

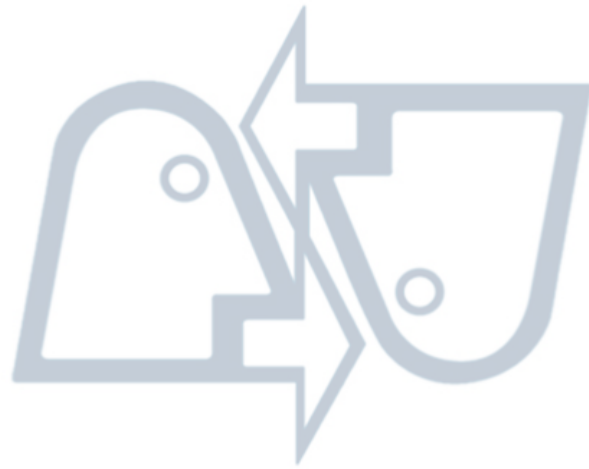
Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

The seal of the Universidad de San Carlos de Guatemala is a large, circular emblem in the background. It features a central shield with a figure on horseback, a crown above, and two castles on either side. The shield is flanked by two pillars with banners that read 'PLUS' and 'ULTRA'. The outer ring of the seal contains the Latin text 'CETERAS ORIS CONSPICUA CAROLINA ACADEMIA COACTEMALENSIS INTER'.

Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Externa como eje transversal
para el desarrollo en San Juan Ermita, Chiquimula

Luis Fernando Urbina Alvarez
Licenciado 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 como eje transversal
para el desarrollo en San Juan Ermita, Chiquimula

Luis Fernando Urbina Alvarez

Previo a optar al título de:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesora:
M.A. Evelin Morazán Gaitán



Guatemala, octubre 2020



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

Director

Lcdo. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

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 Arévalo

Supervisores

Lcdo. Mynor René Martínez y

M.A. Edgar Martínez García



Guatemala, octubre 19 de 2020

Epsl07-01

Estudiante de EPS de Licenciatura
Luis Fernando Urbina Álvarez
Carné no. 200019919
Presente.

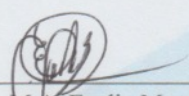
Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de manera virtual titulado: **“Diagnóstico y estrategia de Comunicación Externa para la implementación de una Radio en línea para la Municipalidad de San Juan Ermita, Chiquimula”** y de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por Unanimidad por parte del Tribunal Examinador.


Se autoriza el trabajo final en el Acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de 5 ejemplares impresos que deberá entregar a las instancias respectivas indicadas; así como 3 CD’s con el documento incluido con el formato PDF los cuales deberá entregar a la Biblioteca Flavio Herrera, Biblioteca Central y a la Coordinación de EPSL de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


M.A. Evelin Morazán
Supervisor




Dr. José María Torres Carrera
Coordinador



17/02/2020

Jonathan Rojas



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



Guatemala 17 de febrero de 2020
Ref.EPSL.Doc.3-170220

Inga. Mirna Regina Valiente
Coordinadora del programa EPSUM.
Univrsidad de San Carlos de Guatemala
Su Despacho

Estimada Inga. Valiente:

La Dirección de la Unidad del Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, le extiende un cordial saludo, deseándole éxito en sus actividades cotidianas.

Atentamente me permito presentar al estudiante universitario Luis Fernando Urbina Álvarez quien se identifica con número carné no.200019919 de la disciplina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación quien se asignó a la municipalidad de San Juan Ermita, Chiquimula, por el período comprendido de 6 meses desde el 15 de febrero al 15 de agosto en el programa de EPSUM, departamento de Guatemala.

De antemano agradecemos su colaboración y apoyo. Sin otro particular me suscribo respetuosamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Lic. César Augusto Paiz Fernández
Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación



C.C. Archivo
Dr.PhD José Torres
MA. Evelin Morazán



Municipalidad de San Juan Ermita

DEPARTAMENTO DE CHIQUIMULA, GUATEMALA, C.A.



San Juan Ermita, Chiquimula 15 de julio 2020

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos
Presente

Es un gusto ponernos en contacto con ustedes, deseamos que las actividades académicas que desempeñan se desarrollen de una manera exitosa a pesar de las implicaciones administrativas derivadas de la pandemia de COVID-19

Por medio de la presente carta, hacemos constar que el estudiante **Luis Fernando Urbina Alvarez**, identificado con el **DPI 1893-75124-0101** y carné **200019919** fue **ACEPTADO** por esta municipalidad para elaborar su Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación a partir del 15 de febrero 2020 y colaborado con esta institución de manera remota hasta la fecha; debido a las medidas de prevención para evitar la propagación de la pandemia de COVID-19.

Agradecemos el apoyo institucional que la Escuela de Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala nos brinda. Esperamos la reincorporación de su estudiante a partir de agosto del año en curso, será una valiosa contribución a nuestra gestión municipal.

Sin otro particular nos suscribimos de ustedes.

Edyín Ramiro Avalos

TI

Municipalidad San Juan Ermita, Chiquimula.



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



DEDICATORIA



A DIOS:

Por permitirme nacer guatemalteco, obtener una educación formal y por brindarme la inspiración para guiar mi vida, su mano ha preservado mi vida y me ha fortalecido en todo momento, mi gratitud personal hacia Él. Gracias por cumplir tus promesas.

A MIS PADRES:

Por educarme con amor, comprensión y cariño, sus cuidados me han permitido ser feliz, su ejemplo son la mejor lección de trabajo, bondad y esfuerzo que se requiere para triunfar y ser una persona propositiva para la sociedad. María Elena, aunque en los títulos esté escrito mi nombre, son tuyos, los días de niño persiguiéndome para que estudiara son la más fiel prueba de ello. Don Alfredo, se que hubieras disfrutado tener en tus manos este documento, tanto como disfrutaste los momentos con tus hijos y nietos. Sabíamos con certeza, mis sueños son tuyos y los tuyos míos.

A MIS HERMANOS:

Lilian, Nestor, Maricela, Mónica, Francis, Renato y Andrea, todos somos muy distintos, cada uno de nosotros ha tenido su afán y nos ha tocado formarnos a nosotros mismos, de todos y cada uno de ustedes tengo gratos recuerdos y valiosas lecciones, le agradezco a Dios por permitirme ser su hermano, me siento humilde por tremendo privilegio, gracias por cuidarme.



A MI FAMILIA:



No solo nos unen los lazos de sangre, nos unen las memorias, los sueños, las metas familiares y sobre todo el deseo que cada uno de nosotros sea mejor día a día, mi gratitud a mis abuelos. Chevo, aún sueño con tus herramientas de trabajo, un día estaremos todos juntos tal como lo dijiste la última vez que conversamos, labraste mi carácter y me diste una visión eterna de la familia. Abuelita Mechés, la última vez que hablamos tu ya no podías hacerlo, y aunque ya no recuerdo tu voz, deseo un día volver a escucharla, recuerdo tus ojos que me vieron por última vez y como se dilataron tus pupilas, estabas feliz de verme de nuevo, supe sin duda que solo me esperabas para partir, y así fue.

A mis primos que me apoyaron incondicionalmente. Axel y Omar, valoré mucho las veces que me ayudaron a cumplir con mis responsabilidades de estudiante. Oswaldo, siempre fuiste el ejemplo de un buen estudiante, un gran padre y ahora abuelo, que privilegio haber crecido con vos y tus hermanos. Geovanni por compartir los sueños de mi viejo y los míos, por tu ejemplo y apoyo incondicional para que materialice mis metas, tu amistad vale más que cualquier riqueza. A mis tíos, que siempre esperan lo mejor de nosotros, también han sido un ejemplo de dedicación. Abuelita Pancha gracias por llenar de luz mis días, tu sonrisa aún ilumina mis mañanas y tu amor lo siento aún infinitamente. Quisiera escribir aquí mi gratitud para todos ustedes por nombre, mi amor para todos mis primos y tíos de las dos familias, son tantas las razones para alegrarnos.



AGRADECIMIENTOS

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA** por recibirme en sus aulas, formar mi criterio, ampliar mis conocimientos y permitirme cuestionar el conocimiento, una institución noble que ha transformado mi vida.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** que me recibió en mi juventud, que me mostró la inmensidad del conocimiento y de su utilidad en su vida profesional.

Al **CUERPO DE DOCENTES** de la escuela, algunos de ustedes compartieron su conocimiento, experiencia y tiempo, otros me enseñaron el tipo de profesional que no debemos ser.

A mis **AMIGOS** Juan Francisco Roldán, Isaac Castellanos, Karen Figueroa, Anny Mendoza y Saraí Medrano, en distintos momentos nos acompañamos en esta aventura universitaria, compartimos sueños, desiluciones y muchas alegrías, ustedes son parte de mis logros, los aprecio.





INDICE

INTRODUCCIÓN	I
ANTECEDENTES	III
JUSTIFICACIÓN	IV
CAPÍTULO I	1
DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN	1
1.1. La Institución: Municipalidad de San Juan Ermita, Chiquimula.	1
1.2. Perfil Institucional	1
1.3. Ubicación Geográfica	2
1.4. Integración y Alianzas Estratégicas	2
1.5. Origen e Historia	2
1.6. Departamentos o dependencias de la institución	4
1.7. Organigrama de la Municipalidad	5
1.8. Misión	5
1.9. Visión	5
1.10. Objetivos Institucionales	6
1.11. Público Objetivo	6
1.12. Diagnóstico	6
1.13. Técnicas de recolección de datos	8
1.13.1. Observación	9
1.13.1.1. Tipos de Observación	10
1.13.1.2. Lo observado en la Municipalidad de San Juan Ermita Chiquimula	10
1.13.2. Documentación	10
1.13.3. Entrevistas de profundidad	11
1.13.4. Grupos Focales	12
1.13.5. Encuesta	13



1.14.	Interpretación de resultados	15
1.15.	FODA	37
1.16.	Problemas Detectados	40
1.17.	Planteamiento del problema comunicacional	41
1.18.	Indicadores de Éxito	43
1.19.	Proyecto a Desarrollar:	43
<i>CAPÍTULO II</i>		44
<i>PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN</i>		44
2.	Plan Estratégico de comunicación	44
.1.	2.1. Descripción técnica del Plan Estratégico de Comunicación	44
2.2.	Objetivos de la Estrategia	45
2.2.1.	Objetivo General	45
2.2.2.	Objetivos Específicos	45
2.3.	Misión	45
2.4.	Visión	46
2.5.	Elementos comunicacionales a aplicar según diagnóstico	46
2.5.1.	Comunicación	46
2.5.2.	Comunicación Organizacional	47
2.5.3.	Comunicación Interna	47
2.5.4.	Comunicación Externa	50
2.5.5.	Las tecnologías de la información y la comunicación en la formación docente... ..	52
2.5.6.	Comunicación masiva	53
2.6.	Alcances y límites de la estrategia	53
2.7.	Metodología de para la aplicación de la Estrategia de Comunicación	54
2.8.	Actividades para la Operatividad de la Estrategia	56



2.8.1.	Propuesta No. 1. Elaborar la imagen gráfica para la radio comunitaria.....	57
2.8.2.	Propuesta No. 2. Capacitación y formación	59
2.8.3.	Propuesta No. 3. Implementación de los canales digitales y de la plataforma web donde estará alojada la radio en línea.....	60
2.9.	Cronograma del plan de comunicación externa.	61
2.10.	Financiamiento.....	63
2.11.	Presupuesto	63
2.12.	Beneficiarios	64
2.13.	Recursos Humanos	65
2.14.	Áreas Geográficas de Acción	65
2.15.	Cuadro Comparativo de Estrategias	66
<i>CAPÍTULO III.....</i>		69
<i>EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA.....</i>		69
3.	Informe de la ejecución.	69
3.1.	Nombre de la Ejecución no. 1: Diseño y validación de nombre e imago tipo para radio comunitaria en San Juan Ermita Chiquimula.....	69
3.2.	Nombre de la Ejecución No. 2. Capacitación y formación	79
3.3.	Ejecución no. 3 implementación de los canales digitales y de la plataforma web donde estará alojada la radio en línea.....	81
<i>REFERENCIAS</i>		94
<i>E-GRAFÍAS.....</i>		95
<i>ANEXOS IV.....</i>		96



INTRODUCCIÓN

El presente diagnóstico permite conocer a profundidad las características comunicacionales del Municipio de San Juan Ermita, la problemática institucional endémica y como estos problemas estructurales se han profundizado a partir de la crisis sanitaria originada por el COVID19. También permite conocer de cerca las instituciones que trabajan en ella y comprender la dinámica social del municipio en mención.

Se plantea un proyecto comunicacional que tiene como objetivo ayudar a las autoridades municipales a crear un eje transversal para luchar contra el rezago educativo, la desnutrición, la información de fuentes confiables y hacer uso de las funciones educativas, informativas y de entretenimiento de la comunicación. A la vez se plantea un reto importante, que pondrá a prueba la capacidad de ejecución de los involucrados en la implementación del proyecto.

Para ello se ha realizado una serie de consultas con el consejo municipal, la Superintendencia de Telecomunicaciones, el juez de asuntos municipales, empresarios radiales, asesores académicos y colegas comunicadores con amplia experiencia en el medio, así como se ha recurrido a la experiencia vivencial del autor de dicho diagnóstico, quién en busca de una solución estructural elabora este diagnóstico y se plantea el problema comunicacional a resolver.

Dicho problema radica en las deficiencias estructurales que padecen algunos municipios del país, que han quedado en el olvido por sus autoridades locales y por los gobiernos centrales. Se hace evidente en el diagnóstico que el tejido social del municipio necesita fortalecerse y generar desarrollo humano que permita suplir las necesidades de su sociedad de forma integral y sostenible.

Como solución a este problema estructural se plantea la estrategia de comunicación externa, para llevar a cabo la implementación de una radio en línea como un proyecto piloto para preparar a los actores vivos de la comunidad para implementar una radio en el espectro radiofónico en el mediano plazo.



Sin más que ahondar, se exhorta a los académicos y autoridades municipales a enfocarse en la solución estructural de los problemas de sus comunidades, a impulsar el desarrollo local y a dinamizar la interacción en los distintos sectores de su sociedad, desarrollo que solo podrá lograrse con compromiso, preparación y transparencia. A la vez el presente trabajo hace patente el lema de la Universidad de San Carlos “Id y enseñad a todos”.



ANTECEDENTES

Guatemala es un país multiétnico y multicultural, que durante los últimos años ha estado en constante crecimiento y desarrollo social. Sin embargo, este crecimiento y desarrollo no ha sido posible en todas las regiones del país, prueba de ello son la profunda disparidad en los indicadores de desarrollo humano que establecen a Guatemala, como uno de los más desiguales del mundo, dónde la productividad del país aún no logra crecer más de un 4% interanual como lo proponían los acuerdos de paz.

Esta limitante en el desarrollo económico impacta directamente en otros indicadores como el nivel educativo, la calidad de vida de la población, el acceso a servicios básicos como el agua, electricidad, salud, vías de comunicación, transporte y disposición de bienes y servicios necesarios para satisfacer las necesidades de una sociedad en vías de desarrollo.

A estas necesidades se puede agregar los derechos humanos de tercera generación, los que en síntesis indican que todos los seres humanos tienen derecho al acceso de la información y a los medios tecnológicos para informarse. En este contexto de amplias carencias sociales en algunos sectores sociales se enfocan en el papel de la comunicación y los medios informativos e interactivos como herramienta para lograr el desarrollo humano.

Estas carencias sociales también se reflejan en el acceso a las telecomunicaciones, estadísticas indican que en el departamento de Guatemala se alcanza un máximo del 65% de acceso al internet, porcentaje mucho menor en regiones semiurbanas y rurales del país. En este contexto, se ha realizado el presente diagnóstico, lo que ha permitido visualizar el rumbo que deben tomar la propuesta que de este documento se presente a la Municipalidad de San Juan Ermita.



JUSTIFICACIÓN

La necesidad de este diagnóstico surge como parte fundamental en el proceso de formación profesional en grado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, integrado al equipo de estudiantes que participan en el Ejercicio Profesional Supervisado Multidisciplinario -EPSUM-.

Institución que tiene como misión abordar el diagnóstico e identificación de la problemática de las comunidades del interior del país, como herramienta científica para aportar soluciones a la realidad local, utilizando un enfoque étnico y cultural de las regiones en donde se realiza este estudio, trabajado en conjunto con estudiantes de otras disciplinas profesionales, con los que se debe hacer sinergia para plantear soluciones a los problemas locales.

Por ello, el estudiante se ha trasladado a la comunidad designada, en la cuál se utiliza el método científico para conocer la realidad de la sociedad local, observando, investigando e identificando las necesidades comunicacionales del municipio objeto de estudio. Durante este proceso de inmersión en la comunidad local, que dio inicio el 15 de febrero 2020, se logró establecer comunicación con autoridades municipales, autoridades locales, entidades de gobierno y servicios públicos del municipio de San Juan Ermita, Chiquimula.

Trazando como objetivo del estudiante de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación identificar los problemas comunicacionales del municipio y plantearlos en su magnitud en el presente diagnóstico. Para ello se ha hecho uso del método científico, herramientas de recolección de datos, así como una etapa de investigación de gabinete, técnicas que en su conjunto facilitan presentar este diagnóstico.

Cabe resaltar que en esta etapa inicial, el país y la raza humana, se ha visto impactada por la pandemia Covid-19, situación que ha modificado la naturaleza de dicho diagnóstico, principalmente por las políticas de distanciamiento social establecidas por las autoridades gubernamentales y por las disposiciones del Consejo Superior Universitario -CSU- y autoridades de -EPSUM- que en salvaguarda de los estudiantes dieron las pautas para continuar el Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- en su modalidad virtual, siguiendo las



indicaciones de la unidad académica de salvaguardar la salud e integridad de los universitarios.

Situación que se adaptó por las disposiciones presidenciales de limitación de movilidad entre departamentos y la posterior implementación del sistema de alertas roja, naranja, amarilla y verde.

Al inicio de este diagnóstico el diario de campo y la observación fueron las herramientas que permitieron el desarrollo de este documento, así como el trabajo de gabinete, lo que nos permitió identificar los problemas estructurales de la comunidad y como estas deficiencias impactan en los distintos ámbitos de la vida diaria en el municipio.

Las deficiencias estructurales son el resultado de la debilidad institucional y del tejido social endémico que históricamente ha carecido de las capacidades para brindar al municipio de una estructura de medios de comunicación comunitarios o privados. Hace que San Juan Ermita dependa de los medios de la cabecera departamental o de canales de cable de municipios circunvecinos, así como de radios regionales.

Otro de los aspectos identificados ha sido el impacto que genera la brecha digital en el municipio y en las diferentes aldeas que lo componen, lo que se hace latente en comunidades rurales con altos índices de pobreza y desnutrición.

En la actual coyuntura, se hace evidente la debilidad estructural; dificultando el acceso a los medios de comunicación a toda la población, convirtiéndose en una barrera comunicacional en la educación, en la divulgación para promover los hábitos de higiene personal, disposiciones de distanciamiento social, así como de los programas de apoyo que se han establecido por las autoridades locales y gubernamentales para la contención de la pandemia.



CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN

1.1. La Institución: Municipalidad de San Juan Ermita, Chiquimula.

1.2. Perfil Institucional

El poblado de San Juan Ermita fue fundado en 1530 y hasta finales del siglo XVII fue parte de Quetzaltepeque, en ese entonces funcionando como cabecera de curato para el clero secular, la cual fue trasladada posteriormente al poblado de Esquipulas.

En la constitución del Estado de Guatemala promulgada el 11 de octubre de 1825 se le asignó al Circuito de Chiquimula en el Distrito No. 4 en la impartición de justicia. Su nombre tiene origen en el nombre del santo católico San Juan el Bautista y su toponimia se basa en dos hipótesis: 1. Que en el lugar se encontraba una pequeña ermita y de manera consuetudinaria los pobladores le llamaron así. 2. Que el territorio habría sido poblado por ermitaños, por lo que decidieron llamarle de esa forma.

La municipalidad de San Juan Ermita se encuentra en un proceso de reingeniería, esto debido a la naturaleza democrática del sistema político nacional, lo que permite el cambio de autoridades municipales en elecciones libres cada 4 años. Esta reingeniería está orientada a sanear las debilidades administrativas encontradas por el nuevo concejo municipal y reorientar la función pública al nuevo liderazgo.

Se han identificado una serie de desafíos institucionales que se mencionan en la matriz FODA realizada como una herramienta de diagnóstico de la situación actual de la nueva administración municipal y la prestación de servicios.



1.3. Ubicación Geográfica

San Juan Ermita, perteneciente al departamento de Chiquimula, se ubica en la región central a una distancia de 27 km de la cabecera departamental y a 188 km de la ciudad capital por la ruta al atlántico. Cuenta con aproximadamente 80 kilómetros cuadrados, según el sistema de información geográfico del MAGA. La cabecera municipal tiene una ubicación con las coordenadas geográficas de latitud 14°45'37'' y longitud 89°25'50''. (SEGEPLAN, 2010)

1.4. Integración y Alianzas Estratégicas

La municipalidad de San Juan Ermita forma parte de la mancomunidad Chortí, que es una organización conformada técnicamente por una ONG que lleva ese nombre y representantes de las distintas municipalidades del corredor seco, entre ellas Camotán, Jocotán, Olopa, y San Juan Ermita. Con esta alianza estratégica se coordinan trabajos en el sector de producción de alimentos para fortalecer la agricultura de subsistencia con el propósito de apoyarles técnicamente para generar un excedente que les permita comercializar los productos.

Además de esta alianza, la municipalidad trabaja integralmente en el eje de desarrollo social con la SESAN, la dirección departamental del MINEDUC, Departamental de Salud y la Secretaría de Prevención contra la Violencia y la Trata de personas, esta última interesada en evitar estos delitos en la región fronteriza con Copán, Honduras, ubicada a una distancia de 26KM de San Juan Ermita.

1.5. Origen e Historia

Según registros históricos, el municipio de San Juan Ermita fue fundado en el año 1,730, en la época colonial del siglo XVII. El nombre de San Juan Ermita es de origen español. Una vez que se fundaban una comunidad, los españoles le asignaban un nombre de un Patrón, en este caso San Juan Bautista y el complemento del nombre “Ermita” se cree que lo más probable es que antes de ser construida la iglesia actual, hubiera una pequeña iglesia o capilla



que viene siendo una ermita, lugar desde el cuál se realizaba la predicación del catolicismo en la región Chortí, centro de importancia religiosa para la curia que posteriormente se trasladó al que conocemos en la actualidad como el Municipio de Esquipulas. (SEGEPLAN, 2010).

Los municipios se encuentran regulados en diversas leyes de la República, que establecen su forma de organización, lo relativo a la conformación de sus órganos administrativos y los tributos destinados para los mismos. Aunque se trata de entidades autónomas, se encuentran sujetos a la legislación nacional y las principales leyes que los rigen desde 1985 son descritos en la siguiente tabla.

No.	Ley	Descripción
1	Constitución política de la República de Guatemala	Tiene una regulación legal específica para los municipios en los artículos 253 al 262
2	Ley Electoral y de partidos políticos	Ley de carácter constitucional aplicable a los municipios en el tema de su conformación de autoridades electas
3	Código Municipal	Decreto 12-2002 del Congreso de la República de Guatemala, tiene categoría de ley ordinaria y contiene preceptos aplicables a todos los municipios, e inclusive contiene legislación referente a la creación de los municipios.

Tabla 1: Diagnóstico San Juan Ermita, 2 C EPSUM 2019

El gobierno del municipio está a cargo del Consejo Municipal, el cuál es el órgano colegiado superior de deliberación y decisión de los asuntos municipales, y tiene su sede en la circunscripción de la cabecera municipal, en el artículo 33 del código municipal se establece



que corresponde exclusivamente al consejo municipal el ejercicio del gobierno del municipio.

El consejo municipal se integra con el alcalde, síndicos y concejales, electos directamente por sufragio universal y secreto para un periodo de cuatro años pudiendo ser reelectos.

Existen también las alcaldías auxiliares, los Comités Comunitarios de Desarrollo -COCODE- El Comité de Desarrollo Municipal – COMUDE- el Comité Municipal de Seguridad Alimentaria -COMUSAN- y los Comités Comunitarios de Seguridad Alimentaria -COCOSAN-las asociaciones culturales y las comisiones de trabajo.

Los alcaldes auxiliares son electos por las comunidades de acuerdo a los principios y tradiciones, y se reúnen con el alcalde municipal el primer domingo de cada mes, mientras que los Comités Comunitarios de Desarrollo y el Comité Municipal de Desarrollo organizan y facilitan la participación de las comunidades priorizando necesidades y problemas.

1.6. Departamentos o dependencias de la institución

- Consejo Municipal
- Auditoría Interna
- Alcalde Municipal
- COMUDE
- Dirección de Administración Financiera -DAFIN-
- Almacén
- Dirección Municipal de la Mujer
- Secretaría Municipal
- Dirección Municipal de Planeamiento
- Unidad de Acceso a la Administración Pública
- Juzgado de Asuntos Municipales
- Dirección de Recursos Humanos
- Servicios Públicos



- Dirección Municipal de Seguridad Alimentaria y Nutricional
- Servicios Generales
- Unidad General del Adulto Mayor
- Dirección de Deporte, Arte y Cultura

1.7. Organigrama de la Municipalidad

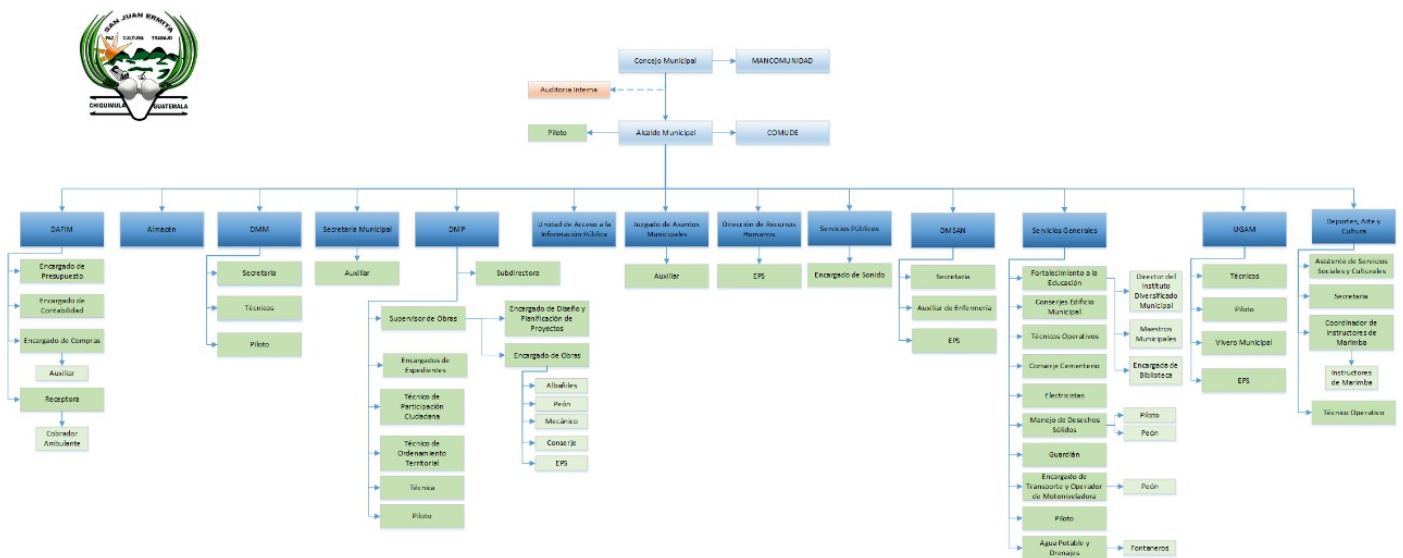


Figura 1: Oficina de información pública, Municipalidad San Juan Ermita.

