

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



“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA EN SÓNICA 106.9FM”

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

DIANA GABRIELA SOLIS FRANCO
201400362

Previo a optar el título de:
LICENCIADA 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

Representante 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

Lic. Josue Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera



Guatemala, 19 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 la estudiante epesista **DIANA GABRIELA SOLIS FRANCO** con número de carné: **201400362** 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 SÓNICA 106.9FM** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **13 de mayo** al **15 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: **"ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA EN SÓNICA 106.9FM"** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **RADIO SÓNICA 106.9FM**.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo de 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,

Firma y sello

Licenciado Cristian Galicia

Director de Sónica 106.9FM





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



Guatemala, 4 de octubre de 2019


Estudiante
Diana Gabriela Solis Franco
Carné: 201400362
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

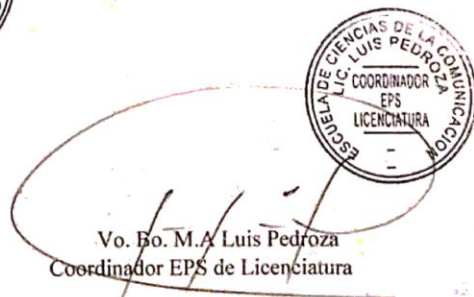
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título: **“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA EN SÓNICA 106.9FM”**. El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los 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”


Lic. Josue Andrade
Supervisor EPS de Licenciatura




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





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

DEDICATORIA

A MI MAMÁ:

Liliam Franco, gracias por el amor y apoyo en todas las decisiones que he tomado.

A MI PAPÁ:

Alfonso Solis, por el esfuerzo que hizo para darme educación a mí y mis hermanos.

A MIS HERMANOS:

Diego y Rodrigo, gracias por acompañarme siempre en los buenos y malos momentos, por creer en mí y mi carrera.

A MI FAMILIA:

Gracias por el amor incondicional y el cariño con el que hemos compartido.

A MIS AMIGOS Y AMIGAS:

Por siempre recordarme que soy capaz de hacer grandes cosas y a no dudar de mí misma.

AGRADECIMIENTOS

Universidad de San Carlos de Guatemala

Lugar en el que crecí personal y profesionalmente.

Escuela de Ciencias de la Comunicación

De la que no olvidaré sus enseñanzas, catedráticos y compañeros de estudio.

SÓNICA 106.9FM

Por brindarme un espacio en el que pude realizar mi proyecto y por el apoyo durante la ejecución del mismo.

M.A. Luis Pedroza

Por la oportunidad de realizar mi proyecto de EPS.

Lic. Josué Andrade

Gracias por la asesoría en la realización de mi proyecto de EPS.

Andrea Castro

Por tu amistad y apoyo durante este proceso para lograr nuestras metas profesionales.

Fernando Oliva

Gracias por el cariño y apoyo para culminar mi carrera universitaria.

ÍNDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACIÓN	III
CAPÍTULO 1	1
1. DIAGNÓSTICO	1
1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1 Objetivo General	1
1.1.2 Objetivos Específicos	1
1.2 LA INSTITUCIÓN – SÓNICA 106.9FM	1
1.2.1 Ubicación Geográfica	1
1.2.2 Integración y alianzas estratégicas	2
1.2.3 Antecedentes	2
1.2.4 Departamentos	3
1.2.5 Misión	4
1.2.6 Visión	4
1.2.7 Objetivos institucionales.....	4
1.2.8 Público Objetivo.....	5
1.2.9 Organigrama.....	6
1.3 METODOLOGÍA	6
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	8
1.4.1 Anotaciones interpretativas durante la observación.	9
1.4.2 Ficha de entrevista	9
1.4.3 Resultado de las entrevistas	10
1.4.4 Tablas comparativas, puntos de encuentro y disensos de entrevistados	11
1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN	18
1.5.1 Fortalezas	19
1.5.2 Oportunidades	19
1.5.3 Debilidades.....	19

1.5.4 Amenazas	20
CAPÍTULO 2.....	21
2. PLAN DE COMUNICACIÓN	21
2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	21
2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	22
2.2.1 Objetivo general	22
2.2.2 Objetivos específicos	22
2.3 PÚBLICO OBJETIVO	22
2.4 MENSAJE.....	22
2.5 ESTRATEGIAS	22
2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	23
CAPÍTULO 3.....	26
3. INFORME DE EJECUCIÓN	26
3.1 PROYECTO DESARROLLADO	26
3.1.1 Financiamiento	26
3.1.2 Presupuesto.....	27
3.1.3 Beneficiarios.....	27
3.1.4 Recursos Humanos	28
3.1.5 Áreas Geográficas de Acción	28
3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	28
3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	32
3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO	32
CONCLUSIONES.....	33
RECOMENDACIONES	34
GLOSARIO DE TÉRMINOS	35
BIBLIOGRAFÍA.....	36
E GRAFÍA	36
ANEXOS.....	37
Fotografías	37
Cotizaciones	50
Facturas y Recibos	54
Ficha de entrevistas	56
Transcripción completa de entrevistas.....	56

Normativo de uso de cartelera	75
Calendario de cumpleaños.....	76
Criterios para elegir contenidos del mes	77
Reporte del Taller.....	78
Materiales de apoyo para el taller	79
Plataforma Trello.....	80
Manual de Inducción para Nuevo Personal de SÓNICA 106.9FM	82
Ficha de registro de horas de práctica.....	85

RESUMEN

Estrategias de Comunicación Interna en SÓNICA 106.9FM es un informe que se realizó con la motivación de implementar cambios en la comunicación entre las y los integrantes de la emisora para la optimización de tiempo y mejora en la productividad al momento de realizar tareas y relacionarse con los demás miembros del equipo. Los materiales elaborados por la epesista sirven como herramienta para una comunicación interna asertiva y motivada al momento de producir contenido para redes sociales, página web y radio. Según Daniel Prieto, comunicar es ejercer la calidad de ser humano. (Castillo, 2004) Eso básicamente es de lo que estamos hechos, de comunicación, y al hacerlo de forma efectiva se mejoran procesos, actitudes y resultados.

Palabras clave: *comunicación, asertiva, tiempo, equipo, radio, productividad.*

INTRODUCCIÓN

Uno de los grandes desafíos que enfrentan hoy en día las empresas, organizaciones e instituciones es lograr comunicar un mensaje. La falta de tiempo y la gran cantidad de actividades diarias por realizar hace que los empleados se encuentren en constante apuro, por lo que no comunican sus ideas de la mejor forma.

SÓNICA 106.9FM es uno de los medios de comunicación únicos en su tipo, ya que maneja distintos valores como la multiculturalidad, el cuidado del medio ambiente, la construcción de ciudadanía, la cultura de paz, solidaridad y otros, esto a diferencia de una radio comercial, sin embargo eso no quita el hecho de que hacen falta recursos para su promoción hacia el público juvenil y que la comunicación interna puede tener mejores resultados si el equipo logra organizarse y comunicarse de una mejor forma.

Por ello, el presente informe de comunicación, como parte del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala tiene como objetivo principal fortalecer la comunicación interna de SÓNICA 106.9FM a través de distintas estrategias de comunicación y sus respectivas actividades.

Entre los problemas encontrados en la fase de diagnóstico resalta la ineffectividad de la comunicación interna de la emisora, es decir de su personal, para llevar a cabo metas que se plantean como equipo, que organizan, planifican y que no se cumplen por falta de compromiso o sistematización.

Por lo que la solución a ese problema se planteó en el plan de comunicación a través de dos estrategias principales con sus diferentes acciones. La primera estrategia es el fortalecimiento de identificación institucional interna de SÓNICA 106.9FM y la segunda estrategia es el refuerzo de la comunicación asertiva interna para el cumplimiento de planificación en los contenidos de SÓNICA 106.9FM.

Dentro de las acciones realizadas está realizar un taller de comunicación asertiva para que se lleve a cabo con éxito lo que se planifica en las reuniones semanales de SÓNICA 106.9FM, hacer entrega de reconocimiento a los contenidos del mes, realizar un manual de inducción de nuevo personal y la reincorporación de la cartelera de anuncios importantes y cumpleaños.

JUSTIFICACIÓN

La falta de comunicación dentro y fuera de las empresas afecta su imagen y también sus estrategias, en el país esta es una realidad que afecta a varias organizaciones que no dan prioridad a la comunicación porque consideran que es algo innecesario, esa decisión repercute en la labor directamente de la institución y en cómo la ven las personas de fuera, su público objetivo.

Para mejorar la comunicación interna que maneja SÓNICA 106.9FM, es necesario realizar la implementación de estrategias de comunicación que permita dar solución a los problemas resultantes del diagnóstico, como la inducción del personal nuevo a la radio, el estilo editorial de la emisora o la identificación con el medio.

Un buen plan de comunicación lleva a una solución efectiva del principal problema de comunicación interna que presenta SÓNICA 106.9FM, la comunicación asertiva y organización de tareas. A través de las actividades implementadas se mejorará la organización de ideas, la delegación de tareas y principalmente la identificación con el medio, incluso con el ingreso de nuevo personal a la emisora.

Con base en el plan de comunicación para SÓNICA 106.9FM se implementó un manual de inducción de personal, reconocimientos a contenidos producidos por colaboradores y elaboración de un calendario de cumpleaños personalizado para fortalecer la comunicación interna de la radio. Actividades que se llevaron a cabo satisfactoriamente en la fase de ejecución del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación para la emisora.

CAPÍTULO 1

1. DIAGNÓSTICO

Esta fue una evaluación previa sobre la situación comunicacional de SÓNICA 106.9FM para definir un plan estratégico de comunicación e implementar un proyecto para el mejoramiento y refuerzo de las áreas que lo necesitaban.

1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1 Objetivo General

- ◆ Diagnosticar la comunicación interna que maneja el equipo de SÓNICA 106.9FM en sus procesos.

1.1.2 Objetivos Específicos

- ◆ Evaluar los canales de comunicación utilizados por el personal que labora en SÓNICA 106.9FM.
- ◆ Evaluar la sistematización de los procesos de comunicación que se llevan a cabo internamente en SÓNICA 106.9FM.

1.2 LA INSTITUCIÓN – SÓNICA 106.9FM

1.2.1 Ubicación Geográfica

Radio Sónica 106.9FM está ubicada en la sede central del Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica IGER 11ave. 18-45, zona 2 Ciudad nueva, Guatemala, Guatemala.



(Imagen 1: Google Maps)

1.2.2 Integración y alianzas estratégicas



(Imagen 2: SÓNICA 106.9FM, Manual de PO)

1.2.3 Antecedentes

Sónica 106.9 es una radioemisora guatemalteca que pertenece al Grupo Radial ASEC, que se define como “una institución autorizada por el Ministerio de Educación que contribuye al desarrollo social y humano de las comunidades de Guatemala, mediante programas de educación a distancia” que son transmitidos a través de la radio. (IGER, 2016) El Grupo Radial ASEC cuenta actualmente con tres emisoras: SÓNICA 106.9 FM, El Maestro en Casa 820 AM y Radio Sayaxché 91.7.

El Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica IGER se fundó en 1979 bajo el concepto de institución y se ha sostenido por ya más de tres décadas. Sus inicios estuvieron inspirados por el sacerdote jesuita Padre Franz von Tattenbach, un jubilado alemán que vio en Centroamérica la oportunidad de desarrollar programas educativos de fácil acceso.

Hace 38 años que IGER se desempeña como una institución que contribuye al desarrollo ofreciendo programas de alfabetización, primaria, ciclo básico, bachillerato y educación bilingüe a personas de escasos recursos. Según el IGER (2016) su metodología de funcionamiento se titula: “El maestro en casa” y está basada en los programas a distancia de Radio ECCA, Islas Canarias, España.

Sónica 106.9, es una emisora que fue específicamente creada por la Asociación de Servicios Educativos y Culturales -ASEC- en acuerdo con el IGER. Se fundó como Radio Uy Uy Uy 106.9, pero gracias al apoyo de Deutsche Welle Akademie de Alemania y un cambio de

formato que fue propuesto, nació el proyecto de SÓNICA 106.9FM: una radio joven que funciona como plataforma de comunicación para la libre expresión, cultura, educación y entretenimiento (Rodas, 2016).

1.2.4 Departamentos

- ◆ Dirección General: Se encarga de todas las gestiones administrativas de SÓNICA 106.9FM, papeleo de contrataciones, gestión de procesos y dirige de forma general todos los proyectos en los que está involucrada la emisora, además de mantener la comunicación con los aliados.
- ◆ Mesa de redacción: Es el espacio de *coworking* o trabajo cooperativo en el que se ponen en común las ideas y aportes de los distintos departamentos para la planificación y ejecución de proyectos y contenido multimedia. Esta área está conformada por la mayor parte del equipo de la radio, desde locutores hasta el jefe de redacción en donde se aportan ideas conjuntamente para la elaboración de un contenido de impacto en el público de Sónica, tanto en radio como en las redes sociales y plataformas digitales.
- ◆ Producción: Departamento encargado de la creación de contenido audible para SÓNICA 106.9FM. En este se realiza la grabación y edición de los productos audibles como spots, noticiero, cápsulas informativas, top sónico, menciones, anuncios, radioteatros, así como también las clases radiales de El Maestro en Casa, programa para estudiantes a distancia de IGER. Actualmente se cuenta con tres estudios de grabación.
- ◆ Comunicación digital: Crea contenido para redes sociales, materiales audiovisuales específicos que son útiles para la presentación institucional de la emisora y también realiza estrategias digitales que sirven de apoyo a las áreas de relaciones públicas y mercadeo. En la actualidad solo hay una persona contratada en esta área de trabajo.
- ◆ Programación y área técnica: Conformada por dos programadores que se encargan de ingresar al programa Dinesat el material previamente producido para que esté disponible en las carpetas correspondientes de los programas, además del ingreso de la música mensualmente a Dinesat y los anuncios correspondientes programados a horas específicas. En lo técnico se encargan de revisar y dar mantenimiento al equipo de radio, crear o mejorar conexiones de cableado y gestionar todo en cuanto a equipo radial en conjunto con el Director.

- ◆ Relaciones Públicas y Mercadeo: Es el contacto directo con las personas, instituciones u organizaciones que necesiten información de la radio, que tengan interés en pautar, en dar a conocer un tema o para gestionar pautas. De igual forma se encarga de contactar agencias de publicidad para mostrarles el proyecto de la radio y fortalecer relaciones con instituciones. Al igual que en comunicación digital solo hay una persona a cargo de esta área.
- ◆ Locución/Conducción: Área dedicada a la emisión del contenido a través de la radio preparado previamente en la mesa de redacción, además de las producciones realizadas con antelación para que las y los oyentes de Sónicas se informen, se expresen libremente y analicen la información y puntos de vista de forma crítica para la construcción de ciudadanía. Al día de hoy, Sónica cuenta con más de siete locutores y locutoras de cabina que al mismo tiempo ejercen otras funciones dentro de la radio. (Rodas, 2016)

1.2.5 Misión

Ser un medio de comunicación que busca incidir positivamente en los jóvenes de Guatemala promoviendo valores a través del entretenimiento y la libre expresión.

1.2.6 Visión

Dentro de los próximos 10 años, SÓNICA 106.9 FM, será el medio de comunicación de mayor incidencia en los jóvenes de Guatemala, generando espacios de participación, libre expresión y contenidos innovadores y de calidad que favorezcan el desarrollo integral de la sociedad.

1.2.7 Objetivos institucionales

- ◆ Proveer a los jóvenes del Guatemala de una plataforma de comunicación que pueda incidir en ellos a través de una propuesta original de cultura, educación y entretenimiento. Busca reforzar el pensamiento crítico y la capacidad de análisis de la juventud guatemalteca, para que esta pueda participar activamente en el desarrollo del país y sus comunidades.
- ◆ Convertirse en un medio de comunicación que incida en la juventud guatemalteca, Sónica 106.9 promueve a través de su programación el desarrollo integral de los jóvenes ciudadanos del país por medio de la cultura y la educación. Por lo tanto, sus producciones están dirigidas a un grupo objetivo de jóvenes entre 13 y 20 años

de edad, que viven en sectores vulnerables de las ciudades de los departamentos de Guatemala y Sacatepéquez, cuyos ingresos económicos familiares limitan su desarrollo en distintas áreas de la vida.

