

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



“FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN SOCIAL DE RADIO ATMOSFERA 96.5”

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Alexis Rey Fernando García Hernández

Carné: 200811217

Previo a optar el título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Octubre de 2019

Consejo Directivo:

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

Representantes Estudiantiles:

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representantes de Egresados:

M.A Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos



El primer grupo multimedia en Guatemala
4a calle 6-84 zona 13
PBX: (502) 2421 5353

Guatemala, 09 de septiembre de 2019

M.A. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el estudiante epesista **Alexis Rey Fernando García Hernández** con número de carné: **200811217** 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 **Radio Atmosfera 96.5** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica, comprendidas del **10 de Junio** al **09 de Agosto** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: **"Fortalecimiento de la Imagen Social de Radio Atmosfera 96.5"** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **Emisoras Unidas de Guatemala.**

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del (la) 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,

María Egeenia Roca de Cifuentes
Directora de Recursos Humanos



Radios - Digital - Outdoors - Impresos gratuitos - BTL





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



Guatemala, 7 de octubre de 2019

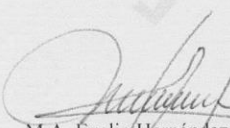
Estudiante
Alexis Rey Fernando Garcia Hernández
Carné: 200811217
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC


De mi consideración:


Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título: **"FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN SOCIAL DE RADIO ATMOSFERA 96.5"**. El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

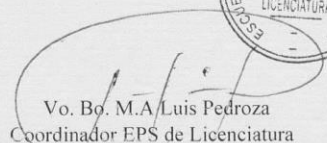
Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del informe final del EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


M.A. Evelyn Hernández
Supervisor EPS de Licenciatura




Vo. Bo. M.A Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura



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

DEDICATORIA

- A DIOS:** Por permitirme llegar a este momento.
- MI MADRE:** Enriqueta Hernández, por acompañarme a lo largo de este camino, ser mi apoyo, educarme con buenos principios y alentarme todo el tiempo a alcanzar este logro y porque no hay un solo momento en toda mi vida que usted no haya estado ahí, para ayudarme a salir adelante. Este logro es por y para usted madre.
- A MI HERMANO:** Edgar García, porque nos hemos apoyado el uno al otro y lo seguiremos haciendo siempre que podamos.
- A MIS SOBRINOS:** Raulito y Valeria, para que de alguna manera esto pueda servirles de ejemplo, de que con esfuerzo y dedicación puedan alcanzar sus metas.
- A MI FAMILIA:** Abuelita, tías, tíos y primos, porque de alguna manera a lo largo de mi vida y mi carrera estudiantil colaboraron para que hoy pueda llegar a este momento y alcanzar mi meta.

Y dedico de una manera muy especial este logro a mi padre Edgar Salvador García Morales Q.E.D., porque con mucho esfuerzo y sacrificio nos dio a mi hermano y a mí, educación académica y aunque ahora ya no esté con nosotros para celebrar este logro, es gracias al apoyo y ejemplo que me brindó, que hoy puedo culminar esta etapa y sé que estaría muy orgulloso de verme alcanzar esta meta. A usted papá, donde quiera que esté, este logro es para usted.

AGRADECIMIENTOS

A la tricentenaria **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, por ser mi alma mater y formarme profesionalmente, por enseñarme experiencias de vida invaluable a lo largo y ancho de sus edificios y aulas llenas de historia.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, por ser la unidad académica donde empecé a cumplir mi sueño de trabajar en medios de comunicación, aquí pude forjar las bases de mi vida profesional.

A la **M.S. EVELIN HERNÁNDEZ**, por su asesoría y apoyo académico a lo largo del desarrollo de mi proyecto de EPS.

A la **LIC. LESLIE PÉREZ**, por brindarme su amistad desde hace varios años, ayudarme y apoyarme en mi proyecto.

A **GRUPO EMI SORAS UNIDAS DE GUATEMALA**, por brindarme la oportunidad de realizar mi Ejercicio Profesional Supervisado en sus instalaciones, específicamente en **RADIO ATMOSFERA 96.5**.

A **MI FAMILIA Y AMIGOS**, porque cada uno a su modo y manera, aportó algo que me fue de mucha ayuda en determinadas etapas de mi vida académica y porque son parte importante de mi vida personal.

Índice

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 Específico.....	1
1.2. LA INSTITUCIÓN – RADIO ATMOSFERA 96.5	1
1.2.1. Ubicación Geográfica	1
1.2.2. Integración y Alianzas estratégicas	1
1.2.3. Antecedentes	2
1.2.4. Departamentos	3
1.2.5. Misión.....	4
1.2.6. Visión	5
1.2.7. Objetivos institucionales.....	5
1.2.8. Público Objetivo.....	5
1.2.9. Organigrama	6
1.3. METODOLOGÍA	7
1.3.1. Descripción del método	7

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección	7
1.3.3. Cronograma del diagnóstico	8
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	9
1.4.1. Gráficas e interpretación de encuestas	9
1.4.2. Fichas de entrevistas.....	24
1.4.3. Resultados de las entrevistas.....	24
1.4.4. Tablas comparativas	25
1.4.5. Resultados de la observación	27
1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	28
1.5.1. Fortalezas	28
1.5.2. Oportunidades	28
1.5.3. Debilidades	28
1.5.4. Amenazas.....	28
CAPÍTULO II	
2. PLAN DE COMUNICACIÓN	29
2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	29
2.2. OBJETIVOS COMUNICACIONALES.....	30
2.2.1 Objetivo General.....	30
2.2.2 Objetivos Específicos	30
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	30
2.4. MENSAJE	30
2.5. ESTRATEGIAS	31
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	32

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	44
3.1 PROYECTO DESARROLLADO	44
3.1.1. Financiamiento	44
3.1.2. Presupuesto.....	45
3.1.3 Beneficiarios.....	46
3.1.4 Recursos Humanos	47
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción	48
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	48
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	59
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	60
CONCLUSIONES	65
RECOMENDACIONES	66
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	67
BIBLIOGRAFÍA E GRAFÍA	69
E GRAFIA	70
ANEXOS.....	71

Resumen

Nombre de la Institución: Radio Atmosfera 96.5

Nombre del Proyecto: “Fortalecimiento de la imagen social de Radio Atmosfera 96.5”

Objetivos del proyecto:

General:

- Fortalecer la comunicación externa y la imagen social de Radio Atmosfera 96.5.

Específicos:

- Abrir un espacio de expresión académica, cultural y de servicio social en la programación de Radio Atmosfera 96.5.
- Crear plataformas digitales en redes sociales.
- Diseñar imagen para redes sociales.
- Generar conciencia social en el público objetivo.

Sinopsis del proyecto:

La juventud guatemalteca necesita espacios para participar activamente en el entorno social en el que se desenvuelve, por esta razón conviene darle la importancia que merece, a este tema, y en este documento se presenta, el Ejercicio Profesional Supervisado realizado, que se centra en la necesidad de incluir un espacio para la participación juvenil y de difusión de contenido cultural, académico y social, en la programación de Radio Atmosfera 96.5.

Durante la lectura de este informe podrá tener un acercamiento al proceso de creación e implementación de un programa radial y su respectiva plataforma digital, en la programación de la emisora y las acciones correspondientes que permitieron finalizar de forma satisfactoria el proceso iniciado en febrero de 2019, aportando contenido que sume a la sociedad guatemalteca, especialmente a la comunidad universitaria.

Introducción

En este informe, que corresponde al Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se llevaron a cabo tres etapas de trabajo, se inició con el respectivo diagnóstico comunicacional que sentó las bases de todo lo trabajado, porque fue gracias a este paso que se pudieron recabar los datos generales de Radio Atmosfera 96.5, desde la historia y desarrollo de las operaciones de la institución, hasta las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de la comunicación externa que posee, y por supuesto las necesidades que nos debíamos proponer solventar en las etapas siguientes, la etapa de planificación seguida de la etapa de ejecución del plan mediante las acciones que se establecieron.

Para dicho propósito, se diagnosticó a la institución para establecer los aspectos ya mencionamos y determinar las condiciones actuales de la imagen social que posee el medio de comunicación ante su audiencia, tanto al aire, en las transmisiones en vivo, como en el área digital. Siendo el principal foco de estudio la parrilla de programación y el contenido de la emisora, ya que juntos son, el producto final que recibe la audiencia, y que hasta ese entonces carecía de sentido social, y de contenido de fondo, pero después de realizar las acciones correspondientes se logró nutrir el contenido transmitido y aportar información de valor a la audiencia

Para fundamentar los resultados expuestos en este trabajo, se implementó el método científico, la investigación mixta o híbrida, utilizando como herramientas la observación, entrevistas y encuestas, aplicando análisis y procesos estadísticos a los datos obtenidos. El fin fundamental del plan ejecutado en Radio Atmosfera 96.5, era aportar soluciones al problema comunicacional en la comunicación e imagen externa mediante el contenido transmitido de la estación radial.

Justificación

A través de la primera fase del ejercicio profesional supervisado y los datos recabados en el diagnóstico comunicacional realizado, se estableció por parte del epesista hacer la propuesta de un plan que condujera a la solución de los problemas detectados en la etapa inicial, dichos problemas coartaban la plena difusión de contenido de fondo (académico, social, cultural) a través de la programación de la emisora. Por consiguiente, para solventar esa carencia en la parrilla de programación, se estudió la mejor manera de sufragar esas deficiencias, proponiendo a la dirección de la radio abrir un espacio al aire, para generar una mejor imagen social en la audiencia de la estación, ya que hoy por hoy formar parte activa, positiva y propositiva en el plano social del país, es muy importante para la juventud. Y precisamente los jóvenes son el público objetivo de la institución. Sin dejar de lado la tecnología también se propuso implementar una plataforma digital para apoyar dichos contenidos. Es por eso que con dedicación y apoyo por parte de los colaboradores de Radio Atmosfera 96.5, se pudieron materializar las estrategias y propuestas requeridas, para la obtención los resultados que se presentan a continuación.

Capítulo I

1. Diagnóstico

1.1. Objetivos

1.1.1. Objetivo general:

- Realizar un diagnóstico para identificar deficiencias en la comunicación y difusión de contenido cultural y educativo universitario en Radio Atmosfera 96.5.

1.1.2. Objetivos específicos:

- Determinar las barreras comunicacionales y de contenidos en la parrilla de programación.
- Proponer un plan de comunicación para la difusión de contenido cultural y académico en Radio Atmósfera.

1.2. Institución

Emisoras Unidas de Guatemala S.A.

1.2.1. Ubicación Geográfica

4ta calle 6-84 Zona 13, Ciudad de Guatemala.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

No se proporcionó información al respecto por parte de la institución.

1.2.3. Antecedentes e Historia

En 1964 Emisoras Unidas de Guatemala comienza su transmisión con cinco estaciones departamentales. Durante la década de los setenta se incorpora a Emisoras Unidas, Radio Fabulosa y se le denomina “Fabucadena de Emisoras Unidas”, la primera cadena a nivel nacional, cuyo nombre cambia después al actual de Emisoras Unidas y radio Fabulosa es sustituida por la actual frecuencia 89.7.

Como parte de la parrilla de programación nace Patrullaje Informativo, el primer noticiero moderno de la radio, que permanece al aire. Con el nombre de Grupo Emisoras Unidas se incorporan YoSiSideral 90.1, Kiss Fm 97.7, La Grande 99.3, Atmósfera 96.5, Fabuestereo 88.1 y Emisoras Unidas 89.7 y 39 estaciones departamentales.

Fue el primer grupo radial en hacer enlace satelital a nivel nacional, realizar transmisiones desde fuera de Guatemala y llevar la señal de radio a internet.

En 2007 forma EU Digital con el objetivo de adaptarse a la era digital, se encarga del manejo de la página web, las redes sociales, los móviles, y las campañas digitales y comerciales del Grupo.

En 2010 adquiere Grupo imagines, que cuenta con cinco diferentes formatos de Publicidad Exterior.

En 2011 lanza Publinews, el primer diario gratuito de Centro América con distribución masiva.

Grupo Emisoras Unidas ha evolucionado hasta convertirse en un Conglomerado de Medios de Comunicación Masivos, que en la actualidad comprende medios digitales, prensa escrita, publicidad exterior y, por supuesto, la radio.

Grupo Emisoras Unidas cuenta con 6 formatos radiales para cada nivel socioeconómico y edad. Además, posee tres cadenas radiales en el top 10 de radios con mayor audiencia a nivel nacional.

Atmósfera 95.5 es la radio del Grupo que se dirige al segmento más joven de la población con cobertura en el área metropolitana y una audiencia de 275 mil jóvenes, es líder en el formato de programación.

Con 54 años desde su fundación, los medios de comunicación de Grupo Emisoras Unidas de Guatemala alcanzan a 6 millones de personas.

Estos medios de comunicación hacen de Grupo Emisoras Unidas el primer grupo de medios del país y líder del mercado nacional (“Topbrands Guatemala”, 2016).

1.2.4. Departamentos o Dependencias.

- En las oficinas de Grupo Emisoras Unidas ubicadas en la Zona 13 capitalina las operaciones se distribuyen de la siguiente manera:
- Junta Directiva: Toma las decisiones importantes de la empresa. Gerencia General: Aquí se lideran y se coordinan todas las funciones de los diferentes departamentos y se distribuyen los recursos de la empresa.
- Dirección Comercial: En este departamento se organiza y controla todas las actividades comerciales y de ventas de la empresa.

- Dirección de Operaciones: Este departamento se encarga de todas las actividades que le dan funcionamiento a la empresa y estas estén a la vanguardia de los procesos y tecnologías más modernas.
- Dirección Financiera: En este departamento se realizan todas las operaciones financieras de la empresa, entrada y salida de fondos, que después son supervisadas por la Gerencia General.
- Dirección de Noticias: Este departamento vela toda la información noticiosa que se transmite al aire.
- Dirección de Deportes: Es el encargado de toda la información deportiva y de las transmisiones en vivo de los eventos deportivos que cubre la empresa.
- Dirección de RRHH: Esta área es la encargada de, reclutar, inducir e incorporar al nuevo personal, velar por los beneficios y capacitaciones de los trabajadores, también motivar y evaluar el desempeño de los colaboradores.
- Dirección Digital: Aquí se manejan todos los medios digitales de la empresa, páginas web, redes sociales, transmisiones en vivo y la parte gráfica de la institución.
- Departamento Técnico: Son los encargados de velar por el buen funcionamiento de todo el equipo que se utiliza para las transmisiones y el desempeño de todas las actividades que realiza la empresa.

1.2.5. Misión

Nuestro compromiso es informar, entretener e innovar con responsabilidad, profesionalismo y excelencia.

1.2.6. Visión

Ser el grupo de medios de comunicación líder e influyente, que logre la preferencia y lealtad de uno de cada dos centroamericanos, así como ser el lugar de trabajo en donde sus colaboradores realicen sus sueños.

1.2.7. Objetivos institucionales

- Superar las expectativas de sus clientes, oyentes y colaboradores, trabajando de una forma innovadora, con valores, orientados a las personas.
- Impactar a todas las personas que tienen alguna relación con nuestra organización.
- Lograr ser pioneros en adelantos tecnológicos y la creación de un grupo de medios.

1.2.8. Público Objetivo

El público objetivo actual se centra de los 15 a 30 años, ambos sexos de nivel socioeconómico ABCD y con a nivel metropolitano a través de su frecuencia 96.5 y en toda Guatemala y el extranjero, con su audio online disponible en la página www.atmosfera.emisorasunidas.com.

1.2.9. Organigrama

Organigrama Radio



Información proporcionada por departamento de Recursos Humanos de Grupo Emisoras Unidas.

1.3. Metodología

1.3.1 Descripción del Método

Para elaborar el presente diagnóstico, se empleó el Método Científico, mediante un enfoque mixto para conocer más detalles, tanto del plano cuantitativo como cualitativo. Iniciando con la observación de la problemática de comunicación a tratar en la institución, posteriormente la elaboración de cuestionarios para encuestar al público objetivo y entrevista al responsable del contenido que se difunde a través de la radio. Por lo que seguimos la instrucción de Álvarez-Gayou, (2005) quien indica que un diagnóstico debe ser sistemático, seguir una secuencia y un orden.

