la producción de contenido de sus turnos.

1.3.3 Cronograma del diagnóstico

ACTIVIDAD		CRONOGRAMA																																		
		ENERO														FEBRERO																				
		L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V															
1	Propedéutico del Diagnóstico	1	1	1	1	1										2	2	2	2	2	2	3	3	1	2	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	
2	Monitoreo de turnos y Programas						2	2	2	2	2																									
3	Observación en cabina de 949																																			
4	Elaboración de Instrumentos																					5	6	7	8	9										
5	Asesoría																																			
6	Realización de Encuesta																																			
7	Tabulación y Recolección de Datos						2	2	2	2	2																									
8	Elaboración de Diagnóstico																																			
9	Entrega Diagnóstico																																			

Elaborado por: Marco Bran

1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS.

1.4.1 Ficha de Observación

Registro de Observación	
Fecha	Del 29 de enero al 2 de febrero de 2018
Institución	Radio Corporación Nacional; Estación 949 Radio
Objetivo	Evaluar la comunicación interna dentro de 949 Radio
Situación Observada	El proceso de comunicación para la producción de contenido
Área Observada	Cabina y Área Operativa de 949 Radio.
Tiempo de Observación	5 días
Observador	Epesista Marco Tulio Bran Arriola
Descripción <ul style="list-style-type: none">• El trabajo en equipo no es el óptimo dentro del grupo de locutores.• La manera de producción de contenido varía en cada programa.• Es poca la convivencia grupal con todo el equipo.• Varios no conocen a profundidad el concepto de 949.• Falta de conocimiento de lo que realizan en cada programa entre los colaboradores.• No existe una matriz de contenido para guiar la línea de contenido que se maneja al aire.• No todos los programas tienen productor de contenido.• No se tiene en concreto la manera de transmitir su mensaje en cada turno.• La radio no cuenta con guías para sus colaboradores.	

Elaborado por: Marco Bran

1.4.2 Ficha de Entrevistas

No.	Entrevistado	Puesto	Objetivo	Fecha
1	Luis Molina	Productor de las Noches imperdibles	Conocer sus puntos de vista conforme al proceso de producción de contenido en los diferentes programas.	12 y 13 de febrero
2	Cristian Morales	Locutor de las Noches imperdibles		
3	Juan Pablo Galindo	Productor del Arranca Cerebro		
4	Cristina Cobar	Locutora de del Arranca Cerebro		
5	Michelle Meyer	Locutora de Interactivo		
6	Beatriz del Cid	Locutora de 949		
7	Sergio Ordoñez	Locutor de Ocio		

*** Ver Anexos I y II**

Elaborado por: Marco Bran

1.4.3 Resultado de Entrevistas

Las entrevistas se realizaron a los productores de los programas: Las noches imperdibles de 949 y arranca cerebro, como a sus locutores, al igual que los locutores de los otros turnos de la radio. Estas entrevistas son de carácter cualitativo, para permitir de esta forma obtener resultados medibles en cuanto a la calidad de la información.

De una manera general se buscó conocer la perspectiva comunicacional en cuanto al proceso de producción de contenido, esto desde la perspectiva de los programas que cuentan con un productor dedicado a este aspecto en donde se tomó la muestra tanto del productor como uno de los locutores del programas, como de los turnos en donde los propios locutores son los responsables de la producción del contenido que dan al aire.

La individualidad al momento de la realización de las entrevistas permite una objetividad mayor y confiabilidad en cuanto a los datos obtenidos. Por lo que se puede denotar un problema de comunicación entre cada uno de los locutores y productores de manera colectiva, que podría ser la pauta para encontrar las oportunidades y desarrollarlas más adelante de un plan de comunicación interna enfocado a esta área de operación.

Es por ello que se resalta que el trabajo de un productor de contenido es sumamente importante al momento de tratarse de un programa que involucra más de una persona, esto con el fin de lograr una armonía en lo que se comunica en ese turno.

No obstante al momento de no tener la participación de un productor como tal para el programa, una o más personas pueden tomar el rol y las responsabilidades que debiera de tener un productor.

Cada programa tiene una personalidad que mantener, por lo que con base a los objetivos que busca alcanzar se fija una estructura dentro de su contenido, además la mayoría de las veces esta estructura es planteada por los altos mandos en cuanto a lo que se desea transmitir dentro del mismo concepto de la radio pero adaptado al talento de cada uno de los locutores.

Algunos locutores tienen en claro cómo mantener la estructura más allá de los segmentos que pudieran tener su turno, con base a su conocimiento de la radio, mientras que por otro lado hay quienes podrían mejorar su perspectiva en cuanto a cómo manejar la estructura de su programa.

Cada quien tiene su propia forma de contemplar el contenido que brindará al aire, lo cual enriquece el proceso de producción de contenido en cada uno de los turnos, en su mayoría la información que brindan al aire es información de actualidad que consideran sería relevante en la vida de la audiencia, esto con base al contenido que identifica la radio como, tecnología, actualidad, música entre otras.

Una clara oportunidad dentro de este aspecto podría ser el transformar cada una de las notas para que al momento de brindarlas al aire puedan tener un sello particular de la radio.

El crear contenido se logra al momento de proponer un tema que no es el mismo que está siendo comentado en otros medios, o cuando se puede dar un giro más interesante y con más impacto a la misma nota que está siendo la nota del momento, pero esto solo puede llevarse a cabo al momento que el talento conozca en su totalidad la esencia de la radio.

949 Radio cuenta con un equipo conformado 6 locutores, 2 productores, 1 Productor general y un Gerente de operacione, quienes entre si logran tener una buena relación, sin embargo la comunicación parece ser que puede ser la herramienta que al trabajarla de manera correcta podría beneficiar el trabajo del grupo, debido a que en su totalidad tanto locutores como productores afirman que es necesario tener más reuniones, tener un contacto más personal con cada uno de los compañeros para aumentar el compañerismo y trabajo en equipo, esto traería consigo muchos beneficios dentro del funcionamiento de la radio por la unión de grupo, lo cual brindaría una percepción notable al aire de un equipo unido.

1.4.4 Tablas comparativas y puntos de encuentro.

Acuerdos	Diferencias	Conclusiones
En algunos casos la participación de un productor de contenido dentro de un programa si es necesaria para coordinar varias cosas.	No todos los programas necesitan productor porque cada programa tiene una personalidad diferente.	Es necesario manejar una misma línea para la producción de contenido que se pueda utilizar en todos los turnos.
La selección del contenido que se da al aire es con base a lo más relevante que suceda en el momento.	No se cuenta con una matriz de contenido que pueda servir de base para la creación de contenido.	Es necesario implementar una matriz de contenido que se pueda utilizar en todos los turnos.
Se replica la información de diversas fuentes para la creación de contenido al aire.	No todos los programas crean su propio contenido de manera ajena a alguna fuente en específico.	Se debe determinar la importancia de las fuentes que se utilizan en la creación de contenido.
La mayoría de programas trata de seguir el formato de música, sin embargo no logran cumplirlo siempre.	Muchos de los locutores desconocen por qué se debe de seguir el formato musical.	Se debe de crear consciencia acerca de la importancia el formato musical de la radio.
Todo el equipo desearía que existiera más convivencia con todos locutores de la radio.	No sé tienen reuniones recreativas ni de trabajo con todo el equipo de la radio.	Es necesario demostrar la importancia de la interacción en el trabajo en equipo.
El equipo se siente identificado con lo que la radio transmite.	Varios de los locutores desconocen toda la estructura de marca de 949 radio.	Es necesario crear un material institucional que permita conocer en esencia la radio a sus colaboradores.