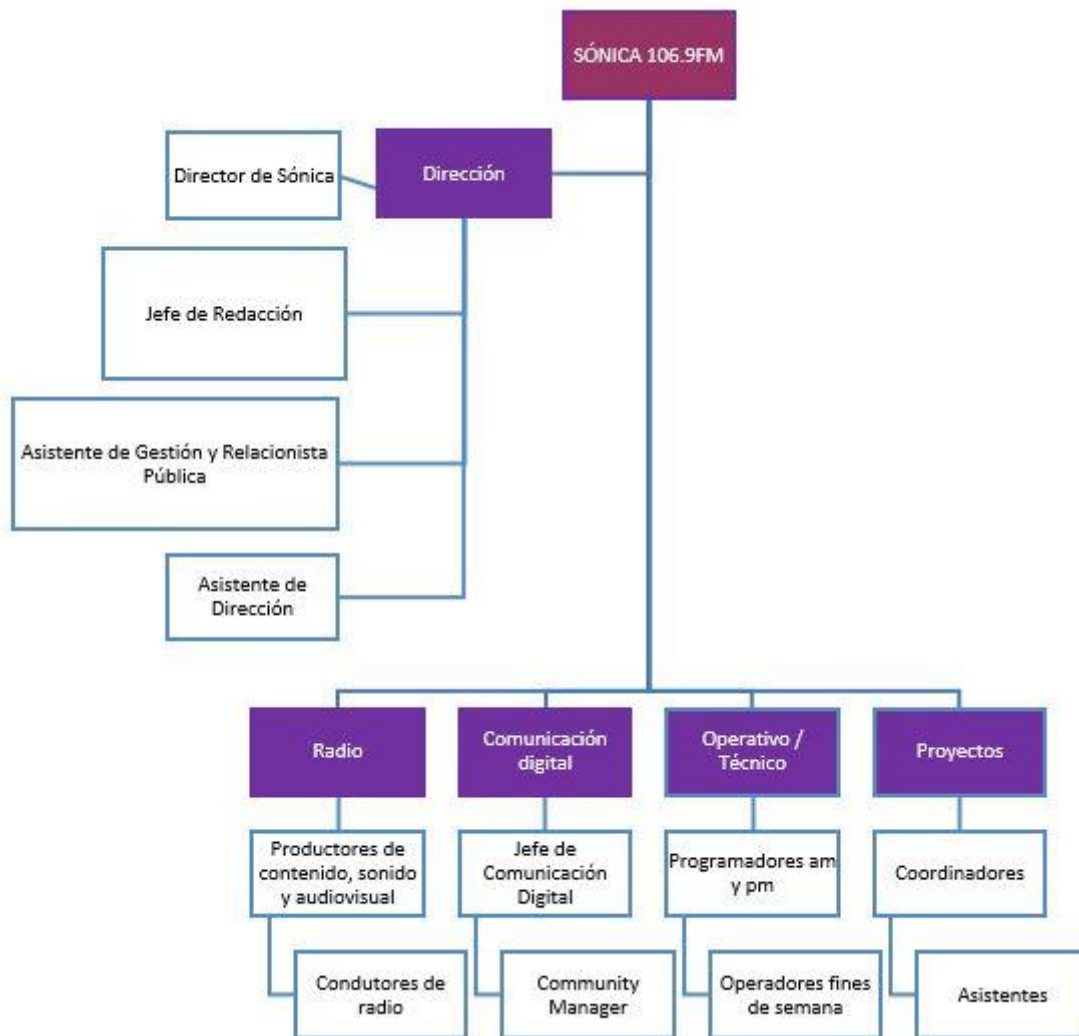
1.2.8 Público Objetivo

SÓNICA 106.9FM tiene un público al que se dirigen todos los contenidos que producen. Son llamados Omar y Rosita, quienes representan a jóvenes entre 13 y 20 años de edad, que viven en áreas vulnerables de Guatemala y quienes necesitan un espacio abierto para poder expresar sus ideas. (Rodas, 2016)

La vulnerabilidad social se refiere a una condición en la que se encuentran algunas personas, esta tiene dos componentes explicativos según Roberto Pizarro, por una parte, “la inseguridad e indefensión que experimentan las comunidades, familias e individuos en sus condiciones de vida a consecuencia del impacto provocado por algún tipo de evento económico-social de carácter traumático. Por otra parte, el manejo de recursos y las estrategias que utilizan las comunidades, familias y personas para enfrentar los efectos de ese evento”. (Pizarro, 2001, pág. 11)

En palabras más simples, Sónica se dirige a jóvenes que no cuentan con un poder adquisitivo alto, a quienes viven en entornos culturales diversos y sus oportunidades de desarrollo integral y educación se ven limitadas por su nivel socioeconómico.

1.2.9 Organigrama



(Imagen 3: SÓNICA 106.9FM, Manual de PO)

1.3 METODOLOGÍA

Según Sampieri, la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio un fenómeno o problema. (Sampieri, 2014). El método que se utilizó para el diagnóstico de comunicación elaborado en SÓNICA 106.9FM fue a través de un enfoque cualitativo.

Según Armando Vera, las técnicas más importantes de investigación de la sociología se emplean en la investigación de campo, para indagar los fenómenos sociales con el objeto de resolver un problema, comprobar una hipótesis o descubrir relaciones desconocidas entre los hechos. (Vera, 2015)

1.3.1 Descripción del Método

El tipo de investigación que se realizó es de enfoque cualitativo, ya que como dice Sampieri, la investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto. (Sampieri, 2014).

Es decir, que a través del proceso de observación participativa y cualitativa se pueden comprender los procesos de comunicación en el área laboral de la emisora, ya que estando dentro del ambiente se está en contacto cercano con la información y el objeto de estudio. Según Sampieri, la observación cualitativa no es solo la contemplación de lo que pasa y anotarlo; sino que esta implica adentrarse profundamente en las situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Lo fundamental en este tipo de observación es estar atento y atenta a los detalles, sucesos e interacciones. (Sampieri, 2014).

Para este diagnóstico se utilizó el enfoque cualitativo con el fin de hacer una interpretación a profundidad del contexto ya que el proceso cualitativo no es lineal, sino inductivo, interpretativo iterativo o recurrente; cada acción sirve para adentrarse más en el problema de investigación y la tarea de recolectar y analizar datos es permanente. El análisis de la conversación es un ejemplo prominente de investigación cualitativa. (Flick, 2015).

Como dice Sampieri, en la investigación cualitativa se debe recolectar datos iniciales mediante observación directa y realizar una inmersión en el ambiente. (Sampieri, 2014).

1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección

En el diagnóstico de comunicación llevado a cabo en Radio Sónica 106.9FM se utilizó la observación participativa debido a que es una investigación cualitativa en donde el observante participa o comparte la vida de un grupo social como invitado o amigo, pero al mismo tiempo observa y registra datos. (Ñaupás, Mejía, Novoa, & Villagómez, 2014).

Además de entrevistas de profundidad para sustentar un enfoque cualitativo y encontrar los problemas interseccionales de las distintas áreas de trabajo en la emisora.

- ◆ Técnica: Se utilizó una entrevista con un conjunto de preguntas abiertas para obtener de manera ordenada opiniones y puntos en común entre los miembros del equipo sobre la comunicación tanto interna como externa de SÓNICA 106.9FM. Esto con el fin de analizar los resultados y detectar los principales problemas de comunicación de la emisora.
- ◆ Instrumento: Se realizó en primer lugar una observación participativa ya que se estuvo dentro del entorno laboral de SÓNICA 106.9FM y una entrevista presencial individual de profundidad a cada miembro de las distintas áreas de la emisora. La entrevista se realizó a través de una ficha de entrevista con preguntas abiertas y con flexibilidad en su extensión dependiendo de la información que brindara el entrevistado o entrevistada.

1.3.3 Cronograma del diagnóstico

El cronograma presenta las actividades a realizar con la fecha específica de su realización para la correcta planificación de este diagnóstico el cual está representado con un diagrama de Gantt que permite modelar la planificación de las tareas necesarias para la realización de un proyecto. (Commons, 2017).

Actividades	Enero											Febrero											
	14	15	16	17	18	21	22	23	25	28	29	30	31	1	4	5	6	7	8	11	12		
1 Inicio de propedéutico de diagnóstico presencial	■																						
2 Primera clase propedéutico de diagnóstico: ¿Qué es un diagnóstico?		■																					
3 Segunda clase propedéutico de diagnóstico: Metodología			■																				
4 Tercera clase propedéutico de diagnóstico: EPSUM				■																			
5 Final de propedéutico de diagnóstico: Plataforma de Classroom					■																		
6 Entrega de formulario para carta de solicitud de prácticas						■																	
7 Presentación de Carta de solicitud de prácticas en la empresa							■																
8 Carta de aceptación de solicitud de prácticas								■															
9 Entrega de carta de aceptación de solicitud de prácticas									■														
10 Solicitud de información institucional										■													
11 Calendarización de entrevistas a miembros del equipo de trabajo											■												
12 Entrevistas a miembros del equipo de trabajo												■											
13 Puntos de encuentro y redacción de diagnóstico													■										
14 Revisión de diagnóstico																					■		
15 Entrega de informe de diagnóstico a través de classroom																						■	

(Imagen 4: Propia)

1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS

La recolección de datos ocurre en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de análisis. “En el caso de seres humanos, en su vida diaria: cómo hablan, en qué creen, qué sienten, cómo piensan, cómo interactúan, etcétera“. (Sampieri, 2014, pág. 397).

Para este diagnóstico de comunicación en SÓNICA 106.9FM se utilizó la observación y entrevistas.

En el caso de la observación que fue participante se siguió con diferentes actividades según Taylor y Bogdan, primero la interacción social no ofensiva, obtención de datos y el registro de esos datos. (Taylor & Bogdan, 1994).

1.4.1 Anotaciones interpretativas durante la observación.

- Los miembros del equipo de Sónica 106.9FM trabajan la mayoría en un espacio compartido de trabajo, es decir en un mismo escritorio para estar más cerca y que sea más fácil compartir ideas que vayan surgiendo.
- El hecho de que algunos miembros compartan el espacio de trabajo deja por otro lado a los demás miembros que trabajan toda la jornada laboral en los estudios de grabación y el área de programación.
- Para las reuniones semanales de planificación llamadas “Mesa de redacción” las y los participantes lanzan sus ideas pero no cuentan con visualizaciones de las ideas aceptadas y que deben llevar a cabo. Solo una persona se encarga de enviar un correo con recordatorio de las cosas por hacer.
- Solo en las reuniones semanales de los lunes, diferentes a las Mesas de redacción, se reúne el equipo completo para escuchar las instrucciones y datos importantes a considerar esa semana.

1.4.2 Ficha de entrevista

Para llevar a cabo las entrevistas de profundidad. En la investigación cualitativa con entrevistas se hace una conversación donde se construye conocimiento a través de la interacción entre el entrevistador y el entrevistado (Kvale, 2011).

Se realizó una guía o ficha de entrevista que se utilizó en las ocho entrevistas realizadas a personal de SÓNICA 106.9FM que de igual forma estas entrevistas fueron flexibles en el tiempo, ya que al utilizar un enfoque cualitativo, interesa el contexto y las opiniones, junto a

Las preguntas que se utilizaron en la ficha de entrevista fueron las siguientes:

FICHA DE ENTREVISTA

Fecha: _____ Hora: _____ Lugar: _____

Entrevistador: Diana Gabriela Solis Franco

Entrevistado: (nombre, edad, género, puesto, dirección, gerencia o departamento)

Introducción: Esta es una entrevista para el diagnóstico de mi Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019 y servirá para encontrar problemas en la comunicación de Radio Sónica 106.9FM, los datos serán utilizados propiamente para diagnosticar estos problemas.

Características de la entrevista: Confidencial, dura entre 15-20mins.

Preguntas:

1. ¿Cuál es tu puesto en Sónica 106.9FM?
2. ¿Cómo es la comunicación con el equipo de trabajo?
3. ¿Cómo es la comunicación hacia afuera de la radio?
4. ¿Qué es lo que más te gusta de tu trabajo y por qué?
5. ¿Qué es lo que menos te gusta de tu trabajo y por qué?
6. ¿Si pudieras pedir un deseo, qué pedirías para mejorar el proceso de comunicación?

Observaciones:

Agradecer y mencionar que habrán participaciones futuras.

(Imagen 5: Propia)

1.4.3 Resultado de las entrevistas

- ◆ SÓNICA 106.9FM presenta principalmente problemas internos de comunicación. El equipo se preocupa por planificar el contenido que se saldrá en radio tanto como en redes sociales, pero eso conlleva a que cada miembro del equipo debe cumplir con su responsabilidad y cuando algo no funciona se produce un efecto dominó o en cadena que afecta el trabajo de otros miembros del equipo.
- ◆ A pesar de que el equipo se siente bastante identificado con los valores de Sónica, siempre que ingresa nuevo personal a la radio, se confunde un poco el hecho de cómo abordar el contenido desde los valores de Sónica. Eso entorpece el proceso de comunicación ya que el contenido que va saliendo puede que no esté apegado a la línea editorial del medio.

- ◆ SÓNICA 106.9FM no cuenta con un manual de estilo tanto de redacción, como de lenguaje radiofónico, lenguaje en redes sociales y términos específicos para nombrar actividades o proyectos específicos de Sónica.
- ◆ No cuentan con los puestos y ocupaciones del personal por escrito y por lo tanto pueden confundirse algunas de las funciones de cada uno.
- ◆ A pesar de que en la actualidad implementaron un nuevo espacio de coworking o área de trabajo compartida para mejorar la fluidez de las ideas, a estas no se les da seguimiento, no se sistematizan, no están visibles y por lo tanto no se llevan a cabo. De esa forma el tiempo invertido en la planificación mensual y semanal se ve perdido porque no se ejecutaron las ideas.

1.4.4 Tablas comparativas, puntos de encuentro y disensos de entrevistados

No. de Tema	Temas Comunes (se repiten frecuentemente)	Agrupamiento de temas (¿cuáles se pueden agrupar?)
1.	Ser más atractivos a la audiencia	1,3
2.	Organización más eficiente	2,4,6,10
3.	Llegar a más personas	5,9
4.	Mejorar los procesos de comunicación	7,8
5.	No hay algo escrito sobre cómo nos comunicamos	
6.	Tiempos más eficientes	
7.	Visualizaciones para que todos se enteren de lo que hay que hacer	
8.	Comunicar mejor las instrucciones	
9.	Identificación con los valores	
10	Que lo que se planifique se ejecute	

(Figura 1: Propia)

Área de trabajo en Sónica 106.9FM	Problemas encontrados en comunicación interna y externa	Puntos de encuentro de los entrevistados	Puntos de disenso entre los entrevistados
Programación y área técnica	<p>“Hay roles claros y establecidos pero muchas veces unos incumplen con su parte operativa y lógicamente es como una bomba de tiempo”.</p> <p>“Todos van corriendo y a veces simplemente con que envíen el correo para ellos ya fue salvada su responsabilidad”.</p> <p>“No es parte de mis atribuciones de saber si existe un manual de procedimientos”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● No existe un manual de procesos. ● Falta de organización interna. ● Tiempos no sincronizados. ● No todos y todas están enterados(as) de lo que pasa en las actividades y proyectos de la radio, por lo que no pueden ayudar en caso sea necesario. ● Se asume que alguien más ya lo sabe o que alguien más puede hacer tarea determinada y resulta no siendo efectivo. 	<p>En esta área se expresó que hay roles claros y establecidos, sin embargo por parte de dirección se mencionó que solo se conocían los roles propios de su misma área y no los otros.</p>
Cabinas Móvil	<p>“creo que otro de los obstáculos es la falta de organización interna”.</p> <p>asumí ciertos procesos, y la otra persona que dio el</p>		

	<p>taller conmigo nunca asumió ese hilo conductor pero fue porque previamente las dos nunca hablamos de cómo funcionaba”.</p> <p>“Cuando me privan alguna información hay personas que sienten que no les están tomando en cuenta, incluso siendo el equipo muy grande deja varias piezas fuera”.</p> <p>“sí sólo una persona sabe cómo hacer funcionar una cosa el día que esa persona no esté el proyecto se muere”.</p> <p>“sería muy útil poder crear un plan para que se cumplan los objetivos porque al invertir tiempo en una reunión yo he notado que nunca se hace lo que se habló en la reunión”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Falta credibilidad en la radio por el poco tiempo de estar al aire y no ser tan conocidos a falta de recursos monetarios. ● Hace falta un manual de estilo. 	
<p>Relaciones Públicas</p>	<p>“asumimos que alguien más lo va a hacer, no hay mala comunicación interna pero a veces, cuando las cosas no</p>		

salen bien nos damos cuenta que no nos estamos comunicando bien entre nosotros”. “al momento de hacer un contacto no saben quiénes somos, nos presentamos con todas las cosas chileras que hacemos, nos gusta hablar con los jóvenes y la libre expresión, pero muchas veces no hay tanta credibilidad por ser una radio nueva y que no nos conocen”.

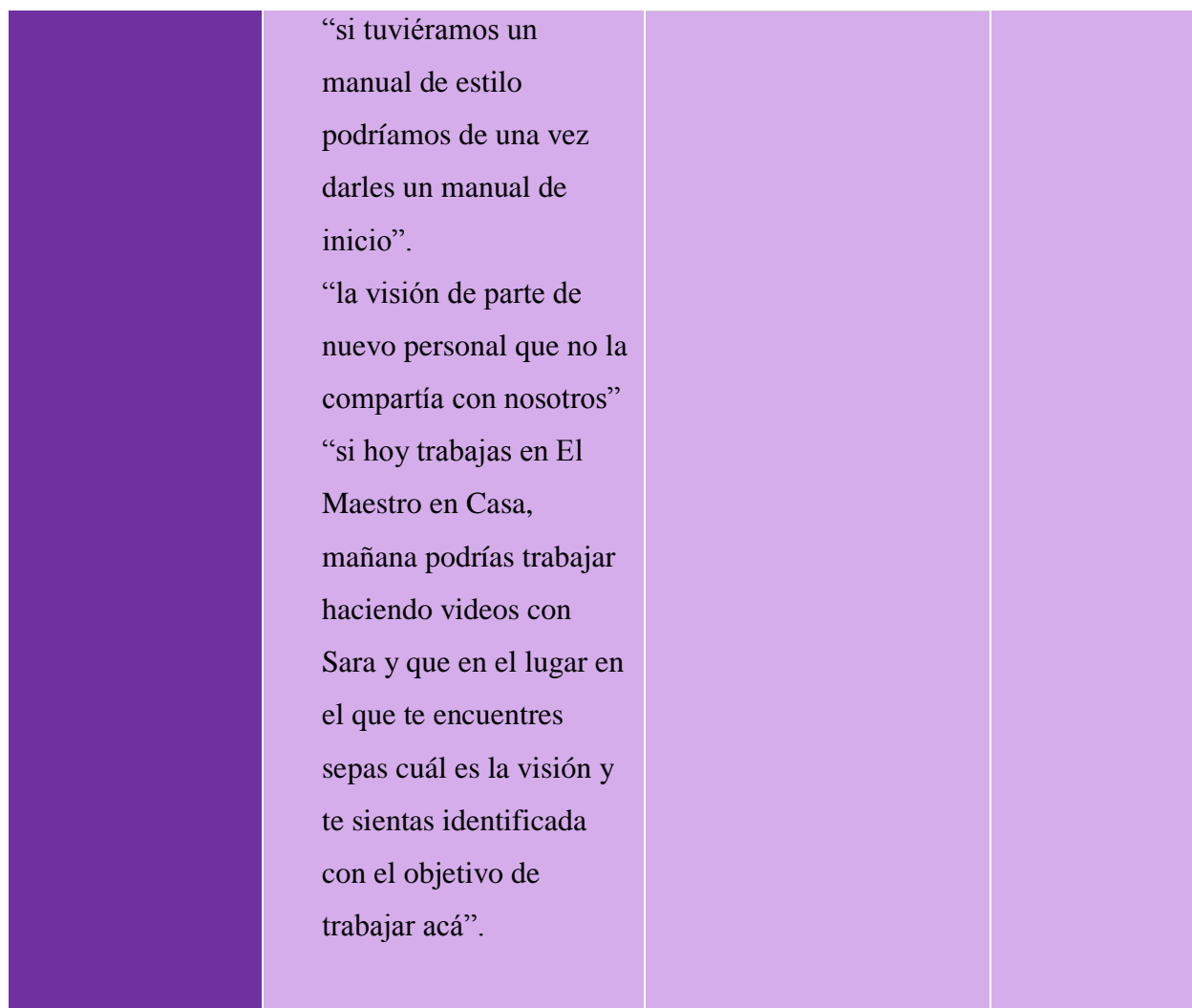
“querer establecer el contacto pero no nos conocen o no les llamamos la atención y no me gusta no poder concretar una idea porque se ve como si soy yo la responsable pero tampoco es algo que esté en mis manos”.