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

- **Observación:** La observación es una técnica de recopilación de datos y de captación de la realidad sociocultural de una comunidad o de un grupo social determinado (Ander-Egg, 2009). En este caso particular la observación se realizó en el departamento de producción, contenido y creatividad de la radio, para tratar de comprender la forma de trabajo, tipos de contenidos que se difunden en los programas y comunicación interna que mantienen los colaboradores de la estación. Así mismo, las similitudes con los demás medios de comunicación radial y la información que se difunde en ellos, y detectar la falta de espacios de expresión cultural y educativa.

- **Entrevistas:** La entrevista se trata de un instrumento (Mella, 1998) que permite una narración conversacional creada conjuntamente con el entrevistador y el entrevistado. Para efectos de recolección de datos para este diagnóstico, se elaboraron dos entrevistas una al director de la estación en estudio quien es el encargado de autorizar todo lo que se sale al aire en la radio, para determinar los parámetros que rigen el contenido e información que trasladan a los radioescuchas de Radio Atmosfera 96.5. Y la segunda entrevista a Claudia de Hernández subdirectora de Junkacentro.

→ **Encuestas:** Las encuestas son un conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, para averiguar estados de opinión o diversas cuestiones de hecho (Real Academia Española, 2019). Durante la realización del presente diagnóstico se realizó un tipo de encuesta electrónica, la cual se difundió a la audiencia de la radio a través del programa “Los 3 Ratones”, con la cual se obtuvieron datos del universo total de estudio para el enfoque de la problemática, tomándose como muestra un total de 60 encuestados.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

ACTIVIDAD	ENERO	FE	BRE	RO
	4S	1S	2S	3S
Observación				
Investigación institucional				
Redacción del diagnóstico y cuestionario				
Encuestas y entrevistas				
Tabulación de datos				
Redacción de informe final de diagnóstico				
Entrega de diagnóstico				

1.4. Recopilación de datos

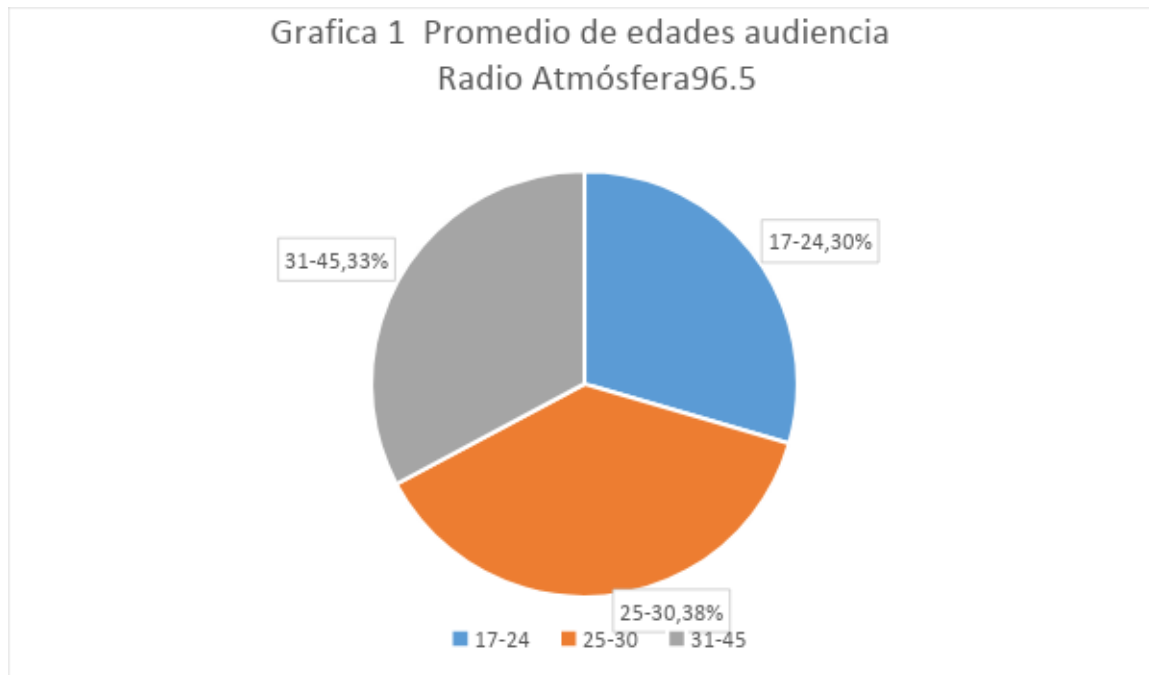
1.4.1. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

Resultados de encuesta a la audiencia de Radio Atmosfera 96.5.

Atmósfera 96.5 tiene una audiencia aproximada de 250 mil personas, este gran número de escuchas hace casi imposible hacer la totalidad de encuestas por lo que se tomó una muestra aleatoria de 60 encuestados para la recolección de datos.

Gráfica 1

1. Edad:



Fuente: García Hernández, Alexis Rey Fernando. Febrero 2019

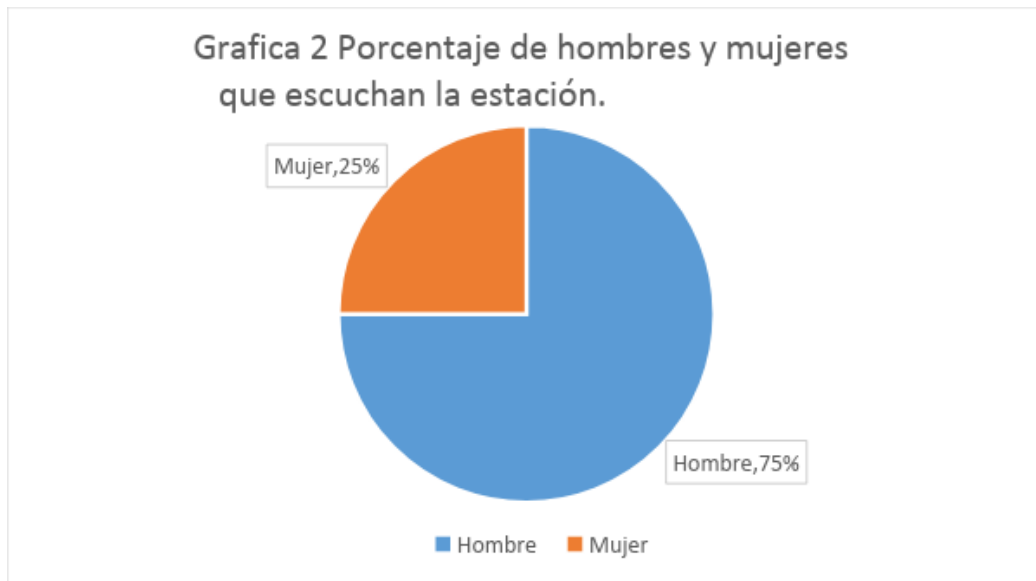
Tabla 1 Promedio de edades audiencia de Radio Atmosfera 96.5

Edad	Encuestados	Porcentaje
17-24	18	29%
25-30	23	38%
31-45	20	33%

Con el resultado de esta pregunta, podemos darnos cuenta que el grueso de la audiencia s de Radio Atmosfera 96.5 en cuanto a edad se refiere, se concentra en un 41% con jóvenes comprendidos entre los 17 y 30 años, como podemos observar en la Tabla 1. Lo que supondría que la gran mayoría de su audiencia se encuentra en edad universitaria, algunos de recién ingreso y otros terminando su carrera universitaria. Según Millano-Jesika de El Heraldo Colombia, El promedio en que los jóvenes entran a la Universidad es de 17 y 18 años.

Gráfica 2

2. Sexo.



Fuente: García Hernández, Alexis Rey Fernando. Febrero 2019

Tabla 2 Porcentaje de Hombres y Mujeres que escuchan la estación.

Sexo	Encuestados	Porcentaje
Hombres	42	75%
Mujeres	18	25%

De la muestra que se tomó de la audiencia total de la estación *Atmósfera 96.5* se pudo determinar que el público masculino es el mayoritario con 75% y en minoría la audiencia femenina con un 25%.

Gráfica 3

3. Profesión.



Fuente: García Hernández, Alexis Rey Fernando. Febrero 2019

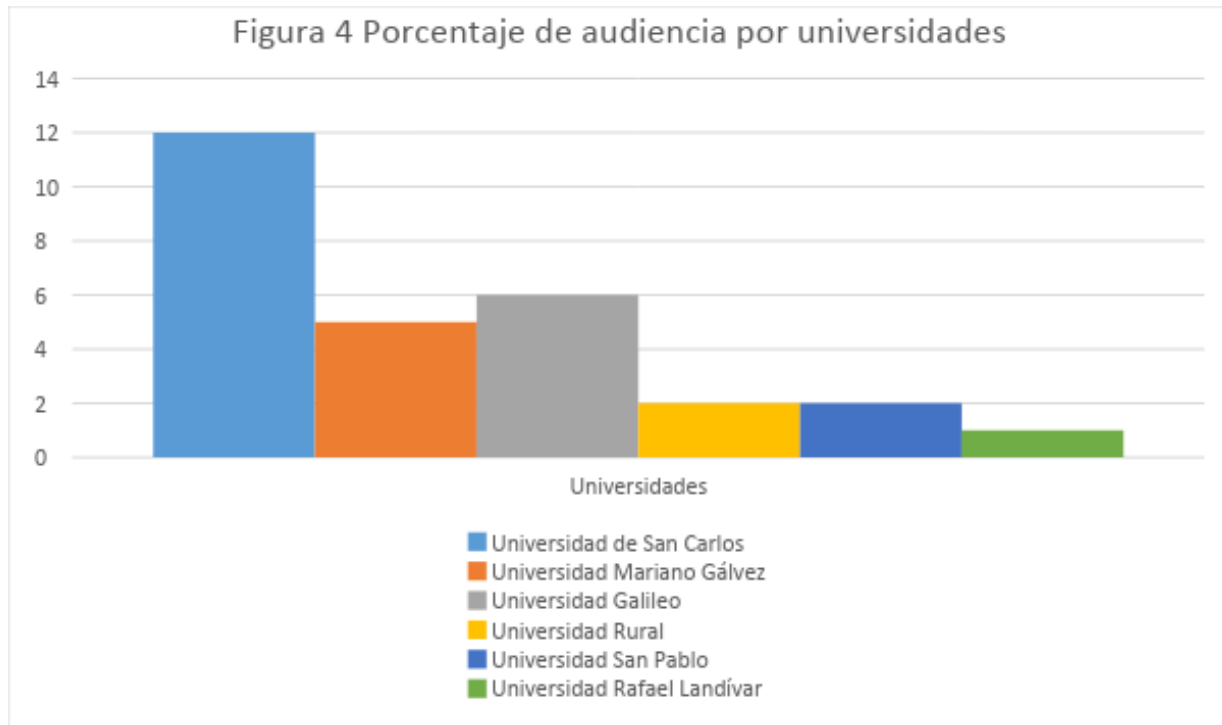
Tabla 3 Promedio de profesiones de la audiencia de Radio Atmosfera 96.5.

Profesión	Encuestados	Porcentaje
Administrador	3	7%
Bachiller	4	9%
Contador	3	7%
Dibujante	4	9%
Estudiante	12	27%
Ingeniero	6	14%
Licenciado	2	5%
Trabajador bancario	3	7%
Diseñador gráfico	1	2%
Periodista	1	2%
Comerciante	4	9%
Médico	1	2%

Mediante esta pregunta, se pudo cotejar que la audiencia de Radio Atmosfera 96.5, en su mayoría son estudiantes. Audiencia que aporta nuevas ideas y contenido fresco a la forma de manejar y recibir la información. Es precisamente este público el que se quiere alcanzar.

Gráfica 4

4. Si es estudiante, indique carrera y casa de estudios.



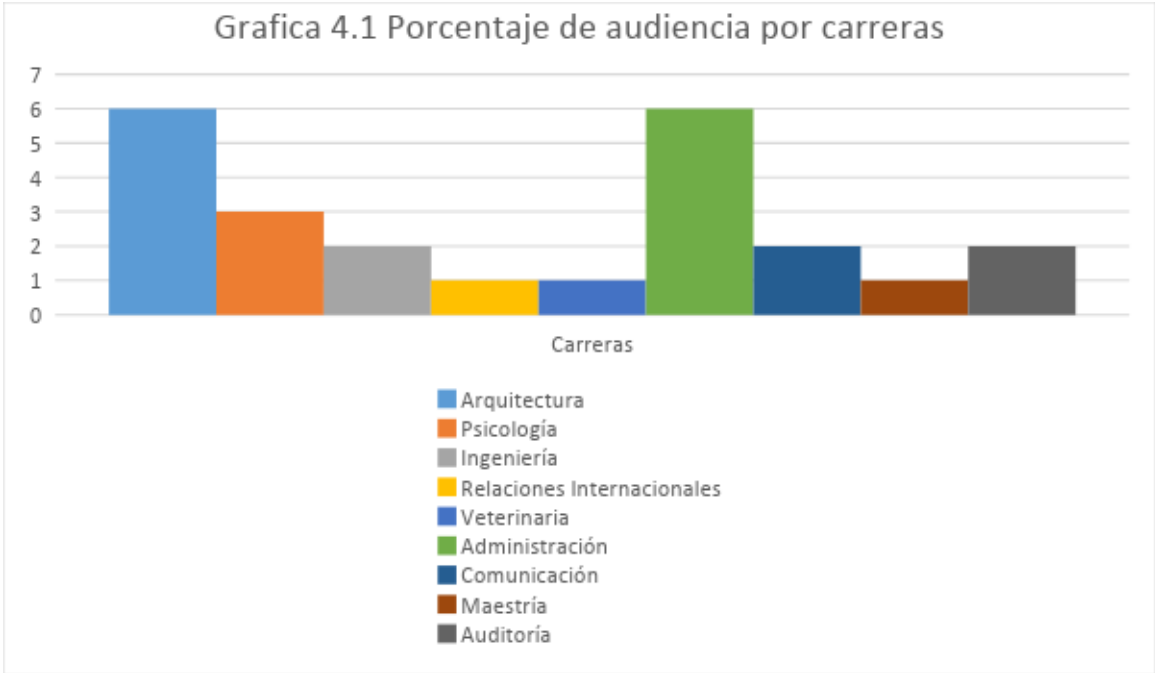
Fuente: García Hernández, Alexis Rey Fernando. Febrero 2019

Tabla 4 Porcentaje de audiencia por Universidades.

Universidad	Encuestado	Porcentaje
Universidad de San Carlos	12	43%
Universidad Mariano Gálvez	5	17%
Universidad Galileo	6	22%
Universidad Rural	2	7%
Universidad San Pablo	2	7%
Universidad Rafael Landívar	1	4%

Con los resultados que nos arrojan estas respuestas podemos identificar a qué Universidad pertenece la audiencia de Radio Atmosfera 96.5, podemos observar que la Universidad predominante es la Universidad de San Carlos de Guatemala con un 43% de la muestra total, seguida por un 22% que pertenece a la Universidad Galileo. En general estos datos nos apuntan a que hay un nicho bastante amplio para la difusión de contenido académico y cultural, el que se puede aprovechar muy bien con el espacio radial de la estación.