1.5 Radiografía de la Institución

1.5.1 Fortalezas	Una audiencia fiel.	Unidad con todo el grupo de locutores que conforma la radio.	Un medio con un mensaje de valores a la juventud.	Gusto por mantener la promesa de marca de la radio.
1.5.2 Oportunidades	Disposición de trabajo en equipo	El talento de los locutores y productores	El apoyo por parte del Dpto. de operaciones.	Aumentar el valor de la marca exponencialmente.
1.5.3 Debilidades	Falta de comunicación en equipo	Falta de interés en mejorar los procesos comunicación.	Falta de reuniones con el equipo	Ausencia de productores de contenido en algunos turnos.
1.5.4 Amenazas	Perder el horizonte del contenido de la radio	Una baja en ventas	Que se perciba al aire un desfase entre cada programa	Tener una baja en audiencia y rating.

Fuente: Marco Bran
 Fecha: Febrero 2018

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

Fortalecimiento del proceso de producción de contenido de los programas de 949 Radio.

2.1 ANTECEDENTES

949 Radio está conformada por 8 locutores: Cristina Cobar, Marco Bran, Michelle Meyer, Sergio Ordoñez, Héctor Aldana, Beatriz del Cid, Hillary Pérez y Cristian Morales, además de 2 productores quienes se encuentran a cargo de la producción del morning show y el late show de la radio ellos son Juan Pablo Galindo y Luis Molina, respectivamente, el equipo está bajo la supervisión del gerente de operaciones Guillermo Velarde.

En 949 radio no se han realizado investigaciones universitarias hasta el momento por lo que no se cuenta con antecedentes comunicacionales dentro de esta área por lo que esta proyecto sería el primero en su clase a realizarse con el staff de 949 radio.

2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.

2.2.1 Objetivo General

- Realizar una estrategia de comunicación interna que permita fortalecer el proceso de producción de contenido en los programas de 949 radio.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Brindar directrices claras para la producción de contenido para los programas.
- Reforzar el trabajo de equipo dentro del grupo de locutores y productores.
- Proporcionar una idea clara de la esencia que la radio maneja en su contenido.

2.3 PÚBLICO OBJETIVO.

El grupo objetivo para la implementación de este plan de comunicación es el equipo que forma parte del staff de locutores y productores de Nueve Cuatro Nueve Radio al igual que el Gerente de Operaciones.

2.4 MENSAJE:

“Contenido pensado y desarrollado para las Mentes Frescas”

Este es el mensaje que traslada directamente el objetivo planteado dentro del plan de comunicación, en donde no quedan dudas sobre la dirección hacia donde se dirige el trabajo de comunicación de esta planificación.

2.5 ESTRATEGIAS

El planteamiento de las diversas estrategias de comunicación a implementarse dentro de Nueve Cuatro Nueve Radio gira en torno a la misma necesidad de fortalecer el proceso de producción de contenido.

Son 3 las estrategias que dan vida a la estructura de trabajo de este plan de comunicación:

- Trabajo en equipo, por medio de una guía y su aplicación.
- Conocimiento de Marca, a través de una guía y su aplicación.
- Proceso de producción de radio, con una guía y su aplicación.

2.6 ACCIONES

Acción 1	
Estrategia a la que responde la acción	Trabajo en equipo, por medio de una guía y su aplicación.
Problema	Falta de conocimiento de las bases del trabajo en equipo idóneo.
Producto	Guía digital de Trabajo en equipo en 949
Objetivo comunicacional	Fortalecer el flujo de comunicación en el trabajo en equipo
Tipo de mensaje	Inductivo
Público Objetivo	Equipo de locutores y productores de 949
Medio de difusión	Digital, correo electrónico.

Elaborado por: Marco Bran

Tabla de contenido de Guía de trabajo en equipo.
<ul style="list-style-type: none"> • Descripción de trabajo en equipo. • ¿Cómo podemos alcanzar el trabajo óptimo en equipo? • 5c's del trabajo en equipo • Claves para potencializar el trabajo en equipo • Evaluación • Agradecimientos.

Elaborado por: Marco Bran

Acción 1.1	
Estrategia a la que responde la acción	Trabajo en equipo, por medio de una guía y su aplicación.
Problema	Falta de conocimiento de las bases del trabajo en equipo idóneo.
Producto	Taller de implementación de guía de trabajo en equipo en 949
Objetivo comunicacional	Fortalecer el flujo de comunicación en el trabajo en equipo
Tipo de mensaje	Inductivo
Público Objetivo	Equipo de locutores y productores de 949
Medio de difusión	Presentación de Guía

Elaborado por: Marco Bran

Programa de Capacitación		
Actividad	Objetivos	Conclusiones
Conociendo al equipo	Que lo participantes logren conocer un poco más de sus compañeros,	Convivencia y Relaciones humanas.
Presentación de la Guía de trabajo en equipo	Explicar la implementación de la guía dentro del equipo de 949.	Concretar conocimientos del trabajo en equipo.
Hora		
	15:00 hrs	
Lugar		
	Sala de Juntas de RCN	
Expositor		
	Marco Bran	
Tema		
	Trabajo en equipo en 949	

Elaborado por: Marco Bran

Acción 2	
Estrategia a la que responde la acción	Conocimiento de Marca, a través de una guía y su aplicación.
Problema	Falta de conocimiento de la esencia de 949 como Marca.
Producto	Guía de Esencia y personalidad de 949 Radio
Objetivo comunicacional	Homogenizar conceptos básicos de la marca.
Tipo de mensaje	Inductivo
Público Objetivo	Equipo de locutores y productores de 949
Medio de difusión	Digital, correo electrónico.

Elaborado por: Marco Bran

Tabla de contenido de Guía de Esencia y Personalidad de 949 Radio.
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es 949 Radio? • ¿Cuál es el concepto de 949 Radio? • ¿Cuál es el objetivo de 949 Radio? • ¿Cuál es la audiencia de 949 Radio? • ¿Cuál es el lenguaje de 949 Radio? • ¿Cuál es la responsabilidad del locutor? • ¿Cuál es el formato de 949 Radio? • ¿Cuál es la importancia de respetar el formato? • ¿Qué espera 949 Radio de su equipo?

Acción 2.2	
Estrategia a la que responde la acción	Conocimiento de Marca, a través de una guía y su aplicación.
Problema	Falta de conocimiento de la esencia de 949 como Marca.
Producto	Taller de implementación de guía de Esencia y Personalidad de 949 Radio.
Objetivo comunicacional	Fortalecer las bases, conceptos y percepción de 949.
Tipo de mensaje	Inductivo
Público Objetivo	Equipo de locutores y productores de 949
Medio de difusión	Presentación de Guía

Elaborado por: Marco Bran

Programa de Capacitación		
Actividad	Objetivos	Conclusiones
¿Qué conoces de 949?	Evidenciar la información que se posee acerca de la Radio.	Convivencia e Interacción.
Presentación de la Guía de Esencia y Personalidad de 949 Radio.	Presentar las bases que fundamentan a 949 Radio.	Concretar y unificar criterios de la personalidad de 949 Radio.
Hora		
	15:00 Horas	
Lugar		
	Sala de Juntas de RCN	
Expositor		
	Marco Bran	
Tema		
	Esencia y Personalidad de 949 Radio.	

Elaborado por: Marco Bran

Acción 3	
Estrategia a la que responde la acción	Proceso de producción de radio, con una guía y su aplicación.
Problema	La descoordinación en el proceso de producción de contenido en los diferentes turnos.
Producto	Guía de Producción de Contenido en 949 Radio.
Objetivo comunicacional	Unificar criterios del contenido que se comparte.
Tipo de mensaje	Inductivo
Público Objetivo	Equipo de locutores y productores de 949
Medio de difusión	Digital, correo electrónico.

Elaborado por: Marco Bran

Tabla de contenido de Guía de Producción de contenido en 949 Radio.

- Descripción de Producción de Contenido
- ¿Cuál es el contenido que maneja 949 Radio?
- ¿Cuál es la finalidad del contenido que maneja 949 Radio?
- Programas de 949 Radio
- Importancia de las fuentes

Acción 3.1

Estrategia a la que responde la acción	Proceso de producción de radio, con una guía y su aplicación.
Problema	La descoordinación en el proceso de producción de contenido en los diferentes turnos.
Producto	Matriz de Contenidos en 949
Objetivo comunicacional	Unificar criterios del contenido que se comparte.
Tipo de mensaje	Inductivo.
Público Objetivo	Equipo de locutores y productores de 949
Medio de difusión	Digital, correo electrónico.