“quisiera que pudiéramos ser más atractivos visualmente, tener premios y tener más herramientas

	visuales para atraer a los chavos”.		
Producción	<p>“el tiempo es el peor enemigo para un productor y para cualquier persona pero más para nosotros porque tenemos un límite para hacer los anuncios y producciones”.</p> <p>“La que creo que menos funciona es el correo porque muchas veces no hay señal o el archivo es pesado y les llega un poco más tarde”.</p> <p>“Muchas veces me pasa que me toca correr demasiado con el noticiero”.</p> <p>“A veces siento que es demasiado para todos y tenemos que ver qué capacidad tenemos para generar ese contenido. Hacer contenido pero no abusar de nuestra capacidad”.</p>		<p>Por parte de producción se mencionó que se necesita hacer planificación con más tiempo aunque en las demás áreas se expresó que se planifica con tiempo pero que no se ejecuta bien el proceso de lo planificado.</p>
Locución	“no recuerdo que hubiera algún		El área de locución

	<p>documento que hablara específicamente sobre los procesos”.</p> <p>“no tenemos la difusión que sería muy bueno que más personas pudieran conocernos”.</p> <p>“no llegamos a la cantidad de personas que podríamos llegar”.</p>		<p>mencionó que se sabe con toda la certeza que se reflejan los valores de Sónica al público y que este lo capta, sin embargo en otras áreas se mencionó que no son tan conocidos y a pesar de reflejar los valores estos no son tan llamativos para el público.</p>
<p>Comunicación Digital</p>	<p>“siempre hay más de alguna persona que se atrasa o porque la producción no estaba</p>		

	<p>como esperábamos o se nos fue la onda por tantas cosas por hacer”. “El problema mayor ha sido coordinarnos en tiempos porque todos tenemos tiempos diferentes”. “no nos regimos con esas cosas que deberías de aportar”. “Creo que sería más alguna forma de que sea eficiente la comunicación en cuanto a los procesos que se llevan”. “Quisiera que hubiera alguna forma en que todos pudiéramos estar enterados de todo lo que estamos haciendo y saber que lo que tenemos que hacer es eso”.</p>		
Dirección	<p>“debería estar en papel que la cabina móvil es algo temático que en tal época es cabina espacial en radio”.</p>		



(Figura 2: Propia)

1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

Para conocer cómo se encuentra una institución es necesario hacer un análisis de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, más conocido como Análisis FODA. Steiner afirmó que la planeación estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro, los cuales combinados con otros datos importantes, proporcionan la base para que una empresa tome mejores decisiones en el presente. (Steiner, 1997).

El diagnóstico FODA es una herramienta que posibilita conocer y evaluar las condiciones de operación reales de una organización, a partir del análisis de esas cuatro variables principales, con el fin de encontrar los mayores obstáculos en el desarrollo de la comunicación para poder proponer acciones y estrategias para su beneficio, por lo que a continuación se describe este análisis.

1.5.1 Fortalezas

Dentro de las fortalezas con las que cuenta SÓNICA 106.9FM actualmente se encuentran:

- ◆ Cuenta con un equipo comprometido, en tiempos dificultosos logra unirse para enfrentar los problemas.
- ◆ Es un equipo responsable con las tareas y necesidades que se tienen en la emisora.
- ◆ Cuentan con una reunión semanal de parte de dirección, una reunión semanal para planificación y una Mesa de Redacción mensual para definir temas y producciones a tratar cada semana.
- ◆ SÓNICA 106.9FM tiene un espacio de *coworking* o trabajo cooperativo en el que pueden compartir más ideas en equipo.
- ◆ SÓNICA 106.9FM cuenta con una parrilla más completa de programación que va acorde con los valores de la radio y el público objetivo.

1.5.2 Oportunidades

- ◆ Las alianzas con las que cuenta SÓNICA 106.9FM podría ayudar a fortalecer la comunicación externa si se fortalecen esas alianzas.
- ◆ El contacto con los colegios y centros educativos se puede aprovechar para el crecimiento de seguidores y el reconocimiento de la radio por más personas.
- ◆ Sónica cuenta con una cabina espacial (llamada cabina móvil de forma interna) que fortalecer la imagen de la radio hacia el público del exterior.

1.5.3 Debilidades

- ◆ El equipo cuenta con tiempo limitado para llevar a cabo sus responsabilidades
- ◆ Falta de organización en los procesos.
- ◆ No cuentan con un manual de procesos e inducción
- ◆ Falta una sistematización de las reuniones de planificación
- ◆ No cuentan con un manual de estilo editorial
- ◆ Los pocos recursos limitan el acceso a equipo técnico y materiales

1.5.4 Amenazas

- ◆ El equipo de la institución no cuenta con una forma de organización de procesos de comunicación o sistematización de tareas para la comunicación interna efectiva.
- ◆ El nuevo personal que ingresa a SÓNICA 106.9FM no recibe un proceso de inducción a la emisora por lo que no tiene un conocimiento claro de cómo funciona la radio, por ello no se siente totalmente identificado o identificada con lo que hace la radio.
- ◆ Sónica cuenta con pocos recursos que limitan la publicidad y promoción de su imagen de forma externa y que internamente el personal no se siente reconocido por su labor.
- ◆ Al mismo tiempo el espacio de *coworking* es un arma de doble filo ya que este también es un espacio de interrupción constante y distracción, por lo que se ven afectadas las labores del equipo completo al no tener establecidas reglas para esa área en específico.

CAPÍTULO 2

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

El plan de comunicación es la planificación que se realiza después de haber llevado a cabo el diagnóstico. Ya que se identificaron los problemas principales en la comunicación interna de Radio Sónica 106.9 en este plan de comunicación se establecen las soluciones a al problema de comunicación interna principal y las acciones que se tomarán para llevarlas a cabo.

2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Radio Sónica 106.9FM es prácticamente una radio nueva, con solo tres años y medio de estar al aire Sónica se caracteriza por ser un medio multiplataforma de comunicación que trabaja sobre valores o pilares como la equidad de género, cuidado del medio ambiente, solidaridad, multiculturalidad, cultura de paz, construcción de ciudadanía.

Por el motivo de ser un medio relativamente nuevo, cuenta con pocos antecedentes en cuanto a comunicación. Sin embargo, existen antecedentes específicos para comunicación digital, estos son los proyectos y propuestas de la Universidad Rafael Landívar, que en el año 2016 los y las estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la carrera Publicidad Digital realizaron unos trabajos escritos sobre diagnósticos y propuestas en cuanto a la comunicación digital de SÓNICA 106.9FM, los mismos fueron entregados a la emisora por parte de la universidad para que se pudieran tomar en cuenta, el objetivo de esos trabajos fue generar una propuesta de mercadeo que para ayudar la radio a posicionarse con su público objetivo.

El personal de SÓNICA 106.9FM siempre se encuentra en constante capacitación en cuanto a mejora de contenidos para la radio y las redes sociales. Durante los tres años de Sónica el personal ha recibido talleres impartidos por personas externas en manejo de público en eventos, enlaces a través de la radio, entrevistas a través de la radio, replanteamiento de contenidos, alfabetización mediática informacional, *fake news*, *fact checking*, equidad de género, redes sociales, reportería, periodismo para la paz; así como también impartidos por personal interno como talleres de planificación anual y taller de programación.

Cabe mencionar que las capacitaciones o talleres mencionados que tienen relación con el contenido del medio solo fueron recibidos por algunos colaboradores.

2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1 Objetivo general

- ◆ Fortalecer la comunicación interna de SÓNICA 106.9FM.

2.2.2 Objetivos específicos

- ◆ Reforzar el trabajo en equipo y comunicación asertiva en SÓNICA 106.9FM.
- ◆ Elaborar material para inducción de nuevo personal a SÓNICA 106.9FM
- ◆ Brindar reconocimiento al esfuerzo y trabajo del personal de SÓNICA 106.9FM
- ◆ Reincorporar el uso de la cartelera para anuncios de SÓNICA 106.9FM.

2.3 PÚBLICO OBJETIVO

Se buscó reforzar la comunicación interna de SÓNICA 106.9FM por lo que el grupo objetivo de las acciones incorporadas fue un público interno: colaboradores y colaboradoras que pertenecen al grupo de trabajo de la emisora en las áreas de comunicación digital, relaciones públicas, dirección, redacción, supervisión, producción, edición, locución, área técnica, cabina móvil y maestro en casa.

2.4 MENSAJE

Unión, pasión y éxito.



(Imagen 6: Propia)

2.5 ESTRATEGIAS

- ◆ Fortalecimiento de la identificación institucional interna de SÓNICA 106.9FM
- ◆ Refuerzo de la comunicación asertiva interna para el cumplimiento de planificación en los contenidos de SÓNICA 106.9FM

2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

ACCIÓN 1: Manual de inducción de personal	
A qué estrategia responde la acción	Fortalecimiento de identificación institucional interna de SÓNICA 106.9FM
Problema	No hay un proceso de inducción sistematizado para el ingreso de nuevo personal
Producto	Manual de inducción
Objetivo comunicacional	Elaborar material para inducción de nuevo personal a SÓNICA 106.9FM
Público objetivo	Interno
Medio de difusión	Impreso: 2 ejemplares, uno para dirección de la emisora y otro para constancia del EPS. Digital: 21 ejemplares, uno para cada miembro del equipo de Sónica, distribuidos a través de correo electrónico.

(Figura 3: Propia)

ACCIÓN 2: Taller de comunicación asertiva para el cumplimiento de metas	
A qué estrategia responde la acción	Refuerzo de la comunicación asertiva interna para el cumplimiento de planificación en los contenidos de SÓNICA 106.9FM
Problema	Falta de organización en los procesos ya que, a pesar de ser un equipo pequeño, no se cumple con lo planificado.

Producto	Taller de trabajo en equipo y comunicación asertiva, diplomas de asistencia a cada colaborador y colaboradora
Objetivo comunicacional	Reforzar el trabajo en equipo y comunicación asertiva dentro de SÓNICA 106.9FM
Público objetivo	Interno
Medio de difusión	Afiche digital con los datos del taller para contribuir al medio ambiente enviado a través del chat institucional de Radio Sónica, en la aplicación de mensajería para teléfonos whatsapp y un correo a cada colaborador y colaboradora.

(Figura 4: Propia)

ACCIÓN 3: Reincorporación de cartelera de anuncios	
A qué estrategia responde la acción	-Fortalecimiento de identificación institucional interna de Radio Sónica 106.9FM -Refuerzo de la comunicación asertiva interna para el cumplimiento de planificación en los contenidos de Radio Sónica 106.9FM
Problema	No se hace uso de la cartelera ya existente en la emisora, no se cuenta con un calendario de cumpleaños
Producto	Cartelera, con anuncios importantes, notificaciones de cumpleaños y normativo de uso.
Objetivo comunicacional	Reincorporar el uso de la cartelera para anuncios de SÓNICA 106.9FM
Público objetivo	Interno

Medio de difusión	El normativo de uso se envió a través del correo electrónico y físicamente estará colocado en la cartelera. Se asignó a un encargado o encargada quien colocará los anuncios importantes cada semana y actualizará el calendario de cumpleaños.
--------------------------	---

(Figura 5: Propia)

ACCIÓN 4: Reconocimiento a contenidos del mes	
A qué estrategia responde la acción	Fortalecimiento de identificación institucional interna de Radio Sónica 106.9FM
Problema	No se cuenta con un sistema de reconocimiento del esfuerzo de los colaboradores o colaboradoras por lo que no reciben un incentivo para continuar haciendo un buen trabajo.
Producto	Criterios a tomar en cuenta para elegir contenidos del mes. Reconocimiento físico que servirá como incentivo.
Objetivo comunicacional	Brindar incentivo y reconocimiento al esfuerzo y trabajo del personal de Radio Sónica 106.9FM
Público objetivo	Interno
Medio de difusión	Los aspectos a tomar en cuenta se colocaron en una visualización de papel en el área de mesa de redacción y se realizó la entrega del reconocimiento por medio de votación de todo el equipo una vez al mes en la mesa de redacción.

(Figura 6: Propia)

CAPÍTULO 3

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1 PROYECTO DESARROLLADO

El proyecto para fortalecer la comunicación interna de SÓNICA 106.9FM se desarrolló por medio de las distintas acciones planteadas para cumplir con las estrategias principales descritas en el plan de comunicación.

Incluyó la reincorporación de la cartelera de anuncios, la elaboración de un calendario de cumpleaños, la entrega de medallas como reconocimiento a los mejores contenidos del mes, la elaboración de un manual de inducción para nuevos empleados de la emisora y la realización de un taller sobre comunicación asertiva que promovió la incorporación de la plataforma Trello como herramienta de comunicación interna y asignación de tareas, el taller también tuvo una entrega de diplomas por asistencia.

Este proyecto se realizó con base en el diagnóstico de comunicación para fortalecer las áreas de comunicación interna que necesitaba el equipo.



(Imagen 7: Propia)

3.1.1 Financiamiento

La ejecución del proyecto de acuerdo al plan de comunicación elaborado, se realizó por parte de la epesista y algunos patrocinios.

Financiamiento	
Epesista	Q.5,457.30
Empresa	Q.3,400 (internet y computadora de la empresa)
Patrocinio	Q.226.90

(Figura 7: Propia)

3.1.2 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo total	Financiamiento	Ejecutado
1	Pizarrón de corcho	219	219	Epesista	Sí
1	Caja de pines plásticos	20	20	Epesista	Sí
1	Paquete de fichas blancas	13	13	Epesista	Sí
3	Marcador permanente azul	7.90	23.70	Epesista	Sí
3	Marcador permanente negro	7.90	23.70	Epesista	Sí
1	Paquete de folder carta azul	34.90	34.90	Epesista	Sí
1	Resma de papel carta	26.90	26.90	Patrocinio	Sí
8	Medallas fundidas con sticker	20	160	Epesista	Sí
20	Refacciones para taller	15	300	Epesista	Sí
20	Impresión de diplomas taller	3.25	65	Epesista	Sí
1	Diseños de material impreso	200	200	Patrocinio	Sí
2	Impresión del manual	25	50	Epesista	Sí
12	Impresión cumpleaños del mes	4	48	Epesista	Sí
1	Internet para elaboración de material en línea	400	400	Empresa	Sí
1	Computadora	3,000	3,000	Empresa	Sí
1	Honorarios taller	1,900	1,900	Epesista	Sí
1	Asesoría comunicacional	2,600	2,600	Epesista	Sí
TOTAL			9,084.20		

(Figura 8: Propia)

3.1.3 Beneficiarios

Se buscó reforzar la comunicación interna de SÓNICA 106.9FM por lo que quienes se beneficiaron con el proyecto fueron colaboradores y colaboradoras que pertenecen al grupo de trabajo de la emisora en las áreas de comunicación digital, relaciones públicas, dirección, redacción, supervisión, producción, edición, locución, área técnica, cabina móvil y maestro en casa.

Al mismo tiempo al mejorar la comunicación interna se ven beneficiadas las personas que reciben los contenidos de la emisora, entonces como beneficiarios también sería el público externo de la radio.

3.1.4 Recursos Humanos

◆ Director de SÓNICA 106.9FM

El Licenciado en Comunicación y Director de la emisora, Cristian Galicia, fue el encargado de supervisar la realización del diagnóstico, la revisión y visto bueno del plan, apoyó con entrevistas para la realización del manual de inducción de nuevo personal y supervisó la fase de ejecución del proyecto de comunicación interna de la emisora.

◆ Jefe de Redacción de SÓNICA 106.9FM

El Máster y Jefe de Redacción de la emisora, Edgar Zamora, revisó el contenido del taller de comunicación asertiva y apoyó en la revisión del diagnóstico y plan de comunicación presentado por la emisora.

◆ Colaboradores de SÓNICA 106.9FM

Los colaboradores de SÓNICA 106.9FM, Sara Lira, Carlos Camey y Luis Valenzuela colaboraron con el diseño de los diplomas, la toma de fotografías y apoyo audiovisual para el taller de comunicación asertiva, respectivamente.

3.1.5 Áreas Geográficas de Acción

La ejecución de las estrategias de comunicación se llevó a cabo en el área de Mesa de Redacción, en el Salón del Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica –IGER- y demás áreas de trabajo de SÓNICA 106.9FM, ubicada en la 11 ave. 18-45, Zona 2, Ciudad Nueva, Guatemala.