Gráfica 4.1



Fuente: García Hernández, Alexis Rey Fernando. Febrero 2019

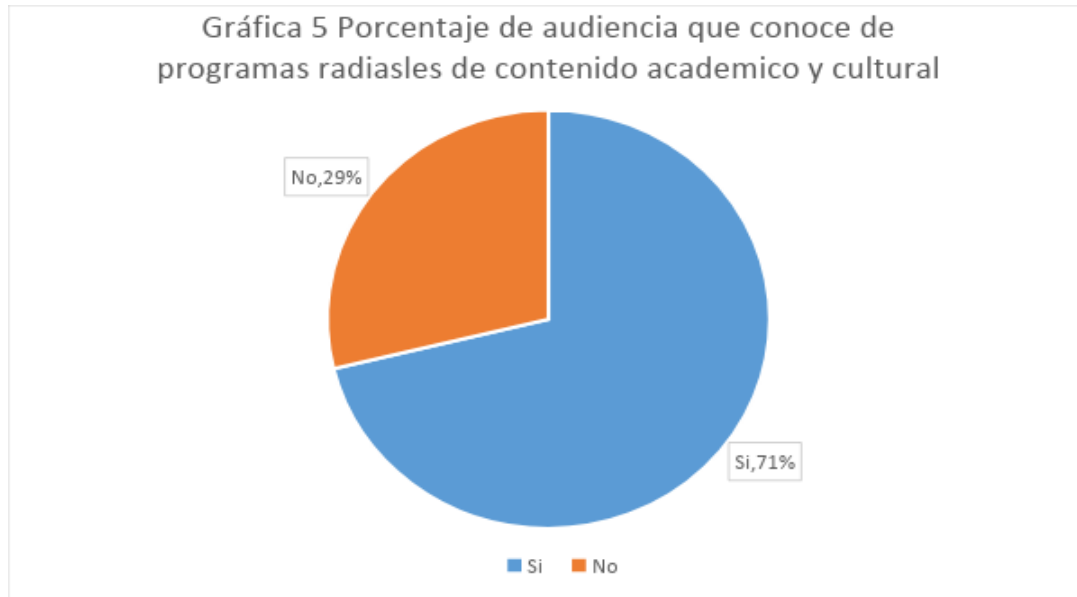
Tabla 4.1 Porcentaje de audiencia por carreras.

Carreras	Encuestados	Porcentaje
Arquitectura	6	22%
Psicología	3	11%
Ingeniería	4	15%
Relaciones Internacionales	1	3%
Veterinaria	1	3%
Universidad Rafael Landívar	1	3%
Administración	6	22%
Comunicación	2	9%
Maestría	1	3%
Auditoría	2	9%

Del total de audiencia encuestada pudimos identificar cuáles son las carreras de preferencia por la audiencia de Atmósfera 96.5 siendo Arquitectura y Administración que tienen un 22% de la muestra respectivamente, seguida de Ingeniería que cuenta con el 15% de la muestra. Esto nos deja una puerta abierta para poder llegar a la población joven, como la que se muestra en la gráfica 1 que está apunto de ingresar a la Universidad e informarlos de la diversidad de carreras a las que pueden optar dentro de las diferentes universidades, ya que muchas veces por desconocimiento, la población estudiantil ingresa a las carreras populares o tradicionales.

Gráfica 5

5. ¿Considera que existen programas radiales especializados en la difusión de contenidos culturales y académicos?



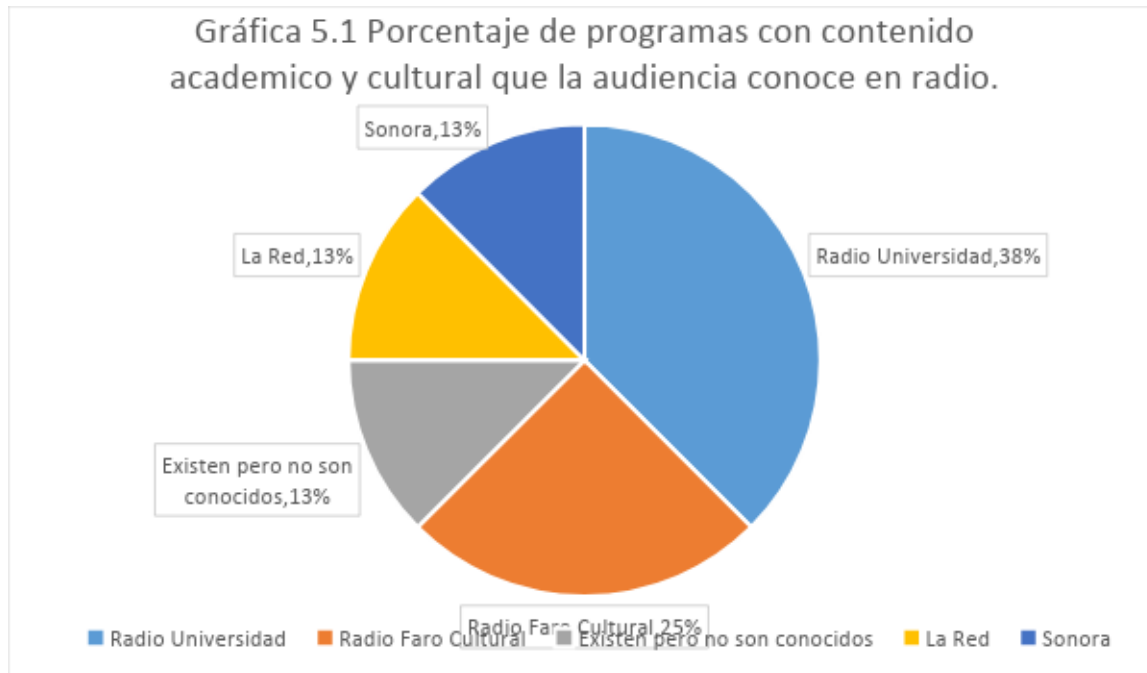
Fuente: García Hernández, Alexis Rey Fernando. Febrero 2019

Tabla 5 Porcentaje de audiencia que conoce de programas radiales de contenido académico y cultural.

Opción	Encuestados	Porcentaje
Sí	16	29%
No	42	71%

La respuesta predominante en esta pregunta según la audiencia de Radio Atmosfera 96.5 es que no conocen de espacios radiales dedicados a la difusión de contenido académico y cultural con un 71% de la muestra total y su contraparte, las personas que si conocen de espacios dedicados a la difusión de contenido académico y cultural con 29% de la muestra. Esto solo nos evidencia que, aunque hay algunos espacios que difunden este tipo de contenido, la oferta es mínima y por lo general no es en radios comerciales de gran alcance. Una vez más esto nos suma puntos a favor para aprovechar el espacio radial con el que cuenta Radio Atmosfera 96.5.

Gráfica 5.1



Fuente: García Hernández, Alexis Rey Fernando. Febrero 2019

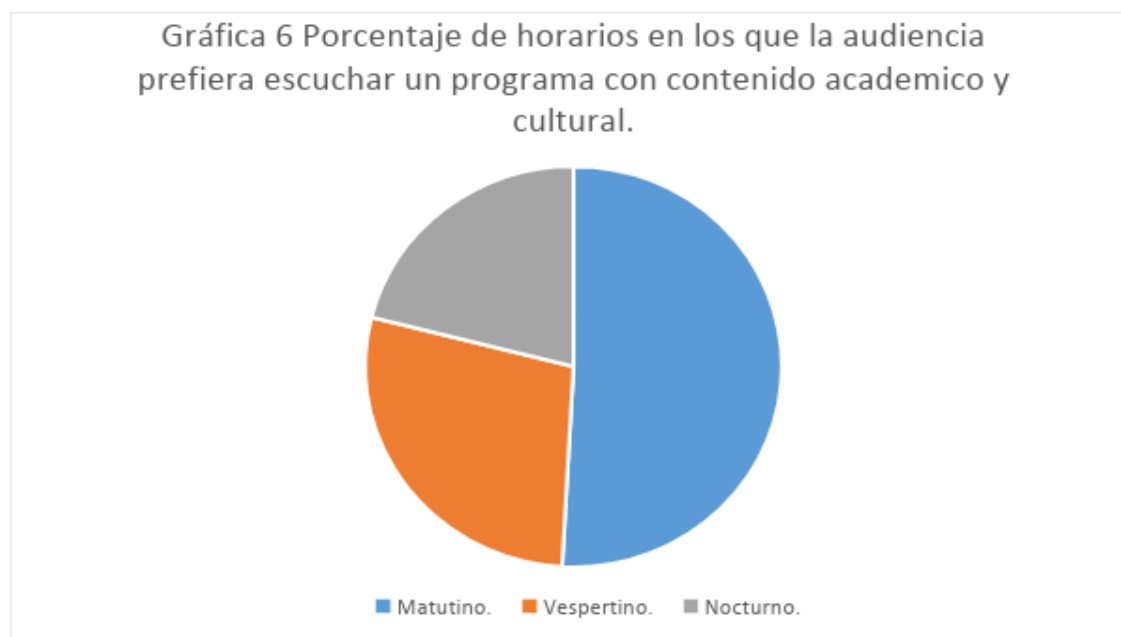
Tabla 5.1 Porcentaje de programas con contenido académico y cultural que la audiencia conoce en radio

Opción	Encuestados	Porcentaje
Radio Universidad	3	37%
Radio Faro Cultural	2	25%
Existen pero no son conocidos	1	12%
La Red	1	13%
Sonora	1	13%

Con esta información adicional que nos brindan los encuestados, solo podemos confirmar que, aunque hay espacios que difunden contenido académico y cultural, son muy escasos y poco conocidos, de los espacios que más identifica la audiencia de Radio Atmósfera 96.5 son Radio Universidad con 37% de la muestra y Radio Faro Cultural con 25% de la muestra. Lo que hace que se fortalezcan las oportunidades de que una radio comercial como Atmósfera 96.5 con un alcance promedio de 250 oyentes jóvenes en el área metropolitana.

Gráfica 6

6. ¿En qué horario preferiría informarse vía radio de actividades culturales y académicas?



Fuente: García Hernández, Alexis Rey Fernando. Febrero 2019

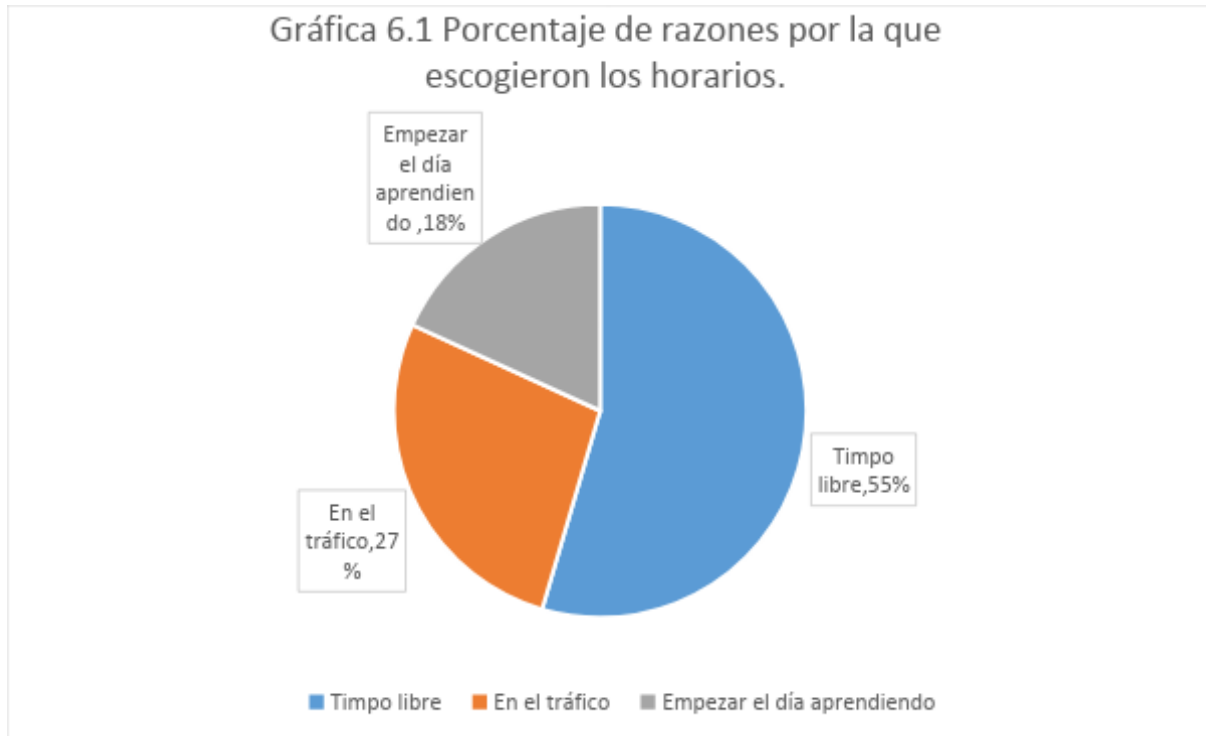
Tabla 6 Porcentaje de horarios en los que la audiencia prefiera escuchar un programa con contenido académico y cultural.

Opción	Colaboradores	Porcentaje
Matutino.	29	51%
Vespertino.	16	28%
Nocturno.	12	21%

Según lo evidenciado con la respuesta a esta interrogante por parte de la audiencia de Radio Atmosfera 96.5, preferirían escuchar un programa de este formato en horario matutino con un 51% de la muestra total, y con menor preferencia el horario nocturno con un 21% de la muestra tomada. Con estos datos ya se puede evaluar la parrilla de programación de la estación para poder incluir en ella en los horarios según la preferencia de la audiencia un espacio de expresión académica y cultural.

Los encuestados compartieron más información referente a esta interrogante y los resultados fueron los siguientes:

Gráfica 6.1



Fuente: García Hernández, Alexis Rey Fernando. Febrero 2019

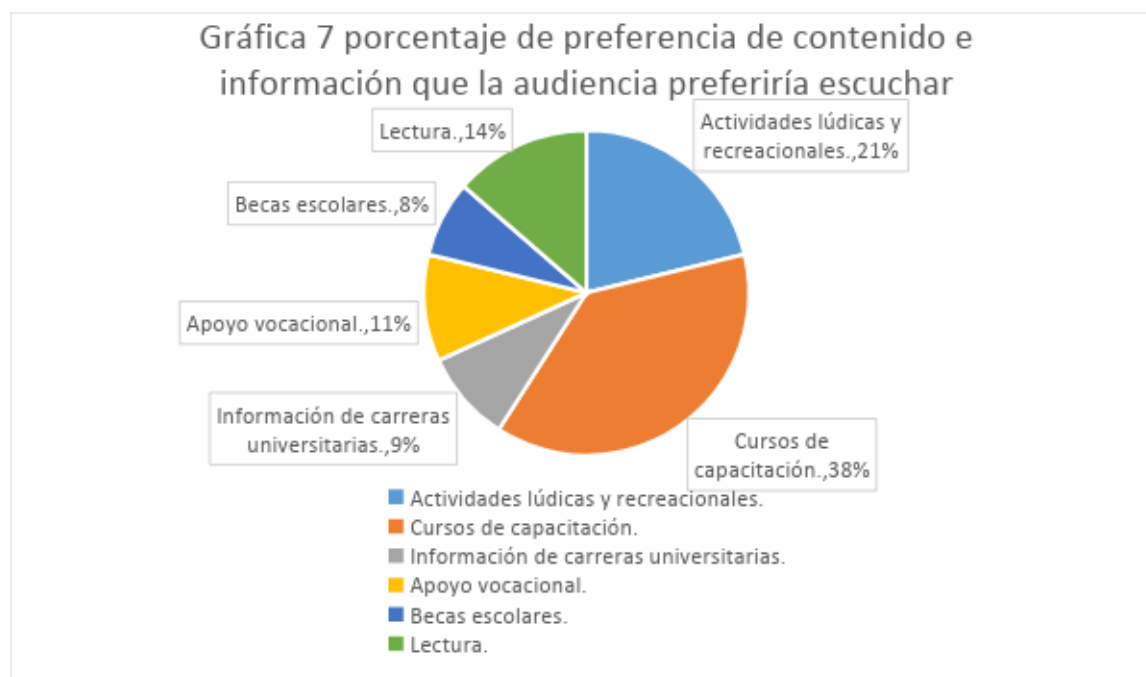
Tabla 6. Porcentaje razones por las que escogieron los horarios.

Opción	Colaboradores	Porcentaje
Tiempo libre	12	55%
En el tráfico	6	27%
Empezar el día aprendiendo	4	18%

Con estos datos nos podemos dar cuenta que la audiencia encuestada usaría su tiempo libre para escuchar una programación que le aportará conocimiento con un 55% del total de la muestra y en opuesto preferirían empezar el día aprendiendo un 18% de la muestra. Otros por el contrario creen que el tránsito vehicular les proporciona el tiempo necesario para poder escuchar este tipo de contenidos.