Elaborado por: Marco Bran

Tabla de contenido de Matriz de contenido de 949 Radio.

- Línea base de contenido
- Aspecto de Entretenimiento
- Aspecto Musical
- Aspecto Educativo
- Aspecto de Opinión

Acción 3.2	
Estrategia a la que responde la acción	Proceso de producción de radio, con una guía y su aplicación.
Problema	La descoordinación en el proceso de producción de contenido en los diferentes turnos.
Producto	Taller de Implementación de Guía de Producción de Contenido en 949 Radio.
Objetivo comunicacional	Fortalecer el proceso de producción de contenido.
Tipo de mensaje	Inductivo
Público Objetivo	Equipo de locutores y productores de 949
Medio de difusión	Presentación de Guía

Elaborado por: Marco Bran

Programa de Capacitación		
Actividad	Objetivos.	Conclusiones
¿Conozco mi contenido?	Compartir la percepción del contenido que se comparte en cada programa.	Interacción.
Presentación de la Guía de Producción de contenido.	Presentar los lineamientos correctos para la producción de contenido	Homogenizar una línea de producción de contenido.
Hora	15:00 Horas	
Lugar	Sala de Juntas de RCN	
Expositor	Marco Bran	
Tema	Producción de Contenido	

Elaborado por: Marco Bran

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1 PROYECTO DESARROLLADO

Plan de comunicación interna en el proceso de producción de contenido de 949 radio.

3.1.1 Financiamiento

El desarrollo de este proyecto se llevó a cabo enteramente con los recursos económicos del epesista, esto para cubrir los gastos de desarrollo, la empresa RCN por su parte tuvo a bien la disposición del recurso de espacio, equipo humano y material para poder hacer uso del mismo sin necesidad de realizar algún aporte económico.

3.1.2 Presupuesto

Cantidad.	Detalle	Precio unitario	Total	Financiamiento
1	Asesoría Comunicacional	Q7,000.00	Q7,000.00	Epesista
1	Refacción	Q200.00	Q200.00	Epesista
1	Capacitación de 3 módulos.	Q1,500.00	Q1,500.00	Epesista
3	Creación de Guías digitales de trabajo	Q1,000.00	Q3,000.00	Epesista
3	Impresión de Guías	Q50.00	Q150.00	Epesista
	Recursos (Internet, Gasolina, Parqueos)	Q500.00	Q500.00	Epesista
1	Alquiler de equipo audiovisual	Q600.00	Q600.00	Epesista
TOTAL			Q12,950.00	

Monto	
Financiamiento	
Epesista	Q. 12,950.00
Empresa	--
Patrocinio	--
Total	Q. 12,950.00

Elaborado por: Marco Bran

3.1.3 Beneficiarios

Beneficiarios Primarios	Beneficios
Equipo de Locutores y Productores de 949 Radio	Nuevas guías para la realización de su trabajo.
Beneficiarios Secundarios	Beneficios
Junta Directiva de RCN	Mejoras en las áreas trabajadas dentro de su equipo de colaboradores.
Audiencia de 949 Radio	Percepción de una sincronía dentro del trabajo realizado por el equipo de 949 Radio

Elaborado por: Marco Bran

3.1.4 Recursos Humanos

Nombre	Puesto	Actividad
Marco Bran	Epesista	Diseño de planificación, creación de Guías, Encargado de capacitación.
Lic. Guillermo Velarde	Gerente de Operaciones	Aprobación de Guías y Capacitación.
Luis Molina	Productor en 949 Radio	Apoyo en el desarrollo de las guías.
Beatriz del Cid	Locutora de 949 Radio	Apoyo en el desarrollo de las guías.

Elaborado por: Marco Bran

3.1.5 Área Geográfica de Acción

La locación de la acción de trabajo por parte del Epesista se llevó a cabo en las oficinas de Radio Corporación Nacional, ubicada en la 6ta avenida 0-60, Centro Comercial de la zona 4 torre I, nivel 9, oficina 903.

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

Estrategia 1: Fortalecimiento del trabajo de equipo

Objetivo comunicacional: Potencializar el trabajo realizado en el equipo de locutores y productores de Nueve Cuatro Nueve por medio del proceso de Comunicación interna.

Descripción: Con base en los resultados del diagnóstico de comunicación, se pudo evidenciar claramente que uno de los puntos más importantes a tratar sería el trabajo eficiente en el equipo de personas que conforman a 949 radio.

Primero se realizó una investigación que apuntara a encontrar información importante a transmitir al equipo conforme a la necesidad de mejorar constantemente el trabajo en equipo para lograr así una mejor producción de contenido que es el fin primordial de esta estrategia comunicacional.

Luego de esta investigación se depuro el contenido a tratar con el productor digital Luis Molina para tener en concreto los puntos clave a tratar en el primer módulo de la capacitación al equipo enfocado al trabajo en equipo.

Aunado a ello también se obtuvo la información necesaria para redactar la guía de Trabajo en equipo que fue entregada de manera digital en el primer módulo de la capacitación con el equipo de locutores y productores.

Acciones:

- Desarrollo de presentación para el desarrollo de la capacitación
- Capacitación y taller de trabajo en equipo
- 1 actividad en equipo
- Entrega de la guía digitalizada de la importancia del trabajo en equipo en 949 Radio.



Epesista Marco Bran en reunión con Luis Molina, productor de programa las noches imperdibles, para definir los puntos clave dentro de la guía de Trabajo en equipo. Junio 2018



Portada de Guía de trabajo en equipo realizada por el Epesista Marco Bran. Julio 2018.

VER ANEXO V

Estrategia 2: Conocimiento de la esencia y personalidad de Nueve Cuatro Nueve Radio.

Objetivo comunicacional: Ampliar el conocimiento de la personalidad y esencia que posee Nueve Cuatro Nueve Radio con base a la planificación de la estrategia de Comunicación.

Descripción: Uno de los puntos más importantes para saber cómo realizar de manera adecuada el proceso de producción de contenido es el conocer el significado de la marca 949.

Por ello lo primero que se realizó fue un contacto directo con de Beatriz del Cid, quien es una de las locutoras que más tiempo tiene dentro de esta radio, con quien se pudo realizar un análisis acerca de lo que cada miembro que forma parte del equipo de locutores y productores de esta radio debe conocer para llevar a cabo un mejor proceso de Producción de contenido en cada uno de sus programas.

Segundo se trasladó esa información a una presentación para completar el segundo módulo de la capacitación para el equipo de locutores y productores.

Además de redactar la guía de conocimiento elemental de la esencia de Marca que fue entregada de manera digital en el Segundo módulo de la capacitación con el equipo de locutores y productores.

Acciones:

- Desarrollo de presentación para el desarrollo del taller
- Capacitación de la esencia de Marca
- Interacción con los miembros del equipo
- Entrega de la guía digitalizada de la Esencia y personalidad de 949 Radio.



Epesista Marco Bran en reunión con Beatriz del Cid, locutora de 949 Radio, para definir puntos clave de la Guía de Esencia de Marca. Junio 2018



Portada de Guía Esencia y personalidad de marca realizada por el Epesista Marco Bran. Julio 2018

VER ANEXO VI

Estrategia 3: Guía de Producción de Contenido para los programas de Nueve Cuatro Nueve Radio

Objetivo comunicacional: Presentar un guía que pueda ser usada como base para la producción de contenido en cada uno de los programas de 949 radio.

Descripción: El contenido que se comparte al aire es una de las columnas más importantes en la radio, por lo cual es necesario luego de conocer la relevancia del trabajo en equipo y la esencia de marca trabajar directamente en la manera en que se desarrolla la producción de contenido en cada uno de los programas.

