

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO**



**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA CANAL 27,  
EL CANAL DE LA ESPERANZA**

**NANCY ESTER ORTIZ PAREDES**

**Guatemala, noviembre de 2012**

**Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Departamento de Estudios Postgrado  
Maestría en Comunicación Organizacional**

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA CANAL 27  
EL CANAL DE LA ESPERANZA**

**Trabajo de Graduación  
Presentado por:**

**Nancy Ester Ortiz Paredes**

**Previo a Optar al Título:**

**Master en Artes en Comunicación Organizacional**

**Guatemala, noviembre de 2012**

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

**Consejo Directivo**

**Lic. Julio E. Sebastián Chilín  
Chilín**

Director

**Lic. Víctor Carillas  
Mérida**

**M.A. Amanda Ballina**  
Representantes Docentes

**Nestor Aníbal de León V.  
José Jonathán Girón Ticurú**  
Representantes Estudiantiles

**Lic. Johnny Michael González**  
Representante de los Egresados

**M.Sc. Claudia Molina**  
Secretaria

**Consejo Académico de Postgrado**

**Lic. Julio E. Sebastián**

Director

**M.A. Aracelly Krisanda**

Secretaria

**Dr. Ángel Valdez**  
Vocal I

**M.A. Amanda Ballina**  
Vocal II

**M. Sc. Sergio Morataya**  
Vocal III

**Tribunal Examinador**

M.A. Aracelly Krisanda Mérida González

M.A. Amanda Ballina Talento

M.A. Ninoshka Lou

M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel.

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

---

# Contenido

Resumen .....	x
Introducción.....	xi
Capítulo I Diagnóstico Situacional.....	1
1.1    Naturaleza de la empresa .....	1
1.2    Objetivos, Misión, Visión.....	2
1.3    Ubicación geográfica.....	3
1.4    Descripción de Actividades. ....	4
1.5    Actores de la Institución .....	4
1.6    Perfil de los trabajadores. ....	8
1.7    Factores que influyen sobre la situación del objeto de estudio. ....	11
1.8    Análisis y pronóstico de la situación. ....	12
1.9    Factores indirectos.....	13
1.10   Factores directos.....	14
1.11   Determinación de prioridades. ....	15
Capítulo 2 Fundamentos Epistemológicos.....	16
2.1    Teoría de Relaciones Humanas .....	16
2.2    Teoría del desarrollo organizacional.....	19
2.3    Teoría de la contingencia .....	21
Capítulo 3 Metodología Aplicada.....	23
3.1    Tipo de Investigación .....	23
3.2    Universo .....	24
3.3    Muestra.....	24
3.4    Herramientas .....	26
3.5    Método de Análisis .....	32

Capítulo 4 Diagnóstico comunicacional .....	33
4.1    Comunicación Interna .....	33
4.2    Análisis de Comunicación Externa .....	43
Capítulo 5 Propuesta de estrategia de comunicación organizacional .....	54
5.1    Justificación .....	54
5.2    Objetivos de Comunicación .....	55
5.3    Público.....	58
5.4    Plan de Comunicación Interna. ....	59
5.5    Plan de Comunicación Externa. ....	75
5.6    Plan de Difusión .....	79
5.7    Plan de Monitoreo y Medios.....	81
Capítulo 6 Resultados Futuros .....	83
5.1    Mejorar la fluidez de comunicación.....	83
5.2    Corregir la comunicación informal.....	83
5.3    Reforzar la comunicación externa .....	84
5.4    Reforzar la identidad institucional. ....	84
Conclusiones .....	85
Recomendaciones.....	87
Referencias Bibliográficas .....	88
Anexos .....	90

### **Índice de Tablas**

Tabla 1. Análisis FODA.....	11
Tabla 2. Matriz FODA .....	12
Tabla 3. Universo de Canal 27.....	24
Tabla 4. Muestra de Canal 27 .....	25

Tabla 5. Muestra de Organizaciones Externas.....	25
Tabla 7. Representantes de Organizaciones Externas.....	29
Tabla 11. Personas entrevistadas en C27 .....	34
Tabla 12. Instituciones que tienen una relación con Canal 27 .....	43
Tabla 13. Comunicación Interna .....	56
Tabla 14. Comunicación Externa.....	57
Tabla 15. Plan de Difusión.....	79

### **Índice de Figuras**

Figura 1. Edificio de Canal 27 .....	3
Figura 2. Organigrama Canal 27.....	7
Figura 3. Árbol de Problemas.....	15
Figura 4. Actividades de Relación .....	42
Figura 5. Capacitación.....	42
Figura 6. Nueva imagen .....	46
Figura 7. Firmas electrónicas .....	46
Figura 8. Logotipo en pantalla.....	47
Figura 9. Página web de Canal 27 .....	47
Figura 10. Logotipo de Canal 27.....	48
Figura 11. Imagotipo de Canal 27 .....	49
Figura 12. Homogenización.....	49
Figura 13. Reputación de C27 .....	49
Figura 14. Apoyo a eventos.....	50
Figura 15. Proyección de imagen.....	51

Figura 16. Programación .....	51
Figura 17. Propaganda .....	52
Figura 18. Señalética Ingreso .....	52
Figura 19. Señalética Puertas.....	52
Figura 20. Señalética baños .....	53
Figura 21. Señalética áreas restringidas .....	53
Figura 22. Señalética emergencia .....	53
Figura 23. Guía para Tablones de Anuncios.....	60
Figura 24. Guía metodológica para Talleres .....	68
Figura 25. Plaqueta de Identidad de Misión.....	76
Figura 26. Revista Digital.....	77

### **Índice de Gráficas**

Gráfica 1. Género del Personal C27 .....	33
Gráfica 2. Departamento al que pertenecen .....	34
Gráfica 3. Conocimiento de Organigrama.....	35
Gráfica 4. Información de Gerencia .....	35
Gráfica 5. Barreras en la Comunicación de Gerencia.....	36
Gráfica 6. Convocatorias a reuniones .....	36
Gráfica 7. Uso de Correo electrónico.....	37
Gráfica 8. Uso de teléfono .....	37
Gráfica 9. Comunicación en el departamento .....	38
Gráfica 10. Valoración de Propuestas.....	38
Gráfica 11. Comunicación entre departamentos.....	39

Gráfica 12. Barreras en departamentos.....	39
Gráfica 13. Reuniones Formales .....	40
Gráfica 14. Valoración de Misión y Visión.....	40
Gráfica 15. Valoración de Metas y Objetivos.....	40
Gráfica 16. Funciones de departamentos .....	41
Gráfica 17. Tiempo de laborar en el Canal.....	41
Gráfica 18. Misión y Visión a nivel externo.....	44
Gráfica 19. Reuniones con externos .....	44
Gráfica 20. Comunicación de C27 y empresas .....	44
Gráfica 21. Apoyo de C27 a las empresas .....	45
Gráfica 22. Reciben información de Canal 27 .....	45
Gráfica 23. Metas apoyan a las empresas externas.....	45
Gráfica 24. Cualidades del personal.....	46

## **Anexos**

Anexo 1 Hoja de solicitud de prácticas .....	90
Anexo 2 Hoja de aprobación de prácticas .....	91
Anexo 3. Hoja de validación de estrategia.....	92
Anexo 4. Hoja de orden de impresión .....	93
Anexo 5. Encuesta a departamento de producción.....	94
Anexo 6. Encuesta a departamento de transmisión.....	94
Anexo 7. Encuesta a departamento de edición .....	95
Anexo 8. Encuesta a departamento de centro de producción .....	95

Anexo 9. Encuesta a departamento de ingeniería.....	96
Anexo 10. Entrevista con Ericka Porta de Comapssión Internacional .....	96
Anexo 11. Entrevista con Lic. Cecilio Martínez de Visión Mundial .....	97
Anexo 12. Entrevista con Lic. Sergio Camargo de Alianza Evangélica de Guatemala.....	97
Anexo 13. Encuesta a personal interno de Canal 27, hoja 1.....	98
Anexo 14. Encuesta a personal interno de Canal 27, hoja 2.....	98
Anexo 15. Entrevista representantes de instituciones, hoja 1 .....	98
Anexo 16. Entrevista representantes de instituciones, hoja 2 .....	98
Anexo 17. Entrevista representantes de instituciones .....	98

## **Resumen**

Este proyecto tiene como objeto de estudio Reforzar la comunicación de Canal 27, a través de mensajes, imagen y otros recursos visuales e informativos, que permitan la fluidez de la comunicación, tanto a nivel interno como externo. Para ello se realizó un diagnóstico situacional, para conocer la naturaleza y estructura de Canal 27, se investigaron fundamentos epistemológicos, que permitieron analizar teorías de comunicación y administración de diferentes autores, con la finalidad de aplicarlas al objeto de estudio. Así mismo, la metodología permitió darle dirección al proyecto a través del método de recolección de datos, utilizando herramientas adecuadas para la investigación.

En el diagnóstico comunicacional se pudo analizar aspectos de comunicación interna y externa, para ello se realizaron entrevistas y encuestas a los distintos colaboradores del canal y se seleccionaron a cinco representantes de organizaciones que tienen una relación directa con canal 27, para evaluar la comunicación a nivel externo.

Con base a la misma, se realizó la propuesta de estrategia de comunicación organizacional la cual consiste en cuatro productos, que tienen como finalidad reforzar la comunicación interna y externa del canal, la cual proporciona resultados futuros que se esperan alcanzar en un tiempo determinado con la implementación de la estrategia.

## Introducción

Canal 27, El Canal de la esperanza, es un medio de Comunicación Cristiano no comercial, que se ha expandido durante los últimos 18 años de existencia a nivel nacional, cubriendo aproximadamente a más de nueve millones de guatemaltecos con su señal a través de antenas repetidoras y empresas de cable. La estructura organizacional del canal está conformada por diferentes departamentos que se relacionan entre sí, y dependen una de la otra para llevar a cabo los diferentes proyectos audiovisuales que se transmiten al aire.

Como medio de comunicación precisa de procedimientos de comunicación interna y externa para un mejor desempeño laboral y proyección social, tomando en cuenta que necesita informar, entretener y educar, a la población guatemalteca, con diversidad de temas de interés evangelístico. Considerando que Canal 27 carece de estrategias de comunicación surge este proyecto con la finalidad de estudiar, analizar y proponer mejores métodos de comunicación tanto a nivel interno como externo de la institución.

El proyecto fue estructurado por seis capítulos, que comprenden un diagnóstico situacional, que permitió conocer la naturaleza y estructura de Canal 27, los fundamentos epistemológicos, permitieron evaluar teorías de comunicación y administración que se aplicaron al objeto de estudio, así mismo la metodología permitió conocer los métodos y herramientas utilizadas para la investigación. En el diagnóstico comunicacional se pudo analizar aspectos de comunicación interna y externa, la propuesta de estrategia de comunicación organizacional dio a conocer los productos para reforzar la comunicación interna y externa del canal y los resultados futuros que se esperan alcanzar en un tiempo determinado con la implementación de la estrategia.

Para el desarrollo del mismo se estudiaron tres teorías siendo estas la teoría de Relaciones humanas de Elton Mayo, la de desarrollo organizacional de Leland Bradford y la teoría de la contingencia de Paul Lawrence y Jay Lorsch las cuales marcan una dirección para el desarrollo de la investigación y conlleva a plantear mejores herramientas para reforzar el área de comunicación de Canal 27.

Para la realización de esta investigación se utilizó el Método de Recolección de datos para ello se recurrió a las herramientas de Diagnostico FODA, Entrevistas y Encuestas. La técnica fue cualitativa y cuantitativa porque se requería recolectar datos y explorar las relaciones de comunicación tanto interna como externa. La investigación fue de forma Explorativa y Descriptiva porque comprendió tanto la exploración, descripción, como el registro, el análisis e interpretación de las condiciones de comunicación interna y externa de Canal 27 de Televisión.

Se analizó aspectos internos a nivel descendente, ascendente, horizontal, así como la comunicación externa con las instituciones que tienen una relación directa con Canal 27, con la finalidad de proporcionar herramientas que reforzaran la comunicación y fluidez de actividades entre sus mismos colaboradores como organización externas para proyectar y conservar una buena cultura organizacional.

## **Capítulo 1 Diagnóstico Situacional**

### **1.1 Naturaleza de la empresa**

#### *1.1.1 Nombre de la empresa.*

Canal 27, El Canal de la Esperanza, forma parte del Ministerio de Motivación Cristiana su nombre surge en 1994, cuando su fundador El Pastor Luis Fernando Solares, anhelaba reconciliar a Guatemala con Dios, para ello realizaba actividades evangelísticas y a la vez buscaba espacios en canales nacionales de televisión para multiplicar los mensajes al pueblo de Guatemala. Fue así como nació el programa de televisión "Confía solo en el Señor". Transmitiendo a lo largo de 5 años, por Canal 5. (Canal 27, 2009).

En ese entonces, los propietarios de canal 27, conocido en esa época como Canal de Chiquimulilla, se acercaron al pastor Solares para expresarle su deseo de venderle dicho Canal. Ante tal oferta y con pocos centavos en el bolsillo, el pastor Solares no pudo más que decirles que buscaran otro comprador. Sin embargo, la insistencia de los propietarios del canal iluminó al pastor Solares, así como el pastorado y el ancianato de la Iglesia de Jesucristo la Familia de Dios del Ministerio de Motivación Cristiana quienes finalmente decidieron su adquisición.

Fue así como el 27 de agosto de 1994, salió al aire la primera transmisión de Canal 27, el Canal de la Esperanza, al haber sido adquirido por el Ministerio de Motivación Cristiana, contando con un pequeño transmisor que cubría un perímetro pequeño de la ciudad capital. Durante estos casi 18 años de labor comunicativa Canal 27 ha expandido su señal a más de 240 repetidoras

colocadas en puntos estratégicos del país para llegar a más de 9 millones de guatemaltecos. (Canal 27, 2009)

Actualmente Canal 27 ha alcanzado un nivel profesional extraordinario contando con las herramientas más completas y tecnificadas en el ámbito televisivo. En cuanto a su programación no descansa, ya que se transmite las 24 horas del día los 365 días del año, teniendo el apoyo de compañías y productoras de películas y programas cristianos de países de Norteamérica, Suramérica y Europa que le permiten cumplir con los objetivos de informar, educar y bendecir a sus televidentes.

