

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

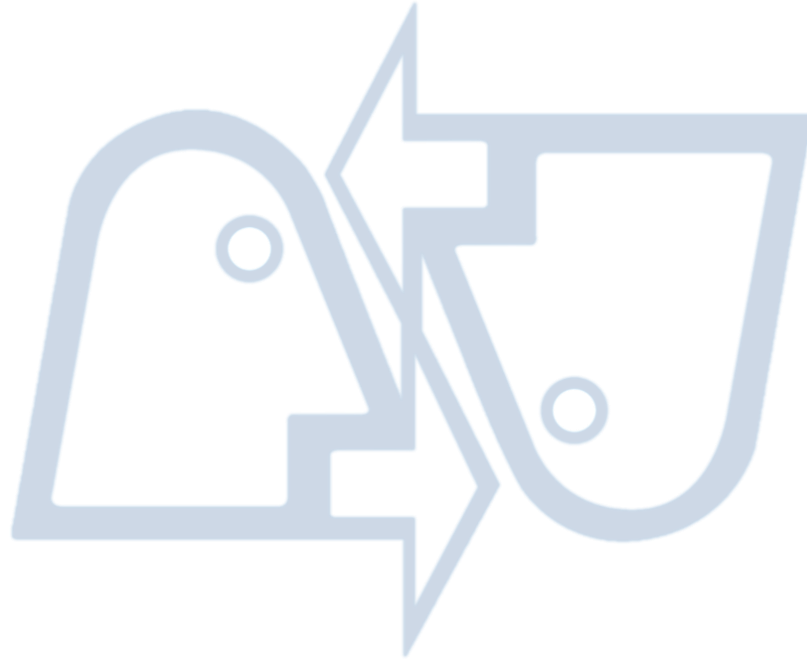
The seal of the Universidad de San Carlos de Guatemala is a large, circular emblem in a light blue color. It features a central shield with a figure on horseback, a castle, and a lion. The shield is surrounded by a circular border containing the Latin text "LETTERAS CAROLINA ACADÉMIA COACTEMALENSIS INTER CETERAS CONSPICUA".

“Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Externa para Dar a Conocer y Fortalecer la Imagen de Radio Exclusiva 1270 AM en Tiempos de COVID-19”

Silvia Victoria Ramírez González

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre 2020



Comunicación
creando futuro

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

“Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Externa para Dar a Conocer y Fortalecer la Imagen de Radio Exclusiva 1270 AM en Tiempos de COVID-19”

Silvia Victoria Ramírez González
Previo a optar el título de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre de 2020





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

Director

Lcdo. César Augusto Paíz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Adolfo Yela Fernández
M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu
Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representantes de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretaría

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

Dr. José María Torres Carrera

Supervisora

M.A. Evelin Morazán Gaitán

Supervisor

Lcdo. Luis Fernando Lucero

Supervisor

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Supervisora

M.A. Evelin Hernández

Supervisora

Lcda. Krista María Ramírez

Supervisora

Lcda. Brenda Yanira Chacón

Supervisores

Lcdo. Mynor René Martínez y
M.A. Edgar Martínez García



201217229.jpg

<https://mail.google.com/mail/u/>



Guatemala 19 de mayo del 2020
EPSL-C84-2020

Licenciado:
Pablo Portales
Director de la Radio
Radio Exclusiva 1270 am.
Ciudad Guatemala.

Distinguido Licenciado Portales:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, a la estudiante **Silvia Victoria Ramírez González**, carné no: **201217229** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada de forma virtual, no presencial en su institución. Por disposiciones superiores en la Universidad de San Carlos de Guatemala, para el efecto se requiere lo siguiente:

- Extenderle una carta de aceptación y trabajar por medios electrónicos y plataformas virtuales.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan y Estrategia de Comunicación del 2020 de su institución, y que la estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar de igual forma una estrategia, que ayude al proceso de comunicación Interna o Externa de su institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional –EPSL, cuando las condiciones sanitarias lo permitan por la emergencia Sanitaria actual por el COVID-19.
- Que se autorice el informe final de resultados de dicha Investigación.

Atentamente,



"DID Y ENSEÑAR A TODOS"

Dr. José María Torres Carrera

Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920



© 2020 USAC



Guatemala,
20 de mayo de 2020

DR. José María Torres
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado DR. Torres:

Por medio de la presente me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que hemos autorizado a la estudiante: SILVIA VICTORIA RAMÍREZ GONZÁLEZ, carné 201217229, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala la realización del Ejercicio Profesional Supervisado correspondiente a la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en nuestra empresa RADIO EXCLUSIVA 1270 AM, ubicada en Carretera Vieja a Antigua Guatemala, 2 Calle 23-70, Zona 1, Mixco, Guatemala C.A, Pablo Portales, director de la Radio será el encargado de supervisar su asistencia, así como el trabajo y los avances del mismo.

Sin más por el momento reciba un cordial saludo de nuestra parte.

Atentamente,



T.G.C.Q. Radio Exclusiva 1270 AM
Edificio Canal 27 - Camino Viejo a Antigua Guatemala
2 Calle 23-70 Zona 1 de Mixco, Tierra Santa II
PBX: 2421-3435 / E-mail: contacto@radioexclusiva.org
www.radioexclusiva.org



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



DEDICATORIA

A mí amado **Dios**. A Él sea la Gloria y Honra por siempre. Sin ti no soy nada y como siempre lo decía en cada semestre que cursaba en la carrera hoy puedo decir con fiadamente, Hasta aquí me ayudó Jehová y nunca me falló, ¡Gracias papito lindo!

Mami, con su amor, cariño, comprensión, paciencia y ejemplo, siempre estuvo allí conmigo para animarme constantemente, sin dejarme en ningún momento, gracias por amarme tanto y por enseñarme que todo lo que se desea se consigue con esfuerzo, Gracias mamita, por quedarse junto a mí aun cuando me desvelaba para entregar todo lo que necesitaba. ¡La amo mami!

Papi, siempre ha estado conmigo en las buenas y en las malas, gracias por sus palabras sabías cada vez que me animaba a que no me detuviera por más cansada que estaba, gracias por enseñarme a luchar por lo que y gracias por su ejemplo de lucha y sobre todo gracias por siempre guiarme en el buen camino. ¡Lo amo papi!

Amor lindo, **Daniel**... Gracias por creer en mí, por siempre tomarme de la mano y caminar conmigo, por tu apoyo, dedicación, amor y por acompañarme a todos lados para que no me sintiera sola, por verme más grande de lo que soy. Gracias por seguir a mi lado, por compartir mis sueños y anhelos... Toda mi vida contigo es perfecta. Agradezco a Dios porque te puso en mi camino y sé que él no se confunde pues es perfecto. ¡Te amo cielo!

A mi **familia y amigos** que siempre han estado allí para apoyarme, con una palabra, un abrazo, una sonrisa e incluso monetariamente. ¡Gracias de todo corazón por su tiempo y cariño incondicional!

Pablo portales, te admiro, respeto y agradezco por permitirme hacer mis prácticas en la radio, gracias por tu apoyo incondicional, por tenerme paciencia, bendigo a tu familia, tu trabajo y esfuerzo, pero sobre todo bendigo tu corazón que Dios te siga dando mucho amor para las personas que te rodean ¡Gracias por tu eterno apoyo!

Geovanni Dardón, te respeto, admiro y agradezco, por apoyarme a cada instante, gracias por enseñarme a ponerle corazón a lo que hago, gracias por darme la oportunidad de crecer laboralmente y por tu apoyo incondicional siempre lo que necesito, ¡Te bendigo en el nombre de Jesús!

Pastor Solares, gracias por permitirme formar parte de este gran proyecto que es Canal 27, su paciencia y palabras me animan, lo admiro y respeto.



AGRADECIMIENTO

A la **USAC**, porque me formó y abrió sus puertas para mi preparación profesional, hoy puedo decir que soy orgullosamente san carlista, grande entre las del mundo.

Al **Pueblo de Guatemala**, que fue el que ayudó a mi formación universitaria. Gracias por apoyarme y costear parte de mi carrera.

A la **Escuela de Ciencias de la Comunicación** a cada uno de los docentes que compartieron su conocimiento para poder formarme profesionalmente.

Geovanni Dardón, gracias por el apoyo y los permisos.

Hallan Pa, gracias por apoyarme con todo gusto en la elaboración de material para la Radio Exclusiva y por tu amistad.

Radio Exclusiva 1270 AM, gracias por el apoyo, paciencia y por darme la oportunidad de realizar mis prácticas en el lugar.

M.A. Evelyn Hernández, gracias por su apoyo teniéndome paciencia y ayudándome en mi informe.

Lcdo. Luis Fernando Lucero, gracias por su apoyo.

Mario Enríquez, gracias por apoyarme en la revisión exhaustiva de mi proyecto y por ayudarme siempre.

Canal 27, por apoyarme en todo momento y formarme profesionalmente, regalándome experiencia en lo que realizo día a día.

RR.HH. Gracias por apoyarme constantemente, por brindarme los permisos que necesitaba.



INDICE

Introducción.....	i
Antecedentes.....	ii
Justificación.....	iii
CAPÍTULO 1	1
1. La institución – Radio Exclusiva 12.70 AM	1
1.2. Perfil institucional	1
Enlaces de interés	2
Información de contacto	3
1.3. Ubicación geográfica.....	3
1.4. Integración y alianzas estratégicas	4
1.5. Origen e historia	4
- Primer aniversario 15 de mayo de 1992.....	4
- Radio maratón del 14 al 16 de agosto de 1992	5
- Un suceso milagroso	5
- La nueva radio.....	5
- El terreno y la antena.....	5
- Transmisor.....	6
1.6. Departamentos o dependencias de la institución.....	6
● Presidencia o Junta ministerial:.....	6
● Dirección de la radio:	6
● Edición:	6
● Programación, ingesta y transmisión:	6
1.7. Organigrama de la empresa	7
1.8. Misión.....	7
1.9. Visión	7
1.10. Objetivos institucionales.....	7
1.11. Público Objetivo	7
Grupo objetivo macro.....	8
Segmentación del G.O.....	8
Sociodemográficos	8



Socioeconómicos	8
Psicológicos	8
1.12. Diagnóstico	8
Objetivos.....	9
a) Objetivo general	9
b) Objetivos específicos.....	9
1.12.1 Tipos de Investigación.....	9
Los tipos de investigación que se pueden encontrar son:.....	10
Investigación cualitativa:	10
Investigación cuantitativa	10
Investigación explicativa	10
Investigación descriptiva	10
Investigación inferencial.....	11
Investigación predictiva.....	11
Investigación de alta y baja estructuración.....	11
Investigación participativa.....	11
Investigación Proyectiva.....	11
Investigación histórica	12
Investigación longitudinal	12
1.12.2 Enfoque y Tipos	12
a) Enfoque Cuantitativo.....	12
b) Enfoque Cualitativo	12
c) Enfoque Mixto.....	12
1.13. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	13
1.13.1 La Observación.....	14
1.13.2 Tipos de observación.....	15
Observación directa y documental	15
Observación estructurada y no estructurada.....	15
Observación individual y colectiva	15
Observación participante y no participante	16
Observación de campo y laboratorio	16
Observación cuantitativa y cualitativa.....	17



● Formato de la Observación	18
● Papel del observador cualitativo	18
Observación en la Radio.....	19
1.13.3 Documentación.....	20
1.13.4 Entrevista de profundidad.....	20
● Ficha de las entrevistas.....	21
Cuadro comparativo de las entrevistas realizadas en el medio de comunicación Radio Exclusiva 1270 AM.	22
● Resultado de las entrevistas	24
1.13.5 Encuesta.....	25
Muestra	25
1.14 Interpretación de resultados (Gráficas).....	27
Gráfica no.1	28
Gráfica no. 2	29
Gráfica no. 3	30
Gráfica no. 4	31
Gráfica no. 5	32
Gráfica no. 6	33
Gráfica no. 7	34
Gráfica no. 8	35
Gráfica no. 9	36
Gráfica no. 10	37
Gráfica no. 11	38
1.15 FODA	39
● Fortalezas	39
● Oportunidades	39
● Debilidades.....	39
● Amenazas	40
1.16 Problemas detectados	41
● Problemas globales.....	41
● Problemas que se resolverán	41
1.17 Planteamiento del problema comunicacional.....	42



1.18 Indicadores de éxito.....	43
Internos:	43
Externos:.....	43
1.19 Proyecto a desarrollar	44
CAPÍTULO 2	45
2. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN.....	45
2.1. Descripción Técnica del Plan Estratégico de Comunicación	45
2.2 Objetivos de la estrategia.....	45
2.2.1 Objetivo general	45
2.2.2 Objetivos Específicos	45
2.3. Misión.....	46
2.4. Visión	46
2.5. Elementos comunicacionales.....	46
● Emisor	46
● Receptor	46
● Código.....	46
● Canal	46
● Mensaje	46
● Contexto	47
Comunicación:.....	47
Comunicación interna.....	47
Comunicación externa	47
Elementos comunicacionales.....	48
2.6 Alcances y límites de la Estrategia	48
Alcances.....	48
Límites	48
2.7. Metodología para la aplicación de la Estrategia Comunicacional.....	49
2.8. Actividades para la Operatividad de la Estrategia.....	51
Propuesta no. 1: Productos impresos - <i>Brief</i> de Radio Exclusiva	51
Propuesta no.2 Calendario de turnos para trabajadores de la Radio	52
Propuesta no.3 Cronograma actividades de grabaciones especiales locales	53



Propuesta no.4 Valla publicitaria sobre los medios digitales en los que pueden sintonizar la Radio.....	54
Propuesta no. 5 Productos de audio - 2 spots de radio	55
Propuesta no. 6 Productos multimedia - 2 spots de televisión	56
Propuesta no. 7 Productos multimedia - Aplicación (app) para dispositivos móviles	57
2.9. Cronograma	58
2.10. Financiamiento.....	59
2.11. Presupuesto.....	60
2.12. Beneficiarios	61
2.13. Recursos Humanos	61
2.14. Áreas Geográficas de Acción	62
2.15. Cuadro comparativo de la Estrategia.....	63
CAPÍTULO 3	66
3. INFORME DE EJECUCIÓN	66
3.1. Ejecución #1 Brief de Radio Exclusiva.....	66
3.2. Ejecución #2 Calendario de turnos de los trabajadores	66
3.3. Ejecución #3 Cronograma actividades de grabaciones	67
3.4. Ejecución #4 valla publicitaria sobre medios digitales	67
3.5. Ejecución #5 Spots de radio	68
3.6. Ejecución #6 Spots de Televisión.....	68
3.7. Ejecución #7 Aplicación para la radio.....	69
3.8. Programación y calendarización.....	70
CONCLUSIONES.....	75
RECOMENDACIONES	76
Referencias bibliográficas	77
ANEXOS	79
Pauta semanal de la Radio	79
Cuestionarios y encuestas.....	80
Cuadro con preguntas de la encuesta realizada en la página de Facebook del medio de comunicación externa de Radio Exclusiva 1270 AM	80
Fotografías	81
Conferencias	84
Bocetos	95



Cotización de materiales y artes de campo.....	98
Ejemplos de materiales ejecutados	100
Calendario de producción de temporada	101
Portada del Brief.....	101
Portada de Cronograma	102
Portada de Calendario.....	102
Guion para valla.....	103
Boceto de valla	104
Guion de Radio Spot 1	105
Guion técnico de televisión Spot 1	107
Story board 1	108
Guion de Radio Spot 2	110
Guión técnico de televisión Spot 2.....	112
Story board 2	113
Aplicación Radio Exclusiva	115





INTRODUCCIÓN

Radio Exclusiva 1270 AM, es un medio de comunicación cristiano, durante 29 años ha ofrecido programación con temas culturalmente pertinentes a la fe cristiana, es un medio no lucrativo; año con año ha ido subiendo el nivel de las producciones realizadas localmente, y también ha mejorado su contenido enlatado.

Es importante que la radio tenga un mayor posicionamiento, y, más aún, en este tiempo difícil que se vive por causa del *COVID-19*, para que las personas la conozcan y se edifiquen con la programación. También es de suma importancia que dicha radio tenga un mejor orden de trabajo, para llegar de una forma más efectiva al radioescucha.

Este documento comprende un diagnóstico y un plan de comunicación tanto interno como externo, que ayudará a mejorar el posicionamiento de la radio, dando a conocer los medios digitales que posee con la elaboración de una campaña publicitaria completa y la coordinación del trabajo interno para cada colaborador.

Así como la elaboración de una aplicación para tener un fácil acceso. De igual forma debe poseer un orden, elaborando un *Brief* con el cual se identifique, cronograma y calendario para los trabajadores, que les ayudará en los distintos horarios de trabajo y las reuniones para conversaciones de procesos.

De esta manera tendrá orden para la grabación de programas, la elaboración de la programación y reuniones de trabajo, también tendrá un mejor posicionamiento, pues su principal objetivo es llegar a personas para edificar la vida espiritual de los oyentes, mediante la exposición constante de la Palabra de Dios.



ANTECEDENTES

El 15 de mayo de 1991, el Doctor Luis Fernando Solares Balsells dio apertura a la programación de Radio Exclusiva. Al año siguiente en 1992, la radio ocupó el octavo lugar de audiencia entre más de cien emisoras en la ciudad capital de Guatemala. Desde ese entonces ha transmitido programación las 24 horas del día.

Radio Exclusiva 1270 AM, es un medio de comunicación guatemalteco cristiano evangélico, que ha permanecido al aire durante 29 años, llevando programación que ayude y fortalezca la fe cristiana, es un medio no lucrativo; y sigue al aire gracias a los aportes monetarios que una cantidad de personas dan mes a mes, estos aportes sirven para su sostenimiento anual.

Radio Exclusiva 1270 AM, pese a que lleva 29 años al aire, en ningún momento se ha hecho algún trabajo de investigación puesto que nadie se había interesado en indagar y descubrir el aporte que la radio brinda al radioescucha, por lo cual se elabora este diagnóstico.



JUSTIFICACIÓN

Como medio de comunicación, Radio Exclusiva 1270 AM, debe realizar un diagnóstico y un plan tanto interno como externo, para fortalecer el posicionamiento de la radioemisora y ampliar de esta manera su grupo objetivo, para darla a conocer especialmente en sus medios digitales.

Esta iniciativa ayudará a que más personas la escuchen y no únicamente la audiencia que ya se tiene, ya que hoy en día, son muy pocos los que la utilizan, pues la frecuencia en la que se encuentra escasamente es escuchada y en algunas radios ya no aparece; la mayoría de personas son de una edad avanzada, y otras no la conocen.

En este proyecto se hace notar la importancia que tiene mejorar, tanto interna como externamente el orden, el contenido, la estructuración y divulgación, para que la emisora se fortalezca y se posicione. Actualmente cuenta con 6 programas locales grabados en estudio y con programas pregrabados, tiene un 90% de prédicas y un 10% de música.

Con la realización de este proyecto, se pretende ayudar a la Radio para que posea orden interno, con la preparación de cronogramas y calendarios, para optimización de tiempo. Asimismo, la elaboración del *Brief* pues a pesar de que lleva 29 años al aire aún no lo tiene, esto será una guía para la recaudación de información pertinente y una base estructurada



CAPÍTULO 1

1. La institución – Radio Exclusiva 12.70 AM

Es una radio, cuyo objetivo principal es la búsqueda de la edificación en la vida espiritual de los oyentes, mediante la exposición constante de la Palabra de Dios, es de contenido religioso y guatemalteco.

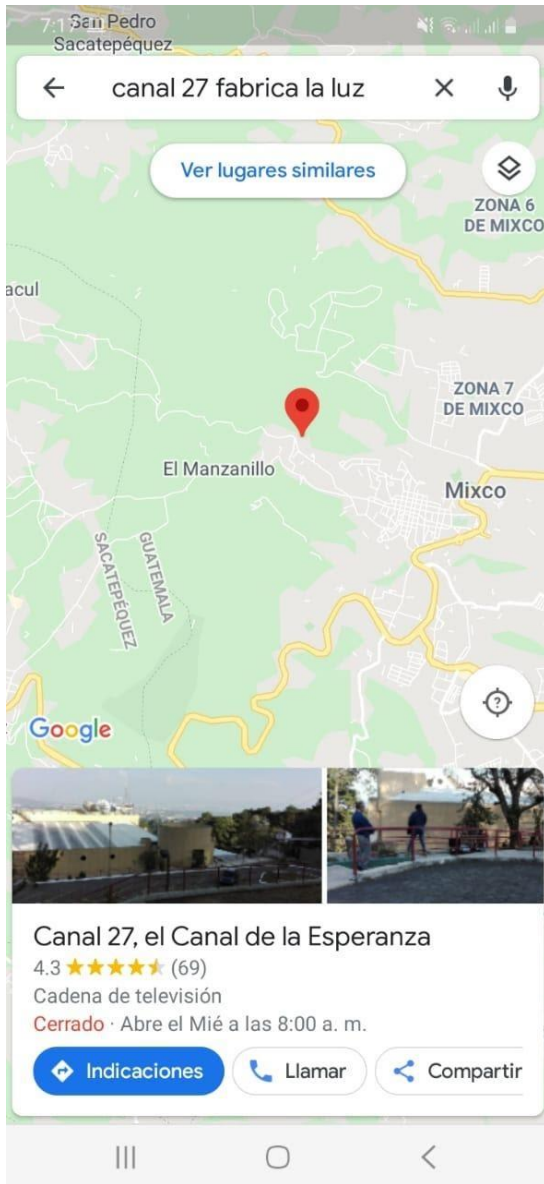
1.2. Perfil institucional

Radio Exclusiva 1270 AM. Es una emisora radial que transmite de forma continua desde la comunidad de Mixco, Guatemala, desde hace 29 años, procurando ofrecer un entorno edificante para los núcleos familiares, con contenido cristiano, tradicional, informativo y con sano entretenimiento.