Gráfica 7

7. ¿Qué temas le gustaría escuchar en un programa dedicado 100% al impulso de actividades culturales y académicas?



Fuente: García Hernández, Alexis Rey Fernando. Febrero 2019

Tabla 7 porcentaje de preferencia de contenido e información que la audiencia preferiría escuchar.

Opción	Colaboradores	Porcentaje
Actividades lúdicas y recreacionales.	14	21%
Cursos de capacitación.	25	38%
Información de carreras universitarias.	6	9%
Apoyo vocacional.	7	11%
Becas escolares.	5	7%
Lectura.	9	14%

Con los resultados obtenidos a este cuestionamiento podemos darnos cuentas que a la audiencia de Radio Atmosfera 96.5 si le interesa recibir información y contenido académico y cultural. Con un 38% del resultado total a los encuestados les gustaría escuchar información de cursos de capacitación. También se muestran interesados por actividades recreacionales, apoyo vocacional y lectura, lo que nos deja más que claro el interés por parte de la audiencia de Radio Atmosfera 96.5 por escuchar un espacio de expresión académica y cultural en la parrilla de programación de la estación.

Gráfica 8

8. ¿De existir un programa en radio que permita la difusión de información de interés general para la comunidad educativa nacional, lo escucharía?



Fuente: García Hernández, Alexis Rey Fernando. Febrero 2019

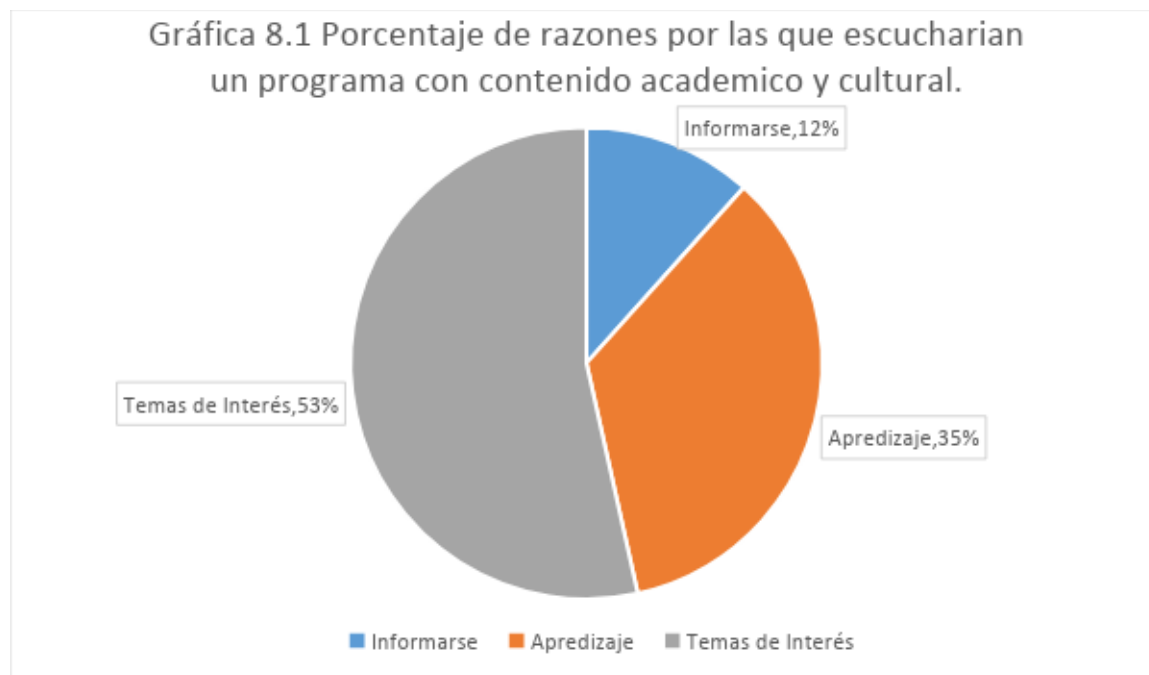
Tabla 8 Porcentaje de personas que escucharía un programa dedicado a la difusión de contenido académico y cultural.

Opción	Encuestados	Porcentaje
Sí.	52	94%
No.	7	6%

Estos resultados sólo reafirman el interés de la audiencia de Radio Atmosfera 96.5 por los temas académicos y culturales, mismos que hasta ahora carecen de espacios abiertos en las radios comerciales. Un 94% de los encuestados asegura que escucharía un programa dedicado 100% a la difusión de este tipo de contenido, claro está que el tono y manera en el que se le vaya hacer llegar esta información a la audiencia es muy importante porque este contenido por sí solo no se vende, es necesario compartirlo de una manera entretenida y llamativa para el público joven que maneja la estación en estudio.

La audiencia encuestada ahondó en su respuesta respecto a por qué escucharía un programa radial con contenido académico y cultural y estos fueron los resultados:

Gráfica 8.1



Fuente: García Hernández, Alexis Rey Fernando. Febrero 2019

Tabla 8.1 Porcentaje de razones por las que escucharía un programa con contenido académico y cultural.

Opción	Encuestados	Porcentaje
Sí.	52	94%
No.	7	6%

1.4.2. Fichas de las entrevistas

Entrevista a: Director de Radio Atmósfera 96.5

Objetivo: Conocer si en los medios radiales existen espacios dedicados a la difusión de contenido académico y cultura y que beneficios tendría la creación de estos espacios.

Entrevistada: Julio García.

Fecha: 8 de febrero de 2019

Hora: 10:30 horas / **Duración:** 6 minutos

Entrevistador: Alexis García

Entrevista a: Sub Directora de Junkacentro

Objetivo: Conocer si en los medios radiales existen espacios dedicados a la difusión de contenido académico y cultura y que beneficios tendría la creación de estos espacios.

Entrevistada: Claudia de Hernández.

Fecha: 8 de febrero de 2019

Hora: 10:50 horas / **Duración:** 8 minutos

Entrevistador: Alexis García

1.4.3. Resultados de las entrevistas

Después de realizar las entrevistas, al representante de la institución en evaluación y a la representante de una de las muchas instituciones que se vería beneficiada con espacios de expresión académica y cultural, podemos llegar a los siguientes resultados:

- Hay espacios de expresión académica y cultural en medios radiales, pero, son muy escasos y la mayoría de personas y en especial el público joven no los conoce.
- En programas dedicados a la difusión de contenido académico y cultural, debería de fomentarse la participación ciudadana y promover actividades y programas de capacitación gratuitos, ya que, debido a la situación cultural y económica del país, muchos jóvenes no tienen recursos suficientes para pagar por ellos.
- La falta de presupuesto y de interés por parte de los medios de comunicación ha limitado la apertura de ventanas de expresión cultural y académica en los medios comerciales. Lo que hace extremadamente difícil encontrar un canal para transmitir este tipo de información a los jóvenes.
- La población universitaria y estudiantil en general se vería beneficiada con espacios culturales y académicos en medios de comunicación ya que tendrían a mano información valiosa y se les estaría haciendo llegar de tal manera que fuera digerible para el público objetivo.
- Radio Atmosfera 96.5 posee un grupo objetivo joven, el adecuado para poder servir como un canal, para transmitir información de interés académico, recreacional y cultural.
- La institución está en la mejor disposición de apoyar cualesquiera que sean los proyectos que fomente la difusión de contenido que aporte a la sociedad y sobre todo a la población estudiantil y universitaria de Guatemala.

1.4.4. Tablas comparativas, puntos de encuentro y disensos entre entrevistado

<u>TEMA</u>	<u>PUNTOS DE ENCUENTRO</u>	<u>DISENSO</u>
Existencia de espacios en los medios para contenido académico y cultural.	Ambas partes entrevistadas concuerdan que hay pocos espacios culturales y académicos y que casi no son conocidos.	

<p>Contenido que debería difundirse en un espacio de expresión académico y cultural.</p>	<p>Tanto la institución como los interesados en estos espacios, concordaron que debe utilizarse estas aperturas para difundir contenido que aporte a la formación de los estudiantes y a la mejora de la sociedad.</p>	
<p>Razones por las que los medios no apoyan este tipo de proyectos.</p>	<p>La falta de presupuesto y el mercado poco comercial que ofrecen estos espacios hacen que los medios no apuesten por este tipo de espacios</p>	<p>No hay canales de comunicación directa con los representantes de los medios y muchas veces los espacios se consiguen por medio de conocido y no porque en realidad haya una apertura para los mismos.</p>
<p>Horario para la transmisión de contenidos académicos</p>	<p>La institución considera que el horario más adecuado para la transmisión de este contenido es el horario nocturno, debido a que en ese horario las personas ya están fuera de cualquier actividad, anuentes y receptivos a cualquier información.</p>	<p>Basado en los hábitos de las personas para escuchar radio, la contraparte cree que el mejor horario para escuchar este tipo de información en espacio radial son las horas pico, porque las personas aprovechan el transido para escuchar radio. .</p>
<p>Beneficios que obtendría la audiencia con la difusión de información cultural y académica.</p>	<p>Estar expuestos a información de cursos, beca, actividades que ayuden al desarrollo integral de los estudiantes y que los beneficien, no solo académicamente sino, económicamente, ya que muchos programas son gratuitos.</p>	

Trabajo en equipo	De llegar a alcanzarse un acuerdo entre el personal informativo y gestores, permitirán eliminar las barreras de la comunicación interna del personal.	
Apoyo a la creación de espacios de expresión académica en el medio radial.	Se concuerda con que estas ventanas de expresión son beneficiosas para la sociedad y que estarían en total disposición a apoyar proyectos como este.	

1.4.5 Resultados de la observación

En las áreas observadas en la institución asignada (Radio Atmosfera 96.5) se pudo constatar que existía falta de interés por parte de los colaboradores, en compartir en sus programas contenido de fondo, cultural educativo o de coyuntura nacional, debido a que por solicitud de la dirección de la estación, en turnos de acompañamiento hay ciertos temas que están vetados, como los temas políticos, es por eso que los colaboradores prefieren limitarse tratar temas de entretenimiento para evitar inconvenientes con su superiores. Por parte del área de producción si existía una cierta inclinación para incluir temas motivacionales en las piezas de audio, pero no, temas culturales o educativos. No se cuenta con un espacio dedicado a la difusión de estas temáticas, temáticas que precisamente son de gran interés en la actualidad para los jóvenes, que son en su gran mayoría el grupo objetivo de la emisora y el público que actualmente escucha la estación.

1.5. Radiografía de la institución

FODA

<u>1.5.1. Fortalezas</u>	<u>1.5.2. Oportunidades</u>
<p>Audiencia joven en edad universitaria, que es el público al que se quiere alcanzar con contenido académico y cultural.</p> <p>Plataformas digitales para difundir masivamente contenido académico y de interés para la población joven que desea alcanzar.</p> <p>Colaboradores jóvenes que entienden la necesidad de compartir información relevante al aire y en las plataformas digitales.</p>	<p>Tomar ventaja de la falta de espacios de expresión académica, para crear un precedente en este tipo de formato radial.</p> <p>Aprovechar las facilidades que los diferentes medios del Grupo ofrecen para la difusión de información y contenido educativo universitario y cultural.</p> <p>Muchas instituciones académicas, de capacitación y culturales interesadas en difundir sus actividades y programas sin un espacio para poder realizarlo.</p>
<u>1.5.3. Debilidades</u>	<u>1.5.4. Amenazas</u>
<p>No aprovechar las plataformas disponibles para la difusión de contenido cultural y educativo universitario.</p> <p>Programas únicamente dedicados al acompañamiento y entreteniendo, sin preparar el contenido de los mismos.</p> <p>Falta de presupuesto para producir y mantener un espacio de expresión universitario y cultural.</p>	<p>Colaboradores que no han tomado conciencia de su papel como comunicadores y aportar a la sociedad desde su lugar de trabajo.</p> <p>Poca involucración en por parte del personal en innovar el contenido y ofrecer algo relevante a la audiencia.</p> <p>Falta de iniciativa para promover contenido cultural, recreativo y educativo en la estación.</p>

Capítulo II

2. Plan de comunicación

2.1. Antecedentes comunicacionales

La comunicación externa siempre ha sido una prioridad para Radio Atmosfera 96.5 ya que a lo largo de los años se ha mantenido a la vanguardia de la tecnología, para poder brindarle vías de comunicación accesible a las audiencias, líneas telefónicas, a las que se le sumó mensajería de texto con números cortos, mensajes a cabina a través de la página web, correos electrónicos, redes sociales, y recientemente, WhatsApp.

Radio Atmosfera 96.5 se ha caracterizado por ser una estación musical, de acompañamiento y entretenimiento. Dentro de sus operaciones, esporádicamente se ha trabajado en conjunto con algunas universidades a manera de canje, con cobertura de eventos, para tener presencia de marca dentro de algunos campus, tales como: Universidad de San Carlos de Guatemala, Universidad Rafael Landívar y Universidad Galileo. Pero estas colaboraciones han sido con muy poca frecuencia y solo en determinadas fechas del año.

Dichas colaboraciones, serian lo más cercano a un antecedente del plan de comunicación que se plantea en este documento, ya que nunca se le ha dado un enfoque neto, con un espacio dedicado a estos rubros. Este sería el primer proyecto con temática de expresión y difusión académica, cultural y social que se implementaría en la estación.

2.2. Objetivos de comunicación

2.2.1. Objetivo General.

→ Fortalecer la comunicación externa y la imagen social de Radio Atmosfera 96.5.

2.2.2. Objetivos Específicos.

- Abrir un espacio de expresión académica, cultural y de servicio social en la programación de Radio Atmosfera 96.5.
- Crear plataformas digitales en redes sociales para el proyecto radial.
- Diseñar imagen para redes sociales.
- Generar conciencia social en el público objetivo.

2.3. Público objetivo

Público externo, audiencia de Radio Atmosfera 96.5 los cuales son un público joven, que van de los 15 a 30 años. Esta audiencia es precisamente la misma que está a punto de ingresar a la universidad, que está cursando actualmente una carrera universitaria o que está en busca de programas académicos para profesionalizarse y participar activamente en proyectos de ayuda social.

Universidades y organizaciones que deseen difundir programas académicos, proyectos sociales o culturales, a través de un espacio de expresión dedicado a estas temáticas.

2.4. Mensaje

“El conocimiento nos permite crecer, nos beneficia a nivel personal, pero el mayor impacto es a nivel social.”

2.5. Estrategia

1. Fortalecer la comunicación externa de Atmósfera 96.5, promoviendo la participación social de la radio con la divulgación de proyectos culturales, eventos y actividades académicas, por lo que se abrirá un espacio semanal dentro de la programación, el cual permitirá presentar a los oyentes información relacionada a expresión académica, cultural y servicio social. Para esto se creará un programa que se transmitirá una vez a la semana, donde se contará con la participación de invitados especiales de diversas organizaciones y universidades para lo cual también se generará un calendario semanal. Este programa cumpliría la función de canal de comunicación entre universidades y organizaciones con el público objetivo de cada una de ellas. Además, se creará la imagen digital para el programa. Abriendo cuentas en las diferentes redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) generando una plataforma que complemente las transmisiones del programa al aire. Así mismo se diseñará la línea gráfica del programa (logo, imágenes de perfil y portadas). Para dichas cuentas se implementará un reloj de publicaciones para llevar un control del contenido que se difunda y promocionar a los invitados que estarán en el programa. Además de la línea gráfica, también se diseñarán artes para las redes sociales con contenido que motive a la audiencia a generar un cambio social y profesionalizarse. Los ejes estratégicos a trabajar en este proyecto son la comunicación e imagen externa a través la plataforma digital y transmisiones al aire, mejorando la relación de la emisora con las diferentes instituciones de educación superior, organizaciones públicas y privadas, principalmente la forma en que la audiencia ve a la estación.

2.6. Acciones de comunicación

Tabla 1. Detalles acción 1. Creación de programa radial, producción del mismo con calendario de invitados.