1.8. Misión

Somos una institución autónoma, eficiente e innovadora, que presta, abastece, gestiona y facilita servicios que generan un adecuado desarrollo económico, social y cultural; contribuyendo al bienestar de cada familia sanjuanera.

1.9. Visión

Ser una municipalidad líder en el apoyo y promoción del desarrollo local, comprometida en brindar servicios de alta calidad, con transparencia, equidad, credibilidad y confianza, integrada en completa armonía con el entorno natural de la región Chórti’.



1.10. Objetivos Institucionales

- Brindar atención pronta y de calidad a los usuarios de los servicios municipales.
- Mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio por medio de la creación de infraestructura que facilite la productividad agrícola y el comercio.
- Fomentar el desarrollo social por medio de la promoción de la educación técnica de los jóvenes entre los 12 y 18 años.
- Incentivar el turismo departamental y regional promocionando los sitios turísticos del municipio.
- Mejorar los índices de salud nutricional por medio de la oficina Municipal de Seguridad Alimentaria.
- Diseñar sistemas de agua entubada para introducir el agua potable en las comunidades que carecen de este servicio.
- Crear los mecanismos de difusión de información verídica y oportuna para las comunidades del municipio.

1.11. Público Objetivo

Jóvenes adolescentes de los 12 a 17 años que están en edad escolar, adultos de los 18 a 60 años, con diversas labores como la agricultura, la construcción, el comercio, la ganadería o labores del hogar que tengan acceso a internet en el municipio de San Juan Ermita, Chiquimula.

1.12. Diagnóstico

En las ciencias sociales, un diagnóstico, es un estudio que tiene como objetivo principal identificar los problemas que aquejan a un grupo social de una región específica. Para poder elaborarlo, se necesita definir una metodología que permita al investigador recabar los datos necesarios para comprender el contexto, las características y variables que afectan el entorno, así como su dinámica social.



Dicha metodología, debe ser cuidadosamente seleccionada, ya que las distintas técnicas de investigación deben permitir la comprensión de los fenómenos sociales que se estudian, así como identificar las causales de la fenomenología endémica del grupo de estudio. Al mismo tiempo, los conocimientos técnicos de los investigadores deben estar en capacidad de brindar soluciones a la problemática identificada.

Objetivo General

- 1) Identificar los problemas comunicacionales del municipio de San Juan Ermita.

Objetivos Específicos

- 1) Comprender los hábitos de uso de medios del municipio
- 2) Enumerar los medios de comunicación que tienen difusión en San Juan Ermita
- 3) Elaborar una propuesta de proyecto para solucionar uno de los problemas identificados durante la etapa de diagnóstico.

Tipos de Investigación

La investigación de tipo social puede delimitarse por el tipo de objetivos que persiguen dentro de cuatro tipos fundamentales, los que pueden partir desde la compenetración que el investigador desea obtener con un determinado fenómeno, la descripción de cosas, determinar relaciones o asociaciones entre variables o contrastar hipótesis. (Selltiz, 1970)

Sin embargo, es importante anotar que la investigación es un proceso flexible, el cual puede sufrir modificaciones determinadas por las condiciones con las cuales podemos vernos enfrentados durante la elaboración del trabajo de campo. Los estudios de corte cuantitativo, puede tener como objetivo, comprobar hipótesis, definir el diseño de un proyecto o recabar datos. Los cualitativos, estos son emergentes, surgen durante el proceso de la investigación cuantitativa y se obtienen resultados en cualquier etapa de su elaboración.

La literatura sobre los tipos de investigación y sus estudiosos han definido cuatro principales tipos de investigación: exploratorios, descriptivos, correlacionales y los explicativos. Debido



a que en San Juan Ermita no hay fuentes secundarias de información que nos permitan obtener información documental sobre los problemas de comunicación, se decidió elaborar una investigación exploratoria. Utilizando métodos de investigación primaria y secundaria que nos permitan comprender a los medios de comunicación y su impacto en el desarrollo de la comunidad.

1.13. Técnicas de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos se clasifican en fuentes primarias y fuentes secundarias, siendo las fuentes primarias las que generan información nueva, original que son el resultado del trabajo de investigación, este tipo de datos se recolectan durante la interacción que se genera entre el investigador y el objeto de estudio, recaba información de los distintos actores involucrados en un fenómeno social.

Es por ello de suma importancia su correcta aplicación en un proceso de investigación, ya que por medio de esta información podremos descubrir el o los fenómenos que afecten a un conglomerado social.

Por su parte, las fuentes secundarias, son aquellas fuentes de información ya existentes, estudios previos, experimentos, publicaciones científicas que se relacionen con nuestro estudio, esta fuente de información se encuentra organizada y estructurada, ha sido producto del análisis de un fenómeno que ya ha sido estudiado.

Nos permitirá acceder a conocimiento ya existente sobre los distintos temas que estemos estudiando, regularmente los encontraremos en estudios de rigor académico, donde se exponga en su debida amplitud un fenómeno en particular, que pueda ser verificable por la comunidad científica.

Además, las técnicas de investigación y de recolección de datos pueden tener enfoques cualitativos o cuantitativos, en cada uno de ellos se busca un fin distinto, por ejemplo, los datos cualitativos, tienen como objeto identificar las cualidades intrínsecas de un fenómeno, las características holísticas y particulares. Por el contrario, los estudios cuantitativos tienen



objeto identificar patrones de comportamiento, cuantificar características y medir de manera exacta un fenómeno.

Es por ello, que para elaborar el presente diagnóstico se utilizaron 4 herramientas, todas ellas permitirán al investigador obtener información de fuentes primarias para dar vida a nuestra investigación, y así descubrir los fenómenos comunicacionales que se desarrollan silenciosamente en el Municipio de San Juan Ermita.

Estas herramientas son:

- Observación
- Diario de campo
- Documentación
- Entrevista a profundidad
- Encuesta

1.13.1. Observación

Todo conocimiento científico proviene de la observación directa o indirecta, proceso que por excelencia la observación en ciencias es una herramienta empírica, que puede llegar a ser utilizada de manera metódica premeditadamente, esto sucede al establecer un patrón o variables a observar en un conglomerado social, ya sea se encuentren en los hechos, actores sociales, los contextos físicos de dónde se desarrolla la actividad que sea objeto de estudio.

Para poder realizar la observación de manera científica es necesario que se diseñe previamente un conjunto de categorías que serán parte del objeto de estudio del investigador. Se debe establecer las reglas con las que se utilizará la herramienta y estandarizar la forma de registrarlo.



1.13.1.1. Tipos de Observación

En las ciencias sociales, podemos clasificarla en cuatro categorías, las cuales son:

- Observación Sistemática
- Observación No Sistemática
- Observación Externa o No Participante
- Observación Interna o Participante
- Registro de la Información a partir de la información

1.13.1.2. Lo observado en la Municipalidad de San Juan Ermita Chiquimula

Al iniciar el proceso de inmersión en la comunidad se establecieron las variables a observar durante el proceso de diagnóstico, la primera de ellas fue la dinámica e interacción de los funcionarios municipales con los liderazgos locales de las distintas aldeas, sus medios de comunicación y el uso que hacen de esos medios para establecer comunicación con sus distintos grupos objetivos.

También se estableció que se observaría los medios de comunicación masivos disponibles en el municipio, el nivel de acceso a estos medios y el uso que hacen los pobladores de San Juan Ermita de los nuevos medios, luego de establecidas las variables a observar se diseñaron las herramientas que nos permitirían cuantificar dichas observaciones, las cuales se detallan en este mismo apartado.

1.13.2. Documentación

Se ha realizado una fase de investigación de gabinete, la cuál ha permitido ubicar diagnósticos previos, información gubernamental e información bibliográfica pre existente del municipio de San Juan Ermita. Las publicaciones del RIC, MAGA y SEGEPLAN han



permitido tener un conocimiento exacto de las características topográficas, económicas, demográficas y culturales del municipio objeto del diagnóstico.

1.13.3. Entrevistas de profundidad

Esta herramienta de recolección de datos, se elabora ad hoc para cada uno de los entrevistados, es una herramienta flexible, ya que su objetivo es obtener información cualitativa, con el propósito de profundizar en los aspectos determinados por el investigador.

En este estudio, se precisó obtener información coyuntural de lo que sucede en la región, se identificó a distintos líderes locales, con los cuales no solo realizaron la entrevista, también se estableció una relación profesional compartiendo las expectativas de lo que ellos esperan obtener de la gestión del investigador, estos líderes abarcan distintos espectros de la vida en el municipio, ellos son:

- Alcalde Municipal Miguel Ángel Pérez
- Electo por primera vez con el partido Unión Nacional de la Esperanza.
- Marta García
- Directora de la Escuela Rural Minas Abajo.
- Licenciado Portillo
- Juez de Asuntos Municipales.
- Rosaidalia Vásquez
- Padre de familia encargada de la OPF y miembro del COCODE
- Karla Anayeli Ramos
- Familia beneficiaria del programa de la refacción escolar para 2 niños de Minas Abajo
- Jéssica Margoth Lemus Díaz



- Gestora Educativa
- Mineduc
- Director de Frecuencias
- Superintendencia de Telecomunicaciones Guatemala

Con la información recabada se ha podido identificar los principales problemas de comunicación en el municipio de San Juan Ermita, entendiendo la dinámica social local y los retos que enfrentan como sociedad. También permitió al investigador visualizar la debilidad institucional de la municipalidad, de los problemas que ha heredado y deberá solventar para generar credibilidad, transparencia y desarrollo local. Esta herramienta permitió la obtención de la información necesaria para elaborar nuestro FODA y se encuentran sus formularios en los anexos del presente estudio.

1.13.4. Grupos Focales

Por su naturaleza, los grupos focales son una herramienta que tiene como propósito evaluar las percepciones de los participantes respecto a un tema particular y sus distintos aspectos, esta herramienta al ser aplicada de manera errónea brindará resultados únicamente subjetivos, es importante que el investigador estructure adecuadamente el cuestionario a realizar para poder cuantificar las respuestas del grupo, para ello deberá elaborar cuestionamientos que permitan respuesta medibles y a la vez que faciliten la comprensión del pensamiento o percepción particular del participante.

Debe realizarse en un entorno de confianza, en el cuál los integrantes se sientan libres de expresar lo que piensan, sin ser cohibidos o manipulados a expresar un criterio que no sea el propio.



1.13.5. Encuesta

Esta herramienta permitió tener acercamiento a una muestra de la población objeto de estudio, de manera integral y multidisciplinaria en conjunto con los estudiantes de EPSUM pudimos conocer aspectos relacionados a la productividad local, la salud, nutrición, educación y hábitos de uso de medios.

Esta herramienta describe la demográfica y geográficamente el área. El levantado de datos en campo se desarrolló entre el 9 y el 13 de marzo del año en curso y se levantó en conjunto con personal del Mineduc quienes realizaban un recorrido en las comunidades, esta sinergia facilitó obtener la data en muy reducido tiempo.

Debido a que si conocemos la totalidad de la población se decidió utilizar la fórmula para una población finita, en la que buscamos alcanzar un 90% de confiabilidad en nuestro estudio para determinar los hábitos de uso medios, la herramienta utilizada se presenta en los anexos de este documento.

Muestra

Debido al rigor del estudio que se elabora, la encuesta tiene como objeto cuantificar los hábitos de uso de medios de los pobladores del Municipio de San Juan Ermita, para lo cual se toma en cuenta el universo de habitantes de la comunidad, que según fuentes oficiales alcanza los 16841 pobladores. Para poder obtener un resultado con el 90% de confiabilidad y contemplar un margen de error máximo del 5% utilizaremos la formula para un universo finito, la que se describe a continuación.

Fórmula

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En dónde:

n: Tamaño de muestra que queremos calcular

N: Tamaño de la población -16841-



Z: Coeficiente de confianza $Z=1.645$ para un nivel de confianza del 90%

p: Probabilidad de éxito 0.50

q: Probabilidad de fracaso 0.50

d: Error máximo admisible 5%

$$n = \frac{16841 \times 1.645^2 \times .50 \times .50}{.05^2 \times (16841 - 1) + 1.645^2 \times .50 \times .50}$$

$$n = 68$$

Lo que indica, que la muestra a recolectar es de 68 encuestas, las cuales serán elaboradas al azar el 50% mujeres y el 50% hombres mayores de edad en todas las comunidades de San Juan Ermita. Esta labor se hizo viable al realizar una alianza con los gestores educativos del MINEDUC que durante el mismo periodo de tiempo realizaban una encuesta para determinar el nivel de inscripción en las escuelas del municipio.

Dicha alianza consistió en dividir las comunidades y trabajar de manera independiente ambas herramientas, lo que facilitó el levantado de la información en el campo.

Es importante resaltar, que inicialmente se había considerado tener una confiabilidad del 95%, lo que nos exigía una muestra de 376 encuestas, con ese objetivo se inició el levantado de datos, sin embargo, al momento de la suspensión de actividades por la pandemia se iban recolectando 53 herramientas a igual número de personas, por ello se decidió cambiar la confiabilidad del estudio al 90% lo que hizo viable la levantada de datos a pesar de las disposiciones gubernamentales del distanciamiento social.

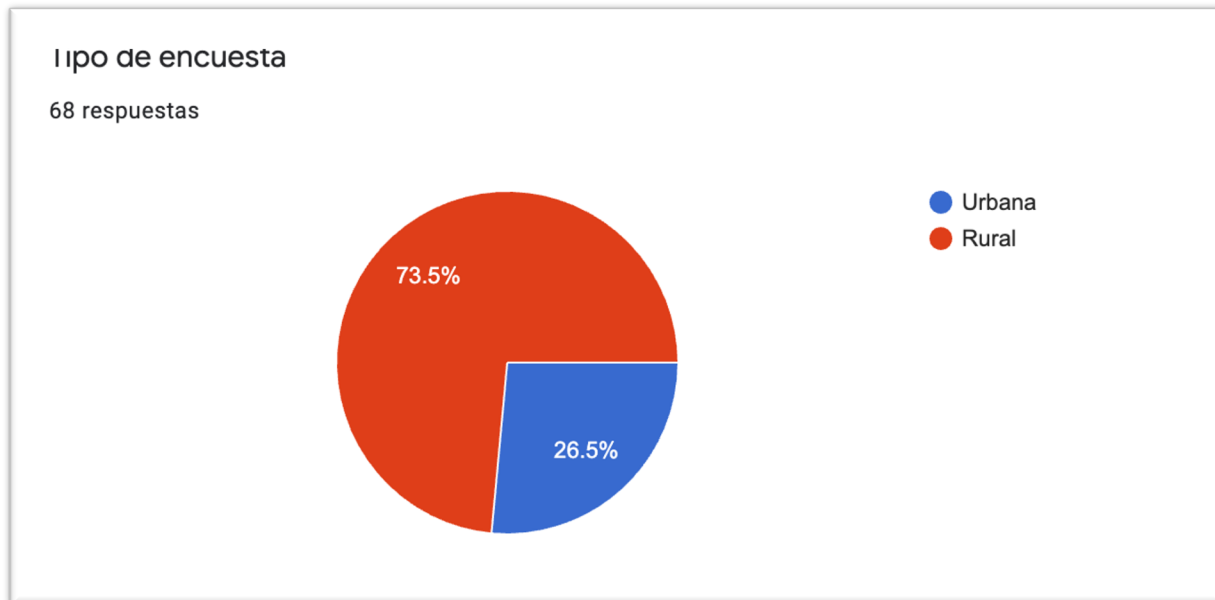


1.14. Interpretación de resultados

Debido al tipo de estudio y la importancia que presentan los datos demográficos para comprender las características de los medios de comunicación en la comunidad y su penetración y alcance, se hacen indispensables para elaborar un adecuado análisis de los hábitos de uso medios de la población objeto de estudio; así como el nivel de acceso a servicios de información. A continuación, presentamos detalladamente los resultados obtenidos del levantado de datos en campo, recabado en marzo y mayo, la primera etapa.



Gráfica No. 1. Región en la que vive el encuestado.

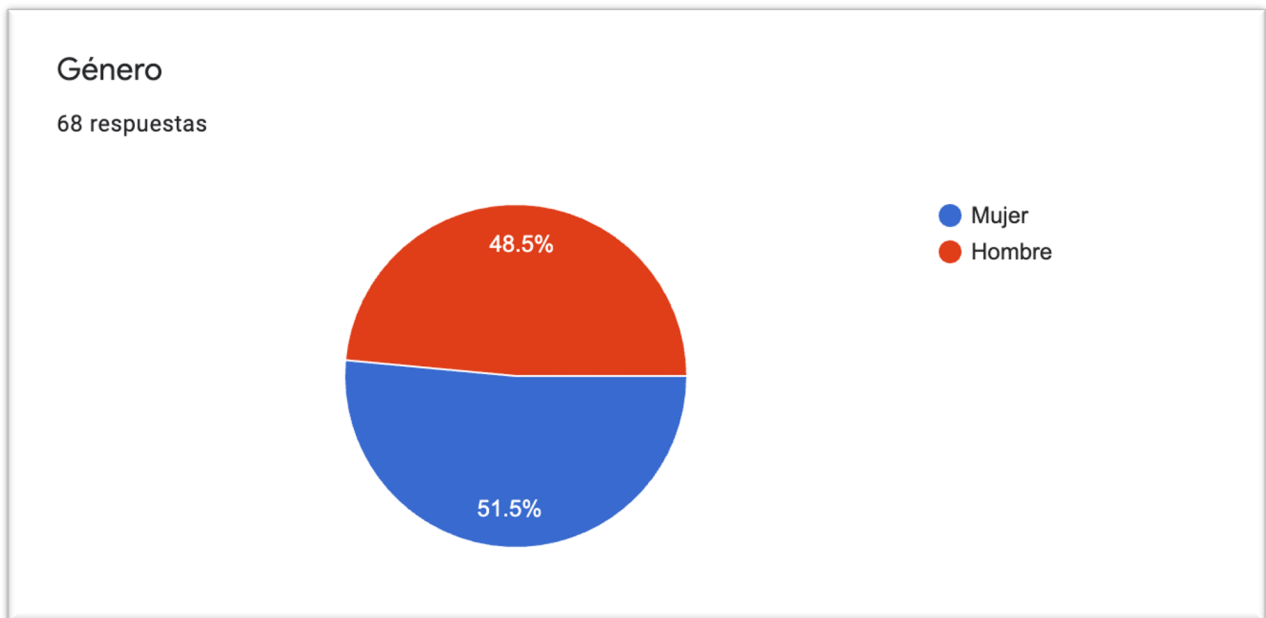


Fuente: elaboración propia.

50 de las 68 personas encuestadas afirmaron ser residentes del área rural, siendo estas el 73.5% de la muestra, únicamente 18 personas de la muestra residen en el área urbana.



Gráfica No. 2. Género

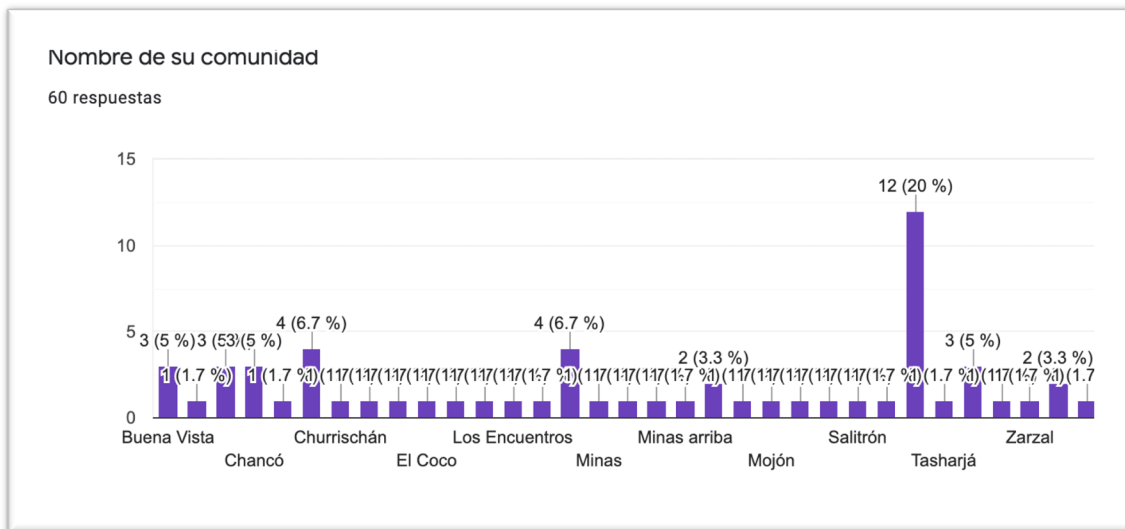


Fuente: elaboración propia.

La cantidad de mujeres encuestadas fue de 35, consistiendo en el 51.5% de la muestra y el 48.5% son 33 hombres, coincidiendo con la estadística nacional que nos indica que hay ligeramente más mujeres que hombres en el país.



Gráfica No. 3. Comunidad dónde reside el encuestado

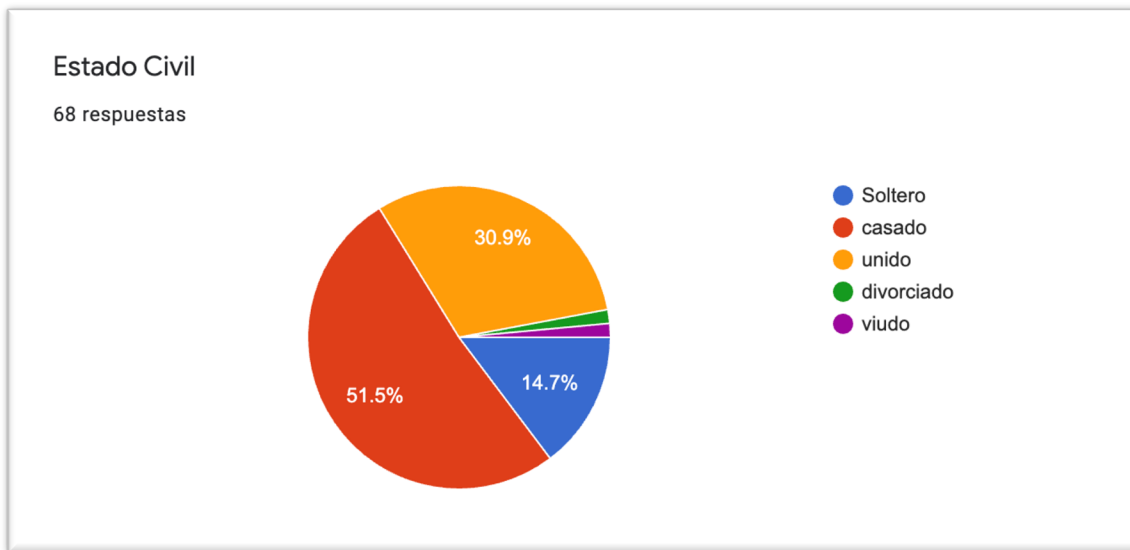


Fuente: elaboración propia.

En esta gráfica se aprecia la distribución de la muestra y los lugares encuestados que coinciden en las comunidades donde se cuenta con una escuela, aunque hay más comunidades que las nombradas por los encuestados, estas suelen compartir características geográficas y demográficas. La comunidad que sobresale es la cabecera municipal, San Juan Ermita con 12 personas encuestadas, seguida por Planes y Churriscán con 4 encuestados, los demás lugares tienen una distribución entre 3 y 1 encuestado.



Gráfica No. 4. Estado Civil



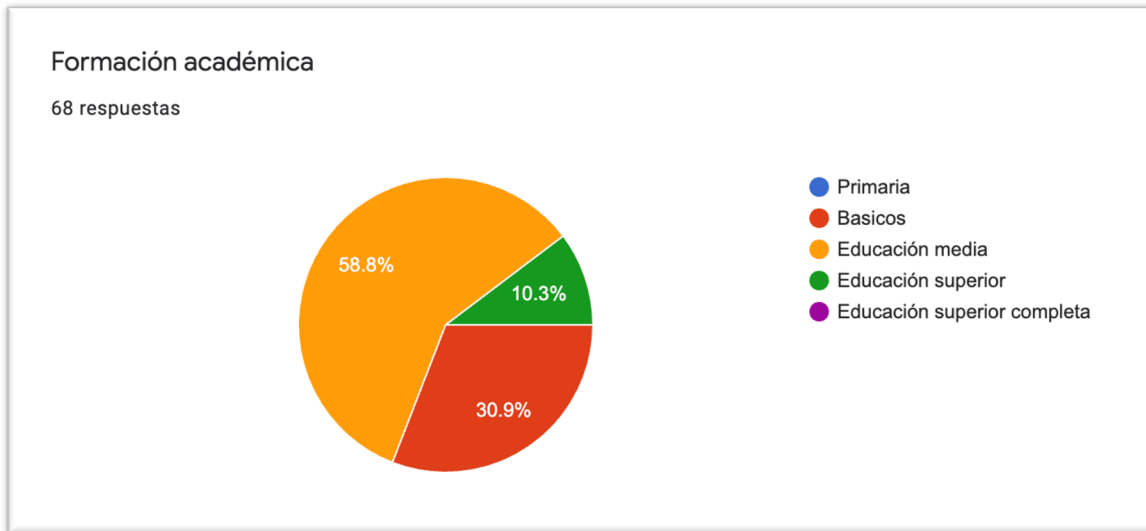
Fuente: elaboración propia.

35 personas casadas representan el 51.5% de la muestra, 21 personas en unión de hecho con el 30.9%. Los solteros representan el 14.7% siendo 10 personas, y de igual manera viudos y divorciados suman el 1.5% cada uno.