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

Estrategias	Acciones
Fortalecimiento de la identificación institucional interna de Radio Sónica 106.9FM	<ul style="list-style-type: none">• Manual de inducción de personal• Elaboración de calendario de cumpleaños• Reconocimiento a contenidos del mes
Refuerzo de la comunicación asertiva interna para el cumplimiento de planificación en los contenidos de SÓNICA 106.9FM	<ul style="list-style-type: none">• Taller de comunicación asertiva para el cumplimiento de metas• Reincorporación de cartelera de anuncios

(Figura 9: Propia)

Se hizo entrega de diplomas de asistencia a los miembros del equipo que participaron del taller de comunicación asertiva.



(Imagen 8: Propia)

Se elaboró una presentación en Canva como material de apoyo al taller de comunicación asertiva y visualizaciones para los ejercicios que fue desarrollando el equipo de SÓNICA 106.9FM durante el taller.



(Imagen 9: Propia)

Se llevó a cabo la impresión del normativo de uso de cartelera, la impresión del calendario de cumpleaños y la impresión de los contenidos reconocidos del mes, además de la realización de medallas personalizadas con el logo de SÓNICA 106.9FM.



(Imagen 10: Propia)

Se realizó la impresión de un ejemplar del Manual de Inducción para Nuevo Personal de SÓNICA 106.9FM y se realizó la entrega oficial con el Director Cristian Galicia, además, se compartió digitalmente con todo el equipo.



(Imagen 11: Propia)

Jefe de Comunicación Digital	
Community Manager	
10.4 OPERATIVO	14
Programador radial	14
Operador radial	15
10.5 PROYECTOS	15
Cabina Espacial	15
Detectives Digitales	15
El Maestro en Casa	16
Curso de vacaciones Crea-activos	16
Cómic	16
Manual de Supervivencia para Primeros votantes	16
11. PREGUNTAS FRECUENTES	16
11.1 ¿Cómo se conforma ASEC?	16
11.2 ¿Qué datos necesita tener mi factura?	17
11.3 ¿Es igual pedir un permiso que pedir vacaciones?	17
11.4 ¿Quién puede facilitarme el formulario de vacaciones?	17
11.5 ¿Qué pasa si voy a una reunión y necesito pagar parqueo, taxi o alimentación?	18
11.6 ¿Cómo me comunico a cada departamento de SÓNICA?	18
11.7 No puedo imprimir y ya le di como tres veces, ¿a quién llamo?	18
11.8 Tengo problemas con mi correo y firma electrónica, ¿quién me puede ayudar?	18
11.9 Alguien me pidió información de la pauta en radio, ¿a quién le pregunto?	19
ANEXOS	20
1. Ejemplos de facturas	20
2. Formulario de solicitud de vacaciones y permisos	24
3. Listado de extensiones	24
BIBLIOGRAFÍA	25

(Imagen 12: Propia)

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
ASEC	5
1.1 IGER	5
1.2 EDICIONES ASEC	5
1.3 TALLER GRÁFICO ASEC	5
1.4 GRUPO RADIAL ASEC	6
2. SÓNICA ES UNA OBRA ASEC	6
3. NUESTRA MISIÓN	7
4. NUESTRA VISIÓN	7
5. PÚBLICO OBJETIVO	7
6. LÍNEAS EDITORIALES	8
6.1 SOLIDARIDAD	8
6.2 EQUIDAD DE GÉNERO	8
6.3 MULTICULTURALIDAD	9
6.4 CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE	9
6.5 CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANÍA	9
6.6 CULTURA DE PAZ	10
6.7 ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL (AMI)	10
7. LOGO	11
8. PROYECTOS QUE EJECUTA SÓNICA	11
9. ORGANIGRAMA DE SÓNICA	12
10.1 DIRECCIÓN	13
Director	13
Asistente de dirección	13
Jefe de redacción	13
Coordinador(a) de equipos y Relacionista Público(a)	13
10.2 RADIO	14
Productor de contenido, sonido y audiovisual	14
Conductor de radio	14
10.3 COMUNICACIÓN DIGITAL	14

(Imagen 13: Propia)

3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Mayo			Junio				Julio	
	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2
1 Revisión del plan de comunicación para elaborar actividades									
2 Creación de documentos en línea para trabajar.									
3 Normativo de uso de cartelera									
4 Criterios para entrega de reconocimiento a contenidos del mes									
5 Elaboración de la guía para el taller de comunicación asertiva y diplomas									
6 Elaboración de visualizaciones para el taller en digital y papelógrafos									
7 Realización del Taller de comunicación asertiva e implementación de Trello									
8 Sistematización del taller de comunicación asertiva									
9 Elaboración de manual de inducción para nuevo personal									
10 Revisión de manual de inducción para nuevo personal									
11 Impresión y presentación de manual de inducción para nuevo personal									
12 Gestión y compra de medallas para reconocimiento a contenidos del mes									
13 Elaboración e impresión de calendario de cumpleaños para la cartelera									
14 Entrega de reconocimiento a contenidos del mes									
15 Sistematización del las acciones del Ejercicio Profesional Supervisado EPS									
16 Revisión de materiales									

(Imagen 14: Propia)

3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Objetivo	Indicadores Cualitativos
Fortalecimiento de identificación institucional interna de SÓNICA 106.9FM	Fortalecer la comunicación interna de SÓNICA 106.9FM	<ul style="list-style-type: none"> -Los empleados de SÓNICA 106.9FM se sienten identificados e identificadas con la institución -Los colaboradores y colaboradoras se sienten motivados para seguir con el buen trabajo en la emisora. -Los miembros de SÓNICA 106.9FM están al tanto de lo que ocurre en la emisora. -Los nuevos miembros del equipo de SÓNICA 106.9FM se sienten identificados con la institución.
Refuerzo de la comunicación asertiva interna para el cumplimiento de planificación en los contenidos de SÓNICA 106.9FM	Reforzar el trabajo en equipo y comunicación asertiva en SÓNICA 106.9FM	<ul style="list-style-type: none"> -Las y los colaboradores de SÓNICA 106.9FM se comunican de manera asertiva para mejorar los resultados de su trabajo. -El equipo de la emisora se organiza de mejor forma para optimizar el tiempo de sus tareas.

(Figura 10: Propia)

CONCLUSIONES

- ◆ El personal de nuevo ingreso a SÓNICA 106.9FM recibe una inducción incompleta y la información se pierde con el paso del tiempo, a esto responde la creación del Manual de Inducción para Nuevo Personal de SÓNICA 106.9FM para que la información siempre esté al alcance de su mano.
- ◆ La comunicación asertiva es la piedra angular para la efectividad en el desarrollo de tareas y planificación de contenidos. Una actitud positiva para solucionar conflictos hace que las actividades se lleven a cabo sin ningún problema, por lo que se optimiza el tiempo y el alcance es mayor.
- ◆ El reconocimiento al esfuerzo de las y los empleados de SÓNICA 106.9FM es fundamental para continuar con una buena producción de contenido en sus distintas plataformas.
- ◆ La visualización de la información es útil para que las y los colaboradores se mantengan atentos de las tareas que deben llevar a cabo, por ello, los anuncios principales y recordatorios deben encontrarse visibles y accesibles a todas y todos para que no existan actividades inconclusas en SÓNICA 106.9FM.

RECOMENDACIONES

- ◆ Actualizar periódicamente los calendarios de cumpleaños para que el personal de SÓNICA 106.9FM refuerce su identificación con la emisora.
- ◆ Hacer entrega de una copia digital del Manual de Inducción para Nuevo Personal de SÓNICA 106.9FM a cada nuevo integrante del equipo.
- ◆ Utilizar la plataforma Trello para la optimización de tareas y planificación efectiva de contenidos a publicar y transmitir, ya sea en redes sociales, página web o la radio.
- ◆ Realizar reuniones de control y seguimiento de cada una de las actividades.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **Epesista:** Persona que realiza el Ejercicio Profesional Supervisado.
2. **Transmisión:** Difusión o comunicación de información a través de la radio.
3. **Locución:** Hablar de forma clara, correcta, coherente y concreta a través de un micrófono para transmitir las ideas.
4. **Producción:** La grabación y edición de voces y sonidos para ser transmitidos a través de la radio.
5. **Mesa de redacción:** Reunión en la que se planifican los temas y contenidos de la emisora y de las redes sociales a transmitir.
6. **Inducción:** Proceso por el cual se capacita a nuevo personal para que conozca y se identifique con la institución:
7. **Público objetivo:** Audiencia meta a quienes va dirigido el contenido que se produce.
8. **Comunicación:** Intercambio de mensajes.
9. **Comunicación asertiva:** Actitud positiva y abierta en el momento de relacionarse con las y los demás.
10. **Trello:** Es una herramienta que sirva para organizar tareas y proyectos en un tablero digital.
11. **Incidir:** Influir positivamente en la audiencia para generar cambios
12. **Diagnóstico:** Evaluación de una situación para determinar sus tendencias y proponer soluciones.
13. **Zonas vulnerables:** En donde residen personas en condición de vulnerabilidad, es decir, quienes están más expuestos a inseguridad, bajos recursos, menos acceso a salud y educación.
14. **Líneas editoriales:** Valores y criterios que rigen la elaboración de contenidos

BIBLIOGRAFÍA

- Castillo, D. P. (2004). *La comunicación en la educación*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- Flick, U. (2015). *El diseño de la investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata, S.L.
- Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata, S. L.
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa, cualitativa, y redacción de la tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Pizarro, R. (2001). *La vulnerabilidad social y sus desafíos: una mirada desde América Latina*. Santiago de Chile: División de estadística y proyecciones económicas de CEPAL, Naciones Unidas.
- Rodas, O. (2016). Manual de Público Objetivo "Conocerles nos posiciona". Guatemala: SÓNICA 106.9.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill Education.
- Steiner, G. (1997). *Planeación Estratégica*. México: CECSA.
- Taylor, S., & Bogdan, R. (1994). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. España: Ediciones Paidós.
- Vera, A. A. (2015). *Metodología de la investigación*. España: Athenaica.

E GRAFÍA

- Commons, C. (2017, marzo 3). CCM. Retrieved from <https://es.ccm.net/contents/580-diagrama-de-gantt>
- IGER, I. G. (2016). IGER. Retrieved from IGER: <https://iger.edu.gt/content/historia-del-iger>
- Maps, G. (2019). Ubicación de Sónica. Retrieved from Google Maps: <https://www.google.com/maps/place/IGER+-+Instituto+Guatemalteco+de+Educaci%C3%B3n+Radif%C3%B3nica/@14.6622894,-90.5035408,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x1af112eac50ef05b!8m2!3d14.6622894!4d-90.5035408>

ANEXOS

Fotografías



Entrevista con Jorge Luis, guionista de El Maestro en Casa durante la fase de diagnóstico.



Entrevista con Carlos Camey, operador. Durante la fase de diagnóstico.



Entrevista con Juan Carlos Solano, asistente técnico en el proyecto de Cabina Espacial. Durante la fase de diagnóstico.



Entrevista con Doménica Marín, productora. Durante la fase de diagnóstico.



Entrevista con Sara Martínez, community manager. Durante la fase de diagnóstico.



Entrevista con Adriana López, antes coordinadora del proyecto Cabina Espacial. Durante fase de diagnóstico.



Entrevista con Edgar Zamora, Jefe de Redacción. Durante fase de diagnóstico.



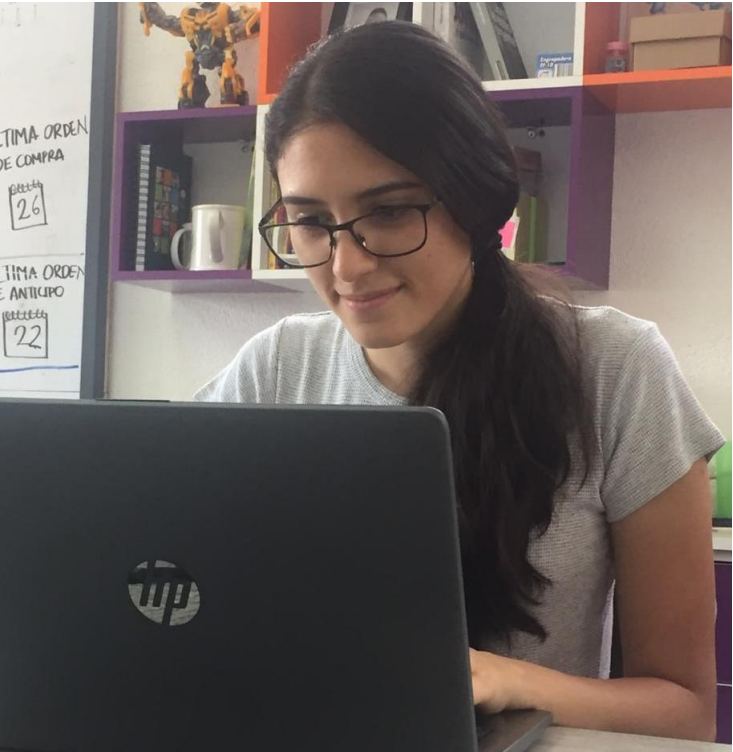
Entrevista con Melani Coyoy,
antes conductora de radio.
Durante fase de diagnóstico



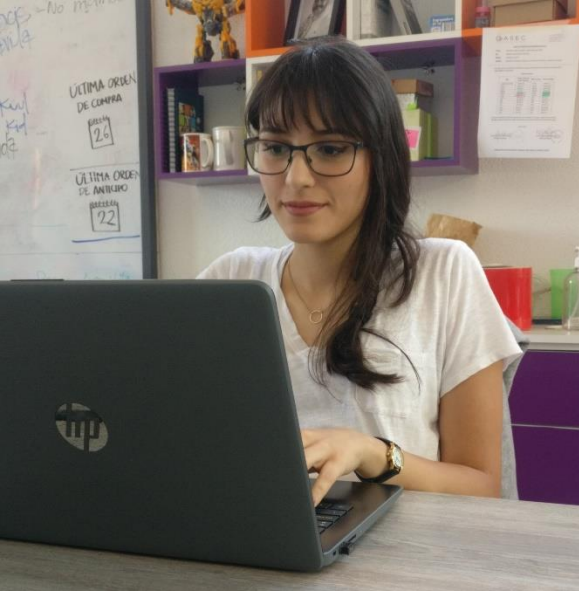
Entrevista con Jennifer
Velásquez, relacionista
pública. Durante fase de
diagnóstico.



Epesista en el área de trabajo.



Epesista en el área de trabajo.



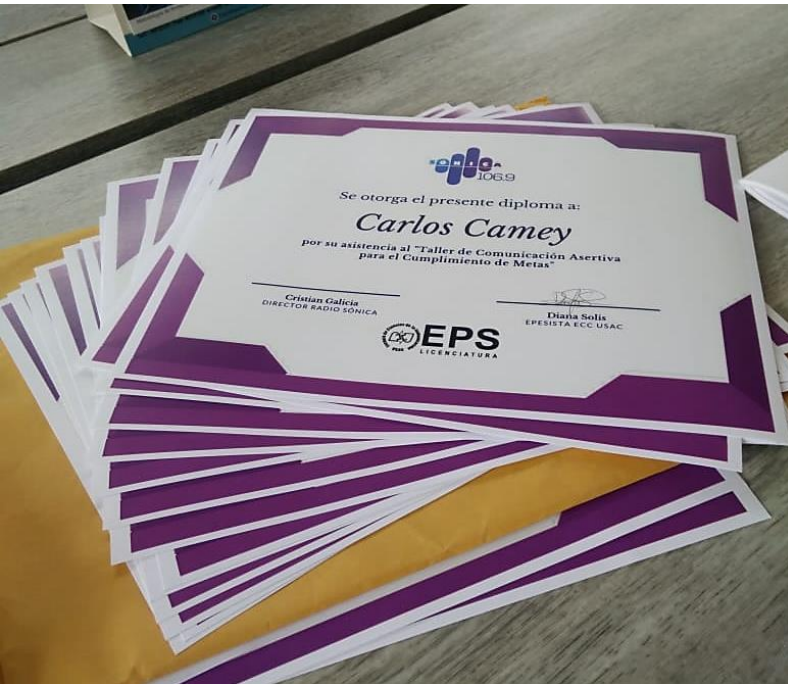
Epesista en el área de trabajo.



Reunión con los encargados, Edgar Zamora y Cristian Galicia. Durante la fase del plan de comunicación.



Reunión con los encargados, Edgar Zamora y Cristian Galicia. Durante fase de ejecución.



Diplomas diseñados, impresos y entregados a las y los participantes del Taller de Comunicación Asertiva.



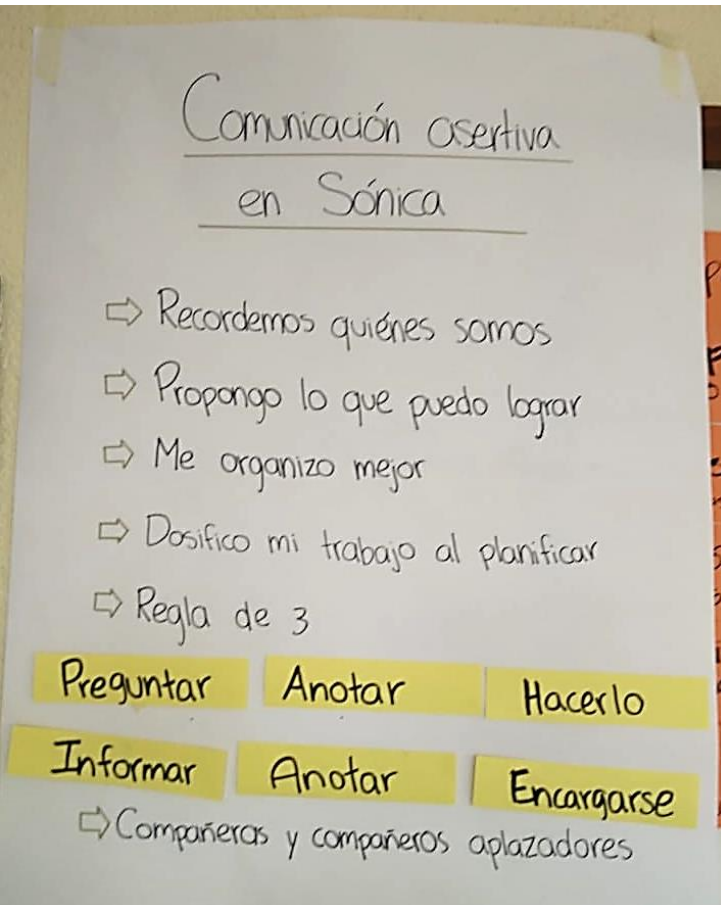
Epesista impartiendo el Taller de Comunicación Asertiva.