Está ubicada específicamente en carretera vieja a La Antigua Guatemala, 2da calle 23-70 zona 1 de Mixco, arriba de fábrica La Luz, comparte instalaciones con Canal 27 en el 5to nivel del edificio, esta radio tiene un vínculo muy cercano al Canal por ser el que la apoya con la grabación y edición de audio para los distintos programas que este transmite.

La radio cuenta con programación tanto enlatada como local brindando de esta forma una variedad de programas que ayudan a la fe cristiana algunos de ellos son, Vida Cristiana Familiar Saludable, Integración Familiar, Nuestro Hogar, Mujer aún Hay Esperanza, Mostrando el Camino, Razonemos, El Fundamento de Nuestra Fe, entre otros.

Radio Exclusiva se encuentra en frecuencia AM. pero también se puede escuchar por medios digitales como *TuneIn*, *Domiplay*, Claro música, *Inoox* y www.radioexclusiva.org pues actualmente son más utilizados los medios digitales derivado de la Pandemia de COVID 19 que afecta al mundo en general.



Enlaces de interés

- [Canal27](#)
- [Telemaratón de Canal 27](#)
- [SETEGUA](#)
- [Iglesia la Familia de Dios](#)
- [Ministerio de Motivación Cristiana](#)



Información de contacto



Carretera Vieja a La Antigua Guatemala, 2da Calle 23-70, Zona 1, Mixco, Guatemala

C.A



+502 2421-3490



contacto@radioexclusiva.org



<http://www.radioexclusiva.org>

Medios digitales

- *Tunein*
- *Domi play*
- Claro música
- *Inoox*

1.3. Ubicación geográfica

Radio Exclusiva 1270 AM tiene dos sedes y en cada una de ellas hay una cabina. La primera y más importante se encuentra ubicada en la 2ª Calle 23-70, Zona 1 de Mixco; además en estas instalaciones se encuentran 2 cabinas que sirven para la grabación de programas en vivo y para la grabación de material de audio para los programas pregrabados.

En esta sede también está situado Canal 27, el Canal de la Esperanza, con el cuál Radio Exclusiva mantiene una comunicación directa y constante, por ser la encargada de realizar las diversas grabaciones de audio para cada uno de los distintos programas locales que se producen en él.

La segunda sede está situada en el Km. 14.5, Calzada Roosevelt 2-61, Colonia *Cotío*, zona 3 de Mixco. Allí está ubicada la otra cabina de radio, donde se graban programas locales, en



ella se encuentran los departamentos de Contabilidad, Informática, Recursos Humanos y Presidencia, tanto de Radio Exclusiva como de Canal 27.

Pese a la eventualidad generada por la Pandemia del *COVID-19*, la Radio sigue funcionando con normalidad y sigue en las mismas sedes, adaptando su programación y contenido para ofrecer palabras de aliento a los oyentes.

1.4. Integración y alianzas estratégicas

Radio Exclusiva, tiene relación con varios medios religiosos tales como: Alianza Evangélica de Guatemala, iglesias y ministerios evangélicos nacionales e internacionales entre ellos Canal 27, sin embargo, esta relación no ha sido en ningún momento regulada por convenio ni contrato establecido, son relaciones públicas, pero no negociaciones financieras.

Radio Exclusiva 1270 AM, ha sido una radio que está al aire desde hace 29 años, esta se sostiene gracias a las donaciones de Socios Honorarios; así son denominadas las personas que cada mes dan un aporte monetario para que Radio Exclusiva y Canal 27 sigan en su funcionamiento.

A pesar de la crisis ocasionada actualmente por el *COVID-19*, la radio sigue funcionando con normalidad, gracias a las aportaciones antes mencionadas que las personas siguen proporcionando, aunque económicamente ha sido sensible la baja de las mismas, la radio ha seguido al aire.

1.5. Origen e historia

- Primer aniversario 15 de mayo de 1992

Fue celebrado en el Templo de la Iglesia de Jesucristo La Familia de Dios, ubicado en Tierra Santa II, realizando tres servicios de agradecimiento porque permaneció al aire sin necesidad



de comercializar este medio de comunicación cristiano, gracias a la Divina Voluntad de nuestro Señor.

- **Radio maratón del 14 al 16 de agosto de 1992**

Para transmitir durante las 24 horas, la meta que se deseaba alcanzar era de Q50,000.00, la cual fue triplicada gracias a las ofrendas recibidas.

- **Un suceso milagroso**

Del 19 al 24 de octubre de 1993 se realizó la primera maratón para la construcción de las oficinas de Radio Exclusiva. La meta fue de Q500,000.00. Lo que permitió que se sobrepasara la meta. A la fecha se transmite una programación bíblica y cristocéntrica para discipular y evangelizar a los oyentes.

- **La nueva radio**

En esta etapa, se le clasificó como la nueva radio, porque justamente en este tiempo es donde Dios permitió adquirir un terreno para la nueva antena y el nuevo transmisor que se deseaba colocar, para que la radio pudiera ampliar su cobertura y de esta manera edificar a más personas con su contenido.

- **El terreno y la antena**

La antena tiene 60 metros de altura, con una cobertura total en la ciudad capital de Guatemala, en sus diferentes zonas, incluyendo sus municipios. Esta se ubica en un lugar estratégico de la ciudad de Mixco.



- **Transmisor**

El transmisor, con sus 10 kilovatios de potencia, es uno de los más potentes en el país. Está preparado para transmitir en sistema digital con mínimos accesorios y es el más moderno que hay. Cuenta con el respaldo de una planta eléctrica de 60 kilovatios.

1.6. Departamentos o dependencias de la institución

Radio Exclusiva 1270 AM, desde su fundación es parte del Ministerio de Motivación Cristiana, empresa que lleva la parte financiera, el área de recursos humanos y el apoyo en informática para este medio de comunicación. La radio está compuesta por los siguientes departamentos:

- **Presidencia o Junta ministerial:** es un grupo de personas que, bajo la dirección del presidente, Doctor Luis Fernando Solares, administran tanto Canal 27, como Radio Exclusiva 1270 AM; ellos toman decisiones de visión y rumbo de estos medios de comunicación.

- **Dirección de la radio:** es la persona de máxima autoridad en la radio, es el encargado de 3 departamentos, edición, programación y transmisión, lleva el orden y control de cada persona que labora en la entidad radial y toma decisiones importantes. Es el responsable de los resultados técnicos que las personas que están a su cargo desempeñan.

- **Edición:** su función principal es la edición del material tanto pregrabado como el grabado en los estudios de la radio, vela por que el material que se le entrega sea apto para su transmisión y de él depende que el contenido quede con el estándar que la radio posee.

- **Programación, ingesta y transmisión:** este departamento tiene tres funciones primordiales: la primera es elaborar la pauta de programación diaria; la segunda es coordinar el material para transmisión las 24 horas del día; y la tercera, la organización y catalogación del material tanto enlatado como producido en la Radio Exclusiva 1270 AM.



1.7. Organigrama de la empresa



1.8. Misión

Edificar la vida espiritual de los oyentes, sobre la Roca que es Cristo, mediante la exposición constante de la Palabra de Dios.

1.9. Visión

Reconciliar a Guatemala con Dios

1.10. Objetivos institucionales

La institución no cuenta con objetivos definidos de manera oficial, sólo se cuenta con la Misión y Visión.

1.11. Público Objetivo

Radio Exclusiva enfoca su programación en el siguiente grupo:



Grupo objetivo macro

son personas adultas, hombres y mujeres.

Segmentación del G.O.

Sociodemográficos

Mujeres y hombres de 40 a 60 años, del área de la ciudad capital de Guatemala.

Socioeconómicos

C1 C2 C3 Grupo medio D F Bajo

Psicológicos

Personas que gusten escuchar radio como un medio de acompañamiento con contenido bíblico y cristocéntrico, guatemaltecos, hombres y mujeres, regularmente evangélicos que asisten a alguna congregación.

El grupo objetivo sigue siendo el mismo, pues el establecido hace 29 años es funcional, con la observación en que la programación se adapta a las necesidades del mismo, ejemplo de ello es el nuevo contenido que tiene como propósito fortalecer y alentar al radioescucha en tiempo de confinamiento a causa de la pandemia.

1.12. Diagnóstico

“Serie de métodos de investigación y análisis con el objeto de producir la revisión y evaluación profunda del contenido y desarrollo de una función; constituye pues un sistema de control (De carácter general o específico) de la gestión efectuada.” (Sanz de la tejada, 1996, p. 62)



Objetivos

a) Objetivo general

Investigar las necesidades comunicacionales tanto internas como externas en Radio Exclusiva 1270 AM.

b) Objetivos específicos

- Evaluar los procesos comunicacionales tanto internos como externos del área de Radio Exclusiva 1270 AM.
- Identificar las estrategias comunicacionales actuales de la Radio y reforzarlas en caso sea necesario.
- Analizar los canales de comunicación actual de la Radio.

Un diagnóstico de comunicación, ayuda al reconocimiento de la situación actual de la organización, en sus áreas o en una en específico y los distintos grupos que las conforman, su objetivo es evaluar la eficacia de los sistemas de comunicación, con el fin de reforzar, mejorar o implementar sistemas y así generar cambios que sean de beneficio para ella.

De esta manera se establecieron los posibles problemas ya sea entre colaboradores o entre departamentos. Por lo cual en el informe según el diagnóstico de Radio Exclusiva 1270 AM, se determinó que era necesario utilizar los métodos cualitativo y cuantitativo.

1.12.1 Tipos de Investigación

Es un proceso que, mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna, para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento (Soto, 2011, p. 2)



Los tipos de investigación que se pueden encontrar son:

Investigación cualitativa:

Es un método de estudio que se propone evaluar, ponderar e interpretar información obtenida a través de recursos como entrevistas, conversaciones, registros, memorias, entre otros, con el propósito de indagar en su significado profundo. Se trata de un modelo de investigación de uso extendido en las ciencias sociales, basado en la apreciación e interpretación de las cosas en su contexto natural.

Investigación cuantitativa

Implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. Es concluyente en su propósito ya que trata de cuantificar el problema y entender qué tan generalizado está mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población mayor.

Investigación explicativa

Es un tipo de investigación cuya finalidad es hallar las razones o motivos por los cuales ocurren los hechos del fenómeno estudiado, observando las causas y los efectos que existen, e identificando las circunstancias.

Investigación descriptiva

Es un tipo de investigación que se encarga de describir la población, situación o fenómeno alrededor del cual se centra su estudio. Procura brindar información acerca del qué, cómo, cuándo y dónde, relativo al problema de investigación, sin darle prioridad a responder al “por qué” ocurre dicho problema. Como dice su propio nombre, esta forma de investigar “describe”, no explica.



Investigación inferencial

Estudia cómo sacar conclusiones de toda la población a partir de la muestra y el grado de fiabilidad de los resultados obtenidos. Esta presenta cuatro tipos de muestreo.

Investigación predictiva

Tiene como propósito prever o anticipar situaciones futuras, requiere de la exploración, la descripción, la comparación, el análisis y la explicación.

Investigación de alta y baja estructuración

- Alta interferencia, es cuando el observador (uno solo) está presente en el campo de investigación corroborando personalmente los datos a obtener.
- Baja interferencia es cuando Son observadores que analizan y recolectan los datos ya obtenidos con la finalidad de presentar una idea clara a la problemática.

Investigación participativa

Es un método de estudio cualitativo en el cual un grupo determinado de persona se estudia a sí mismo. Los alcances de este trabajo en terreno es que la comunidad puede conocerse y determinar cómo puede tener un mejor contacto con su entorno sociocultural.

Investigación Proyectiva

Consiste en la elaboración de una propuesta o de un modelo, para solucionar problemas o necesidades de tipo práctico, ya sea de un grupo social, institución, un área en particular del conocimiento, partiendo de un diagnóstico preciso de las necesidades del momento, los procesos explicativos o generadores involucrados y las tendencias futuras.



Investigación histórica

Permiten conocer y reflexionar sobre un fenómeno, considerando resaltar los conceptos e hipótesis y la comprensión de las relaciones de la Historia con el Tiempo, con la memoria o con el Espacio.

Investigación longitudinal

Es un estudio observacional que recoge datos cualitativos y cuantitativos y se encarga de emplear medidas continuas o repetidas para dar seguimiento a individuos particulares durante un período prolongado de tiempo, a menudo años o décadas, etc.

1.12.2 Enfoque y Tipos

Este es un proceso sistemático, disciplinado y controlado, los tipos que existen son (Yanes, 2014, p. 1)

a) Enfoque Cuantitativo: Parte del estudio del análisis de datos numéricos, a través de la estadística, para dar solución a preguntas de investigación o para refutar o verificar una hipótesis.

b) Enfoque Cualitativo: Parte del estudio de métodos de recolección de datos de tipo descriptivo y de observaciones para descubrir de manera discursiva categorías conceptuales.

c) Enfoque Mixto: Consiste en la integración de los métodos cuantitativo y cualitativo, a partir de los elementos que integran la investigación.



“El enfoque se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados ni predeterminados completamente. Tal recolección consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos más bien subjetivos)”. (Sampieri, 2014, p.8).

Por lo cual el enfoque Mixto recolecta, analiza y vincula datos tanto cuantitativos como cualitativos dentro de la investigación que se realiza, esto fue de gran apoyo para el investigador puesto que ayudó a recolectar y obtener información de suma importancia para dicho informe, esto complementó la investigación.

1.13. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Son mecanismos e instrumentos que se utilizan para reunir y medir información de forma organizada y con un objetivo específico las técnicas e instrumentos de recolección de datos son: Encuesta, entrevista, análisis documental, Observación no experimental, Observación experimental. (Tamayo, 2016, p. 3)

Como instrumento de recolección, se utilizó la entrevista estructurada, pues es lo suficientemente flexible para obtener información importante que surja de las respuestas recibidas. La encuesta, la observación cualitativa y cuantitativa moderada con enfoque mixto, son las mejores en este caso, se participa en algunas actividades, pero no en todas.

“El investigador cualitativo utiliza técnicas para recolectar datos como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, registro de historias de vida, interacción e introspección con grupos o comunidades.” (Sampieri, 2014, p. 9)



“Y el método cuantitativo, utiliza la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.” (Sampieri, 2014, p. 10)

Se observó que dichos métodos ayudan a recolectar información importante para la investigación por medio de la observación, entrevista, revisión de documentos y otros más, se utilizó cada uno de estos medios en el método cualitativo para recolectar información tanto interna como externa, determinando la necesidad de la estructura interna de la misma.

De igual manera el método Cuantitativo ayudó a recolectar información que se necesitaba ya que se utilizó la encuesta en redes sociales para tener conocimiento de lo que el grupo objetivo deseaba obtener de la Radio, por lo cual se pudo observar que algunos no tenían conocimiento sobre los medios digitales que esta utilizaba para que fuera escuchada.

- Evaluar los procesos comunicacionales tanto internas como externos del área de Radio Exclusiva 1270 AM.
- Identificar las estrategias comunicacionales actuales de la Radio y reforzarlas en caso sea necesario.
- Analizar los canales de comunicación actual de la Radio.

1.13.1 La Observación

“Consiste en examinar determinadamente los diferentes aspectos de un objeto o de un proceso, con el fin de percibir, registrar y sistematizar sus características”. (Mercado H. 2008, p. 18)

“Le permite al investigador familiarizarse con la vida organizacional, ambiente y prácticas comunicacionales en todos sus niveles.” (García, 2010, p. 7)



1.13.2 Tipos de observación

Observación directa y documental

- Directa: Es un método de recolección de datos que consiste básicamente en observar el objeto de estudio dentro de una situación particular. Todo esto se hace sin necesidad de intervenir o alterar el ambiente en el que se desenvuelve el objeto.
- Documental: es aquella que procura obtener, seleccionar, compilar, organizar, interpretar y analizar información sobre un objeto de estudio a partir de fuentes **documentales**, tales como libros, documentos de archivo, hemerografía, registros audiovisuales, entre otros.

Observación estructurada y no estructurada

- Estructurada: Cuando establecemos de antemano una pauta de observación explícita en que se detalla qué datos habremos de recoger, los datos se pueden cuantificarse más fácilmente, debido a su homogeneidad, y podemos tener la certeza de no haber olvidado registrar ninguno de los aspectos principales del problema en estudio.
- No estructurada: Es aquella que se realiza sin previa estructuración en relación a qué observar (conductas, grupos, lugares, momentos, etc.). Es la observación con mayor grado de flexibilidad y apertura a todo lo que acontece.

Observación individual y colectiva

- Individual: Es la que hace una sola persona, sea porque es parte de una investigación igualmente individual, o porque, dentro de un grupo, se le ha



encargado de una parte de la observación para que la realice sola. Todos asisten, pero algunos realizan otras tareas o aplican otras técnicas.

- Colectiva: Es la que se realiza por parte de varias personas que integran un equipo o grupo de trabajo que efectúa una misma investigación.

Observación participante y no participante

- Participante: En este tipo de investigación el investigador u observador se involucra con el sujeto, objeto o fenómeno que pretende investigar. Muchas veces esto puede nublar la objetividad del investigador para realizar observaciones, aunque contribuye a no tener una parcialidad de datos.
- No participante: Dado que lo que se pretende es observar las variables tal y como se dan, el investigador nunca toma contacto con el objeto sujeto o fenómeno a investigar. Permite una mayor objetividad en la observación.

Observación de campo y laboratorio

- De campo: Es el recurso principal de la observación descriptiva; se realizan en los lugares donde ocurren los hechos o fenómenos investigados.
- Laboratorio: Consiste en examinar directamente algún hecho o fenómeno según se presenta espontáneamente y naturalmente, teniendo un propósito expreso conforme a un plan determinado y recopilando los datos en una forma sistemática.



Observación cuantitativa y cualitativa.

- **Cuantitativa:** Es una colección objetiva de datos que se centra principalmente en números y valores, se sugiere “asociados a, de o representados en términos de cantidad. Los resultados de la observación cuantitativa se obtienen utilizando métodos de análisis estadísticos y numéricos.
- **Cualitativa:** Es el proceso de investigación que sirve para recopilar información o datos. ... Este tipo de método de investigación suele ser extensa y mucho más

“Observación cualitativa, no es mera contemplación (“sentarse a ver el mundo y tomar notas”); implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente”. (Sampieri, 2014, p. 399)

Los propósitos esenciales de la observación cualitativa son:

- **Ambiente físico (entorno):** tamaño, distribución, señales, accesos, sitios con funciones centrales (iglesias, centros del poder político y económico, hospitales, mercados y otros).
- **Ambiente social y humano:** formas de organización en grupos, patrones de vinculación (propósitos, redes, dirección de la comunicación, elementos verbales y no verbales, jerarquías y procesos de liderazgo, frecuencia de las interacciones).
- **Actividades (acciones) individuales y colectivas:** ¿qué hacen los participantes? ¿A qué se dedican? ¿Cuándo y cómo lo hacen? (desde el trabajo hasta el esparcimiento, el consumo, el uso de medios de comunicación, el castigo social, la religión, la inmigración, etc.). ¿Cuáles son los propósitos y las funciones de cada actividad?



- ✓ Artefactos que utilizan los participantes y funciones que cubren.
- ✓ Hechos relevantes, eventos e historias.
- ✓ Retratos humanos de los participantes. (Sampieri, 2014, p. 399 y 400)

“No todos los elementos se aplican a todos los estudios cualitativos. Seleccionan las unidades de análisis (una o más, de acuerdo con los objetivos y preguntas de la investigación)” (Sampieri, 2014, p. 399)

● **Formato de la Observación**

Según Sampieri (2014) “Durante la observación en la inmersión inicial se puede o no utilizar un formato. A veces, puede ser tan simple como una hoja dividida en dos: de un lado se registran las anotaciones descriptivas de la observación y del otro las interpretativas” (Citado en Cuevas, 2009).