El estado civil del encuestado permite comprender las motivaciones y los fines que persiguen al adquirir información o aparatos eléctricos. Se pudo determinar por medio de observación que al ser la persona encuestada la responsable del hogar mantenía la preocupación de mantener bajo el consumo eléctrico y evitar despilfarro de escasos recursos con los que cuentan.



Gráfica No. 5. Formación académica



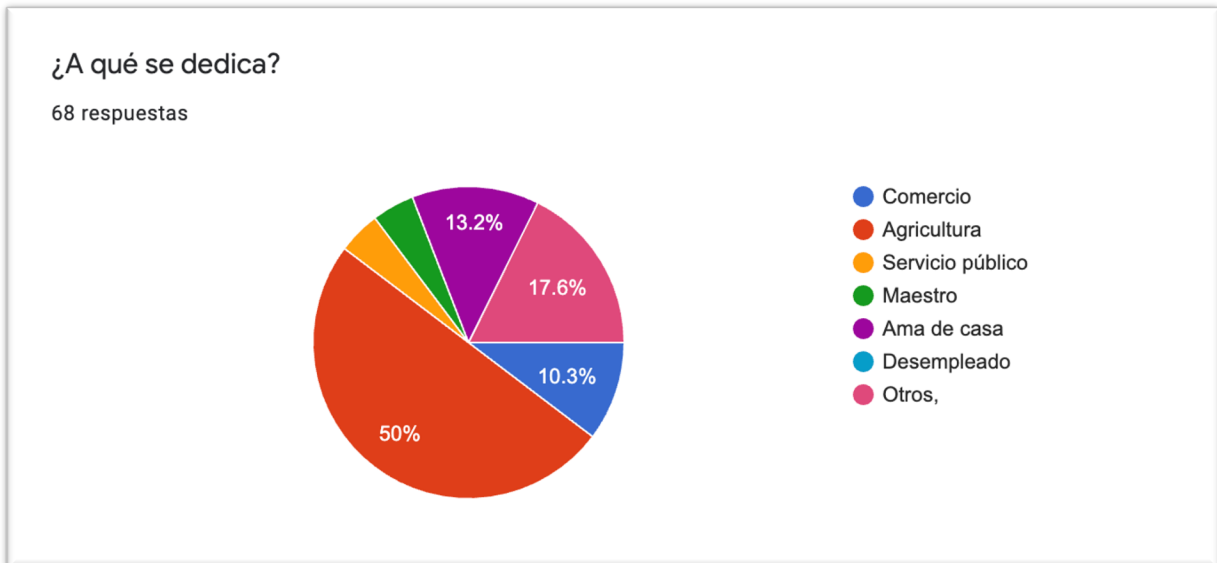
Fuente: elaboración propia.

El 58.8% de los encuestados representa a 40 personas y manifiestan haber completado la educación media, 7 personas conforman el 10.3% de encuestados y manifiesta haber iniciado sus estudios superiores, contrastado con 21 personas que manifiestan haber concluido el ciclo de educación básica, para aglomerar el 30.9% de los encuestados.

En resumen, se aprecia que la mayor cantidad de pobladores 90% no supera la educación media, y tan solo el 10% han tenido algún tipo de acceso a educación superior que aún no está concluida, al realiza el cruce de resultados entre preguntas, se observa que los que han podido llegar a la universidad son quienes viven en las pequeñas regiones urbanas.



Gráfica No. 6. Ocupación



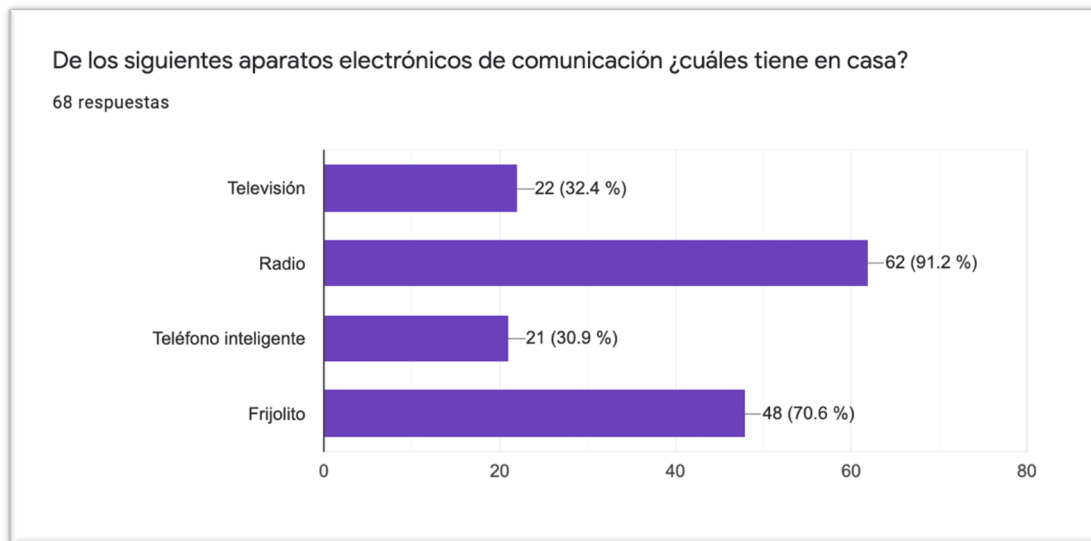
Fuente: elaboración propia.

Concluimos que las labores agrícolas son las que mayor relevancia tienen en el municipio, ya que 34 personas afirmaron dedicarse a ellas, siendo el 50% de la muestra, el segundo rubro ocupa el 17.6% manifestaron dedicarse a distintas labores, como la construcción, ganadería, panadería, o trabajo artesanal, en total 12 personas de la muestra, seguido por el 13.2% que son 9 amas de casa y 7 personas desempleadas suman el 10.3%, los maestros y empleados públicos 3 por cada rubro, sumando el 8.8% restante.

Por medio de esta gráfica se observa la labor que predomina entre los encuestados, siendo las actividades agrícolas las de mayor ocupación, seguidas por las amas de casa, el comercio, otras actividades y los maestros y funcionarios públicos.



Gráfica No. 7. Qué aparatos electrónicos para comunicación tiene en casa



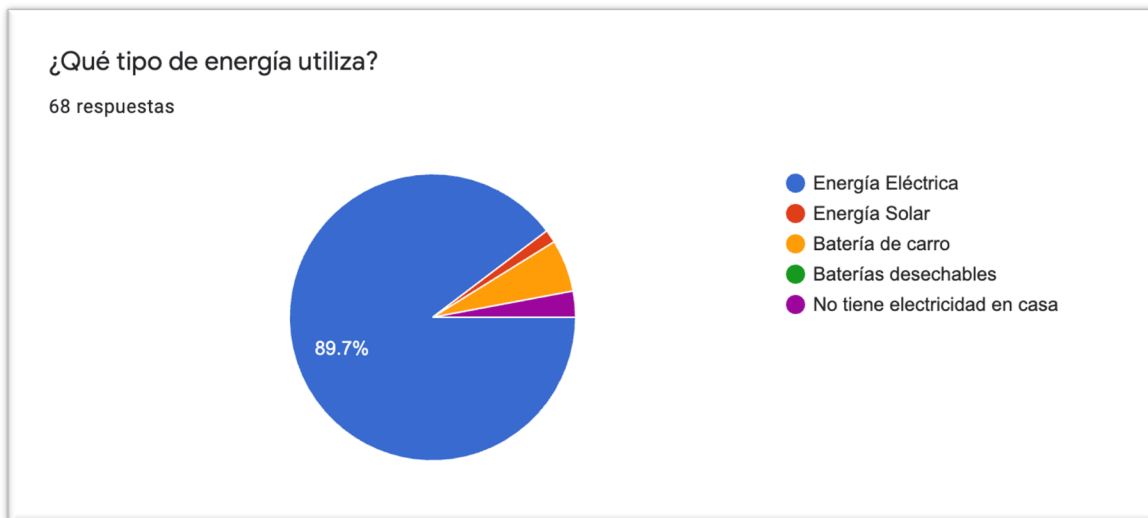
Fuente: elaboración propia.

Tal como fue percibido con la observación, únicamente el 32.4% de encuestados tiene una televisión lo que representa a 22 entrevistados, el 30.9% tiene un teléfono inteligente sumando 21 personas, el 91.2% tiene radio o sea 62 personas y 48 personas representando el 70.6% aún utiliza un teléfono celular básico, conocido coloquialmente como frijolito. Lo que permite empezar a visualizar cómo utilizan el tiempo de ocio en las distintas comunidades.

Esta fue una pregunta de respuesta múltiple, por lo que las respuestas superan la cantidad de encuestados, por lo que un encuestado puede tener por lo menos 3 de los 4 aparatos electrónicos.



Gráfica No. 8. ¿Qué tipo de energía utiliza?

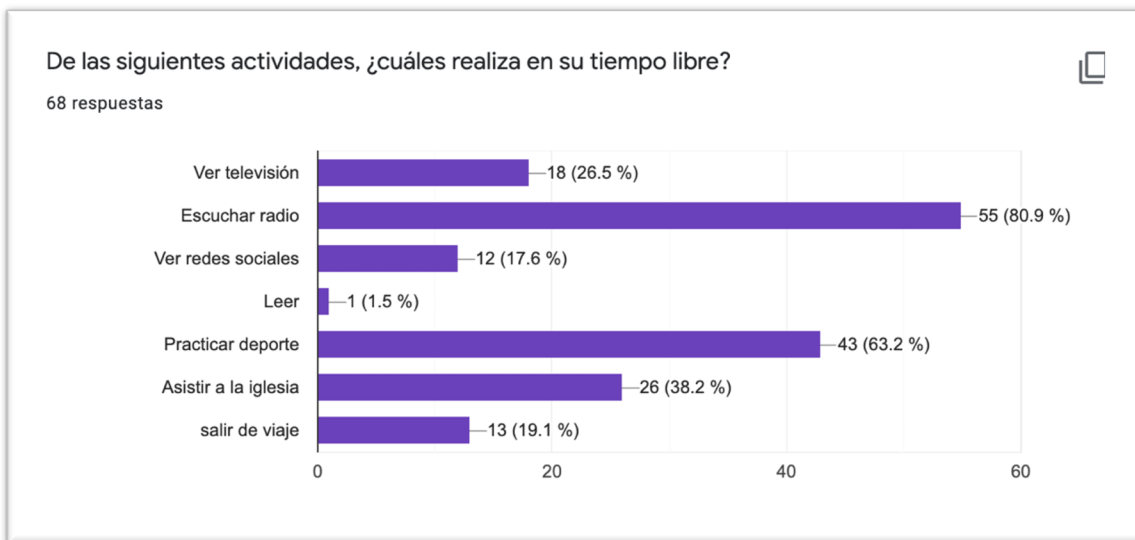


Fuente: elaboración propia.

La distribución de energía eléctrica abarca el 89.7% siendo 61 hogares del total encuestados, sin embargo, se puede apreciar que un pequeño porcentaje no mayor al 10% aún utiliza batería de carro o no tiene ningún tipo de servicio eléctrico 1 persona manifestó utilizar un panel solar y dos personas afirmaron no tener electricidad en casa.



Gráfica No. 9. Actividades que realizan en su tiempo libre



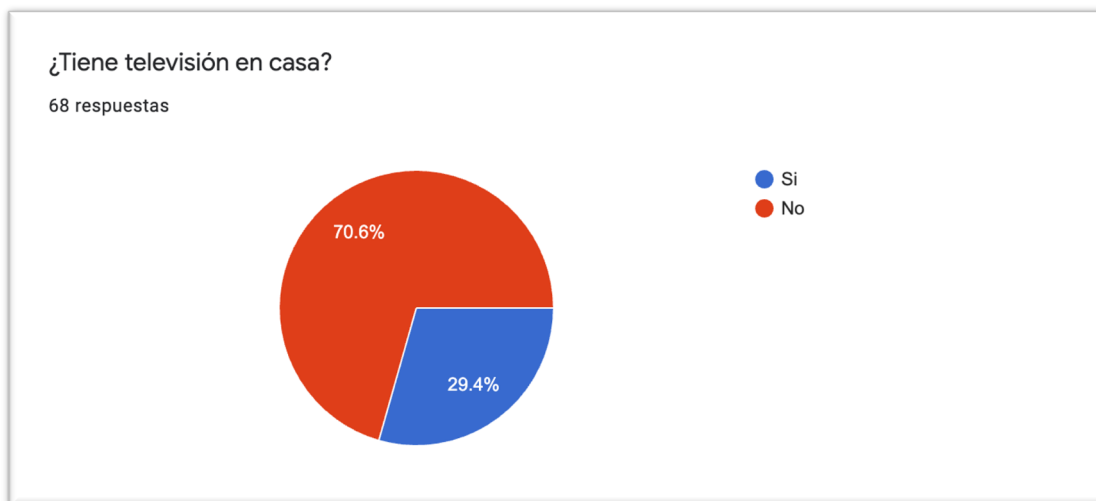
Fuente: elaboración propia.

Esta también fue una pregunta con respuestas múltiples, por lo que una persona podría responder positivamente a las 7 opciones presentadas, por eso es importante revisar la moda, la que nos indica que las actividades más realizadas son: 1. Escuchar radio 2. Practicar deporte 3. Asistir a la iglesia 4. Ver televisión 5. Salir de viaje y 6. Ver redes sociales y en último lugar 7. Leer.

Esta gráfica nos describe las actividades realizadas por la muestra durante su tiempo de ocio, en el cual podemos apreciar, que las personas escuchan radio o música, practican deporte (fútbol) asisten a la iglesia y ven televisión utilizan redes sociales y salen de viaje, siendo los datos relevantes el uso de teléfonos inteligentes y la asistencia a alguna religión.



Gráfica No. 10. ¿Tienen televisión en casa?

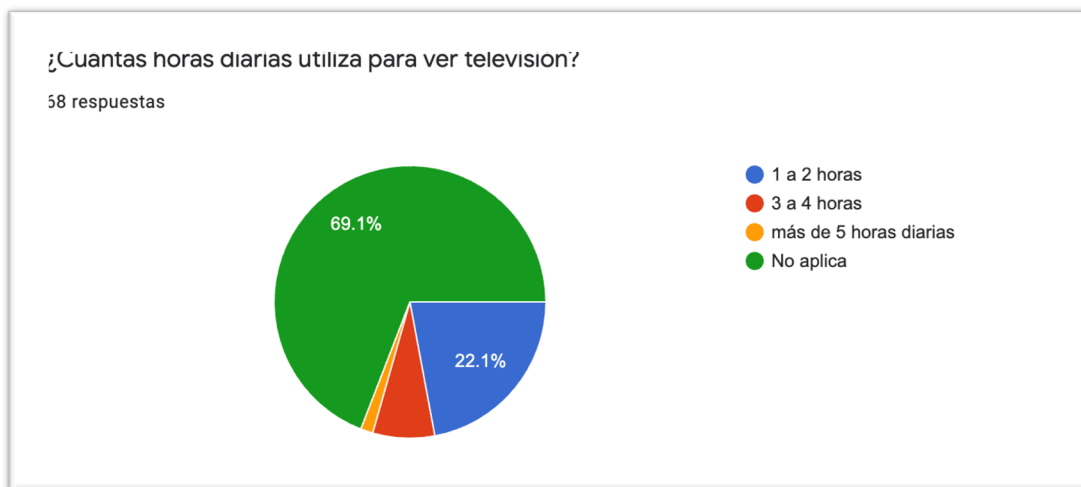


Fuente: elaboración propia.

El 29.4% de los hogares encuestados posee televisión, siendo esta una cifra pequeña equivalente a 20 hogares, aunque por la observación se percibe como una variable que impacta en la decisión de tener o no un televisor en casa está influido en el alto costo del servicio eléctrico. 48 encuestados afirmaron no poseer televisión, un total del 70.6%.



Gráfica No. 11. ¿Cuántas horas diarias ve televisión?

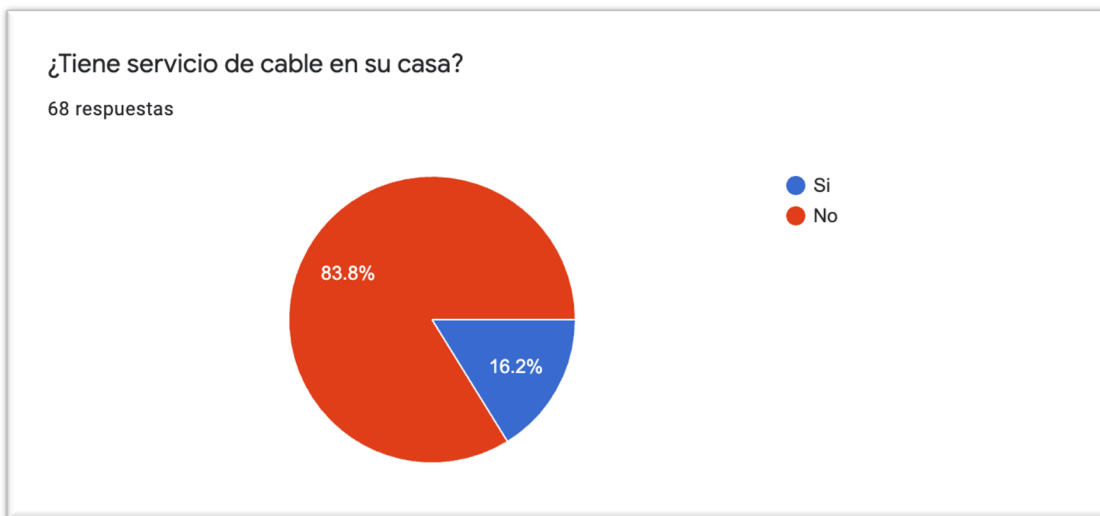


Fuente: elaboración propia.

Debido a que la gran mayoría de la muestra no posee televisor, técnicamente el 70%, estas 47 personas usan su tiempo en otras actividades, sin embargo, los que si la poseen -15 personas- utilizan de 1 a 2 horas, 5 personas utilizan de 3 a 4 horas y 1 persona utiliza hasta 5 horas diarias viendo televisión.



Gráfica No. 12. ¿Tiene servicio de cable en su casa?

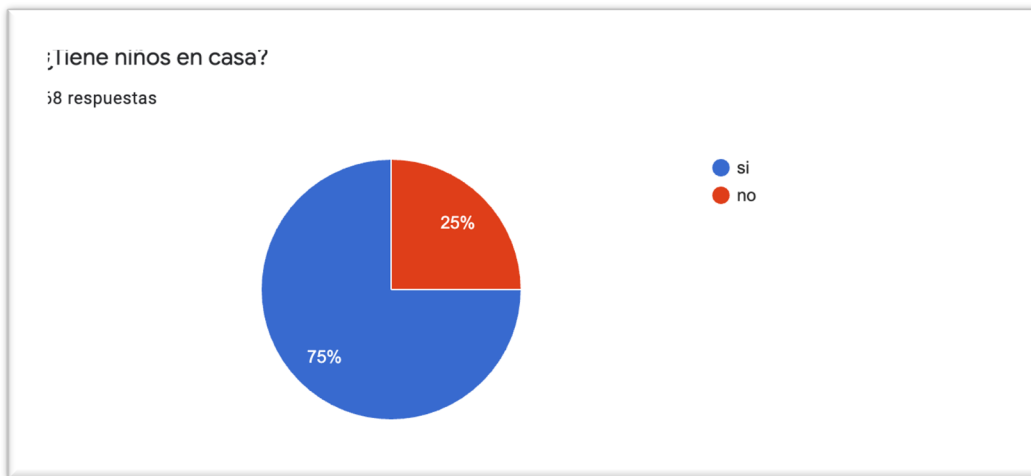


Fuente: elaboración propia.

De las 21 personas que afirmaron tener televisión 11 pagan servicio de cable, siendo el 16.2% de las 68 personas del universo de la muestra. Esta pregunta permitió descubrir, que solo en algunas de las comunidades se brinda un servicio de cable, el cuál no es un medio local, es un servicio que se brinda en Jocotán y en las aldeas vecinas a dicho municipio. Por lo que solo el 50% de propietarios de una televisión cuentan con dicho servicio.



Gráfica No. 13. ¿Tiene niños en casa?



Fuente: elaboración propia.

Se aprecia en dicha gráfica, que el 75% de encuestados tiene niños pequeños en casa, siendo 51 hogares los que tienen niños en casa.



Gráfica No. 14. Tiempo que utilizan los niños viendo televisión.

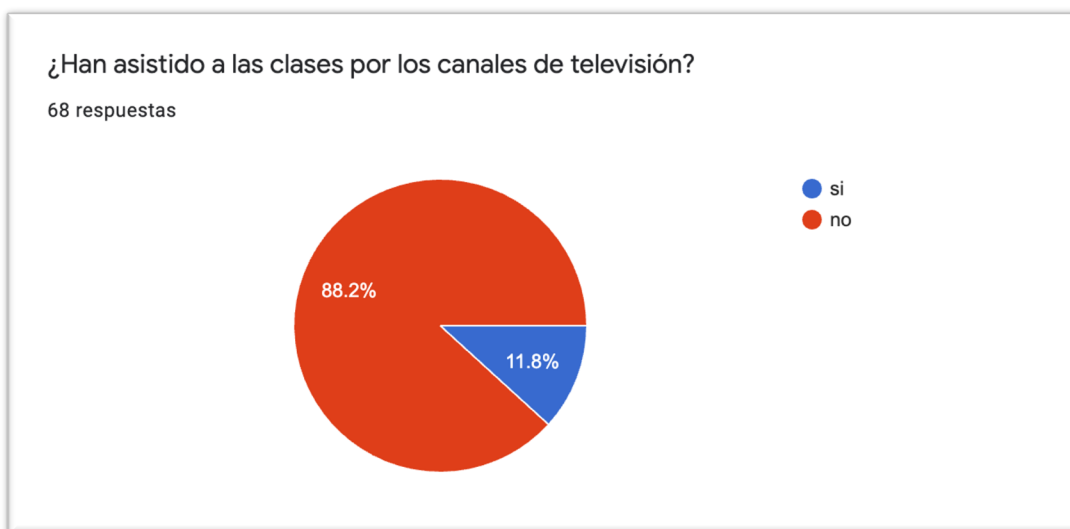


Fuente: elaboración propia.

Inequívocamente se observa que la totalidad de poseedores de una televisión ven por lo menos 2 horas diarias, y un porcentaje menor lo hace de 3 a 4 horas. Consumiendo contenidos enlatados internacionales, cabe resaltar que el cable de Jocotán no genera ningún programa local, lo que limita la posibilidad de compartir información local o de interés de la región dónde tiene presencia. Nuevamente vemos un porcentaje congruente con los que afirmaron no poseer televisión 67.7% igual a 47 personas.



Gráfica No. 15. ¿Los niños han asistido a clases por televisión?



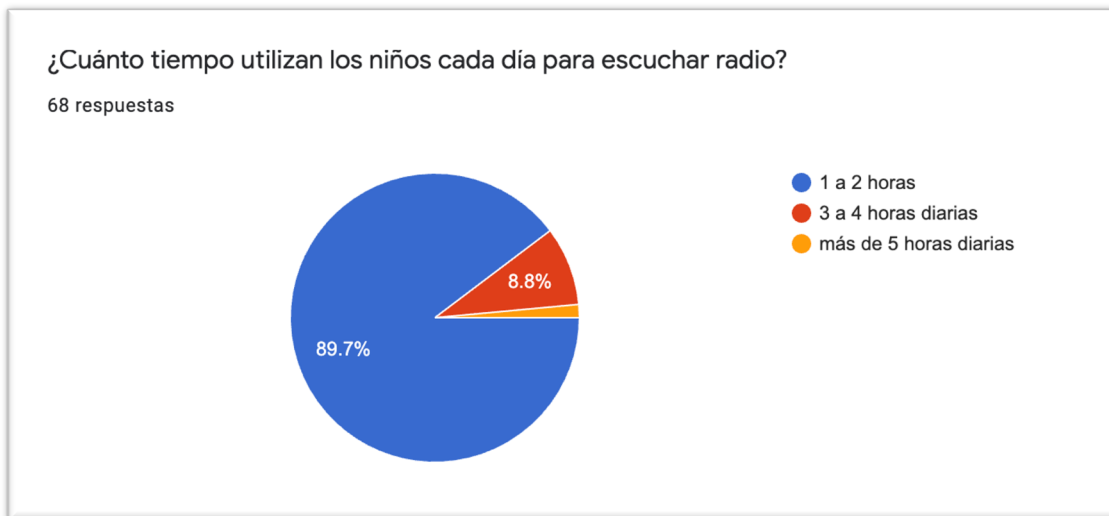
Fuente: elaboración propia.

De los 21 hogares que poseen televisión y que tienen niños en casa afirman que solo 8 de ellos han asistido a clases, aumentando a 88.2% los que responden negativamente, 60 en total.

Complementario a ello la observación del investigador indica que algunos de los niños que no participan en esta modalidad es debido a que no logran crear un vínculo afectivo con el maestro, ni sienten pertenencia cultural, siendo esto un ruido en la comunicación que dificulta la entrega y comprensión del mensaje.



Gráfica No. 16. Tiempo que utilizan los niños para escucha la radio



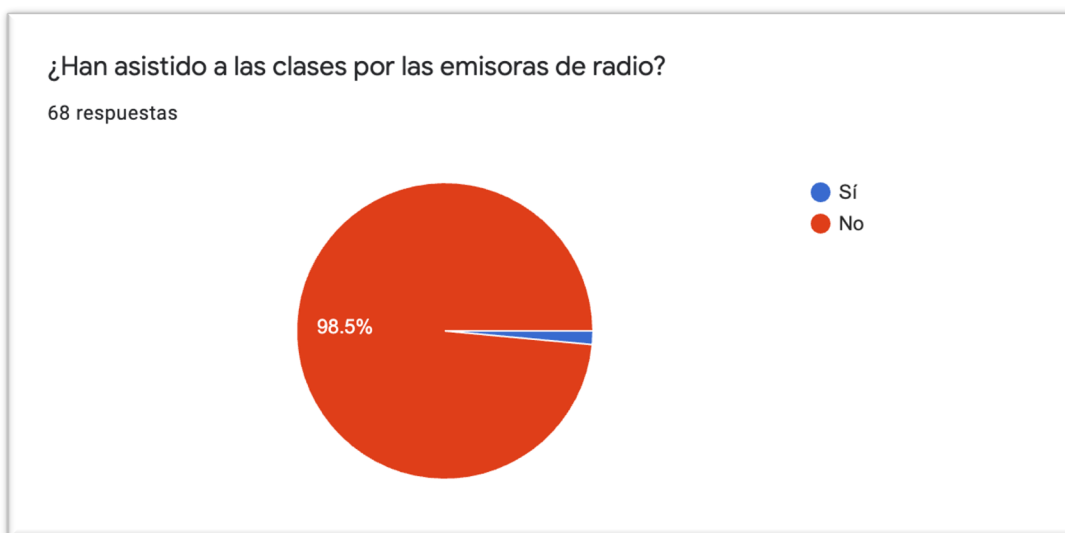
Fuente: elaboración propia.