## **1.2 Objetivos, Misión, Visión**

### *1.2.1 Objetivos de la empresa.*

- Objetivo General.
  - Llevar la señal de Canal 27 a cada aldea, municipio y cabecera departamental; y más importante a cada persona que está en nuestro territorio nacional con el evangelio Jesucristo.
- Objetivos Específicos
  - Reconciliar a Guatemala con Dios. Por medio de programación cristiana.
  - Seguir instalando repetidoras de alta, media y baja potencia en todo el territorio nacional.
  - Colocar antenas satelitales en cada compañía de Cable que exista en nuestra nación

### *1.2.2 Misión de Canal 27*

Reconciliar a Guatemala con Dios. Esto mediante la colocación de antenas satelitales en cada compañía de Cable que exista en nuestra nación y adicionalmente 240 repetidoras de alta, media y baja potencia instaladas en todo el territorio nacional. Esto con el fin de que no haya un solo rincón donde la señal de Canal 27, El Canal de la Esperanza y sus repetidores 28 y 66 no llegue. (Canal 27, 2009)

### *1.2.3 Visión de Canal 27*

Ser el Canal de televisión más visto de toda Guatemala. Llegar a cada aldea, municipio y cabecera departamental; y más importante a cada persona que está en nuestro territorio nacional con el evangelio de Jesucristo. (Canal 27, 2009)

## **1.3 Ubicación geográfica**

**Figura 1. Edificio de Canal 27**



Fuente: Canal 27

### **Edificio Canal 27**

- Carretera Vieja a Antigua Guatemala, 2 Calle 23-70, Zona 1 de Mixco.
- PBX. (502) 2421-3400
- [info@canal27.org](mailto:info@canal27.org)

## **1.4 Descripción de Actividades.**

### *1.4.1 Actividades de la institución*

- Producir programas de televisión acordes al grupo objetivo al que está dirigido el Canal.
- Apoyar y dar cobertura a los diferentes eventos y ministerios cristianos evangélicos del país.
- Buscar y transmitir programas de compañías y productoras internacionales para ser transmitidas en el canal respetando los derechos de transmisión.
- Expandir la señal del canal a los diferentes departamentos, por medio de antenas repetidoras y empresas de cable.
- Organizar actividades de proyección social del canal.
- Crear y producir programas 100% guatemaltecos.
- Creación y elaboración de escenografías para los diferentes programas.
- Edición de programas audiovisuales, spots, reportajes del canal.
- Contacto con proveedores para suministros de cada área.
- Recaudar fondos para las diferentes actividades del canal.

## **1.5 Actores de la Institución**

### *1.5.1 Actores Internos.*

Canal 27, cuenta con un organigrama el cual está dirigido por una gerencia general y siete departamentos que se relacionan entre sí para llevar el producto final a los diferentes hogares de Guatemala a través de la señal de televisión.

- Departamento de Ingeniería

Son los encargados de todo el soporte técnico del equipo que permite llevar a cabo la transmisión de los diferentes programas del canal, así como instalación de antenas y empresas de cable, este departamento está integrado por:

- Ingeniero
- Asistente
- Técnicos de Ingeniería

- Departamento de Escenografía.

Es el departamento encargado de velar por diseñar, crear e implementar la escenografía que se proyectará en pantalla en relación a un programa determinado.

- Encargado de Escenografía
- Escenógrafo
- Asistente de Escenografía

- Departamento de Edición.

Este departamento es el encargado de embellecer visual y auditivamente cada programa pre-grabado, reportaje, spot, anuncio, para luego ser transmitido en el canal y que el mismo sea atractivo al televidente, este departamento está integrado por:

- Jefe de Edición
- Editores

- Departamento de Programación y Transmisión

Son los encargados de contactar con ministerios, compañías y productoras nacionales e internacionales, así como con los distintos productores del canal para adquirir, planificar y calendarizar las distintas películas, series y programas que se transmiten dentro del canal así como su programación correspondiente, consta de:

- Directora de programación
- Jefe de Transmisión
- Operadores de transmisión

- Departamento de Centro de Producción.

Es el encargado de toda la planificación, organización, ejecución y supervisión de los diferentes proyectos de producción que lleva a cabo en Canal 27, en sus etapas de pre-producción, producción y post-producción, este departamento está integrada por:

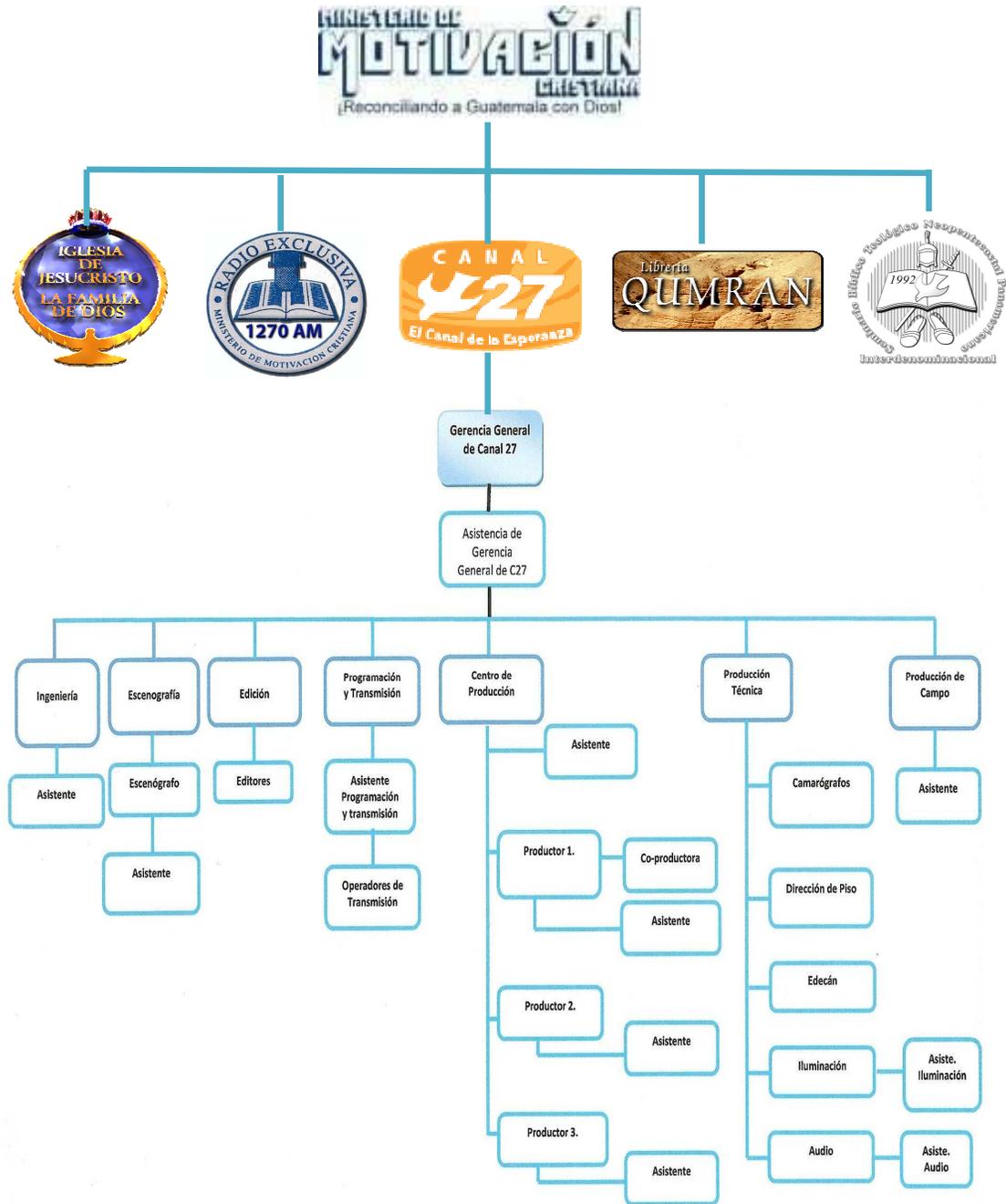
- Productores
- Coproductores
- Asistentes

- Departamento de Producción:

Este departamento es el encargado de toda la parte técnica de producción lleva a cabo la ejecución de las distintas actividades dentro de la grabación, sea en estudio o locaciones específicas. Está integrada por:

- Director Técnico
- Director de Cámaras
- Director de Piso
- Técnicos de Audio
- Técnicos de Iluminación
- Camarógrafos

Figura 2. Organigrama Canal 27



Fuente: Departamento de Recursos Humanos Canal 27, El Canal de la Esperanza

### 1.5.2 Actores Externos.

Canal 27 como medio de comunicación brinda el apoyo a las diferentes instituciones y ministerios cristianos del país para dar a conocer sus diferentes actividades y eventos, sin costo alguno. Así mismo a través de su programación o espacios dentro de las diferentes producciones da a conocer actividades gubernamentales promoviendo la cultura y educación en nuestro país. Dentro de las Instituciones con las que trabaja Canal 27 podemos mencionar:

- Compassion Internacional
- Ministerio de Cultura de Guatemala
- Alianza Evangélica de Guatemala
- Visión Mundial
- Radio Cultural TGN
- Ministerios en Contacto
- CBN Internacional

### 1.6 Perfil de los trabajadores.

Como lo mencionamos en el inciso anterior Canal 27 está compuesto por una Gerencia General y departamentos que se relacionan entre sí, cada departamento está dirigido por un encargado que a su vez tiene a cargo a sus asistentes y colaboradores correspondientes:

- Gerencia General.
  - Gerente General, conocimientos profesionales y universitarios en Administración de empresas y experiencia en liderazgo institucional.

- Asistente de Producción de Gerencia. Conocimientos profesionales y universitarios con conocimiento en producción de medios de la comunicación.
- Departamento de Escenografía.
  - Escenógrafo, con habilidades en diseño de ambientes y carpintería para elaboración de escenografías.
  - Asistente Escenógrafo, habilidades en carpintería.
- Departamento de Edición.
  - Jefe de Edición, conocimiento, habilidades y experiencia en diseño gráfico y edición audiovisual.
  - Editores, conocimiento y habilidades en diseño gráfico y edición audiovisual.
- Departamento de Programación y Transmisión.
  - Directora de Programación, conocimiento profesional y habilidades universitarias en relaciones internacionales y de negociación.
  - Jefe de Transmisión, conocimiento y habilidades operacionales y administrativas estudiante a nivel profesional para dirigir y coordinar personal operativo.
  - Operadores de Transmisión, estudios de educación media para operar equipo técnico de televisión.

- Departamento de Centro de Producción.
  - Productores, conocimiento profesional y universitario con pensum cerrado o estudiante de los últimos años de Ciencias de la comunicación con experiencia en producción televisiva y radial.
  - Co-productores, estudiantes universitarios de ciencias de la comunicación.
  - Asistentes de Productor, conocimiento a nivel medio en mercadotecnia y publicidad y/o medios de la comunicación.
- Departamento de Producción.
  - Director Técnico, conocimiento, habilidades y experiencia técnica en manejo operacional de equipo de televisión.
  - Técnicos de audio e iluminación, con conocimiento y habilidades técnicas en manejo de equipo de televisión.
  - Operadores de cámaras, habilidades técnicas operacionales.

## 1.7 Factores que influyen sobre la situación del objeto de estudio.

Tabla 1. Análisis FODA

### El análisis FODA Canal 27

Visión	Ser el Canal de televisión más visto de toda Guatemala. Llegar a cada aldea, municipio y cabecera departamental; y más importante a cada persona que está en nuestro territorio nacional con el evangelio de Jesucristo.
Misión	Reconciliar a Guatemala con Dios. Esto mediante la colocación de antenas satelitales en cada compañía de Cable que exista en nuestra nación y adicionalmente 240 repetidoras de alta, media y baja potencia instaladas en todo el territorio nacional. Esto con el fin de que no haya un solo rincón donde la señal de Canal 27, El Canal de la Esperanza y sus repetidores 28 y 66 no llegue.

### Análisis FODA

Aspectos Internos	Fortalezas	Debilidades
	Existe creatividad y talento en los colaboradores. La tecnología del Canal está al día permitiendo que los colaboradores se desarrollen de una mejor manera, así mismo conocen la misión y visión del canal y la aplican en su trabajo, sus jefes inmediatos toman en cuenta y valora sus opiniones en pro y mejoramiento de su departamento.	Los colaboradores reciben mucha información a destiempo lo que ocasiona atrasos en la entrega final del producto, esto derivado de la falta de comunicación entre los distintos departamentos. Existe falta de capacitación en los colaboradores, no existe un incentivo laboral y la mayoría de colaboradores considera que si debería de mejorarse en este aspecto.
	¡Úsalas!	¡Redúcelas!

Aspectos Externos	Oportunidades	Amenazas
	El canal cuenta con apoyo de ministerios nacionales e internacionales. Se maneja una buena imagen corporativa.	La mecánica para obtener fondos es mal interpretada.  El sostenimiento económico del canal depende de la donación que año con año realizan las personas que llegan a la Telemaratón.
	¡Aprovéchalas!	¡Evítalas!

### Estrategias

Para usar las fortalezas	Se debe tomar en cuenta las opiniones de los colaboradores, además de apoyarlos e involucrarlos en los diferentes proyectos y al final del mismo reconocer de alguna manera su trabajo y motivarlos a seguir con nuevos proyectos.
Para aprovechar las oportunidades.	Mantener una buena relación con los Ministerios que apoyan a la institución tanto nacional como internacional y crear producciones propias o nacionales que puedan ser transmitidas en otros países.