Acción 1	
Estrategia	Fortalecer la comunicación externa de Radio Atmosfera 95.6 promoviendo la participación social, académica y cultural de la emisora.
Problema	La parrilla de programación de Radio Atmosfera 96.5 no cuenta con espacios abiertos de expresión, académica, social y cultural que sirva de canal entre organizaciones y universidades con su público objetivo, la creación de un espacio de este tipo le daría un toque social a la programación y a la imagen de la estación.
Producto	Programa radial (piezas de producción) y calendario semanal de invitados.
Objetivo comunicacional	Fortalecer la imagen social de Radio Atmosfera 96.5 ante su audiencia, organizaciones, universidades y público en general.
Público Objetivo	Externo. El espacio y contenido del mismo es para todas las personas que deseen informarse acerca de estos temas.
Medio de difusión	Programa radial con duración de 60 minutos, 9 piezas de audio radiales para la producción del programa (Introducción, despedida, presentación de segmentos y promoción de redes sociales), calendario de invitados en formato digital Excel.

- Boceto de calendario de invitados y de posibles invitados:

abril 2019							mayo 2019							junio 2019							Escribe Fechas		M
abril 2019							mayo 2019							junio 2019							Hoy		05
lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom	lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom	lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom			
1	2	3	4	5	6	7	29	30	1	2	3	4	5	27	28	29	30	31	1	2			
8	9	10	11	12	13	14	6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9			
15	16	17	18	19	20	21	13	14	15	16	17	18	19	10	11	12	13	14	15	16			
22	23	24	25	26	27	28	20	21	22	23	24	25	26	17	18	19	20	21	22	23			
29	30	1	2	3	4	5	27	28	29	30	31	1	2	24	25	26	27	28	29	30			
6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7			
julio 2019							agosto 2019							septiembre 2019									
lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom	lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom	lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom			
1	2	3	4	5	6	7	29	30	31	1	2	3	4	26	27	28	29	30	31	1			
8	9	10	11	12	13	14	5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8			
15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15			
22	23	24	25	26	27	28	19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22			
29	30	31	1	2	3	4	26	27	28	29	30	31	1	23	24	25	26	27	28	29			
5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8	30	1	2	3	4	5	6			
octubre 2019							noviembre 2019							diciembre 2019									
lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom	lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom	lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom			

POSIBLES INVITADOS				Starting: miércoles, 07 de agosto de 2019
	INVITADO	ESTABLECIMIENTO	EVENTO	
miércoles	RICARDO DIAZ	USAC	BECAS	
7	JORE MUÑOZ	URL	FERIA TECNOLOGICA	
miércoles				
14				
miércoles				
21				

Tabla 2. Guion pieza radial 1, presentación del programa.

INTRODUCCIÓN DEL PROGRAMA	
CONTROL	FX MÚSICA DE SUEÑO.
LOCUTOR 1	Y vos ¿Qué estás haciendo?
LOCUTOR 2	Estoy soñando.
LOCUTOR INSTITUCIONAL	<p>Los sueños solo los cumplen aquellos que evolucionan. Por eso...</p> <p>Entérate de todo lo que pasa en tu universidad Y en tu atmosfera.</p> <p>Aquí inicia...</p> <p>CHALLENGE UNIVERSITARIO un espacio para evolucionar, en Atmosfera 96.5 evoluciona con vos.</p>

Tabla 3. Guion pieza radial 2 despedida del programa.

DESPEDIDA DEL PROGRAMA	
LOCUTOR INSTITUCIONAL	<p>El CHALLENGE se detiene por hoy.</p> <p>Pero la evolución continúa.</p> <p>No te perdás la próxima semana una edición más de... CHALLENGE UNIVERSITARIO.</p> <p>Solo por atmosfera 96.5 evoluciona con vos.</p>

Tabla 4. Guion pieza radial 3, presentación segmento “Versus Universitario”.

PRESENTACIÓN SEGMENTO “VERSUS UNIVERSITARIO”	
CONTROL	AUDIO DE PELEA O RING.
LOCUTOR INSTITUCIONAL	Dos canciones. Dos universidades. Un ganador. Apoya a tu universidad en el VERSUS UNIVERSITARIO.

Tabla 5. Guion pieza radial 4, presentación de segmento” La Entrevista”.

PRESENTACIÓN SEGMENTO “LA ENTREVISTA”	
LOCUTOR INSTITUCIONAL	Todos tenemos algo que decir y en challenge universitario tenemos el espacio para que lo hagás, esta es la entrevista del día.

Tabla 6. Guion pieza radial 5, presentación segmento “La Cartelera”.

PRESENTACIÓN SEGMENTO “LA CARTELERA”	
CONTROL	AUDIO DE VIDEO https://www.youtube.com/watch?v=fzF9U8lmXjY
LOCUTOR INSTITUCIONAL	Si vos tampoco sabes que hacer te presentamos la cartelera.

Tabla 7. Guion de pieza radial 6, presentación de segmento “

PRESENTACIÓN SEGMENTO “BUZÓN DE VOZ”	
CONTROL	AUDIO BUZÓN DE VOZ
LOCUTOR INSTITUCIONAL	Nuestro buzón de voz siempre está disponible, Desahógate con nosotros.

Tabla 8. Guion de pieza radial 7, promoción red social Facebook.

PROMOCIÓN RED SOCIAL FACEBOOK	
LOCUTOR INSTITUCIONAL	También evolucionamos las redes sociales Búscanos en Facebook como Challenge Universitario.

Tabla 9. Guion pieza radial 8, promoción red social Twitter.

PROMOCIÓN RED SOCIAL TWITTER	
LOCUTOR INSTITUCIONAL	A buen entendedor pocas palabras. Por eso seguinos en twitter y descubrí lo que tenemos para vos @challengeUniversitario

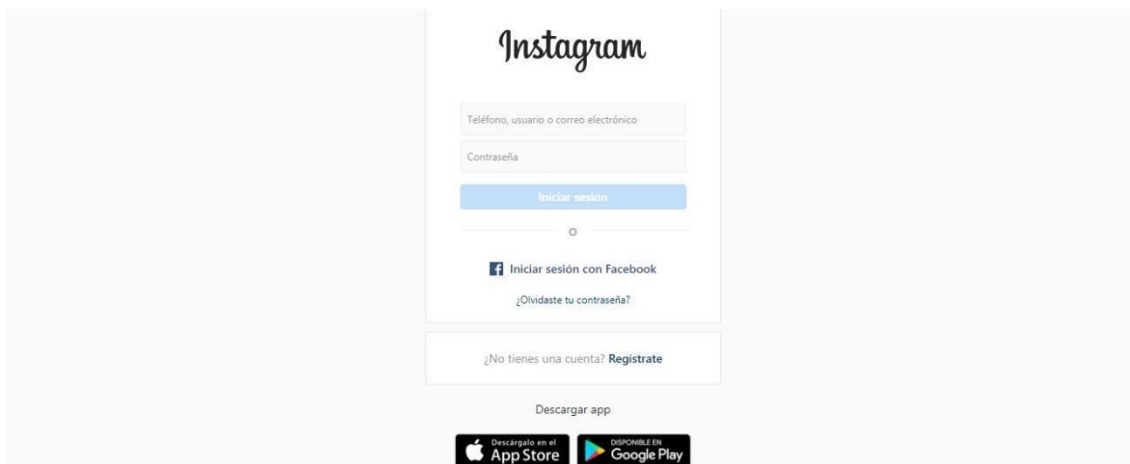
Tabla 10. Guion pieza radial 9, promoción red social Instagram.

PROMOCIÓN RED SOCIAL INSTAGRAM	
LOCUTOR INSTITUCIONAL	Las redes sociales son lo de hoy Por eso también evolucionamos en Instagram @challengeuniversitario

Tabla 11. Detalles acción 2. Creación de cuentas en redes sociales.

Acción 2	
Estrategia	Fortalecer la comunicación externa de Radio Atmosfera 95.6 promoviendo la participación social, académica y cultural de la emisora.
Problema	Al igual que en la programación al aire, Radio Atmosfera 96.5 carece de una imagen con enfoque social en la parte digital, por lo que se propone la creación de la misma.
Producto	Plataforma digital en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) con su propio plan social media.
Objetivo comunicacional	Fortalecer la imagen social de Radio Atmosfera 96.5 en redes sociales, a través de publicaciones con contenido académico, cultural y de servicio social mediante un plan social media y ganar seguidores en las mismas.
Público Objetivo	Externo. La plataforma digital y su contenido van dirigidos a la audiencia de Radio Atmosfera 96.5. Interno. El plan social media es para uso exclusivo de la persona encargada de las redes sociales.
Medio de difusión	Plataforma digital en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram). Plan social media digital en formato Excel.

- Redes sociales en las que se crearán cuentas para el programa.



- Boceto Plan Social Media para programa radial en Radio Atmosfera 96.5:

LUNES 8 DE ABRIL					
Hora	Título	Texto	URL	Clics	Tipo de contenido
TWITTER					
8:00					
10:00					
12:00					
14:00					
16:00					
18:00					
20:00					
22:00					
FACEBOOK					
8:00					
12:00					
16:00					
20:00					
INSTAGRAM					
10:00					
16:00					
20:00					

Tabla 12. Detalles Acción 3. Diseñar línea gráfica y logo para programa en redes sociales.

Acción 3	
Estrategia	Fortalecer la comunicación externa de Radio Atmosfera 95.6 promoviendo la participación social, académica y cultural de la emisora.
Problema	Debido a que es un programa nuevo, no posee imagen o línea gráfica, y con la creación de la misma se pretende solventar este problema.
Producto	Logo, fotos de perfil y portada para cada red social.
Objetivo comunicacional	Posicionar el programa en redes sociales y fortalecer la imagen social de la estación en las plataformas digitales.
Público Objetivo	Externo, ya que está dirigido a los oyentes de la radio vía digital y a nuevos seguidores en las plataformas virtuales.
Medio de difusión	5 diseños digital en formato JPEG. 1 portada para Facebook con dimensiones de 851 x 315 píxeles. 1 imagen de portada para Twitter con dimensiones de 1500 x 500 píxeles. 1 foto de perfil para Facebook con dimensiones de 32 x 32 píxeles. 1 foto de perfil para Twitter con dimensiones de 400 x 400 píxeles. 1 foto de perfil para Instagram con dimensiones de 110 x 110 píxeles. 1 logo diseño digital formato PNG.

- Bocetos de fotos de perfil para redes sociales:



- Bocetos de portadas para redes sociales:



- Boceto de logo para programa:



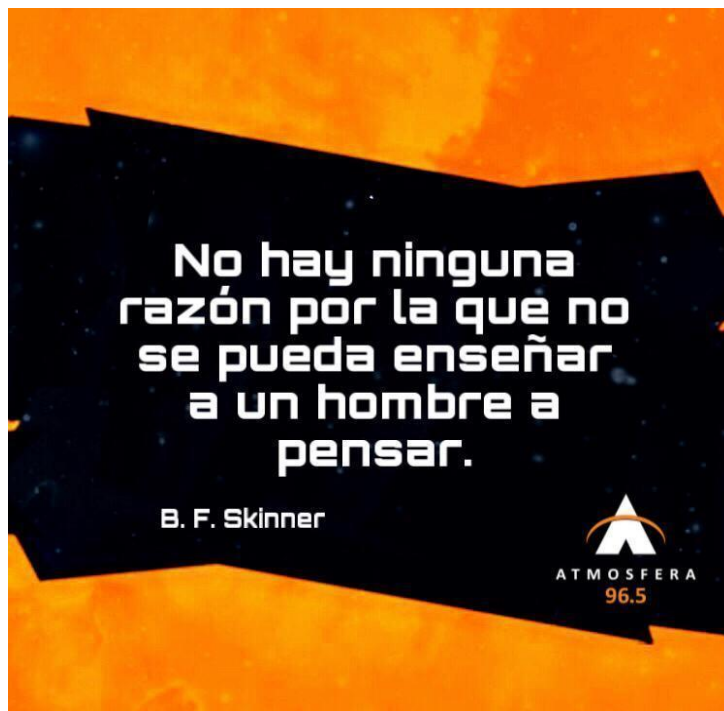
Tabla 12. Detalle acción 4, Elaboración de artes para redes sociales.

Acción 4	
Estrategia	Creación de imagen digital. Usando la plataforma en redes sociales para difundir mensajes que generen conciencia en la audiencia mediante artes gráficas
Problema	Las radios comerciales en general están dedicadas al entretenimiento y acompañamiento musical, Radio Atmosfera 956.5 no es la excepción y en redes sociales el contenido no varía. Por lo que mediante la difusión de estos mensajes se pretende llenar ese vacío comunicacional en las plataformas digitales.
Producto	Elaboración de artes gráficas para redes sociales.
Objetivo comunicacional	Enviar mensajes de concientización a la audiencia de la emisora, ya que son un público joven, que actualmente se interesa mucho por temas educativos, culturales y sociales y buscan espacios para informarse. Logrando así que Radio atmosfera 96.5 siendo una emisora eminentemente comercial y de entretenimiento, sea una de las pioneras en su formato en tener un contenido y espacio de este tipo.
Público Objetivo	Externo audiencia de Radio Atmosfera 96.5 y público en general que alcance el contenido radias y de redes sociales.
Medio de difusión	Digital formato PNG 8 artes tipo platilla con sus respectivos logos, para colocar en ellos frases o contenidos acordes a la estrategia en cada red social.

- Bocetos de plantilla con logo para artes en redes sociales:



- Bocetos de plantilla con logo para artes en redes sociales ya editado:



Capítulo III

3. Informe de Ejecución

3.1. Proyecto desarrollado

“Plan de comunicación para el fortalecimiento de la imagen social de Radio Atmosfera 96.5, a través de la implementación de un espacio en la programación de la emisora, dedicado única y exclusivamente para la difusión de contenido académico, cultural y social, y para fomentar la participación de la población universitaria de todos los campus del país y la creación de una plataforma digital para dicho espacio, en el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL)”

3.1.1. Financiamiento

El 85% de los gastos en los que se incurrió para la ejecución de este proyecto fueron costeados por el epesista Alexis Rey Fernando García Hernández. La institución colaboró con el proyecto financiando un 15%. No se logró recibir patrocinios externos

3.1.2. Presupuesto

Tabla 1 Detalles de gastos de ejecución del plan de comunicación en Radio Atmosfera 96.5

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo total	Financiamiento
1	Producción de programa radial	Q.2,500 .00	Q.2,500.00	Epesista
1	Creación de plataforma digital en redes sociales	Q.2,000.00	Q.2,000.00	Epesista
1	Diseño de línea gráfica para redes sociales	Q.3,100.00	Q.3,100.00	Epesista
1	Grabación de voz institución para producción de programa de radio.	Q.2,250.00	Q.2,250.00	Empresa
3	Horas de estudio de grabación para la grabación de producción de programa de radio.	Q.150.00	Q.450.00	Empresa
9	Edición de audio para piezas de producción.	Q.200.00	Q.1,800.00	Empresa
1	Locutor de cabina para conducción de programa de radio.	Q.2,500.00	Q.2,500.00	Epesista
300	Horas de asesoría comunicacional brindada por Epesista Alexis García a Radio Atmosfera 96.5.	Q.50.00	Q.15,000.00	Epesista
8	Plantillas para Artes Gráficas, destinadas a ejecución de Acción 4.	Q.125.00	Q.1.000.00	Epesista
Total, del proyecto		---	Q. 30,600.00	

3.1.3. Beneficiarios

Tabla 2. Personas se vieron favorecidas con el Plan Comunicacional.

Beneficiarios	Beneficio
Beneficiarios primarios Las universidades, estudiantes universitarios y organizaciones.	Son los principales beneficiarios porque ahora cuentan con una plataforma en un medio de comunicación masivo que les permite difundir y viralizar proyectos, programas, actividades y cualquier tipo de información importante que aporte y sume a la audiencia, ya que actualmente los espacios de este tipo en medios de comunicación comerciales son casi nulos, por lo que es una gran oportunidad para los beneficiarios, debido a que el espacio es completamente gratuito, haciéndolo accesible para todos.
Beneficiarios secundarios Audiencia de Radio Atmosfera 96.5	La audiencia de Radio Atmosfera 96.5 es un público netamente joven y precisamente este segmento de la población en nuestro país, actualmente busca de forma constante información que les permita crecer como personas y profesionales y a la vez participar activamente en actividades de cambio social. A través de la implementación de la plataforma radial y digital, la audiencia, encontrará lo que busca, y quizá un poco más, gracias a la iniciativa de sentido social que se puso en marcha en la institución.