61 personas encuestadas 89.7% afirmaron escuchar por lo menos de 1 a 2 hora radio, el 8.8% de 3 a 4 horas y el 1.5% más de 5 horas cada día.

Contrario a la televisión, la radio tiene mayor penetración en los hogares rurales, siendo este en su mayoría el de mayor presencia en la región, se observó que utilizan en tres distintos tipos de aparatos, con acceso a USB, cd y frecuencias AM/FM, aparatos AM/FM que utilizan en el campo y el radio AM/FM que pueden escuchar desde su teléfono básico y un par de auriculares.



Gráfica No. 17. ¿Ha asistido a clases por las emisoras de radio?

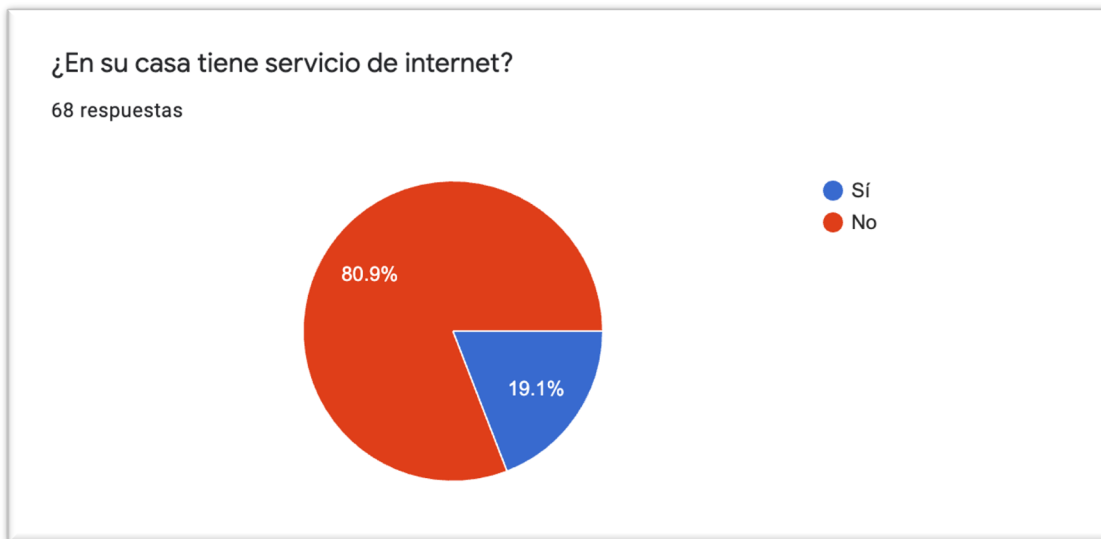


Fuente: elaboración propia.

Al igual que con la televisión, no se tiene éxito con la asistencia a la escuela por radio, esta vez debido a que únicamente una de las radios que llega parcialmente al municipio transmite el programa. O sea 67 personas afirman no sintonizar la radio en hora de clases, influido por lo antes mencionado también. Solo 1 persona afirma que si han recibido clases por la radio.



Gráfica No. 18. ¿Tiene servicio de internet en casa?



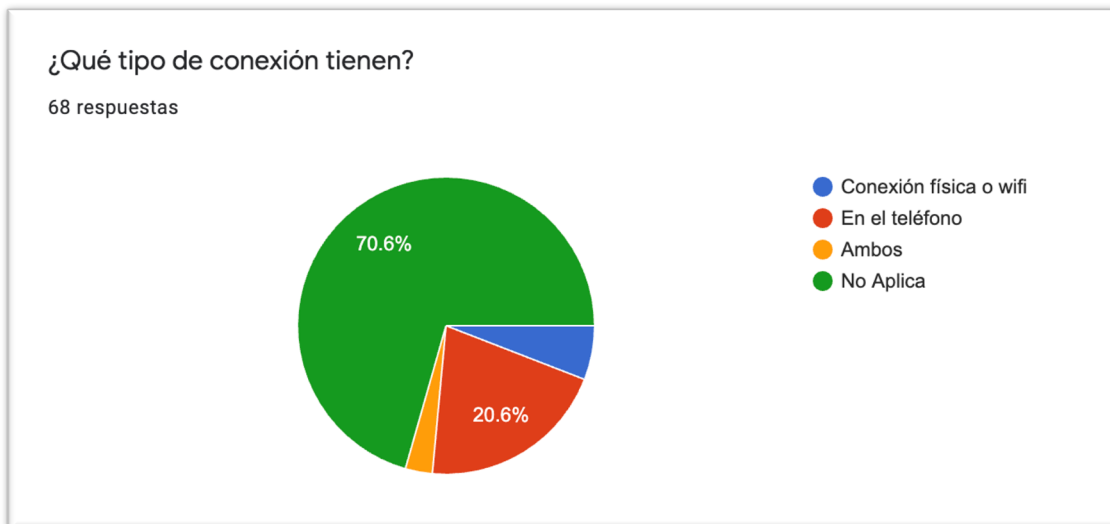
Fuente: elaboración propia.

La presente gráfica demuestra la debilidad estructural que presenta la brecha digital, ya que únicamente 19.1% tiene acceso a internet, es importante entender que estas 13 personas tienen acceso al servicio, aunque algunos de ellos tienen acceso a paquetes de datos que no son funcionales para navegar en la *web*.

Se hizo evidente la baja calidad del servicio que es brindado por una empresa hondureña con sede en Jocotán y no por las telefonías guatemaltecas, influido en las largas distancias y la poca rentabilidad por el reducido número de clientes reales. Las otras 55 personas o sea el 80.9% de la muestra no tiene internet.



Gráfica No. 19. ¿Qué tipo de conexión a internet tiene?



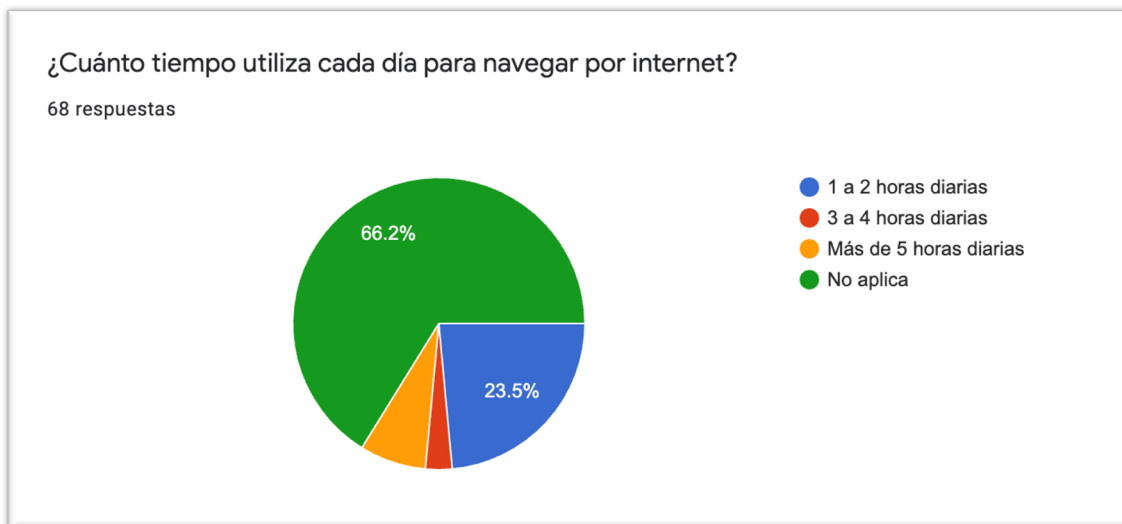
Fuente: elaboración propia.

Para comprender el tipo de conexión que utilizan el 20.6% se conecta desde un teléfono móvil, 4 dijeron conectarse desde una red física o wifi, el 2.9% equivalente a 2 personas utilizan ambos y el 70.6% no se conecta a internet.

Al cruzar la información corroboramos que estos casos se ubican en los sectores urbanos de personas con mayor educación y con un trabajo como funcionario público, maestro o comerciante.



Gráfica No. 20. Tiempo que utiliza para navegar en internet



Fuente: elaboración propia.

16 personas afirman que se conectan de 1 a 2 horas diarias, totalizando el 23.5%. 2 personas afirman conectarse más de 5 horas diarias y 1 persona lo hace de 3 a 4 horas cada día. La moda de esta respuesta se enfoca en 1 o 2 horas diarias de uso del servicio y aumenta el tiempo en los sectores urbanos y con conexión fija. Siendo el grueso de respuestas negativas al carecer de acceso del servicio, ya observado previamente.



Gráfica No. 21. ¿Cada cuanto tiempo hace una recarga de internet?



Fuente: elaboración propia.

Debido a que la mayor cantidad de conexiones se realiza por medio de un teléfono inteligente, se hizo necesario determinar la periodicidad con la que adquieren algún plan de datos, lo que demostró que la mayoría de usuarios adquiere el servicio de 1 a 2 veces por semanas en prepago, sumando 16 personas con este comportamiento, 2 personas recargan de 3 a 4 veces y para restante porcentaje no se conecta de ninguna forma al internet, las recargas a teléfonos inteligentes son en paquetes de datos que se limitan a redes sociales y mensajería, no a navegación en la web o a una reproducción reducida de servicios de video en línea.



1.15. FODA

La matriz FODA, es una herramienta administrativa que facilita visualizar a lo interno de una institución las fortalezas con las que cuenta, identificar sus debilidades, con el propósito de conocer su posición ante una situación específica.

Hacia lo externo, permite reconocer las oportunidades a las que puede acceder si toma las decisiones adecuadas, también, permite aclarar las amenazas que como institución afronta. Esta matriz permite orientar la planeación, las decisiones estratégicas y la implementación de un plan de trabajo que permita aprovechar las situaciones que pueda enfrentar.

FORTALEZAS

<ul style="list-style-type: none">• Nueva administración municipal tiene el compromiso de solventar problemas heredados.
<ul style="list-style-type: none">• Voluntad política para realizar cambios estructurales en la administración municipal.
<ul style="list-style-type: none">• Transparencia y legalidad para denunciar, documentar problemas administrativos / legales.
<ul style="list-style-type: none">• Liderazgo comunitario comprometido con los proyectos municipales.
<ul style="list-style-type: none">• Se ha impulsado una política de saneamiento ambiental y creación de pozos municipales para atender comunidades sin agua.
<ul style="list-style-type: none">• Se percibe positivismo de parte de los pobladores con el cambio que hicieron en la municipalidad, tienen altas expectativas en que mejore la prestación de servicios y la transparencia con la que trabajan las autoridades municipales.
<ul style="list-style-type: none">• El concejo municipal está en busca activa de alianzas institucionales que les permitan mejorar los servicios que brindan y sobre todo de aquellos que permitan reactivar la economía y fortalecer la agricultura para que deje de ser de subsistencia y generar más comercio.



OPORTUNIDADES

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• La crisis de salud causada por el COVID19 ha permitido demostrar el liderazgo y la proactividad al implementar las disposiciones de distanciamiento social, fortalecer los servicios de salud municipales e intensificar la educación y capacitación a personas en riesgo. |
| <ul style="list-style-type: none">• Buena relación con autoridades del ejecutivo para gestionar atención al adulto mayor, asistencia alimentaria y autorización de obra gris en carreteras nacionales que atraviesan el municipio, así como la introducción de tuberías previo a la ampliación de la infraestructura. |
| <ul style="list-style-type: none">• Liderazgo comunitario con disposición a trabajar en conjunto con nuevas autoridades. |
| <ul style="list-style-type: none">• Se han establecido alianzas estratégicas con ONG's dedicadas a atender la seguridad alimentaria, los servicios de salud primaria y la prevención de la violencia y trata de personas. |

DEBILIDADES

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Carencia de fondos para ejecutar proyectos del COMUDE debido a que no se aprovisionaron presupuestariamente en 2019 por la administración anterior. |
| <ul style="list-style-type: none">• Reparos en contraloría por procesos administrativos fuera de la norma municipal. |
| <ul style="list-style-type: none">• Desorden en registros contables, faltantes de bienes y deudas por pasivos salariales. |
| <ul style="list-style-type: none">• Inexistencia de una política municipal de comunicación, así como carencia de medios tecnológicos para implementarla. |
| <ul style="list-style-type: none">• Conflictos de interés con plazas presupuestas 011 y las personas que ostentan los cargos quienes parcialmente son responsables de los problemas administrativos mencionados previamente. |



<ul style="list-style-type: none">• Falta de profesionales que puedan ocupar las direcciones municipales en áreas prioritarias como Seguridad Alimentaria y Nutricional y personal de apoyo a la dirección Departamental del Ministerio de Salud.
<ul style="list-style-type: none">• Recurso humano con calidades profesionales es insuficiente para atender a la población local, la mayoría de profesionales que trabajan en la municipalidad son de municipios aledaños.
<ul style="list-style-type: none">• No cuenta con un mercado municipal, las compras las realizan en municipios circunvecinos.
<ul style="list-style-type: none">• El único medio de transporte público son los <i>tuc tuc</i> y <i>pick ups</i> de doble ya que el 90% de las carreteras son de difícil acceso y terracería.
<ul style="list-style-type: none">• Los medios de comunicación con los que se informa la población no son locales, dependen de información de otras comunidades, radios cristianas de la vecina Honduras, las radioemisoras y televisión por cable son de Camotán, Chiquimula y Esquipulas. La difusión de mensajes está sujeta a pago, lo que lo hace insostenible financieramente a lo largo del tiempo.
<ul style="list-style-type: none">• Las disposiciones municipales se vociferan por las bocinas de iglesias de las comunidades y con reuniones presenciales en los salones municipales que en la coyuntura del COVID19 son inviables.
<ul style="list-style-type: none">• Debido a que no existe una política municipal de comunicación, ni medios locales los funcionarios municipales deben ir a cada comunidad o hablar telefónicamente con los líderes locales para transmitir las disposiciones adoptadas por la crisis, siendo su único canal de comunicación el teléfono o la voz. Para luego ser replicada en pequeñas reuniones comunitarias y en el actual contexto de casa en casa, o voceado por altavoces en las aldeas que cuentan con ellos.



AMENAZAS

<ul style="list-style-type: none">• El creciente desempleo causado por el COVID19 pone en riesgo alimentario a más niños, ya que sus padres no tienen ingresos para alimentarlos.
<ul style="list-style-type: none">• Falta de alimentos a precios accesibles para las comunidades alejadas.
<ul style="list-style-type: none">• Reparos de contraloría pueden detener proyectos en ejecución debido a reparos y malos procedimientos administrativo / legales de la administración anterior.
<ul style="list-style-type: none">• No hay industria local que facilite la reactivación económica, San Juan Ermita es eminentemente agrícola, con un comercio deficiente.
<ul style="list-style-type: none">• El rezago en la educación debido a la suspensión de clases presenciales, a pesar de los programas implementados por el MINEDUC en muchas de las aldeas no hay electricidad y los pobladores no tienen televisión en los hogares, además en regiones no hay señal de teléfono ni de <i>internet</i> lo que impacta directamente en los niños, quienes no están recibiendo clases por televisión abierta o cable. Su única herramienta son las guías educativas las que los maestros locales las calificaron como insuficientes para el desarrollo intelectual del niño.
<ul style="list-style-type: none">• Que debido a la creciente crisis sanitaria las personas en el municipio puedan paralizar labores productivas en su totalidad.

1.16. Problemas Detectados

Después de la inmersión en la comunidad, el trabajo de investigación de gabinete, la recolección y el análisis de la información se pudieron identificar grandes problemas locales, los que abarcan centralmente:

- Seguridad alimentaria y nutricional
- Desempleo
- Rezago educativo
- Amplia brecha digital



Estos problemas dan como resultado la agudización de la pobreza, además tienen una naturaleza multidisciplinaria.

Debido a la complejidad que presentan estos problemas se ha preparado una batería de cuestionamientos desde un punto de vista comunicacional, para ayudarnos a visualizar las posibles soluciones, estas son:

1. ¿Cómo la comunicación puede facilitar o ser una herramienta para solucionar los desafíos de San Juan Ermita?
2. ¿Qué impacto puede tener la comunicación en áreas como la educación, la productividad o la seguridad alimentaria?
3. ¿Podría una política municipal de comunicación ayudar a combatir las trampas de la pobreza? ¿Esta política sería funcional sin medios de comunicación locales?
4. ¿La brecha digital limita el trabajo a realizar desde la comunicación digital?
5. ¿Qué tecnologías y técnicas se podría utilizar e implementar para aportar y facilitar la solución de todos estos problemas locales de manera transversal?
6. ¿Cuál es el medio de comunicación más utilizado en San Juan Ermita?
7. ¿Puede la radio en AM y la radio virtual convertirse medios útiles para fortalecer la educación de los niños en edad escolar?
8. ¿Es la radio el medio ideal para brindar acceso en tiempo real en un entorno rural y agrícola?

1.17. Planteamiento del problema comunicacional

“Comunicación institucional por radio, como eje transversal para combatir las trampas de la pobreza en el Municipio de San Juan Ermita”

Después de realizar este diagnóstico y observar la problemática estructural de San Juan Ermita, Chiquimula, y su profundización con la crisis sanitaria y económica causada por el COVID 19, se ha determinado que la estrategia de comunicación transversal debe apoyar a cada una de las áreas afectadas, para ello se propone establecer una estrategia de



comunicación institucional, estableciendo un medio de comunicación propio que facilite atender las necesidades básicas de educación e información personalizada y oportuna.

Dicho diagnóstico debe dar respuesta a la pregunta de nuestro planteamiento:

¿De que forma la comunicación y la tecnología de las telecomunicaciones pueden fortalecer el tejido social de San Juan Ermita y ayudar a combatir la pobreza?

Una de las finalidades de la estrategia es implementar la tecnología necesaria para realizar transmisiones, la obtención de una frecuencia de radio, trámite que se realiza en la Superintendencia de Telecomunicaciones de Guatemala y que se solicita por medio del formulario R1. Esto requiere un esfuerzo municipal para realizar la inversión necesaria, inversión que el consejo municipal ha manifestado la disposición de hacerlo.

Así también se requiere la contratación de un ingeniero eléctrico con experiencia en señales de radio para la implementación de la antena y el transmisor que hagan posible la radio. Después de solventadas las necesidades técnicas y económicas de la implementación de la estrategia de comunicación institucional por radio será necesario preparar al personal que operará el equipo y que generará los contenidos para la parrilla de programación.

Dicha parrilla deberá integrar los programas educativos del Mineduc que transmite en televisión en el canal de gobierno, preparar contenido por las distintas direcciones municipales enfocadas en la mujer, la seguridad alimentaria, programas del adulto mayor, cultura y deporte. También deberá considerar un espacio de informativo con las noticias locales y regionales.

Al crear esta infraestructura comunicacional se pretende dotar al municipio de las herramientas necesarias para hacer uso de las funciones educativas, informativas y de entretenimiento de San Juan Ermita, que le permita enfrentar las vicisitudes causadas por las trampas de la pobreza, como el rezago educativo, la desnutrición y salud. También se permitirá a las autoridades municipales contar con un medio de comunicación oficial.



Simultáneamente esta programación se subirá a la *web* de la municipalidad en un apartado de Radio en Línea, para que el pequeño porcentaje del municipio que tiene acceso a internet pueda acceder a ella por ese medio, también para facilitar a los migrantes de San Juan con información en tiempo real de su tierra.

1.18. Indicadores de Éxito

INDICADOR	RESPONSABLE
Compra de equipo de transmisión	Municipalidad
Implementación técnica de la infraestructura	Ingeniero Eléctrico / Municipalidad San Juan Ermita
Diseño de estrategia de comunicación radial	Epesista
Capacitación de personal que operará la radio	Epesista / Ingeniero Eléctrico
Solicitud de frecuencia a la SIT e implementación de radio virtual	Epesista / Juez de Asuntos Municipales
Campaña publicitaria para dar a conocer la radio	Epesista

Tabla 1. Indicadores de Éxito (Elaboración propia)

1.19. Proyecto a Desarrollar:

“Implementación de una radio en línea en San Juan Ermita, Chiquimula.”



CAPÍTULO II

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

2. Plan Estratégico de comunicación

La comunicación estratégica se hace realidad mediante procedimientos planificados como el plan estratégico de comunicación. En opinión de Potter (2002, 2012) la existencia de un buen plan de comunicación marca la diferencia entre un comunicador y un comunicador estratégico y debe manifestar de forma sintetizada toda la experiencia y el conocimiento comunicativo que existe en la organización para alcanzar su misión.

Considerando comunicación cualquier interacción escrita, hablada o electrónica de una institución con sus públicos, un plan estratégico de comunicación debe contener: los objetivos prioritarios que la empresa desea lograr con su comunicación; los métodos de trabajo que permitirán alcanzar los objetivos corporativos; el segmento de público a quien se dirigirán las comunicaciones; el calendario, los instrumentos y el presupuesto específicos necesarios para lograr los objetivos y la evaluación, en la que se reflejará cómo se medirán los resultados del plan (Scott, 2011).

Un 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 institución para conseguir unos objetivos previamente fijados (Monserrat, 2014).

.1. 2.1. Descripción técnica del Plan Estratégico de Comunicación

El plan de estratégico de comunicación es una herramienta científico social que nos permite establecer los parámetros, alcances y objetivos que deseamos alcanzar con nuestra estrategia, por medio de este plan además de establecer los lineamientos técnicos que debemos seguir. También nos permite plasmar los aspectos técnico-operativos que guiarán nuestras acciones y que nos permitirán alcanzar nuestros objetivos.



Es por medio de este plan que trazamos la ruta a seguir en la ejecución de nuestra estrategia, la ejecución de nuestros recursos y el tiempo que durará cada una de nuestras acciones. Es el plan estratégico el documento técnico que nos guiará al éxito en cada una de nuestras acciones.

2.2. Objetivos de la Estrategia

2.2.1. Objetivo General

- Fortalecer la comunicación institucional al crear un medio de comunicación radiofónico en las modalidades virtual y en el espectro radiofónico AM/FM. Que nos permita hacer uso de las distintas funciones de la comunicación para informar, educar y entretener a los pobladores de San Juan Ermita, Chiquimula.

2.2.2. Objetivos Específicos

- Capacitar a las distintas direcciones municipales para que aprendan a generar contenidos radiales de interés de la población.
- Definir la identidad gráfica de marca de la nueva radio de San Juan Ermita.
- Generar una campaña de difusión para dar a conocer la radio.

2.3. Misión

Fortalecer la comunicación externa de la municipalidad de San Juan Ermita por medio de la comunicación radial, al implementar una metodología colaborativa con los distintos actores de la comunidad.



2.4. Visión

Ser un referente de información local, creíble y actual que permita a las autoridades y pobladores trabajar en conjunto para combatir las trampas de la pobreza, estableciendo un vínculo de colaboración entre las distintas comunidades.

2.5. Elementos comunicacionales a aplicar según diagnóstico

2.5.1. Comunicación

Se entiende a la comunicación, como el proceso naturalmente aprendido de intercambiar mensajes que nos permitan satisfacer necesidades humanas. También es una dinámica que permite la creación de conglomerados sociales, que sin comunicación entre sus miembros no podría existir. La comunicación es también una característica de la inteligencia, las habilidades desarrolladas de acuerdo a su conocimiento de un código con el cual se codifica un mensaje para ser emitido y descifrado por el receptor dentro de un contexto específico que permite su decodificación por el grupo social donde se ha emitido.

La comunicación es un concepto amplio y elástico, que se desliza constantemente entre la polisemia, la ambigüedad y la multi dimensión. Por su lado, la polisemia puede dar diversos significados a un mismo término. La ambigüedad puede dar origen a la confusión entre los matices del significado de un término, y es multidimensional debido a las distintas expresiones de un mensaje, donde convergen aspectos lógicos, culturales, biológicos, sociales y tecnológicos.

En fin, comunicación es un fenómeno universal, que no solo se da entre seres humanos, sin embargo, tenemos la comprensión, que la comunicación de tipo biológica y fisiológica no obedece específicamente a la estructuración de mensajes verbales, más bien a impulsos o reacciones físicas o químicas entre seres vivos. Es de este fenómeno y su multi dimensión que se expondrá y aplicará para ayudar la mitigación de las trampas de la pobreza en San Juan Ermita, Chiquimula.



2.5.2. Comunicación Organizacional

Este tipo de comunicación es definida por Fernández Collado (1990): en términos simples, se trata de un “proceso de creación, intercambio, procesamiento y almacenamiento de mensajes en un sistema de objetivos determinados”.

Por lo que entendemos que, estas diferencias cualitativas y cuantitativas tendrán su origen en la naturaleza de la institución donde lleva a cabo la dinámica comunicacional. Es decir, del objeto de la entidad que la emite, siendo esta diametralmente distinta si se trata de una institución religiosa, de una empresa desarrolladora de *software* o de una entidad comercial, la presión y su proceso de creación será totalmente distinta y su comunicación deberá estar apegada a los valores que rigen dentro de la organización.

2.5.3. Comunicación Interna

La comunicación organizacional implica una interdependencia entre el ámbito interno y externo. Es aquella actividad capaz de reunir y coordinar a todas las áreas y niveles de la organización en función de su desarrollo y alcance de los objetivos organizacionales. A partir de esta incidencia provee facilidades para la atención e interrelación entre los diferentes públicos desde el análisis, planificación, desarrollo y evaluación de la realidad organizacional.

Desde este punto de vista se considera a la comunicación organizacional como: un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio (Peña Ferreiro C., 2011).

Es un “sistema coordinado cuyo objetivo es la armonización de los intereses de la institución con los de sus públicos a fin de facilitar la consecución de sus objetivos específicos y a través de ellos contribuir al bienestar social y al desarrollo nacional, integrando objetivos comunes



de áreas como la publicidad, el marketing, las relaciones publicas, la comunicación interna y externa en función de la imagen corporativa” (Trelles Rodríguez I., 2001)

Dentro de la comunicación organizacional se distinguen la comunicación interna y la externa. La comunicación interna se convierte para los gerentes en una herramienta estratégica que permite lograr mayor competitividad, retener a los mejores, identificar a los empleados en una verdadera cultura corporativa, potenciar el sentimiento de pertenencia y el éxito empresarial. Cuando los trabajadores estén informados, si conocen la misión, los valores, la estrategia empresarial, si existe una línea de comunicación eficaz entre los empleados, la dirección y los diferentes departamentos el desempeño de la empresa es superior.