Por lo que primeramente se habló directamente con Luis Molina y Juan Pablo Galindo para tener conciencia de que tomar en cuenta para la creación de una guía de producción de contenido, siendo el la persona más idónea para ello pues es el productor de las Noches Imperdibles, con quien se logró consensuar de las aristas más importantes a tomar en cuenta para realizar esta base.

Para que luego por medio del último módulo de capacitaciones se trasladara la información en una capacitación donde se les hizo entrega de la guía para la producción de contenido.

Acciones:

- Desarrollo de presentación para el desarrollo del taller
- Capacitación de la Guía para la producción de contenido en 949 Radio
- Interacción con los miembros del equipo
- Creación de Matriz de contenido.
- Entrega de la guía digitalizada para la producción de contenido en 949 Radio



Epesista Marco Bran en reunión con Juan Pablo Galindo, productor del programa Arranca Cerebro, para definir puntos clave de la Guía de Producción de Contenido. Junio 2018



Portada de Guía de Producción de Contenido realizada por el Epesista Marco Bran. Julio 2018

VER ANEXO VII



Creación de Matriz de Contenido para 949 Radio por el Epesista Marco Bran. Julio 2018



Epesista Marco Bran Impartiendo capacitación de las nuevas guías de trabajo con el equipo de locutores y productores de 949 Radio. Oficinas de RCN. Julio 2018

3.3 Cronograma de actividades

No.	Actividad	Mayo			Junio				Julio	
		14 / 18	21 / 25	28 / 31	1 / 8	11 / 15	18 / 22	25 / 29	2 / 6	9 / 16
1	Desarrollo del Taller de Fortalecimiento de Trabajo en equipo									
2	Implementación del Taller de Fortalecimiento de Trabajo en equipo									
3	Preparación y desarrollo de la capacitación Esencia de 949 Radio									
4	Implementación de la capacitación Esencia de 949 Radio									
5	Preparación y desarrollo del Taller de Producción de Contenido para los programas de Nueve Cuatro Nueve Radio									
6	Implementación del Taller de Producción de Contenido para los programas de Nueve Cuatro Nueve Radio									
7	Redacción de Lineamientos de Esencia de Marca y Matriz y guía de creación de contenidos									

Elaborado por: Marco Bran

3.4 Control y Seguimiento

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
<p>Fortalecimiento del trabajo de equipo</p>	<p>Para esta estrategia participaron 7 personas del equipo de trabajo de 949 Radio.</p>	<p>“Gracias a la guía de trabajo es más fácil identificar las cualidades de cada miembro del equipo” (Cristina Cóbar)</p> <p>“La guía nos ayudó a integrarnos y a conocernos como equipo” (Michelle Meyer)</p> <p>“Apoyándonos con la guía proporcionada es más fácil distribuir la carga de trabajo” (Juan Galindo)</p>
<p>Conocimiento de la esencia y personalidad de Nueve Cuatro Nueve Radio.</p>	<p>Para el desarrollo de esta actividad se presentaron 7 personas a la implementación.</p>	<p>“Gracias a la guía pude ampliar mi conocimiento de la esencia de 949” (Cristina Cóbar)</p> <p>“Por medio de la guía entrelazamos conocimientos para el trabajo en la programación” (Luis Molina)</p> <p>“La guía me ayudó mi para conocer el producto de donde trabajo para poderlo expresar al aire” (Michelle Meyer)</p>
<p>Producción de Contenido para los programas de Nueve Cuatro Nueve Radio</p>	<p>Para esta estrategia participaron 7 personas del equipo de trabajo de 949 Radio.</p>	<p>“Entre la guía de producción el mayor aporte realizado fue la matriz de contenido” (Juan Galindo)</p> <p>“Es importante saber el tono y forma que usa radio para que todos lo usemos” (Sergio Ordoñez)</p> <p>“Gracias a la nueva guía sabemos de quien estamos hablando para hablarle bien al público” (Luis Molina)</p>

Elaborado por: Marco Bran

CONCLUSIONES

La implementación de este Ejercicio Profesional Supervisado fue una excelente oportunidad para brindar a Nueve Cuatro Nueve Radio las herramientas necesarias para mejorar en aspectos de comunicación interna, por lo que se llegó a las siguientes conclusiones:

- La producción de contenido en 949 Radio puede potencializarse de excelente forma si todo el equipo de productores y locutores trabajan sobre una misma línea.
- Se evidenció la necesidad de la creación de guías de trabajo que permitieran homogenizar el trabajo que se realiza por parte de los productores y locutores en cada programa.
- Se pudo observar que el trabajo en equipo es un factor muy importante que al prestarle la atención necesaria brinda mejores resultados a cada programa y su trabajo en conjunto con otros.
- El conocer más a profundidad la marca de 949 por medio de una guía de trabajo, brindó una visión más grande de lo que como empresa puede alcanzar.
- La producción de contenido es de alto nivel de importancia, ya que es el valor agregado que se le brinda a la audiencia cada día en cada programa.
- Al implementar espacios de trabajo con todo el equipo de 949 Radio mejoró el clima comunicacional interno.

RECOMENDACIONES

A continuación se brindan las siguientes recomendaciones para reforzar el proceso de la estrategia de comunicación desarrollada en 949 Radio:

- Incentivar al equipo de trabajo a aportar más información a las guías presentadas.
- Motivar a crear más espacios de convivencia con el equipo de locutores y productores.
- Brindarle una capacitación con las nuevas guías presentadas a cada nuevo miembro que ingrese a la radio.
- Verificar que las guías sean utilizadas constantemente por los colaboradores para incrementar resultados positivos.
- Se recomienda utilizar el diagnóstico de comunicación como marco de referencia para futuros proyectos de comunicación dentro de la radio.

GLOSARIO

Antecedentes: Circunstancia anterior que sirve para juzgar hechos posteriores.

Audiencia: Público que atiende los programas de radio y televisión.

Comunicación: es la actividad consciente de intercambiar información entre dos o más participantes.

Contenido: Tema o asunto del que se habla o escribe.

Cronograma: representación gráfica para que un conjunto de tareas se lleven a cabo en un tiempo estipulado.

Datos: Información amplia o concreta que permite una deducción o conocimiento exacto.

Departamento: Parte en que se divide un todo para su organización.

Entrevista: Encuentro y conversación entre dos o más personas para tratar un asunto determinado.

Entrevistador: Persona que tiene por profesión realizar entrevistas.

Equipo: Grupo de personas organizado para la realización de una tarea o el logro de un objetivo.

Esencia: Conjunto de características necesarias e imprescindibles para que algo sea lo que es.

Estrategia: Técnica y conjunto de actividades destinadas a conseguir un objetivo.

Estructura: Distribución y orden de las partes importantes que componen un todo.

Gerente: Persona que dirige y administra.

Importancia: Trascendencia, valor de alguien o algo.

Locutor: Persona que habla ante el micrófono en las estaciones de radio.

Mensaje: Conjunto de señales, signos o símbolos que son objeto de una comunicación.

Metodología: Conjunto de métodos utilizados en la investigación científica.

Objetivo: Finalidad de una acción.

Observación: Acción y resultado de observar.

Oportunidad: Momento propicio para algo.

Organigrama: esquema de la organización de una entidad, de una empresa.

Producción: Realización material de un programa de radio.

Productor: Persona con responsabilidad el contenido de un programa.

Publico: Conjunto de personas que participan de unas mismas aficiones

Recursos: Bienes, medios o riqueza.

Respuesta: Reacción ante un estímulo.

Seguimiento: Vigilancia, observación detallada.

Staff: Conjunto de personas que forman parte de un mismo equipo.