## 1.8 Análisis y pronóstico de la situación.

Tabla 2. Matriz FODA

Variable		Fortalezas	Debilidades
1	económica	Durante todo el año existen personas que dan una donación mensual que permite sufragar gastos del sostenimiento de la programación, infraestructura, tecnología y pago de colaboradores.	Debido a la decreciente recaudación de fondos el canal ha tenido que limitarse en invertir en aspectos importantes.
2	Prestigio	Canal 27 cuenta con tecnología profesional en televisión, los diferentes ministerios cristianos del país y a nivel internacional le tienen mucho aprecio al canal.	Se mal interpreta la recaudación de fondos.
3	Comunicación	Canal 27, mediante su programación tiene el compromiso de poder llevar a cada hogar guatemalteco, con series, programas, caricaturas, películas que edifiquen y reconstruyan valores en la sociedad.	No se ha podido cubrir todo el territorio guatemalteco debido a que aún faltan instalar antenas repetidora y proyectarse a través de empresas de cable.
4	Organización	Cuenta con una buena infraestructura tanto física como a nivel de personal.	Es necesario capacitar al personal y realizar una reestructuración organizacional en cuanto a funciones y actividades.
5	Política	El canal tiene una ideología religiosa y su grupo objetivo va enfocado a esta ideología.	Es criticada por la manera en como se abordan ciertos temas.

No.	Variable	Oportunidades	Amenazas
1	económica	Año con año cuentan con el permiso y autorización para llevar a cabo una recaudación de fondos para el sostenimiento económico del canal.	No es un canal comercial y depende de las donaciones que realizan los televidentes.
2	Prestigio	El canal ha tenido dentro de sus diferentes programas a grandes representantes internacionales del pueblo cristiano reconocidos a nivel mundial.	Que se pierda el contacto o derechos con productoras o ministerios internacionales debido a la falta de fondos.
3	Comunicación	Utilizar los recursos adecuadamente, contactar y conservar vínculos con los diferentes representantes de ministerios, iglesias.	La vanguardia de nuevas técnicas de producción televisiva.
4	Organización	La creatividad de los colaboradores para fortalecer la producción dentro del canal y en la mayor medida posible dar una mejor proyección social.	La demanda de actividades vaya creciendo y no se cuente con el personal suficiente para cubrir dicha demanda y se pierda la confianza de las entidades o ministerios.
5	Política	Reforzar los valores del canal en el personal para proyectarlos en cada actividad y que cada televidente y visitante externo pueda percibirlo.	Las nuevas generaciones vean los valores como algo obsoleto.

Fuente: Propia

## **1.9 Factores indirectos.**

### *1.9.1 Situación económica del país.*

Como se hizo referencia en el inciso anterior Canal 27 se sostiene de la contribución económica anual de los televidentes, con las mismas se sufragaban los gastos de cada una de las actividades y áreas del canal, esta recaudación de fondos se ha visto afectada en los últimos años debido a la situación económica del país, ocasionando que la recaudación haya disminuido en el 2010 y 2011 en un 50%. (CGN, 2010)

### *1.9.2 Autorización gubernamental.*

Como medio de comunicación no lucrativo Canal 27 debe cumplir con ciertos lineamientos, requisitos y estándares televisivos, así como mantener una transparencia al incidir en la confianza que el pueblo evangélico de Guatemala le da al Canal, al realizar sus donaciones anuales para el sostenimiento del mismo, es por ello que se rinden cuentas exactas de lo recaudado mediante auditorías de la Gobernación Departamental y de la misma manera se informa de todo lo invertido año con año a esta misma entidad quienes dan la autorización para que el canal funcione. (Canal 27, 2010)

### *1.9.3 Apoyo Social*

Como medio de comunicación social brinda todo el apoyo necesario para que las diferentes entidades, ministerios e instituciones se proyecten a través de las cámaras y señal de Canal 27 con la finalidad de llevar ayuda no solo física, médica, sino espiritual a cada televidente.

## **1.10 Factores directos.**

### *1.10.1 Costos Operacionales*

Los costos operacionales, son sumamente elevados, de igual manera la adquisición de equipo y los pagos de las regalías de la programación y colaboradores, éstas dependen de la recaudación que se hace anualmente en las Telemaratones y las ofrendas mensuales de los Socios Honorarios.

### *1.10.2 Aspecto Político*

Los colaboradores profesan la misma ideología religiosa, lo que permite que se relacionen con la misión y visión del canal.

### *1.10.3 Aspecto Social*

Se inculca a los trabajadores a que a través de los diferentes programas puedan llevar, alegría, ayuda, palabras de ánimo a los televidentes.

## 1.11 Determinación de prioridades.

Figura 3. Árbol de Problemas



Fuente: Propia

## **Capítulo 2 Fundamentos Epistemológicos**

### **2.1 Teoría de Relaciones Humanas**

A esta teoría también se le conoce como Escuela Humanística de la Administración. Se atribuye a Elton Mayo que empezó a realizar unos estudios en 1923 en una fábrica textil cerca de Filadelfia. Esta organización anualmente presentaba problemas de producción y de rotación de personal, Mayo había intentado poner en marcha varios esquemas de incentivos laborales pero no tenía éxito, por lo que introdujo un periodo de descanso para los trabajadores, dejando a criterio de los obreros la decisión de cuándo deberían parar las máquinas, contrato a una enfermera para que evaluara al personal y al poco tiempo surgió un espíritu de solidaridad en el grupo, aumentando la producción y disminuyendo la rotación.

En 1927 el Consejo Nacional de Investigaciones inicio con el Experimento de Hawthorne Dirigido por Elton Mayo en una fábrica de la Western Electric Company, situada en Chicago, en el barrio de Hawthorne, con la finalidad de determinar la relación entre la intensidad de la iluminación y la eficiencia de los obreros en la producción. Dentro de esta misma investigación se realizaron estudios sobre de la fatiga en los trabajadores y los accidentes en el trabajo, se analizó también la rotación de personal y del efecto de las condiciones físicas del trabajo sobre la productividad de los empleados. Lo cual dio como resultado que los trabajadores dentro de una organización se ven afectados por variables psicológicas. (Chiavenato 2006: p.87)

“Las motivaciones emocionales están fuertemente ligadas con las motivaciones intelectuales es decir interese propósitos e ideales y es por eso que los incentivos en el trabajo juegan un gran papel en las relaciones humanas”. (Cárcamo 1968: p.22).

En el experimento de Hawthorne se comprobó que “el nivel de producción no está determinado por la capacidad física o fisiológica del trabajador como afirma la teoría clásica, sino por las normas sociales y las expectativas grupales que lo rodean (...) entre mayor fuera la relación de grupo mayor seria la producción”. (Chiavenato 2006: p.91).

Para ello hacemos énfasis en que “El objeto de las relaciones humanas es dar al trabajador un sentido de utilidad y de importancia que lo haga participar activa y lealmente en el trabajo y lograr que se sienta orgulloso de lo que hace; todo ello a través de un trato digno y considerado” (Cárcamo 1968: p.20).

(Chiavenato 2006: p.92) indica que el ser humano en una actividad laboral no actúa como un ente aislado sino de forma grupal. La comprensión de las relaciones humanas permite al administrador obtener mejores resultados de sus subordinados y la creación de una atmosfera en la que cada persona es alentada a expresarse de manera libre y sana. La capacidad social del ser humano es la que establece su nivel de competencia y de eficiencia, y no su capacidad de ejecutar correctamente su trabajo en un tiempo previamente establecido.

Esta teoría se aplica al estudio realizado en Canal 27 debido a que permite resaltar la importancia que el recurso humano tiene para la organización y reconocer que el colaborador en una empresa no solo se ocupa de sus actividades laborales por la obtención del dinero, sino también lo hace para satisfacer sus necesidades psicológicas.

Se resalta también la importancia que tiene que el trabajador conozca la misión, visión y objetivos de la organización para que se sienta identificado con los mismos, y esto se vea reflejado a través de una actitud positiva dentro de su área laboral para obtener mejores resultados y que cada trabajador tenga una satisfacción laboral.

Canal 27 como un medio de comunicación reconoce que el transmitir la información de Gerencia a jefes intermedios y trabajadores es sumamente indispensable para el desarrollo de actividades, debido a que la misma permitirá tener mayores resultados en las metas trazadas, pero también debe de desarrollar instrumentos de comunicación eficaces para que exista una retroalimentación por parte del personal, permitiendo detectar a tiempo lo que produce una insatisfacción laboral para buscar una solución inmediata, para que los colaboradores se sientan tomados en cuenta y que sus esfuerzos están siendo valorados dentro de la institución.

La papelería y documentos de uso interno que transmite información es importante, para que el personal de los diferentes departamentos que integran la estructura organizacional de Canal 27 las conozcan a tiempo, y puedan estar informados de cada actividad, procedimiento o cambio que surge dentro de su área laboral, aun incluso dentro de esta era digital, no todo el personal interno de una organización tiene acceso a la intranet, es por ello, que cada empresa debe de crear e implementar técnicas de comunicación para trasladar información a todo nivel, como Tablones de anuncios, reuniones periódicas, actividades mensuales, entre otras.

A lo que a nosotros se refiere se implementa una guía de Tablones de anuncios en cada departamento del canal para hacerles llegar la información de forma visual respaldando las llamadas telefónicas y correos electrónicos para aquellas personas que no tienen acceso a la intranet pero que es necesario que puedan estar siendo informadas de todas las actividades, para coordinar cronogramas de actividades.

## 2.2 Teoría del desarrollo organizacional

Esta teoría surge en el año 1962 como un conjunto de ideas sobre el hombre la organización y el ambiente, con la finalidad de crear una respuesta a las características de continuo cambio de las organizaciones, (Chiavenato 2006: p.318) hace referencia que se le atribuye a Leland Bradford quien compartía que la sola capacidad individual, grupal u organizacional no provocan un cambio se necesita también establecer un programa coherente de cambio de toda la organización es decir que el cambio dentro de una organización puede ser planeado y dirigido por el ambiente que no es más que el entorno que externamente rodea a la organización.

(Según Strauss 1999: p.495), indica que “el desarrollo organizacional consiste en una estrategia de intervención que utiliza el proceso de grupo para modificar la cultura de la organización, con el objeto de hacer que ocurra el cambio planeado. Se propone cambiar creencias, actitudes, valores, estrategias y prácticas para que la organización pueda adaptarse mejor a su tecnología y al rápido ritmo de cambio”.

El Desarrollo Organizacional es un esfuerzo que se realiza dentro de una empresa para mejorar las capacidades y habilidades de los trabajadores en la solución de problemas organizacionales. “El corazón del Desarrollo Organizacional es lo concerniente a vitalizar, energizar, actualizar, activar y renovar las organizaciones a través de técnicas y recursos humanos”. (Argyris 1990: p.14)

Y surge por la pluralidad del cambio en el mundo como transformaciones rápidas e inesperadas del ambiente organizacional, aumento del tamaño y de la complejidad de la organización, diversificación de la complejidad de las tecnologías, cambio de una conducta administrativa.

Dentro de una institución hay personas responsables de introducir el desarrollo organizacional esta persona puede ser el Gerente, el Jefe de Recursos Humanos o una persona específica asignada por la institución, normalmente a esta persona se le denomina consultor y uno de los problemas más fuertes que enfrenta esta persona en una organización es que los trabajadores se oponen a los cambios y esta resistencia detiene un avance en el desarrollo, cultura y clima organizacional.

Se hace referencia que la cultura organizacional es un modo de vida, que incluye creencias, valores y la forma de interrelación y comunicación dentro de la organización. Mientras que el clima organizacional, es la atmósfera psicológica que caracteriza a cada organización; para cambiar el clima organizacional se necesita tener capacidad innovadora, creatividad.

En Canal 27 la gerencia apoyada por departamentos o personas específicas es la encargada de promover el desarrollo de cada departamento a través de capacitaciones, seminarios, talleres, convivencias etc. Uno de los aspectos que más se ve afectada en la institución es la comunicación de los trabajadores, debido a que las actividades dentro de la organización van en crecimiento, esto ha conllevado a que la asignación de actividades se incrementen en una persona y esto da como resultado la poca administración de tiempo y cumplimiento de procedimientos, omitiendo pasos para cumplir con el objetivo requerido por la institución en el tiempo asignado.

Lo que va generando comunicación informal entre los colaboradores y la comunicación entre los distintos departamentos se ve deficiente. Por lo que es importante estar capacitando constantemente al personal a través de talleres, seminarios, congresos etc. para que los colaboradores puedan estar preparados y se adapten a los cambios y transformaciones que las organizaciones van sufriendo, adicionalmente a esto la interrelación que conlleva las capacitaciones permitirá una mejor fluidez de comunicación entre los mismos colaboradores mejorando el clima organizacional.

### **2.3 Teoría de la contingencia**

La teoría de la contingencia es también conocida como teoría Situacional y nace a finales de los años cincuenta, El doctor Guizar comparte que esta teoría surge como resultado de investigaciones empíricas en las cuales se hace énfasis que las empresas se adecue a los cambios que presenta el medio ambiente, fue creada por Paul Lawrence y Jay Lorsch, profesores de la Escuela de Negocios de Harvard. (Guizar, 1999)

La estructura y funcionamiento de una organización dependen de la adaptación e interrelación con el entorno externo; explicando que existe una relación funcional entre las condiciones ambientales y las técnicas administrativas apropiadas para el alcance de los objetivos manifestando que no existe una teoría única para la solución de los problemas organizacionales.

La palabra contingencia se define como "toda variable externa, característica ambiental, factor circundante o fuerza influyente que afecta el diseño efectivo de la organización y a su comportamiento de forma, en principio no controlable directamente", (Bueno Campos 1996: p.168)

Como lo indica (Hall 1973: p.146) el ambiente externo juega un papel muy importante para la organización debido a que la relación con los mismos debe de desarrollarse de la mejor manera, esta teoría centra su foco de atención en el ambiente externo de la empresa, dando prioridad a lo que ocurre fuera de la organización antes de indagar en los elementos internos de la estructura organizacional. Dicho enfoque busca un equilibrio entre ambos contextos, donde la organización busca obtener el mayor beneficio de sus circunstancias ambientales para garantizar su éxito como empresa.

Se hace énfasis que en la época actual, la administración de una organización se ve muy de la mano con el uso de la tecnología para obtener mayor eficiencia, en Canal 27 no es la excepción como medio de comunicación debe de estar a la vanguardia de la tecnología para no quedarse obsoleto, debido a que constantemente se van generando cambios dentro de la organización, actualmente se marca un crecimiento de comunicación con los diferentes ministerios nacionales e internacionales que tienen una relación directa con el canal por medio de la tecnología.