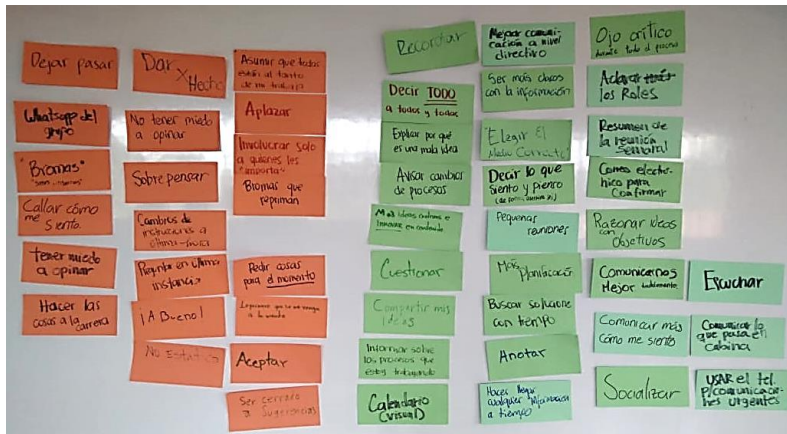
Colaboradores de SÓNICA 106.9FM realizando actividades durante el Taller de Comunicación Asertiva.



Colaboradores de SÓNICA 106.9FM realizando actividades durante el Taller de Comunicación Asertiva.



Material de apoyo durante el Taller de Comunicación Asertiva.



Material creado en actividades del Taller de Comunicación Asertiva por colaboradores de SÓNICA 106.9FM.



Participación de colaboradores en el Taller de Comunicación Asertiva.



Presentación de criterios y entrega de reconocimiento a los contenidos del mes.



Reincorporación de la cartelera de anuncios y calendario de cumpleaños.



Entrega de copia del Manual de Inducción para Nuevo Personal de SÓNICA 106.9FM al Director Cristian Galicia.



Entrega de copia del Manual de Inducción para Nuevo Personal de SÓNICA 106.9FM al Director Cristian Galicia.



Área de trabajo y mesa de redacción de SÓNICA 106.9FM.



Asesoría con el Supervisor Josué Andrade.



Supervisión durante la fase de ejecución por el supervisor Josué Andrade y recibido por el Director de SÓNICA 106.9FM Cristian Galicia.

Cotizaciones



Celebra Mi Fiesta

De todo en pastelería y repostería para cumpleaños, bodas, bautizos, despedidas de soltero, baby shower, eventos corporativos y demás.

Cotización
A-000210

CELEBRA MI FIESTA

Vende	Cliente	Contacto	Fecha	Ciudad
Vanessa Rodriguez	Diana Solís	Diana Solís	01/04/2019	GUATEMALA
Teléfono	Dirección	Email	Descuento (%)	T. Pago
59884504	zona 12 Guatemala	y.rodriguez20@gmail.com		Contado

Íte	Código	Descripción	Cantidad	Unidad	PRECIO UNIDAD	total
1	0.001	Croasant de jamón y queso	20	unidad	Q10	Q200
2	0.005	Empanada de Pollo	20	Unidad	Q10	Q200
5	0.008	Volován de Carne	20	Unidad	Q10	Q200
6	1.001	Cupcake con buttercream	20	unidad	Q6	Q120
7	2.001	Mini Pie de queso	20	Unidad	Q8	Q160
8	1.002	Roll de Canela	20	Unidad	Q8	Q160
9	1.003	Strudell de piña	20	Unidad	Q8	Q160
10	1.004	Tartaleta de frutas	20	Unidad	Q8	Q160
11	0.003	pan de jamón y lechuga	20	unidad	Q8	Q160
12						
25						

NOTA: Debe cancelarse el 50% del valor total por lo menos 3 días antes. El refil de bebida aplica únicamente con bebida natural. Los cupcakes solicitados son rellenos del sabor de su preferencia, fresa, piña, mora, nutella, chocolate, dulce de leche. El buttercream de los cupcakes son del color que usted desee. El valor total incluye desechables, platos, vasos, servilletas y cubiertos de ser necesarios. En su tercera compra recibe un 10% de descuento.

Gran Total	Q1,520.00
Descuento	Q0.00
Subtotal	Q1,520.00
otros descuentos	Q0.00
Valor total	Q1,520.00





Calz. San Juan 12-88,
Col. Nueva Montserrat
Zona 3 de Mixco, Guatemala
Tel/Fax: (502) 2437-8970

COT. SJ2009

Cotizacion

Guatemala, 01/04/2019

Cliente: Diana Solis
Atención: Diana Solis

Tel:
Email: digasofra@gmail.com
Evento:
FAX:

Tengo el agrado de someter a su consideración el presupuesto para la elaboración de lo siguiente:

Código	Cant.	Descripción	Unitario	Total
MS-3	8	Medalla Fundida 1 3/4" con Sticker	20.00	160.00

Total: 160.00

Vendedor: Angelina Cal
sanjuan@trofex.com

Estos precios incluyen IVA

Términos de pago Pago: 75% anticipo y 25% contra entrega

Cotizacion valida hasta: 01/05/2019

Aprobación del cliente	fecha _____
firma _____	sello

NOS AJUSTAMOS A SU PRESUPUESTO

WWW.TROFEX.COM



CONTADO EFECTIVO

Pedido No.:	778	25/03/2019
Cod. Cliente:	DIGASOFRA	
Dirección:		
Vendedor:	01 NOEMI LORENZO 23202600-23202650	NIT:

	CODIGO	DESCRIPCION	Precio Unita	Subtotal
	1 151012	PIZARRON DE CORCHO 24 X 32	294.00	294.00
	1 188050	ALFILERES PUSH PIN STUDMARCK 100 U.	8.95	8.95
	1 330008	TARJETAS BLANCAS 5 X 8" 1/2 CARTA %	9.10	9.10
	6 277501	MARCADOR BOLIK PERM. P/GRUESO COL. 3 NEGRO 3 AZUL	3.60	21.60
	1 305094	RESMA PAPEL P/FOTOC.CHAMEX T/CTA	28.95	28.95
	TOTAL			362.60

- 1 5 Avenida 16-42, zona 1.
PBX: 2320-2727, 2320-2617
- 2 9 calle 8-31, zona 1.
Tels.: 2238-1248, 2253-2945
- 3 10 Avenida 7-56, zona 1.
Tel. 2238-0122 Fax 2238-0452

- 4 Centro Comercial Mega 6, Local 128.
Tels.: 2289-2466, 2289-2467
- 5 6 Av. 13-62, zona 9. Tels.: 2331-6733, 2360-0249,
2360-0239, 2360-0259, 2360-0229 Fax 2360-0219
- 6 Avenida Petapa 36-32, zona 12.
Tels.: 2477-0877 al 80

- 7 20 calle 25-90, zona 10. Centro Comercial La Plaza,
Local #2 Tel. 2367-6033 Fax 2368-3848
- 8 Calzada Atanasio Tzul y 51 calle zona 12, C.C. Plaza Atanasio
Tzul, locales 76 y 77 Tels.: 2477-6579, 2477-6638
- 9 Calzada Roosevelt y San Juan, Galerías PRIMMA,
local 134, Tels.: 2474-0402, 2474-0580, Fax 2474-1947

Ciudad de Guatemala 01 de abril 2019

Señorita
Diana Solis
Presente

Estimada Señorita Diana Solis:
Por este medio me permito cotizarle la impresión de Diplomas, según las especificaciones descritas con anterioridad.

Cantidad	Descripción	Valor Total
20	Ejemplares de diplomas, tamaño carta, impresos a full color en tiro, sobre cartulina opalina, cortados y empacados. Precio unitario Q. 3.25	Q. 65.00
	TOTAL	Q. 65.00

El precio incluye el IVA.

Forma de pago: 60% anticipo y 40% pago liberado al momento de hacer la entrega.

Tiempo de entrega: Dos días hábiles a partir del lunes siguiente a la aprobación.

Duración de la oferta: Quince días calendario.

En espera de su respuesta le saluda atentamente,

Luis Santizo
IGER Talleres Gráficos

Facturas y Recibos

No. 0163 Por Q.200.-

Recibi de Diana Solis


La suma de Osientos con 00/100

Valor de 20 refacciones para el 31-5-2019

Lugar Guatemala Dia 31 Mes 5 Año 2019

Firma [Signature] Nombre Vanessa Rodriguez

Producción Organizamental Personal en Guatemala por T.I.Tech. S.A. L. C. 2008
P.O. Box 24220889 - www.technical@arimany.com - Guatemala 44856





FACTURA
SERIE "SJ"
Nº 03085

TROFEX, SOCIEDAD ANONIMA
SUCURSAL SAN JUAN
Calle San Juan 12-88, Zona 3
Nueva Monserrat Mixco, Guatemala

TROFEX S.A.
DIA MES AÑO
09/05/19

NI: 8354261-2


CLIENTE: Diana Solis NIT: 9024475-3
DIRECCION: Ciudad TEL:
ATENCION: D.S. VEND: Angelina

CODIGO	CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	TOTAL
M-3	8	Medallas	Q20.00	Q160.00
<i>Cancelado</i>				
SUJETO A PAGOS TRIMESTRALES				
Ciento sesenta con 00/100			TOTAL	Q160.00

TOTAL EN LETRAS:
Impreso Litografico Mervic NI: 1359178-6 Autorizado en el Plan No 2018-1-61-383254
1,500 Juagos de la 2,811 a la 3,500 de fecha 23/05/2018. *Vencimiento 23/05/2020.
www.trofox.com

ORIGINAL: Cliente • DUPLICADO: Contabilidad • TRIPLICADO: Archivo

Ficha de entrevistas

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA	
FICHA DE ENTREVISTA	
Fecha: _____ Hora: _____ Lugar: _____	
Entrevistador: Diana Gabriela Solis Franco	
Entrevistado: (nombre, edad, género, puesto, dirección, gerencia o departamento)	
Introducción: Esta es una entrevista para el diagnóstico de mi Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019 y servirá para encontrar problemas en la comunicación de Radio Sónica 106.9FM, los datos serán utilizados propiamente para diagnosticar estos problemas.	
Características de la entrevista: Confidencial, dura entre 15-20mins.	
Preguntas:	
1. ¿Cuál es tu puesto en Sónica 106.9FM?	
2. ¿Cómo es la comunicación con el equipo de trabajo?	
3. ¿Cómo es la comunicación hacia afuera de la radio?	
4. ¿Qué es lo que más te gusta de tu trabajo y por qué?	
5. ¿Qué es lo que menos te gusta de tu trabajo y por qué?	
6. ¿Si pudieras pedir un deseo, qué pedirías para mejorar el proceso de comunicación?	
Observaciones:	
Agradecer y mencionar que habrán participaciones futuras.	

Transcripción completa de entrevistas

ENTREVISTA PROGRAMACIÓN: CARLOS CAMEY

Buenos días Carlos Camey mucho gusto.

Cuéntanos, ¿cuál es tu puesto en Sónica 106.9FM?

Bueno, específicamente estoy en el área de programación y de pauta pero también que cuando la radio cuando hizo el cambio de formato me quedé en la parte técnica y asisto como técnico de planta pero en ocasiones también trabajo como un técnico de campo cuando se requiere para poder trabajar en equipo ya propiamente de radiofrecuencia.

¿Cómo ha sido tu experiencia y la comunicación con las demás personas que trabajan en Sónica?

Creo que uno siempre intenta tener la mejor comunicación con la gente independientemente de los roles de cada uno de nosotros y pues, dejar a la gente trabajar.

¿Has tenido alguna experiencia que no te haya gustado mucho en cuanto a comunicación?

Bueno, algo que en ocasiones falla es propiamente la comunicación hay roles claros y establecidos pero muchas veces unos incumplen con su parte operativa y lógicamente es como una bomba de tiempo. Por lo regular yo estoy al final de esa cadena, entonces el perjudicado más grande en determinado momento puedo ser yo.

¿Podrías darnos un ejemplo de alguna situación como esta?

En el retraso de la entrega de algún spot. Todos van corriendo y a veces simplemente con que envíen el correo para ellos ya fue salvada su responsabilidad. Sin embargo, a veces todos tenemos horarios específicos y especiales con atribuciones especiales a veces uno no sabe si al final el anuncio salió o si el audio se programó.

¿Cuando estás fuera de tus horarios de trabajo sigues recibiendo información para atender en ese momento?

Ese momento en que yo me ocupo o bien ando transportándome de regreso a casa son momentos en que yo me desconecto totalmente del teléfono lógicamente.

Siempre en la tarde hay una persona que me cubre de alguna manera también como el plan b. entonces este en ocasiones sí logra su cometido de agregar la pauta o lo que sea necesario, pero en otros momentos también le ocurre lo mismo. A veces tiene que atender a algunos compañeros de programas, por consiguiente hay momentos en que deja la computadora y su teléfono también y el tiempo pase y no se cumpla con los periodos de tiempo determinado y se retrase muchas veces.

¿Cómo te sientes cuando hay personal nuevo en Sónica existe algún procedimiento determinado?

No es parte de mis atribuciones de saber si existe un manual de procedimientos. Nosotros tenemos en mente contestar estas preguntas y ayudar pero no es directamente que yo tengo un manual de procedimientos.

Gracias por esta entrevista.

ENTREVISTA CABINA MÓVIL: ADRIANA

Hola buenos días Adriana,

¿Cómo estás?

Bien gracias Diana

¿Cuál es tu puesto acá en Sónica 106.9FM?

Actualmente soy la coordinadora de cabina móvil y me encargó de gestionar todas las salidas con la cabina espacial de la radio a centros educativos o a lugares que nos inviten.

¿Cómo sientes que ha cambiado tu rol dentro de Sónica?

Ya no estoy organizando un proyecto temporal cómo era el curso de vacaciones Crea-Activos del año pasado, así que ahora es más de reconstruir la cabina que el concepto que tenía era el mejor. En un principio era un tour por varios centros educativos en donde se iba a dar talleres de radio y una súper competencia radial, lo probamos y no funcionó así que ahora estamos trabajando en un nuevo concepto de cabina que es solo una visita con un Rally de juegos para estudiantes.

¿Dentro del trabajo que estás realizando ahora, falla algo en la comunicación interna o bien externa?

Creo que siempre está el obstáculo de que no somos nuestro público objetivo entonces nos imaginamos qué es lo que les gusta pero nunca lo hacemos tan apegado a la realidad y también creo que otro de los obstáculos es la falta de organización interna, como coordinadora tu mente concibe una idea de cómo van a funcionar las cosas y creo que el error en la primera y segunda salida que tuvimos fue que yo asumí que todos los demás también tenían en mente cómo iba a funcionar entonces creo que sí hubo un error de comunicación ahí porque lo que yo estaba esperando que sucediera no sucedió, en parte porque el público objetivo se resistió Pero en otra parte también fue porque no había como un dominio total de cómo iban a suceder las cosas. Yo sabía que después de A iba a venir B y después C pero tal vez la persona que nos ayudó en un juego, por ejemplo, no sabía que existía A, B y C tal vez estaba pensando en 1, 2 y 3. Creo que eso hizo falta y de hecho ahora que estoy pensando en el nuevo Rally si quiero tener como un acercamiento con cada persona que nos va a ayudar para explicarle cómo yo veo el proceso para ver si ella puede verlo como yo lo veo o lo puede enriquecer.

En la oportunidad anterior, ¿Cómo fue la comunicación y a través de qué vías se comunicó toda esa información con el personal?

Tuvimos con la locutora que iba a tener el programa unas conversaciones la otra vez en persona y creo que por WhatsApp también compartimos algunos detalles de cómo iba a funcionar la cosa. Sin embargo, nunca una conversación formal de lo que iba a suceder, yo asumí que como la locutora sabía qué iba a pasar iba a ponerse de acuerdo en ese momentito con la persona que la iba a apoyar pero creo que no. Y aparte en el taller de radio que fue donde yo estuve presente todo el tiempo igual yo ya había dado ese taller antes y asumí ciertos procesos, como el hilo conductor que llevaba todo el taller, y la otra persona que lo dio conmigo nunca asumió ese hilo conductor pero fue porque previamente las dos nunca hablamos de cómo funcionaba cada parte del taller y cómo debía unirse, entonces tampoco se vio como muy organizado de nuestra parte.

¿Solo personas específicas deben saber el proceso?