Trabajo: Producto de una actividad intelectual.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcázar, L. (enero 2007). Crónicas de un titán. pp. 7 – 35.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). Metodología de la Investigación. México D.F.: McGraw-Hill.
- Rodríguez, D. y Valldeoriola, J. (2009). Metodología de la investigación. Barcelona: Eureka Media, SL.
- Morán, G., y Alvarado Cervantes, D. (2010). Naucalpan de Juárez, Estado de México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Santos, D. (2012). Fundamentos de la Comunicación. México: Red Tercer Milenio S.C.
- Fajardo, G., y Nivia, A. (2016) Relaciones públicas y comunicación organizacional. Colombia: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano
- Díaz, L. (2011) La observación. México, Facultad de Psicología, UNAM

EGRAFÍA

- Gómez López, R. (2004). Evolución científica y metodológica de la economía. Recuperado de: <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/rgl-evol/rgl-metod.pdf>

- Flores, A. (17 diciembre 2014) Observación [Mensaje en un blog]. Recuperado en: <https://prezi.com/heshzebegles/observacion/>

- Diccionario de la Real Academia Española (2017).Glosario. Recuperado de: <http://dle.rae.es>

- Rivera,V. (2017) Diagnostico Organizacional. Recuperado de: <http://www.rppnet.com.ar/diagnosticoorganizacional.htm>

- Zapata,L (2017) Investigaciones [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <https://leliazapata.com/blog/>

- Amador, M. (29 de mayo de 2009) La entrevista en investigación [mensaje en un blog]. Recuperado en: <http://manuelgalan.blogspot.com/2009/05/la-entrevista-en-investigacion.html>

ANEXOS

Anexo I

Modelo de entrevista con Productor



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura –EPSL-



Modelo de Entrevista programas con Productor

1. ¿Cuál es el nombre de tu programa?
2. ¿Él productor tiene el control de lo que sucede en cabina?
3. ¿Cuáles son las atribuciones del productor de contenido?
4. ¿Cómo definen la estructura?
5. ¿Cómo es el proceso de producción de contenido de tu programa?
6. ¿Reflejan el contenido de otras fuentes, crean contenido propio? ¿O Ambas?
7. ¿Con cuánto tiempo planifican los temas a tratar?
8. ¿El contenido se elige bajo común acuerdo o únicamente lo que decide el productor?
9. ¿Los locutores pueden aportar ideas para la producción?
10. ¿Cada cuánto se reúnen para consensuar acerca de los programas?
11. ¿Hay apertura y comprensión en el trabajo de equipo entre locutores y productor? ¿O existe barreras de comunicación?
12. ¿En base a que depuran su contenido?
13. ¿Es necesario juntarnos como 949 más a menudo?
14. ¿Qué mejoras se podrían tomar en cuenta en el proceso de producción de tu programa?
15. ¿Consideras necesario un productor de contenido por programa en 949?
16. ¿Qué sugerencias u observaciones crees que se podrían implementar para la producción de contenido de los demás programas y turnos de 949 radio?

Transcripción de entrevistas a programas con productor

- **Entrevista a Luis Molina, productor de las Noches imperdibles de 949 radio**

¿Cuál es el nombre de tu programa?

Las noches imperdibles de 949 Radio

¿El productor tiene el control de lo que sucede en cabina?

Él debe ser como el director de una orquesta por lo que debe estar presente en la cabina, por supuesto trabajando en equipo pero siempre teniendo en cuenta el mérito del título como productor quien es el encargado de velar porque todo salga de la mejor manera posible.

¿Cuáles son las atribuciones del productor de contenido?

Armar los programas según las 3 horas de programación, según los temas que vayan a tocar y ver la manera en la que van a tratar cada tema y según la coyuntura del momento.

¿Cómo definen la estructura?

El programa está enfocado a ser un night show de entrevistas, es algo que ya estaba definido desde hace tiempo y con base a esa estructura se arma el programa.

¿Cómo es el proceso de producción de contenido de tu programa?

Por medio de una reunión donde se hace un consenso de lo que desean hablar, ya como productor presento los temas para que revisen el guión y lo puedan.

¿Reflejan el contenido de otras fuentes, crean contenido propio? ¿O Ambas?

Es un 80 por ciento de contenido propio, un 15 por ciento de lo que sucede en las redes sociales y el otro 5 por ciento de personas que desean participar en la radio.

¿Con cuánto tiempo planifican los temas a tratar?

Se arman de manera periódica, por lo menos con 15 días para tener los programas armados con tiempo, a menos que se cancele un invitado y se hace un plan de emergencia en base a una nueva búsqueda que corre por mi parte como productor

¿El contenido se elige bajo común acuerdo o únicamente lo que decide el productor?

El contenido se trabaja bajo la colaboración de los 2 locutores con un consenso que se guía por la visión del programa o la radio.

¿Los locutores pueden aportar ideas para la producción?

Si pueden aportar, lo hacen constantemente.

¿Cada cuánto se reúnen para consensuar acerca de los programas?

Por lo menos una vez a la semana o cada 15 días.

¿Hay apertura y comprensión en el trabajo de equipo entre locutores y productor? ¿O existen barreras de comunicación?

Si hay una apertura para escuchar los comentarios de cada uno de los locutores, no hay nada rígido en la comunicación, realmente es un equipo de trabajo.

¿Con base a que depuran su contenido?

Entre los 3 dicen que es lo que aplica o no en cada programa.

¿Es necesario juntarnos como 949 más a menudo?

Sí, sería bueno vernos al menos 1 vez al mes y que la audiencia nos identifique como equipo. Siento muy fundamental que nosotros como 949 nos veamos como equipo, que empieza a las 5 de la mañana y termina a las 9 de la noche.

¿Qué mejoras se podrían tomar en cuenta en el proceso de producción de tu programa?

No tengo una observación al respecto porque hasta el momento nos ha funcionado el estar los 3 en cabina, que el productor esté al lado de los locutores como apoyo, saber cuáles son mis atribuciones dentro del programa.

¿Consideras necesario un productor de contenido por programa en 949?

Sería bueno, si sería bueno tener un productor de contenido

¿Qué sugerencias u observaciones crees que se podrían implementar para la producción de contenido de los demás programas y turnos de 949 radio?

Enfocarnos en que cada programa es diferente y sacar lo mejor de cada uno y saber cuál es la especialidad y tener el concepto al respecto

- **Entrevista a Fantasma, locutor de las Noches imperdibles de 949 radio**

¿Cuál es el nombre de tu programa?

Las noches imperdibles de 949

¿El productor tiene el control de lo que sucede en cabina?

Si porque él es el responsable de seguir la línea editorial que se maneja y no porque hay espacio para la improvisación según se vaya dando cada programa.

¿Cuáles son las atribuciones del productor de contenido?

Es el encargado de ordenar todas las ideas que surgen

¿Cuáles son las atribuciones del equipo de locutores?

Generar contenido, interpretar el guión que nos dan y pasarla bien

¿Cómo definen la estructura?

La estructura la definí yo desde un inicio, basándome en lo que quería transmitir en el programa, que es entretener, educar e informar.

¿Cómo es el proceso de producción de contenido de tu programa?

Participamos todos por medio de una lluvia de ideas, ya sea de forma persona o de whatsapp

¿Reflejan el contenido de otras fuentes, crean contenido propio? ¿O Ambas?

Generamos contenido propio y buscamos otro enfoque al tema de actualidad.

¿Con cuánto tiempo planifican los temas a tratar?

Cada semana nos reunimos para tratar de armar los programas de la semana.

¿El contenido se elige bajo común acuerdo o únicamente lo que decide el productor? El productor normalmente propone pero entre todos decidimos.

¿Los locutores pueden aportar ideas para la producción?

Los 3 tanto Hillary, pato y yo participamos en el proceso creativo.

¿Cada cuánto se reúnen para consensuar acerca de los programas?

Al menos 1 vez por semana

¿Hay apertura y comprensión en el trabajo de equipo entre locutores y productor? ¿O existen barreras de comunicación?

No hay problemas para hablar y decir las cosas ya que al momento que haya que hacer alguna corrección se hace por el bienestar del programa con toda tranquilidad

¿Con base a que depuran su contenido?