● **Papel del observador cualitativo**

Ya se mencionó que el observador tiene un papel activo en la indagación, pero puede asumir diferentes niveles de participación.

- ✓ No participación: Por ejemplo: cuando se observan videos.
- ✓ Participación pasiva: Está presente el observador, pero no interactúa.
- ✓ Participación moderada: Participa en algunas actividades, pero no en todas.
- ✓ Participación activa: Participa en la mayoría de las actividades; sin embargo, no se mezcla completamente con los participantes, sigue siendo ante todo un observador.
- ✓ Participación completa: Se mezcla totalmente, el observador es un participante más. (Sampieri, 2014, p. 402, p.403)



Observación en la Radio

Fecha de la observación: 27, 28 y 29 de abril 2020. Lugar: Edificio de Radio Exclusiva, 5to nivel. Observador: Silvia Ramírez. Hora de inicio: 3:00 pm. fin de la observación 4:00 p.m.	
Anotaciones	Interpretativa
<ul style="list-style-type: none">• Registro de evento (Cronogramas y calendarios)• Orden interno (<i>Brief</i>)• Grabación de los programas.• Contenido enlatado y propio• Audiencia• Sintonía	<ul style="list-style-type: none">• En cuanto a los calendarios y cronogramas, no posee alguna guía elaborada para hacer uso de ella tanto en el orden de los turnos de cada trabajador, como en el de la grabación de los programas.• No posee un <i>Brief</i> que es de suma importancia para la Radio pues en el se encuentra el corazón de la misma, ya que posee información específica sobre ella.• Depende de terceros para la grabación y realización de programas, elaboración del contenido y el envío de material (Por la situación de la pandemia se está grabando desde casa) eso hace que el material llegue tarde al editor.• Se maneja un buen contenido, pero mucha gente aún no lo conoce y mucho menos sus medios digitales en que la pueden escuchar.• La radio no es conocida por las personas, no posee mucha audiencia y solo mayores la escuchan por su contenido por lo cual es necesario darla a conocer.• La radio está en frecuencia AM por lo cual es difícil sintonizarla, una forma de hacerlo es por medio de una aplicación específicamente para ella.

Fuente: *Elaboración propia*



1.13.3 Documentación

La radio no tiene documentos sobre la información de la misma por lo cual el director de la radio que lleva 10 años de laborar en el lugar y dirección ejecutiva que lleva 20 años, son los que compartieron la información directa al investigador de dicho informe por medio de fuentes primarias.

1.13.4 Entrevista de profundidad

En el diagnóstico, fue utilizado el instrumento de la entrevista estructurada, por ser la que se rige a una serie de preguntas fijas, que se preparan con anterioridad y pueden ser aplicadas a los participantes de la investigación por el tipo de preguntas que se pueden formular, esto dependiendo de lo que el investigador desea obtener de la entrevista.

“Permite recoger información que puede ser investigada en sus mínimos detalles en una conversación personal con los miembros de la organización.” (García, 2010, p. 7)

Según *Mertens* (2005) clasifica las preguntas en seis tipos: (Citado en *Sampieri*, 2014, p. 404)

- a. De opinión: desde su punto de vista...
- b. De expresión de sentimientos: ¿cómo describiría lo que siente sobre...?
- c. De conocimientos: ¿qué sabe usted de...?
- d. Sensitivas (relativas a los sentidos): ¿qué género de música le gusta escuchar más...?
- e. De antecedentes: ¿Cuánto tiempo tiene...?
- f. De simulación: ¿Sí usted estuviera...?

“Preguntas para ejemplificar. Sirven como disparadores para exploraciones más profundas, en las cuales se le solicita al entrevistado que proporcione un ejemplo de un evento, un suceso o una categoría”. (*Sampieri*, 2014, p. 404)



● **Ficha de las entrevistas**

Entrevista no. 1

Lugar y fecha: 13 de mayo 2020, Mixco.

Entrevistador: *Silvia Ramírez*

Entrevistado(a): Pablo Portales

Puesto: Director de la radio.

Tiempo dentro de la empresa: 10 años.

Entrevista no. 2

Lugar y fecha: 13 de mayo 2020, Mixco.

Entrevistador: *Silvia Ramírez*

Entrevistado(a): Lester Hernández

Puesto: Programador de la radio.

Tiempo dentro de la empresa: 6 años.

Entrevista no. 3

Lugar y fecha: 13 de mayo 2020, Mixco.

Entrevistador: *Silvia Ramírez*

Entrevistado(a): Christian Gordillo

Puesto: Editor de la radio.

Tiempo dentro de la empresa: 6 años.

Entrevista no. 4

Lugar y fecha: 13 de mayo 2020, Mixco.

Entrevistador: *Silvia Ramírez*

Entrevistado(a): Jorge Sian

Puesto: Editor y Operador de la radio.

Tiempo dentro de la empresa: 1 mes.

Fuente: Elaboración propia



Cuadro comparativo de las entrevistas realizadas en el medio de comunicación Radio Exclusiva 1270 AM.

Preguntas	Entrevista 1 Pablo Portales	Entrevista 2 Lester Hernández	Entrevista 3 Christian Gordillo	Entrevista 4 Jorge Sian
1. ¿Cuánto tiempo tiene de laborar para Radio Exclusiva?	10 años	6 años 7 meses	Llevo 6 años	30 días (4 años como editor de canal 27) me trasladaron a la radio
2. ¿Cuánto tiempo tiene de desempeñar el cargo que ocupa actualmente dentro de Radio Exclusiva?	1 año 6 meses	Desde el inicio ha sido el mismo con algunas asignaciones en los últimos años	Exactamente los 6 años sigo con el mismo puesto	30 días
3. ¿Conoce con exactitud las atribuciones de su cargo?	No, algunas si, por razones de cambios súbitos	Si	Si	No
4. Describa las atribuciones de su cargo.	Dirigir, producir, grabar, editar y montaje de audios	Programar, operar, transmitir, descargar e ingestar producción en algunos casos editar	Edición y programación de predicas	Edición de prédicas y transmisión de los servicios
5. ¿Conoce los medios de comunicación que se utilizan para transmitir la información que le ayudará a desempeñar su cargo?	Si	Si	Si	Si
6. Mencione los medios de comunicación que se utilizan para facilitar la información que se relaciona con el desempeño de sus atribuciones	Correo electrónico, teléfonos, <i>WhatsApp</i> , <i>trello</i> , <i>To Do</i>	Correo electrónico, <i>WhatsApp</i> , Personal, <i>To Do</i>	Grupos por medio de <i>WhatsApp</i> y correo electrónico interno del trabajo	<i>WhatsApp</i> y personal

Fuente: Elaboración propia



7. ¿Cómo considera la comunicación en el departamento entre los compañeros en relación con las labores a realizar en el área de su trabajo?	La omisión es buena pero la retroalimentación es mala	Tenemos una comunicación constante ya que nos encontramos cerca y esto permite que la información llegue al instante	Muy buena	Buena, pero se puede mejorar
8. ¿La información para hacer su trabajo le llega a tiempo?	No siempre	Si	Si	La mayoría de veces si
9. ¿Su trabajo se ha visto afectado en algún momento por la falta de información para realizar alguna actividad?	Si, muchas veces	No, con algunas excepciones en cuanto a ministerios que se atrasan en el envío de su información	Si	Si
10. ¿Se realizan reuniones de trabajo en su departamento para informar sobre nuevos procedimientos o cambios en la realización de tareas asignadas?	Regularmente de jefes a dirección, de dirección a personal se hace individual por horarios de trabajo	No muy seguido	Si, por el momento no, pero todos sabemos nuestras atribuciones	No
11. ¿Cada cuánto se realizan estas reuniones?	Esporádicamente	Dependiendo de cuanta producción nueva se tenga	Últimamente, no se han realizado	Muy de vez en cuando
12. ¿Con qué departamento tiene más comunicación?	Transmisión y programación	Canal 27	Con todos por igual manera	Producción Canal 27
13. ¿Cómo considera la comunicación con este departamento?	Regular	Excelente	Bastante buena	Buena
14. ¿Qué medio utiliza para comunicarse con este departamento?	Los anteriores mencionados	Personal	Por medio de grupos de WhatsApp	Teléfono

Fuente: Elaboración propia



● Resultado de las entrevistas

Las entrevistas se llevaron a cabo en un ambiente adecuado, con la disposición de cada entrevistado, se pudo observar solidez en el trabajo de los colaboradores, sin embargo, la información llega en ocasiones tarde pues no hay reuniones frecuentes de trabajo, para las actividades, el conocimiento de las atribuciones de su cargo es claro más no ordenado.

La antigüedad de cada participante en su puesto de trabajo fue comprobable, con excepción de un editor que fue trasladado para complementar el equipo de producción y aún está conociendo sus actividades, los demás tienen buen conocimiento del mismo, buen manejo de las herramientas y equipo que utilizan en esa área.

En las entrevistas realizadas se estableció que los trabajadores poseen una buena relación entre sí. Asimismo, se observó que la radio no es poseedora de lo fundamental en toda institución, empresa o negocio, es decir un *Brief*, por lo cual no hay bases fundamentales e información sobre ella y se debe de elaborar.

Se observó falta organización, ya que no hay reuniones de trabajo de evaluación planificadas y por lo tanto, el trabajo se ha visto afectado por lo antes mencionado en los turnos de los trabajadores. A pesar de ello cada trabajador conoce bien sus atribuciones, se comunica utilizando varios medios digitales y personales, más no son suficientes.



1.13.5 Encuesta

“El significado de la encuesta, consiste en reunir datos entrevistando a la gente.” (Hill, 2004, P. 212)

Muestra

En el diagnóstico se encontró que en la muestra el número de población es finita, puesto que el número de valores que la componen tiene un fin, ciertamente puede variar con el tiempo, pero en un instante determinado seguirá siendo finita.

“La muestra, es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población.” (Jiménez, 2000, P. 4-5)

Para que la muestra proporcione una información sobre el total de población, deberá ser, en algún sentido, representativa de dicha población. Si la población es finita, esto quiere decir que conocemos el total de la población y deseamos saber cuántos del total tendremos que estudiar la fórmula sería:

CONSIDERANDO EL UNIVERSO FINITO

FORMULA DE CALCULO

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

- Z = nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z)
- p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado
- q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p

Nota: cuando no hay indicación de la población que posee o nó el atributo, se asume 50% para p y 50% para q

- N = Tamaño del universo (Se conoce puesto que es finito)
- e = Error de estimación máximo aceptado
- n = Tamaño de la muestra

Esta es la fórmula que se utilizó en el informe



PARA ESTUDIOS CUYA VARIABLE PRINCIPAL ES DE TIPO CUANTITATIVO

- a) Para una población infinita (cuando se desconoce el total de unidades de observación que la integran o la población es mayor a 10,000):

$$n = \frac{Z^2 S^2}{d^2}$$

- b) Para una población finita (cuando se conoce el total de unidades de observación que la integran):

$$n = \frac{N Z^2 S^2}{d^2 (N-1) + Z^2 S^2}$$

Donde: n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

Z = valor de Z crítico, calculado en las tablas del área de la curva normal.

Llamado también nivel de confianza.

S² = varianza de la población en estudio (que es el cuadrado de la desviación estándar y puede obtenerse de estudios similares o pruebas piloto)

d = nivel de precisión absoluta. Referido a la amplitud del intervalo de confianza deseado en la determinación del valor promedio de la variable en estudio.

PARA ESTUDIOS CUYA VARIABLE PRINCIPAL ES DE TIPO CUALITATIVO

- a) Para población infinita (cuando se desconoce el total de unidades de observación que la integran o la población es mayor a 10,000):

$$n = \frac{Z^2 pq}{d^2}$$

- b) Para población finita (cuando se conoce el total de unidades de observación que la integran):

$$n = \frac{N Z^2 pq}{d^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$



Donde:

p = proporción aproximada del fenómeno en estudio en la población de referencia

q = proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno en estudio ($1 - p$).

La suma de la p y la q siempre debe dar 1. Por ejemplo, si $p = 0.8$ $q = 0.2$ Z, N y d se explicaron en el párrafo anterior.

1.14 Interpretación de resultados (Gráficas)

La encuesta se llevó a cabo en la página de *Facebook* de la radio, las personas pudieron responder lo que ellos creyeron conveniente, se elaboraron 11 preguntas fundamentales, consiguiendo con ello información que se requería principalmente sobre los medios digitales que la radio posee y se pudo notar que un 47.9% los conocen, pero el 52.1% no los conocen.

También los resultados de las encuestas denotaron que, los medios digitales que la radio tiene no son utilizados con frecuencia y sugeridos con los conocidos de los mismos, también se denotó que un 47.9% no conocen la radio por lo cual es necesario realizar la campaña antes mencionada para que la conozcan y utilicen los medios digitales. De transmisión.

Asimismo, gracias a la encuesta, se pudo observar que el 97.3% de las personas les gustaría tener una aplicación en sus teléfonos, computadoras y tabletas en donde puedan escuchar la radio de una forma práctica de esta forma escucharla las 24 horas al día, esto según lo que respondieron les facilitaría el acceso.

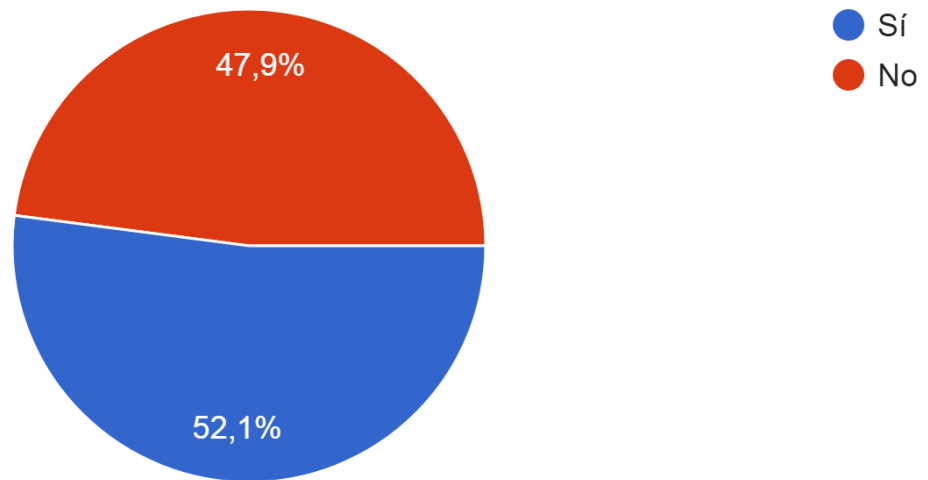
También les ayudaría para buscar en el dial de sus aparatos de radio para sintonizarla, arriesgándose a que la señal no sea recibida con fidelidad pues la banda en que se encuentra la radio es AM e incluso muchos radios ya ni siquiera la traen puesto que ya no es muy utilizada.



Gráfica no.1

1. ¿Es usted fiel oyente de Radio Exclusiva?

73 respuestas



La grafica muestra que el 52.1 % de personas encuestadas en la página de Facebook de Radio Exclusiva 1270 AM. dijo que SI es fiel oyente de la Radio y el 47.9% de personas encuestadas en la página de Facebook de la Radio dijo que NO es fiel oyente de la misma, dando como resultado un total de 73 respuestas, por lo cual esto ayudó a tener un porcentaje calculado específicamente de las personas que no son fiel oyentes de la misma, en base a las respuestas se realizó el análisis y ayudó a detectar la necesidad que la Radio tenía de ser escuchada para que más personas la conozcan y de esta forma tener un mejor posicionamiento en la audiencia.



Gráfica no. 2



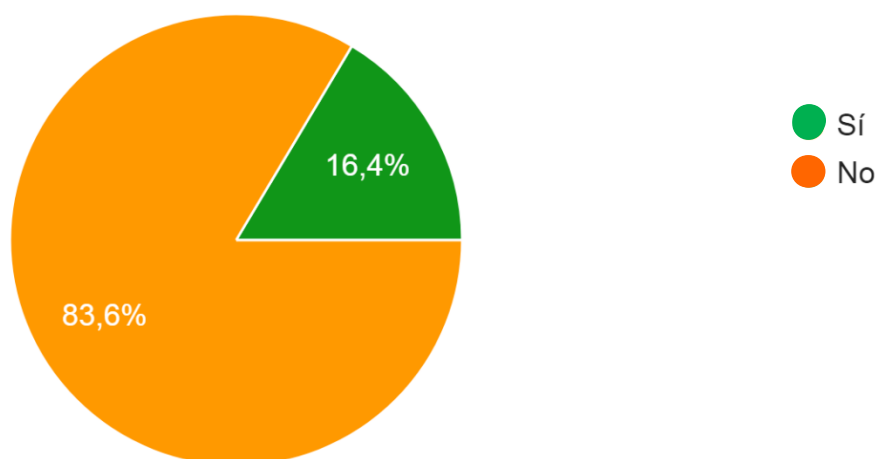
La grafica muestra que el 47.9 % de personas encuestadas en la página de Facebook de Radio Exclusiva 1270 AM. dijo que NO escucha la Radio y el 52.1% de personas encuestadas en la página de Facebook de la Radio dijo que SI la escucha pero lleva poco tiempo de hacerlo, dando como resultado un total de 73 respuestas, por lo cual esto ayudó a tener un porcentaje calculado específicamente de las personas que no escuchan la Radio, en base a las respuestas se realizó el análisis y ayudó a detectar la necesidad que la Radio tenía de ser divulgada para que más personas la escucharan, de esta forma tener un mejor posicionamiento en la audiencia.



Gráfica no.3

3. ¿Qué le parece el contenido que la Radio comparte?

73 respuestas



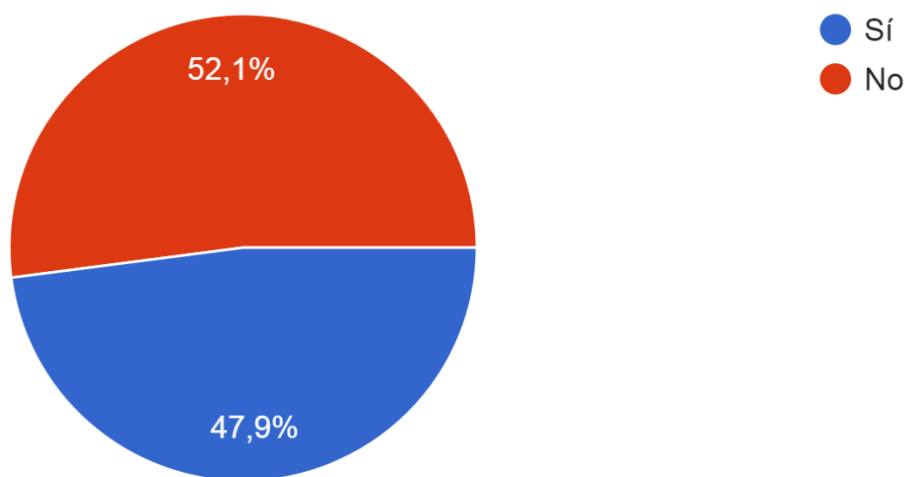
La grafica muestra que el 16.4% de personas encuestadas en la página de Facebook de Radio Exclusiva 1270 AM. dijo que el contenido que la Radio comparte es bueno, y el 83.6% de personas encuestadas en la página de Facebook de la Radio dijo que el contenido que la Radio comparte es malo, dando como resultado un total de 73 respuestas, por lo cual esto ayudó a llegar a la conclusión que el 83.6% que cree que el contenido que la Radio comparte es malo porque no han escuchado la Radio puesto que anteriormente el 47.9% respondió que no escuchaba la Radio, por lo cual se determinó que es necesario que la Radio tenía se dé a conocer para que más personas conozcan su contenido, de esta forma se tendrá un mejor posicionamiento en la audiencia.



Gráfica no. 4

4. ¿Ha dado a conocer la Radio con sus contactos ?