Yo creo que siempre es súper importante contarle a todas las personas todo lo que se va a hacer porque aparte de que puede ser útil, digamos si x persona no puede ir a ayudar, la otra persona ya está preparada para hacerlo o sea en cuestiones de personal y de tener una segunda opción de ayuda es necesario y aparte siento que en el clima laboral es súper importante cuando yo me siento valioso, y cuando me privan alguna información hay personas que sienten que no les están tomando en cuenta y tal vez la persona que organiza el evento dice: bueno es que no tendría por qué saberlo. Pero igual y sí porque así no se llena de susceptibilidades, así de: bueno a mí no me tomaron en cuenta para este proyecto entonces yo no voy a ayudar; o como: a mí nunca me cuentan al final qué va a pasar ni me voy a preocupar de eso cuando tal vez sí podría ayudar no podré ayudar. O sea sí sólo una persona sabe cómo hacer funcionar una cosa el día que esa persona no esté el proyecto se muere pero si todos saben cómo hacerlo funcionar podría continuar continuar.

¿Esto ha ocurrido en alguna otra actividad?

Sí pasa siempre, por ejemplo, cuando hicieron el taller donde organizaron todo el proyecto 2019 solo asistieron unas personas y las que no fueron yo sí he escuchado comentarios así como Bueno yo no estoy en esa reunión, pues no sé que hablaron entonces como el hecho de que se hizo el proyecto y nunca se transmitió la información a todos crea esa barrera de: Bueno a mí no me

tomaron en cuenta, no sé qué están hablando. O también cuando hay reuniones, por ejemplo, de redes no todos se sienten como parte de las redes o que pueden aportar.

Y con mesa de reacción que es un equipo muy grande incluso siendo el equipo muy grande deja varias piezas fuera, por ejemplo, alguien en programación que necesita saber cuándo va a programar las preguntas que se hacían a los chicos en las salidas desde las cabinas móviles. Pues sí se rompen algunos procesos o se pierde la unidad en esos momentos.

¿Ha ocurrido esto con el nuevo personal?

Cuando vine y me integré había muchas cosas que no sabía cómo funcionaban porque como en todos los lugares las personas aquí son multiusos o sea hacen una cosa pero también otra entonces, por ejemplo, yo no sabía quién podía ayudarme a tener una llave de esta oficina entonces como que tenía que ir con Cristian, el director, así como: Mira quién me puede dar la llave del estudio.

Ahora que cambié de proyecto hay muchas cosas que son nuevas o sea por ejemplo yo no sabía quién se iba a encargar de manejar la panel donde transportamos la cabina, entonces el primer día que me subí con Juan Carlos descubrí que la gasolina, por ejemplo, no se echa pagando, sino con un vale, cosa que yo no sabía. Como que la llave solo la tiene él, que para poder gestionar tengo que ver un correo a Walter, entonces para mí Walter se ocupaba de otra cosa totalmente distinta y ahora sé que también se ocupa de esto. Entonces siento que sí es como muchas personas haciendo muchas cosas que necesitas saber.

¿Qué es lo que más te gusta de tu trabajo y lo que menos te gusta?

Lo que más me gusta de mi trabajo es el motivo o sea el destino final de todo no es como que trabajas en un negocio y tu punto es hacer dinero. Aquí siento que estás trabajando y muy muy muy en el fondo tu trabajo cambia vidas o sea le cambia el panorama a los chavos entonces siento que es un trabajo que tiene un propósito un propósito que no es egoísta que no es para yo crecer sino para que la gente también crezca para que todos aprendamos de todos y de mi lugar de trabajo me encanta también que se pone en práctica que todos aprendemos de todo o sea no hay como jerarquías porque siento que puedo aportar y también todos los días aprendo algo de alguien más.

Lo que no me gusta es que es un territorio no explorado no es como que si estuvieras trabajando en una empresa de negocios y ya hay 5000 empresas de negocios más donde ya sabes que tienes que hacer. Entonces, por ejemplo, no sé qué otra radio hace cabinas espaciales tratando de educar,

no sabes cuál es a veces ABC y yo soy una persona muy impaciente entonces quisiera saber hoy cuál es AB y C, pero todavía creo que voy descubriendo A, entonces hay muchas pruebas y errores y eso es un poco frustrante.

Para finalizar, ¿qué necesitas para llevar a cabo tu labor sin complicaciones?

Yo creo que tal vez tiempo para poder hablar con las personas a veces siempre estamos corriendo. Entonces, por ejemplo, antes de la cabina que hicimos Jenni, que me iba a ayudar a hacer los juegos estaba cubriendo a Melu, entonces si ella estaba en el programa yo no podía explicarle toda mi idea porque ella tenía que estar en su show y cuando ya regresaba a mediodía almorzamos y después ella tenía un montón de cosas que hacer que no hubo nunca tiempo para que yo me sentaré explicar lo que tenía que hacer se siente que también esto se puede replicar en otro montón de cosas, por ejemplo, la locutora quien hará algo en redes que tenga tiempo de hablar con la de redes y explicar las ideas.

Y también creo que sería muy útil poder crear un plan para que se cumplan los objetivos porque al invertir tiempo en una reunión yo he notado que nunca se hace lo que se habló en la reunión, se siente que pasamos mucho tiempo planificando y poco tiempo ejecutando. Casi la ejecución siempre te quedan un 50% del 100% que hablamos en la planificación. Creo que se olvida, nosotros estamos mucho tiempo planificando y así nos quedamos, por ejemplo, no hubo nadie que me recuerde qué tengo que hacer entonces tampoco nadie me exige resultado y como que me acomodo. Se queda en participé, planifique, dije que iba a hacer algo y luego ya no lo hice porque se me olvidó a mí se le olvidó a los que estuvieron en la reunión con migo y se le olvidó a la persona que le interesa.

Gracias Adriana.

ENTREVISTA CABINA MÓVIL: JUAN CARLOS

Buenos días Juan Carlos,

¿Qué es lo que haces acá en Sónica?

Hola Diana, yo soy asistente técnico de Cabina Móvil. Mi labor consiste en preparar todos los aparatos que se necesiten para una transmisión fuera de la radio y transportar a todas mis compañeras en la panel hacia los distintos lugares.

¿Cómo consideras que ha sido la comunicación interna del equipo?

Tengo una comunicación directa con Adriana, que es la coordinadora. Ella me da todas las indicaciones. Mi labor es simplemente preparar todo para que cuando ella me indique esté todo listo.

¿Cómo se comparten la información?

Tenemos la ventaja de que estamos bastante cerca entonces ella habla primero conmigo en persona y luego envía un correo a todas las personas que deben conocer esta información.

¿Existe algún espacio de convivencia para fortalecer la comunicación con el equipo?

Por el momento no hay, Adriana está en una área diferente y no he tenido la oportunidad de convivir más que con las salidas que es donde platicamos de lo que ha salido mal, lo que puede mejorar, lo que funcionó, hacemos un feedback de lo que pasó pero aparte de eso no.

¿Consideras un problema el hecho de estar un tanto separado del resto del equipo en ubicación espacial dentro de Sónica?

Yo creo que sí afecta bastante, porque a mí la información me llega como: ah se me olvidó decirte esto. Entonces uno es el que tiene que estar atento, uno tiene que saber qué ocurre porque muchas veces vamos a las salidas y en el camino me cuentan qué ocurre y sí afecta en lo que se va a hacer.

¿Recuerdas alguna ocasión en la que no haya funcionado esa comunicación breve que tienes con Adriana?

Siempre me han comentado a mayor rasgo, nunca es como que vamos y me dicen a dónde vamos, siempre sé antes pero a modo general.

Uno se acostumbra, la verdad, creo que sí me siento cómodo con la comunicación pero sí hay cosas que me gustaría saber y entender más de lo que está ocurriendo. Hay cosas que no termino de comprender porque no estuve en el proceso de la realización de ese contenido o no entiendo para qué lo están haciendo. Con respecto al trabajo es difícil porque sí afecta mucho en las cosas que se vayan a realizar.

Yo a veces quiero ayudar pero tampoco quiero interrumpir. Porque ellos ya tienen claro y ya llevan un proceso de lo que tiene que ocurrir. Cuando necesitan ayuda, sin embargo, yo no puedo ayudar porque no estoy enterado y puedo entorpecer el proceso que ellos llevan.

¿Qué podría ayudarte a realizar mejor tu labor?

Estar en las reuniones porque eso siempre da un panorama general de lo que está pasando y ya comprendes mucho más las funciones que debes realizar y las que no.

¿Cómo consideras que tu trabajo aporta a la imagen de la radio?

Aporta bastante porque si la transmisión no sale bien se oye mal y el mensaje que se quiere dar no llega. Esa es parte importante de mi trabajo.

Creo que en cuanto a la transmisión no hay ningún problema, el contenido aún se está trabajando, las nuevas transmisiones y el nuevo contenido que se quiere compartir creo que todavía hay ciertas dudas pero es de ir trabajando.

¿Has tenido alguna experiencia en la que no te comunicaron la información?

En este nuevo formato de la cabina móvil yo no estoy enterado de los juegos y nunca me los han explicados entonces no sé qué ocurre con ellos.

Anteriormente sí tuve una buena experiencia por la forma en que nos comunicábamos, un día el transmisor falló y Melanie, locutora, se recordaba de una función que yo no y gracias a ello pudimos continuar con la transmisión.

Gracias por tu tiempo.

ENTREVISTA RELACIONES PÚBLICAS: JENNIFER VELÁSQUEZ

Buenas tardes Jenni, ¿Cómo estás?

Bien gracias ¿y tú?

Bien, cuéntenos ¿Qué es lo que haces acá en Sónica?

Yo me encargo de las relaciones públicas de la radio eso implica ser el contacto directo con cualquier persona que se quiera comunicar con la radio, con cualquier persona que necesite información de la radio con alguien que tenga interés en nosotros en pautar en dar a conocer un tema o en trabajar en conjunto y de igual forma si nosotros como radio queremos acercarnos a alguna entidad soy yo quien ve ese contacto.

¿Cómo se lleva a cabo la comunicación dentro del equipo?

Desde mi punto de vista hay bastante comunicación interna pero cuando nadie hace algo o cuando las cosas no suceden como planificamos nos damos cuenta que falta comunicación, asumimos que alguien más lo va a hacer, no hay mala comunicación interna pero a veces, cuando las cosas no salen bien nos damos cuenta que no nos estamos comunicando bien entre nosotros mismos.

¿Por qué crees que ocurre esto?

Yo creo que hay varios factores, a veces sí es por dejadez de cada uno de nosotros porque asumimos que le toca a alguien más. Pero al final el producto en radio está saliendo como el equipo que somos, creo que a veces sí deberíamos involucrarnos más.

¿Cómo se lleva a cabo la comunicación externa?

A veces tiende a ser un poco complicada por el hecho de que sónica lleva tres años al aire, este va ser nuestro cuarto año a lo mejor al momento de hacer un contacto no saben quiénes somos, nos presentamos con todas las cosas chileras que hacemos, nos gusta hablar con los jóvenes y la libre expresión, pero muchas veces no hay tanta credibilidad por ser una radio nueva y que no nos conocen, y eso es una barrera

¿Cómo influye eso en el trabajo interno?

Cuando a veces queremos establecer una relación con alguna entidad grande, por ejemplo, decimos: bueno necesitamos comunicarnos con tal entidad porque ellos abordan estos y estos temas entonces podemos trabajar en conjunto.

A lo mejor ya no terminamos haciendo las cosas porque no establecimos el contacto. No nos dan seguimiento, se queda en el arranque y nosotros ya no concretamos la idea principal

¿Qué es lo que más te gusta de tu trabajo?

Me gusta el hecho de que las entidades con las que sí trabajamos o con las que sí se consolidó una relación comparten el hecho de trabajar para los jóvenes y es bien chilero conocer más entidades y personas que están constantemente creando contenido para jóvenes creando campañas y que a nosotros como radio se nos llega a olvidar y se nos olvida que trabajamos para jóvenes. Me gusta estar rodeada de otras entidades que te contagian la confianza y deseo de hacer que los jóvenes formen parte de la voz de Guatemala. Me gusta Mi equipo de trabajo y me gusta cuando tenemos una idea grande y cuando vemos el producto final nos damos cuenta que salió bien apreciamos el gran trabajo detrás a pesar de que solo salga en radio o en las redes.

¿Qué es lo que no te gusta de tu trabajo?

No me gusta que hay cosas que no están en mis manos y no me gusta no tener el control de una situación. A veces querer establecer el contacto pero no nos conocen o no les llamamos la atención y no me gusta no poder concretar una idea porque se ve como si soy yo la responsable pero tampoco es algo que esté en mis manos o que pueda solucionar. Muchas veces hay varias cosas que no resultan pero no están en mi control.

Hay algunas cosas que las he trabajado con Cristian Galicia, el director de la radio porque a él lo conocen y tiene respaldo el hecho de que el director de la radio me esté acompañando y también me ha ayudado el hecho de mostrarle a las personas el trabajo que hacemos, las actividades y eso cambia la perspectiva de la gente.

¿Qué necesitas para mejorar algo en la radio?

Cuando hacemos algunas salidas con la cabina espacial, no hemos logrado captar bien la atención de las y los chavos que se acercan y quisiera que pudiéramos ser más atractivos visualmente, premios y tener más herramientas visuales para atraer a los chavos para que las y los jóvenes de Guatemala quieran encender la radio para escuchar contenido chilero que no enciendan la radio porque van a escuchar música sino que saben porque se van a nutrir se van a informar, a lo mejor están acostumbrados y acostumbradas por hobby y no por saber qué está pasando en el país.

Gracias Jenni.

ENTREVISTA PRODUCCIÓN: DOMÉNICA MARÍN

Buenos días Doménica

¿De qué estás encargada en Sónica 106.9FM?

El puesto de productor en una radio se encarga de hacer recursos sonoros que es todo lo que suena en la radio. Es crear todos esos recursos para dar vida y personalidad a la radio.

El productor se encarga de grabar, editar y de dirigir a los locutores a la hora de grabar para conseguir la mejor intención o el mejor tono o articulación bien hecha para que sea un recurso bueno para nuestros oyentes.

Todo lo que yo hago produzco y grabo tiene que estar enfocado al grupo objetivo de la radio. es crear a cada rato recursos que les funcione a las locutoras como a la radio, para que todo vaya en la misma sintonía.

¿Cómo te comunicas con tus compañeros y compañeras de trabajo?

Yo quiero enfatizar que el tiempo es el peor enemigo para un productor y para cualquier persona pero más para nosotros porque tenemos un límite para hacer los anuncios y producciones que las locutores o las personas necesitan o la radio en sí.

Nos comunicamos por las líneas telefónicas, mis principales contactos son Edgar Zamora, Jefe de Redacción, Cristian Galicia para cualquier cuestión técnica, material y algunas instrucciones como hacer anuncios, atender a algunas personas o también el curso que doy a los chicos de la Muni, él me dice qué temas debemos ver y que debo de pasarle el informe.

Y obviamente cuando yo ya tengo el producto final yo tengo que comunicarme con Carlos Camey y Carlos Molina que son los programadores, ellos me avisan si está bien hecho, que ya está programado y de último comunicarme con las locutoras y decirles mirá ya está el recurso que tú me pediste.

¿Qué vías utilizan para comunicarse?

Se puede hacer por varias vías, por el grupo de Whatsapp de la radio, por teléfono y por internet. En caso de que ninguno de esos tres funciones pues presencialmente.

La más efectiva para mí es el teléfono y hablarles directamente a través de llamada. La que creo que menos funciona es el correo porque muchas veces no hay señal o el archivo es pesado y les llega un poco más tarde.

¿Cuál ha sido una experiencia buena en cuanto al proceso?

Una vez que teníamos que hacer unas producciones para Cabina Móvil, yo no estaba en mi estudio sino en uno temporal, debía hacer varios finales para el noticiero, lo logramos, en todo el proceso y al final corrimos pero le mandé al programador a tiempo todas las producciones.

Fue un trabajo grande pero que al final en conjunto lo logramos hacer. para que los chicos pudieran entender la temporalidad de los anuncios en cabina móvil.

Por el contrario, ¿recuerdas alguna mala experiencia en el proceso?

Sí han habido varias, pero en la que más me frustré también fue de un noticiero y cuando estaba en el estudio provisional, yo justamente empezaba a adaptarme a los micrófonos que tenía esa cabina y todo y yo no sabía que esos micrófonos en el programa si tú no lo arreglabas la voz de la persona podía sonar muy grave o podía sonar como de hormiguita, entonces grabé con la chica del noticiero y salió con una voz de ardilla y ya no lo podía arreglar. Yo pensé que lo iba a poder solucionar y traté de medio arreglarle y del estrés no le avisé a Edgar que teníamos un problema y no esperé a que él me lo aprobara solamente lo mandé y al día siguiente sonó así y me regañaron, ahí si fue problema de comunicación con tal de que saliera. Reconocí mi error por el tema del estrés, fue la peor experiencia que tuve.

Muchas veces me pasa que me toca correr demasiado con el noticiero, porque como es un proceso si la chica del noticiero se atrasa un poquito y nos tomamos más tiempo grabando todo el proceso se atrasa. Yo tengo una hora límite para mandarle las producciones a los programadores y me ha pasado que tengo que enviarlos algunos minutos tarde. Muchas veces me toca correr demasiado, lo logro pero no debería ser así.

¿Qué es lo que menos te gusta de tu trabajo?

Lo que menos me gusta es correr sinceramente yo prefiero hacer las cosas con tiempo. Si tengo que hacer una producción chiquita mínimo unas 2 semanas antes o que no sea a la mera hora y me

han pedido cosas para 15 minutos. Eso de estar corriendo mucho te lastima físicamente. Hay momentos en los que no hay una buena organización y todos nos estresamos y explota todo.

¿Qué necesitas para mejorar la organización del proceso?

Organizarnos con más anticipación, yo sé que todos están comprometidos pero tratar de hacerlo antes para que algo realmente salga bien hecho mínimo unos 2 días antes para un anuncio por cualquier corrección y que siempre me avisen antes para poderlo editar y que salga con la calidad que uno quiere.

A veces siento que es demasiado para todos y tenemos que ver qué capacidad tenemos para generar ese contenido. Hacer contenido pero no abusar de nuestra capacidad, asignarnos solo las tareas suficientes para que en un tiempo sepamos que lo podamos hacer y que nos sigamos comunicando.