Con base a lo que nosotros consideramos relevante según las bases del programa.

¿Es necesario juntarnos como 949 más a menudo?

Si necesitamos tal vez juntarnos una o dos veces al mes, para hacer propuestas con base a la producción de contenido.

¿Qué mejoras se podrían tomar en cuenta en el proceso de producción de tu programa?

Por el momento ninguna, el trabajo de nosotros 3 se ha desenvuelto de la mejor manera

¿Consideras necesario un productor de contenido por programa en 949?

No lo veo necesario, yo decidí que mi programa contará con un productor al momento que iba a tener otro elemento de locución acompañándome como lo es Hillary y para que esa persona en este caso pato se dedicara completamente a este tema.

¿Qué sugerencias u observaciones crees que se podrían implementar para la producción de contenido de los demás programas y turnos de 949 radio?

Tratar de darle un enfoque diferente a los contenidos al aire, para que de esta manera sea el mismo tema del que todos puedan estar hablando, pero se trate de una manera diferente e inteligente al aire.

- **Entrevista a Juan Pablo Galindo, productor del Arranca Cerebro**

¿Cuál es el nombre de tu programa?

Arranca cerebro

¿El productor tiene el control de lo que sucede en cabina?

Debería tener el control de lo que sucede.

¿Cuáles son las atribuciones del productor de contenido?

Coordinar entrevistas, coordinar segmentos, en sintonía de verificar a los invitados y tenerlos confirmados, cargar contenido para que los locutores cada mañana que sea lo más fresco posible y tener el contacto con el dpto. De operaciones para coordinar cualquier actividad que se desee realizar.

¿Cómo definen la estructura?

Va de la mano del productor con el gerente de operaciones y en conjunto del talento de locutores.

¿Cómo es el proceso de producción de contenido de tu programa?

Se realiza una calendarización por medio de un calendario en línea para verificar los espacios y en el caso de contenido por diferentes fuentes ya estandarizadas para el programa.

¿Reflejan el contenido de otras fuentes, crean contenido propio? ¿O Ambas?

Regularmente se utilizan las fuentes, más no se utiliza el texto exacto que ellas tienen.

¿Con cuánto tiempo planifican los temas a tratar?

Con una o dos semanas de antelación.

¿El contenido se elige bajo común acuerdo o únicamente lo que decide el productor?

Según las bases de los segmentos predeterminados, en un consenso mutuo

¿Los locutores pueden aportar ideas para la producción?

Si pueden aportar ideas para la producción de contenido por medio de links o notas que encuentren y determinen que sean relevantes en el programa.

¿Cada cuánto se reúnen para consensuar acerca de los programas?

Son irregulares, aunque sería prudente una vez a la semana o al menos cada 15 días.

¿Hay apertura y comprensión en el trabajo de equipo entre locutores y productor? ¿O existen barreras de comunicación?

Se trata de tener comprensión y apertura en el proceso, sin embargo el principal problema es tiempo para la comunicación.

¿Con base a que depuran su contenido?

Un consenso entre productor y locutores.

¿Es necesario juntarnos como 949 más a menudo?

Ayudaría a tener una mejor armonía como equipo de radio.

¿Qué mejoras se podrían tomar en cuenta en el proceso de producción de tu programa?

Tener habilitadas más fuentes primarias y acceso a mas bases de sonidos y una comunicación directa con el productor de la radio

¿Consideras necesario un productor de contenido por programa en 949?

Sería el ideal para generar mejor contenido y potencializar cada uno de los programas.

¿Qué sugerencias u observaciones crees que se podrían implementar para la producción de contenido de los demás programas y turnos de 949 radio?

Por el momento ninguna.

- **Entrevista a Cristina Cóbar, locutora de Arranca Cerebro.**

¿Cuál es el nombre de tu programa?

Arranca Cerebro.

¿El productor tiene el control de lo que sucede en cabina?

Debería tener el control, aunque en el programa no lo tiene al 100 por ciento porque no está presente en el programa.

¿Cuáles son las atribuciones del productor de contenido?

Realizar el guión, buscar contenido relevante para el programa, encargado de buscar a los invitados

¿Cuáles son las atribuciones del equipo de locutores?

Intentar seguir el guión, dar el contenido, además hacerle saber de los problemas de producción al productor, estar en cabina, revisando redes sociales.

¿Cómo definen la estructura?

El productor nos puso los segmentos y ya nosotros damos la información que él nos pase.

¿Cómo es el proceso de producción de contenido de tu programa?

De vez en cuando tenemos una reunión en donde nos juntamos con el productor para saber lo que podemos hacer en el programa.

¿Reflejan el contenido de otras fuentes, crean contenido propio? ¿O Ambas?

El productor toma el contenido de fuentes de internet.

¿Con cuánto tiempo planifican los temas a tratar?

En algunas ocasiones una o dos semanas de antelación pero no es siempre.

¿El contenido se elige bajo común acuerdo o únicamente lo que decide el productor?

Si podemos aportar ideas, ya luego el productor debe organizar y pedir las autorizaciones necesarias.

¿Los locutores pueden aportar ideas para la producción?

Si aunque no siempre se les da seguimiento necesario para implementarlas, pero en otras ocasiones sí.

¿Cada cuánto se reúnen para consensuar acerca de los programas?

Cada semana o cada 15 días.

¿Hay apertura y comprensión en el trabajo de equipo entre locutores y productor? ¿O existen barreras de comunicación?

Se intenta de comprender un poco de comprensión ya que cada uno tiene un punto de vista diferente y cuesta entenderse por lo mismo, cuesta ceder, puede ser la personalidad de cada uno una barrera.

¿Con base a que depuran su contenido?

En base a nuestro grupo objetivo, según lo que debe de manejar para entretener a la audiencia.

¿Es necesario juntarnos como 949 más a menudo?

Sí, porque sería diferente si todos nos uniéramos y conocer lo que los demás hacen y tratar de llevar una misma línea de todos los programas.

¿Qué mejoras se podrían tomar en cuenta en el proceso de producción de tu programa?

Que el productor nos escuche en una reunión para tomar en cuenta nuestras sugerencias, con base a lo que nosotros consideramos que debe de implementarse.

¿Consideras necesario un productor de contenido por programa en 949?

Si se requiere un contenido más elevado, pero normalmente uno puede ser su propio productor, pero sería bonito apoyarnos unos con otros.

¿Qué sugerencias u observaciones crees que se podrían implementar para la producción de contenido de los demás programas y turnos de 949 radio?

El estar al día con tendencias

Anexo II

Modelo de entrevista sin Productor



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

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura –EPSL



Modelo de Entrevista programas sin Productor

1. ¿Cómo es tu proceso de producción de contenido?
2. ¿Qué características consideras que debe tener una persona en la producción de contenido?
3. ¿Con cuánto tiempo de antesala planificas lo que deseas hablar durante tus turnos?
4. ¿Cómo depuras tu contenido?
5. ¿Crees que el juntarnos más como equipo puede ayudar en temas de producción y calidad al aire?
6. ¿Consideras que es necesario un productor de contenido para cada turno de 949 radio o estás de acuerdo en tener el control de toda la producción de tu contenido?
7. ¿Qué sugerencias u observaciones tienes para la producción de contenido de los demás programas y turnos de 949 radio?

Transcripción de entrevistas a programas con productor

- **Entrevista a Beatriz del Cid, locutora de 949 radio**

¿Cómo es tu proceso de producción de contenido?

Es bastante orgánico, es algo que cobre relevancia durante el día sin tratar temas que ya fueron vistos durante el día para no repetir contenidos, por noticias que encuentro, mejor si son portales de noticias en inglés porque son noticias más rápidos, y lo que vaya pidiendo la gente.

Y que el contenido no sea solamente el reflejo de un medio de noticias, sino interpretar lo sucedió con mis palabras.

¿Qué características consideras que debe tener una persona en la producción de contenido?