73 respuestas



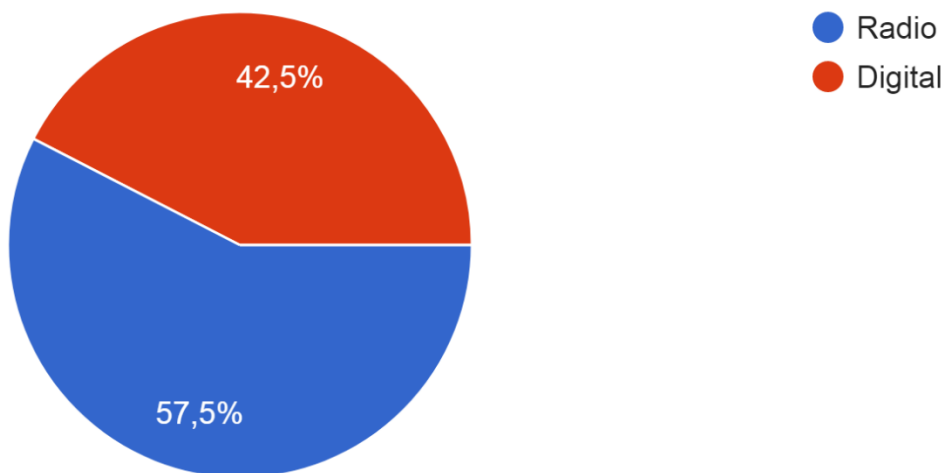
La grafica muestra que el 47.9% de personas encuestadas en la página de Facebook de Radio Exclusiva 1270 AM. dijo que SI ha dado a conocer la Radio con sus contactos y el 52.1% de personas encuestadas en la página de Facebook de la Radio dijo que NO la ha dado a conocer con sus contactos, dando como resultado un total de 73 respuestas, por lo cual esto ayudó a tener una idea del porque la Radio no es muy conocida con las demás personas ni se ha llegado a más público, esto ayudó a determinar que era necesario que la Radio fuera conocida por más personas para que sepan su contenido, de esta forma se tendrá un mejor posicionamiento en la audiencia.



Gráfica no. 5

5. ¿Cuál es el medio que utiliza para escucharla?

73 respuestas



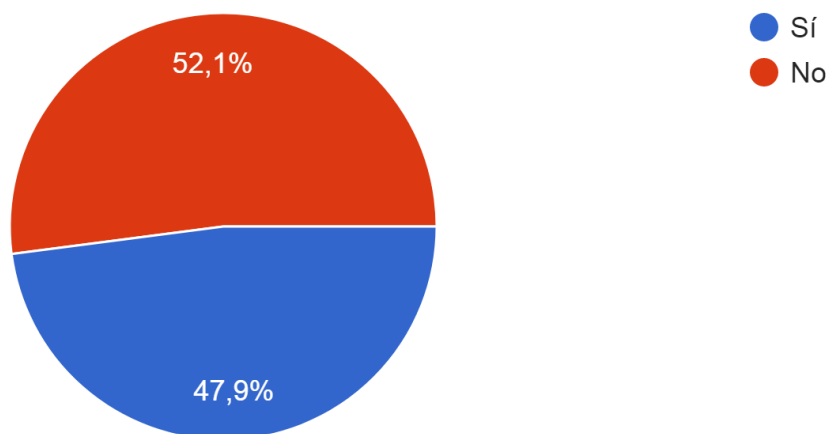
Los resultados de la gráfica muestran que el 57.5% de personas encuestadas en la página de Facebook de Radio Exclusiva 1270 AM. Escucha la radio a través de la sintonía de la frecuencia y el 42.5% de personas encuestadas en la página de Facebook de la Radio la escuchan por medio digital, dando como resultado un total de 73 respuestas, por lo cual se determinó que es necesario dar a conocer los medios digitales en la que pueden escucharla sin necesidad de buscar la frecuencia ya que esto también afecta a la Radio pues está en AM. Y muchos no tienen acceso a ella, de esta forma se tendrá un mejor posicionamiento en la audiencia.



Gráfica no. 6

6. ¿Sabía usted que la Radio posee medios digitales en donde puede escucharla?

73 respuestas



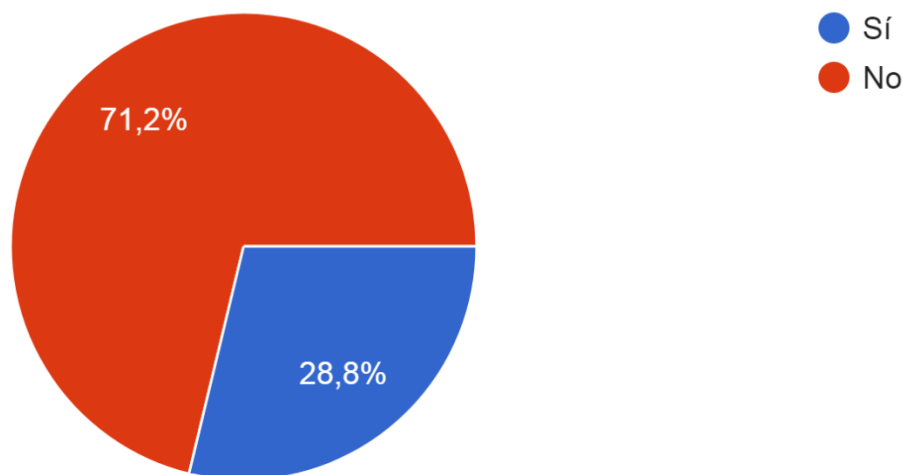
Los resultados de la gráfica muestran que el 47.9% de personas encuestadas en la página de Facebook de Radio Exclusiva 1270 AM. Conoce los medios digitales en que se puede escuchar la Radio y el 57.5% de personas encuestadas en la página de Facebook de la Radio no conoce los medios digitales que esta posee dando como resultado un total de 73 respuestas, por lo cual se determinó que es necesario dar a conocer los medios digitales en la que pueden escucharla, para que sea de fácil acceso y puedan utilizar la tecnología que hoy en día es de importante utilidad para las personas y de esta forma se tendrá un mejor posicionamiento en la audiencia.



Gráfica no. 7

7. ¿Conoce con exactitud los medios digitales que esta posee?

73 respuestas



Los resultados de la gráfica muestran que el 71.2% de personas encuestadas en la página de Facebook de Radio Exclusiva 1270 AM. No conoce con exactitud los medios digitales que la Radio posee por lo mismo es que no los utiliza y el 28.8% de personas encuestadas en la página de Facebook de la Radio conoce los medios digitales que esta posee dando como resultado un total de 73 respuestas, por lo cual se determinó que es necesario dar a conocer los medios digitales en la que pueden escucharla, para que más personas puedan utilizar estos medio, pueda compartirlos con otras personas y de esta forma se tendrá un mejor posicionamiento en la audiencia.



Gráfica no. 8

8. Mencione los medios digitales que conoce

73 respuestas

No conozco
Facebook
No conozco
Tunein
No
Tune in
Tunn up, redes sociales,
Pagina web de la radio, y app tunein
Internet y Spotify

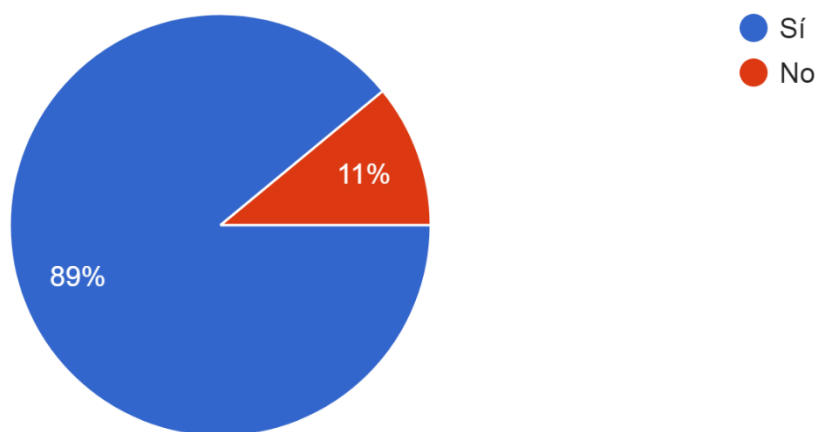
Los resultados de la pregunta muestran que el 71.2% de personas encuestadas en la página de Facebook de Radio Exclusiva 1270 AM. No conoce con exactitud los medios digitales que la Radio posee es por ello que no los utilizan y el 28.8% de personas encuestadas en la página de Facebook de la Radio, mencionó diversos medios digitales que la Radio posee dando como resultado un total de 73 respuestas, por lo cual se determinó que es de suma importancia hacer una campaña para presentarles a las personas los medios digitales en que puede ser escuchada la Radio y de esta forma se ayudará para que tenga un mejor alcance y las personas conozcan con exactitud sus medios digitales.



Gráfica no. 9

9. ¿Cree usted que estos medios ayudan a que sintonizar la Radio sea más fácil?

73 respuestas



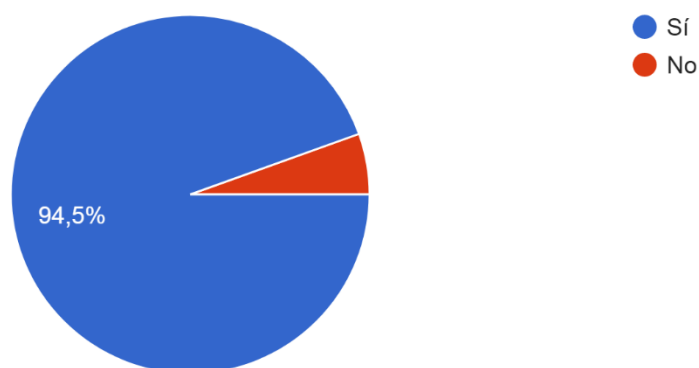
Los resultados de la gráfica muestran que el 89% de personas encuestadas en la página de Facebook de Radio Exclusiva 1270 AM. Creen que los medios digitales son de gran ayuda para sintonizar la Radio de una forma fácil y el 11% de personas encuestadas en la página de Facebook de la Radio cree que los medios digitales no facilitarían la sintonía de la misma dando como resultado un total de 73 respuestas, esto ayudó a determinar que la mayoría de personas prefiere que la sintonía de la Radio sea accesible, fácil y rápida por lo cual se llegó a la conclusión de que era importante dar a conocer los medios digitales de la Radio, que harán fácil la sintonía de la misma.



Gráfica no. 10

10. ¿Le gustaría que la Radio posea una aplicación personalizada que usted pueda descargar en su celular y sintonizarla desde ahí?

73 respuestas



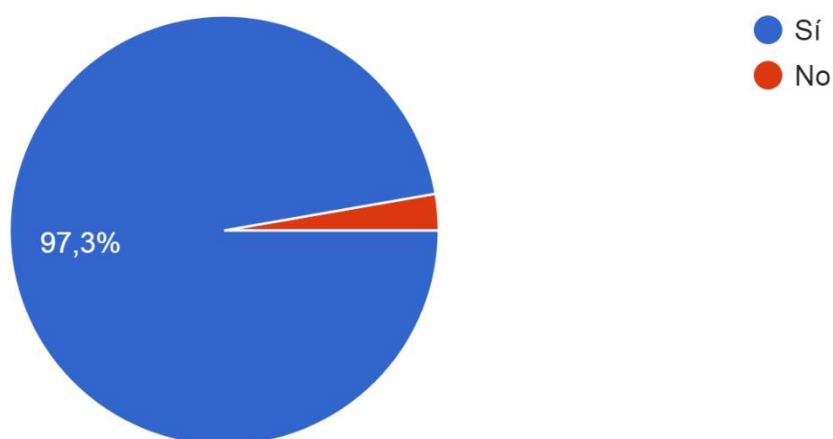
Los resultados de la gráfica muestran que el 94.5% de personas encuestadas en la página de Facebook de Radio Exclusiva 1270 AM. Está de acuerdo y le gustaría que la Radio cuente con una aplicación exclusiva para ella en donde la puedan descargar y el 5.5% de personas encuestadas en la página de Facebook de la Radio no está de acuerdo que la Radio cuente con una aplicación exclusiva para sintonizarla, dando como resultado un total de 73 respuestas, por lo cual con dichas respuestas se determinó que es necesario crear una aplicación directa para la Radio ya que la misma será de gran ayuda para el radioescucha y de esta forma se tendrá un mejor posicionamiento en la audiencia.



Gráfica no. 11

11.¿Cree que sería mucho mas fácil sintonizarla por medio de la aplicación?

73 respuestas



Los resultados de la gráfica muestran que el 97.3% de personas encuestadas en la página de Facebook de Radio Exclusiva 1270 AM. Cree que sería más fácil poder sintonizar la Radio por medio de una aplicación que fuera directamente para ella y el 2.7% de personas encuestadas en la página de Facebook de la Radio cree que la aplicación no sería de ayuda para sintonizar la Radio de una forma más accesible dando como resultado un total de 73 respuestas, por lo cual con las respuestas antes mencionadas se determinó que es necesario crear una aplicación para que las personas tengan facilidad de escuchar la radio sin tener que sintonizarla por medio de la frecuencia, de esta forma se tendrá un mejor posicionamiento en la audiencia porque tendrá fácil accesibilidad.



1.15 FODA

● Fortalezas

- ✓ Existe una buena comunicación entre el personal.
- ✓ Disposición de los colaboradores para realizar sus actividades.
- ✓ El contenido de su programación es variado y profesional por lo que vale la pena que más público la conozca.
- ✓ Posee medios digitales con los cuales se hace fácil sintonizarla desde cualquier plataforma.
- ✓ Posee importante información propia y precisa sobre ella.
- ✓ Tiene la capacidad técnica para la elaboración de una aplicación para teléfonos, computadoras y *tablets* para sintonizar la radio.

● Oportunidades

- ✓ Mejorar el orden de trabajo en la radio por medio de la elaboración de cronogramas y calendarios.
- ✓ Consolidar una base fundamental para ella, por medio de la creación de un *Brief*.
- ✓ Mejorar el posicionamiento de la radio acercándola a su grupo objetivo por medio de una campaña publicitaria.
- ✓ Dar a conocer los medios digitales por los cuales se puede escuchar la radio manera práctica y actualizada.
- ✓ Elaboración de una aplicación digital para la radio.



● Debilidades

- ✓ Falta de orden en las grabaciones de programas y control de turnos de operadores.
- ✓ Reducción en su posicionamiento a pesar 29 años al aire.
- ✓ Falta de conocimiento del grupo objetivo y de los medios digitales que la radio posee.
- ✓ Falta de información específica pues no posee *Brief*.
- ✓ No cuentan con una aplicación digital que agilice su sintonización por parte del grupo objetivo.

● Amenazas

- ✓ La radio es poco conocida.
- ✓ La radio no posee información específica sobre ella.
- ✓ Los medios digitales que la radio posee no son conocidos por el radioescucha.
- ✓ Se comprobó que no existe un mejor método en cuanto al orden de trabajo en sus colaboradores.
- ✓ Depende de terceros para la grabación y realización de programas y el envío de material grabado en casa (Por la situación que se vive por causa de la Pandemia Covid-19, el material se graba en casa y se envía al editor).



1.16 Problemas detectados

- Problemas globales

En la institución se encontraron, problemas internos y externos.

- ✓ **Internos:** Falta de orden de trabajo, derivado de la situación que se vive por la Pandemia del COVID-19
- ✓ **Externos:** No es muy conocida pese a que lleva 29 años al aire.

- Problemas que se resolverán

En la institución se encontraron, problemas internos y externos.

- ✓ **Internos:**

Falta de *Brief* con datos sumamente importantes para definir estrategias adecuadas para la misma

Falta de cronogramas que establezcan parámetros medibles en sus avances.

Falta de calendarización en sus procesos administrativos

Falta de organización para grabaciones realizadas en casa por causa de la Pandemia COVID-19

- ✓ **Externo:**

Falta de posicionamiento de la radio

Falta de conocimiento de las personas de los medios digitales que la radio maneja

Falta de una aplicación digital que facilite la sintonía de la radio a los usuarios



1.17 Planteamiento del problema comunicacional

Radio Exclusiva 1270 AM, es una radio cristiana que lleva 29 años al aire, durante este tiempo se ha sintonizado utilizando únicamente el método convencional, buscando la señal de audio en la banda de frecuencias de AM en radio, durante estos últimos años en que la tecnología ha avanzado, Radio Exclusiva se ha visto en la necesidad de innovarse.

Ahora se puede sintonizar también por medios digitales como *Tuning*, *Claro música*, *Domi play* y *página web*, ya que desea ampliar su público objetivo, para que sea más conocida pues mucha gente no la conoce pese al tiempo que lleva al aire, tal como se mencionó anteriormente.

A pesar de ello, muchas personas aún no conocen sobre estos medios pues no se ha realizado una campaña publicitaria en la cual puedan informarse al respecto, sería más fácil y efectivo escucharla, desde un celular, computadora o tableta, para que sea más conocida y escuchada.

La radio carece de organización, puesto que no posee un *Brief* en el cual se especifique su función, recordando que esta es la base fundamental de cualquier empresa, ya que se encuentra la información necesaria y de suma importancia sobre la misma, tampoco posee cronogramas de reuniones de trabajo, actividades, bitácoras y orden específico en las labores diarias.

Radio Exclusiva 1270 AM a pesar de la cantidad de material de calidad que tiene diariamente en su parrilla de transmisión, no posee ningún estudio realizado con anterioridad, y, por lo tanto, a pesar de tener un contenido valioso y de alta información, necesita identificar las áreas en las que es menester ser fortalecida.



Radio Exclusiva 1270 AM considera que el radioescucha tenga un acceso directo en el cual no deba hacer tantos procesos para sintonizarla sin ninguna interferencia, por ello, se le apoyará con la creación de una aplicación digital, la cual se podrá descargar en el celular, tableta o computadora para facilitar que sea escuchada de una forma moderna las 24 horas del día.

¿Cómo mejorar el posicionamiento de Radio Exclusiva 1270 AM en medio de esta crisis?

1.18 Indicadores de éxito

Internos:

- Está en la disposición para brindar la información necesaria para la elaboración del *Brief*.
- Está dispuesta a permitir que se organicen las actividades de la radio, tales como: Grabaciones de programas, reuniones de trabajo, turnos del personal, para guiarse únicamente por el material realizado y así tener un mejor orden.
- Está dispuesta a avalar el proyecto.

Externos:

- Cuenta con presupuesto para elaborar la campaña publicitaria.
- Cuenta con equipo tecnológico para la grabación del anuncio en *tv* y el canal para pautarlo.
- Cuenta con equipo tecnológico para la grabación del anuncio en radio.
- Cuenta con personal para la elaboración, edición y realización de vallas publicitarias.
- Cuenta con persona encargada para darle seguimiento a las aplicaciones con las cuales los radioescuchas puedan sintonizar la radio.
- Cuenta con contacto para elaborar la aplicación de la radio.



1.19 Proyecto a desarrollar

“Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Externa para Dar a Conocer y Fortalecer la Imagen de Radio Exclusiva 1270 AM en Tiempos de COVID-19”





CAPÍTULO 2

2. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

Es un instrumento de previsión de actuaciones para un tiempo determinado, que recoge las acciones de comunicación que debe desarrollar la empresa para conseguir unos objetivos previamente fijados (Montserrat, 2014).

2.1. Descripción Técnica del Plan Estratégico de Comunicación

El plan de comunicación será un proyecto en el que se organice y planifique una serie de actividades enfocadas para alcanzar determinados resultados y objetivos. En un proyecto se da un conjunto de actividades concretas, interrelacionadas y coordinadas entre sí, que se realizarán con el fin de resolver problemas.

Este plan de comunicación permitirá el fortalecimiento y posicionamiento de la Radio con el grupo objetivo que posee, esto ayudará a llegar con efectividad a más personas y así alcanzará un número mayor de audiencia, también permitirá que la radio cree un plan de acción concreto y fundamental, con ello se conseguirá una mejor estructuración y orden.

2.2 Objetivos de la estrategia

2.2.1 Objetivo general

Mejorar la comunicación y la estructura, posicionamiento externo de la Radio Exclusiva 1270 AM.

2.2.2 Objetivos Específicos

- a) Fortalecer el posicionamiento de la Radio con la audiencia.
- b) Estructurar el área administrativa de Radio Exclusiva 1270 AM.



- c) Reforzar el trabajo interno y externo de la Radio, para ayudar a mejorarlo mediante la comunicación correcta.

2.3. Misión

Que Radio Exclusiva 1270 AM, posea una aplicación digital propia (*app*) para facilitar su sintonía, un *Brief*, cronogramas y calendarios para una mejor estructuración y un mejor posicionamiento por medio de una campaña publicitaria que se realizará en *tv*, radio, valla publicitaria.

2.4. Visión

Que Radio Exclusiva 1270 AM, incremente su audiencia y la emisora sea más conocida e identificada en los grupos objetivos aún no alcanzados, que posea una aplicación digital propia que facilite al público objetivo la sintonía de la misma y tenga una estructuración ordenada y adecuada a sus necesidades, que posea un *Brief* que es la parte fundamental de toda empresa.

2.5. Elementos comunicacionales

La comunicación es un proceso en la que dos o más personas interactúan mutuamente, esto, con el fin de intercambiar un mensaje en el cual se basa o basará la comunicación, está compuesta por varios elementos tales como: Emisor, Receptor, Código, Canal, Mensaje y Contexto.

- **Emisor:** es la persona que codifica y envía el mensaje, es quien inicia el acto comunicativo.
- **Receptor:** es la persona que decodifica y recibe el mensaje.
- **Código:** es el conjunto de signos con sintaxis y semántica a disposición del emisor y receptor.
- **Canal:** es el medio físico por el cual circula el mensaje.
- **Mensaje:** conjunto de ideas e información que se transmiten.