Gracias Doménica.

ENTREVISTA LOCUCIÓN: MELANI COYOY

Hola, Melani. ¿Cómo estás?

Bien gracias

Cuéntanos un poco sobre ¿qué haces en Sónica?

Yo soy la conductora de A las 9 Show, soy encargada de realizar el contenido de mi turno que dura 3 horas desde las 9 am a 12pm y junto con algunas de mis compañeras también escogemos la música y vamos dando ideas y aportamos tanto para el contenido de la radio como para el contenido de las redes sociales.

¿Cómo es la relación con tus compañeros y compañeras de trabajos?

Considero que es una ventaja trabajar con personas que sí tienen las mismas metas y objetivos, por esa parte se cumple un montón con todo lo que se busca hacer y definitivamente eso tiene que ver con que vamos hacia el mismo propósito y tenemos bastante claro que varias personas dependen de nuestro trabajo y que dependemos del trabajo de varias personas.

De esto nos han ayudado algunos talleres que hemos recibido para darnos cuenta, porque a lo mejor solo lo sabíamos y lo asumíamos y ya.

¿Hay algo escrito sobre cómo es el proceso de trabajo en Sónica?

Yo recuerdo que cuando comencé hace un año me dieron algunos documentos para leer pero no recuerdo que hubiera alguno que hablara específicamente que hablara sobre los procesos de producción, por ejemplo, sino que con el paso del tiempo te das cuenta que se hace de alguna manera o alguien te lo explica, no sé si será necesario hacerlo siento que es algo bastante intuitivo pero a lo mejor hay cosas que sí hay que explicar.

Creo que yo sí sentí bastante confianza para preguntar, por ejemplo, con las canciones tal vez preguntarle a alguien más: mirá como se guardan. Me ayudaba tener esa apertura a preguntar porque a veces ya sabías hacer algunos procesos pero se te olvida. Creo que por esa parte a lo mejor hay duda pero existe esa ventaja de apertura a preguntar porque aunque no esté escrito existe esa cercanía.

¿Cómo es la imagen que se transmite de adentro hacia afuera?

Estoy convencida que las personas que conocen Sónica tienen claro de qué va y tienen claro que se diferencia de las demás radios en especial por su contenido, porque la gente aprecia la música pero saben que el contenido que escuchan no solo los va a entretener sino que también les va a dar algo más. Sí estoy consciente que el entretenimiento en nuestro país es algo necesario, pero también que hay millones de tipos de entretenimiento y que la gente tiene muy claro que el tipo que se da acá en Sónica también les da un aporte, entonces siento que sí se ha logrado como presentar el objetivo que se quiere mandar a través de la radio.

¿Internamente cómo trabaja el equipo?

Yo creo que tenemos claro por qué trabajamos, por quiénes y de qué manera tenemos que hacerlo, me gusta mucho que a veces tenemos una idea muy grande pero nos damos cuenta que no nos va a funcionar o que no va acorde a lo que queremos, de esa manera revisamos el contenido que no solamente nos guste hacer sino que también le guste a la gente escucharlo, entonces creo que por esa parte no es como que no tengamos claro nuestro objetivo.

¿Qué es lo que más te gusta de tu trabajo?

La gente con la que trabajo. El hecho de poder tener un equipo que cuando tenés que hacer algo alguien está ocupado y es como bueno lo voy a hacer yo o mirá por qué no miramos cómo lo hacemos o mirá a mí se me había ocurrido esto porque te gusta y podrías tener un segmento de esto o de pronto sabes que también hay alguien que le gusta tomar fotos entonces le decís que te acompañe a hacerlo. También que exista este tipo de amistad y complicidad entre todos y todas nos ayuda muchísimo. Acá la mayoría somos mujeres y ninguna sentimos en ningún momento competencia entre nosotras y eso también porque nuestros jefes nunca nos han hecho competir, saben claramente que somos muy distintas todas y nos dejan poner nuestra personalidad en cada una de las cosas que hacemos.

¿Qué es lo que menos te gusta?

Es algo más externo que interno. Tenemos un trabajo de fondo que a lo mejor no tenemos la difusión que sería muy bueno que más personas pudieran conocernos. Por muchas razones no llegamos a la cantidad de personas que podríamos llegar a veces eso me frustra un poco.

¿Qué necesitas para mejorar esos procesos?

Que más personas pudieran escucharnos, estoy convencida que la mayoría de las personas están hartas de escuchar contenido que no les deja nada. Me gustaría muchísimo que todos los atributos de la radio pudieran llegar a más personas.

Gracias por tu tiempo Melani

ENTREVISTA COMUNICACIÓN DIGITAL: SARA MARTÍNEZ

Buenos días Sarita

Cuéntanos sobre tu puesto en Sónica

Bueno, se llama comunicación digital o así lo hemos nombrado y se trata de ver todo lo que tenga que ver con contenido digital desde redes sociales hasta fotografías, video y diseño gráfico. Actualmente solo estoy yo pero siempre tengo apoyo de todos en las diferentes áreas

hay gente que me ayuda a crear contenido pero quien produce solo soy yo.

Yo empecé el año pasado y desde que se creó una estrategia en redes sociales ha costado que nos adaptemos a los cambios y lo que se quiere hacer en la radio. Pero todos tenemos la gana de hacer cosas diferentes. Me gusta el hecho de que todos podamos aportar ideas y creo que funciona pero como lo hemos ido implementando hasta ahora todos los procesos tardan en implementar y en que uno se acostumbre.

Cuéntanos un poco de ese nuevo proceso:

Juntos generamos contenido para radio y para redes sociales. Tenemos esta mesa de redacción en donde todos tenemos un rol, al menos para redes sociales todos contamos con un segmento que se lanza al rededor de la semana, por ejemplo, si a mí me toca algún segmento en específico yo doy la idea que tengo, entre todos decimos está bien o no y yo soy la encargada de producir el contenido.

¿Cómo ha funcionado?

Al 100% nunca se ha llevado a cabo, hasta el momento hemos tratado de que todo salga bien pero siempre hay más de alguna persona que se atrasa o porque la producción no estaba como esperábamos o se nos fue la onda por tantas cosas por hacer. Lo que complica es que por ejemplo, hoy tengo todo un día de grabación pero también tengo que diseñar unos carnets, entonces estar por tiempos elaborando y produciendo contenido digital no es la mejor forma.

El problema mayor ha sido coordinarnos en tiempos porque todos tenemos tiempos diferentes, pero creo que la gente ha notado el cambio y se refleja en los seguidores y que participan en nuestras publicaciones, creo que es parte de irse adaptando.

Al final la gente no ve todo lo que hay detrás, siento que el problema es la coordinación porque a veces yo publico y no tengo el tiempo de avisarle a las conductoras que hay nuevo contenido en la página y entonces que ese contenido se pueda avisar en la radio, el contenido de radio tal vez sí entra a redes a veces pero no de la otra forma.

¿Existen instrucciones establecidas a las que todos tengan acceso?

No, por ejemplo si somos 15 personas trabajando deberíamos de tener al menos 15 likes de cajón en cada publicación y es algo que no pasa porque se nos olvida y entonces no nos regimos con esas cosas que deberías de aportar. Ya tenemos bastante personal trabajando para radio y produciendo

para radio, entonces ya como que tendría que ser en la otra vía de escuchar radio pero también ver las redes. Creo que son cosas pequeñas pero que a la larga se reflejan y la coordinación de: quién lo va a hacer y que no está listo, entonces no podemos grabarlo pero cuando ya está listo yo tengo que ir a hacer un arte.

¿Llevan algún planificador para este proceso?

Yo tengo mi planificador de lo que tengo que hacer en la semana y qué es lo que necesito y de quiénes necesito, entonces por ejemplo, hoy que tenía una grabación mandé un correo ayer, pero yo no sé qué horarios son los que pueden tomar yo estaba grabando hoy pero resulta que la mitad del equipo a quienes quería grabar no está. Entonces no hay un horario que coincida para que estemos sincronizados.

¿Qué es lo que más te gusta de tu trabajo?

Lo que más me gusta es crear, desde el video y la edición, incidir en los jóvenes y darles un espacio para que se expresen por medio de un video, de una publicación o que se vean en un video y que pidan las fotos donde salen porque se emocionaron, me gusta tanto la parte técnica que me apasiona pero también que les estamos dejando algo.

¿Qué es lo que menos te gusta de tu trabajo?

Lo que no me gusta es la descoordinación, no me gusta hacer las cosas por períodos de tiempo cortos. Si estoy haciendo algo pero me piden otra cosa entonces tengo que detenerme y concentrarme en eso y luego me piden otra cosa y regreso a hacer lo de antes. Un día puedo estar tranquila programando las publicaciones de redes y Cristian me dice que se necesita las fotos de TuCity entonces debo bajar a tomar las fotos, pero luego me dicen: mirá no está funcionando el correo, entonces también es responsabilidad mía, revisar qué está pasando pero debo seguir con la publicación de redes. Eso es lo que menos me gusta que no es que me enoje pero me desconcentro al no hacer todo completo.

¿Qué necesitas para mejorar la organización y los procesos?

Creo que sería más alguna forma de que sea eficiente la comunicación en cuanto a los procesos que se llevan como de redes sociales, por ejemplo, yo no me entero a veces de la música de universal que entra y probablemente algunas de esas canciones podría servirme para alguna

producción y creo que estamos por áreas y segmentados entonces hay cosas que solo incumben a algunas personas, creo que está bien porque claro no nos vamos a llenar de spam pero hay cosas que por ejemplos los segmentos o las publicaciones que sí importaría y es feo estarlo mandando por whatsapp, parecieran cadenas de que ya hay publicación. Quisiera que hubiera alguna forma en que todos pudiéramos estar enterados de todo lo que estamos haciendo y saber que lo que tenemos que hacer es eso.

Así servimos más de aporte y no tanto de que si no salió entonces quién era el encargado porque yo cumplí con mi parte.

Gracias por tu colaboración.

ENTREVISTA DIRECCIÓN: CRISTIAN GALICIA Y EDGAR ZAMORA

Hola buenas tardes Cristian y Edgar

En esta fase diagnóstica pues a través de conversaciones y entrevistas es para determinar cómo se encuentra Sónica 106.9FM en cuanto a comunicación ya sea interna como externa.

Para ustedes, ¿Cómo ha resultado hasta ahora el proceso de comunicación?

Edgar: Yo creo que una de las cosas que más necesitamos y que también salieron en el taller que tuvimos el año pasado con DW para planificar este año fue el manual de wording o el manual de estilo de la radio, creo que es importante para que cuando no estén ustedes y no estemos nosotros, que igual esté la personalidad de Sónica, el estilo de Sónica y el estilo de radio y que pueda pasarse con facilidad a quien haya necesidad de.

Creo que todos los medios de comunicación tienen un manual de estilo y eso es importante para nosotros. Ayer pensé que no solo para la radio sino que también un manual de estilo para redes sociales para saber con qué criterios.

Cristian: En el indicador de DW o en el objetivo que hicimos aparece la palabra “wording” o sea podríamos llamarle manual de estilo en general tanto para radio como para redes sociales

Edgar: El wording salió porque algunos le decían cabina espacial otros le decían cabina móvil y para los dos debería ser cabina espacial.

Cristian: El problema es que internamente para mí hoy puede ser cabina espacial pero mañana puede ser que ya no sea espacial e internamente para mí, es más fácil comunicar al resto del IGER el término cabina móvil que cabina espacial.

Edgar: Sí, por eso debería estar en papel que la cabina móvil es algo temático que en tal época es cabina espacial en radio.

Cristian: Para mí sí es muy útil, porque nada de esto existía antes, una radio que lleva una cabina móvil que visita establecimientos, y no hay algo atrás o antecedentes de todo lo que estamos trabajando. El año pasado decíamos se confunden mucho los oyentes cuando escuchan la cabina porque tú les hablas a los chicos que están presentes y luego cambiamos a las personas que están del otro lado. Pero ahora que estamos implementando juegos también falta una interacción directa. Tenemos esos problemas, entonces eso de el lenguaje que debes usar cuando estás al aire pero si estás en cabina espacial tienes que referirte de esta forma, esas cosas sí son muy útiles.

También porque, por ejemplo, viene TuCity y nosotros debemos de transmitirles a ellos en la medida de lo posible cómo trabajamos nosotros y si tuviéramos un manual de estilo podríamos de una vez darles un manual de inicio, podríamos dejarlo en el convenio que se va a trabajar con base a ese manual.

Edgar: Yo creo que también, pensando en los ejemplos que hablamos en el taller del año pasado. O de pronto también la visión de parte de nuevo personal que no la compartía con nosotros. También dejar en papel esos valores, en qué creemos, cómo abordar ciertos temas, desde qué punto. No sé si es parte también del manual de estilo.

Cristian: No solo con gente nueva, ahora yo veo que el grupo se está integrando más, en el sentido de que personas como Amílcar ahora trabaja uno entre mil, ayuda en grabaciones y ahora nosotros estamos haciendo El Maestro en Casa entonces con la visión de Sónica, es muy valioso. El problema es que aquí rivalizamos con dos cosas: Por un lado ASEC y por un lado Sónica.

Digamos que el empleado que trabaja para Sónica en realidad trabaja para ASEC, porque ASEC, hace un año éramos IGER pero ahora nos piden que nos identifiquemos con ASEC. Pero para mí es muy importante que si hoy trabajas en El Maestro en Casa, mañana podrías trabajar haciendo videos con Sara y que en el lugar en el que te encuentres sepas cuál es la visión y te sientas

identificada con el objetivo de trabajar acá. Que fuera una actitud ASEC, una transmisión de valores.

A las personas que entran a trabajar a Sónica es muy difícil explicarles todo.

Edgar: Yo creo que por ejemplo en eso tal vez de transmitir los valores etcétera, no se puede ignorar el hecho de que es parte de ASEC.

Normativo de uso de cartelera

NORMATIVO DE USO DE LA CARTELERA DE SÓNICA 106.9FM

Este material tiene el objetivo de reincorporar el uso de la cartelera para todas y todos los colaboradores de Sónica 106.9FM. Este normativo indica los casos en los que se utiliza la cartelera de corcho ubicada al lado izquierdo de la reja de ingreso a la radio.

- El o la asistente de dirección, se encarga de colocar los nuevos anuncios en la cartelera y la actualización del calendario de cumpleaños.
- Se coloca el cartel de la cumpleañosera o cumpleañosero de la semana acompañado de globos.
- Los lunes después de la reunión semanal se realiza la actualización de anuncios en la cartelera.
- Se colocan recordatorios de talleres próximos y las personas involucradas.
- En la esquina superior derecha se colocarán los reconocimientos colectivos a contenidos y actividades del mes, los cuales ya cuentan con sus criterios de selección.
- En el caso que algún colaborador quisiera publicar un anuncio en la cartelera debe comunicarse con el o la asistente de dirección llamando a la ext. 1106.

Calendario de cumpleaños

	JUNIO 18 		JULIO 10 
	JUNIO 22 		JULIO 14 
	JULIO 15 		AGOSTO 7 
	AGOSTO 18 		AGOSTO 29 
	AGOSTO 30 		SEPTIEMBRE 3 
	OCTUBRE 26 		NOVIEMBRE 2 
	DICIEMBRE 16 		DICIEMBRE 18 

Crterios para elegir contenidos del mes

NORMATIVO DE ENTREGA DE MEDALLAS: RECONOCIMIENTO A CONTENIDOS DEL MES

Este material tiene el objetivo de hacer un reconocimiento al trabajo de las y los empleados de SÓNICA 106.9FM y al mismo motivar a realizar el trabajo de manera más eficiente. Este normativo funciona para dar los lineamientos y determinar criterios sobre cómo evaluar el desempeño de los contenidos de la emisora mensualmente.

- La encargada será la asistente de dirección, quien coordinará en la primera reunión de Mesa de Redacción de cada mes la entrega del reconocimiento a los contenidos del mes.
- Se hará entrega de 1 medalla con el logo de Sónica y los contenidos elegidos aparecerán visibles todo el mes en la cartelera de anuncios ubicada al lado izquierdo de la reja de entrada a la emisora.
- Para elegir los contenidos del mes todo el equipo debe tomar en cuenta los siguientes criterios sobre cada contenido:
 1. Es relevante para el Público Objetivo
 2. Genera interacción
 3. Le gustó al equipo realizarlo
 4. Sigue las líneas editoriales
 5. Tiene contenido de Alfabetización Mediática e Informativa -AMI-

Reporte del Taller

Reporte de taller de comunicación asertiva e implementación de la aplicación Trello

El taller de Comunicación Asertiva se impartió con el personal de Radio Sónica 106.9FM el día viernes 31 de mayo de 2019 con el objetivo de fortalecer la comunicación interna de la emisora para que los procesos internos se lleven a cabo de forma más eficiente y con resultados inmediatos.

Dentro de las actividades realizadas en el taller estuvo la integración del equipo con un juego rompe hielo en el que los participantes debían dar un paso adelante si se sentían identificados e identificadas con cada enunciado, esta primera actividad logró que los miembros de la radio recordaran lo que los motiva a trabajar en Radio Sónica 106.9FM.

Para conocer cómo trabajan individualmente se realizó una dinámica en la que se les repartió a cada integrante tarjetas con los nombres de cada integrante del equipo de la radio y en cada uno debía escribir algo que esa persona podía mejorar y algo que hace muy bien, esta actividad con el fin de hacer una reflexión individual para conocer mejor el trabajo que se está haciendo y motivar a los cambios para el crecimiento profesional.

La explicación de comunicación asertiva incluyó los puntos: -propongo lo que puedo lograr, -me organizo mejor, -dosifico mi trabajo, -usar la comunicación asertiva para un ganar ganar. A raíz de esta explicación surgió el ejercicio de roles, en donde una pareja pasaba al frente y con un rol asignado debían llegar a soluciones en el trabajo a través de la correcta implementación de la comunicación asertiva.