Es un error pensar que la comunicación interna es «un lujo», y algo exclusivo de las grandes empresas y máxime en la etapa que estamos atravesando, que viene marcada por unos resultados un tanto inciertos a todos los niveles. De ahí que se esté convirtiendo en uno de los grandes retos de la administración del siglo XXI (Muñiz R., 2017).

Dentro de la comunicación organizacional se distinguen la comunicación interna y la externa. La comunicación interna se convierte para los gerentes en una herramienta estratégica que permite lograr mayor competitividad, retener a los mejores, identificar a los empleados en una verdadera cultura corporativa, potenciar el sentimiento de pertenencia y el éxito de una institución pública o privada.

Cuando los trabajadores estén informados, si conocen la misión, los valores, la estrategia empresarial, si existe una línea de comunicación eficaz entre los empleados, la dirección y los diferentes departamentos el desempeño de la empresa es superior.

Es un error pensar que la comunicación interna es «un lujo», y algo exclusivo de las grandes empresas y máxime en la etapa que estamos atravesando, que viene marcada por unos resultados un tanto inciertos a todos los niveles. De ahí que se esté convirtiendo en uno de los grandes retos de la administración de empresas del siglo XXI (Muñiz R., 2017).



Sucursal con la mediación de los elementos de la cultura y en función los objetivos organizacionales (Peña Ferreiro C., 2011).

Se denomina comunicación interna al conjunto de actividades efectuadas por una organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para que contribuyan con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales, se le denomina comunicación interna (Torres L., 2012).

La comunicación interna incluye las acciones de comunicación que se realizan en las instituciones dirigidas al público interno. Comprende, mediante el empleo de diversos medios y canales, las estrategias y programas de comunicación. Está definida por la interrelación que se pueda lograr entre el personal que compone la organización y su objetivo principal debe ser integrar, comprometer y movilizar al público interno con los objetivos de una institución (Graverán D., 2017).

La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. No olvidemos que las empresas son lo que son sus equipos humanos, por ello, motivar es mejorar resultados (Muñiz R., 2017).

La gestión de la comunicación interna persigue optimizar el flujo de información y comunicación y las relaciones humanas entre las diferentes áreas de trabajo, y la dirección y sus trabajadores, para contribuir a la participación, el fortalecimiento de los valores, el buen clima y el trabajo en equipo. De este modo, se logran alcanzar los objetivos organizacionales con el máximo de eficiencia y calidad. La Comunicación Interna debe ser debidamente planificada, implementada y evaluada dentro de la Administración de la Empresa. Esta debe ir encaminada a acciones sistemáticas de promoción y divulgación de actividades que deberán recogerse en planes y estrategias (Laffitte Santiesteban M.E., 2013).



La principal función que desarrolla en la institución la comunicación interna es apoyar el proyecto empresarial por medio de una coherente y planificada gestión de la comunicación, independientemente de la misión de la organización. Además, permite dar a conocer los objetivos y políticas de la organización y conformar una identidad propia sobre la base de un clima de motivación y cordialidad (Graverán D., 2017).

Cuando la comunicación interna está alineada a la estrategia general de la institución debe cumplir los siguientes objetivos:

- Integrar a todos los trabajadores a los objetivos, normas, políticas y metas de la organización, logrando la motivación de los trabajadores e incrementando el sentido de pertenencia a la organización.
- Establecer un clima social y psicológico positivo en la organización, comunicándose de forma abierta a directivos y trabajadores y fomentando valores positivos en el colectivo laboral.
- Fomentar la participación de los trabajadores en las diversas tareas que se orienten para la realización de los objetivos institucionales.
- Favorecer la creación de una imagen positiva tanto en el público interno como en el externo que sea coherente con su identidad institucional y que conlleve a la obtención de óptimos resultados organizacionales (Grillo G., 2007).

2.5.4. Comunicación Externa

La comunicación externa es, como su nombre lo indica aquella que la organización establece con los públicos externos, es decir, se trata de la interrelación de los elementos constituyentes del entorno interno, con los que existen en el entorno externo, de manera particular, o de manera general, como la representación de un todo. Según (Hilda Saladrigas, 2006).



Se plantea a la comunicación externa es un proceso fundamental para lograr vínculos con la sociedad, mediante ella se ofrecen las bases para que se conozca la razón fundamental de la empresa u organización superior de dirección y los resultados de su gestión.

(Sánchez Ma Luisa, 2005) considera a la comunicación externa como "el proceso que se establece entre la institución y el conjunto de la opinión pública, para informar sobre diversos aspectos de la vida empresarial, que podrían afectar o ser de interés para la sociedad en general".

(Bartoli, 1992) entiende la comunicación externa como un proceso que consiste en vehicular información o contenidos informativos desde la empresa u organización hacia el conjunto de la opinión pública a través de los medios de comunicación social.

Por lo que se puede considerar a la comunicación externa como el proceso en el cual la empresa interrelaciona con actores externos, con el fin de brindar toda la información necesaria a su entorno, y a su vez retroalimentarse de este. Con el objetivo de lograr una mayor eficacia en su gestión.

Comunicación externa operativa. Es aquella que se realiza para el desenvolvimiento diario de la actividad empresarial, se efectúa con todos los públicos externos de la compañía: clientes, proveedores, competidores, administración pública.

Comunicación externa estratégica. Tiene por finalidad enterarse de los posibles datos de la competencia, la evolución de las variables económicas, los cambios en la legislación laboral, que pueden ser relevantes para la posición competitiva de la empresa.

Comunicación externa de notoriedad. Su finalidad es mostrar a la empresa como una institución que informa dando a conocer sus productos o servicios, mejorar su imagen. Las formas de darlo a conocer serían mediante la publicidad, promoción, donaciones, patrocinios, o trabajo social.



2.5.5. Las tecnologías de la información y la comunicación en la formación docente

En 2004, los objetivos estratégicos de la UNESCO, apuntaron su mirada a la mejora de la calidad de la educación por medio de la diversificación de contenidos y métodos, promover la experimentación, la innovación, la difusión de el uso compartido de información y de buenas prácticas del uso de las TIC's para ofrecer conocimientos necesarios a los estudiantes. También desafió al mundo para utilizar estas tecnologías en beneficio de los alumnos que necesitan obtener formación formal.

Este enfoque, se centra en el profesor y se basa en las clases magistrales impartidas por el docente, y se moviliza hacia una formación centrada principalmente en el alumno. En la implementación y uso de herramientas tecnológicas permite al educando experimentar, profundizar y comprender el proceso de obtención de conocimiento autodidacta o con apoyo de las herramientas que brinda la tecnología.

Este movimiento de enfoque, trae consigo el reto de dotar a los docentes del entorno interactivo de aprendizaje que permita la utilización de los métodos pedagógicos y su transformación para aprovechar eficientemente las nuevas tecnologías de la información y comunicación -TIC's-. Principalmente, tanto alumnos y maestros deben tener acceso a la tecnología, por ahora en sus hogares y cuando puedan volver a las aulas en los salones de clases.

La utilización de las tecnologías de la información y comunicación, están llevando a la humanidad a la cohesión de una sociedad global, donde variables como el contexto, la cultura, la visión y el liderazgo son importantes para la correcta obtención del conocimiento, es por ello que los docentes obtengan las habilidades de transmitir a los jóvenes la formación que la actualidad globalizada exige, sin perder su finalidad objetiva.



2.5.6. Comunicación masiva

La comunicación masiva se convirtió en materia de estudio en la primera mitad del siglo pasado. Una de las corrientes que abordaron este fenómeno; la estructuralista, centran su mira en la posibilidad de utilizar los canales mediáticos para transmitir mensajes propagandísticos destinados a un gran público, los teóricos pertenecientes a la Escuela de Fráncfort advirtieron que la producción en serie de películas, música y en general todo lo que puede ser presentado como “cultura”, en realidad constituye una “industria”, dispuesta a satisfacer a grandes capas de la población trabajadora.

También expresaron que: “Toda cultura de masas bajo el monopolio es idéntica y su esqueleto comienza a dibujarse en el círculo de manipulación y de necesidad que la refuerza, donde la unidad del sistema se afianza más cada vez”. Por lo que también se concluye que la comunicación masiva permite homogenizar a un conglomerado de personas amorfo que se agrupa entorno a un interés o necesidad comunicacional que les permite afianzar su identidad y pertenencia.

Es por esto mismo, que la comunicación radial, puede llegar a jugar un papel preponderante dentro del plan estratégico de comunicación de San Juan Ermita, porque esta modalidad de comunicar, brindará las herramientas para fortalecer, unir, informar y educar a su comunidad.

2.6. Alcances y límites de la estrategia

- La presente estrategia tiene como propósito crear una radio virtual; a la cual se le dotará de un nombre, imagotipo e identidad gráfica.
- Permitirá implementar una plataforma virtual para la transmisión continua de la radio.



- La estrategia brindará las herramientas para establecer el flujo de trabajo coordinado para la generación de contenidos de interés que los funcionarios municipales necesiten comunicar.
- Facilitará la capacitación a la Asociación de Desarrollo Comunitario que velarán por la obtención de una frecuencia en espectro radiofónico, con la asesoría del Juez de Asuntos Municipales.
- Implementará una campaña de difusión sobre la nueva radio comunitaria.
- Debido a la falta de certeza y apertura a brindar una frecuencia en el espacio radiofónico del país no se garantiza que se pueda obtener en el tiempo de duración del mismo.

2.7. Metodología de para la aplicación de la Estrategia de Comunicación

Para poder implementar nuestra estrategia de comunicación radiofónica en espacios virtuales, nos apoyaremos de la estructura propuesta por el *Proyect Managment Institute* -PMI- para la implementación de proyectos con el objetivo de estructurar el desarrollo y mantenimiento continuo de productos complejos. Estructura conocida como *Scrum*, ampliamente utilizada en los proyectos de desarrollo e implementación de *software* o plataformas tecnológicas.

Por medio de esta estructura metodológica tiene por objetivo mejorar la comunicación, el trabajo en equipo y la velocidad de desarrollo de las actividades asignadas, presenta un enfoque ligero, práctico y pragmático sobre que define un conjunto de roles, reuniones y las herramientas para entregar resultados de manera eficiente e interactiva que nos brinda funcionalidad valiosa y una agenda distribuible entre los miembros del equipo.

Además, esta metodología se enfoca en la conformación de equipos de trabajo pequeños, lo que permitirá a la Municipalidad de San Juan Ermita no requerir de personal adicional al que ya cuenta en su planilla, esta estructura de trabajo impone establecer periodos de tiempo de



desarrollo de los productos en lapsos de 2 a 4 semanas y con revisiones de avances diarios que permita revisar avances diarios y verificar la finalización de cada tarea asignada.

Esta constante evaluación permite garantizar que el equipo está en con mejora continua y en optimización de los recursos asignados. Con *Scrum*, le quedará claro al miembro del equipo de funcionarios municipales los presupuestos, los plazos y la flexibilidad que debe tener cada integrante en un proyecto auto gestionado.

Donde cada integrante del equipo será responsable de un producto, de su desarrollo y de su cumplimiento en los tiempos requeridos. Esta herramienta se facilita mucho más, debido al apoyo gráfico con el que se puede verificar la definición del proyecto, sus objetivos y, sobre todo, el cumplimiento o avance del proyecto, tal como se demuestra en los siguientes diagramas.

Diagrama 1. Objetivo general del proyecto (elaboración propia)

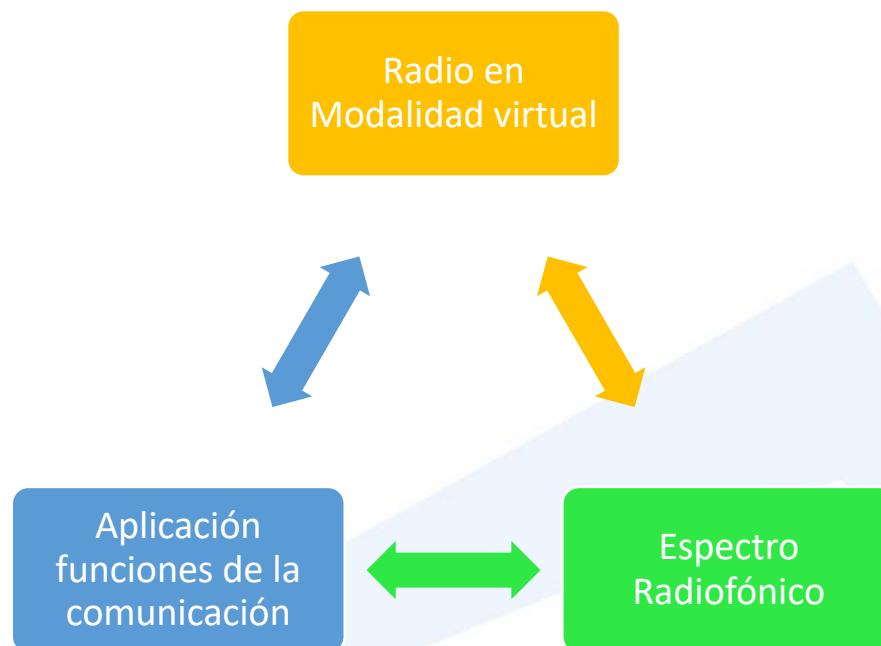
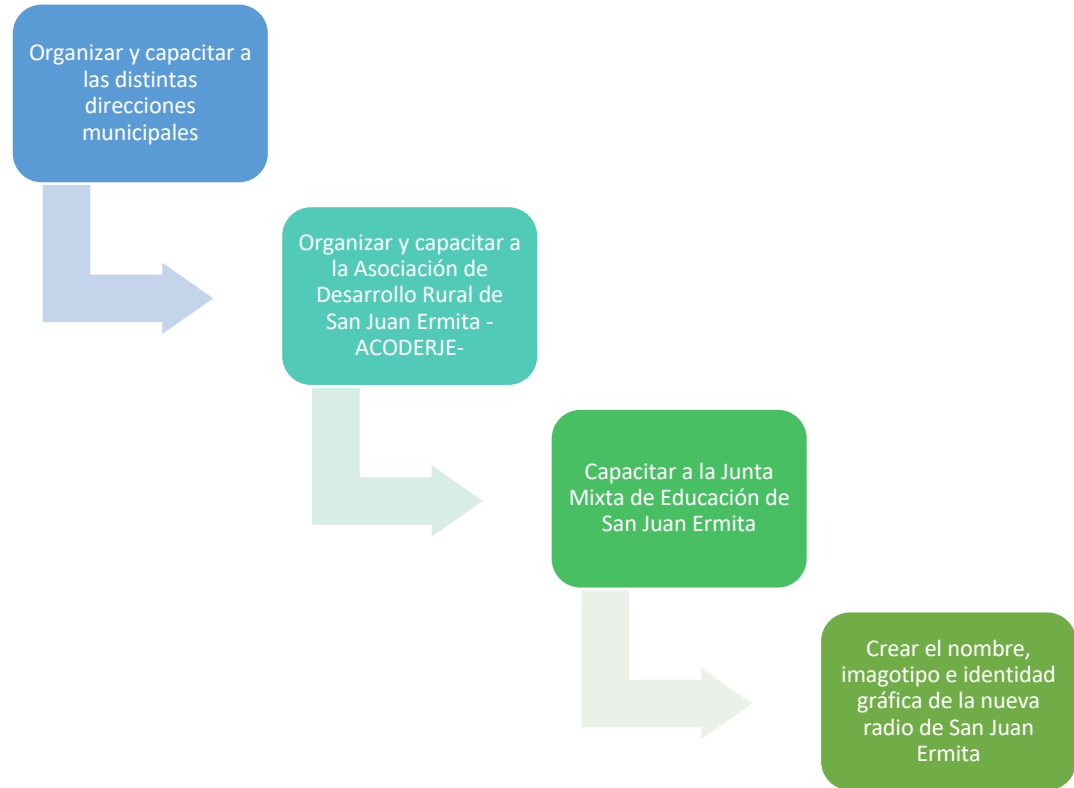




Diagrama 2. Mapa de objetivos específicos del proyecto (elaboración propia)



Responsable: Luis Fernando Urbina Alvarez

2.8. Actividades para la Operatividad de la Estrategia

La primera actividad a desarrollar con la estrategia, es la creación de un nombre e imagotipo para la radio comunitaria, la cuál definirá la imagen gráfica del nuevo medio de comunicación.

Dentro de las actividades indispensables para el funcionamiento de la estrategia, se encuentran todas aquellas relacionadas a la organización inicial que debe realizarse con los distintos públicos, con el objetivo de convertirlos en gestores de productos comunicacionales



o de apoyo organizativo para la materialización del proyecto. Las cuales fueron sub divididas y enlistadas a continuación.

2.8.1. Propuesta No. 1. Elaborar la imagen gráfica para la radio comunitaria

Área Fortalecimiento a la Gestión Municipal

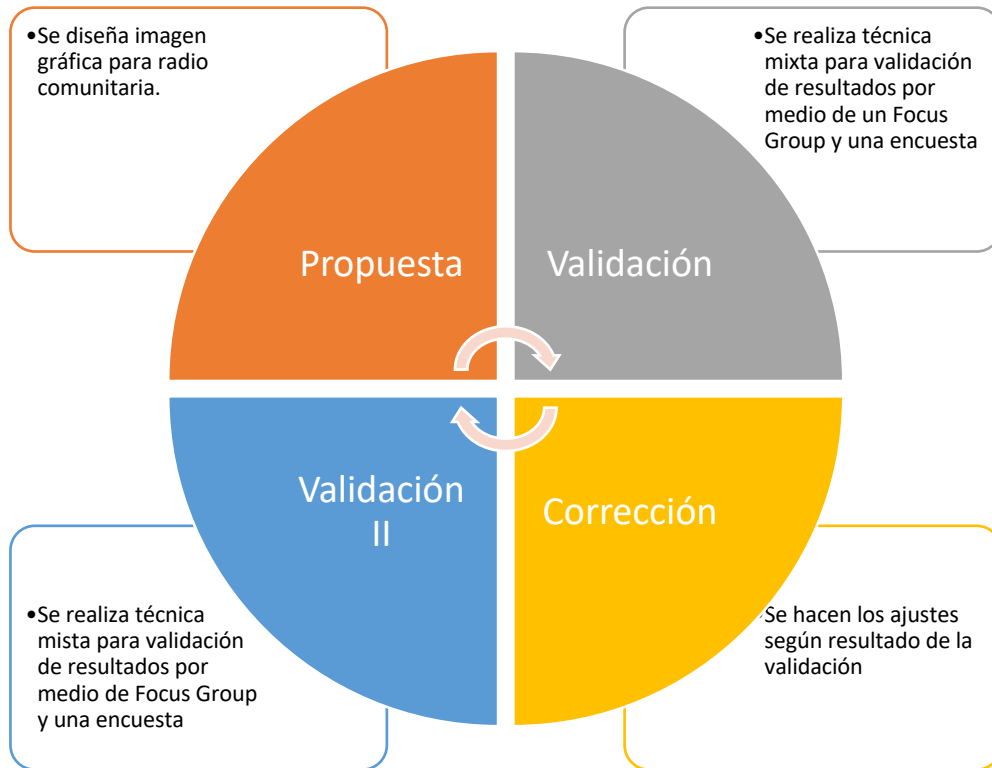
Se tuvo como objetivo dar nombre e identidad gráfica de la radio comunitaria implementada, se buscó que dicho nombre e imagotipo tenga características que además de ser agradables a la vista, sea culturalmente aceptable a la comunidad para que los usuarios de la misma se identifiquen con el nuevo medio de comunicación.

Se incluye como segundo paso de la propuesta efectuar una validación de logotipo, la cuál integra técnicas como la encuesta y los grupos focales, es de esas dos herramientas que se obtendrá el nombre e identidad gráfica final de la radio en línea.

- Elaborar propuesta de imagen gráfica de la radio comunitaria
- Validar la imagen gráfica con Consejo Municipal, Directora de RRHH y junta directiva de la Asociación de Desarrollo Rural de San Juan Ermita -ACODERJE-
- Definición de nombre e imagotipo para la radio en línea



Diagrama 3. Proceso de validación de imagen gráfica



Fuente: Elaboración propia.

Los detalles del proceso de validación fueron documentados y registrados sistemáticamente por medio de una encuesta, dicho proceso puede revisarse con la documentación agregada en los anexos, bajo el título de validación.

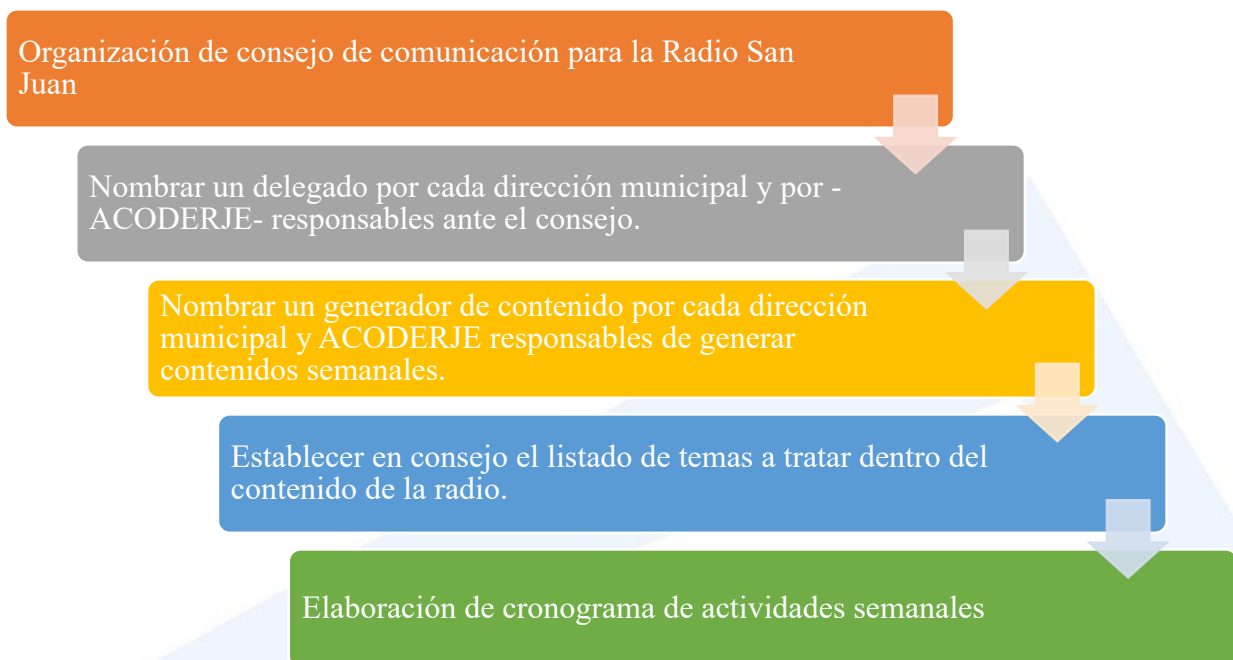


2.8.2. Propuesta No. 2. Capacitación y formación

Como parte de esta ejecución, se programó una serie de capacitaciones con el liderazgo local de la Asociación Comunitaria de Desarrollo Rural y la municipalidad de San Juan Ermita, para brindarles las herramientas necesarias para la generación de contenidos.

- Reunión con miembros y directivos de la Asociación de Desarrollo Rural de San Juan Ermita -ACODERJE-
- Organización de consejo de comunicación para la Radio San Juan
- Nombrar un delegado por cada dirección municipal ante el consejo.
- Nombrar un generador de contenido por cada dirección municipal responsable de generar contenidos semanales.
- Establecer en consejo el listado de temas a tratar dentro del contenido de la radio.
- Elaboración de cronograma de actividades semanales

Diagrama 5. Jerarquía de actividades apoyo a la gestión municipal



Fuente: Elaboración propia.

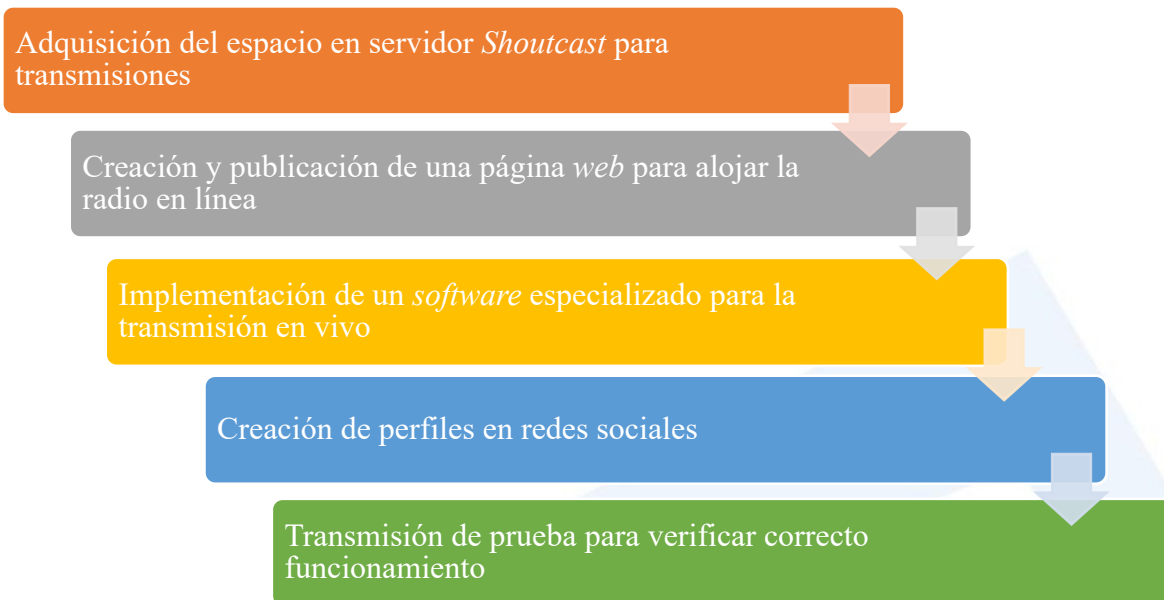


2.8.3. Propuesta No. 3. Implementación de los canales digitales y de la plataforma web donde estará alojada la radio en línea.

En esta etapa, se implementará la plataforma *web* para transmitir la radio en línea, utilizando un servidor *ShoutCast*, y un *software* especializado para la transmisión, además se generarán los perfiles en redes sociales para impulsar el contenido de la radio.

- Adquisición del espacio en servidor *Shoutcast* para transmisiones
- Creación y publicación de una página *web* para alojar la radio en línea
- Implementación de un *software* especializado para la transmisión en vivo
- Creación de perfiles en redes sociales
- Transmisión de prueba para verificar correcto funcionamiento

Diagrama 6. Jerarquía de actividades implementación de la plataforma virtual para transmisión de la radio en línea en el municipio de San Juan Ermita, Chiquimula.