- **Contexto:** Ambiente en el cual se produce el mensaje para ser comprendido tanto por el emisor como el receptor, el contexto puede ser situacional (espacio y tiempo), sociohistórico (época), sociocultural (valores y creencias) o lingüístico (lo que se dice y como se dice). (González, 2010, p.73 y 74)

Comunicación:

Se puede definir como un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última de una respuesta, sea una opinión, actividad o conducta.” (Martínez, 1998, Págs. 2)

La comunicación organizacional se puede dividir en interna y externa:

Comunicación interna:

Es un proceso que se realiza como la misma palabra lo dice en el interior de una empresa, organización, asociación, etc. Este tipo de comunicación ayuda a alcanzar los objetivos y metas que la misma se plantea.

“Es el proceso inter comunicacional que se realiza al interior de las organizaciones a través de distintas formas y niveles, cuyos contenidos contribuyen al logro de sus objetivos y metas planteados.” (Mascaray, 2000, p. 5).

Comunicación externa:

Es un proceso que se realiza tal y como la misma palabra lo dice en el exterior de una empresa, organización, asociación, etc. Maneja un conjunto de actividades que están destinadas a mantener una mejor relación con diferente público, este tipo de comunicación ayuda a alcanzar los objetivos y metas que la misma se plantea.

“La comunicación externa se define como el conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una empresa o institución”. (Mascaray, 2000, p. 5)



Así mismo el diagnóstico tendrá una estrategia de comunicación ya que es una serie de elecciones que permiten ubicar los momentos y los espacios más convenientes, para implementar un estilo comunicativo, un sello personal de la organización, que deberán respetar en la ejecución de todos los procesos internos. (Islas, 2008, p. 4)

Elementos comunicacionales:

- **Emisor:** Radio Exclusiva 1270 AM.
- **Receptor:** La audiencia
- **Código:** Idioma español escrito, oral, imágenes, locuciones, señas, gestos, movimientos, animaciones, cronogramas y calendarios.
- **Canal:** App, Campaña TV, Radio, valla, *Brief*, cronograma y calendarios
- **Mensaje:** Los textos escritos o locutados que se utilizan en la campaña publicitaria, en la app, en la valla, *Brief*, cronogramas y calendarios.
- **Contexto:** Radio Exclusiva, ciudad de Guatemala, municipio de Mixco.
- **Ruidos en la comunicación:** La Pandemia *Covid-19*, corto tiempo laboral.

2.6 Alcances y límites de la Estrategia

Alcances:

- Un mayor posicionamiento con la audiencia actual.
- Mejorar los procesos administrativos y técnicos de la radio.
- Una aplicación digital exclusiva para la Radio.

Límites:

- Las actividades presenciales no están permitidas.
- Falta de organización en la radio.
- El covid-19 está afectando los horarios de trabajo en la radio.



- Poco tiempo para la elaboración de materiales, por la corta jornada de trabajo en la radio.

2.7. Metodología para la aplicación de la Estrategia Comunicacional

Con base al diagnóstico el tipo de investigación fue descriptiva porque “describe” el tema de investigación, sin cubrir “por qué” ocurre, con un enfoque Mixto ya que este recolecta, analiza y vincula datos tanto cuantitativos como cualitativos.

Dentro de la investigación, esto fue de gran apoyo para el investigador puesto que ayudó a recolectar y obtener información tanto numérica como de datos que fueron de suma importancia para el informe, esto complementó la investigación realizada.

Dada a la situación de Covid-19 el tipo de observación que se trabajó fue la observación no participante porque el investigador no tuvo contacto con la empresa directamente pero sí tuvo el apoyo de ella para la realización de la investigación antes mencionada, esta permitió una mayor objetividad en la observación realizada.

En el plan de comunicación los productos y estrategias que se desarrollarán en ayuda a la radio serán:

- El *Brief*, Calendario y Cronogramas de Radio Exclusiva 1270 AM.

Se entregarán en forma física, pues se tiene la oportunidad de hacerlo de este modo, ya que la radio está ubicada en el mismo lugar donde está Canal 27, en el área de trabajo del epesista, el cuál elaborará el contenido de cada material junto al director de la radio, lo diseñará Hallan Pa, editor de Canal 27.

- 1 valla publicitaria sobre los medios digitales en los que pueden sintonizar la Radio.



Se realizará y entregará en forma física, ya que se tiene la oportunidad de hacerlo de este modo, pues la radio apoya al epesista con el diseño, costo y colocación de la misma, el epesista genera el contenido y boceto de la valla, el editor Hallan Pa el diseño.

- 2 *spots* de radio.

Se realizarán y entregarán en forma digital, puesto que la radio apoya al epesista con la pauta y el costo de ambos spots, el epesista genera el contenido, elabora el guion y coordina la grabación del *spot*, el editor de la Radio lo trabaja para salir al aire.

- 2 *spots* de tv.

Se realizarán y entregarán en forma digital, ya que Canal 27 apoyará al epesista con la pauta y la radio con el costo de los mismos, el epesista generará el contenido, elaborará el guion y producirá el spot, para que luego Hallan Pa, editor de Canal 27, lo diseñe para la pauta correspondiente.

- Aplicación (*app*) para dispositivos móviles

Se realizará y entregará en forma digital, pues un miembro de la Iglesia de Jesucristo la Familia de Dios Josué Ayala, apoyará al epesista con la elaboración e información que la aplicación debe de llevar y la radio apoyará con el costo.



2.8. Actividades para la Operatividad de la Estrategia

Productos comunicacionales que se utilizarán en el desarrollo del plan

Propuesta no. 1: Productos impresos - *Brief* de Radio Exclusiva

Estrategia	Reforzar las bases en el área de Radio Exclusiva.
Problema	Radio Exclusiva no posee un documento escrito en el cual esté reunida toda la información posible de la radiodifusora para que tenga una base fundamental en ella.
Producto	<i>Brief</i>
Objetivo comunicacional	Contar con una base fundamental y estructurada dentro de la Radio.
Contenido	Poseerá información específica de la Radio, por ejemplo ¿Por qué el nombre? ¿Qué significa su logo? ¿Qué significa su slogan? ¿Cuál es su misión? ¿Cuál es su visión? ¿Cuáles son sus valores? etc.
Aplicación	Se entregará el <i>Brief</i> tanto impreso como digital al director de la radio, para que pueda tener claro en donde está y hacia donde desea dirigirse con la Radio
Público objetivo	El personal de la radio
Medio de difusión	Medio impreso y digital por un correo para que tanto el director de la radio como los trabajadores puedan estar enterados de su contenido.
Necesidades	<ul style="list-style-type: none">- Diseño de portada realizado por un editor de canal 27- Impresión de la portada IDM solución en imagen- Impresión del documento IDM solución en imagen
Tiempo de aplicación	Se entregará ya elaborado la segunda semana de septiembre y se pautará la tercera semana de septiembre

Fuente: Elaboración propia



Propuesta no.2: Calendario de turnos para trabajadores de la Radio

Estrategia	Hacer recordatorio a los trabajadores de la Radio sobre los turnos y horarios de cada uno para llevar un mejor orden dentro.
Problema	Radio Exclusiva no cuenta con calendarios de turnos para los trabajadores por lo cual no se cumplen con los horarios establecidos ni con los turnos de grabaciones que se deben de cumplir.
Producto	Calendario
Objetivo comunicacional	Mantener un orden en la Radio en los turnos de cada uno de los trabajadores.
Contenido	Días específicos en los que cada trabajador deberá cubrir áreas necesarias para optimizar el correcto funcionamiento de la radio por horarios y turnos.
Aplicación	Se entregará el calendario tanto impreso como digital al director de la radio, para que cada trabajador lo tenga presente y se pueda hacer uso del mismo para cada uno de los turnos estipulados.
Público objetivo	El personal de la radio
Medio de difusión	Impresión y digital para que tanto el director de la radio como los trabajadores puedan estar enterados de su contenido.
Necesidades	<ul style="list-style-type: none">- Diseño de portada realizado por un editor de canal 27- Impresión de la portada IDM solución en imagen- Impresión del documento IDM solución en imagen
Tiempo de aplicación	Se entregará ya elaborado la segunda semana de septiembre y se pautará la tercera semana de septiembre

Fuente: Elaboración propia



Propuesta no.3: Cronograma actividades de grabaciones especiales locales

Estrategia	Hacer recordatorio a los trabajadores de la Radio sobre las fechas importantes para las grabaciones de programas especiales durante el año.
Problema	Radio Exclusiva no cuenta con un cronograma que les recuerde a los trabajadores sobre las fechas importantes para la grabación de programas especiales que se deben realizar anualmente.
Producto	Cronograma
Objetivo comunicacional	Contará con un control en las fechas importantes de las grabaciones especiales que se realizan en la Radio.
Contenido	Las fechas de grabaciones especiales, para los programas locales que se realizarán durante el año.
Aplicación	Se entregará el cronograma tanto impreso como digital al director de la radio, para que cada trabajador lo tenga presente y se pueda hacer uso del mismo, para cada una de las actividades y programas especiales que se deben de realizar.
Público objetivo	El personal de la radio
Medio de difusión	Impresión y digital para que tanto el director de la radio como los trabajadores puedan estar enterados de su contenido.
Necesidades	<ul style="list-style-type: none">- Diseño de portada realizado por un editor de canal 27- Impresión de la portada IDM solución en imagen- Impresión del documento IDM solución en imagen
Tiempo de aplicación	Se entregará ya elaborado la segunda semana de septiembre y se pautará la tercera semana de septiembre

Fuente: Elaboración propia



Propuesta no.4: Valla publicitaria sobre los medios digitales en los que pueden sintonizar la Radio

Estrategia	Dar a conocer los medios digitales que la Radio posee.
Problema	Radio Exclusiva no es conocida por la audiencia pese a llevar 29 años al aire y la frecuencia en la que se encuentra es AM.
Producto	Valla publicitaria
Objetivo comunicacional	Dar a conocer los distintos medios digitales en los cuales se puede escuchar la Radio, se colocará sobre la calzada Roosevelt, sede del Ministerio de Motivación Cristiana para que pueda ser vista potencialmente por una mayor cantidad de personas.
Contenido	Información básica de los medios digitales donde pueden escuchar la Radio, logo y slogan de la misma.
Aplicación	La valla será ubicada en Km. 14.5, Calzada Roosevelt 2-61, Colonia Cotiío zona 3, Mixco, Guatemala C.A. sobre la carretera en donde muchas personas podrán obsérvala.
Público objetivo	Mujeres y hombres de 40 a 60 años
Medio de difusión	Impreso para que las personas la puedan observar y se enteren de la información que esta tendrá.
Necesidades	<ul style="list-style-type: none">- Diseño de la valla realizado por un editor de canal 27- Impresión de la valla IDM solución en imagen- Colocación de la valla IDM solución en imagen
Tiempo de aplicación	Se entregará ya elaborado la segunda semana de septiembre y se pautará la tercera semana de septiembre

Fuente: Elaboración propia



Propuesta no. 5: Productos de audio - 2 spots de radio

Estrategia	Dar a conocer los medios digitales que la Radio posee por medio de spots de radio.
Problema	Radio Exclusiva no es conocida por la audiencia pese a llevar 29 años al aire y la frecuencia en la que se encuentra es AM.
Producto	2 spots de radio
Objetivo comunicacional	Informar a la audiencia sobre los distintos medios digitales en que pueden escuchar la Radio.
Contenido	Información de los medios digitales, en donde se puede escuchar la Radio.
Aplicación	Se entregarán los spots al director de la radio para que sean pausados en la misma y así más personas los escuchen.
Público objetivo	Mujeres y hombres de 40 a 60 años
Medio de difusión	Digital tanto en redes sociales como en la Radio para que las personas que escuchen también estén enteradas de su contenido.
Necesidades	<ul style="list-style-type: none">- Elaboración de guiones- Producción de audio- Edición de audio- Pauta
Tiempo de aplicación	Se entregará ya elaborado la segunda semana de septiembre y se pautará la tercera semana de septiembre

Fuente: Elaboración propia



Propuesta no. 6: Productos multimedia - 2 spots de televisión

Estrategia	Dar a conocer los medios digitales que la Radio posee por medio de spots de televisión.
Problema	Radio Exclusiva no es conocida por la audiencia pese a llevar 29 años al aire y la frecuencia en la que se encuentra es AM.
Producto	2 spots de televisión
Objetivo comunicacional	Comunicar a los televidentes de Canal 27 las distintas maneras de sintonizar la emisora, haciendo énfasis en los medios digitales que esta posee.
Contenido	Información de los medios digitales, en donde pueden escuchar la radio.
Aplicación	Se entregarán los spots al director de la radio para que sean pausados en canal 27 ya que el canal apoyará para pautar los spots de esta forma más personas conozcan la Radio.
Público objetivo	Mujeres y hombres de 40 a 60 años
Medio de difusión	Digital tanto en redes sociales como en la televisión en canal 27, para que las personas que vean también estén enteradas de su contenido.
Necesidades	<ul style="list-style-type: none">- Elaboración de guiones- Producción de video- Edición de video- Pauta
Tiempo de aplicación	Se entregará ya elaborado la segunda semana de septiembre y se pautará la tercera semana de septiembre

Fuente: Elaboración propia



Propuesta no. 7: Productos multimedia - Aplicación (app) para dispositivos móviles

Estrategia	Facilitar al radioescucha la forma en que puede sintonizar la radio.
Problema	La frecuencia en Radio Exclusiva se encuentra en AM. Por lo cual le es difícil a la audiencia sintonizarla porque esta frecuencia está desapareciendo.
Producto	Aplicación (app)
Objetivo comunicacional	Poseer una herramienta con la cual escuche la radio con facilidad únicamente con un <i>clic</i> , descargándola para que sea de fácil ingreso.
Contenido	Sintonía de la radio en vivo, recordatorio de los horarios de cada uno de los programas, predicaciones, estudios bíblicos, franjas musicales, programas variados, etc.
Aplicación	En cuanto ya esté elaborada la aplicación se informará al director de la radio para hacerle publicidad e informar a las personas que la radio posee una aplicación directamente para ella y que la puedan escuchar por ese medio para que sea de fácil acceso.
Público objetivo	Mujeres y hombres de 40 a 60 años
Medio de difusión	Por medio digital en redes sociales para que las personas que la vean también estén enteradas de su contenido.
Necesidades	<ul style="list-style-type: none">- Elaboración del contenido de la aplicación- Creación de la aplicación
Tiempo de aplicación	Se entregará ya elaborado la segunda semana de diciembre y se pautará la cuarta semana de diciembre

Fuente: Elaboración propia



2.9. Cronograma

No	Actividades	Mes	Agosto					Septiembre				Diciembre					
			Semana	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Elaboración del contenido de material impreso		X														
2	Propuesta de diseño de material impreso (<i>Brief</i> , Calendario, Cronograma y Valla).		X														
3	Impresión de material impreso (<i>Brief</i> , Calendario, Cronograma y Valla)			X													
4	Entrega de material impreso								X								
5	Ejecución									X							
6	Elaboración de contenido del material de audio (<i>Spot</i> de Radio)			X													
7	Grabación y edición del material de audio (<i>Spot</i> de Radio)			X													
8	Entrega del material de audio								X								
9	Pauta, ejecución									X							
10	Elaboración de contenido del material audio visual (<i>Spot</i> de TV)			X													
11	Grabación y edición contenido del material de audio visual (<i>Spot</i> de TV)			X													
12	Entrega de material audio visual								X								
13	Pauta, ejecución									X							
14	Elaboración de <i>app</i> (Aplicación exclusivamente para la Radio)												X				
15	Entrega de material audio visual.													X			
16	Utilización de la aplicación															X	

Fuente: Elaboración propia



2.10. Financiamiento

Para llevar a cabo la ejecución de este proyecto, será necesario realizar materiales de apoyo para los procesos en la radio, elaborando calendarios, cronogramas y *Brief* de la misma, para luego ser entregados tanto al director de la Radio como a los integrantes de los distintos departamentos, el total de los costos generados para lograr el fin deseado será absorbido por la epesista.

También será necesaria la elaboración de una campaña publicitaria para dar a conocer los medios digitales de la radio, dos *spots* de radio los cuales serán grabados en las instalaciones de la misma, con un locutor que colaborará para la grabación, el contenido de los *spots* será elaborado por la epesista y editado por un colaborador de la radio.

También serán incluidos 2 *spots* de *tv* estos se grabarán en las instalaciones de Canal 27, el contenido y la producción lo realizará la epesista, la edición la realizará Hallan Pa, editor de Canal 27 y la elaboración de una aplicación para dispositivos móviles (*app*) con la que será mucho más fácil la sintonía de la radio. El total de la inversión será cubierta por la radio.

Asimismo, la campaña incluirá una valla publicitaria en la cual se darán a conocer los medios digitales en que la radio puede ser escuchada, el contenido de dicha valla será realizado por la epesista, el diseño será elaborado por Hallan Pa, editor de Canal 27, se pagará la impresión y colocación de la misma, el total de la inversión será absorbida por la radio.



2.11. Presupuesto

Cant.	Detalle	P. unitario Q.	Total Q.	Financiamiento
3	Diseño de portadas de materiales (<i>Brief</i> , Cronogramas y calendario)	Q100.00	Q100.00	Epesista
3	Impresión de materiales (<i>Brief</i> , Cronogramas y calendarios) Impresión a <i>full color</i> en vinil adhesivo tamaño carta	Q9.00	Q27.00	Epesista
1	Diseño de valla publicitaria Dimensiones 10.12mts x 2.4mts	Q600.00	Q600.00	Radio
1	Impresión y colocación de valla, Impresión a full color, sobre Km. 14.5, Calzada Roosevelt 2-61, Colonia <i>Cotío</i> zona 3, Mixco, Guatemala C.A sobre la carretera principal, por el molino de las flores	Q2,671.68	Q2,671.68	Radio
2	<i>Spot</i> de radio, duración 30 seg. Que se pautará en Radio Exclusiva	Q2,606.00	Q5,212.00	Radio
2	<i>Spot tv</i> , duración 30 seg. Que se pautará en Canal 27	Q2,240.00	Q4,480.00	Radio
1	Aplicación para la Radio, que se realizará por una donación	\$2000.00	\$2000.00	Radio
TOTAL, DEL PROYECTO			Q29,090.68	

Fuente: Elaboración propia

Financiamiento	Monto Q.
Radio	Q28,963.68
Epesista	Q127.00



2.12. Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficio
Primarios Radio Exclusiva 1270 AM.	Se mejora su posicionamiento con la audiencia y su accesible sintonía para los mismos.
Secundarios Personal de Radio Exclusiva 1270 AM. (4 personas)	Se mejora la estructuración y orden en la Radio.

Fuente: Elaboración propia

2.13. Recursos Humanos

Para la realización del proyecto se contará con el apoyo de los departamentos de Edición, Programación y Transmisión de la radio, también con el apoyo del director de la misma, para obtener la información necesaria, los materiales de apoyo que servirán para reforzar al personal y el orden en la radio (*Brief*, Calendario y Cronograma).

Asimismo, se contará con el apoyo de Josué Ayala para la elaboración de la aplicación para dispositivos móviles para la radio, Hallan Pa, editor de canal 27 quien apoyará en la edición de la valla, 3 diseños para *brief*, cronograma y calendario, 2 spots de radio y tv, y con la epesista Silvia Ramírez, para la elaboración del material interno y externo en la radio.



Personal	Cargo	Actividad
Pablo Portales	Director de la Radio	Apoyará en la elaboración de los cronogramas y calendarios junto al epesista.
Christian Gordillo	Editor	Apoyará con aportación de información sobre el trabajo de edición en la radio.
Lester Hernández	Programador	Apoyará con aportación de información sobre el trabajo de programador en la radio.
Jorge Sian	Operador de la radio	Apoyará con aportación de información sobre el trabajo de Operador en la radio.
Josué Ayala	Creador de la aplicación (<i>app</i>)	Apoyará con la elaboración de la aplicación, exclusivamente para la radio.
Hallan Pa	Editor de Canal 27	Apoyará con la edición de la valla publicitaria, 3 portadas para <i>Brief</i> , cronograma y calendario, edición de <i>spot</i> de <i>tv</i> .
Silvia Ramírez	Epesista	Apoyará en la elaboración del contenido para <i>spots</i> de radio, tv, y valla, también con la elaboración completa del <i>Brief</i> , calendarios, cronogramas y gestionamiento de aplicación para la Radio.

Fuente: *Elaboración propia*

2.14. Áreas Geográficas de Acción

La realización del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura, se llevará a cabo en el edificio de Canal 27, El canal de la esperanza, en donde está ubicada también la Radio Exclusiva 1270 AM. en Carretera Vieja hacia La Antigua Guatemala, 2da. Calle 23-70, Zona 1 de Mixco, 5to nivel del edificio.