En la actualidad se han creado infinidad de programas que le permiten a la empresa ir innovando para dar a conocer su institución, productos o servicios, lo cual ha permitido mejorar la relación con clientes y proveedores para que sea optima no solo en tiempo sino en calidad.

Una empresa que no va de la mano de la tecnología se va quedando obsoleta y puede en determinado momento no llenar las expectativas de demanda del mercado actual e ir saliendo del mismo por falta de creatividad e implementación de tecnología. Es por ello que se implementará una revista digital mensual para dar a conocer las diferentes actividades que realiza el canal y que los ministerios puedan conocer de forma visual cada una de las actividades que se realizan.

## **Capítulo 3 Metodología Aplicada**

### **3.1 Tipo de Investigación**

Para la realización de este proyecto se elaboró una Planificación en donde se presenta un Marco Lógico el cual plantea objetivos de investigación, indicadores verificables, medios de verificación, supuestos, componentes y actividades.

La investigación fue de forma Explorativa y Descriptiva, (Hernández Sampieri, 2005) indica que el tipo de investigación, independientemente del objeto al que se aplique, tiene como objetivo solucionar problemas. Además, describe el tipo de investigación como una especie de brújula en la que no se produce automáticamente el saber, pero que evita perdernos en el caos aparente de los fenómenos.

De aquí partimos para decir que la investigación fue Explorativa debido a que fue necesario indagar en los colaboradores y entes externos de Canal 27 para obtener datos relativamente importantes para la investigación y fue necesario utilizar medios para recolectar datos como: bibliografías, entrevistas y cuestionarios hacia personas tanto a nivel interno como externo de la institución, a partir de los datos recolectados, se adquirió el suficiente conocimiento como para saber qué factores son relevantes y cuáles no.

Se desarrollo un Diagnóstico Situacional el cual permitió conocer la naturaleza y estructura de canal 27, así como la obtención de datos que permitió identificar si se cuenta con una estrategia de comunicación a nivel interno y externo y que los resultados permitieran implementar mejores métodos y herramientas de comunicación dentro y fuera de la organización.

### 3.2 Universo

A continuación se presenta un cuadro donde se indica el universo de departamentos que integran Canal 27 y la cantidad de colaboradores que tiene cada departamento.

Tabla 3. Universo de Canal 27

<b>GRUPO</b>	<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>UNIVERSO</b>
Grupo 1	Centro de Producción	13 personas
Grupo 2	Producción	13 personas
Grupo 3	Escenografía	02 personas
Grupo 4	Programación y Transmisión	08 personas
Grupo 5	Edición	06 personas
Grupo 6	Ingeniería	07 personas
<b>TOTAL</b>	<b>6 Departamentos</b>	<b>49 Colaboradores</b>

Fuente: Propia

### 3.3 Muestra

Para la realización de este estudio se logró tener una muestra significativa probabilística, debido a que se hizo una invitación a los seis departamentos de Canal 27 y sus 49 colaboradores para obtener la información de cada uno de ellos, de los cuales solamente acudieron un total de 33 colaboradores.

El departamento que no tuvo representación fue el área de Escenografía debido a que los dos representantes se ausentaron por responsabilidades fuera de las instalaciones, al igual que los otros catorce colaboradores que no asistieron por a una serie de actividades laborales que les impidieron estar presentes al momento de realizar el estudio.

Tabla 4. Muestra de Canal 27

<b>GRUPO</b>	<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>MUESTRA</b>
Grupo 1	Centro de Producción	10 personas
Grupo 2	Producción	08 personas
Grupo 3	Escenografía	00 personas
Grupo 4	Programación y Transmisión	07 personas
Grupo 5	Edición	04 personas
Grupo 6	Ingeniería	04 personas
<b>TOTAL</b>	<b>5 Departamentos</b>	<b>33 colaboradores</b>

Fuente: Propia

Así mismo dentro de la muestra no probabilística para recabar datos externos, se seleccionó a un representante de cinco instituciones que tienen una relación constante y directa con Canal 27, tomando en cuenta la accesibilidad, misión y visión de estas instituciones.

Tabla 5. Muestra de Organizaciones Externas

<b>Comunicación con:</b>	<b>Organización Externa</b>
Clientes	Erika Porta de Compassion Internacional
Instituciones gubernamentales	Licda. Leticia de Figueroa del Ministerio de Cultura del Gobierno de Guatemala.
Entes autónomos	Lic. Sergio Camargo, Alianza Evangélica de Guatemala
Otras Organizaciones	Lic. Cecilio Martínez de Visión Mundial
Medios de comunicación	Lic. David Pérez de Radio Cultural

Fuente: Propia

### 3.4 Herramientas

Para llevar a cabo esta investigación se utilizó la técnica de Recolección de Datos debido a que se pasaron herramientas con la finalidad de buscar información que fuera útil en la investigación. Las Herramientas utilizadas en la investigación fueron, Diagnóstico FODA, Entrevistas y Encuestas.

La Técnica es cualitativa y cuantitativa, porque con la Encuesta y el Diagnóstico FODA se recolectaron datos y con las Entrevista se obtuvo información de los representantes de las instituciones seleccionadas las cuales tienen una relación laboral con Canal 27, así mismo se recabo información de los jefes de área del Canal para enriquecer la investigación.

#### 3.4.1 *Revisión documental*

Para obtener información documental de Canal 27 fue necesario indagar con Gerencia, Recursos Humanos y los mandos intermedios, sobre algún material impreso existente dentro de la institución, los cuales me proporcionaron catálogos internos del canal utilizados en años anteriores para dar a conocer la labor comunicativa de Canal 27 y sirvieron para enriquecer la investigación.

Así mismo se tuvo acceso con previa cita con los jefes de los departamentos para ahondar sobre las actividades de comunicación de su departamento. Y se visitó la página web del canal la cual tiene información de las distintas actividades de Canal 27. Las fuentes humanas, virtuales e impresas que se contactaron y que se consultaron para recopilar la información solicitada fueron:

- Recursos Humanos de Canal 27
- Catálogos internos de presentación de Canal 27
- Página Web de Canal 27
- Departamento de Centro de Producción
- Departamento de Ingeniería de Canal 27

- Departamento de Producción de Canal 27
- Departamento de Edición de Canal 27
- Departamento de Programación y transmisión de Canal 27.

### 3.4.2 *Árbol de Prioridades*

Se realizó un árbol de prioridades:

Objetivo General:

- Establecer las causas y efectos que determinan el buen funcionamiento de Canal 27

Objetivos Específicos:

- Reforzar la prioridad que dictaron los datos.
- Recolectar información a nivel interno y externo de Canal 27.

La metodología que se utilizó fue de tipo Exploratorio y Descriptivo porque la información se obtuvo a través de la entrevista realizada a los cinco jefes de cada área del canal. Entre las preguntas que se formularon están:

- ¿Por qué es importante la recaudación de fondos para Canal 27
- ¿Cómo afecta la falta de fondos económicos del Canal a su departamento?
- ¿Considera que el equipo tecnológico de su departamento es el necesario para un buen funcionamiento, Explique?
- ¿Considera que Canal 27 tiene una buena aceptación a nivel nacional e internacional, Explique?
- ¿Cuál es el objetivo de la programación de Canal 27?
- ¿Porque considera que aún no se ha podido cubrir todo el territorio nacional de Canal 27?
- En el aspecto humano ¿cómo considera a su equipo humano?
- ¿El equipo humano es el suficiente para cubrir las demandas de su departamento?

### 3.4.3 Análisis FODA

Objetivo General:

- Establecer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de los aspectos internos y externos que influyen en el funcionamiento de los cinco departamentos de Canal 27.

Objetivos Específicos:

- Evaluar en el personal de Canal 27 a través de una encuesta aspectos importantes de su desempeño laboral.
- Analizar las respuestas de la entrevista a instituciones externas sobre la relación con Canal 27.

Para el análisis FODA también se aplicó la herramienta anterior.

La metodología fue de forma explorativa y descriptiva, porque comprendió la investigación y análisis de la información, por tal motivo para la elaboración del mismo se realizó una encuesta a los diferentes colaboradores y jefes de los departamentos que integran canal 27 así como una entrevista a las instituciones externas que tienen relación directa con el medio.

Entre las preguntas que se plantearon se pueden mencionar a nivel interno:

- ¿Toma en cuenta la misión y visión del Canal para realizar su trabajo?
- ¿El departamento al que pertenezco valora las propuestas que realizo?
- ¿Existe una comunicación adecuada en el departamento al que pertenezco?
- ¿Qué barreras de comunicación existen en su departamento?

A nivel externo

- ¿Conozco a las personas con quien puedo avocarme en canal 27?
- ¿Existe una comunicación adecuada entre Canal 27 y la institución que representa?
- ¿Recibo apoyo de canal 27 para proyectar mi institución?
- ¿Qué barreras de comunicación existen entre Canal 27 y la institución a la que representa?

#### 3.4.4 Entrevistas

Objetivo General:

- Analizar la comunicación de canal 27 con las instituciones externas.

Objetivo Específico:

- Determinar por qué medio es más efectiva la comunicación con el canal.
- Establecer que barreras existen entre el Canal y las instituciones con las que se mantiene una relación de comunicación.

Se realizaron cinco entrevistas con personas representantes de instituciones que tienen una relación laboral con canal 27.

**Tabla 6. Representantes de Organizaciones Externas**

<b>Comunicación con:</b>	<b>Organización Externa</b>
Clientes	Erika Porta de Compassion Internacional
Instituciones gubernamentales	Licda. Leticia de Figueroa del Ministerio de Cultura del Gobierno de Guatemala.
Entes autónomos	Lic. Sergio Camargo, Alianza Evangélica de Guatemala
Otras Organizaciones	Lic. Cecilio Martínez de Visión Mundial
Medios de comunicación	Lic. David Pérez de Radio Cultural

Fuente: Propia

Preguntas elaboradas a representantes de instituciones externas:

- ¿Conozco la misión y visión de Canal 27 por eso mantengo una relación directa con ellos?
- ¿Considero que los objetivos del Canal son claros y apoyan a mi institución?
- ¿Conozco a las personas con quien puedo avocarme en el canal?
- ¿Tengo accesibilidad a algún directivo del canal?
- ¿Si necesito tratar algún asunto con canal 27 me convocan a reuniones?
- ¿Las reuniones en canal 27 son productivas?
- ¿Recibo información de Canal 27?
- ¿Qué barreras considera que existen en la comunicación de Canal 27 y mi institución?

Se realizó una cita previa con cada institución seleccionada para que asignaran día, lugar y horario para realizar la entrevista personalmente y obtener la información, las preguntas surgieron de la herramienta previamente elaborada para obtener los datos requeridos adjunta en los anexos.

#### 3.4.5 Encuesta

##### Objetivo General

- Recolectar datos e información importante de parte de los colaboradores y jefes de área de canal 27

##### Objetivo Específico

- Investigar acerca de aspectos internos como cultura institucional, barreras de comunicación, canales de información, incentivos laborales y reconocimiento laboral.
- Reforzar las áreas débiles de comunicación en el canal.

La Encuesta se realizó a un total de 33 personas divididas en los diferentes departamentos que integran canal 27. Entre las preguntas realizadas se encuentran.

- ¿Cuántos años tiene de laborar para la institución?
- ¿Tomo en cuenta la misión y visión del Canal para realizar mi trabajo?
- ¿Considero que las metas y objetivos del canal son claros?
- ¿Mis funciones y responsabilidades de trabajo están definidas?
- ¿Recibo tanta información que entorpece mi trabajo?
- ¿Se me comunica a tiempo la información para el desempeño de mi trabajo?
- ¿El departamento al que pertenezco valora las propuestas que realizo?
- ¿Existe una comunicación adecuada dentro del departamento al que pertenezco?
- ¿Existe una comunicación adecuada entre los distintos departamentos?
- ¿Qué barreras considera que existen en la comunicación de Canal 27?
- ¿Qué canales de información utiliza para la comunicación en el canal?

### **3.5 Método de Análisis**

Tanto para Diagnóstico FODA como para las Entrevistas y las Encuestas se analizaron las respuestas; se tomó cada una de las entrevistas, y se tabularon los datos y posteriormente se realizaron graficas de pie con determinación de porcentajes de respuestas. El mismo procedimiento se realizó con las encuestas para obtener la información que aportara al proyecto.

A lo largo de la investigación se utilizó el Método Explorativo y Descriptivo debido a que a través de los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas la finalidad fue analizar las respuestas, para determinar cada interrogante, por medio de porcentajes y análisis de la información necesaria para el proyecto.

## Capítulo 4 Diagnóstico comunicacional

### 4.1 Comunicación Interna

#### 4.1.1 ¿Existe en Canal 27 una Estrategia de comunicación?

Canal 27 no cuenta con un Departamento de Comunicación por lo tanto no se ha trabajado una Estrategia de Comunicación como tal, se han realizado a lo largo de estos 18 años de existencia, diferentes campañas evangelísticas o actividades en las que se ha tenido presencia del Canal y se han implementado proyectos con el objetivo de promover la visión y misión a nivel capitalino y departamental.

La creciente demanda de televidentes de canal 27 ha llevado a ir implementando más y mejores producciones, es por ello que en el año 2010 viendo la necesidad de proyectar de una mejor manera la imagen del canal se crea dentro del Departamento de Centro de Producción el área de Producción Creativa, que ahora es el encargado de velar por que se proyecte de una manera adecuada y profesional la imagen de Canal 27 en todas sus producciones y actividades.

#### 4.1.2 Prácticas de comunicación del líder (comunicación descendente).

Gráfica 1. Género del Personal C27



Para la investigación de este estudio se entrevistaron a 33 colaboradores de Canal 27 determinando que predomina el género masculino en un 70% quienes realizan un trabajo más técnico y el 30% restante es de

género femenino quienes en su mayoría realizan actividades administrativas y un pequeño porcentaje actividades técnicas.