3.1.4. Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Julio García	Director de Radio Atmosfera 96.5	Brindó la aprobación para el desarrollo de todas las actividades que realizaron dentro de la institución y la autorización para que el personal indicado apoyara en los procesos necesarios para poner en marcha las acciones del plan comunicacional.
Juan Pablo Mata	Voz institucional y productor de Radio Atmosfera 96.5	Realización de las respectivas locuciones para las piezas de producción para el programa radial en Radio Atmosfera 96.5
Iván Pelén	Editor de audio y encargado del estudio de grabación A de Grupo Emisoras unidas	Grabación de las locuciones y edición de las piezas de producción para el programa radial en Radio Atmosfera 96.5
Jorge Ruano	Programador de Radio Atmosfera 96.5	Encargado de ingresar las piezas de producción realizadas al sistema de reproducción de la estación y programar la rotación del promocional del programa radial. Asesoramiento para la creación de un reloj de intervenciones al aire en el programa radial
Karen Miranda	Asistente de dirección	Encargada de coordinar la autorización del ingreso de los invitados a entrevista en el programa radial
Juan José Barrios	Supervisor de producción	Asesoramiento para la adaptación del concepto radial al formato de Radio Atmosfera 96.5
Alexis García	Epesista	Propuesta, desarrollo y ejecución del proyecto “Fortalecimiento de la imagen social de Radio Atmosfera 96.5”

3.1.5. Áreas Geográficas de Acción

El desarrollo del Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, se realizó en las instalaciones de Grupo Emisoras Unidas de Guatemala, ubicadas en 4 calle 6-84 Zona 13 Ciudad de Guatemala, grupo al que pertenece Radio Atmosfera 96.5.

3.2. Estrategias y Acciones Desarrolladas

Estrategia #1: Fortalecer la comunicación externa de Atmósfera 96.5.

Objetivo comunicacional: Fortalecer la imagen social de Radio Atmosfera 96.5 ante su audiencia, organizaciones, universidades y público en general.

Descripción: Luego de que se analizará y estudiará la parrilla de programación de Radio Atmosfera 96.5, se promoverá la participación social de la radio con la divulgación de proyectos culturales, eventos y actividades académicas. Por lo que se abrió un espacio semanal dentro de la programación, con su respectiva plataforma digital, el cual permitirá presentar a los oyentes información relacionada a expresión académica, cultural y servicio social, por medio de transmisiones al aire y a través de las redes sociales.

El espacio que logró conseguir en la programación de Radio Atmosfera 96.5 es de 2 horas al aire transmitido los días miércoles a partir de las 20 horas, y la plataforma digital se habilitó en las 3 redes sociales más utilizadas por el público joven (Facebook, Twitter, Instagram).

Acciones Desarrolladas:

Acción 1: Programa radial con duración de 120 minutos, 10 piezas de audio radiales para la producción del programa (presentación, despedida, presentación de segmentos y promoción de redes sociales), calendario de invitados y posibles invitados, en formato digital Excel.

INICIANDO	miércoles, 07 de agosto de 2019				
INVITADO	ESTABLECIMIENTO	EVENTO	ENTREVISTAS POR TELEFONO		
miércoles	Andy Barillas	Naciones Unidas	MONUGUA	Kevin Velasquez	UNIS/Documental EPS
7	Ibersander Callegar	USAC	Cursos propedeuticos		
miércoles	VOLUSAC	USAC	Dia de la juventud		
14	Ana Corado	USAC	para que sirve la AEU		
miércoles					
21					
miércoles					

Captura de pantalla de calendario de invitados al programa en Radio Atmosfera 96.5.

Formato Excel – Agosto 2019

INICIANDO	miércoles, 07 de agosto de 2019			
NOMBRE	ESTABLECIMIENTO	CONTACTO		
miércoles				
7				
miércoles				
14				
miércoles	Jorge Sarmiento	URL	53871950	
21	Flora Campollo	U Davinci	55010182	
miércoles				

Captura de pantalla de base de datos de invitados al programa en Radio Atmosfera 96.5.

Formato Excel – Agosto 2019

Tabla 1. Guion de pieza radial 1, presentación del programa.

PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA	
LOCUTOR INSTITUCIONAL	<p>Parciales, retrancas, trabajos en grupo Y licenciados mala onda... No existen en “La U Atmosférica” Un espacio en tu atmosfera Para saber que pasa en tu universidad y evolucionar La U Atmosférica... un programa para los de la U Pone atención porque las clases comienzan ahora Y con ustedes, para conducir “La U Atmosférica” el Licenciado Alexis García</p>

Tabla 2. Guion de pieza radial 2, despedida del programa.

DESPEDIDA DEL PROGRAMA	
CONTROL	FX SONIDO DE TIMBRE
LOCUTOR INSTITUCIONAL	<p>Las clases terminan por hoy Pero la próxima semana traemos más cursos que Que no necesitas ganar, solo.... Disfrutar. La U Atmosférica... un programa para los de la U Solo por.... Atmosfera 96.5 evoluciona con vos.</p>

Tabla 3. Guion de pieza radial 3, presentación segmento entrevista.

PRESENTACIÓN SEGMENTO ENTREVISTA	
LOCUTOR 1	LICENCIADO: Jóvenes vamos a empezar con la exposición, el grupo que esté listo puede pasar, si no, yo elijo quien pasa.
LOCUTOR INSTITUCIONAL	Olvidate de las presiones, porque aquí solo expone el que quiere Exprésate en LA EXPO De la U atmosférica.

Tabla 4. Guion de pieza radial 4, ligador 1 para programa de radio.

LIGADOR 1	
LOCUTOR INSTITUCIONAL	Los semestres se disfrutan más en La U Atmosférica... Un programa para los de U Solo por atmosfera 96.5 evoluciona con vos

Tabla 5. Guion de pieza radial 5, ligador 2 para programa de radio.

LIGADOR 2	
LOCUTOR INSTITUCIONAL	En esta U no tenés nada que perder... solo ganar La U Atmosférica... un programa para los de la U

Tabla 6. Guion de pieza radial 6, promocional del programa.

PROMOCIONAL DEL PROGRAMA	
LOCUTOR INSTITUCIONAL	<p>Una universidad sin parciales Sin zona mínima y sin tareas Es un sueño que hicimos realidad... Porque en Atmosfera tenemos para vos La U Atmosférica... un programa para los de la U Aquí te escuchamos a vos y a tu universidad Los miércoles a las 8 de la noche pasamos lista en La U Atmosférica... Solo por atmosfera 96.5 evoluciona con vos.</p>

Tabla 7. Guion de pieza radial 7, promocional correo de contacto.

PROMOCIONAL CORREO DE CONTACTO	
LOCUTOR INSTITUCIONAL	<p>En atmosfera, la universidad se disfruta más y el cupo es limitado Para inscribirte en La U Atmosférica y compartir tus proyectos Envía un correo a laumatmosferica@emisorasunidas.com Nosotros te leemos a vos y a tu universidad La U Atmosférica... un programa para los de U Por Atmosfera 96.5 evoluciona con vos.</p>

Tabla 8. Guion de pieza radial 8, promocional red social Facebook.

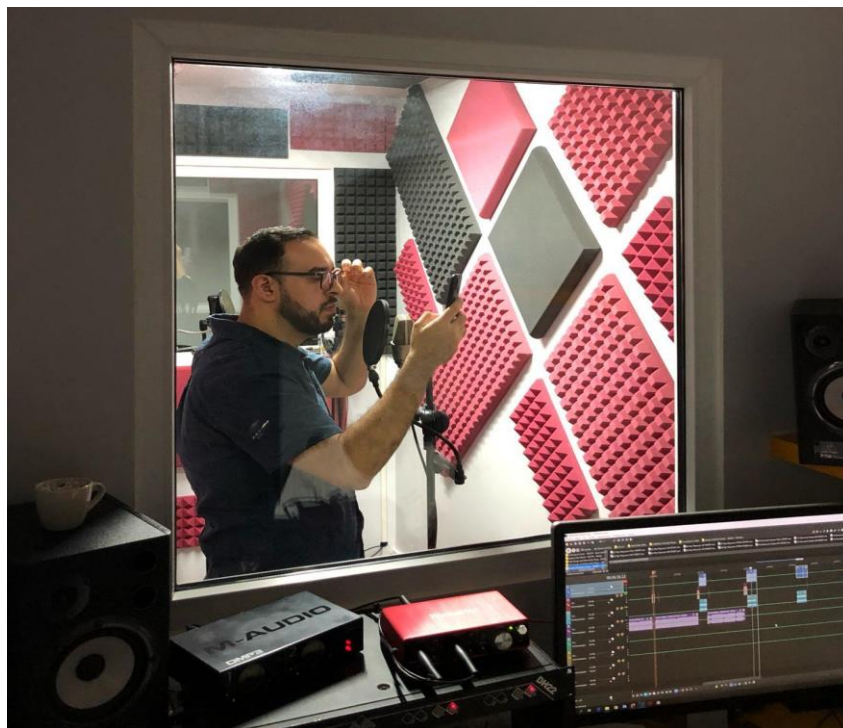
PROMOCIONAL RED SOCIAL FACEBOOK	
LOCUTOR INSTITUCIONAL	<p>También evolucionamos las redes sociales Búscanos en Facebook como La U Atmosférica.</p>

Tabla 9. Guion de pieza radial 9, promocional red social Twitter.

PROMOCIONAL RED SOCIAL TWITTER	
LOCUTOR INSTITUCIONAL	A buen entendedor pocas palabras. Por eso seguinos en twitter y descubrí lo que tenemos para vos @lauatmosferica.

Tabla 10. Guion de pieza radial 10, promocional red social Instagram.

PROMOCIONAL RED SOCIAL INSTAGRAM	
LOCUTOR INSTITUCIONAL	Las redes sociales son lo de hoy Por eso también evolucionamos en Instagram @lauatmosferica.



Juan Pablo Mata, Voz Institucional de Radio Atmosfera 96.5 en Grabación de locuciones de textos de producción para programa radial. -Julio 2019.



Iván Pelen editor de audio de Estudio A de Grupo Emisoras Unidas, en edición de piezas de audio de producción para programa radial. -Julio 2019

Acción 2: Plataforma digital en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram). Plan social media digital en formato Excel.

MIERCOLES 7 DE AGOSTO						
1	A	B	C	D	E	F
2	Hora de publicacion		Texto	Tipo de Contenido	Observaciones	
3	TWITTER					
4	10:00		No te pierdas hoy la entrevista con representantes de MONUGUA	Promocion de entrevista		
5	12:00					
6	14:00		Hoy tendremos entrevista para información de cursos para exámenes de admisión	Promoción entrevista		
7	16:00					
8	18:00					
9	20:00					
10						
11						
12	FACEBOOK					
13	10:00		Hoy tendremos entrevista para información de cursos para exámenes de admisión	promoción de entrevista		
14	14:00		No te pierdas hoy la entrevista con representantes de MONUGUA	promoción de entrevista		
15	18:00					
16	21:00					
17	INSTAGRAM					
18	10:00		No te pierdas hoy la entrevista con representantes de MONUGUA	promoción de entrevista		
19	16:00		Hoy tendremos entrevista para información de cursos para exámenes de admisión	promoción de entrevista		
20	20:00					
21						
22	JUVES 8 DE AGOSTO					

Captura de pantalla de plan de social media para redes sociales de programa en Radio Atmosfera 96.5. Formato Excel – Agosto 2019



Captura de pantalla de Perfil de Twitter del programa radial. –Julio 2019

Captura de pantalla de Página de Facebook del programa radial. –Julio 2019



Captura de pantalla de perfil de Instagram del programa radial. –Julio 2019.

Acción 3: Creación de la línea gráfica de la plataforma digital en redes sociales. Se realizará 5 diseños digital en formato JPEG. 1 portada para Facebook con dimensiones de 851 x 315 píxeles. 1 imagen de portada para Twitter con dimensiones de 1500 × 500 píxeles. 1 foto de perfil para Facebook con dimensiones de 32 x 32 píxeles. 1 foto de perfil para Twitter con dimensiones de 400 x 400 píxeles. 1 foto de perfil para Instagram con dimensiones de 110 x 110 píxeles. 1 logo diseño digital formato PNG.



Línea gráfica de la plataforma digital en redes sociales. Paquete de 5 diseños digitales en formato JPEG. 1 portada para Facebook, 1 imagen de portada para, 1 foto de perfil para Facebook, 1 foto de perfil para Twitter, 1 foto de perfil para Instagram. Diseño de 1 logo digital formato PNG. –Julio 2019.

Acción 4: Elaboración de artes gráficas para redes sociales. Los artes se diseñaron en formato PNG, son 8 artes tipo plantilla con sus respectivos logos, para colocar en ellos frases o contenidos acordes a la estrategia en cada red social.



Paquete de 8 artes gráficas para redes sociales tipo plantilla con sus respectivos logos, en formato PNG, para colocar en ellos frases o contenidos acordes a la estrategia en cada red social. –Julio 2019.

3.3. Cronograma de actividades

Mes Actividad	Junio				Julio				Agosto	
	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	1S	2S
Redacción de textos de producción para audios.										
Reunión con director de Radio Atmosfera 96.5 para autorización de texto										
Grabación de locuciones de producción de audio.										
Edición de producción de audio.										
Reunión con dirección de Radio Atmosfera 96.5 para autorización de producción editado y finalizada.										
Elaboración de calendario de invitados y de base de datos para posibles invitados.										
Elaboración Plan Social Media.										
Diseño de artes gráficas tipo plantilla para redes sociales.										
Elaboración de plataforma digital en red social.										
Elaboración de línea grafica para redes sociales										
Ingreso de producción de audio a sistema de la emisora										
Primera emisión del programa.										
Finalización de prácticas en Radio Atmosfera 96.5 del epesista Alexis García										

Epesista García Hernández, Alexis Rey Fernando. 9 de Agosto de 2019.

3.4. Control y Seguimiento

Para el seguimiento y control de la ejecución del proyecto se utilizaran herramientas para medir los resultados y el cumplimiento de los objetivos.

Emisión de primer programa al aire:

Como primer y principal indicador de control y seguimiento del proyecto, que sirve mostrar que se están alcanzando los objetivos de este proyecto comunicacional es que ya está puesto al aire y ya tuvimos la primera transmisión el 7 de agosto de 2019, con dos entrevistas una con jóvenes representantes del proyecto Modelo de Naciones unidas para Guatemala (MONUGUA) y otra con organizadores de cursos para aplicar a las pruebas específicas de la Facultad de Derecho de la USAC.



Fotografía de invitados en la emisión del primer programa del proyecto. –Agosto 2019

Estadísticas de redes sociales:

Cada red social tiene su propia herramienta para llevar un control de cada acción que se realiza en la plataforma, y debido a que dentro del presente proyecto comunicacional, gran parte de las acciones están realizadas en redes sociales, utilizamos las herramientas de estadísticas de cada red social, evaluar si se está llegando al público objetivo establecido para las estrategias propuestas en nuestro plan de comunicación.



Captura de pantalla de número de seguidores alcanzados en la cuenta de Twitter. –Agosto 2019.

Público

237

Total de Me gusta

▲ 6 últimos 28 días



A Jayro Ixcotoyac, Andrés Cox y 235 personas más les gusta tu página

Ver más >

Captura de pantalla de número de seguidores alcanzado en la página de Facebook. –Agosto 2019.

Descubrimiento ?

312

Alcance de la página

▲ 216 últimos 28 días

384

Visitas a la página

▲ 105 últimos 28 días



Agrega contenido a la historia de tu página

Llega a las personas con una foto o un video en las historias de la parte superior de la sección de noticias.



Captura de pantalla de alcance logrado en la página de Facebook. –Agosto 2019.



Captura de pantalla de alcance y acciones realizadas en la cuenta de Instagram. –Agosto 2019.