Finalmente se hizo una dinámica con 6 papelógrafos rotativos para 3 grupos en donde incluían qué se podía mejorar en cada área de trabajo en cuanto a comunicación. Cada grupo pasó a exponer y comentar qué se debía mejorar en cada área y propuso ideas de cómo podía lograrse. Como último punto se dio una inducción y primer acercamiento a la aplicación Trello que es la que se está utilizando para organizar procesos de la radio desde la realización de este taller e incluyendo al nuevo personal que ingresó a Radio Sónica 106.9FM.

Este taller impartido por la epesista Diana Solís, sirvió para reforzar la comunicación interna del personal de Radio Sónica 106.9FM y mejorar los procesos desde su planificación y organización para obtener resultados más eficiente en la realización de tareas como equipo.

Materiales de apoyo para el taller



TALLER
COMUNICACIÓN ASERTIVA

FECHA: VIERNES 31 DE MAYO
HORA: 8AM-12PM
LUGAR: SALÓN



TALLER DE COMUNICACIÓN ASERTIVA
Y PLATAFORMA TRELLO

Por: Diana Solís

HABILIDADES SOCIALES
EXPRESIÓN DE RESPETO
DERECHO DE EXPRESIÓN
-INHIBICIÓN
-AGRESIVIDAD
-PASIVO-AGRESIVO
-ASERTIVO


LA COMUNICACIÓN ASERTIVA RESPETA NUESTROS DERECHOS Y TAMBIÉN LOS DE LOS DEMÁS

NUETRA SEGURIDAD PERSONAL AUMENTA Y PARA LA RADIO MEJORA LA PRODUCTIVIDAD

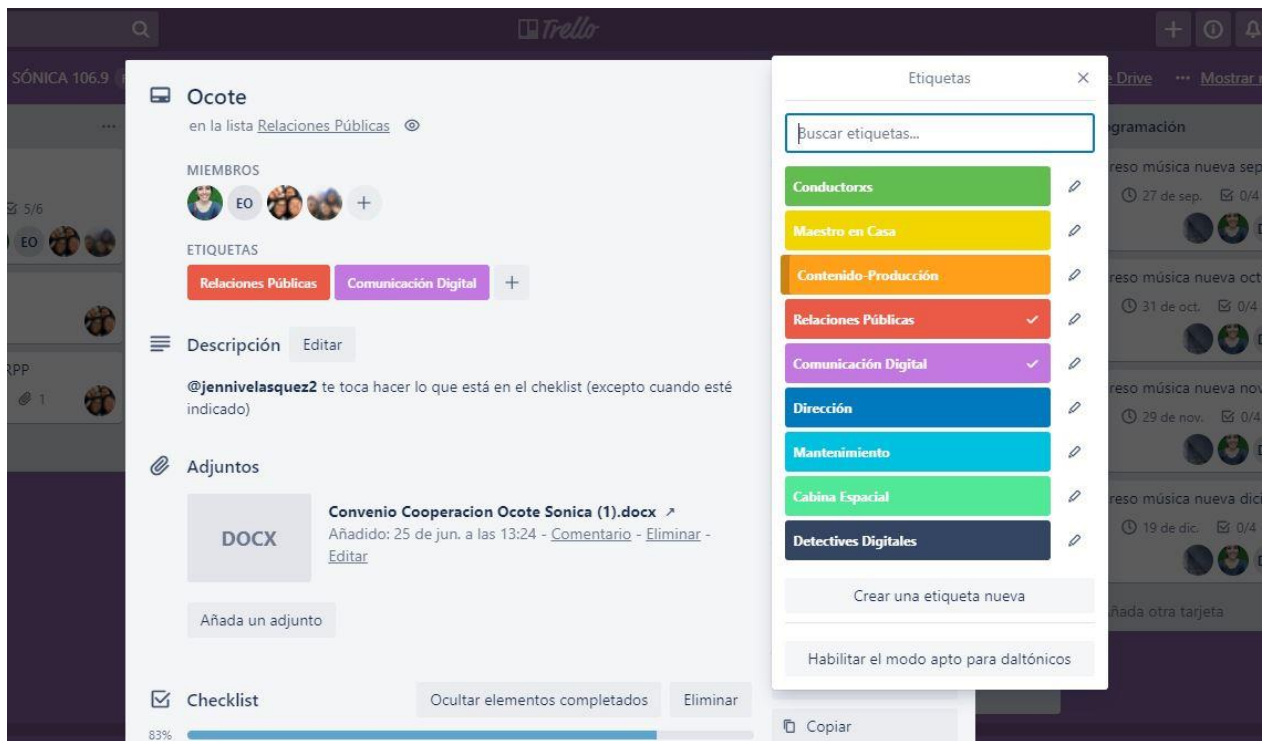
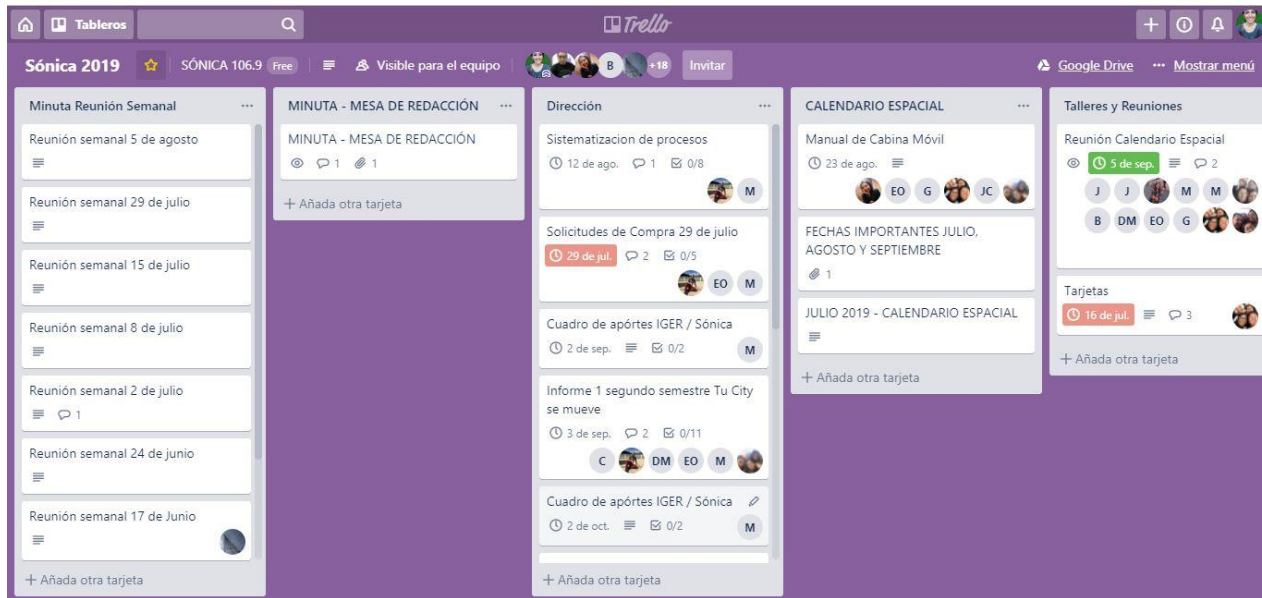
Técnicas para mejorar la asertividad

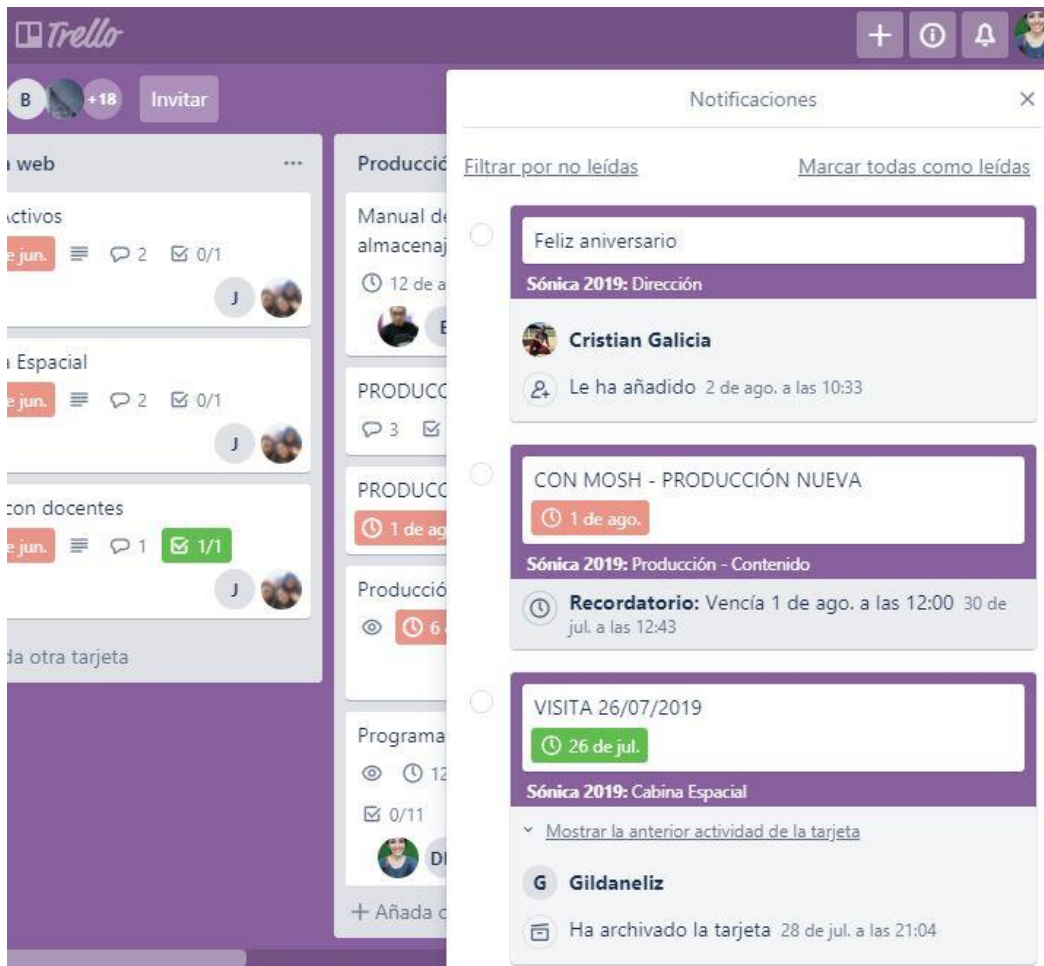
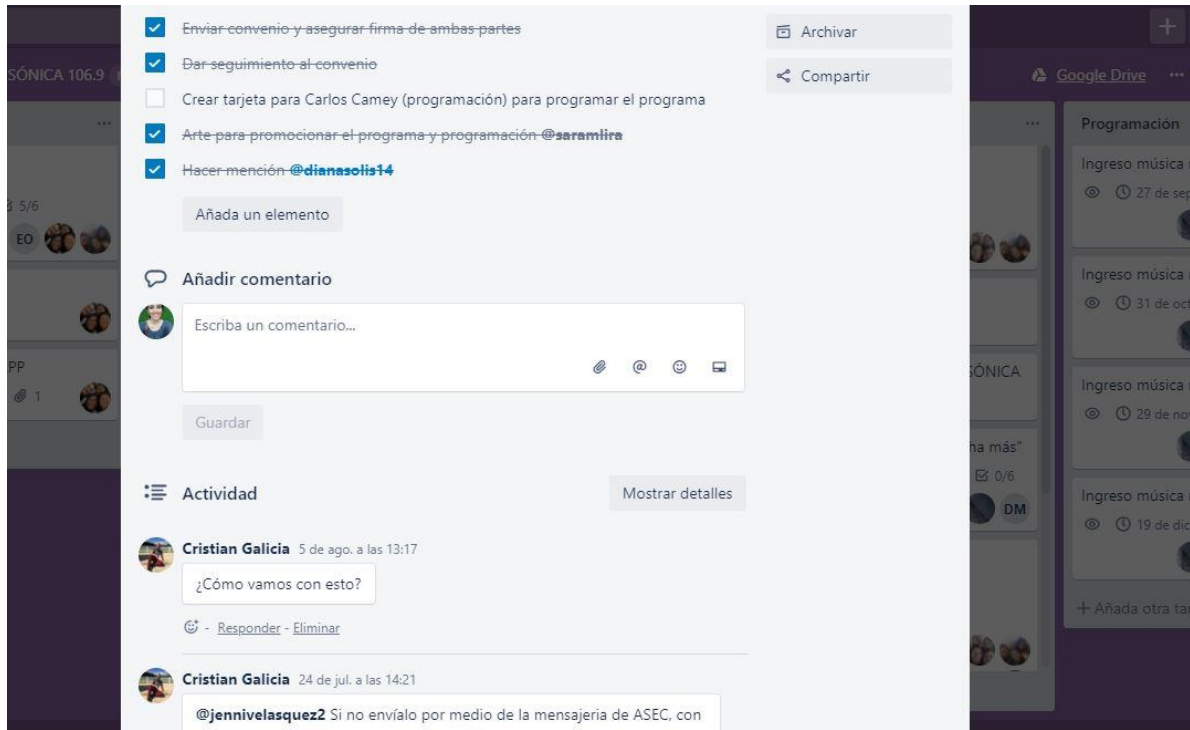
- Mis derechos y los del otro u otra
- Convertir al "enemigo" en aliado
- Convertirnos en observadores
- Repetir nuestro punto de vista
- Dar la razón al otro u otra en lo que tenga
- Promover cambio de comportamiento en la otra persona.
- Marcar el límite de lo que permitamos
- Expresar respeto y valoración genuina

Fuente: Webinar: Asertividad en el trabajo 2017



Plataforma Trello





Manual de Inducción para Nuevo Personal de SÓNICA 106.9FM



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
A SEC	5
1.1 IGER	5
1.2 EDICIONES A SEC	5
1.3 TALLER GRÁFICO A SEC	5
1.4 GRUPO RADIAL A SEC	6
2. SÓNICA ES UNA OBRA A SEC	6
3. NUESTRA MISIÓN	7
4. NUESTRA VISIÓN	7
5. PÚBLICO OBJETIVO	7
6. LÍNEAS EDITORIALES	8
6.1 SOLIDARIDAD	8
6.2 EQUIDAD DE GÉNERO	8
6.3 MULTICULTURALIDAD	9
6.4 CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE	9
6.5 CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANÍA	9
6.6 CULTURA DE PAZ	10
6.7 ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL (AMI)	10
7. LOGO	11
8. PROYECTOS QUE EJECUTA SÓNICA	11
9. ORGANIGRAMA DE SÓNICA	12
10.1 DIRECCIÓN	13
Director	13
Asistente de dirección	13
Jefe de redacción	13
Coordinador(a) de equipos y Relacionista Público(a)	13
10.2 RADIO	14
Productor de contenido, sonido y audiovisual	14
Conductor de radio	14
10.3 COMUNICACIÓN DIGITAL	14

Jefe de Comunicación Digital	14
Community Manager	14
10.4 OPERATIVO	14
Programador radial	14
Operador radial	15
10.5 PROYECTOS	15
Cabina Espacial	15
Detectives Digitales	15
El Maestro en Casa	16
Curso de vacaciones Crea-activos	16
Cómico	16
Manual de Supervivencia para Primeros votantes	16
11. PREGUNTAS FRECUENTES	16
11.1 ¿Cómo se conforma ASEC?	16
11.2 ¿Qué datos necesita tener mi factura?	17
11.3 ¿Es igual pedir un permiso que pedir vacaciones?	17
11.4 ¿Quién puede facilitarme el formulario de vacaciones?	17
11.5 ¿Qué pasa si voy a una reunión y necesito pagar parqueo, taxi o alimentación?	18
11.6 ¿Cómo me comunico a cada departamento de SÓNICA?	18
11.7 No puedo imprimir y ya le di como tres veces, ¿a quién llamo?	18
11.8 Tengo problemas con mi correo y firma electrónica, ¿quién me puede ayudar?	18
11.9 Alguien me pidió información de la pauta en radio, ¿a quién le pregunto?	19
ANEXOS	20
1. Ejemplos de facturas	20
2. Formulario de solicitud de vacaciones y permisos	24
3. Listado de extensiones	24
BIBLIOGRAFÍA	25

Ficha de registro de horas de práctica



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): Diana Gabriela Solis Franco
No. Carné y DPI: 201400362/2714805800101
Jefe o Encargado (a): Licenciado Cristian Galicia, Director Radio Sónica 106.9FM
Institución o Empresa: Radio Sónica 106.9FM
Supervisor de EPSL: Lic. Josué Andrade

Sem . No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS					Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	
1	Del: 13 / Al: 18	Mayo	7	7	6	6	6	32 hrs.
2	Del: 20 / Al: 24	Mayo	7	7	6	6	6	32 hrs.
3	Del: 27 / Al: 31	Mayo	7	7	7	7	6	34 hrs.
4	Del: 03 / Al: 07	Junio	7	7	7	7	6	34 hrs.
5	Del: 10 / Al: 14	Junio	7	7	7	7	6	34 hrs.
6	Del: 17 / Al: 21	Junio	7	7	7	7	6	34 hrs.
7	Del: 24 / Al: 28	Junio	7	7	6	6	6	32 hrs.
8	Del: 02 / Al: 05	Julio	-	7	7	7	6	27 hrs.
9	Del: 08 / Al: 12	Julio	7	7	7	7	6	34 hrs.
10	Del: 15/ Al: 15	Julio	7	-	-	-	-	07 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS								300 hrs.

(f)  
 Lic. Cristian Galicia
 Director Radio Sónica 106.9FM

(f)  
 Lic. Josué Andrade – Supervisor EPSL