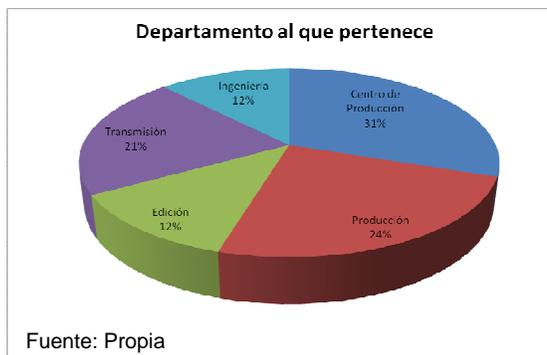
Así mismo se entrevistó a una muestra representativa de 33 personas tomando en cuenta a cada departamento, el cual se indica en el cuadro siguiente:

Tabla 7. Personas entrevistadas en C27

Departamento	Universo del departamento	Muestra
Centro de Producción	13 personas	10 personas
Producción	13 personas	08 personas
Escenografía	02 personas	00 personas
Programación y Transmisión	08 personas	07 personas
Edición	06 personas	04 personas
Ingeniería	07 personas	04 personas
<b>Total</b>	<b>49 personas</b>	<b>33 personas</b>

Fuente: Propia

Gráfica 2. Departamento al que pertenecen



Para este estudio el departamento con mayor porcentaje de representación fue Centro de Producción conformado por los productores y sus asistentes, quienes planifican, organizan y ejecutan una producción, seguido por el Departamento de

producción donde se lleva a cabo el trabajo técnico y la ejecución de la planificación del productor, los departamentos con menor porcentaje de

representación fueron; Programación, Ingeniería y Edición. No se pudo obtener datos del departamento de escenografía debido a las múltiples actividades laborales que tenía en su área.

Por ello diremos que la comunicación en un medio televisivo a nivel interno es sumamente importante para el desenvolvimiento de cada departamento,

**Gráfica 3. Conocimiento de Organigrama**

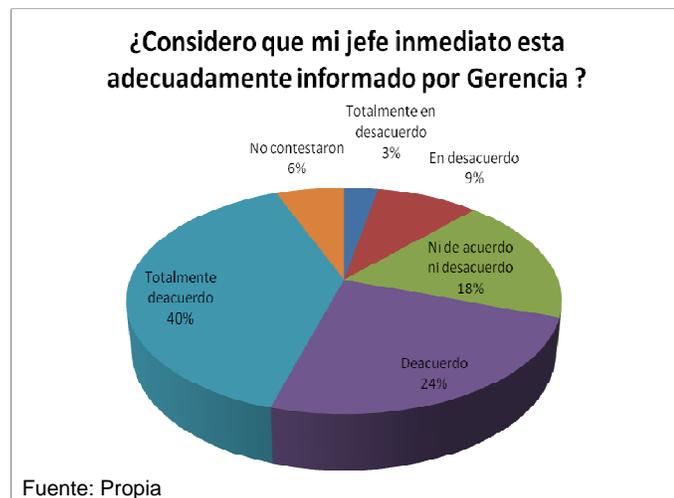


para ello iniciamos preguntándoles a los distintos colaboradores si conocían a las personas que ocupaban los diferentes puestos en el organigrama y sus funciones, el 82 % contestó que sí y el 18 % indicó que no, debido a que se integraron a sus actividades

laborales en el transcurso del presente año, siendo esta la razón por la cual aún no conocían a todo el personal de la institución.

Canal 27 está organizado jerárquicamente de forma descendente por una Gerencia General quien transmite información a los distintos jefes de área y estos a su vez al personal de su departamento. Se les pregunto si consideraban que su jefe inmediato

**Gráfica 4. Información de Gerencia**



estaba adecuadamente informado por la Gerencia a lo que un 40% indicó que estaban Totalmente de acuerdo y un 24% De acuerdo, hubo un 18% que

no estaba ni de acuerdo ni desacuerdo un 9% en desacuerdo un 3% Totalmente en desacuerdo y un 6% que se abstuvo de contestar. Obteniendo como resultado que más del 50 % de colaboradores consideran que sus jefes están adecuadamente informados por Gerencia General.

**Gráfica 5. Barreras en la Comunicación de Gerencia**



Sin embargo encontramos que aunque Gerencia traslada la información a los distintos jefes de área existen barreras de comunicación, obteniendo el porcentaje más alto el Hermetismo, es decir que la información se maneja de forma reservada y cuando ya

se traslada a los jefes de área la información llega a destiempo que es considerada otra barrera de comunicación, también los colaboradores consideran en un porcentaje menor que existe falta de claridad en los mensajes lo que da lugar a rumores entre los distintos colaboradores y por ello existe interrupción en la comunicación del mensaje.

La Gerencia utiliza diferentes formas para comunicarse con los mandos intermedios y colaboradores siendo una de ellas las reuniones de trabajo.

La gráfica muestra que 64% del personal son convocados a dichas reuniones para ser informados de las distintas actividades que se llevarán a cabo.

**Gráfica 6. Convocatorias a reuniones**



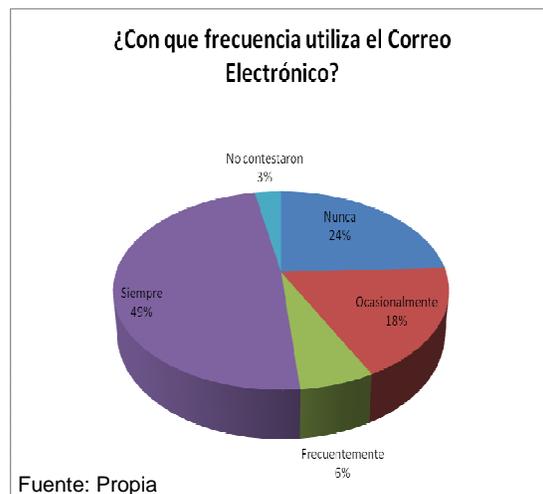
**Gráfica 7. Uso de teléfono**



Otra de las maneras en cómo se comunica la gerencia con los jefes de departamento es a través de llamadas telefónicas esto es sumamente importante debido a que es una manera inmediata de comunicarse o trasladar la información y de esta manera atender la solicitud lo más pronto posible y no esperar a que se convoque a una reunión.

Canal 27 cuenta con un sistema de Outlook interno, por lo que los correos electrónicos es otra forma de comunicación que utiliza Gerencia para comunicarse con cada jefe de área y colaboradores administrativos, quienes poseen una cuenta electrónica interna por la cual reciben y envía información de suma importancia, por ello es necesario que quede constancia de una copia por escrito, para atender a la solicitud y darle seguimiento a la misma. En el caso de los colaboradores del área técnica la comunicación la reciben a través de su jefe inmediato personalmente.

**Gráfica 8. Uso de Correo electrónico**



### 4.1.3 Prácticas de comunicación del personal (comunicación ascendente)

Los colaboradores deben de comunicarse con su Jefe Inmediato quien es el encargado del departamento al que pertenecen, este último se comunica con la Gerencia General para mantener el bienestar entre los colaboradores y la organización.

Gráfica 7. Comunicación en el departamento



Se les preguntó a los distintos colaboradores si existía una adecuada comunicación con las personas de su departamento y su jefe inmediato, a lo que el 43% respondió que estaban totalmente de acuerdo, debido a que la mayoría considera que tiene accesibilidad y confianza de comunicarse con sus jefes inmediatos.

Gráfica 8. Valoración de Propuestas



Si bien es cierto los colaboradores le tienen confianza, al abordar el tema de si sus Jefes inmediatos valoraban las propuestas en pro del mejoramiento del departamento ellos contestaron en un 30% que estaban totalmente de acuerdo y un 21% que estaba solo de acuerdo esto da un margen que

indica que no todas sus propuestas son implementadas, debido a que cada departamento tiene su función específica y estas deben de ser analizadas, evaluadas y aprobadas por Gerencia General.

#### 4.1.4 Comunicación en el equipo (comunicación horizontal)

- Comunicación de crisis

**Gráfica 9. Barreras en departamentos**



Fuente: Propia

Los Colaboradores expresan que a pesar de tener confianza con sus jefes, son afectados por ciertas barreras en la comunicación, siendo los rumores el problema más grande a nivel horizontal en la institución, pues ocupa un 37% del resultado. Estos pueden ser perjudiciales para el departamento y la empresa si no se le da la importancia debida y se neutraliza esta barrera de comunicación.

Otro punto importante que se pudo evaluar como comunicación en crisis es que no existe una adecuada comunicación entre los distintos departamentos del Canal, como se mencionaba en la introducción todos los departamentos del canal deben relacionarse entre sí para llevar a cabo el producto final al televidente y es alarmante evaluar que más del 50% de las personas encuestadas contestaron que no hay una adecuada comunicación entre departamentos.

**Gráfica 10. Comunicación entre departamentos**

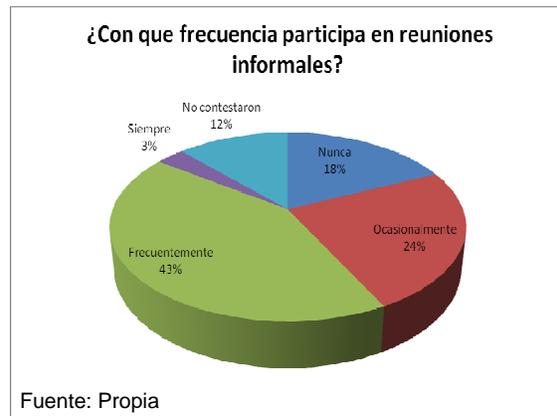


Fuente: Propia

Así mismo se plantea que la comunicación horizontal se da con más frecuencia de forma informal, es decir en los pasillos, escaleras, en el tiempo de refacción, y posiblemente esta sea una de las causas del por qué la comunicación entre los departamentos no se da de una manera adecuada.

- Comunicación corporativa

**Gráfica 11. Reuniones Formales**



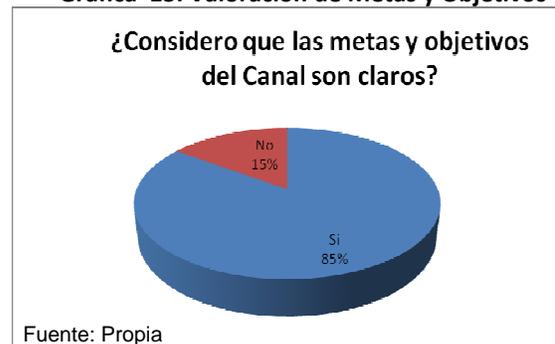
**Gráfica 12. Valoración de Misión y Visión**



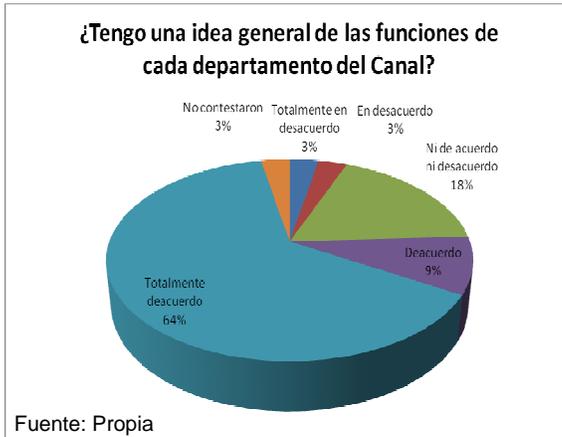
Como toda institución organizada Canal 27 cuenta con una Visión y Misión, se preguntó, a los colaboradores, si tomaban en cuenta ambos aspectos para la realización de su trabajo y el 94% contestó que sí, solo un 6% contestó que no.

También se preguntó si las metas y los objetivos del canal son claros, el 85% contestó que sí y un 15% no, debido a que tienen poco tiempo de laborar para la institución y desconocen a totalidad las metas y objetivos del Canal, esto indica que

**Gráfica 13. Valoración de Metas y Objetivos**



**Gráfica 14. Funciones de departamentos**



debería existir un poco más de información desde la contratación del personal.

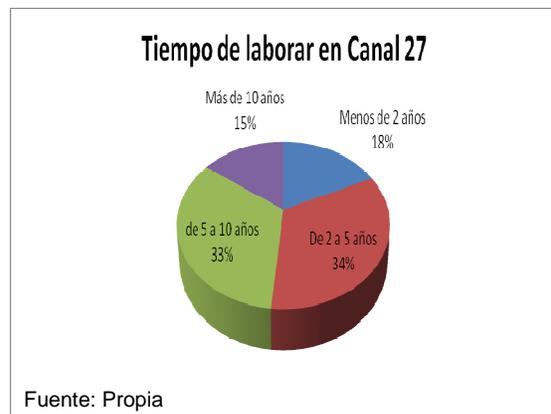
Un alto porcentaje de los colaboradores indican conocer las funciones de cada departamento, porque tienen varios años de laborar para la institución y los que aun no conocen las distintas funciones

de cada área es porque tienen poco tiempo de estar en la empresa, por lo que debe darse una inducción en el periodo de capacitación de personal de nuevo ingreso.

- Identidad corporativa

Por los resultados obtenidos en la grafica siguiente se puede observar que un alto porcentaje del personal si se siente identificado con la institución, debido a que la mayoría tiene más de 4 años de laborar en Canal 27, tiempo en el cual conocen y aplican en sus labores diarias la misión, visión y objetivos de dicha institución.

**Gráfica 15. Tiempo de laborar en el Canal**



- Otras Actividades
  - Actividades de relaciones con los empleados.

Al investigar de las diferentes actividades que realizan con los empleados el Departamento de Recursos Humanos indica que anualmente se realizan 2 actividades de suma importancia para una mayor convivencia de los diferentes colaboradores del Ministerio de Motivación Cristiana del cual forma parte Canal 27. La primera de ellas es en agosto en donde se dan a conocer a todas las personas nuevas que se integran al equipo del canal y se otorgan reconocimientos a los colaboradores que han permanecido fieles por más de 4 años y se realiza un almuerzo. La segunda actividad anual se lleva a cabo al finalizar el año donde se organiza un convivio para todo el personal, incluyendo un almuerzo y un regalo para todos.

**Figura 4. Actividades de Relación**



Fuente: Canal 27

- Actividades de capacitación con los empleados

**Figura 5. Capacitación**



Fuente: Canal 27

A principios del año 2012 se implementó una serie de talleres a los distintos colaboradores del canal por departamentos con el objetivo de capacitarlos y que pudieran corregirse algunos errores que se daban dentro de su desempeño laboral por falta de conocimiento.