Fuente: Elaboración propia.



2.9. Cronograma del plan de comunicación externa.

Cronograma de actividades				
Mes	Agosto			
Semanas	S1	S2	S3	S4
Elaborar propuesta de imagen gráfica de la radio comunitaria				
Validar la imagen gráfica con Consejo Municipal, Directora de RRHH y junta directiva de la Asociación de Desarrollo Rural de San Juan Ermita -ACODERJE-				
Abrir canales digitales de la radio				
Reunión con miembros y directivos de la Asociación de Desarrollo Rural de San Juan Ermita -ACODERJE-				
Organización de consejo de comunicación para la Radio San Juan				

Tabla 2. Elaboración propia.

Cronograma de actividades				
Meses	Septiembre			
Semanas	S1	S2	S3	S4
Organización de consejo de comunicación para la Radio San Juan				
Nombrar un delegado por cada dirección municipal responsable ante el consejo.				
Nombrar un generador de contenido por cada dirección municipal responsable de generar contenidos semanales.				
Establecer en consejo el listado de temas a tratar dentro del contenido de la radio.				

Tabla 3. Elaboración propia.



Cronograma de actividades				
Meses	Octubre			
Semanas	S1	S2	S3	S4
Adquisición del espacio en servidor Shoutcast para transmisiones	Realizado			
Creación y publicación de una página web para alojar la radio en línea	Realizado			
Implementación de un software especializado para la transmisión en vivo	Realizado			
Creación de perfiles en redes sociales	Realizado	En desarrollo		
Transmisión de prueba para verificar correcto funcionamiento	Realizado	En desarrollo		

Código de color		
		Realizado
		En desarrollo
		Por desarrollar

Tabla 4. Elaboración propia.



2.10. Financiamiento

Los gastos correspondientes a la ejecución de la estrategia comunicacional fueron financiados de manera compartida por el estudiante de EPSL y la municipalidad de San Juan Ermita, Chiquimula, tal como consta en la tabla de presupuesto.

2.11. Presupuesto

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Financiamiento
Asesoría comunicacional	640 horas	Q 21.87	Q 13,984.00	Epsum / Estudiante EPSL
Insumos de oficina, hojas, tinta, folders, marcadores, tijeras, papel manila, rotafolio	500	Q 600.00	Q 600.00	Estudiante de EPSL
Implementación de la plataforma digital para transmisión de la radio	1	Q 2,000.00	Q 2,000.00	Municipalidad de San Juan Ermita
Antena de transmisión	1	Q 16,500.00	Q 16,500.00	Municipalidad de San Juan Ermita
Computadora, retorno, audífonos y micrófono para implementar la radio	1	Q 10,500.00	Q 10,500.00	Municipalidad de San Juan Ermita
Fianza de la frecuencia radial	1	Q 15,000.00	Q 15,000.00	Municipalidad de San Juan Ermita
Capacitación	3	Q 800.00	Q 2,400.00	Epesista
Transmisor	1	Q 45,000.00	Q 45,000.00	Municipalidad de San Juan Ermita
Costo Total			Q 104,384.00	

Tabla 5. Elaboración propia.



2.12. Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficio
Primarios	
35 maestros	Se le brindan las capacidades necesarias para adaptar su docencia a un esquema de educación a distancia por medio de las herramientas que otorga la comunicación radiofónica.
8 miembros de la Asociación de vecinos de San Juan Ermita	Se les organizará, preparará para gestionar y administrar la frecuencia radiofónica
12 funcionarios municipales	Obtendrán las herramientas de comunicación radial para la creación de contenidos
Secundarios	
Vecinos del municipio de San Juan Ermita usuarios de <i>internet</i>	Contarán con un medio de comunicación local, que les permita informarse oportunamente y recibir los beneficios de las funciones de la comunicación.

Tabla 6. Elaboración propia.



2.13. Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Licda. Nury Orellana	Directora de RRHH	Designar miembros del consejo municipal
Lic. Edvin Ramiro Ávalos	TI	Coordinar al consejo municipal de comunicación
Lic. Portillo	Juez de Asuntos Municipales	Brinda la asesoría legal a la Asociación de vecinos
Luis Fernando Urbina Alvarez.	Estudiante EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Elaboración del diagnóstico y la propuesta de estrategia de comunicación externa
Dr. Marco Julio Ochoa	Coordinación Académica	Terna examinadora
Dr. José María Torres	Coordinador EPSL-ECC	Coor
M.A. Evelín Morazán	Sub Coordinación - Supervisión EPS	
Prof. Marta María García	Maestra	Coordinar consejo municipal para la educación
Junta Mixta de Educación	Maestros	Generación de contenidos educativos
Generadores de contenido	Empleados municipales	Generación de contenidos de interés social

Tabla 7. Elaboración propia.

2.14. Áreas Geográficas de Acción

La ejecución de la estrategia de comunicación si bien beneficiará al 17.3% de personas que tiene acceso a *internet* en el municipio, inicialmente será implementada específicamente en la cabecera municipal de San Juan Ermita, Chiquimula, al implementarse la frecuencia radiofónica podría beneficiar al total de vecinos de la comunidad.



2.15. Cuadro Comparativo de Estrategias

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso Humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
Elaborar propuesta de imagen gráfica de la radio comunitaria	Definir la identidad gráfica de marca de la nueva radio de San Juan Ermita.	Q 4,000.00	Epesista	San Juan Ermita, cabecera municipal	Consejo municipal, junta directiva ACODERJE y Dir. De RRHH de la municipalidad	15 al 30 de agosto 2020
Validar la imagen gráfica con Consejo Municipal, Directora de RRHH y junta directiva de la Asociación de Desarrollo Rural de San Juan Ermita - ACODERJE-		Q 4,500.00	Consejo municipal, junta directiva ACODERJE y Dir. De RRHH de la municipalidad	San Juan Ermita, cabecera municipal	Consejo municipal, junta directiva ACODERJE y Dir. De RRHH de la municipalidad	
Abrir canales digitales de la radio		Implementar las plataformas web, social media y de streaming para la radio on line	Q 4,240.00	Epesista	San Juan Ermita	

Tabla 8. Elaboración propia.



Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso Humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
Reunión con miembros y directivos de la Asociación de Desarrollo Rural de San Juan Ermita - ACODERJE-	Capacitar a las distintas direcciones municipales para que aprendan a generar contenidos radiales de interés de la población.	Q 800.00	Junta directiva de ACODERJE	San Juan Ermita, cabecera municipal	Junta directiva ACODERJE	Del 15 al 20 de agosto
Organización de consejo de comunicación para la Radio San Juan			ACODERJE, Junta Mixta de educación y Municipalidad de San Juan Ermita	San Juan Ermita, cabecera municipal	Consejo municipal, junta directiva ACODERJE y Dir. De RRHH de la municipalidad	

Tabla 9. Elaboración propia.



Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso Humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
Organización de consejo de comunicación para la Radio San Juan	Capacitar a las distintas direcciones municipales para que aprendan a generar contenidos radiales de interés de la población.	Q 250.00	Junta directiva de ACODERJE	San Juan Ermita, cabecera municipal	Junta directiva ACODERJE	Del 15 al 20 de agosto
Nombrar un delegado por cada dirección municipal responsable ante el consejo.	Definir roles de trabajo dentro del consejo	Q 250.00	Designados de las direcciones municipales	San Juan Ermita, cabecera municipal	Consejo municipal, junta directiva ACODERJE y Dir. De RRHH de la municipalidad	

Tabla 10. Elaboración propia.



CAPÍTULO III

EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA

3. Informe de la ejecución.

3.1. Nombre de la Ejecución no. 1: Diseño y validación de nombre e imago tipo para radio comunitaria en San Juan Ermita Chiquimula.

Objetivo de la Actividad

La validación de un logotipo es un proceso mediante el cual se busca que el cliente, en este caso la Municipalidad de San Juan Ermita, y los miembros de la Asociación de Desarrollo Rural de San Juan Ermita, ACODERJE, aprueben, imprueben o modifiquen la propuesta de imago tipo presentada.

Dicho proceso se lleva a cabo por medio de una encuesta, en la que se les presenta el nombre, el slogan y por último las 3 propuestas gráficas, además se les pide que califiquen dichas propuestas y seleccionen la que sea de su agrado, sumado a ello se les consulta si quisieran ver más opciones de logotipo.

Este proceso también puede realizarse 100% de manera presencial, pero debido a las restricciones de reuniones debido a COVID19, se optó por realizar la dinámica de manera mixta, los miembros de ACODERJE respondieron de manera presencial y algunos miembros del consejo municipal vía un formulario de *Google*.

Medio Utilizado

Este proceso se llevó a cabo por medio de una técnica mixta utilizando un *focus group* con el consejo municipal y la directora de RRHH y una encuesta para los directivos de ACODERJE, esta herramienta fue subida por medio de un formulario de *Google* el cuál contenía una descripción con el objetivo del formulario y de 4 preguntas.



Área geográfica de impacto

Tal como ha sido delimitado, el resultado final de la propuesta de logotipo tendrá influencia en todo el municipio de San Juan Ermita, Chiquimula, sin embargo, para efectos técnicos dicha actividad tuvo su área de influencia en la cabecera municipal en mención.

Presupuesto en esta acción

Las acciones realizadas para la validación y el diseño del imagotipo de la radio comunitaria fueron costeadas por el estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado EPSL. Debido a ello dichas actividades no representaron ningún costo para la institución.

Diseño de imagen institucional

Se conceptualizaron los primeros diseños para expresar innovación, tecnología y dinamismo, para lograr este objetivo, se utilizaron tipografías icónicas del mundo digital integrado con colores vivos. Una de las propuestas presentó iconografía poco tradicional y las otras dos propuestas contenían iconografía clásica de niveles y sonido. Desde el inicio se buscó integrar elementos gráficos representativos a la tipografía, el objetivo final crear un imagotipo con tres combinaciones de una misma idea. Estas propuestas iniciales se aprecian en la siguiente página. Y en el link adjunto.

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdSDTnEDV9e4qC9UJH454ivN54V6ro4eQX21Q69L3PblFU9mg/viewform>



Propuesta no. 1



Propuesta no. 2



Propuesta no. 3



Fuente: validación de logotipo elaboración propia.



Validación de nombre e imagotipo

El proceso de validación se llevó a cabo algunos miembros del Concejo Municipal y la directora de recursos humanos de la Municipalidad de San Juan Ermita, con la dinámica de investigación basada en un grupo focal en línea, se les proporcionó un link dónde estaba a su disposición una batería de preguntas respecto a su preferencia sobre los diseños elaborados, las cuales se presentan a continuación.

- a) ¿Qué piensa del nombre Evolución Radio?
- b) ¿Qué le parece el slogan Por un San Juan Ermita Digital?

Se le presentaron las 3 variaciones de logotipo y se les pidió que indicaran

- a) ¿Qué imagotipo les agradaba más?

Luego de haber dado una respuesta y haber discutido las opciones presentadas se les hizo la última pregunta con respuestas múltiples.

- a) ¿Qué opina de las versiones presentadas?
 - Me gusta una
 - No me gusta ninguna
 - Quisiera ver más opciones

Al realizar esta dinámica, se obtuvo las respuestas a las preguntas realizadas, también permitió observar al investigador las expresiones no verbales de los participantes en el *focus group*. Esta información que es de utilidad para validar lo expresado verbalmente con lo expresado con el lenguaje kinésico.

El mismo cuestionario fue enviado a la junta directiva de ACODERJE, obteniendo los mismo el mismo resultado, cuyas gráficas se describen en la siguiente página.

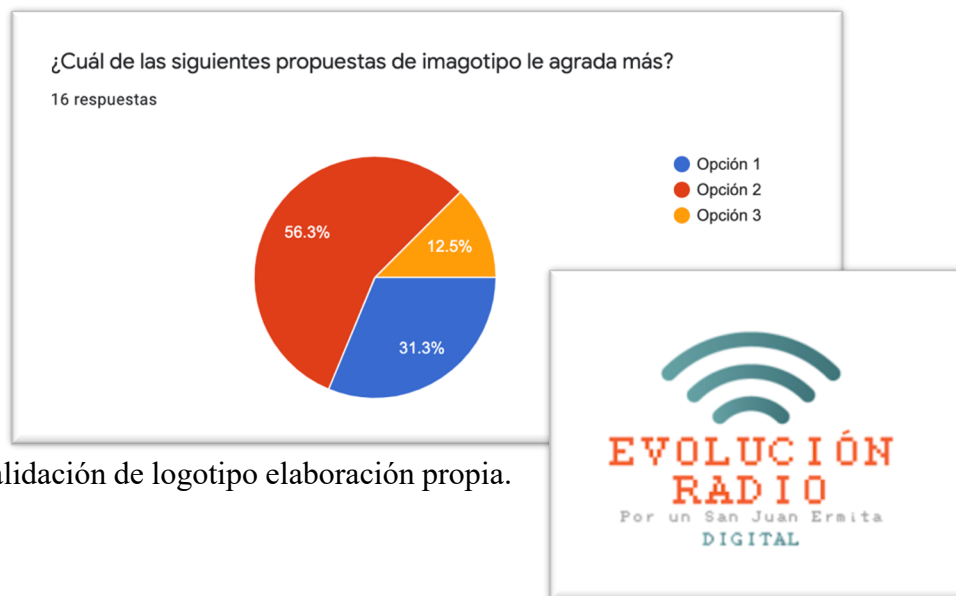
El formulario utilizado puede consultarse en el siguiente link y apreciarse gráficamente en los anexos.



Resultados

¿Cuál de las siguientes propuestas de imago tipo le agrada más?

Gráfica 22.



Fuente: validación de logotipo elaboración propia.

Siendo la opción número dos la que más agrado causó a los tomadores de decisión, siendo electa el 56.3% de las veces. Para contrastar y verificar su satisfacción con la propuesta la cuarta pregunta se estructuró para saber si la misma cumplía plenamente con sus expectativas o simplemente eligieron la más equilibrada sin que les cause completa satisfacción.



¿Qué opina de las versiones presentadas?

Grafica No. 23



Fuente: validación de logotipo elaboración propia.

Al analizar esta gráfica se concluye que, las opciones, no me agrada, ninguna y quisiera ver más opciones acumulan el 62.5% de la preferencia, siendo esto una razón de peso para decidir realizar una segunda validación con nuevas propuestas de nombres e imagotipo.



Tal como se concluyó en la ejecución no. 1, la decisión del concejo municipal y de la junta directiva de la Asociación Comunitaria para el Desarrollo Rural de San Juan Ermita, - ACODERJE- fue orientada a una segunda validación con nuevas propuestas de nombre y logotipo. Para ello se diseñaron 4 nuevas propuestas para nombre e imagotipo de la radio, de las nuevas propuestas únicamente se tomó en cuenta una de las propuestas iniciales y se realizaron 3 nuevas ideas.

Medio utilizado

Debido a que a inicios de septiembre el semáforo de alertas por municipio se colocó en rojo, no fue posible organizar el *focus group* con las 16 personas que conforman el Concejo Municipal y la Asociación de Desarrollo Rural de San Juan Ermita, por lo que se validó por medio de una encuesta en *google forms*, herramienta estructurada específicamente para evaluar las características de cada imagotipo propuesto.

Área geográfica de impacto

Tal como ha sido delimitado, el resultado final de la propuesta de imagotipo tendrá influencia en todo el municipio de San Juan Ermita, Chiquimula, sin embargo, para efectos técnicos dicha actividad tuvo su área de influencia en la cabecera municipal.

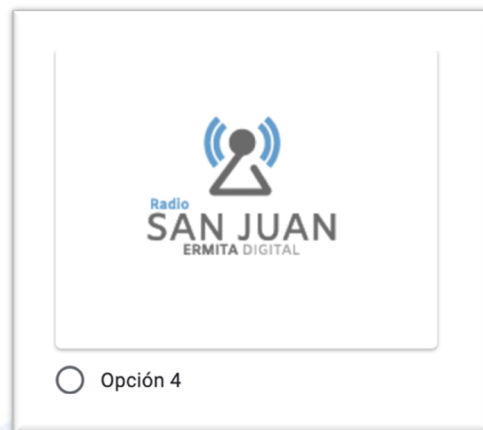
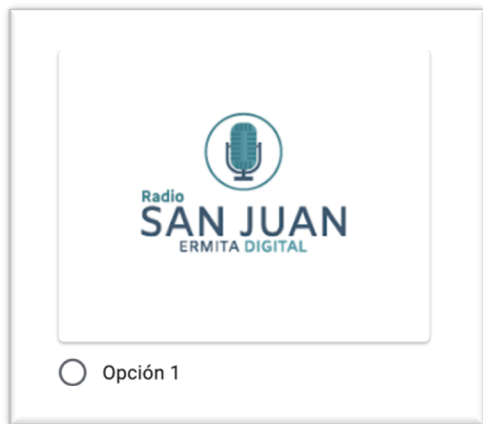
Presupuesto en esta acción

Las acciones realizadas para la validación y el diseño del imagotipo de la radio comunitaria fueron costeadas por el estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado EPSL. Debido a ello dichas actividades no representaron ningún costo para la institución.



Diseño de imagen institucional

En esta ocasión se decidió que la imagen institucional de la radio debía ser más sobria que las anteriores propuestas, y que la paleta de colores a utilizar debería hacer referencia a los paisajes locales. El nombre debería de generar en los radioescuchas sentido de pertenencia. Y es con estas características que se realizaron las propuestas de diseño.



Fuente: validación de imago tipo Sept. 2020 Elaboración propia.



Validación de nombre e imagotipo

En esta segunda etapa se estructuró el cuestionario con el propósito de obtener la apreciación sobre la armonía y agrado que causa a la vista las 4 propuestas gráficas pudiendo escoger una de las 4 opciones de diseño, también se les presentaron 3 propuestas de nombre, siendo estos:

- Radio San Juan Ermita Digital
- Evolución Radio
- Radio San Juan

También se les preguntó sobre los dos *slogans* propuestos, los cuales expresan una idea sobre la necesidad de reducir la brecha digital en el municipio, estos fueron:

- Por un San Juan Ermita Digital
- La evolución digital

Posterior a estos cuestionamientos se les pidió que clasificaran cada propuesta con los siguientes calificativos:

- Moderno
- Tradicional
- Aburrido
- Adecuado
- No lo usaría

Otorgando dos calificativos positivos, dos negativos y una declaración si lo usarían o no, esto permitió definir el nivel de aceptación o rechazo de cada propuesta. Posterior a ello se les planteó el escenario, si de manera individual tuvieran que tomar la decisión ese mismo



día de utilizar un diseño, por cual decidirían, respuestas que fueron congruentes con las valoraciones previamente asignadas por los encuestados.

Después de corrida la segunda validación, los tomadores de decisiones se inclinaron por una de las nuevas propuestas presentadas, definiendo el nombre de la radio en línea de la siguiente forma:

Nombre: Radio San Juan

Slogan: La Evolución Digital



Imagotipo: Elaboración propia.



3.2. Nombre de la Ejecución No. 2. Capacitación y formación

Objetivo de la Actividad

Se tiene como objetivo brindar a los miembros de la Asociación de Desarrollo Rural de San Juan Ermita, las capacidades para la generación de contenidos, capacitarlos en aspectos generales de la comunicación y permitirles aprender la forma adecuada de preparar un programa radial por medio de un guion, herramienta de comunicación que permite ordenar ideas, establecer tiempos y establecer la dinámica para emitir un programa radial.

El segundo objetivo de esta ejecución, es que los miembros de ACODERJE conformados en comité de generación de contenidos puedan conocer los principios de la comunicación, entiendan las herramientas de comunicación para hacer funcionar una radio en línea, sobre todo, que puedan ser autosuficientes con el funcionamiento de la radio.

Medio Utilizado

Se llevó a cabo un taller presencial, en el cual, la junta directiva de ACODERJE decidió que de manera inicial serán ellos mismos los que deben dirigir el funcionamiento de la radio, por lo que se les brindó el taller en manera conjunta. Para ello se les impartió una presentación sobre los principios de la comunicación en radio y se les brindó la oportunidad de elaborar un borrador de lo que será el primer programa radial que se emita desde San Juan Ermita.

Área geográfica de impacto

Sede de la Asociación de Desarrollo Rural de San Juan Ermita ACODERJE

Presupuesto en esta acción



Las acciones realizadas para la validación y el diseño del imagotipo de la radio comunitaria fueron costeadas por el estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado EPSL. Debido a ello dichas actividades no representaron ningún costo para la institución.

Comprobación de la capacitación.

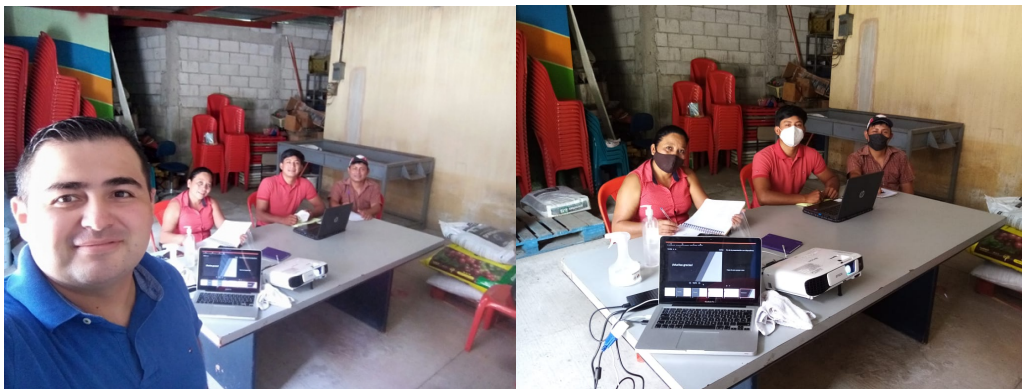


Figura 2. Elaboración propia.



Figura 3. Elaboración propia.



3.3. Ejecución no. 3 implementación de los canales digitales y de la plataforma web donde estará alojada la radio en línea.

Objetivo de la Actividad

Todo el proceso diagnóstico, investigación y actividades realizadas tienen como objetivo dotar a San Juan Ermita de un medio de comunicación local que les permita utilizarlo como una herramienta de desarrollo transversal que permitirá hacer uso de la estrategia de comunicación externa para educar, informar y entretener con pertinencia cultural a la población del municipio.

Es en esta etapa de la investigación que se implementa la plataforma digital como un proyecto piloto para aprender a generar contenidos para radio, lo que permitirá estar capacitados y organizados para hacer funcionar una radio comunitaria.

Medio utilizado

Los medios digitales se convierten en nuestra plataforma para el establecimiento de la radio en línea, a continuación, se describe la infraestructura tecnológica a utilizar, la que se divide en plataformas propias de transmisión, medios sociales digitales para aumentar el alcance de los contenidos y plataformas para alojar audios para facilitar la publicación de podcasts.

- Software para transmisión en línea
- Servidor para transmisiones
- Página *web* de la radio
- Redes sociales: twitter, facebook, youtube



- Sitio para alojamiento de audios, *soundcloud*
- Usuario de *podcast* para creadores en *spotify*

Área geográfica de impacto

El área geográfica de mayor impacto será el Municipio de San Juan Ermita y la *web*.

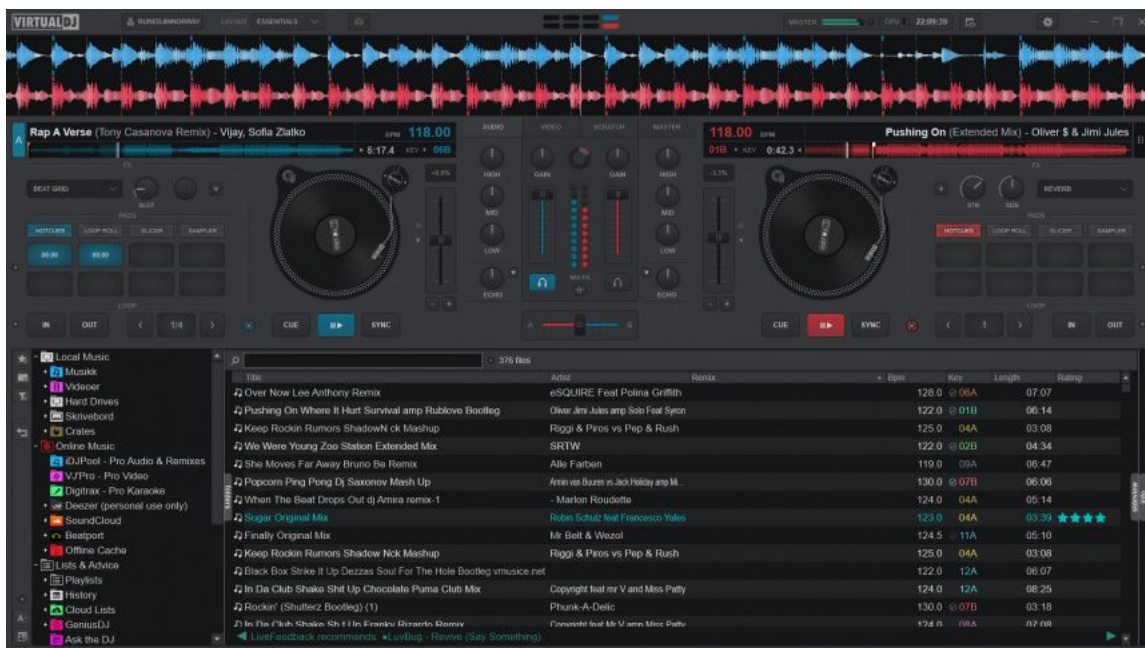
Presupuesto de esta actividad

Las acciones realizadas para la validación y el diseño del imago tipo de la radio comunitaria fueron costeadas por el estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado EPSL. Debido a ello dichas actividades no representaron ningún costo para la institución.

Comprobación de material

Software para transmisión en línea

Entre las muchas opciones que nos brinda el mercado el mercado, se eligió Virtual DJ Pro, por la versatilidad y facilidad de conectar el servidor, hacer la transmisión simultanea en la radio, así como en las redes sociales.





Fuente: Virtual DJ Pro, implementado por Luis Fernando Urbina A. Sept. 2020

Servidor para transmisiones

De las dos opciones que ofrece el mercado *IceCast* y *ShoutCast* se decidió por cuestiones de soporte y asesoría obtener un servidor *ShoutCast*, la característica principal de este servicio es que se debe pagar el derecho de uso y no es compatible con software libre, brindando la garantía de atención técnica personalizada en línea en caso de ser necesario, servicio que no se obtiene con las plataformas *IceCast* que su desarrollo está basado en el software libre.