Alguien que tenga claro lo que la radio es, que pueda brindar contenido que te haga cuestionar un poco.

¿Con cuánto tiempo de antesala planificas lo que deseas hablar durante tus turnos?

En base al día.

¿Cómo depuras tu contenido?

Conociendo muy bien la personalidad de la radio y de la audiencia para saber que le puede gustar y que no. Y de lo que yo sé o me gusta manejar. Pero no dar CHISMES.

¿Crees que el juntarnos más como equipo puede ayudar en temas de producción y calidad al aire?

Si porque no importa lo que hagas la comunicación es vital para el desarrollo en la unidad.

¿Consideras que es necesario un productor de contenido para cada turno de 949 radio o estás de acuerdo en tener el control de toda la producción de tu contenido?

No, es cuestión de costumbre porque según mi experiencia estoy acostumbrada a trabajar con mis ritmos y me gusta mantener lo espontáneo. Pero si me pones alguien podemos probar pero la dinámica tiene que ser de mucha confianza y química.

¿Qué sugerencias u observaciones tienes para la producción de contenido de los demás programas y turnos de 949 radio?

Confianza y el resultado de mesas de trabajo en donde existan lluvias de ideas con retroalimentación.

Entrevista a Michelle Meyer, locutora de 949 radio

¿Cómo es tu proceso de producción de contenido?

Lo elijo dependiendo de los segmentos que tenga en el día o la semana, voy seleccionando el material para cada uno de ellos, mitad contenido que doy al aire y mitad contenido que el público genera.

¿Qué características consideras que debe tener una persona en la producción de contenido?

Que sea una persona que conozca a la perfección el concepto de la radio.

¿Con cuánto tiempo de antesala planificas lo que deseas hablar durante tus turnos?

En base al día.

¿Cómo depuras tu contenido?

En base a lo que necesito por segmento.

¿Crees que el juntarnos más como equipo puede ayudar en temas de producción y calidad al aire?

Nos falta más comunicación más frecuente. Para platicar de que puede funcionar en cada programa.

¿Consideras que es necesario un productor de contenido para cada turno de 949 radio o estás de acuerdo en tener el control de toda la producción de tu contenido?

Sería necesario porque serviría muchísimo, para que todos llevemos la misma línea de pensamiento que tiene la radio

¿Qué sugerencias u observaciones tienes para la producción de contenido de los demás programas y turnos de 949 radio?

Sería fundamental tener reuniones y sentarnos a platicar que se necesita o que se puede implementar.

Entrevista a Sergio Ordoñez, locutor de 949 radio

¿Cómo es tu proceso de producción de contenido?

Nos reunimos una vez o dos veces al mes planeamos de todo lo que vamos a hablar y nos dividimos las secciones de las que vamos a hablar.

¿Qué características consideras que debe tener una persona en la producción de contenido?

Debería ser un comunicador como tal, saber de lo que tratará el programa.

¿Con cuánto tiempo de antesala planificas lo que deseas hablar durante tus turnos?

Al menos con una o dos semanas de planificación.

¿Cómo depuras tu contenido?

Dependiendo lo que necesitan por día en los temas que se deciden tratar.

¿Crees que el juntarnos más como equipo puede ayudar en temas de producción y calidad al aire?

Si porque es necesario mejorar la comunicación no solamente en temas de trabajo sino fuera de la radio para que las cosas fluyan de mejor manera.

¿Consideras que es necesario un productor de contenido para cada turno de 949 radio o estás de acuerdo en tener el control de toda la producción de tu contenido?

Definitivamente si, se necesita uno para cada programa, porque hay una línea que no todos seguimos.

¿Qué sugerencias u observaciones tienes para la producción de contenido de los demás programas y turnos de 949 radio?

Ver el apoyo para el desarrollo y mantenimiento de segmentos de programas que no cuentan con un productor.

Anexo III

Fotografías



Implementación de las nuevas guías de trabajo con los productores y locutores de 949 radio. Sala de Ventas RCN. Julio 2018

Epesista Marco Bran con Locutora Michelle Meyer verificando Matriz de Contenido. Cabina de 949 Radio. Julio 2018





Epesista Marco Bran en entrega de Nuevas guías de trabajo con el Gerente de Operaciones Guillermo Velarde. Oficinas RCN. Julio 2018



Epesista Marco Bran en implementación de las nuevas guías de trabajo con los productores y locutores de 949 radio. Sala de Ventas RCN. Julio 2018

Anexo IV

Registro de asistencia a capacitaciones



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



Asistencia

Nombre	Trabajo en Equipo	Esencia de 949	Producción de Contenido
Cristina Cobar			
Juan Pablo Galindo			
Michelle Meyer			
Sergio Ordoñez			
Hector Aldana			
Beatriz del Cid			
Luis Molina			
Hillary Perez			
Fantasma			

ANEXO V

Guía de trabajo en equipo para 949 Radio

Guía de
TRABAJO EN EQUIPO EN 949 RADIO



Guía de
TRABAJO EN EQUIPO 

No es casualidad que formemos parte de un mismo equipo de trabajo, es gracias a nuestras **habilidades** en conjunto que podemos realizar una buena labor.

Es por ello lo importante de buscar constantemente mejoras dentro de esa dinámica grupal para alcanzar **mejores resultados**.

Marco Bran




Guía de
TRABAJO EN EQUIPO 

Podemos definir el **trabajo en equipo** como una acción individual de manera dirigida, que busca alcanzar objetivos en común con un grupo de trabajo.

Se basa en la **cooperación** de cada miembro del equipo que desde su área de trabajo aporta todos sus recursos personales para lograr el **objetivo en común**.





Guía de
TRABAJO EN EQUIPO 

¿Cómo podemos alcanzar un trabajo en equipo óptimo?

La unión hace la fuerza es por ello que hay que estar consciente de lo que cada miembro del grupo ofrece y esto puede ser tomado en cuenta por medio del cumplimiento de las "5C"

1. Complementariedad, que el equipo es fuerte gracias a que se complementa con las cualidades que cada uno posee, cada quien tiene algo que ofrecer.



Guía de
TRABAJO EN EQUIPO



2. **Coordinación**, No olvidar procesos, saber quién está a cargo de qué para actuar correctamente.
3. **Comunicación**, es vital el mantener comunicación constante en lo que se hace y planifica para tener una buena sincronía.
4. **Confianza**, en lo que los demás hacen y en poder brindarla cuando alguien más desea hacer o expresar algo.
5. **Compromiso**, ponerse la camiseta y comprometerse a ser y dar lo mejor en cada momento.



Guía de
TRABAJO EN EQUIPO



Potencializemos el trabajo en equipo con las siguientes claves:

Conocimiento: El conocerme a mí, lo que yo ofrezco al equipo y lo que el resto de compañeros hace por el grupo, es un ejercicio constante.

Disfrutar: de los puntos de encuentro y diferencias con los demás, esto es lo que enriquece al grupo.



Guía de
TRABAJO EN EQUIPO



Interacción: el buscar espacios de conversación o actividades donde se pueda convivir en grupo es vital para el crecimiento del equipo.

Ideas: si hay una idea en tu mente ¡COMPARTILA! Esa idea por más loca que pueda parecer, podría ser un excelente plan.

Amar lo que haces: algo que probablemente se manifiesta todos los días, pero que nunca debe de pasar desapercibido.



Guía de
TRABAJO EN EQUIPO



Evaluación

La búsqueda de implementar una guía de trabajo en equipo gira en torno a alcanzar mejoras en el trabajo realizado y luego de seguir las recomendaciones es necesario realizar un análisis, de manera personal y grupal para así intercambiar opiniones y evaluar el avance dentro del trabajo.