Algunos de los talleres que se impartieron fueron:

- Taller de conocimiento de la institución. en donde se les presentó nuevamente la historia, visión, misión, objetivos, valores de la institución.
- Taller de conceptos básicos de Iluminación televisiva.
- Taller de conceptos básicos de audio televisivo.
- Taller de dirección de piso.
- Taller de lenguaje televisivo.

## 4.2 Análisis de Comunicación Externa

### 4.2.1 Comunicación Externa Operativa

Para evaluar la comunicación externa se tomó de muestra a 5 empresas entrevistando a 1 representante de cada una de ellas, dichas empresas tienen relación directa con canal 27.

Tabla 8. Instituciones que tienen una relación con Canal 27

<b>Comunicación con:</b>	<b>Organización Externa</b>
Clientes	Erika Porta de Compassion Internacional
Instituciones gubernamentales	Licda. Leticia de Figueroa del Ministerio de Cultura del Gobierno de Guatemala.
Entes autónomos	Lic. Sergio Camargo, Alianza Evangélica de Guatemala
Otras Organizaciones	Lic. Cecilio Martínez de Visión Mundial
Medios de comunicación	Lic. David Pérez de Radio Cultural

Fuente: Propia

- Relaciones de comunicación con los clientes, las instituciones gubernamentales, entes autónomos, otras organizaciones y medios de comunicación

**Gráfica 16. Misión y Visión a nivel externo**



Al entrevistar a las 5 empresas hacían referencia que si conocen y están de acuerdo con la misión y visión de Canal 27 por esta razón es que decidieron promover sus proyectos en Canal 27 de Guatemala.

Mantienen una relación directa con el productor del programa y en pocas ocasiones se reúnen con los altos mandos del canal. Sin embargo si es necesario reunirse con algún representante del canal lo planifican y se reúnen con ellos aportando que las reuniones con Canal 27 son muy productivas.

**Gráfica 17. Reuniones con externos**



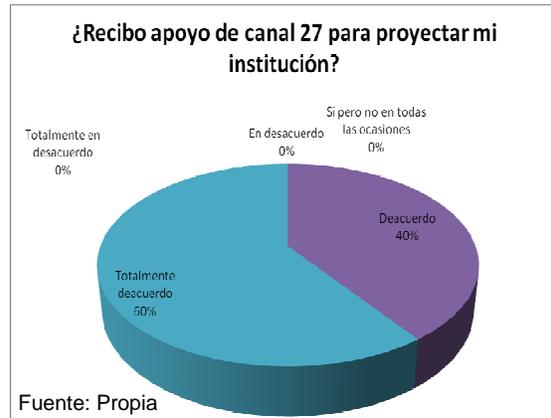
**Gráfica 18. Comunicación de C27 y empresas**



Para las cinco instituciones el 40% consideran que están totalmente de acuerdo en que existe una comunicación adecuada entre Canal 27 y la institución a la que representan.

De igual forma argumentaron que están totalmente de acuerdo en que han recibido el apoyo necesario de Canal 27 al permitirles dar a conocer sus distintas actividades, están sumamente contentos con los proyectos que han desarrollado en Canal 27 y desean seguir promoviendo nuevos proyectos en futuras ocasiones.

**Gráfica 19. Apoyo de C27 a las empresas**



Así mismo compartían que durante los 18 años de existencia de Canal 27, este se ha identificado como un medio de comunicación cristiano masivo que ha cumplido con el objetivo de de llevar un mensaje de esperanza a cientos de cristianos evangélicos en el país y de esta forma apoya a dichas instituciones con sus distintos objetivos.

**Gráfica 20. Metas apoyan a las empresas**

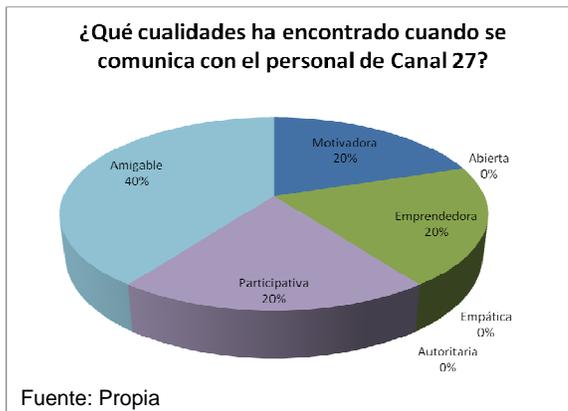


Cuando se le preguntó a los representantes de cada una de las empresas seleccionadas sobre si recibían información de Canal 27 indicaron que si pero no en todas las ocasiones. Y que debe de reforzarse este punto.

**Gráfica 21. Reciben información de Canal 27**



**Gráfica 22. Cualidades del personal**



La mayoría respondieron que han encontrado en el personal de canal 27, siempre una sonrisa amigable, personas muy motivadas y participativas se han sentido agradecidos por todo el apoyo que han recibido año con año para promocionar su eventos.

- Comunicación Corporativa

La comunicación corporativa de Canal 27 está determinada por una misma relación o línea entre los distintos colaboradores tanto a nivel interno como externo. En el año 2011 se realiza el lanzamiento de la Nueva Imagen de Canal 27 por ello existió un cambio en el logotipo del Canal lo cual dio lugar a crear un Manual de identidad corporativa en donde se implementa el uso correcto del logotipo.

**Figura 6. Nueva imagen**



Fuente: Canal 27

Así mismo en los correos electrónicos que se manejan del canal tanto para comunicación interna como externa, también se implemento el uso de una firma manteniendo la imagen y tipografía del canal.

**Figura 7. Firmas electrónicas**



Fuente: Canal 27

En pantalla se puede observar el logotipo de Canal 27 con unas medidas estándar no se pueden modificar las medidas y en la parte inferior de la pantalla debe colocarse paulatinamente los cintillos de información en los mismos colores sin perder la imagen gráfica.

Figura 8. Logotipo en pantalla



Fuente: Canal 27

Figura 9. Página web de Canal 27



Fuente: Canal 27

En la página web se observa la misma línea gráfica con los fondos verdes y el logotipo identificativo del canal así como los diferentes programas cuidando cada detalle para que lleve una correlación. Tiene links para buscar información rápida y concisa del canal, se puede ver la programación en vivo

de Canal 27, se promocionan los diferentes eventos que se van a realizar, las imágenes son llamativas, se promocionan los diferentes programas días y horarios de transmisión, esta página web fue creada para que todos pudieran informarse de Canal 27.

- Identidad

Dentro de la identidad podemos mencionar el Nombre de:

Canal 27,  
El Canal de la Esperanza,  
Reconciliando a Guatemala con Dios.

Este nombre, y slogan se le inculca a cada colaborador con la finalidad que forme parte de esta visión y que a través de su trabajo pueda llegar a cada departamento, municipio, aldea o caserío lejano y de esta manera promueva el evangelio de Jesucristo.

- Logotipo

Dentro del logotipo podemos mencionar el Texto de Canal y El Canal de la esperanza que hace referencia a lo que el canal proyecta a través de su misión y visión.

**Figura 10. Logotipo de Canal 27**



Fuente: Canal 27

- Imagotipo

Consiste en una la imagen de una paloma que representa al Espíritu Santo y el número 27 que es representativo de la frecuencia de transmisión del Canal, así como las letras que indican es un medio televisivo que lleva Esperanza. En colores blancos que representan santidad y pureza de Jesús sobre un fondo naranja.

**Figura 11. Imagotipo de Canal 27**



Fuente: Canal 27

– Otros rasgos de homogenización

Se pueden mencionar la relación que tiene sobre fondo verde que indica la esperanza que se tiene de poder llegar a cada hogar guatemalteco con un mensaje de salvación. Actual en dicho manual se detallan los colores del mismo. El uso en material impreso, como lo son cartas, memos, invitaciones, calendarios etc., y propone un nuevo uniforme con el logotipo de la nueva imagen del canal que aún está pendiente de implementación.

**Figura 12. Homogenización**



Fuente: Canal 27

• Imagen

– Reputación

El canal se ha destacado a nivel cristiano por promover el evangelismo a cada hogar guatemalteco. Es por ello que cuenta con el apoyo de diferentes instituciones y ministerios tanto a nivel nacional como internacional, como lo es La Alianza Evangélica de Guatemala, Sociedades

**Figura 13. Reputación de C27**



Fuente: CGN Buenas Nuevas

Bíblicas, Ministerios América Latina y entre los internacionales se pueden mencionar, RBC Ministries, Embajada Cristiana Internacional Jerusalén, Ministerios en Contacto, Confederación Iberoamericana de comunicadores y medios masivos, pastores y líderes cristianos (COICOM) Ministerio El amor que vale.

- Publicidad

Entre las actividades más destacadas de Canal 27 se pueden mencionar:

Año 2005, entre las diferentes actividades masivas a nivel externo que ha realizado el canal podemos mencionar las Giras Departamentales. Que consistía en Promover Canal 27 en las diferentes regiones del país. Con previa planificación y autorizaciones departamentales, se realizaba una convocatoria a los televidentes para que se hicieran presentes y compartieran en vivo con los diferentes conductores y adoradores cristianos que llegaban con el equipo de canal 27. El departamento de producción se hacía presente llevando música cristiana en vivo, predicadores, obsequios, estos eventos se realizaron en los estadios municipales, en los cuales cientos de personas fueron bendecidas al asistir a estos eventos.

Año 2007, se invitó a canal 27 para transmitir en vivo el Evento por los 75 años de Iglesia de Dios Evangelio Completo, actividad que se realizó en el Estadio Mateo Flores y en donde se hicieron presentes más de 5,000 personas llevando a cabo una gran labor televisiva.

**Figura 14. Apoyo a eventos**



Fuente: Canal 27

Año 2009, se realiza una campaña masiva a nivel nacional llamada “Te es Necesario nacer de nuevo” en donde se colocaron cientos de vallas con fondo rojo y letras blancas que mencionaban te es necesario nacer de nuevo, con el logotipo de canal 27 y se entregaron postales, se hicieron afiches y mupis, publicidad móvil.

Figura 15. Proyección de imagen



Fuente: Canal 27

Y año con año se le brinda un espacio al evento masivo que realiza Radio Cultural en su aniversario para ser transmitido en vivo.

Así como el evento de Homenaje a Pastores en donde se les invita a todos los pastores de los diferentes lugares de Guatemala en el mes de agosto a un desayuno y se les honra por su aprecio a Canal 27

Se menciona también que la publicidad de la programación se realiza a través del mismo canal en el cual se promueven películas pautas de series, franjas estelares.

Figura 16. Programación



Fuente: Canal 27

Y a través de la página web que el canal constantemente está actualizando para mantener informados a los televidentes sobre la programación.

- Propaganda

**Figura 17. Propaganda**



Fuente: Propia

Canal 27 no maneja ni publica ningún tipo de propaganda política, debido a que su único fin es reconciliar a Guatemala con Dios y proponer la unidad del cuerpo de Cristo.

- Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

El Canal siempre ha apoyado a los televidentes brindando ayuda social, pero no fue hasta este año 2012 cuando se crea el departamento de Brazos de Amor y Misericordia quienes se dedican a recolectar víveres para llevarlos a las áreas marginadas del país.

- Señalética

El Canal desde su ingreso está debidamente señalizado con indicaciones para las personas que llegan por primera vez a las instalaciones de la sede de Mixco.

**Figura 18. Señalética Ingreso**



Fuente: Propia

**Figura 19. Señalética Puertas**



Fuente: Propia

La puerta de ingreso esta identificad aun con el logo antiguo del canal e indica la manera en cómo deben de abrirse las puertas, si es hacia adentro o hacia afuera.

En cada nivel encontramos servicios sanitarios identificados para hombres y mujeres con su batería bien cuidada y la higiene de estas áreas es muy importante por el bienestar de los colaboradores y visitantes que constantemente llegan a las instalaciones de Canal 27.

**Figura 20. Señalética baños**



Fuente: Propia

**Figura 21. Señalética áreas restringidas**



Fuente: Propia

Existen áreas que son exclusivas para personal autorizado debido a que se manejan equipo delicado e incluso las condiciones de ambiente son diferentes debido a que la temperatura debe estar muy fría para la conservación y uso correcto del equipo.

**Figura 22. Señalética emergencia**



Fuente: Propia

Existe un mínimo de cuatro señalizaciones de Salidas en cada nivel para que en el caso de alguna emergencia los distintos colaboradores puedan salir de las distintas oficinas inmediatamente y ubicarse en las salidas principales del edificio.

## **Capítulo 5 Propuesta de estrategia de comunicación organizacional**

### **5.1 Justificación**

Para el desarrollo de este capítulo fue necesario realizar un Diagnóstico Situacional que permitiera conocer la naturaleza de la institución así como la misión, visión, objetivos, actividades, su estructura organizacional. Se realizó una encuesta con los jefes de área que permitió desarrollar un diagnóstico FODA para poder observar y analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que determinan las prioridades para el buen funcionamiento del canal.

Así mismo se realizó un Diagnóstico Comunicacional con la finalidad de evaluar y analizar la comunicación de Canal 27 a nivel interno con los mismos colaboradores, como a nivel externo con instituciones que tienen una relación directa con el canal.

Al finalizar ambos diagnósticos se identificó que Canal 27 tiene una trayectoria de 18 años en los cuales ha implementado proyectos que han fortalecido a la institución y los han llevado a tener una buena aceptación por ministerios nacionales e internacionales, así como tener un crecimiento integral no solo en estructura, sino también en proyección social y espiritual debido a que actualmente llega a más de 9 millones de guatemaltecos.

Sin embargo es necesario reforzar la comunicación a nivel interno entre los distintos departamentos que conforman Canal 27. A nivel externo debe mejorarse la comunicación con las instituciones que tienen una relación directa con el medio debido a que las actividades de Canal 27 se proyectan solo a través del mismo medio televisivo y es necesario reforzar esta información por medio de internet y correo electrónico.

## **5.2 Objetivos de Comunicación**

### *5.2.1 Objetivo General*

Reforzar la comunicación de Canal 27, con mensajes, imagen y otros recursos visuales e informativos, que permitan la fluidez de la comunicación.