Captura de pantalla de lugares y tipo de público que sigue el perfil de instagram. –Agosto 2019.

Conclusiones

Transcurrido ya el período establecido para la realización del Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y el desarrollo de todas las fases de las que se compone la actividad, se da por finalizado el proyecto, con la presentación de este documento, mismo con el que, se concluye lo siguiente respecto a las estrategias planteadas:

Estar a la vanguardia y transmitir contenido útil para la audiencia, debe ser uno de los principales objetivos para un medio de comunicación, sobre todo, cuando de público juvenil se trata. Ellos buscan estar enterados de lo que pasa en su entorno social y tratan de participar activamente en proyectos que generen un cambio social.

De allí la importancia de realizar este proyecto en la institución, ya que luego de hacer los estudios correspondientes se logró determinar que urgía un espacio de este tipo, debido a que la audiencia de Radio Atmosfera 96.5 es netamente joven. Pero había que ir más allá, hoy por hoy las redes sociales parte del diario vivir de esos mismos jóvenes, entonces también era importante cubrir esos espacios, por lo que se creyó oportuno crear una plataforma digital en redes sociales para complementar el proyecto.

Se llega a concluir que una buena imagen social ante la audiencia es de suma importancia, ya que le da credibilidad al medio y se le toma en serio, ese era el objetivo primordial de las acciones realizadas durante este proyecto, creando un precedente en la institución en este tipo de programas.

Recomendaciones

Se recomienda darles seguimiento a las acciones realizadas con este proyecto comunicacional en la institución, para mantener al público joven cautivado y sobre todo informado, sin descuidar la programación musical que gusta mucho a la audiencia para poder lograr una combinación precisa y convertirse en un medio completo.

Mantener constante comunicación con el público, universidades, organizaciones y representantes estudiantiles, para poder tener siempre contenido de fondo que compartir y sobre todo para seguir formando parte activa en el entorno social de muchos jóvenes que actualmente buscan un espacio para expresarse y llegar a otros similares.

Darle mantenimiento a la plataforma digital en redes sociales, actualizando la imagen para no hacer abuso de los recursos y no aburrir al público, que, por ser una audiencia joven, necesita recibir contenido fresco, constantemente.

Se recomienda posteriormente involucrar en actividades relacionadas con el proyecto a todo el staff de la emisora, para poder generar un mayor impacto en la audiencia, al ver que los locutores que escuchan diariamente también participan en proyectos afines.

Glosario de términos

1. **Captura de Pantalla:** Foto tomada por una computadora o un teléfono inteligente, para capturar los elementos que se están visualizando en la pantalla de los dispositivos.
2. **Emisora:** Empresa o institución que se dedica a la emisión de programas radiales.
3. **Facebook:** Es una red social, donde personas pueden compartir sus intereses y encontrar información acorde a los mismos, además de mantenerse en contacto con otras personas.
4. **FM:** Son las siglas de Frecuencia Modulada.
5. **Formato Radial:** Es el estilo, estructura y forma del contenido que se transmite en una emisora.
6. **FX:** Es un término utilizado en guiones de radio para determinar los efectos especiales que se incluirán en la producción al momento de la edición.
7. **Indicadores:** Comparación entre dos o más tipos de datos para elaborar una medida cuantitativa.
8. **Instagram:** red social que fue fundada por Kevin Systrom y Mike Krieger, Principalmente utilizada Instagram para subir fotos y vídeos de corta duración.
9. **JPEG:** Formato de imagen más común.
10. **Ligador de Radio:** Es una pieza de producción radial que permite separar una canción de otra en una programación radial.
11. **Línea Gráfica:** Cada uno de los diseños en la comunicación gráfica de una empresa o institución.
12. **Parrilla de programación:** Es la disposición de horarios entre cada emisión de programas en una estación de radio.
13. **Píxeles:** Unidad básica de una imagen digital.
14. **Plan de social media:** Es la organización, planificación y adecuación de los diferentes medios sociales que tenemos a nuestro alcance para establecer una vía de comunicación online con nuestros usuarios con el fin último de conseguir los objetivos que nuestra empresa necesita y donde el usuario siempre se sitúa en el centro.

15. **Plataforma digital:** Determinado sitio de internet que sirve para almacenar información personal o de negocios.
16. **PNG:** Es un formato gráfico para imágenes digitales con mayor calidad.
17. **Producción Radial:** Son todas las actividades que se centran en la elaboración de programas radiales.
18. **Público objetivo:** Destinatario ideal para un determinado producto o servicio.
19. **Radiodifusión:** Servicio de emisión de señales de radio y televisión para uso público.
20. **Red social:** es una estructura social compuesta por un conjunto de individuos u organizaciones que están relacionados de acuerdo a algún criterio como relación profesional o estudiantil, amistad, parentesco, etc. Las plataformas en Internet que facilitan la comunicación entre personas de una misma estructura social se denominan servicios de red social o redes sociales virtuales. En ellas las personas interactúan a través de perfiles creados por ellos mismos, en los que comparten sus fotos, historias eventos o pensamientos.
21. **Transmitir:** Emitir o difundir un programa.
22. **Twitter:** Es una red social que permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres, llamados tweets, que se muestran en la página principal del usuario.
23. **Viralizar:** Conseguir que un contenido se difunda por sí solo.
24. **Voz Institucional:** Esta voz es la que representa a la institución (empresa, marca, etc).
25. **WWW:** World Wide Web.
26. **Web:** Documento o información electrónica, capaz de contener texto, sonido o video.
27. **Whatsapp:** Aplicación de mensajería para teléfonos inteligentes.

Bibliografía

- Álvarez-Gayou, J.L. (2005). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México: Paidós
- Topbrands Guatemala (2016) *Libro de las mejores marcas en Guatemala*. Guatemala.
- Cebrián Herreros, Mariano (1994). *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Madrid.
- Alva de la Selva, A. R. (1982) *Radio e ideología*, México, El Caballito.
- Cebrián Herreros, Mariano (1981) *Diccionario de Radio y Televisión: bases de una delimitación terminológica*, México.
- Iriarte, P. Gregorio, Orsini Puente, Marta (1995) *Conciencia crítica y medios de comunicación: técnicas y análisis*, México.
- Castells, Manuel (2000). *La era de la información*. Madrid, Alianza Editorial.
- Munné, Frederic (1993). *La comunicación en la cultura de masas*, Barcelona.
- Losada, José Carlos (2005) *Gestión de la comunicación en las organizaciones*, Barcelona.
- Biagi, S. (1999). *Impacto de los medios*, México.

- **E Grafía**

- Arias, Alejo Leonel (2018) *Géneros y formatos radiales*, Disponible en <https://blog.elinsignia.com/2018/11/29/generos-y-formatos-radiales/>
- Domínguez, Rubén (2009) *Guion Técnico de radio*, Disponible en <http://tcnicasaudiovisuales.blogspot.com/2009/10/guion-tecnico-de-radio.html>
- Pérez Slans, Jorge (2019) *Que es Instagram, para qué sirve y cómo se utiliza*, Disponible en <https://escuela.marketingandweb.es/que-es-instagram-para-que-sirve/>

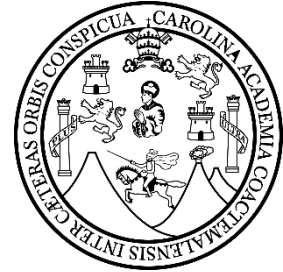
Anexos

Anexos documentación fase 1: Diagnóstico

Transcripción completa de las entrevistas



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
2,019



Entrevista Julio García

Director de Radio Atmosfera 96.5

1. ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja en la institución? **R//** 27 años
2. ¿Considera que en el país, existen espacios en los medios de comunicación que dediquen tiempo en sus frecuencias radiales, a la difusión de agendas culturales y académicas? **R//** De haber es muy poco, muy poco casi nada.
3. ¿Qué contenidos deberían ser difundidos en un espacio dedicado a esos fines? **R//** cultura, medio ambiente, mejora continua, superación resolver algunos problemas de jóvenes actualmente, inclusive ver el aspecto de drogas, como evitar vicios, como ser una mejor persona, como estudiante como adquirir mejores hábitos de estudios, como ser responsable, como crear los valores.
4. ¿Qué razones considera que prevalecen en las direcciones de los medios radiales, para no abrir o limitar los espacios dedicados específicamente a las entrevistas con representantes de instituciones académicas y culturales? **R//** creo que si no ha habido una apertura como la que hoy queremos hacer es porque tal vez, son dos aspectos, número uno es estamos en un mundo hoy en día en que la gente está muy comunicada, anteriormente los estudiantes estaban basados únicamente y muy cuadrados en lo que era el área de estudios y no como un medio de expresión de poder muchas cosas, cosas, no te estoy hablando de política, sino, de estudiantes, pero también la parte económica, que creo que como los medios de comunicación no dependemos solo porque tenemos el medio y salir, sino que hay que comercializar, entonces hoy día, queremos armar un proyecto, que haya esa apertura creemos que es un buen momento, la cantidad de estudiantes, la

juventud hoy día es muy grande y creemos que puede ser un buen punto de atracción para los demás jóvenes y que se hablen con su mismo lenguaje y que solucionen los problemas que por lo regular son generales y únicos verdad, son muy de todos los problemas.

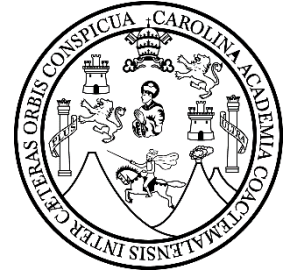
5. ¿Cuál considera que sería el horario ideal para la existencia de un programa de radio, que se transforme en ventana de contenidos académicos, culturales y recreacionales para los oyentes? **R//** Yo creo que en la noche es un buen tiempo, es un buen tiempo porque ya la gente está más relajada, ya se puede dedicar a escucharlo, mucha gente que está saliendo de la universidad está metida en el tránsito entonces bien puede meterse en el rollo de audiencia.

6. Con la cantidad de audiencia que posee Radio Atmósfera 96.5 de Grupo Emisoras Unidas ¿Cuáles cree según su opinión que serían los beneficios para la audiencia, de llegar a ser alcanzados por contenidos relacionados al mundo académico y cultural? **R//** Yo creo que son nichos, nichos. Lo que estaríamos enfocándonos principalmente, enfocar nuestra audiencia a un grupo joven, estudiante, últimos años de niveles básicos, diversificados sería, primeros años de universidad, ese sería el nicho que nosotros estaríamos buscando.

7. ¿Apoyaría la creación de un proyecto de radio, sea específicamente para difundir la agenda de diversos proyectos, cursos y actividades académicas y culturales? **R//** Sí, es más, si lo apoyaría, de hecho nosotros como medio si apoyamos, que nos escriben de una facultad que van a hacer algún su evento pero, lo que más me gustaría es como conocer el entorno de que es lo que está pensando esta gente verdad, que están pensando los estudiantes, que están queriendo transmitir y que tienen grandes ideas porque en Guatemala aquí en Guatemala honestamente hay muy buenas ideas para poder implementar como medio ambiente, inclusive estábamos hablando de hábitos de estudio, superación, inclusive hablar de economía, cómo construir ahorros, como ser una mejor persona, cómo ayudar al prójimo, en qué podemos nosotros invertir nuestro tiempo para la ayuda social.



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
2,019



Entrevista Claudia Hernández
Subdirectora de Junkacentro

1. ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja en la institución? **R//** Hace 8 años.
2. ¿Considera que en el país, existen espacios en los medios de comunicación que dediquen tiempo en sus frecuencias radiales, a la difusión de agendas culturales y académicas? **R//** Fíjese que yo el único lugar donde lo he escuchado es en Radio Universidad, en otro lado no he escuchado.
3. ¿Qué contenidos deberían ser difundidos en un espacio dedicado a esos fines? **R//** Bueno, desde mi punto de vista, considerando nuestra condición cultural y económica, yo creo que cualquier oportunidad que sea gratuita, becas, todo lo que tenga que ver con cultura, que sea gratuito, o, si, yo pienso que sí porque a veces y que sea claro, porque a veces invitan a los lugares y no dicen si es gratuito o es pagado o que pues ser muy específicos verdad, porque eso motiva a las personas para que sepan que no tienen que gastar y no se quedan con la duda, será que voy, si me van a cobrar o cuánto costará.
4. ¿Qué razones considera que prevalecen en las direcciones de los medios radiales, para no abrir o limitar los espacios dedicados específicamente a las entrevistas con representantes de instituciones académicas y culturales? **R//** Yo, por supuesto desde mi punto de vista porque yo no sé a profundidad cómo funciona pero, son como un poco pasivas, no hay un canal de comunicación en el que se pueda aprovechar por ejemplo, hoy tuvimos la oportunidad en radio sonora, por una conocida, pero de lo contrario, no saben la instituciones como abocarse, con quien hablar, como comunicarse verdad, en cambio si hubiera un lugar específico, un canal específico definido, creo que sería genial, porque ya se sabe que ahí se puede canalizar toda la información.

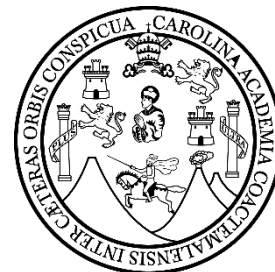
5. ¿Cuál considera que sería el horario ideal para la existencia de un programa de radio, que se transforme en ventana de contenidos académicos, culturales y recreacionales para los oyentes? **R//** Mire la verdad es que yo escucho radio cuando voy manejando, entonces sería básicamente temprano en la mañana o en la tarde noche cuando la gente se está movilizandando, porque normalmente, bueno no sé, los jóvenes ahora yo creo que ya no escuchan tanto radio, sino que se van a Spotify o están en otros canales donde no se llega a ellos, entonces yo pienso que sería genial también hacerlo en su idioma, un programa radial sería genial, pero quienes lo van a escuchar, ¿van a ser sus papás? O ¿sus familiares que están oyendo? Pero también creo que tendría que ir de la mano algo de redes sociales para poder llegar a los jóvenes.

6. Con la cantidad de audiencia que posee Radio Atmósfera 96.5 de Grupo Emisoras Unidas ¿Cuáles cree según su opinión que serían los beneficios para la audiencia, de llegar a ser alcanzados por contenidos relacionados al mundo académico y cultural? **R//** Yo creo que despertará interés, planear una agenda verdad, que se pudiera decir que va a haber en la semana de manera anticipada para que los jóvenes puedan hacer planes, que sepan que es lo que se puede hacer en esas actividades, que se puede aprender, que va a haber, yo creo que sí sería muy motivante hacer la difusión de una mera fresca y joven.

7. ¿Apoyaría la creación de un proyecto de radio, sea específicamente para difundir la agenda de diversos proyectos, cursos y actividades académicas y culturales? **R//** Cien por ciento.



Modelo de la encuesta
Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
2,019



Encuesta

Espacios culturales, recreacionales y educativos al aire.

Por favor responda la siguiente encuesta con sinceridad. La información obtenida será utilizada para mejorar la difusión de contenido académico, universitario y cultural en Radio Atmosfera 96.5.

1. Edad: _____

2. Sexo:

Masculino.

Femenino.

3. Profesión: _____

4. Si es estudiante, indique carrera y casa de estudios: _____

5. ¿Considera que existen programas radiales especializados en la difusión de contenidos culturales y académicos?

Sí. ¿Si su respuesta es "sí", especifique cuáles?

 No.

6. ¿En qué horario preferiría informarse vía radio de actividades culturales y académicas?

Matutino. ¿Por qué? _____

Vespertino.

Nocturno.

7. ¿Qué temas le gustaría escuchar en un programa dedicado 100% al impulso de actividades culturales y académicas?

Actividades lúdicas y recreacionales.

Cursos de capacitación.

Información de carreras universitarias.

Apoyo vocacional.

Becas.

Lectura.

8. ¿De existir un programa en radio que permita la difusión de información de interés general para la comunidad educativa nacional, lo escucharía?

Sí ¿Por qué? _____

No

Matriz o vaciado de datos.

Respuestas a pregunta 1, 2 y 3 de las encuestas.