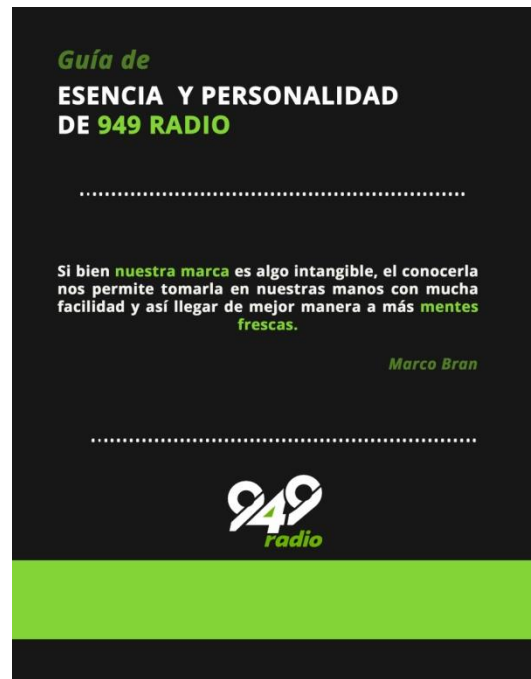
"El equipo llegará tan alto como el equipo quiera llegar."





ANEXO VI

Guía de Esencia y personalidad de 949 Radio



Guía de
**ESENCIA Y PERSONALIDAD
DE 949 RADIO**

.....
¿Qué es 949?

Es un medio de comunicación radial que atiende su responsabilidad social con contenido inteligente de una manera honesta.



Guía de
**ESENCIA Y PERSONALIDAD
DE 949 RADIO**

.....
¿Qué es la frescura mental?

Es la esencia de 949, es un concepto que nace haciendo alusión a la **música más nueva** y que luego se extiende a ser una invitación más amplia hacia la audiencia de 949 para descubrir el **lado fresco de la mente**, que es una manera consecuente de pensar y vivir, que busca crear cosas de valor y que te permita hacerte cargo de tu propia vida al hacer las cosas bien en búsqueda de **consecuencias positivas**.



Guía de
**ESENCIA Y PERSONALIDAD
DE 949 RADIO**

.....
¿Cuál es nuestro objetivo?

Generar entretenimiento **con valor**, conocimiento y responsabilidad, despertando el deseo de experimentar la vida de una **mente fresca**.



Guía de
**ESENCIA Y PERSONALIDAD
DE 949 RADIO**

.....
Nuestra audiencia

Nuestro público objetivo son personas de 18 a 25 años, pero nuestro mensaje hace la **invitación** a todo aquel que se sienta una mente fresca, por lo mismo no hacemos **ninguna distinción** entre género, edad, ideología, credo.



Guía de
**ESENCIA Y PERSONALIDAD
DE 949 RADIO**

Nuestro lenguaje

El lenguaje que maneja 949 es en **tono relajado** y juvenil, que normalmente se expresa de vos, que no busca ser gracioso sino amigable y natural, que refleje la **verdadera personalidad** del locutor.



Guía de
**ESENCIA Y PERSONALIDAD
DE 949 RADIO**

La responsabilidad del locutor.

La responsabilidad radica en la conciencia que cada locutor tiene al momento de abrir un micrófono, sabiendo que el mensaje que da al aire **puede influir** a alguien y esto debiera ser de **manera positiva**, por ello es importante la empatía para entender que no existe una sola realidad y **no emitir juicios de valor**.



Guía de
**ESENCIA Y PERSONALIDAD
DE 949 RADIO**

Nuestro formato

La promesa de música que da 949 es lo **más nuevo** de los géneros populares en inglés, es por ello que somos una radio de Hits contemporáneos y esto es lo que cumple una de las partes importantes de ser una radio fresca, **no hacemos hits**, programamos canciones nuevas.



Guía de
**ESENCIA Y PERSONALIDAD
DE 949 RADIO**

¿Por qué es importante respetar el formato?

Porque el formato **es la personalidad musical** de 949 y es una herramienta que existe para facilitar el trabajo y **comunicar musicalmente** quienes somos.



Guía de
**ESENCIA Y PERSONALIDAD
DE 949 RADIO**

.....
¿Qué espera 949 de nosotros?

Que **conozcamos el producto**, la marca, la radio y lo representemos de la mejor manera tanto al aire como en nuestra manera de vivir, que la experiencia de ser una mente fresca sea algo que esté **presente en nuestras vidas**.



AGRADECIMIENTOS

.....
El presente documento fue realizado como parte del trabajo de EPS de Marco Bran y contó la colaboración en información de:

Beatriz del Cid

El Fantasma

Luis Molina

Juan Pablo Galindo



ANEXO VII

Guía de producción de contenido en 949 radio

Guía de
**PRODUCCIÓN DE
CONTENIDO EN
949 RADIO**



Guía de
**Producción de Contenido
en 949 RADIO**

.....
La producción de contenido es el **valor agregado** que damos a las personas **todos los días**.

Luis Molina.



Guía de
Producción de Contenido
en 949 RADIO

Nuestro contenido

El **contenido** que se maneja al aire es uno de nuestros más **grandes diferenciales**. Es por ello que nuestra columna vertebral de contenido son las **tendencias** que sean **afines a nuestro público**, que giran en torno a tecnología, música y actualidad.



Guía de
Producción de Contenido
en 949 RADIO

¿Qué buscamos con el contenido al aire?

Generar criterio u opinión, en ningún momento es nuestra finalidad decirle a la audiencia que debe hacer o cómo debe de pensar, es por ello la importancia de manejar nuestro contenido con **objetividad**.



Guía de
Producción de Contenido
en 949 RADIO

Tono y forma de comunicación.

La **personalidad** de 949 debe **reflejarse** en la manera de expresar y compartir una nota, que al igual que nuestro lenguaje es **relajada y juvenil**. Es por ello que antes de compartir una nota es de suma importancia leerla con anterioridad, para darla al aire en forma de comentario, de **manera natural** y no en tono informativo.



Guía de
Producción de Contenido
en 949 RADIO

Programas

Cada programa emitido en 949 tiene una **personalidad propia**, que va de la mano de la esencia de 949, el definir los aspectos que conforman cada programa es **responsabilidad de cada locutor** y el compartir esta información con los demás turnos permite brindar un mejor trabajo en equipo.



Guía de
**Producción de Contenido
en 949 RADIO**

Importancia de las Fuentes

Es de carácter **obligatorio** por cada uno de los locutores el **compartir las fuentes** de información que utilizan para las notas que dan al aire, de esta manera se puede alimentar las notas de la página web y así brindar una **experiencia completa** a la audiencia entre el contenido que escucha al aire en el **sitio web**.



AGRADECIMIENTOS

El presente documento fue realizado como parte del trabajo de EPS de Marco Bran y contó la colaboración en información de:

Beatriz del Cid

El Fantasma

Luis Molina

Juan Pablo Galindo



Anexo VIII

Ficha de Registro de Horas de EPS



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2018



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Marco Tulio Bran Arriola
No. Carné y DPI: 201115044 - 2335891710101
Jefe o Encargado (a): Licenciado Guillermo Velarde
Institución o Empresa: Radio Corporación Nacional
Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS					Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	
1	Del: 14 / Al: 18	Mayo	5	5	6	7	7	30
2	Del: 21 / Al: 25	Mayo	5	5	6	7	7	30
3	Del: 28 / Al: 1	Mayo /Junio	5	5	6	7	7	30
4	Del: 4 / Al: 8	Junio	5	5	6	7	7	30
5	Del: 11 / Al: 15	Junio	5	5	6	7	7	30
6	Del: 18 / Al: 22	Junio	5	5	6	7	7	30
7	Del: 25 / Al: 29	Junio	5	5	6	7	7	30
8	Del: 9 / Al: 13	Julio	5	5	6	7	7	30
9	Del: 16 / Al: 20	Julio	5	5	6	7	7	30
10	Del: 23 / Al: 27	Julio	5	5	6	7	7	30
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA ACUMULADAS								300 hrs.

(f)

Lic. Guillermo Velarde
RCN
Porque por la radio

(f)

Lic. Fernando Flores - Supervisor EPSL