2.15. Cuadro comparativo de la Estrategia

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recursos Humanos	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
<i>Brief</i>	Que la Radio posea una estructura y planificación fundamental para su crecimiento y posicionamiento.	Q42.40 Diseño e impresión	Epesista Silvia Ramírez	Carretera Vieja a Antigua Guatemala, 2da. Calle 23-70, Zona 1 de Mixco, 5to nivel del edificio.	Personal de Radio Exclusiva 1270 AM.	Del 07 al 11 de septiembre
Calendario turnos de los trabajadores	Proponer una planificación interna en la Radio, al respecto de los turnos de cada uno de los trabajadores.	Q42.40 Diseño e impresión	Epesista Silvia Ramírez y director de la Radio Pablo Portales	Carretera Vieja a Antigua Guatemala, 2da. Calle 23-70, Zona 1 de Mixco, 5to nivel del edificio.	Personal de Radio Exclusiva 1270 AM.	Del 07 al 11 de septiembre



Cronograma de grabaciones de actividades	Tener un control de los procesos y acciones para las actividades que se realizan en la Radio.	Q42.40 Diseño e impresión	Epesista Silvia Ramírez y director de la Radio Pablo Portales	Carretera Vieja a Antigua Guatemala, 2da. Calle 23-70, Zona 1 de Mixco, 5to nivel del edificio.	Personal de Radio Exclusiva 1270 AM.	Del 07 al 11 de septiembre
valla publicitaria	Dar a conocer los distintos medios digitales en donde pueden escuchar Radio Exclusiva 1270 AM.	Q3,271.68 Diseño, impresión y colocación	Epesista Silvia Ramírez Hallan Pa editor de canal 27 trabajará la edición	Km. 14.5, Calzada Roosevelt 2-61, Colonia Cotiá zona 3, Mixco, Guatemala C.A.	Radio Exclusiva 1270 AM.	Del 07 al 11 de septiembre
2 Spots de radio	Informar a la audiencia los distintos medios digitales en que pueden escuchar la radio.	Q5,212.00	Epesista Silvia Ramírez Hallan Pa editor de canal 27 trabajará la edición	Carretera Vieja a Antigua Guatemala, 2da. Calle 23-70, Zona 1 de Mixco, 5to nivel del edificio.	Radio Exclusiva 1270 AM.	Del 07 al 11 de septiembre



2 Spots de tv	Informar a los televidentes sobre los distintos medios digitales en que pueden escuchar la Radio.	Q4,480.00	Epesista Silvia Ramírez Pablo Portales director de Radio Exclusiva	Carretera Vieja a Antigua Guatemala, 2da. Calle 23-70, Zona 1 de Mixco, 5to nivel del edificio.	Radio Exclusiva 1270 AM.	Del 07 al 11 de septiembre
(App) Aplicación	Que la audiencia posea una herramienta digital con la cual sintonice la Radio con facilidad en sus dispositivos móviles	\$2000.00 Creación de la aplicación	Josué Ayala	Carretera Vieja a Antigua Guatemala, 2da. Calle 23-70, Zona 1 de Mixco, 5to nivel del edificio.	Radio Exclusiva 1270 AM.	Del 28 al 31 de diciembre

Fuente: Elaboración propia



CAPÍTULO 3

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. Ejecución #1 *Brief* de Radio Exclusiva

Objetivo de la actividad	Contar con una base fundamental y estructurada.
Público objetivo	Personal de la Radio
Medio utilizado	Digital e impreso
Área geográfica de impacto	Carretera Vieja hacia La Antigua Guatemala, 2da. Calle 23-70, Zona 1 de Mixco, 5to nivel del edificio.
Presupuesto invertido	Q100.00

Fuente: Elaboración propia

3.2. Ejecución #2 Calendario de turnos de los trabajadores

Objetivo de la actividad	Mantener un orden dentro de la Radio en los turnos de cada uno de los trabajadores.
Público objetivo	Personal de la Radio
Medio de difusión	Digital e impreso
Área Geográfica de impacto	Carretera Vieja hacia La Antigua Guatemala, 2da. Calle 23-70, Zona 1 de Mixco, 5to nivel del edificio.
Presupuesto invertido	Q27.00

Fuente: Elaboración propia



3.3. Ejecución #3 Cronograma actividades de grabaciones

Objetivo	Contar con un control de los procesos y acciones para las actividades que se realizan en la Radio.
Público objetivo	Personal de la Radio
Medio utilizado	Digital e impreso
Área geográfica de impacto	Carretera Vieja hacia La Antigua Guatemala, 2da. Calle 23-70, Zona 1 de Mixco, 5to nivel del edificio.
Presupuesto invertido	Q27.00

Fuente: Elaboración propia

3.4. Ejecución #4 valla publicitaria sobre medios digitales

Objetivo	Dar a conocer los distintos medios digitales en donde se puede escuchar la radio.
Público objetivo	Mujeres y hombres de 40 años a 60 años
Medio utilizado	Digital e impreso
Área geográfica de impacto	Carretera Vieja hacia La Antigua Guatemala, 2da. Calle 23-70, Zona 1 de Mixco, 5to nivel del edificio.
Presupuesto invertido	Q3271.62

Fuente: Elaboración propia



3.5. Ejecución #5 Spots de radio

Objetivo	Informar a la audiencia los distintos medios digitales en que pueden escuchar la radio, para que ellos hagan publicidad de boca en boca que es una de las más efectivas.
Público objetivo	Mujeres y hombres de 40 a 60 años
Medio utilizado	Digital y audio
Área geográfica de impacto	Carretera Vieja hacia La Antigua Guatemala, 2da. Calle 23-70, Zona 1 de Mixco, 5to nivel del edificio.
Presupuesto invertido	Q5,212.00

Fuente: Elaboración propia

3.6. Ejecución #6 Spots de Televisión

Objetivo	Comunicar a los televidentes de Canal 27 las distintas maneras de sintonizar la emisora, haciendo énfasis en los medios digitales que esta posee.
Público objetivo	Mujeres y hombres de 40 a 60 años
Medio utilizado	Digital y audio
Área geográfica de impacto	Carretera Vieja hacia La Antigua Guatemala, 2da. Calle 23-70, Zona 1 de Mixco, 5to nivel del edificio.
Presupuesto invertido	Q4,480.00

Fuente: Elaboración propia



3.7. Ejecución #7 Aplicación para la radio

Objetivo	Poseer una herramienta digital con la puedan escuchar la radio para los dispositivos móviles
Público objetivo	Mujeres y hombres de 40 a 60 años
Medio utilizado	Digital y audio
Área geográfica de impacto	Carretera Vieja hacia La Antigua Guatemala, 2da. Calle 23-70, Zona 1 de Mixco, 5to nivel del edificio.
Presupuesto invertido	\$2000.00

Fuente: Elaboración propia



3.8. Programación y calendarización

No	Actividades	Mes	Mayo					Agosto				Septiembre				
		Semana	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Video conferencia “Creatividad para radio”		X													
2	Video conferencia “Comunicación organizacional”		X													
3	Video conferencia “Comunicación en tiempos de crisis”		X													
4	Video conferencia “Los grandes retos de nuestra profesión ante la crisis mundial y las nuevas tecnologías”			X												
5	Video conferencia “Árbol de problemas y el FODA”			X												
6	Video conferencia “Redacción de objetivos para diagnóstico y estrategia de Comunicación”			X												
7	Video conferencia “Enfoque cualitativo y cuantitativo”				X											
8	Video conferencia “Análisis de recopilación de datos”				X											
9	Video conferencia “Herramientas digitales para la nueva comunicación”					X										
10	Video conferencia “Barreras de la comunicación”					X										
11	Video conferencia “Eficiencia de la Expresión Verbal en Video Conferencias Académicas”					X										
12	Video conferencia “La radio en línea en la Nueva Era Digital”					X										

Fuente: Elaboración propia



No	Actividades	Mes	Marzo					Abril				Mayo				
		Semana	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	
23	Elaboración y entrega de informes de Fase Propedéutica, más investigación de campo inicial		X	X												
24	Proceso de entrega papelería para completar inscripción EPS-Licenciatura															
25	Elaboración, revisión y entrega de la Evaluación 1. Diagnóstico de Comunicación															
26	Elaboración y entrega – 2 Plan de Comunicación															
27	3- Ejecución del algunas Estrategias del Plan de Comunicación															
28	Entrega del informe de los 3 capítulos para revisión															
29	Recepción y revisión final de informe final															
30	Impresión final de informe empastado con cd's															
31	Finalización del EPS de Licenciatura-Entrega de notas a Control Académico															

Fuente: Elaboración propia



No	Actividades	Mes	Junio					Julio				Agosto					
		Semana	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4		
23	Elaboración y entrega de informes de Fase Propedéutica, más investigación de campo inicial																
24	Proceso de entrega papelería para completar inscripción EPS- Licenciatura							X	X	X							
25	Elaboración, revisión y entrega de la Evaluación 1. Diagnóstico de Comunicación							X	X	X							
26	Elaboración y entrega – 2 Plan de Comunicación												X	X			
27	3- Ejecución del algunas Estrategias del Plan de Comunicación																
28	Entrega del informe de los 3 capítulos para revisión																X
29	Recepción y revisión final de informe final																
30	Impresión final de informe empastado con <i>cd's</i>																
31	Finalización del EPS de Licenciatura-Entrega de notas a Control Académico																

Fuente: *Elaboración propia*



No	Actividades	Mes	Septiembre					Octubre				Agosto				
		Semana	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	
23	Elaboración y entrega de informes de Fase Propedéutica, más investigación de campo inicial															
24	Proceso de entrega papelería para completar inscripción EPS- Licenciatura															
25	Elaboración, revisión y entrega de la Evaluación 1. Diagnóstico de Comunicación															
26	Elaboración y entrega – 2 Plan de Comunicación															
27	3- Ejecución del algunas Estrategias del Plan de Comunicación			X												
28	Entrega del informe de los 3 capítulos para revisión															
29	Recepción y revisión final de informe final															
30	Impresión final de informe empastado con <i>cd's</i>															
31	Finalización del EPS de Licenciatura-Entrega de notas a Control Académico															

Fuente: Elaboración propia



CONCLUSIONES

- Pese a tener 29 años al aire, Radio Exclusiva No poseía, organización interna, ni es conocida por la mayoría de personas.
- Radio Exclusiva No disponía de una estrategia comunicacional adecuada a una buena organización interna.
- La Radiodifusora No contaba con material externo, el cual fue fundamental para conseguir un incremento en su audiencia.
- A la radio le ayudaría en gran manera que la aplicación se ejecute para tener un fácil acceso a ella.
- La Radiodifusora debería cambiar su estrategia de programación y modificar su contenido para que esta sea eficaz para el radioescucha.



RECOMENDACIONES

1. Los calendarios y cronogramas deben ser actualizados mensualmente para que sean de beneficio para el personal de la radio y así mantener un orden.
2. Los calendarios y cronogramas deben ser utilizados por el personal de la radio para conservar un sentido positivo en la entidad radial.
3. El *Brief* elaborado debe seguirse al pie de la letra para que este pueda cumplir su función principal, pues es la base fundamental de la radio, para su operatividad.
4. La campaña publicitaria debe ser divulgada masivamente tanto en radio, tv y valla, por lo menos un mes seguido, para que cumpla con su función de dar a conocer la Radio en medios digitales y así lograr más audiencia.
5. Los medios digitales en los cuales la Radio puede ser escuchada deben estar en funcionamiento total para utilidad de la audiencia.
6. Debería continuarse con el proceso de la aplicación (*app*) para que la Radio sea escuchada de una forma accesible y rápida.
7. La radio debería tomar muy en cuenta que es necesario actualizar el contenido que transmite para ampliar su grupo objetivo.
8. Uno de los problemas principales que la radio tiene es que no cambia la estrategia de su programación transmitiendo un 90% de predicaciones y un 10% de música, por lo cual se recomienda compartir con el radioescucha una cantidad balanceada entre predicaciones y música para que su impacto sea eficaz.



Referencias bibliográficas

- Berganza Conde, Rosa y Ruiz San Román, José A. (2005) Investigar en Comunicación, Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación. España, McGraw-Hill Interamericana de España, S.A.U.
- Bonilla Castro, Elssy, Hurtado Prieto, Jimena y Jaramillo Herrera Christian, (2009) La Investigación, Aproximaciones a la construcción del conocimiento científico. México, Alfaomega
- Centro Regional de Información y Documentación del Principado de Asturias, (2002) “Cómo elaborar un proyecto”. Cuaderno de Orientación no.17. España. 1ra edición.
- Hernández Sampieri, Roberto, Fernández-Collado Carlos, Baptista Lucio Pilar, (2006) “Metodología de la investigación”. México, McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. DE C.V. México 4ta. Edición.
- Hernández Sampieri, Roberto, Fernández-Collado Carlos, Baptista Lucio Pilar, (2014) “Metodología de la investigación”. México, McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. DE C.V. México. 6ta. Edición.
- Mercado, Salvador (2008) ¿Cómo hacer una tesis? Licenciatura, Maestría y Doctorado. México, Editorial Limusa S.A. 4ta edición.
- Piloña Ortiz, Gabriel Alfredo, (2008) “Guía práctica sobre métodos y técnicas de investigación”. 7ma. Edición.



- Unicef, (2006) Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo” Cuadernillo no. 2, 1era. Edición.
- Martínez, A., y Nosnik, A. Comunicación Organizacional Práctica. Manual Gerencial. México DF, México: Editorial Trillas, 1998.
- Stanton, Etzel y Walker, Mc Graw Hill (2004) “Fundamentos de Marketing” Págs. 212-219. 13a. Edición,
- Elías, Joan; Mascaray, José (1998). Más allá de la comunicación interna. Editorial Gestión 2000.
- Argimón J, Jiménez J. Métodos de investigación. Madrid: Ediciones Harcourt;2000.



ANEXOS

Pauta semanal de la Radio

Programación de Radio Exclusiva 1270 AM								
MENSAJE Y/O MICROMENSAJE	HORARIO	PREFIJO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	
DÍA DE LA SEMANA			7	8	9	10	11	
LA PALABRA DE DIOS PARA HOY	12:00:00 a. m.	LPD	114	115	116	117	118	Lun-Vie
DR. LUIS FERNANDO SOLARES B.	01:00:00 a. m.	LFS	250	251	252	253	254	Lun-Dom
ENCUENTRO	02:00:00 a.m.	ENC	623	624	625	626	627	Lun-Dom
UN MENSAJE A LA CONCIENCIA	02:30:00 a.m.	UMC	215	216	217	218	219	Lun-Sab
PORCION BIBLICA	03:00:00 a.m.	POR	106	107	108	109	110	Lun-Vie
DR. RIGOBERTO GALVEZ A.	04:00:00 a.m.	RGA	250	251	252	253	254	Lun-Dom
REFLEXIÓN	05:00:00 a.m.	REF	179	180	181	182	183	Lun-Vie
TESOROS DE LA PALABRA	05:15:00 a.m.	TES	135	136	137	138	139	Lun-Vie
MOTIVACIÓN A LA FAMILIA	05:30:00 a.m.	MOT	179	180	181	182	183	Lun-Vie
JONI Y AMIGOS	05:45:00 a.m.	JYA	179	180	181	182	183	Lun-Vie
EN CONTACTO	06:00:00 a.m.	ECT	179	180	181	182	183	Lun-Vie
CONCEPTOS FINANCIEROS	06:25:00 a.m.	CON	179	180	181	182	183	Lun-Vie
RENOVANDO TU MENTE	06:30:00 a.m.	RTM	36					Lun
CORRER PARA GANAR	06:30:00 a.m.	CPG	179	180	181	182	183	Lun-Vie
EL PEREGRINO	06:45:00 a.m.	ELP		81	82	83	84	Lun-Vie
HC NOTICIAS BIBLICAS	06:55:00 a.m.	HCN	179	180	181	182	183	Lun-Vie
LATIDO	06:57:00 a.m.	LAT	159	160	161	162	163	Lun-Vie
SENDEROS ANTIGUOS	07:00:00 a.m.	SEN	68	69	70	71	72	Lun-Vie
SU MINUTO EN LA BIBLIA	07:15:00 a.m.	SUM	251	252	253	254	255	Lun-Dom
UNA PALABRA CONTIGO	07:20:00 a.m.	UPC	179	180	181	182	183	Lun-Vie
NUESTRO PAN DIARIO	07:25:00 a.m.	NPD	251	252	253	254	255	Lun-Dom
MOMENTOS DE LA CREACION	07:30:00 a.m.	MDC	179	180	181	182	183	Lun-Vie
A TRAVES DE LA BIBLIA	07:32:00 a.m.	ATB	179	180	181	182	183	Lun-Vie
DR. LUIS FERNANDO SOLARES B.	08:00:00 a.m.	LFS	250	251	252	253	254	Lun-Sab
ALIMENTO PARA EL ALMA	09:00:00 a.m.	APA	251	252	253	254	255	Lun-Dom
UN MOMENTO CON ALBERTO MOTESI	09:10:00 a.m.	UMA	215	216	217	218	219	Lun-Sab
ILIJAN LECTURA	09:20:00 a.m.	ILIA	1	2	3	4	5	Lun-Vie
AVIVA NUESTROS CORAZONES	09:30:00 a.m.	ANC	179	180	181	182	183	Lun-Vie
EL AMOR QUE VALE	10:00:00 a.m.	AQV	215	216	217	218	219	Lun-Sab
VIDA EN FAMILIA HOY	10:30:00 a.m.	VFH	179	180	181	182	183	Lun-Vie
PORCION BIBLICA	10:45:00 a.m.	POR	106	107	108	109	110	Lun-Vie
DR. RIGOBERTO GALVEZ A.	11:00:00 a.m.	RGA	250	251	252	253	254	Lun-Sab
VIVENCIAS	11:40:00 a.m.	VIV	179	180	181	182	183	Lun-Vie
MICRO ENFOQUE	11:50:00 a.m.	MIC	179	180	181	182	183	Lun-Vie
VIDA CRISTIANA FAMILIAR SALUDABLE	12:00:00 p.m.	VCF		26				Mar/Sab
MUJER AUN HAY ESPERANZA	12:00:00 p.m.	MAH				36		Jue/Sab



Cuestionarios y encuestas

Cuadro con preguntas de la encuesta realizada en la página de Facebook del medio de comunicación externa de Radio Exclusiva 1270 AM

Preguntas
1. ¿Es usted fiel oyente de Radio Exclusiva?
2. ¿Cuánto tiempo tiene de escucharla?
3. ¿Le parece bueno el contenido que la radio comparte?
4. ¿Ha dado a conocer la radio con sus amigos y conocidos?
5. ¿Cuál es el medio que utiliza para escucharla?
6. ¿Sabía usted que la radio posee medios digitales en donde puede escucharla?
7. ¿Conoce con exactitud los medios digitales que esta posee?
8. Mencione los medios digitales que conoce
9. ¿Cree usted que estos medios ayudan a que, sintonizar la radio sea más accesible?
10. ¿Le gustaría que la radio posea una aplicación que usted pueda descargar en su celular y sintonizarla desde ahí?
11. ¿Cree que sería mucho más fácil sintonizarla por medio de la aplicación?

Fuente: *Elaboración propia*



Fotografías



Entrega de carta solicitando el permiso para la realización del EPS, en Radio Exclusiva 1270 AM. Por epesista Silvia Ramírez a Pablo Portales, director de la Radio. (Occidente, 2020)



Ingesta de programación en el área del edificio de Radio Exclusiva 1270 AM. por el Programador y Operador Lester Hernández. (Occidente, 2020)



Edición de programas en el área del edificio de Radio Exclusiva 1270 AM. por el Editor y Operador Jorge Sian. (Occidente, 2020)



Segunda Cabina de grabación Cabina de grabación en el edificio de Radio Exclusiva 1270 AM.