Por ello entre las opciones del mercado se adquirió una cuenta básica gratuita *ShoutCast* en la plataforma *listen2myradio.com*

Listen2MyRadio™ INICIO STREAMING DE RADIO STREAMING DE VÍDEO HOSTING SOPORTE EMPRESA LIVE CHAT LOGIN

Streaming de radio Cuenta gratuita

Inscribirse para obtener una cuenta gratuita

Nuestra cuenta gratuita en listen2myradio viene con un inigualable plan que cuenta con herramientas de primera calidad.

TODAS LAS CUENTAS INCLUYEN

- Alto tiempo de funcionamiento
- Alto tiempo de funcionamiento
- 2 ubicaciones de servidor de alta velocidad (EEUU, Alemania)
- Configuración inmediata

- Página de radio personal**
Con listen2myradio cada emisora radial tiene su página exclusiva. Elija entre dos elegantes diseños de colores, ajuste la apariencia de su información, suba su logo y muchas cosas más. Escoja su propio subdominio y reciba 7 nombres de dominio geniales. (listen2music.com, radio12345.com, radiostream123.com, listen2myshow.com...).
- Shoutcast e Iccast**
Elija entre los dos protocolos de streaming disponibles según cual prefiera. Proveemos una guía fácil de usar que explica las ventajas de cada uno de ellos. Con listen2myradio puede probar ambos protocolos y alternar entre ellos cuando lo desee.
- Reproductores de Flash y Windows Media**
Ofrecemos dos reproductores para lograr que su radio sea fácil de usar y compatible. Para las PC recomendamos el reproductor de Windows Media, mientras que Flash es excelente para Macs. Utilice su panel de control para elegir el que desea usar, o utilice ambos.
- Límite de 5000 oyentes**
Ya sea que a su programa lo sintonicen simultáneamente 5 oyentes o 5000, listen2myradio se compromete a proveer la mejor calidad de sonido y conexión para cada uno de ellos.
- Sustentado por anuncios publicitarios**
De esta manera no tiene que pagar por el excelente servicio que recibe en listen2myradio, su cuenta gratuita es financiada por los anuncios que aparecen en su página. Esto significa que su emisora radial solo se puede escuchar en el subdominio que usted creó.

Listen2MyRadio Becoming More Social
Be the first to know all the upcoming updates

Latests News and Updates ✓

Coupon Codes and Special Discounts ✓

Recommendations and Tips for Streaming ✓

Video Tutorials ✓

Be our Friends on:
FACEBOOK PAGE
TWITTER PAGE
YOUTUBE PAGE

Fuente: pantalla de listen2myradio.com cuenta gratuita implementada por Luis Fernando Urbina Sept. 2020.

Página web de la radio



Cómo parte de la estrategia, fue necesario crear un sitio web para alojar la radio en línea, este sitio se genera desde la plataforma adquirida con lysten2myradio.com, de manera muy versátil nos brinda 4 áreas distintas, un blog, un área de álbum fotográfico, un chat en línea y el alojamiento de la última transmisión realizada.

The screenshot displays the website interface for 'Radiosanjuane Radio'. At the top left, there is a header with the station's name and a description: 'Radiosanjuane Radio Desde San Juan Ermita, Chiquimula para el mundo, transmite la radio comunitaria. Iniciativa de la Asociación Comunitaria de Desarrollo Rural -ACODERJE- con los objetivos de informar, educar y entretener a la comunidad de San Juan Ermita, Chiquimula.' Below this is a large logo for 'Radio SAN JUAN LA EVOLUCION DIGITAL'. A search bar contains the text 'Instrumento' and a button labeled 'ABRIR'. The main content area features a player with a play button, a volume control, and a message 'Error has Occured'. To the right, there is a date 'October 2, 2020' and a time '14:05:04', along with social media sharing options for 'Like 4' and 'Tweet'. Below the player is a 'FOLLOW CHANNEL' section with icons for Facebook, Twitter, YouTube, and Instagram. An 'About Us' section describes the station as a digital community radio from San Juan Ermita, Chiquimula, Guatemala, aimed at reducing the digital gap and promoting cultural content. A 'Mobile Listening' section has a 'CLICK HERE' button. A 'Chat' section includes an 'Open chat' button. Below the chat is a '0 Comments' section with an 'Add a comment...' input field and a 'Facebook Comments Plugin' icon. At the bottom, a 'Recent News' section features an article titled 'Somos Radio San Juan' posted on 2020-09-08 by Luis Fernando Urbina A., with a 'READ MORE' link.

Fuente: <https://radiosanjuane.radio12345.com/> implementado por Luis Fernando Urbina A. Sept. 2020.

Redes sociales



Se optó por hacer uso de las redes sociales que mayor aceptación e impacto tienen en el país como parte de la estrategia digital, siendo estos, *twitter*, *facebook*.



Fuente: Usuario de twitter @RadioSanJuan2 implementación por Luis Fernando Urbina A. Sept. 2020.



Radio San Juan
Crear nombre de usuario · Medio de comunicación/noticias

Inicio Empleos Eventos Más

Invita a tus amigos a que indiquen que les gusta tu...
Si tus amigos indican que les gusta tu página y comparten sus publicaciones, es posible que más personas las vean en sus secciones de noticias.

Buscar amigos para invitar

- Andrea Gissel Invitar
- Melanie Miza Invitar
- Carlos Geovanni Invitar

Ver todos los amigos

SEMANA DE CONSEJOS 2
Crea publicaciones atractivas
Publica de forma periódica en tu página para captar la atención del público, compartir novedades sobre tu negocio y consolidar tu presencia online.
Ver consejos

Estadísticas Ver todo
Últimos 28 días: 4 de sep - 1 de oct

Personas alcanzadas	26
Interacciones	0

2 Personas alcanzadas 0 Interacciones Promocionar publicación

Me gusta Comentar Compartir

Comentar como Radio San Juan
Presiona "Enter" para publicar.

#CaravanaDeMigrantes Hondureños salieron hoy de San Pedro Sula para cruzar a Guatemala. Llegaron esta noche a Esquipulas. Salieron hoy d la terminal de San Pedro Sula rumbo a la Frontera d Agua Caliente, Chiquimula. A pesar d la pandemia por #COVID19, aún hay muchos por llegar. Foto: Factor4

Fuente: <https://www.facebook.com/Radio-San-Juan-109077140936426> implementado por Luis Fernando Urbina A. Sept. 2020



Sitio para alojamiento de audios, *soundcloud*

Por la naturaleza del proyecto se hace indispensable contar con una plataforma que nos permita alojar los audios de los programas generados en una plataforma virtual, para ello se decidió utilizar la plataforma de *soundcloud*, que brinda un servicio gratuito para dicho fin.

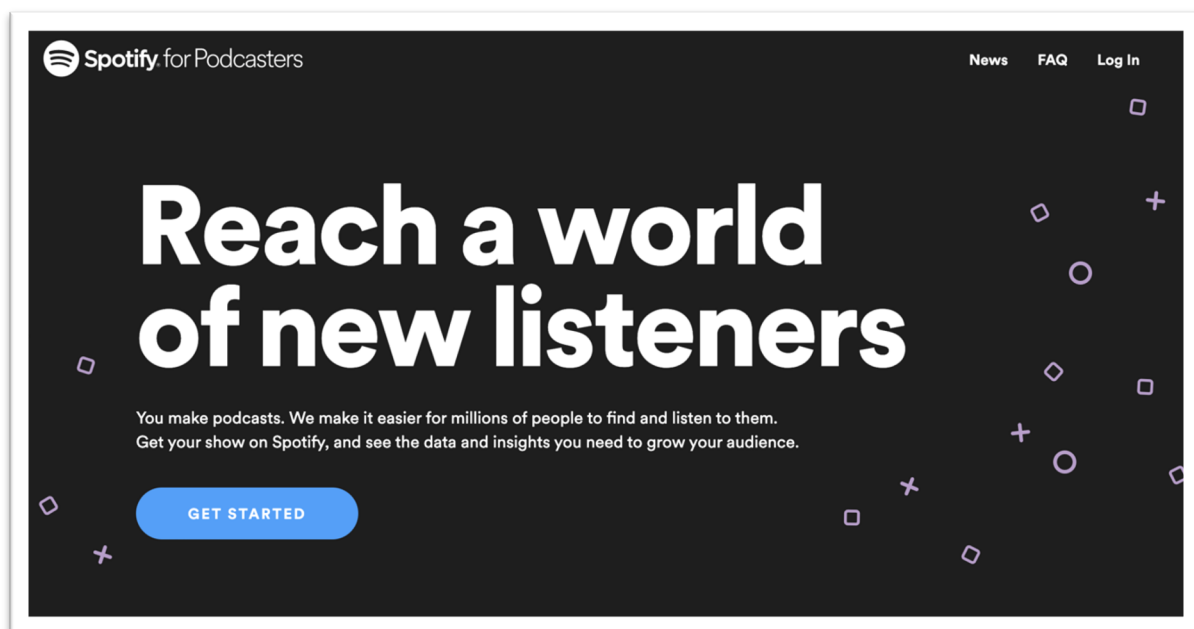
Rank	Listener Name	Listeners
1	Tanis	18K
2	The Magnus Archives	14K
3	Paralyzed	9K

Fuente: usuario RadioSanJuan implementado por Luis Fernando Urbina A. Sept. 2020



Usuario de podcast para creadores en *spotify*

Spotify es una aplicación de moda desde hace 5 años, muy popular por la facilidad que da de organizar listas de reproducción de música y de podcast, con interés particular de hacer virales los contenidos generados, se creó una cuenta para Podcasters que nos permita compartir los audios alojados en soundcloud para su reproducción desde spotify.



Fuente: usuario RadioSanJuan implementado por Luis Fernando Urbina A. Sept. 2020



3.4. Actividades y calendarización

Cronograma de actividades																																		
Meses	Febrero		Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
Semanas	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4				
Asignación a EPSUM y salida a San Juan Emita																																		
Elaboración y entrega de informes de Fase Propedéutica																																		
Proceso de entrega paperwork para completar inscripción EPS- Licenciatura																																		
Elaboración, revisión y entrega de la Evaluación I. Diagnóstico de Comunicación																																		
Videoconferencias / Mayo																																		
Videoconferencias / Julio																																		
Videoconferencias / Agosto																																		
Elaboración y entrega 2 Plan de Comunicación																																		
3. Ejecución de algunas Estrategias del Plan de Comunicación																																		
Entrega del informe de los 3 capítulos para revisión																																		
Recepción y revisión final de informe final																																		
Evaluaciones de los informes-presentaciones individuales																																		
Impresión final de informe empastado con cd's																																		
Finalización del EPS de Licenciatura-Entrega de notas a Control Académico																																		
Reunión con Asociación de Vecinos de San Juan																																		
Capacitación respecto al procedimiento de solicitud de frecuencia radiofónica																																		
Establecer cronograma de acción legal-administrativa																																		
Reunión con Alcalde Municipal, Directores de RRHH y encargado de TI para presentar el plan de comunicación estratégica																																		
Organización de consejo de comunicación para la Radio San Juan																																		
Nombrar un delegado por cada dirección municipal responsable ante el consejo.																																		
Nombrar un generador de contenido por cada dirección municipal responsable de generar contenidos semanales.																																		
Establecer en consejo el listado de temas a tratar dentro del contenido de la radio.																																		
Organización de un consejo municipal para la educación a distancia.																																		
Los directores de las distintas escuelas funjan como delegados al consejo municipal para la educación a distancia; pudiendo delegar su función a sub directores u otro maestro de la misma escuela que representa. NOMBRAMIENTO.																																		
Realización en consejo de un cronograma de clases que permitan cubrir el currículo nacional base, determinando maestros o específicos asignados a la generación de los contenidos.																																		
Revisión técnico legal para el cumplimiento de requisitos de la Super Intendencia de Telecomunicaciones -SIT-																																		
Revisión técnico legal para el cumplimiento de requisitos de la Super Intendencia de Telecomunicaciones -SIT-																																		
Capacitación de maestros para adaptar los contenidos a una modalidad de educación a distancia para una plataforma radiofónica.																																		
Presentación de solicitudes y seguimiento																																		
Generación de contenidos para su transmisión en la modalidad establecida.																																		
Implementación de la radio en línea 7 pod casts, youtube channel y transmisión diaria																																		
Campaña de difusión para anunciar Radio San Juan, incluye validación de nombre de la radio, validación de imatopos, definición de la marca. Posterior a ello abrir las plataformas ya con el nombre establecido.																																		
Lanzamiento de la radio en el espectro radiofónico																																		

Código de color:	Realizado
	En proceso o por realizarse
	Video conferencias



Conclusiones

La implementación de una radio requiere de un amplio conocimiento sobre la comunicación, sus funciones y comprender el impacto que pueden obtener en la sociedad las comunicaciones masivas, únicamente de esta forma, el estudiante obtendrá “el colmillo” necesario para emprender cualquier empresa en el campo de la comunicación. Además, por las características endémicas del municipio de San Juan Ermita, es importante que los distintos comités de generación de contenidos tengan la sinergia necesaria para trabajar exitosamente la radio en línea.

Durante este proceso se ha podido comprender que la comunicación es un eje transversal para llevar el desarrollo integral al país. Es por medio de esta ciencia social, que podemos influir de manera positiva en todos los aspectos de una comunidad, brindando oportunidades de llevar mensajes educativos, informativos o de entretenimiento a nuestros públicos objetivos.

Es por medio de la comunicación que se puede potencializar la comprensión de los mensajes que fomenten hábitos saludables de alimentación, ayudará a comprender hábitos de higiene previniendo enfermedades o la propagación de plagas como el dengue y como eliminar los criaderos de mosquitos. O como por medio de la comunicación radial con pertenencia cultural puede favorecer la asistencia a clases a distancia para los niños y jóvenes en edad escolar.

También se pudo comprender, que la comunicación puede funcionar basados en la confianza que nos otorga la sociedad. El profesional de la comunicación debe tener sólidos valores éticos, que le permitan influir de manera positiva, la carencia de estos valores no solo impacta en la credibilidad de los medios sociales, también en la credibilidad del profesional en particular.

Por ello se debe tener presente, que la formación recibida debe ser utilizada para favorecer a la sociedad en la que el profesional se desenvuelve, haciendo uso de la comunicación para el desarrollo, campo de acción que tiene amplias oportunidades en nuestro país.



Recomendaciones

La capacitación a los funcionarios municipales en temas de comunicación radial debe ser periódica, esto permitirá que con el tiempo y la práctica se mejore sustancialmente la calidad de los contenidos a publicar, permitirá refrescar lo que han aprendido hasta ahora y favorecerá la rapidez del trabajo a realizar.

Los conocimientos técnicos amplios, deberán ser acompañados de una sólida formación administrativa, que permita tener resultados con cada acción, enfocando los esfuerzos en la obtención de los objetivos comunicacionales.

Se debe lanzar la campaña de introducción de la radio, la que permitirá mejorar el alcance de la información, el conocimiento de marca y favorecerá la identificación de la población con la identidad gráfica de Radio San Juan.

También recomendamos que los profesionales de la comunicación que den seguimiento a este proyecto tengan en mente que la organización y relación entre los distintos comités de generación de contenidos debe ser fluida, clara y objetiva. El dinamismo es una característica de la comunicación radial, eje principal de la estrategia de comunicación externa que se implementa.

Respecto a los canales digitales, se recomienda que pueda hacer el *upgrade* de las plataformas gratuitas, lo que permitirá obtener los mejores servicios y estabilidad para la radio en línea, lo que no otorgará credibilidad y seriedad al mostrar los resultados que se pueden hacer visibles a la sociedad, sin olvidar que los contenidos de calidad son los que generan interés y fidelidad de un grupo objetivo.

Relacionado con la radio en el espectro FM se recomienda hacer un esfuerzo mayor en la gestión, que permita mejorar el conocimiento de las autoridades municipales del proceso de solicitud, para cumplir los requisitos técnicos, legales y operativos requeridos por la Súper intendencia de Telecomunicaciones.



A las autoridades académicas se recomienda que, en los contenidos mínimos del pensum de estudios de las carreras técnicas y la licenciatura, sean agregados de manera formal y programática la utilización de los distintos canales digitales existentes en la actualidad, lo que permitirá al estudiante permanecer actualizados, si bien, las conferencias de actualización profesional son sumamente útiles para los estudiantes, se hace necesario que el contenido sea programático.



REFERENCIAS

Centro de Salud San Juan Ermita, Chiquimula. (2019). Sala Situacional de Salud. Guatemala. Centro de Salud.

Chigua., F. M. (2010). Monografía del Municipio de San Juan Ermita. Chiquimula, Guatemala.

Cohorte, P. (2018). Diagnóstico San Juan Ermita. Chiquimula. Guatemala

Cohorte, S. (2019). Diagnóstico San Juan Ermita. Chiquimula. Guatemala

Dirección Municipal de Seguridad Alimentaria y Nutricional. DIMSAN. (2017). Diagnóstico de Situación de SAN del municipio de San Juan Ermita, Chiquimula. Guatemala. Municipalidad de San Juan Ermita.

Guerra López, S. (2010). Trabajo De Graduación Realizado En San Juan Ermita, Chiquimula Fortalecimiento De La Gestión Agro-Ambiental Municipal y Local. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala

Mancomunidad Copanch'orti'. (2017). Reporte climático mensual. Guatemala. Mancomunidad Copanch'orti'

Comunicación Organizacional

Fernández Collado toma el concepto de F. M. Jablin, en un tiempo escrito por el investigador mexicano en 1990: "Estudio de Comunicación organización: su evolución y su estudio", publicado en 1990.

Guia de las Tecnologías de la Información y Comunicación UNESCO 2004

La comunicación, de los orígenes al internet. Miquel de Moragas, Barcelona 2012.



E-GRAFÍAS

Directorio De Escuelas. (2017-2020). Colegios De Guatemala Portal Educativo, Escuela Oficial De Parvulos Anexa A Escuela Oficial Rural Mixta. Carretera a El Salvador, Ciudad de Guatemala, Centroamérica. Recuperado de <https://colegiosguatemala.com/colegios/visualizar.php?id=28472&clave=San%20Juan%20Ermita&pag=4>

DIGEACE. (2017). Información Pública De Oficio-MINEDUC. Chiquimula. Recuperado del hiper vínculo: http://infopublica.mineduc.gob.gt/mineduc/images/6/69/DIGEACE_DIGEACE_CHIQUIMULA_INCISO2C_2017_VERSION08.pdf

SEGEPLAN. (2020). Sistemas Segeplan, Mejoramiento calle en quebrada. Minas Abajo, San Juan Ermita, Chiquimula. Recuperado del hiper vínculo: [http://sistemas.segeplan.gob.gt/guest/SNPGPL\\$MODULO_GEO.INDICE?nProyecto=202433](http://sistemas.segeplan.gob.gt/guest/SNPGPL$MODULO_GEO.INDICE?nProyecto=202433)

SEGEPLAN. (2010). Plan de Desarrollo San Juan Ermita, Chiquimula. Guatemala.

Sistema de Información Municipal en Seguridad Alimentaria y Nutricional, SIMSAN. (2020). Nuestra Gente. Guatemala. Recuperado del hiper vínculo: <http://www.trinacional.simsan.org/index.php/nuestro-municipio-san-juan-ermita/nuestra-economia>.

Sistema de Información Municipal en Seguridad Alimentaria y Nutricional, SIMSAN. (2020). Nuestra Gente. Guatemala. Recuperado del hiper vínculo: <http://www.trinacional.simsan.org/index.php/nuestro-municipio-san-juan-ermita/nuestra-gente>



Oficina de Información Pública, Municipalidad de San Juan Ermita, Chiquimula.
Figura 5. Reunión con el Consejo Municipal de Desarrollo de San Juan Ermita, Chiquimula y equipo de trabajo multidisciplinario EPSUM en reunión con líderes comunitarios.





Figura 6. Fotografías del equipo EPSUM San Juan Ermita, Google Maps febrero 2020 (<https://www.google.com.gt/maps/place/Minas+Abajo+Tierra+De+La+Cebolla/@14.7734675,-89.4502086,3a,75y,90t/data=!3m8!1e2!3m6!1sAF1QipMe4FCj7bxdZTjtRNkx-PtsaC14Y78JNh26uWlr!2e10!3e12!6shttps:%2F%2Fih5.googleusercontent.com%2Fp%2FAF1QipMe4FCj7bxdZTjtRNkx-PtsaC14Y78JNh26uWlr%3Dw203-h134-k-no!7i4512!8i3000!4m5!3m4!1s0x0:0x6dd046220a7441d8!8m2!3d14.7734094!4d-89.4503617>)



Figura 7. Reunión con grupo de adultos mayores registrados para la transferencia del adulto mayor.



Figura 8. Presentación de la evaluación diagnóstica al Alcalde Municipal Miguel Angel López, y a la Supervisora de EPSUM Licda. Luisa Fernanda Rodríguez.



Figura 9. Equipo multidisciplinario EPSUM y reunión con miembros de Cocode de las comunidades Minas Arribas y Minas Abajo.



Figura 10. Escuela rural de San Juan Ermita, entrega de la bolsa de alimentación escolar 5 de mayo 2020 guardando las indicaciones de distanciamiento social.



Figura 11. Visita del miércoles 11 de marzo a escuela rural y entrevista a profundidad a beneficiarios del programa de la bolsa de alimentación escolar en la escuela rural de Minas Abajo, San Juan Ermita y a su directora y a encargada de la Organización de Padres de Familia, 11 de mayo 2020.



Figura 12. Entrevista realizada el 5 de mayo a padres de familia y directores de la escuela de Minas abajo.



Formularios de entrevistas de profundidad realizadas.

Formulario de preguntas para la entrevista de profundidad para funcionarios municipales:

Buen día, soy estudiante de la licenciatura de ciencias de la comunicación y como parte del Ejercicio Profesional Supervisado previo a recibir el grado de licenciatura deseo realizar una entrevista de profundidad para conocer su percepción sobre los aspectos comunicacionales el Municipio de San Juan Ermita. El tiempo que requiere la entrevista es de 30 minutos aproximadamente.

Información general del encuestado. Cargo _____ Urbana ___ Rural ___

Nombre: _____

Edad: _____ Género: Hombre: _____ Mujer: _____

Comunidad dónde vive: _____

Estado civil: Soltero/a: ___ Casado/a ___ Unido/a ___ Divorciado/a ___ Viudo/a ___

Hasta que grado fue a la escuela

Primaria ___ Básicos ___ Carrera ___

Universidad incompleta ___ Universidad completa ___

1. ¿Enfocados en la gestión municipal y la atención que brinda a los pobladores San Juan Ermita el gobierno municipal, cuáles son los mayores desafíos que enfrenta el municipio?
2. ¿De estos problemas, en cuales puede incidir directamente el gobierno municipal?
3. ¿Tiene la municipalidad un plan de comunicación institucional como eje transversal para abordar la problemática con el liderazgo local?
4. ¿Les ayuda la tecnología a hacer más eficiente la comunicación, y cómo la utilizan?



5. Según algunos líderes comunitarios y maestros, uno de los mayores riesgos es el alimentario, ¿qué tipo de asistencia recibe la población?
6. Otro reto que enfrentan las comunidades es la escasez de la ayuda gubernamental y la nula información sobre su funcionamiento, ¿qué está haciendo su institución para mejorar la comunicación con las comunidades?
7. ¿Ha realizado su institución algún tipo de campaña informativa de cómo funcionan los programas gubernamentales?
8. ¿Cómo ha respondido la población a dicha campaña?
9. ¿Para muchas comunidades es difícil llegar a la cabecera municipal para obtener información, de que manera hace que llegue a las comunidades rurales información adecuada?
10. Además de los medios sociales, ¿tiene algún otro medio de difusión propio?
11. ¿Sus medios tienen la capacidad de llegar a todas las comunidades?

Formulario de preguntas para la entrevista de profundidad para maestros:

Buen día, soy estudiante de la licenciatura de ciencias de la comunicación y como parte del Ejercicio Profesional Supervisado previo a recibir el grado de licenciatura deseo realizar una entrevista de profundidad para conocer su percepción sobre los aspectos comunicacionales el Municipio de San Juan Ermita. El tiempo que requiere la entrevista es de 30 minutos aproximadamente.

Información general del encuestado. Cargo _____ Urbana ____ Rural ____

Nombre: _____

Edad: _____ Género: Hombre: _____ Mujer: _____

Comunidad dónde vive: _____

Estado civil: Soltero/a: ____ Casado/a ____ Unido/a ____ Divorciado/a ____ Viudo/a ____



Hasta que grado fue a la escuela

Primaria ___ Básicos ___ Carrera ___

Universidad incompleta ___ Universidad completa ___

1. ¿Cuál es el mayor problema que afronta el sector educativo en esta pandemia?
2. ¿Qué soluciones ha brindado el gobierno central y sus autoridades municipales?
3. ¿Ha podido brindar clases y supervisar el rendimiento de los niños?
4. ¿Sus alumnos están cumpliendo con las guías educativas?
5. ¿Los que no tienen acceso a medios digitales, radio y televisión, de que forma están trabajando sus tareas?
6. ¿Además de las reuniones con padres de familia, de que otra forma se comunican con los encargados de sus alumnos?
7. ¿Qué propuestas tiene el sector educativo para lograr formar a sus alumnos este año?
8. ¿Están los maestros capacitados para generar contenidos virtuales de sus clases?
9. ¿Tienen acceso a estas herramientas sus alumnos y todos los maestros?
10. ¿Estarían dispuestos a recibir la capacitación necesaria para educar a los niños con una metodología a distancia?

Formulario de preguntas para la entrevista de profundidad para padres de familia:

Buen día, soy estudiante de la licenciatura de ciencias de la comunicación y como parte del Ejercicio Profesional Supervisado previo a recibir el grado de licenciatura deseo realizar una entrevista de profundidad para conocer su percepción sobre los aspectos comunicacionales el Municipio de San Juan Ermita. El tiempo que requiere la entrevista es de 30 minutos aproximadamente.

Información general del encuestado. Cargo _____ Urbana ___ Rural ___

Nombre: _____



Edad: _____ Género: Hombre: _____ Mujer: _____

Comunidad dónde vive: _____

Estado civil: Soltero/a: ___ Casado/a ___ Unido/a ___ Divorciado/a ___ Viudo/a ___

Hasta que grado fue a la escuela

Primaria ___ Básicos ___ Carrera ___

Universidad incompleta ___ Universidad completa ___

1. ¿Qué desafíos enfrentan sus hijos para recibir educación a distancia?
2. ¿Qué propuestas o soluciones ha recibido de las autoridades educativas para garantizar la educación de los niños de su comunidad?
3. ¿Ha recibido la bolsa de alimentación escolar en la escuela de sus hijos?
4. ¿Se siente satisfecho/a con ese programa social?
5. ¿De que forma obtuvo la información sobre el programa de alimentación escolar y de las guías educativas?
6. ¿Sus hijos están recibiendo clases a distancia por la televisión o por la radio y cómo le parece esa alternativa educativa?
7. ¿Están familiarizados los niños con las nuevas tecnologías de la información?
8. ¿Podría narrarnos cuál es su percepción sobre las guías educativas?
9. ¿Considera que las guías educativas tienen la información necesaria para la formación de los niños?
10. Además de los retos de la educación a distancia, ¿tiene padres de familia que no sepan leer y escribir? y ¿cómo afecta esto al desarrollo educativo del niño?