### *5.2.2 Objetivo Específico*

- Mejorar la comunicación descendente y horizontal dentro de Canal 27, para un mejor desempeño laboral, obtención de metas y objetivos.
- Reforzar la comunicación externa con las instituciones que tienen relación directa con Canal 27, lo que favorecerá a obtener una mejor relación laboral para que la información llegue a tiempo.
- Dar a conocer las actividades mensuales de Canal 27 por medio de una revista digital, que permita recolectar información y actividades realizadas por canal 27.

Tabla 9. Comunicación Interna

COMUNICACIÓN INTERNA						
Problema	Objetivos de Comunicación	Productos	Tipo de mensaje	Público	Resultados Esperados	Medio de Difusión
Comunicación hermética y a destiempo en la transmisión de información de actividades entre gerencia y mandos intermedios.	Mejorar la fluidez de comunicación entre Gerencia y Mandos Intermedios.	Guía para Tablones de anuncios.	Informativo	Cada departamento del Canal	Se ha mejorado la fluidez de comunicación entre gerencia y mandos intermedios.	Tablones de anuncios
Comunicación horizontal informal.	Fomentar la comunicación entre departamentos para que esta se produzca de manera formal y eficiente.	Guía de Talleres sobre liderazgo, semanal con jefes de cada área.	Informativo Y Motivacional	Jefes de área	Se ha fomentado la comunicación entre departamentos y se da de manera formal y eficiente.	Talleres semanales

Fuente: Propia

Tabla 10. Comunicación Externa

COMUNICACIÓN EXTERNA						
Problema	Objetivos de Comunicación	Productos	Tipo de mensaje	Público	Resultados Esperados	Medio de Difusión
Capacidad limitada de soporte de correo electrónico.	Mejorar la comunicación externa a través de correo electrónico para optimizar tiempo y recursos.	Un sistema de Correo con mayor ancho de banda que no rebote los correos a las instituciones externas,	Informativo	Instituciones o entes externos que tienen relación vía correo electrónico con canal 27.	Se ha mejorado la comunicación externa a través de correo electrónico por la accesibilidad de información.	Correo Electrónico
Las instituciones externas consideran que no se les proporciona información de Canal 27.	Reforzar la comunicación externa, para que las instituciones puedan conocer la misión, visión y actividades mensuales de Canal 27 a través de una Revista digital.	Revista digital mensual sobre las actividades de Canal 27.	Informativo	Todos los visitantes de la página web de canal 27 e instituciones externas.	Se ha reforzado la comunicación externa para que las instituciones puedan conocer la labor de canal 27.	Página Web del Canal
No existe material visual de identidad en la recepción del canal.	Reforzar la identidad institucional para mejorar la comunicación tanto interna como externa a través de plaquetas que contengan la misión y visión del canal.	Plaquetas con la misión, visión, de Canal 27.	Informativo	Personal Interno como público externo visitante.	Se ha reforzado la identidad institucional de Canal 27 para mejorar la comunicación interna y externa.	Material visual institucional

Fuente: Propia

## **5.3 Público**

### *5.3.1 Internos*

Se creará una estrategia para mejorar la comunicación con los Jefes de Área y colaboradores de los distintos departamentos de Canal 27.

- Departamento de Centro de Producción
- Departamento de Edición
- Departamento de Ingeniería
- Departamento de Producción
- Departamento de Programación y Transmisión

### *5.3.2 Externos*

Se reforzará la comunicación con las distintas instituciones que tienen una relación directa con canal 27, ministerios, iglesias, instituciones. Entre algunos podemos mencionar.

- Compassion Internacional
- Radio Cultural
- Ministerios El Shaddai
- Visión Mundial
- Entre otros.

## **5.4 Plan de Comunicación Interna.**

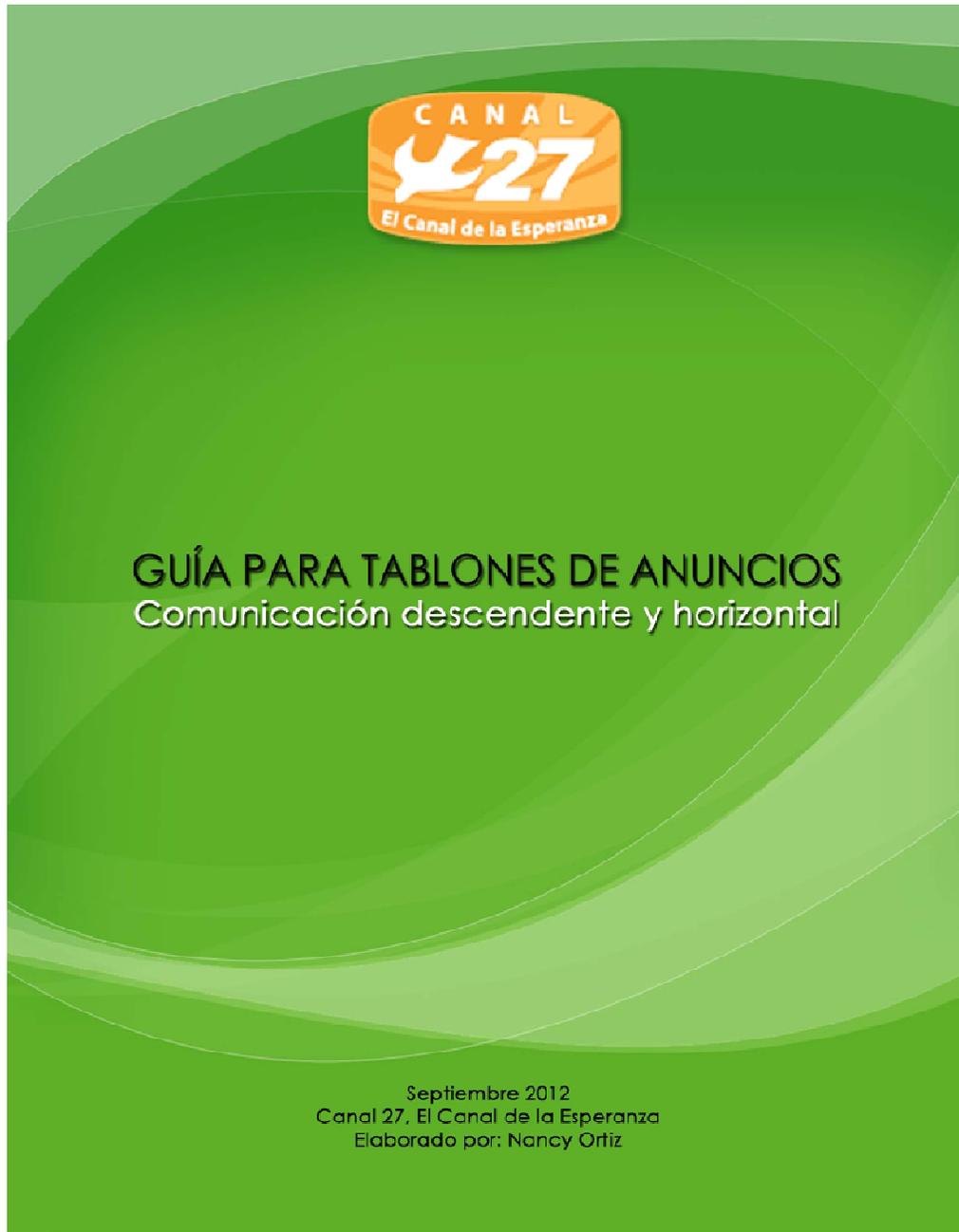
### *5.4.1 Producto 1: Guía para uso de Tablones de Anuncios.*

Se implementarán tablones de anuncios en los distintos departamentos para informar y calendarizar actividades. Y de esta manera mejorar la comunicación entre departamentos.

- **Objetivo:** Mejorar la fluidez de comunicación entre Gerencia y Mandos Intermedios
- **Actividades:** Elaborar cronograma de actividades quincenal de cada área y colocarla de manera creativa en los Tablones de Anuncios para identificar las actividades y trasladar la información a los distintos colaboradores para que todos puedan estar informados.
- **Resultados Esperados:** Se ha mejorado la fluidez de comunicación entre gerencia y mandos intermedios.

Guía para tablonos de anuncios:

Figura 23. Guía para Tablonos de Anuncios



Fuente: Propia

## INTRODUCCIÓN

Canal 27, El canal de la Esperanza en los últimos años ha incrementado una serie de proyectos en su producción televisiva, lo que ha demandado mayores actividades en los departamentos que integran la estructura organizacional del canal. Es por ello que la información interna es sumamente importante para alcanzar los objetivos deseados. Para determinar la comunicación interna fue necesario realizar un diagnóstico que dio como resultado que la comunicación descendente no llega a tiempo lo que ocasiona muchas limitantes en los procedimientos entre departamentos.

Esta propuesta lleva como objetivo implementar Los tablonc de anuncios en los departamentos que integran Canal 27 esto debido a que son una manera útil de comunicar información dentro de la institución, incluso en esta era digital, debido a que no todos los colaboradores dentro del canal tienen acceso a intranet, pero si pasan por los pasillos de los diferentes niveles y departamentos. Con esto se pretende exponer información de forma visual impresa, sobre las actividades y procedimientos a seguir para el desarrollo de cada departamento.

Para ello se tomará en cuenta que los tablonc de anuncios deben de incorporar escritura corta y fácil de leer, con decoraciones creativas que atraquen la vista para atraer la atención de los colaboradores y que exista una mayor fluidez de comunicación.

## INDICE

INTRODUCCIÓN.....	2
INDICE.....	3
TABLONES DE ANUNCIOS.....	4
1. OBJETO.....	4
2. ALCANCE.....	4
3. PROCESO.....	5
3.1 Diagrama de Flujo.....	5
3.2 Explicación del proceso.....	6
4. RESPONSABILIDADES.....	8

## TABLONES DE ANUNCIOS

### 1. OBJETO

Elaborar un plan de comunicación rápido y eficaz entre Gerencia, Jefes Intermedios y Colaboradores que no tienen acceso a Intranet.

Definir claramente el trámite interno de la información que debe ser publicada en los Tablones de Anuncios por parte de Gerencia General de Canal 27.

Mantener informados a los colaboradores de todas aquellas actividades, convocatorias, internas que cada departamento de Canal 27 realice semanalmente.

### 2. ALCANCE

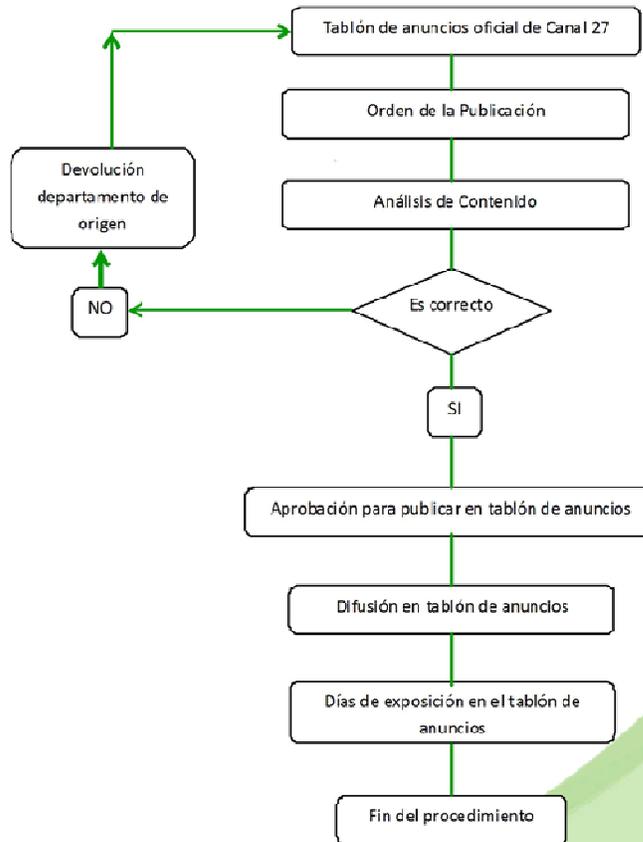
Este procedimiento afecta a todos los departamentos que integran la estructura organizacional es decir:

Los Jefes de los 6 departamentos que integran Canal 27

- Jefe del Departamento de Centro de Producción
- Jefe del Departamento de Producción
- Jefe del Departamento de Edición
- Jefe del Departamento de Ingeniería
- Jefe del Departamento de Programación y Transmisión

### 3. PROCESO

#### 3.1 Diagrama de Flujo



## TABLONES DE ANUNCIOS

### 3.2 Explicación del proceso

#### 3.2.1 Tablón de Anuncios

Tanto la Gerencia como los departamentos de Canal 27 deben hacer públicas todas las actividades, convocatorias, memos y comunicaciones de interés general indicado por gerencia.

Se ubicaran las actividades, convocatorias y comunicaciones en los lugares asignados para los departamentos de centro de producción, producción, edición, programación y transmisión, ingeniería, escenografía, con la finalidad que los departamentos estén informados.

#### 3.2.2 Orden de Publicación

Se han establecido tres vías para hacer llegar la información, convocatorias y comunicaciones de parte de Gerencia a los distintos departamentos de Canal 27:

- a. Nota interna (publicada en tablón de anuncios para los que no tienen acceso a intranet)
- b. Correo electrónico interno (intranet)
- c. Vía telefónica siempre con respaldo electrónico.

#### 3.2.3 Analizar Contenido de la publicación

La Gerencia General de Canal 27 es el ente encargado de analizar el contenido de la publicación y que el documento lleve todo lo requerido por el procedimiento para una mejor comunicación.

## TABLONES DE ANUNCIOS

### 3.2.4 ¿Está correcto el contenido?

Gerencia General comprueba que el contenido de la publicación este correcto. En caso afirmativo procede a la anotación en la aplicación informática habilitada a tal efecto, para ser publicado.

En caso negativo, Gerencia lo devuelve al departamento que remitió la comunicación, y tras corregirse se remite de nuevo a la al departamento correspondiente para su publicación oficial.

### 3.2.5 Difusión la Publicación

Se publica en el tablón de anuncios la documentación remitida para que sea visible a todas aquellas personas que pudieran estar interesadas.