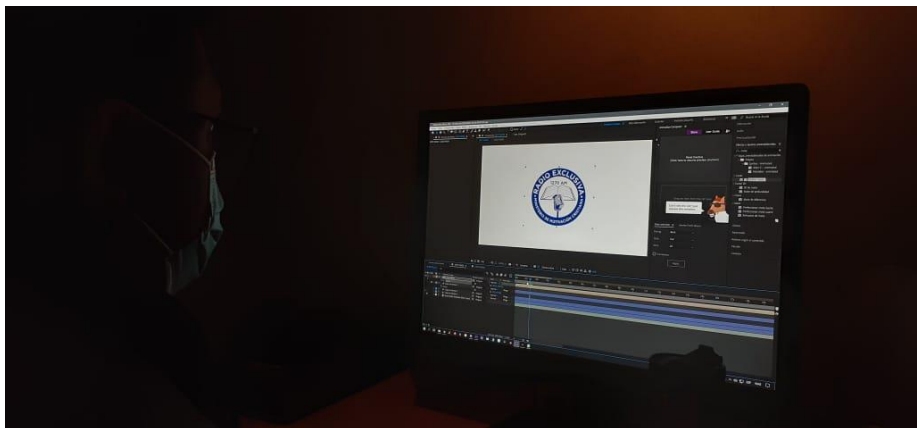
Cabina de Programación e Ingesta en el edificio de Radio Exclusiva 1270 AM. (Occidente, 2020)



Primera Cabina de grabación en el edificio de Radio Exclusiva 1270 AM (Occidente, 2020)



*Edición de spot de televisión No.1 en Cabina de edificio de Canal 27
(Occidente, 2020)*



*Edición de spot de televisión No.2 en Cabina de edificio de Canal 27
(Occidente, 2020)*



*Edición de spot de radio No.1 en Cabina de edificio de Radio Exklusiva
1270 AM (Occidente, 2020)*



*Edición de spot de radio No.2 en Cabina de edificio de Radio Exclusiva
1270 AM (Occidente, 2020)*

Conferencias

- ✓ **Licda. Brenda Chacón**, Comunicación organizacional
- ✓ **Licdo. Jonathan Mejía**, Comunicación en tiempos de crisis
- ✓ **Licdo. Sergio Rinaldi**, Los grandes retos de nuestra profesión ante la crisis mundial y las nuevas tecnologías
- ✓ **M.A. Walter Pérez**, Redacción de objetivos para diagnóstico y estrategia de comunicación
- ✓ **Licda. Sandra Corzo**, FODA, Árbol de problemas
- ✓ **Licda. Krista Ramírez**, Cualitativo y Cuantitativo
- ✓ **M.A. Evelin Hernández**, Análisis de recopilación de datos
- ✓ **Licdo. Mynor René Martínez**, Herramientas digitales para la nueva comunicación
- ✓ **Evelyn Morazán**, Barreras de comunicación
- ✓ **Lic. Yoshiro Gómez**, Creatividad para radio
- ✓ **Licda. Brenda Chacón**, Comunicación organizacional
- ✓ **Dr. José María Torres**, Eficiencia de la Expresión Verbal en Video Conferencias Académicas
- ✓ **Publicista Raúl Urbina**, La radio en línea en la Nueva Era Digital



- ✓ **Victor Figueroa**, Salud y seguridad ocupacional y normas complementarias para la prevención de Covid-19 en los lugares de trabajo
- ✓ **M.A. Maynor Amézquita**, Desarrollo de plan de comunicación
- ✓ **Lic. Mynor Martínez**, Herramientas digitales para la ejecución del plan de comunicación
- ✓ **Ricardo Girón**, Manejo de herramientas digitales y medios de comunicación en la actualidad
- ✓ **M.A. Marvin Sarmientos**, Creando contenidos para redes sociales
- ✓ **Flavio Pivaral**, Herramientas para estrategias de comunicación digital efectivas
- ✓ **M.A. Jorge Roberto Morales**, El proceso de la estrategia de la comunicación desde su concepto hasta la aplicación
- ✓ **Licda. Edna Marroquín de León**, La importancia de la comunicación interna en tiempos de crisis
- ✓ **M.A. Evelin Hernández**, ¿Cómo evaluar mi proyecto de comunicación?
- ✓ **Licda. Krista Ramírez**, Organizar, controlar y coincidir

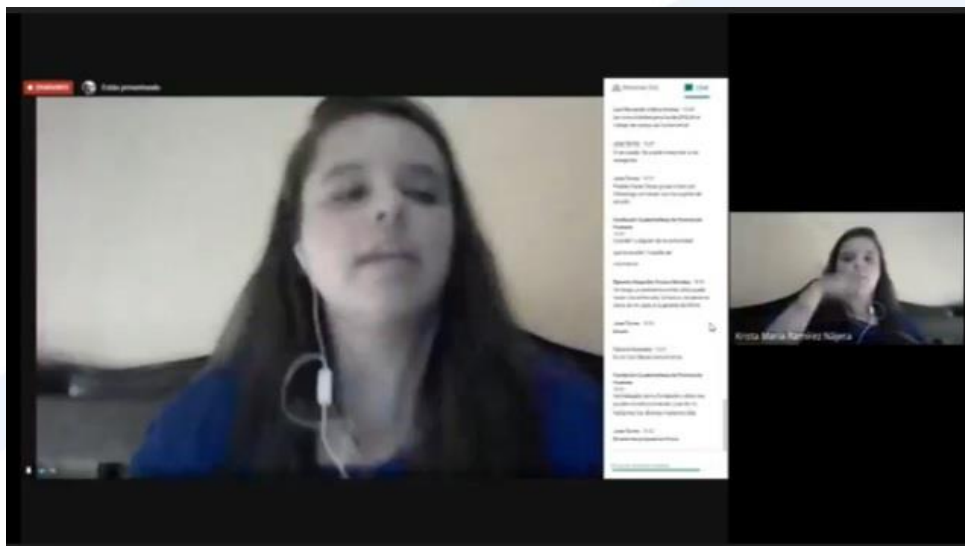


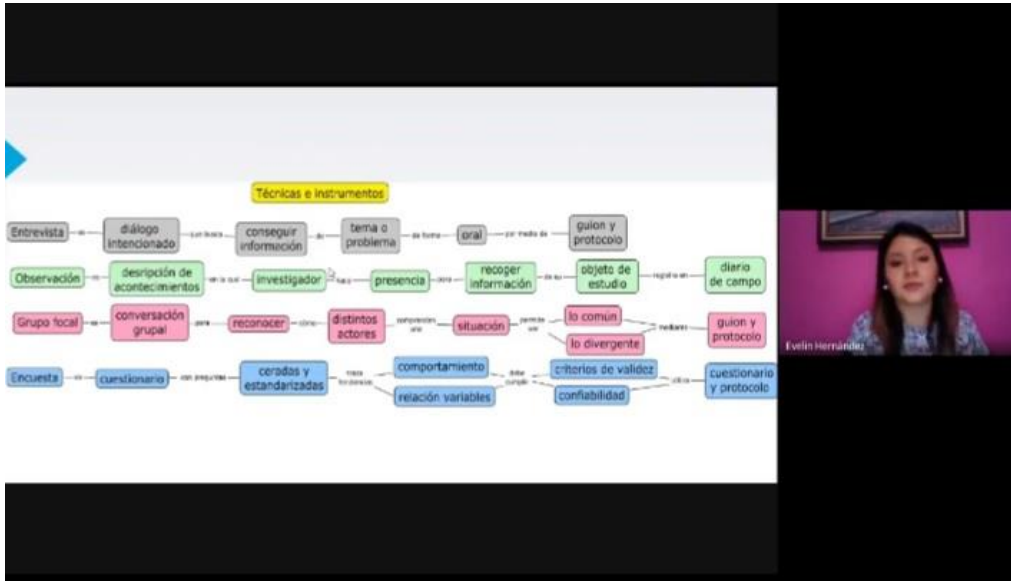
Mynor René Martínez >

Mynor René Martínez >

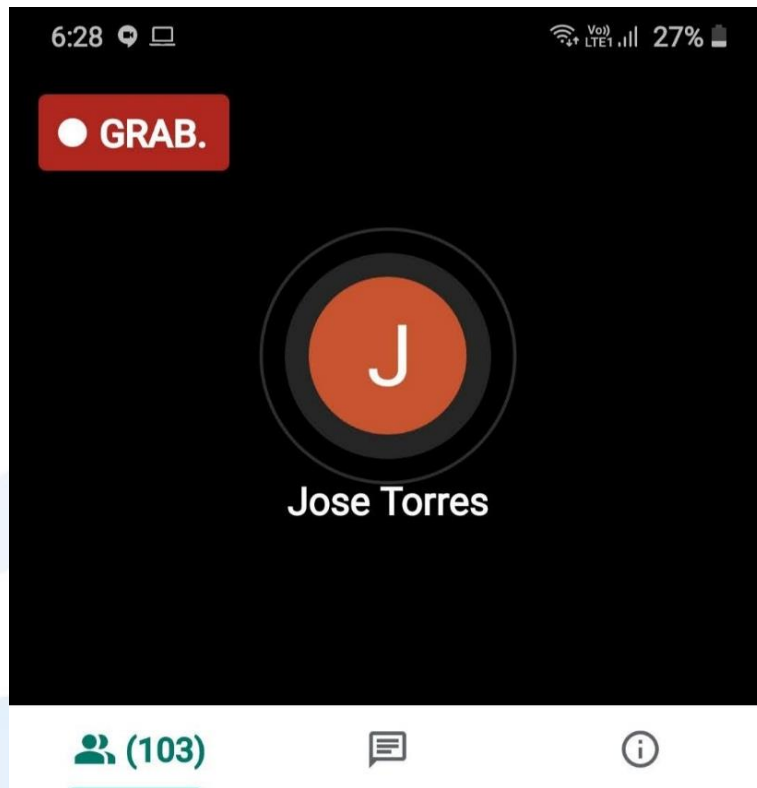
Claudia Ramírez >

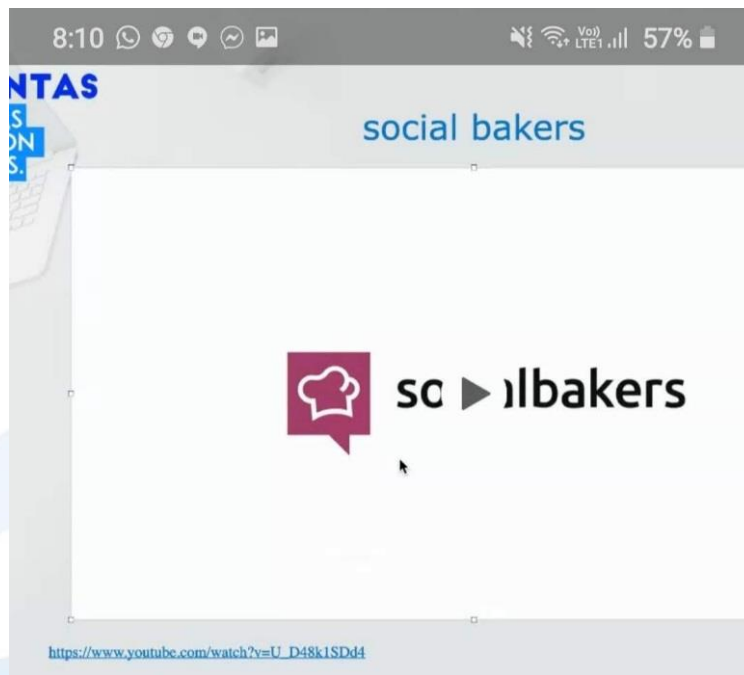
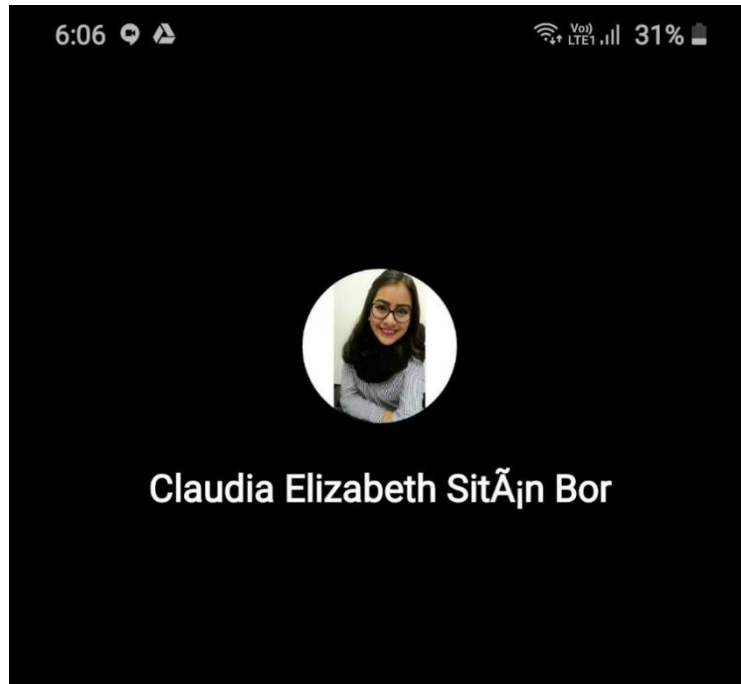
Otras personas en la reunión (75)

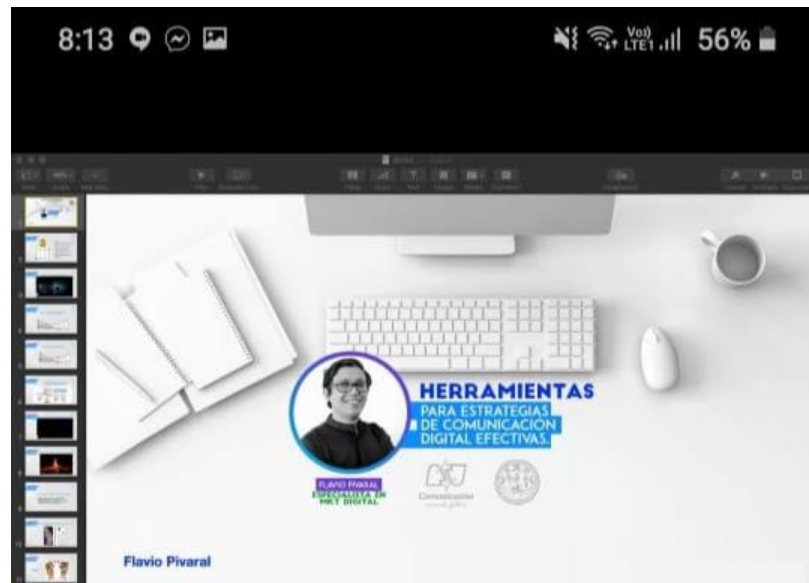


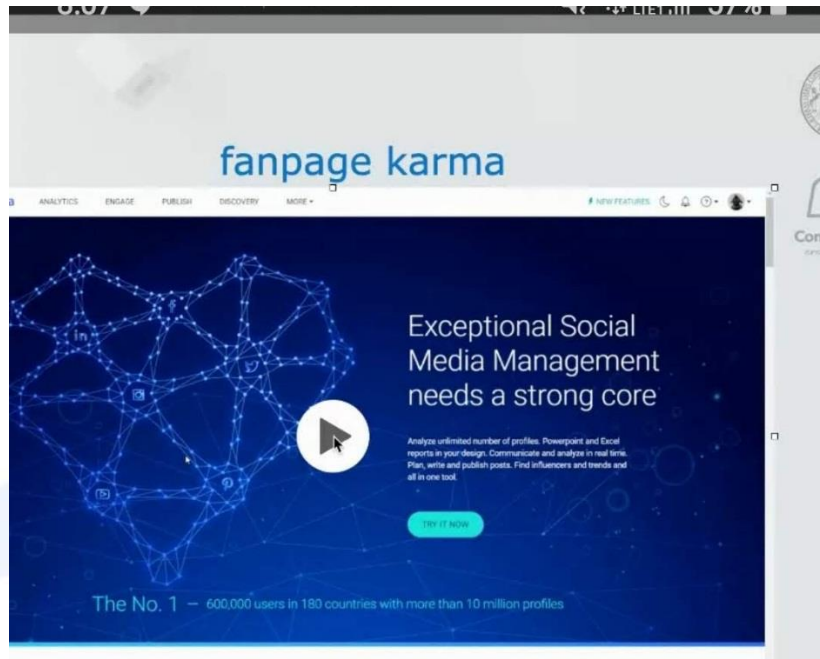
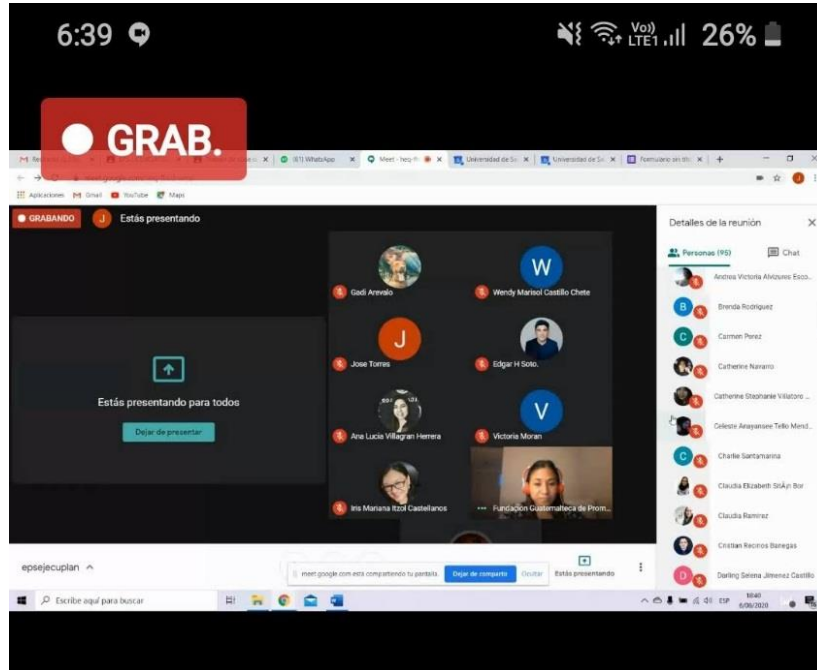














6:11

GRAB.

- El valor de la comunicación hay que demostrarla y la forma es mediante un **informe de resultados** que debe tener en cuenta siempre estos apartados:
 - Situación de la que se parte (es muy importante)
 - Objetivos
 - Estrategia /Acciones
 - Medición/ Indicadores /KPIs
 - Evolución,
 - Resultados
 - Conclusiones / Recomendaciones

7:29

63%

HERRAMIENTAS PARA ESTRATEGIAS DE COMUNICACION DIGITAL EFECTIVAS.

MODO BÚSQUEDA	MODO DESCUBRIR
Racional / Lógico	Emocional / ilógico
Utilitario	Entretención
Práctico	Ocio
Conveniente	Controversial
Accesible	Divertido
Soluciones	Complejo



GRAB.

Objetivos:

General:
Gestionar y posicionar la marca de forma positiva en nuestros clientes y públicos de interés por medio de tácticas publicitarias digitales, mediáticas y de campo.

Específicos:

- Contar con el marco normativo para el uso de la marca y los procesos asociados a su estricto cumplimiento.
- Ejecutar una estrategia publicitaria que permita el buen posicionamiento de la marca de cara a sus distintos públicos así como cumplir con los requerimientos regulatorios y operativos de la compañía.
- Contar con los estudios y mediciones de marca asociados a nuestra gestión.

¿ Necesita ayuda con esto? Comparte esto con tus compañeros. [Dale al corazón](#) [Dale](#)

GRAB.

Programas de comunicación

- Nueva cultura Inkia
- Cronograma anual de temáticas y difusión

Objetivo	Tema	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Posicionamiento de nueva cultura organizacional y proceso de evaluación cualitativa de desempeño	Cultura											
	Principio 1											
	Principio 2											
	Principio 3											
	Principio 4											
Principio 5												

¿ Necesita ayuda con esto? Comparte esto con tus compañeros. [Dale al corazón](#) [Dale](#)



Bocetos

Story board 1

Spot 1

Escena: 1	Escena: 2	Escena: 3
Radio Exclusiva 1270 AM.	Durante las 24 horas del día los 365 días del año le vamos acompañando durante 29 años	porque sabemos que merece palabras de verdad, palabras que llenen su espíritu y fortalezcan su alma.
Escena: 4	Escena: 5	Escena: 6
Nos puede escuchar por medios drgitalas	www.radioexclusiva.org - Radio en línea Tunein - aplicación para teléfonos inteligentes Domy play - Radio en línea y claro música	Escúchenos y fortalezca su alma con palabras de Dros. Radio exclusiva 1270 AM. Perseguirando juntos a Guatemala con Dros.
Emisora del Santo Ministerio de Mstración Cristiana.		