Formulario de preguntas para la entrevista de profundidad para funcionarios de la SIT:

Buen día, soy estudiante de la licenciatura de ciencias de la comunicación y como parte del Ejercicio Profesional Supervisado previo a recibir el grado de licenciatura deseo realizar una entrevista de profundidad para conocer su percepción sobre los aspectos comunicacionales



el Municipio de San Juan Ermita. El tiempo que requiere la entrevista es de 30 minutos aproximadamente.

Información general del encuestado. Cargo _____ Urbana ____ Rural ____

Nombre: _____

Edad: _____ Género: Hombre: _____ Mujer: _____

Comunidad dónde vive: _____

Estado civil: Soltero/a: ____ Casado/a ____ Unido/a ____ Divorciado/a ____ Viudo/a ____

Hasta que grado fue a la escuela

Primaria ____ Básicos ____ Carrera ____

Universidad incompleta ____ Universidad completa ____

1. ¿Cuál es el proceso de solicitud de una frecuencia radial?
2. ¿Puede una organización comunitaria gestionar una frecuencia en FM?
3. ¿Qué derechos recibe una institución al recibir una frecuencia radial y que limitaciones tienen las radios comunitarias?
4. ¿Porqué se estableció una cesión de entrega de frecuencias?
5. ¿Conoce usted la penetración de internet en el municipio de San Juan Ermita?
6. ¿Está consciente que en el corredor seco la prioridad es alimentarse y solo si es viable económicamente se cuenta con televisión, smartphones e internet?
7. ¿En caso de otorgar una frecuencia AM a la Asociación de Desarrollo Rural de San Juan Ermita, podría la SIT brindar asistencia técnica para su instalación?
8. ¿Qué planes tiene la SIT para facilitar el acceso a las señales televisivas o radiales en el área rural del país?



9. ¿Está consciente que el número de personas que tiene un servicio de cable es sustancialmente menor a quienes tienen una televisión?
10. ¿Hay algún tipo de interés comercial al cesar la entrega de frecuencias? O ¿Cuál es el motivo de dicho cese?

Formulario de la encuesta realizada.

Buen día, soy estudiante de la licenciatura de ciencias de la comunicación y como parte del Ejercicio Profesional Supervisado previo a recibir el grado de licenciatura estoy realizando esta encuesta para conocer los hábitos de uso de medios de información y comunicación de los habitantes del municipio de San Juan Ermita. Por lo que agradeceré 5 minutos de su tiempo para contestarla.

Instrucciones para el entrevistador:

Llene la encuesta usted mismo, asegúrese de escribir con letra de carta legible con un buen lapicero azul o negro, hay datos que usted podrá llenar, como por ejemplo el Número de herramienta que pasa, si es en área rural o urbana.

Hable de forma clara y pausada con el encuestado, si es necesario repita las preguntas, el siguiente formulario no deberá llevarle más de 15 minutos para llenarlo.

Información general del encuestado. Urbana Rural

Nombre: _____

Edad: _____ Género: Hombre: _____ Mujer: _____

Comunidad dónde vive: _____

Estado civil: Soltero/a: Casado/a Unido/a Divorciado/a Viudo/a

Hasta que grado fue a la escuela

Primaria Básicos Carrera

Universidad incompleta Universidad completa

1. A qué se dedica:



Comercio ____ Agricultura ____ Servicio público ____ Maestro ____ Ama de casa ____
Desempleado ____ Otros, especifique _____

2. Número de hijos

0 ____ 1-3 ____ 4-6 ____ Sin hijos ____

3. De los siguientes aparatos electrónicos de comunicación ¿cuáles tiene en casa?

Televisor ____

Radio ____

Teléfono inteligente ____

Frijolito ____

4. ¿Qué Fuente de energía utiliza?

Contador de energía eléctrica ____

Batería de carro ____

Baterías desechables ____

Energía solar ____

No tiene electricidad ____

5. De las siguientes actividades, ¿cuáles realiza en su tiempo libre?

Ver televisión ____ Escuchar radio ____ Ver redes sociales ____ Tiene Waths App ____

Leer ____ Hacer deporte ____ Ir a la iglesia ____ Salir de viaje ____

Sección Televisión



6. ¿Tiene televisión en casa? Si ____ No ____

Si la respuesta es negativa pase a la sección de radio

7. Cuánto tiempo utiliza diario cada día para ver la televisión:

____ 1-2 horas diarias

____ 3-4 horas diarias

____ Más de 5 horas

8. ¿Tiene cable en su casa? Si ____ no ____

9. ¿Tiene niños en casa? Si ____ no ____

Si estas últimas dos preguntas son negativas pase a la sección de radio.

10. Cuánto tiempo utilizan los niños de su casa a diario para ver la televisión

____ 1-2 horas diarias

____ 3-4 horas diarias

____ Más de 5 horas

11. ¿Han asistido a las clases por los canales de televisión?

Si: ____ No: ____ ¿Porqué? Especifique: _____

Sección Radio

12. ¿Cuánto tiempo utiliza cada día para escuchar radio?



___ 1-2 horas diarias ___ 3-4 horas diarias ___ Más de 5 horas

Si el encuestado respondió anteriormente que no tiene niños en casa pase a la pregunta 15.

13. ¿Cuánto tiempo utilizan los niños de su casa a diario para escuchar la radio?

___ 1-2 horas diarias

___ 3-4 horas diarias

___ Más de 5 horas

14. ¿Han asistido a las clases por las emisoras de radio?

Si: ___ No: ___. ¿Porqué? Especifique: _____

Sección *Internet*

15. ¿En su casa tienen servicio de internet? Si ___ No ___

16. ¿Qué tipo de conexión tienen? *Router* ___ En el teléfono ___ Ambos ___

17. ¿Cuánto tiempo utiliza cada día para navegar por internet?

___ 1-2 horas diarias

___ 3-4 horas diarias

___ Más de 5 horas

Si la forma de conexión a *internet* es por medio de su teléfono conteste las siguientes preguntas:

18. ¿Su servicio de *internet* es tarjetero? Si ___ No ___

19. ¿Cada cuanto tiempo hace una recarga?

1 a 2 veces por semana ___ 3 a 4 veces por semana ___ Diario ___



Agradecemos su ayuda al llenar la presente encuesta, los resultados nos serán de utilidad para comprender los hábitos de medios de los pobladores de San Juan Ermita.

Figura 13. Miércoles 26 de agosto, presentación a directivos de la Asociación de Desarrollo Rural de San Juan Ermita -ACODERJE- de la Estrategia de Comunicación Externa para implementar una radio en el municipio.

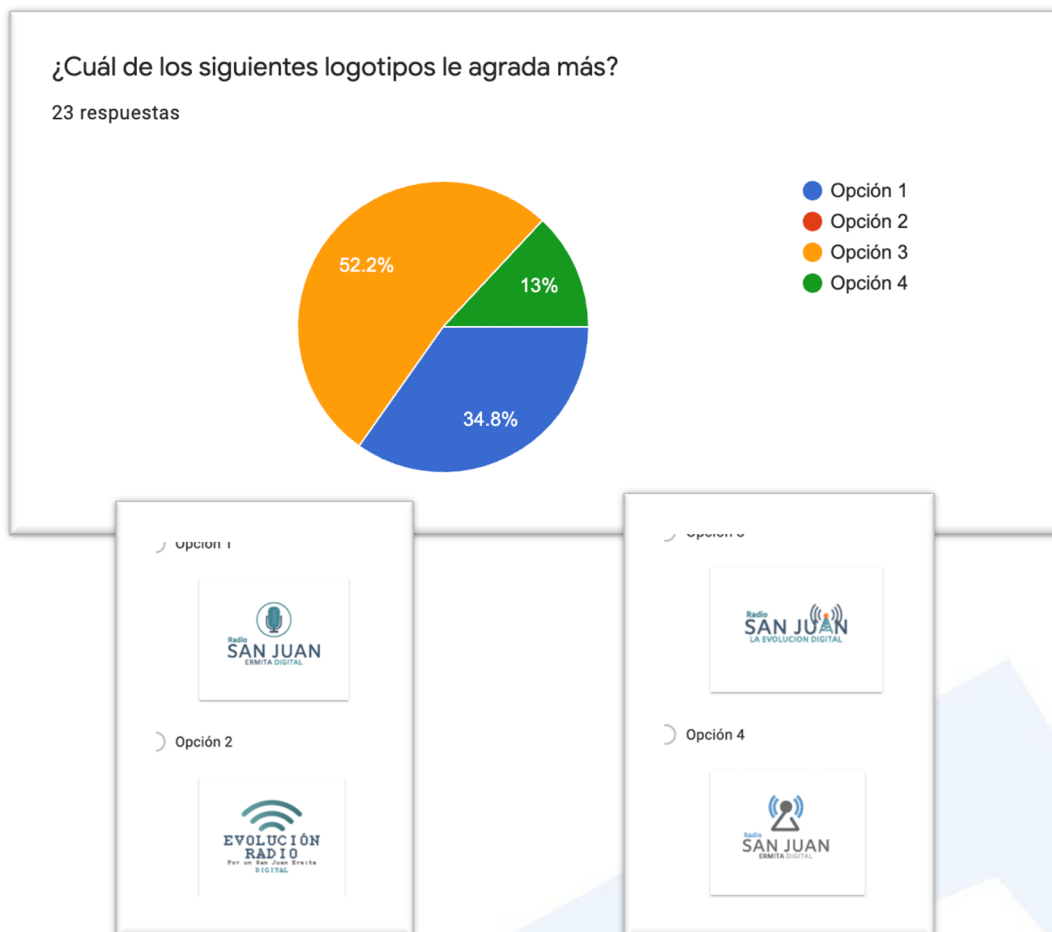




Resultados segunda validación

Tal como se expuso en la primera validación, ninguna de las tres propuestas iniciales fue del agrado de nuestro grupo objetivo, por ello se corrió una segunda validación la cuál se presenta en las siguientes gráficas.

Gráfica 24. ¿Cuál de los siguientes logotipos le agrada más?



Fuente: validación de imagotipo Sept. 2020 Elaboración propia.

Como se puede apreciar la opción 3 fue electa el 52.2% de las veces, lo que empezó a inclinar la preferencia sobre las demás propuestas. Junto a la opción 1 que fue preferida por el 34.8% de los encuestados.



Gráfica No.25. De las siguientes combinaciones de nombre ¿Cuál piensa que es la más apropiada?



Fuente: validación de imagotipo Sept. 2020 Elaboración propia.

En este caso, la combinación más simple de nombre fue la favorita, Radio San Juan, con la preferencia del 52.2% de la muestra, seguido por Radio San Juan Ermita Digital con el 30.4% de la preferencia y por último Evolución Radio, con el 17.4%, al superar Radio San Juan, el 50% de la preferencia se decidió directamente que ese sería el nombre de la radio.



Gráfica No. 26. Respecto al slogan o descripción de la radio ¿Cuál le suena más natural?

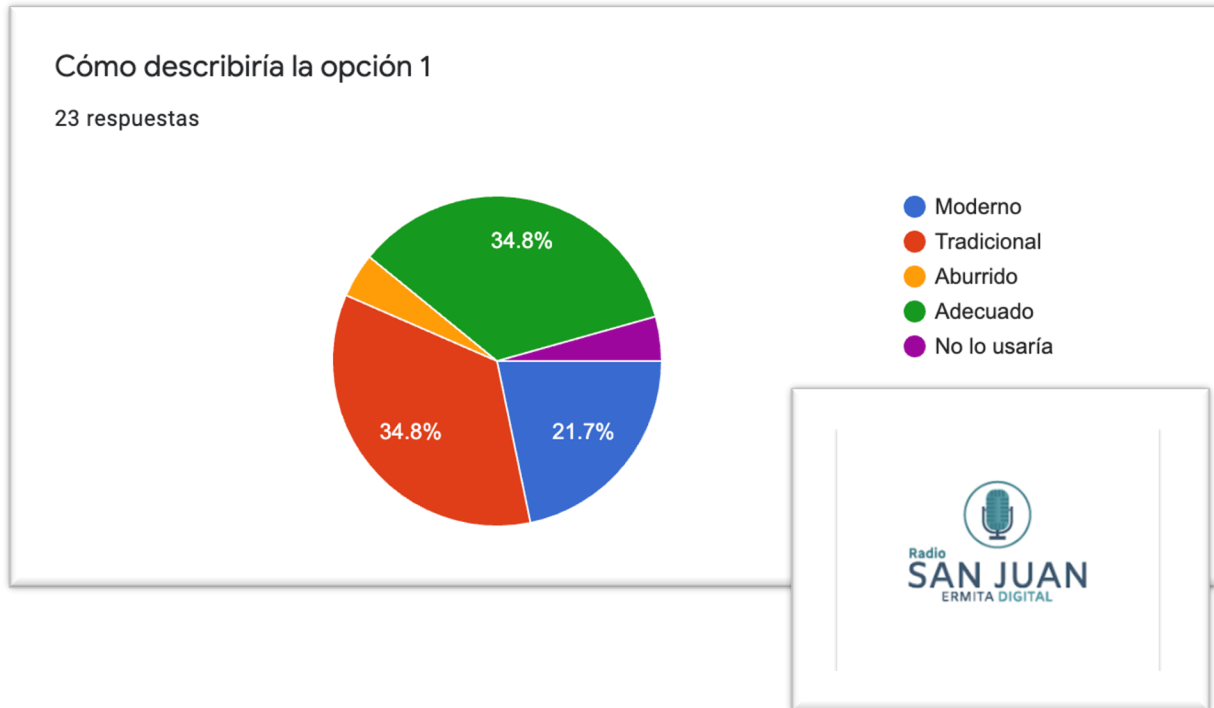


Fuente: validación de imago tipo Sept. 2020 Elaboración propia.

El 87% de la muestra eligió la segunda opción: La Evolución Digital, expresión que conceptualiza el propósito de la radio, reducir la brecha digital y la transformación en la forma de obtener información.



Gráfica No. 27. ¿Cómo describiría la opción 1?

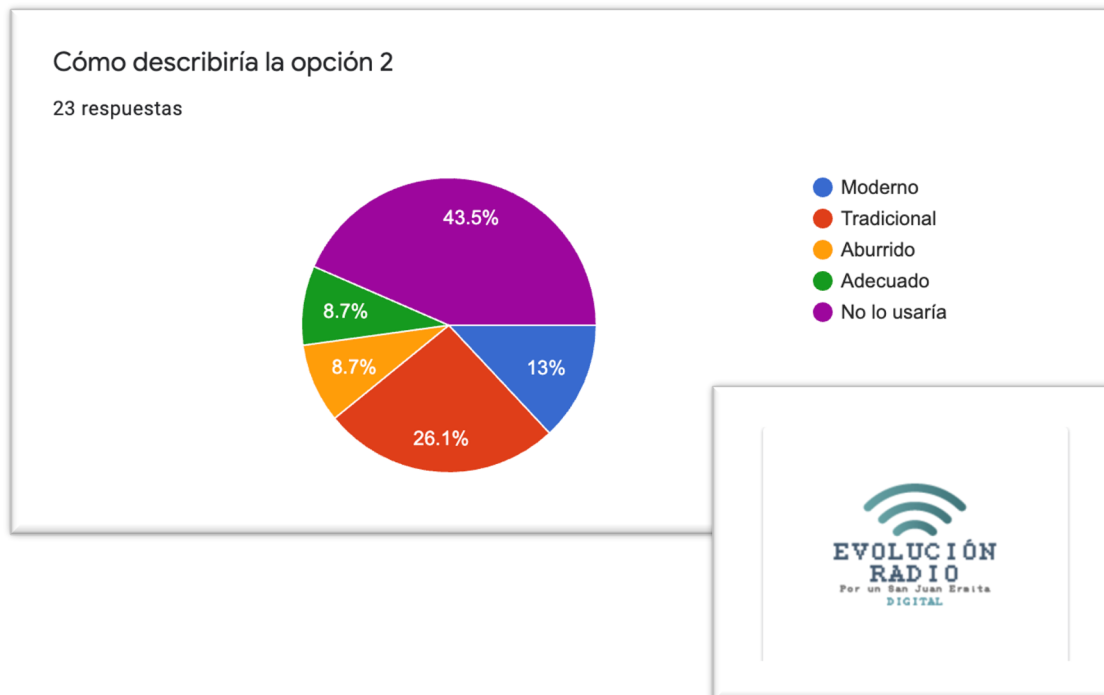


Fuente: validación de imagotipo Sept. 2020 Elaboración propia.

Las dos opciones con mayor preferencia indicaron que era una opción tradicional o adecuada, acumulando el 70% de la preferencia.



Gráfica No. 28. ¿Cómo describiría la opción 2?

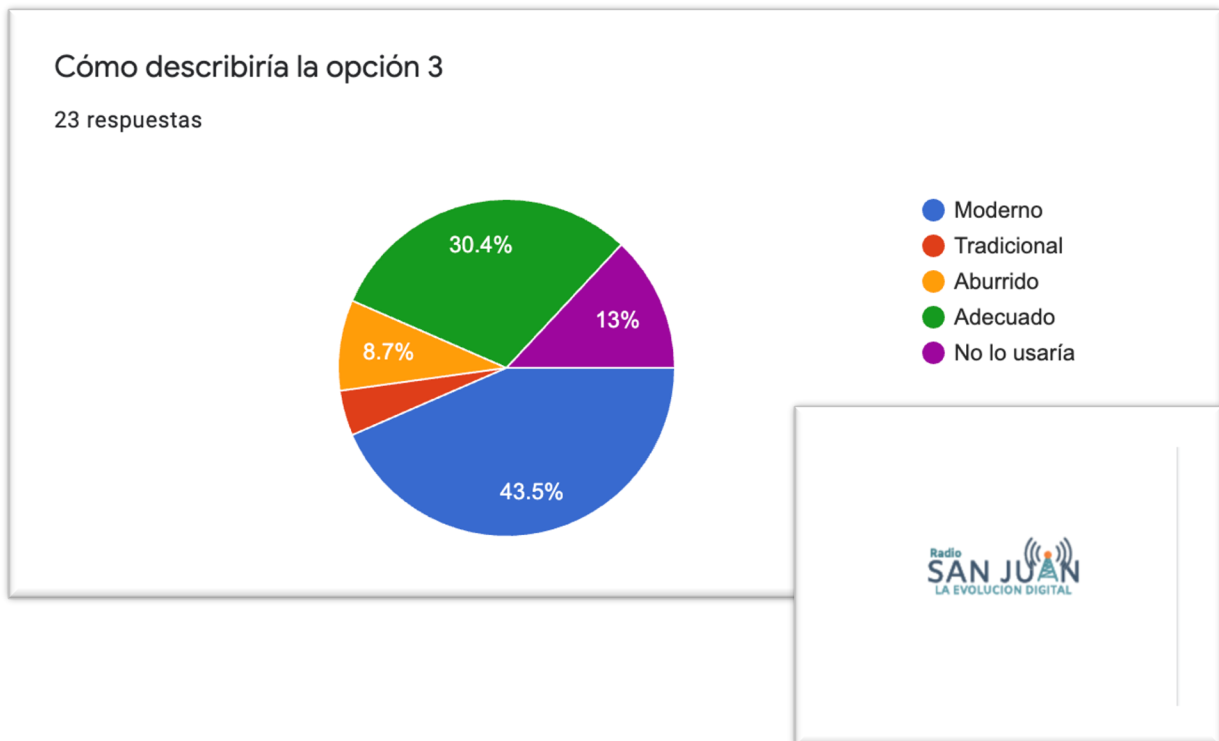


Fuente: validación de imagotipo Sept. 2020 Elaboración propia.

Esta opción fue la que obtuvo mayor aceptación en la primera validación, sin embargo, fue descartada como lo podemos ver, la opción No lo usaría fue remarcada el 43.5% de las veces.



Gráfica No. 29. ¿Cómo describiría la opción 3?

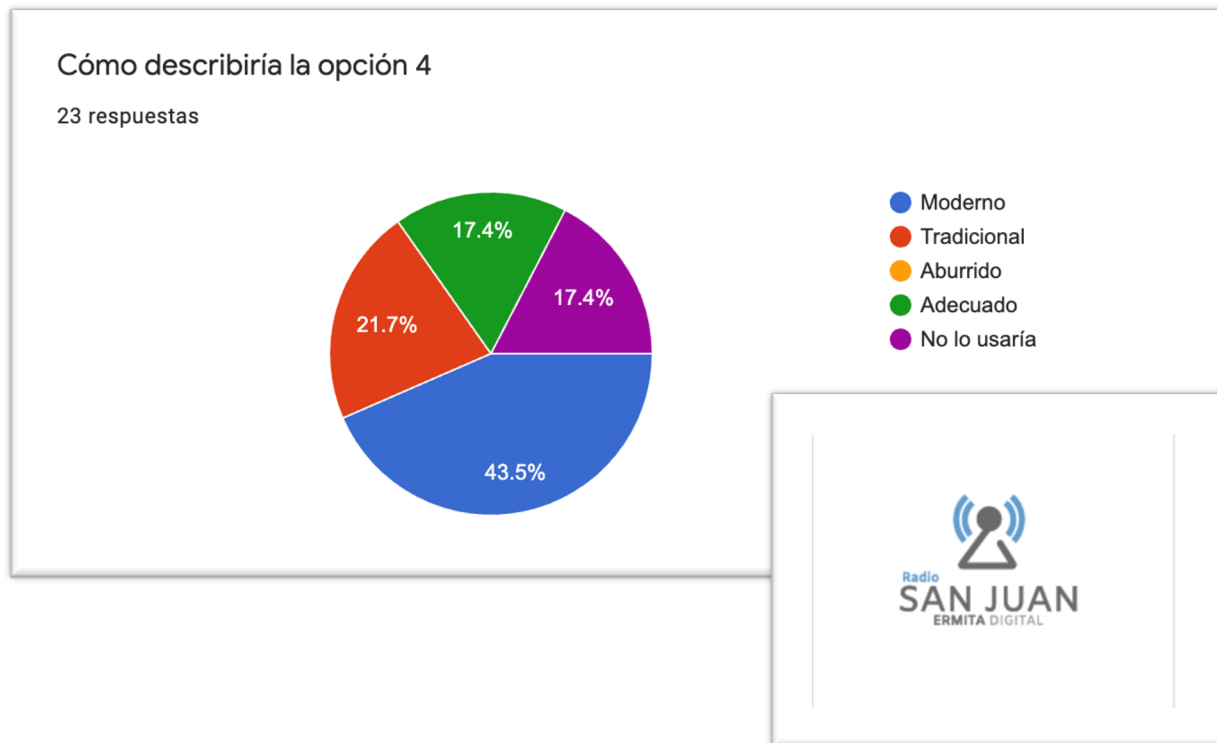


fuelle: validación de imagotipo Sept. 2020 Elaboración propia.

Esta opción recibió el 43.5% de las veces la calificación de moderno sumado al 30.4% de encuestados que opinaron que es adecuado, acumulando el 77.5% de la preferencia, convirtiéndose en el logotipo más gustado en la validación.



Gráfica No. 30. ¿Cómo describiría la opción 4?

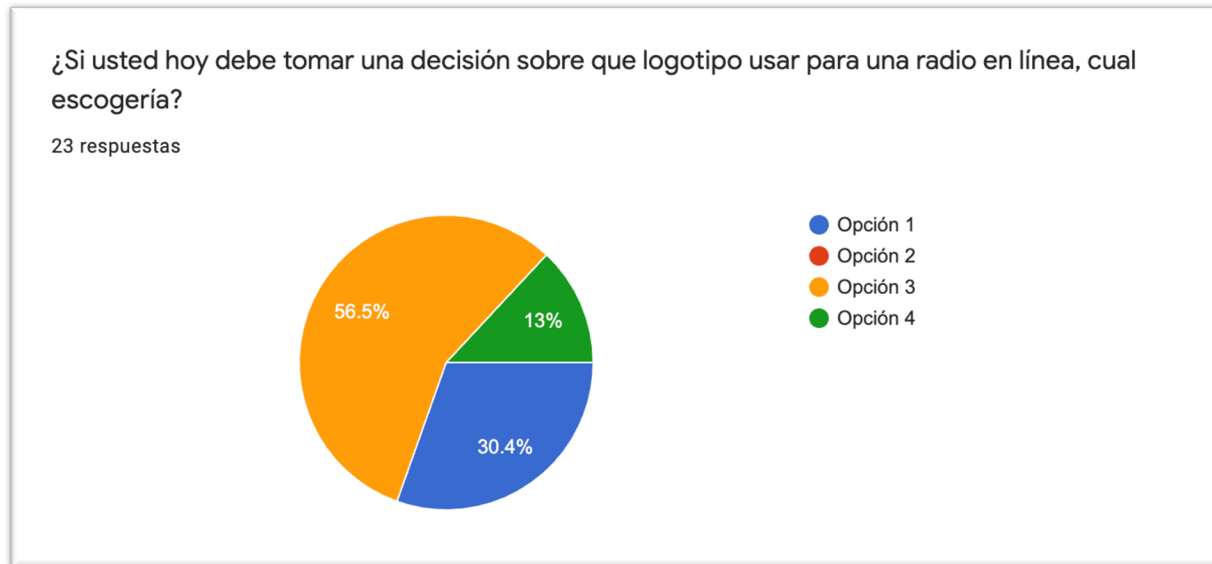


Fuente: validación de imagotipo Sept. 2020 Elaboración propia.

En este caso, la opción 4 obtuvo el 60.9% de preferencia y el rechazo del 17.4% de los encuestados junto a un 21.7% que lo calificó como tradicional.



Gráfica No. 31. ¿Si usted hoy debe tomar una decisión sobre que logotipo usar para una radio en línea, ¿cuál escogería?



Fuente: validación de imagotipo Sept. 2020 Elaboración propia.

Esta pregunta deja clara evidencia que el 56.5% de los encuestados prefirió la opción 3, la que previamente había acumulado la preferencia del 77.5% de la muestra. Debido a ello se concluyó que -Radio San Juan, La evolución digital- fue el nombre seleccionado para la radio en línea.



Ejecución no. 5. Implementación de los canales digitales de radio en línea