1. Edad	2. Sexo	3. Profesión
	31	Contador
	24	Pagador receptor banco
	24	Pagador receptor banco
	24	Pagador receptor banco
	43 Masculino.	Tecnico CGI
	21 Masculino.	Vendedor
	27 Masculino.	Médico y cirujano
	31 Masculino.	Inge Agrónomo
	32 Masculino.	Licenciado en Administración de Aduanas
	28 Masculino.	Estudiante
	28 Femenino.	Estudiante
	25	Administrador
	31 Masculino.	Perito Administrador de Empresas
	35 Masculino.	Ingeniero
	30 Masculino.	Comerciante
	31 Masculino.	Bachiller Industrial
	25 Masculino.	Ingeniero industrial
	33 Masculino.	Administrador
	24 Femenino.	Magister
	33 Masculino.	Publicista profesional
	25 Masculino.	Estudiante
	25 Masculino.	Piloto
	28 Masculino.	Profesor
	26 Masculino.	Bachiller en computacion
	30 Masculino.	Empresario
	17 Femenino.	Trabajor
	31 Masculino.	Dibujante
	42 Masculino.	Bachiller
	39 Masculino.	Licenciado en Administración de Empresas
	37 Masculino.	CPA
	45 Masculino.	Tecnico en telecomunicaciones
	23 Masculino.	Estudiante
	23 Masculino.	Contador
	27 Masculino.	Comerciante
	32 Femenino.	Ingeniera en ciencias y sistemas
	24 Masculino.	Electricista
	23 Masculino.	Bachiller en ciencias y letras
	32 Masculino.	Ingeniero
	24 Masculino.	Periodista
	28 Femenino.	Estudiante
	29 Masculino.	Ing. Mecánico
	18 Masculino.	Dibujante
	26 Masculino.	Arquitecto
	25 Masculino.	Estudiante
	23 Masculino.	Perito contador

23	Masculino.	Auxiliar contable
23	Masculino.	Administrador Turístico
28	Masculino.	Operador de cobro
31	Femenino.	Secretaria oficinista
36	Femenino.	Trabajadora social
28	Femenino.	Estudiante
28	Femenino.	Diseñador Gráfico
27	Femenino.	Estudiante
21	Femenino.	Estudiante
28	Masculino.	Técnico / estudiante
32	Masculino.	Estudiante de Ingeniería usac
38	Femenino.	Community manager
26	Femenino.	Técnico en gastronomía
24	Femenino.	Dibujante
20	Masculino.	Dibujante Técnico

Respuesta a pregunta 4 de encuesta.

4. Si es estudiante, indique carrera y casa de estudios.
Auditoría, universidad de San Carlos
Auditoría
Auditoría
Auditoría
N/A
Bachiller en ciencia y letras
No lo soy.
No soy
Licenciatura en Administración Aduanera, Universidad Galileo
Veterinaria, usac
Arquitectura, Universidad San Pablo de Guatemala
MBA UMG
Universidad de San Carlos
Usac
Usac
Ingeniería en Sistemas, Universidad Mariano Gálvez
No
Informática, Universidad Galileo
N/A - Landívar
Usac comunicación
Licenciatura en gestión empresarial universidad galileo
Universidad de San Carlos
PEM informática y cómputo en Usac
No soy estudiante
No soy estudiante dije.
Relaciones Internacionales
Administración URural de Guatemala
No
Universidad Galileo
No
No
Psicología
Contador público, mariano galvez
No
Maestría en administración industrial y empresas de servicios, UE
No
Calusac
Galileo, Licenciatura en informática
Usac
Administración de empresas
-
Bachiller en dibujo técnico y de construcción
Arquitectura, UMG
Administración de empresas de aviación - Universidad Galileo
No

Escuela de ciencias de la comunicación locutor profesional

Ingeniería Sistemas UMG

No

Administración de empresas/ universidad Rural de Guatemala

Maestría usac

Psicología Industrial

Arquitectura-Diseño Gráfico

Psicología

Arquitectura, USAC

Certificación Cisco

Ingeniería

Ingeniería en Sistemas Mariano Gálvez

Intecap

Arquitectura, USAC

Arquitectura

Respuestas a pregunta 5 a encuesta.

5. ¿Considera que existen programas radiales especializados en la difusión de contenidos culturales y académicos?
No
No
Si.
Si.
Si.
No.
No.
No.
No.
No.
Si.
Si.
No.
No.
Si.
No.
No.
No.
Si.
Si.
No.
No.
No.
No.
Si.
Si.
No.
No.
No.
No.
No.
Si.
Si.
No.
No.
No.
No.
No.
Si.
No.
No.
No.
No.
No.

No.	
No.	
SI.	
No.	
SI.	
No.	
No.	
No.	
No.	
No.	
No.	
SI.	
No.	
No.	

Información adicional a las respuestas de la pregunta 5 de la encuesta.

Si su respuesta es "sí", especifique cuáles.

Fabumarimbás

Atmósfera

La radios de la USAC, e Liceo Javier tiene un programa de educación por radio.

Emisora Unidas

De salud, historia y música

Los 3 ratones y el peor es nada

Doctor en casa de Emisora Unidas

96.5

Radio universidad

Atmosfera

Hay varios programas de Radio Faro Cultural

Peor es Nada de Atmósfera

Existen pero no son conocidos.

Los 3 ralones

Radio universidad, cultural, la red

Sonora favoesterio

Respuestas a la pregunta 6 de la encuesta.

6. ¿En qué horario preferiría informarse vía radio de actividades culturales y académicas?
Nocturno
Nocturno
Matutino.
Matutino.
Nocturno.
Nocturno.
Vespertino.
Matutino.
Matutino.
Nocturno.
Matutino.
Vespertino.
Matutino.
Matutino.
Nocturno.
Matutino.
Matutino.
Matutino.
Matutino.
Nocturno.
Nocturno.
Nocturno.
Vespertino.
Matutino.
Vespertino.
Matutino.
Vespertino.
Matutino.
Matutino.
Matutino.
Nocturno.
Vespertino.
Vespertino.
Matutino.
Matutino.
Matutino.
Nocturno.
Matutino.
Vespertino.
Matutino.
Nocturno.
Matutino.
Matutino.

Nocturno.

Vespertino.

Matutino.

Matutino.

Matutino.

Nocturno.

Matutino.

Nocturno.

Vespertino.

Vespertino.

Vespertino.

Nocturno.

Matutino.

Nocturno.

Matutino.

Información adicional a las respuestas de la pregunta 6 de la encuesta

¿Por qué?
A esa hora se cuenta con más tiempo para escuchar programas de contenido
Ya regresé a mi casa y le puedo poner atención.
Ya regresé a mi casa y le puedo poner atención.
Ya regresé a mi casa y le puedo poner atención.
Es cuando escucho radio
Escucho más
Es cuando tengo tiempo.
Saliendo del trabajo puede ser tiempo aprovechado
Es cuando paso más tiempo en el carro por en tránsito, y escucho la radio.
Es la mejor hora del día
Generalmente es cuando las personas tienen más tiempo de escuchar la radio
No me interesa
Porque mis actividades se encuentran en ese horario. Ya que luego no puedo escuchar
Pongo mas atencion en ese horario
Es la hora en la que más escucho radio
Es el tiempo en que escucho radio
En la mañana me gusta escuchar muladas para relajarme
Por que es horario hábil para que lo escuche todo tipo de público
Mientras estoy en el trafico
Horario que voy en el tráfico y tengo la radio
Por que es la hora que más pendiente estoy de la radio
Porque en la noche uno ya está en su casa tranquilo descansando y en la mañana anda
El momento en el que más escucho
Horario de trabajo
Es el horario q tendría tiempo
Ya que a esta hora pasan muchas cosas y es mejor empezar el día informado.
Para empezar bien en día
Empezar el día aprendiendo algo nuevo.
Digamos en un horario de 11am en adelante pues ese horario es de labores y no existe l
Porque no está la opción de todo el día tengo que marcar matutino, pero considero que a
Uno está más dispuesto a escuchar
Porque es cuando más tiempo pasó en el carro
Uno pone más interés en la noche
Es el tiempo en que voy mas en el auto
Se prestaría más atención, es un horario más tranquilo en relación a el estrés y carreras
Para empezar el día
Me ayuda a ver lo positivo del país
porque es el unico horario disponible
Más tiempo
por el transito
Xq ya voy tranquilo a mi casa
Es cuando mas escucho radio
Es cuando uno tiene un poco de tiempo libre
Porque es cuando voy en el carro escuchando la radio
Por la actitud

A esa hora si se puede escuchar más cómodo

Es cuando uno está más tranquilo.

Me gusta mucho escuchar la radio

Mejor percepción y tiempo

Voy para el trabajo

es mas relajante escucharlo en casa

Porque es cuando más oportunidad tengo de escuchar radio

Es cuando tengo tiempo libre

Es la jornada en la que estudio

Es la hora en la cual escucho más radio

Es cuando uno va en el carro y quiere a veces escuchar otras cosas que no sea música

Por el tiempo

Es la hora en que escucho radio

Por horarios de descanso

Por qué es cuando uno está más despierto y se pone mayor atención.

Respuestas a la pregunta 7 de la encuesta.

7. ¿Qué temas le gustaría escuchar en un programa dedicado 100% al impulso de actividades culturales y académicas?
Becas escolares.
Cursos de capacitación.
Cursos de capacitación.
Cursos de capacitación.
Cursos de capacitación.
Apoyo vocacional.
Lectura.
Cursos de capacitación.
Actividades lúdicas y recreacionales.
Actividades lúdicas y recreacionales.
Información de carreras universitarias.
Cursos de capacitación.
Cursos de capacitación.
Lectura.
Cursos de capacitación.
Cursos de capacitación.
Cursos de capacitación.
Apoyo vocacional.
Cursos de capacitación.
Información de carreras universitarias.
Actividades lúdicas y recreacionales.
Información de carreras universitarias.
Apoyo vocacional.
Lectura.
Cursos de capacitación.
Apoyo vocacional.
Lectura.
Información de carreras universitarias.
Actividades lúdicas y recreacionales.
Actividades lúdicas y recreacionales.
Cursos de capacitación.
Apoyo vocacional.
Apoyo vocacional.
Lectura.
Actividades lúdicas y recreacionales.
Información de carreras universitarias.
Lectura.
Actividades lúdicas y recreacionales.
Becas escolares.
Cursos de capacitación.
Becas escolares.
Cursos de capacitación.
Información de carreras universitarias.
Cursos de capacitación.
Cursos de capacitación.

Actividades lúdicas y recreacionales.

Cursos de capacitación.

Actividades lúdicas y recreacionales.

Cursos de capacitación.

Becas escolares.

Cursos de capacitación.

Lectura.

Cursos de capacitación.

Becas escolares.

Cursos de capacitación.

Cursos de capacitación.

Cursos de capacitación.

Apoyo vocacional.

Lectura.

Lectura.

Sl.

Sl.

Sl.

Sl.

Sl.

No.

Sl.

Sl.

Sl.

Sl.

Sl.

Sl.

Sl.

Sl.

Sl.

Información adicional a las respuestas de la pregunta 8 de la encuesta.

¿Por qué?

Me gusta informarme
Interés

Educación es desarrollo
Las redes sociales cumplen con compartí información, incluso este tipo de actividades culturales.
Me gustaría aprender más sobre cultura
Es importante salir de lo desconocido y por cultura general

Puede ser de mi interés
Mejorar y aumentar conocimientos
Aprendizaje
Porque son temas de mucho interés para mi y así pueden ser compartidos
Creo que es excelente fomentar estos temas, aunque no lo escucharía todo el día pero si creo que es bueno
Si, tengo un hijo y me interesa saber el status de enseñanza en el país
Depende de lo dinámico y creativo que sea.
Es otra manera de informarme, y estar con otras actividades

Porque el contenido del programa sería bastante aburrido a menos de que hicieran algo para hacerlo interesante
Todo lo que sea información y formación, es bienvenido
Por superacion
Pero de vez en cuando
Si ya que el estar informado es importante.
Interesante
Para aprender cosa nuevas.
Por las razones anteriores
Como guatemalteco es bueno conocer de las actividades que den a conocer más de nuestra ciudad, de nuestras raíces
Por ser temas de interés
Porque es bueno siempre buscar descansos (como un programa de radio en el tráfico) que culturice

Porque nunca se deja de aprender
Me interesan las actividades culturales en el país, hay muchos eventos que uno raramente se entera o hasta que ya pasaron.
Por información
El que sabe tiene el poder

temas de interés personal
Estoy interesado en una maestría
Es interesante
Por qué es información que todos necesitamos escuchar
Sería interesante
Obtener mejores aprendizajes

Debemos inculcar buenos hábitos y aprender cada día

Interesante

es mas accesible tener esta informacion por redes sociales, internet, etc

Porque me interesa

Ayudaría a difundir la educación

Si, porque ayuda en el crecimiento escolar tanto mio como del país

Porque actualmente es otro tipo de contenido el que transmiten.

Las personas estan desinformadas de los contenidos generales de las carreras tanto en temas de cursos que se llevan como la partes de las areas tecnicas.

Por adquirir más conocimientos

Porque al final lo que buscaría el programa sería educar culturalmente

Para tener mas cultura y educación

Por qué es un medio que para aprender sería muy bueno, ya que se podría aprovechar el tiempo que a veces uno pasa en el tráfico.

Fotografías.



Oficinas centrales de Grupo Emisoras Unidas, institución donde se realizó el diagnóstico comunicacional.



Cabina de Radio Atmosfera 96.5



Entrevista con Julio García, Director de Radio Atmosfera 96.5



Claudia Hernández, Subdirectora de Junkacentro. Entrevistada vía telefónica.

Anexos documentación fase 2: Plan comunicacional

Cotización de diseño de línea gráfica:



FERNANDOGUZMÁN

DISEÑADOR GRÁFICO


 Branding


 Publicidad


 Social media


 web

T: (502) 5825-8605

E: fernandoguzman7786@gmail.com

Fecha Solicitud	3 de abril de 219
Comercial	
Número de Cliente	125
Metodo de Pago	
Terminos de Pedido	

Solicitado por: Alexis Garcia

Producto	Cantidad	Descripción	Unidades	Precio / unidad	Precio
Diseño	1	Diseño de logo	1	Q 1,900.00	Q 1,900.00
Diseño	1	Pagete de diseño de imagen para red	1	Q 1,200.00	Q 1,200.00
Diseño	8	Pantillas para artes redes sociales	8	Q 125.00	Q 1,000.00
19					
20					
Total					4,100.00

Si tiene alguna duda sobre este presupuesto no dude en comunicarse con nosotros



Asistente de dirección de Radio Atmosfera 96.5 Karen Miranda quien proporcionó datos sobre antecedentes de del proyecto en la empresa.



Moisés Álvarez encargado de estudio de grabación de Radio Atmosfera 96.5 quien proporcionó información y costos de locuciones y grabaciones que se plantean en el plan de comunicación.




Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Alexis Rey Fernando García Hernández
No. Carné y DPI: 200811217/1819740450101
Jefe o Encargado (a): M.A. Sheny Roca de Cifuentes
Institución o Empresa: Grupo Emisoras Unidas de Guatemala S.A.
Supervisor de EPSL: M.A. Evelin Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 10 / Al: 14	Junio	6	8	7	5	8		34 hrs.
2	Del: 17 / Al: 21	Junio	7	7	6	6	7		33 hrs.
3	Del: 24 / Al: 28	Junio	5	5	8	4	6		28 hrs.
4	Del: 02 / Al: 05	Julio		7	6	5	4		22 hrs.
5	Del: 08 / Al: 12	Julio	7	6	5	6	7		31 hrs.
6	Del: 15 / Al: 19	Julio	7	6	8	8	7		35 hrs.
7	Del: 22 / Al: 26	Julio	8	7	10	7	5		37 hrs.
8	Del: 29 / Al: 02	Agosto	7	7	10	8	7		39 hrs.
9	Del: 05 / Al: 09	Agosto	8	7	11	9	7		42 hrs.
10	Del: / Al:								
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									

(f) 
M.A. Sheny Roca de Cifuentes - Encargado

(f) 
M.A. Evelin Hernández - Supervisor



Ficha de registro de horas de practicas supervisadas.