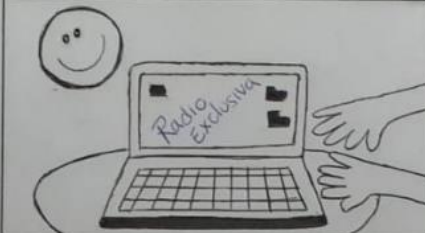

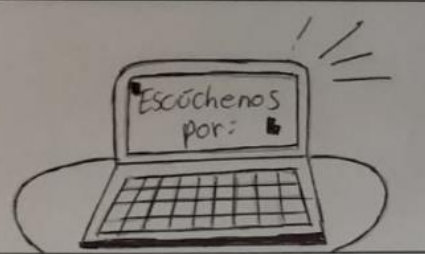


Cree sus propios en Storyboard That

Fuente: Elaboración propia



Story board 2

Spot 2

<p>Escena: 1</p> 	<p>Escena: 2</p> 	<p>Escena: 3</p> 
<p>¿problemas con la sintonía de su radio?</p>	<p>Escuche radio exclusiva en medios digitales</p>	<p>obtendrá predicas que vendicrán su vida alabanzas que nutrirán su espíritu y programas que alimentarán su alma con palabras de Dios.</p>
<p>Escena: 4</p> 	<p>Escena: 5</p> 	<p>Escena: 6</p> 
<p>Escúchenos por:</p>	<p>www-radioexclusiva.org-Radio en línea Tunein - Aplicación para teléfonos inteligentes Domi play - Radio en línea y clara música</p>	<p>Radio Exclusiva!!! 1270 AM. Reconciliando susitos en Guatemala con Dios. Ensayos del santo ministerio de motivación Cristiana.</p>

Cree sus los propios en Storyboard That

Fuente: Elaboración propia



Boceto, valla



Fuente: Elaboración propia



Cotización de materiales y artes de campo



17 AVENIDA 97-00 ZONA 11, COLUMBA LAS CHANCIAS
GUATEMALA, GUATEMALA, GUATEMALA
TEL: (502) 2489-0440 FAX: (502) 2477-0448
WWW.IDM.COM.GT

PROPUESTA DE INVERSIÓN

FECHA	Documento 29 de Junio 2020	COT. No.	A20-282
CLIENTE	UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA	ATENCIÓN	
DIRECCIÓN			
PROYECTO	IMPRESIONES PARA VALLA		

Código	Cantidad	Descripción	Unidad	Precio / U	Precio Total
	2	Vitiles tamaño Carta Impreso a full color en vitil adhesivo de acuerdo a diseño del cliente,	Q	9.00	Q 27.00
	1	Lona para Valla Impreso a full color de acuerdo a diseño del cliente, instalada sobre valla perimetral. Dimensiones 10.12mts x 2.4mts	Q	2,671.68	Q 2,671.68
FORMA DE PAGO: 70% ANTICPO Y 30% CONTRAENTREGA TIEMPO DE ENTREGA: 8 DIAS DURACIÓN DE LA OFERTA: 15 DIAS PAGOS A NOMBRE DE: GRUPO IDM DE GUATEMALA, S.A.					
SUB TOTAL				Q	2,678.68
IVA				Q	323.94
TOTAL				Q	2,678.68

ACEPTADA POR (FIRMAR)
NOMBRE, FIRMA Y SELLO

MISHEL DONIS CEL: 5558-2263
MISHEL DONIS
IDM



noeChilel@gmail.com
 +(502) 4686-2696

27.07.2020
Cotización C00113

Cliente Radio Exclusiva NIT _____

Dirección _____ Tel. 2421-3400

	Descripción:	Valor
ANIMACIÓN 2D / 3D COMPOSICIÓN MOTION GRAPHICS DISEÑO ARTE / CREATIVIDAD EDICIÓN VIDEO / BROADCAST /	Spot Institucional Radio Exclusiva 1270 AM: - <i>Diseño vectorial</i> - <i>Composición 2D/3D</i> - <i>Animación de gráficos 2D</i> - <i>Modelado y animación Logo 3D (5 seg)</i> - <i>Edición video</i> * <i>Duración 30 seg.</i> <i>Bonificación 15 seg. versión vertical redes.</i>	Q. 2,000.00 +IVA
	- Entrega 3 días hábiles -	Total: Q. 2,240.00



Observaciones: Anticipo 50% y al entregar proyecto el 50% restante.
Modificaciones hasta 3 (si fuesen necesarios) a 8 Hrs. entrega c/u.



Ejemplos de materiales ejecutados

Agosto						
Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
						1
Lester Hernández 2	Lester Hernández 3	4	Lester Hernández 5	6	Lester Hernández 7	8
Katy Marroquín 9	Katy Marroquín 10	11	Katy Marroquín 12	13	Katy Marroquín 14	15
Lester Hernández 16	Lester Hernández 17	18	Lester Hernández 19	20	Lester Hernández 21	22
Katy Marroquín 23	Katy Marroquín 24	25	Katy Marroquín 26	27	Katy Marroquín 28	29
Lester Hernández 30	Lester Hernández 31					

Fuente: Elaboración propia

Septiembre						
Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
		1	Lester Hernández 2	3	Lester Hernández 4	5
Katy Marroquín 6	Katy Marroquín 7	8	Katy Marroquín 9	10	Katy Marroquín 11	12
Lester Hernández 13	Lester Hernández 14	15	Lester Hernández 16	17	Lester Hernández 18	19
Katy Marroquín 20	Katy Marroquín 21	22	Katy Marroquín 23	24	Katy Marroquín 25	26
Lester Hernández 27	Lester Hernández 28	29	Lester Hernández 30			

Fuente: Elaboración propia



Calendario de producción de temporada

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1 año nuevo	14 día del cariño	Semana santa	Semana Santa	1 día del trabajador	30 día del ejercito		17 día de la bandera	15 día de la independencia	20 día de la revolución		24 noche buena
	20 día de la marimba	8 día de la mujer	30 día del árbol	4 día mundial contra el cáncer	20 día del padre			27 día de la biblia	1 día del niño		25 Navidad
			22 día de la tierra	10 día de la madre	25 día del maestro						

Fuente: Elaboración propia

Portada del Brief





Portada de Cronograma



Portada de Calendario





Guion para valla

Radio Exclusiva 1270 AM. Redacción: Silvia Ramírez Medio: Radio Exclusiva Vehículo: Radio	
Editor	Texto
Hallan Pa	¿Problemas con la sintonía de su Radio? Escúche radio exclusiva en línea www.radioexclusiva.org – Radio en línea <i>Tunein</i> – aplicación para teléfonos inteligentes <i>Domi play</i> – radio en línea Y claro música

Fuente: *Elaboración propia*

Boceto de valla



Elaborado por: epesista Silvia Ramírez, agosto 2020



Guion de Radio Spot 1

<p>Radio Exclusiva 1270 AM. Programa: Medios digitales Redacción: Silvia Ramírez Producción: Silvia Ramírez</p>	<p>Locutor: Eduardo Bocaletti Medio: Radio Exclusiva Vehículo: Radio Duración: 30 seg.</p>
LOCUTOR	TEXTO
LOCUTOR	<p>Radio Exclusiva 1270 AM.</p> <p>Durante las 24 horas del día, Los 365 días del año, Le hemos acompañado durante 29 años, Porque sabemos que merece palabras de verdad, Palabras que llenen su espíritu y fortalezcan su alma</p> <p>Nos puede escuchar en medios digitales www.radioexclusiva.org – Radio en línea <i>tunein</i> – aplicación para teléfonos inteligentes <i>domi play</i> – radio en línea y claro música</p> <p>Escúchenos y fortalezca su alma con palabra de Dios</p> <p>Radio Exclusiva 1270 AM. Reconciliando juntos a Guatemala con Dios Emisora del Santo Ministerio de Motivación Cristiana</p> <p>-----</p> <p>INTENCIÓN: AMIGABLE</p>
OPERADOR	

Fuente: *Elaboración propia*



*Edición de spot de radio No.1 en Cabina de edificio de Radio Exclusiva 1270 AM
(Occidente, 2020)*



*Spot de radio No 1 edificio de Radio Exclusiva 1270 AM
(Occidente, 2020)*



Guion técnico de televisión *Spot 1*

Escena	Plano	Movimiento	Acción	Texto	Sonido	SFX
1	Abierto	Paneo	Mesa vacía y luego entra manos con computadora y la coloca sobre la mesa	Radio exclusiva 1270 AM.	Música <i>Underscore</i>	Sonido interferencia en radio
2	Abierto	Paneo	Sale de la pantalla un cuadro con el texto del lado derecho	Durante las 24 horas, del día	Música <i>Underscore</i>	Sonido de flash
3	Abierto	Zoom out	Sale de la pantalla un cuadro con el texto lado izquierdo	Los 365 días del año	Música <i>Underscore</i>	Sonido alguien hablando
4	Abierto	Tilt	Sale de la pantalla un cuadro con el texto al centro	Le hemos acompañado durante 29 años	Música <i>Underscore</i>	Sonido alguien hablando
5	Cerrado	Zoom out	Sale de encuadre la computadora y entra cuadro con texto	Porque sabemos que merece palabras de verdad	Música <i>Underscore</i>	Sonido de flash
6	Cerrado	Paneo	Entra al encuadre otro cuadro con el texto	Palabras que llenen su espíritu y fortalezcan su alma	Música <i>Underscore</i>	Sonido de flash
7	Cerrado	Tilt	Vuelve a entrar la computadora sobre la mesa con el texto	Nos puede escuchar en medio digitales	Música <i>Underscore</i>	Sonido de flash
8	Abierto	Tilt	Sale de la pantalla un cuadro con el texto del lado derecho	www.radioexclusiva.org – Radio en línea tunein – aplicación para teléfonos inteligentes domi play – radio en línea y claro música	Música <i>Underscore</i>	Sonido de flash
9	Abierto	Tilt	Sale de la pantalla un cuadro con el texto lado izquierdo	Escúchenos y fortalezca su alma con palabra de Dios	Música <i>Underscore</i>	Sonido de flash
10	Cerrado	Zoom out	Sale de la pantalla un cuadro con el texto al centro	Radio Exclusiva 1270 AM. Reconciliando juntos a Guatemala con Dios Emisora del Santo Ministerio de Motivación Cristiana	Música <i>Underscore</i>	Sonido de flash

Fuente: *Elaboración propia*

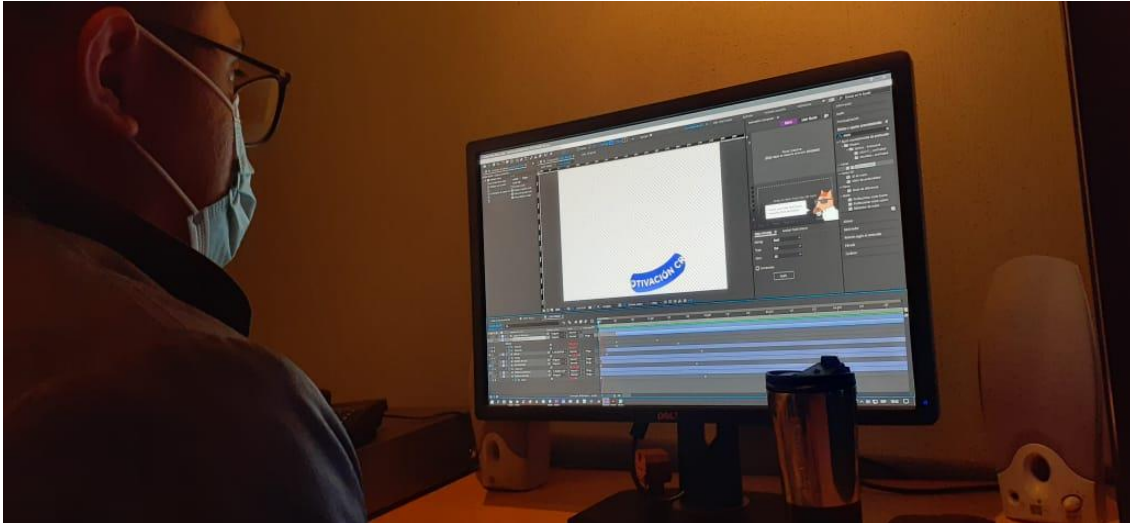
Storyboard 1

Spot 1

<p>Escena: 1</p>	<p>Escena: 2</p>	<p>Escena: 3</p>
<p>Radio Exclusiva 1270 AM.</p>	<p>Durante las 24 horas del día los 365 días del año le hemos acompañado durante 29 años</p>	<p>porque sabemos que merece palabras de verdad, palabras que llenen su espíritu y fortalezcan su alma.</p>
<p>Escena: 4</p>	<p>Escena: 5</p>	<p>Escena: 6</p>
<p>Nos puede escuchar por medios drgrtales</p>	<p>www.radioexclusiva.org - Radio en línea Tuner - aplicación para teléfonos inteligentes Domy play - Radio en línea y claro música</p>	<p>Escúchenos y fortalezca su alma con palabras de Dios. Radio exclusiva 1270 AM. Reconciliando juntos a Guatemala con Dios.</p>
<p>Emisora del Santo Ministerio de Mstración Cristiana.</p>		

Cree sus propios en Storyboard That

Fuente: Elaboración propia



Edición de spot de televisión No. 1 en Cabina de edificio de Canal 27 (Occidente, 2020)



Spot de televisión No.2 editado en canal 27 (Occidente, 2020)



*Edición de spot de radio No. 2 en Cabina de edificio de Radio Exclusiva 1270 AM
(Occidente, 2020)*



Spot de radio No 2 edificio de Radio Exclusiva 1270 AM



Guión técnico de televisión *Spot 2*

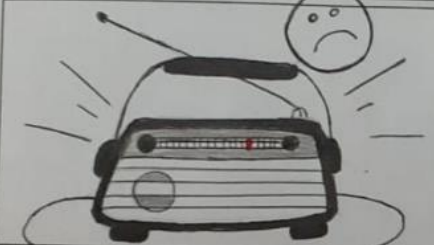
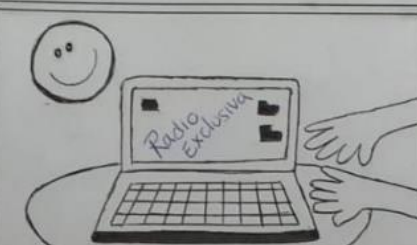

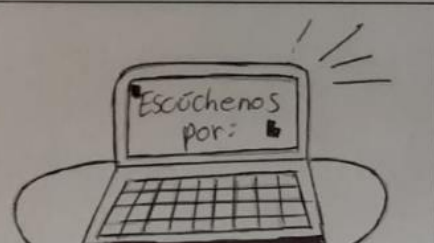


Escena	Plano	Movimiento	Acción	Texto	Sonido	SFX
1	Abierto	Zoom out	Mano tratando de sintonizar la Radio	¿Problemas con la sintonía de su radio?	Música Underscore	Sonido interferencia en radio
2	Abierto	Paneo	Logo de Radio Exclusiva	Escuche Radio Exclusiva 1270 AM. En medio digitales.	Música Underscore	Sonido de flash
3	Abierto	Paneo	Celular con predicas	Obtendrá, predicas que bendecirán su vida	Música Underscore	Sonido alguien hablando
4	Abierto	Paneo	Celular con alabanzas	alabanzas que nutrirán su espíritu,	Música Underscore	Sonido alguien hablando
5	Cerrado	Paneo	Celular con programa	y programas que alimentarán su alma con palabra de Dios	Música Underscore	Sonido de flash
6	Cerrado	Paneo	Back con texto	Escuchenos por:	Música Underscore	Sonido de flash
7	Cerrado	Paneo	Back con texto	www.radioexclusiva.org – Radio en línea tunein – aplicación para teléfonos inteligentes domi play – radio en línea y claro música	Música Underscore	Sonido de flash
8	Abierto	Paneo	Back con texto	Radio Exclusiva 1270 AM.	Música Underscore	Sonido de flash
9	Abierto	Paneo	Back con texto	Reconciliando juntos a Guatemala con Dios Emisoras del Santo Ministerio de Motivación Cristiana	Música Underscore	Sonido de flash

Fuente: Elaboración propia



Storyboard 2

Spot 2

<p>Escena: 1</p> 	<p>Escena: 2</p> 	<p>Escena: 3</p> 
<p>¿problemas con la sintonía de su radio?</p>	<p>Escuche radio Exclusiva en medios digitales</p>	<p>obtendrá predicas que vendrán su vida, alabanzas que nutrirán su espíritu y programas que alimentarán su alma con palabras de Dios.</p>
<p>Escena: 4</p> 	<p>Escena: 5</p> 	<p>Escena: 6</p> 
<p>Escúchenos por:</p>	<p>www-radioexclusiva.org - Radio en línea Tunein - Aplicación para teléfonos inteligentes Domi play - Radio en línea y clara música</p>	<p>Radio Exclusiva!!! 1270 AM. Reconciliando sus tios en Guatemala con Dios. Dios - Emisora del santo ministerio de motivación Cristiana.</p>

Creo sus los propios en Storyboard That

Fuente: Elaboración propia



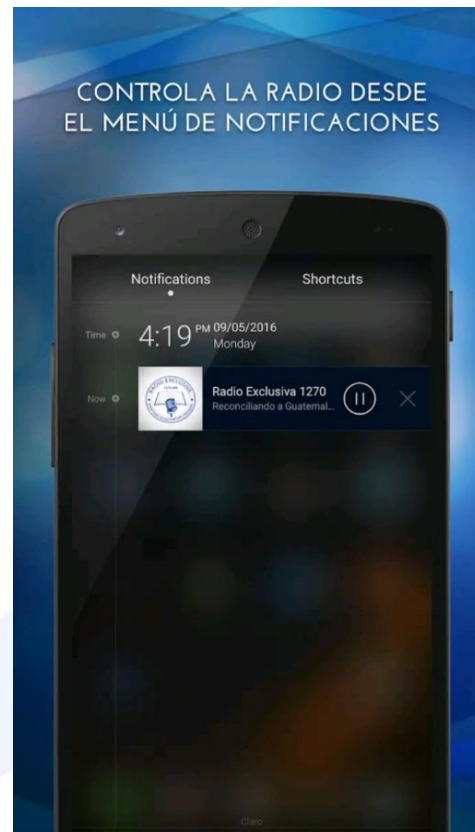
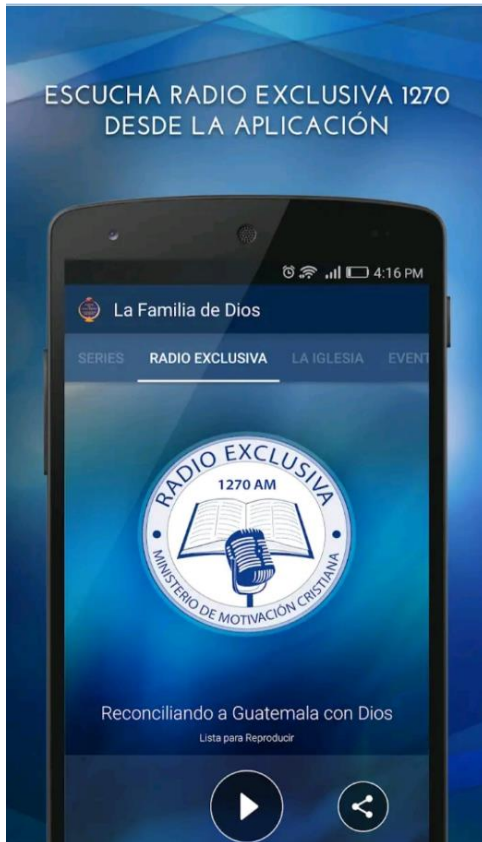
Edición de spot de televisión No.2 en Cabina de edificio de Canal 27 (Occidente, 2020)

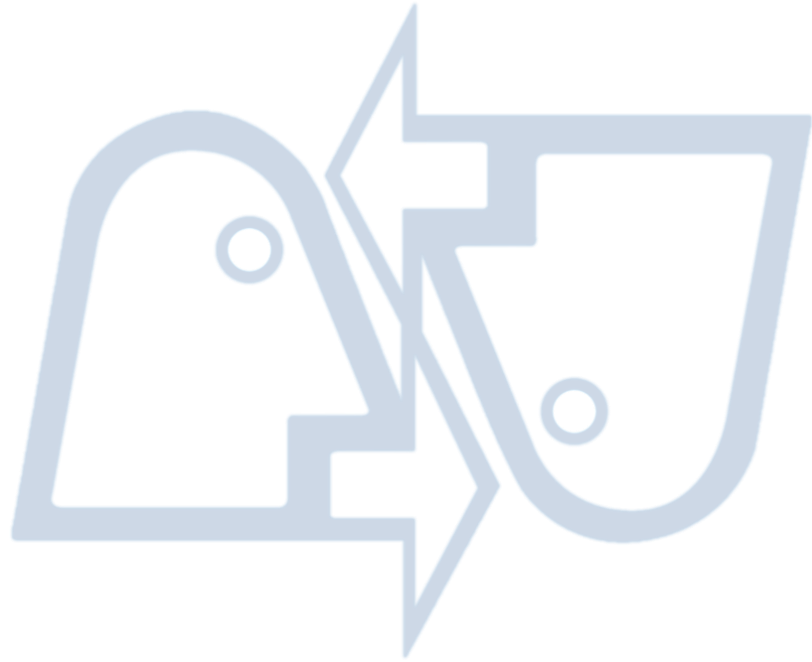


Spot de televisión No.2 editado en canal 27 (Occidente, 2020)



Aplicación Radio Exclusiva





Comunicación
creando futuro