### 3.2.6 ¿Contiene plazos de publicación?

Los documentos que se remiten a la Gerencia del Canal para su publicación pueden contener especificación de tiempo de publicación. En el caso que especificara un tiempo determinado, se mantendrá en el Tablón el tiempo marcado. En caso negativo, se mantendrá en el Tablón de Anuncios 15 días hábiles, que es el tiempo asignado oficialmente de mantenimiento de las publicaciones en el tablón.

### 3.2.7 ¿Solicita Sello de Aprobación y Exposición?

Los departamentos que haya ordenado la publicación oficial, o bien la petición a Gerencia General, debe llevar el sello correspondiente de aprobación y exposición en el Tablón de Anuncios, donde se deja constancia de los plazos de publicación. Este sello permitirá tener la validación de la solicitud y con esta última tarea se termina el procedimiento.

## TABLONES DE ANUNCIOS

### 4. RESPONSABILIDADES

- Gerencia General, como responsable de la comunicación entre los distintos departamentos es la encargada de la gestión de la Información Administrativa que se ofrece diariamente a los departamentos de Canal 27.
- Jefes de área, como los responsables de la difusión de la información generada en su departamento, serán los encargados de publicar semanalmente su cronograma de actividades por departamento.



#### 5.4.2 Producto 2: Guía para Taller Semanal de Liderazgo.

Se implementará un taller semanal de liderazgo con los jefes de área en donde se abarcarán temas de liderazgo para que sean implementados en sus departamentos y que la comunicación entre los mismos mejore y fluya de una manera efectiva.

- Objetivo: Corregir la comunicación entre departamentos para que esta se produzca de manera formal
- Actividades: Elaborar un taller semanal de Liderazgo, con los jefes de área, en donde se plantee un tema de liderazgo y durante la semana pueda implementarse en su departamento.
- Resultados Esperados: Se ha corregido la comunicación entre departamentos y se da de manera formal.

Figura 24. Guía metodológica para Talleres



## Introducción

Canal 27 ha tenido una trayectoria de 18 años, llevando el evangelio a cada hogar guatemalteco a través de programas que son de edificación y bendición para los televidentes. En los últimos años, la demanda de actividades se ha incrementado en un alto porcentaje y los departamentos que integran la estructura organizacional del canal se ha visto limitada en el factor tiempo, para el desarrollo de cada tarea asignada. Para determinar la misma, se elaboró un diagnóstico que permitió evaluar la comunicación interna del Canal, en la cual se analizó que existe falta de comunicación a nivel horizontal, esto debido a que la información entre los departamentos se da de manera informal y no cuentan con el tiempo suficiente para realizar los procedimientos correspondientes.

Es por ello que esta Guía Metodológica tiene como objetivo integrar a los jefes de área y capacitarlos con temas de liderazgo, para implementar mejoras entre los colaboradores de su mismo departamento y que la fluidez de comunicación entre los demás departamentos se realice de manera efectiva. Así mismo este taller se llevará a cabo semanalmente y tiene como finalidad también recabar la información de las distintas actividades programadas durante la semana, para que los demás jefes de área tengan conocimiento de las mismas y puedan estar informados y al mismo tiempo implementar estrategias de actividades.

## Contenido

Introducción.....	2
Para que nos sirve esta guía.....	4
Talleres semanales.....	6
Taller #1.....	7
Temas a desarrollarse en el Taller # 01.....	8
Taller #02.....	9
Temas a desarrollarse en el Taller # 02.....	10
Taller #03.....	11
Temas a desarrollarse en el Taller # 03.....	12
Taller #04.....	13
Temas a desarrollarse en el Taller # 04.....	14

## Para que nos sirve esta guía

La elaboración de esta guía es para implementar una serie de Talleres de Liderazgo con los jefes de los departamentos de Canal 27, que permita implementar mejores técnicas de comunicación, información liderazgo y desarrollo entre las distintas áreas que integran el canal.

Se anhela crear un proceso participativo entre los distintos jefes de áreas, para que sean capaces de identificar las vulnerabilidades, amenazas, recursos y capacidades para apoyar tanto a sus compañeros de otros departamentos como a sus colaboradores y que transmitan que como entes que conforman una misma institución, tienen un mismo objetivo.

Así mismo crear una conciencia institucional en los jefes de área para que puedan prepararse, organizarse, capacitarse y construir una planificación, que les permitan llevar a cabo dichas acciones, integrando la prevención y la respuesta en un plan estratégico.

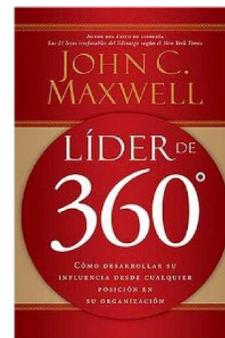
Esta serie de talleres estarán a cargo de Gerencia General de Canal 27 y para ello se desarrollarán sesiones de 1 hora, una vez a la semana, seleccionando el día lunes por ser inicio de actividades laborales, en el horario de 8:30 a 9:30 Hrs. para que las mismas puedan ser implementadas por el jefe en su departamento durante el transcurso de la semana.

## Para que nos sirve esta guía

Para desarrollar los temas, se tomará de referencia el libro del autor, conferencista y asesor John C. Maxwell "Líder de 360°" como desarrollar su influencia desde cualquier posición en su organización.

Se selecciono esta referencia debido a que muestra como el 99% del liderazgo de la mayoría de las organizaciones se da en la zona intermedia y comparte los secretos para aumentar su influencia, en cualquier lugar donde se encuentre, haciendo énfasis en que el mejor lugar para dirigir esta en la zona intermedia y enseña las habilidades para vencer los desafíos y convertirse en un líder de 360°.

Por tal motivo es necesaria esta guía para planificar las actividades a desarrollarse, estableciendo claramente los objetivos, materiales y técnicas a utilizarse.



## Talleres semanales

El propósito de esta guía metodológica es orientar a los jefes de área de Canal 27 para que puedan comunicarse de manera efectiva a nivel horizontal y mejoren sus técnicas de comunicación, información, liderazgo y desarrollo entre las distintas áreas que integran el canal.

Taller # 01	Los mitos de dirigir una organización desde la zona intermedia
Objetivo	Comprender que un líder no espera una posición o nombramiento para dirigir a su equipo
Taller # 02	Desafíos que un líder de 360° enfrenta.
Objetivo	Entender que un líder siempre tendrá desafíos lo importante es superarlos
Taller # 03	Los principios que los líderes de 360° practican para dirigir a los líderes que los supervisan.
Objetivo	Ser mejor cada día y tener mejores actitudes hacia los superiores porque eso determinara quien será mañana.
Taller # 04	Los principios que los líderes de 360° practican para liderar lateralmente a sus compañeros
Objetivo	Desarrollar habilidades y capacidades para complementar a sus compañeros de departamentos

## Taller #1

Semana # 01	Los mitos de dirigir una organización desde la zona intermedia
Objetivo	Comprender que un líder no espera una posición o nombramiento para dirigir a su equipo

### Dirigido a:

Los jefes de los 6 departamentos que integran Canal 27

- Jefe del Departamento de Centro de Producción
- Jefe del Departamento de Producción
- Jefe del Departamento de Edición
- Jefe del Departamento de Ingeniería
- Jefe del Departamento de Programación y Transmisión
- Jefe del Departamento de Escenografía

### Técnica:

Dinámica de exposición, manejo de diapositivas y participación e interacción de los jefes en el tema, actividades a implementarse en el transcurso de la semana en su departamento laboral.

### Recursos:

Sala de reuniones, mesas, sillas, computadora, retroproyector, cañonera, hojas de trabajo y actividades.

### Duración:

1 hora. Lunes de 08:30 a 09:30 Hrs.

## Temas a desarrollarse en el Taller # 01

### Los mitos de dirigir una organización desde la zona intermedia

Mito # 1: El mito de la posición: No puedo dirigir si no estoy en la cima

Mito # 2: El mito del destino: Cuando llegue a la cima aprenderé a dirigir.

Mito # 3: El mito de la influencia: si estuviera en la cima la gente me seguiría

Mito # 4: El mito de la inexperiencia: Cuando llegue a la cima tendré el control

Mito # 5: El mito de la libertad: Cuando llegue a la cima no tendré más límites.

Mito # 6: El mito del potencial: No puedo alcanzar mi potencial si no estoy en la cima

Mito # 7: El mito del todo o nada: si no puedo llegar a la cima entonces no trataré de dirigir.

## Taller #02

Semana # 02	Desafíos que un líder de 360° enfrenta.
Objetivo	Comprender que un líder siempre tendrá desafíos lo importante es superarlos

### Dirigido a:

Los Jefes de los 6 departamentos que integran Canal 27

- Jefe del Departamento de Centro de Producción
- Jefe del Departamento de Producción
- Jefe del Departamento de Edición
- Jefe del Departamento de Ingeniería
- Jefe del Departamento de Programación y Transmisión
- Jefe del Departamento de Escenografía

### Técnica:

Dinámica de exposición manejo de diapositivas y participación e interacción de los jefes en el tema, actividades a implementarse en el transcurso de la semana en su departamento laboral.

### Recursos:

Sala de reuniones, mesas, sillas, computadora, retroproyector, cañonera, hojas de trabajo y actividades.

### Duración:

1 hora. Lunes de 08:30 a 09:30 Hrs.

## Temas a desarrollarse en el Taller # 02

### Desafíos que un líder de 360° enfrenta.

Desafío # 1: El desafío de la tensión: La presión de quedar atrapado en la mitad de la escalera

Desafío # 2: El desafío de la frustración: Seguir a un líder ineficiente

Desafío # 3: El desafío orquesta: Un solo músico... muchos instrumentos...

Desafío # 4: El desafío del ego: con frecuencia está escondido cuando está en un nivel intermedio

Desafío # 5: El desafío de la realización: a los líderes les gusta estar enfrente y no en el medio

Desafío # 6: El desafío de la visión: apoyar la visión es más difícil cuando usted no la presentó

Desafío # 7: El desafío de la influencia: dirigir a los demás más allá de su posición no es fácil.

## Taller #03

Semana # 03	Los principios que los líderes de 360° practican para dirigir a los líderes que los supervisan.
Objetivo	Ser mejor cada día y tener mejores actitudes hacia los superiores porque eso determinará quien será mañana.

### Dirigido a:

Los Jefes de los 6 departamentos que integran Canal 27

- Jefe del Departamento de Centro de Producción
- Jefe del Departamento de Producción
- Jefe del Departamento de Edición
- Jefe del Departamento de Ingeniería
- Jefe del Departamento de Programación y Transmisión
- Jefe del Departamento de Escenografía

### Técnica:

Dinámica de exposición manejo de diapositivas y participación e interacción de los jefes en el tema, actividades a implementarse en el transcurso de la semana en su departamento laboral.

### Recursos:

Sala de reuniones, mesas, sillas, computadora, retroproyector, cañonera, hojas de trabajo y actividades.

### Duración:

## Temas a desarrollarse en el Taller # 03

### Los principios que los líderes de 360° practican para dirigir a los líderes que los supervisan.

Principio # 1: Para dirigir a los líderes que lo supervisan: diríjase a usted mismo excepcionalmente bien

Principio # 2: Para dirigir a los líderes que lo supervisan: aligere la carga de su líder

Principio # 3: Para dirigir a los líderes que lo supervisan: esté dispuesto a hacer lo que otros no harán

Principio # 4: Para dirigir a los líderes que lo supervisan: no administre solamente. Dirija también

Principio # 5: Para dirigir a los líderes que lo supervisan: Invierta en la química de las relaciones.

Principio # 6: Para dirigir a los líderes que lo supervisan: este preparado cada vez que usted ocupa el tiempo de su líder

Principio # 7: Para dirigir a los líderes que lo supervisan: reconozca cuando presionar y cuando retroceder

Principio # 8: Para dirigir a los líderes que lo supervisan: conviértase en un jugador de acción

Principio # 9: Para dirigir a los líderes que lo supervisan: sea mejor mañana de lo que usted es hoy

## Taller #04

Semana # 04	Los principios que los líderes de 360° practican para liderar lateralmente a sus compañeros
Objetivo	Desarrollar habilidades y capacidades para complementar a sus compañeros de departamentos

### Dirigido a:

Los Jefes de los 6 departamentos que integran Canal 27

- Jefe del Departamento de Centro de Producción
- Jefe del Departamento de Producción
- Jefe del Departamento de Edición
- Jefe del Departamento de Ingeniería
- Jefe del Departamento de Programación y Transmisión
- Jefe del Departamento de Escenografía

### Técnica:

Dinámica de exposición manejo de diapositivas y participación e interacción de los jefes en el tema, actividades a implementarse en el transcurso de la semana en su departamento laboral.

### Recursos:

Sala de reuniones, mesas, sillas, computadora, retroproyector, cañonera, hojas de trabajo y actividades.

### Duración:

1 hora. Lunes de 08:30 a 09:30 Hrs.

## Temas a desarrollarse en el Taller # 04

### Los principios que los líderes de 360° practican para guiar a sus subordinados

- Principio # 1: Para liderar lateralmente: comprenda, practique y complemente el círculo del liderazgo.
- Principio # 2: Para liderar lateralmente: complemente a sus compañeros líderes en lugar de competir con ellos
- Principio # 3: Para liderar lateralmente: sea un amigo
- Principio # 4: Para liderar lateralmente: evite la política de la oficina
- Principio # 5: Para liderar lateralmente: amplíe su círculo de conocidos.
- Principio # 6: Para liderar lateralmente: permita que la mejor idea triunfe
- Principio # 7: Para liderar lateralmente: no finja ser perfecto

## 5.5 Plan de Comunicación Externa.

### 5.5.1 *Producto Uno: Plaquetas de Identidad institucional*

Debido a que el diagnóstico comunicacional mostro que los representantes de las instituciones entrevistados conocen la misión y visión del canal pero de forma superficial porque no existe material visual dentro en las instalaciones de Canal 27 que contengan dicha información.

- **Objetivo:** Reforzar la identidad institucional para mejorar la comunicación tanto interna como externa a través de plaquetas que contengan la misión y visión del canal

- Actividades: Elaborar plaquetas con la misión, visión y valores de Canal 27 para ser colocados en la recepción de la institución
- Resultados Esperados: Se ha reforzado la identidad institucional de Canal 27 para mejorar la comunicación interna y externa.

Figura 25. Plaqueta de Identidad de Misión



Fuente: Propia

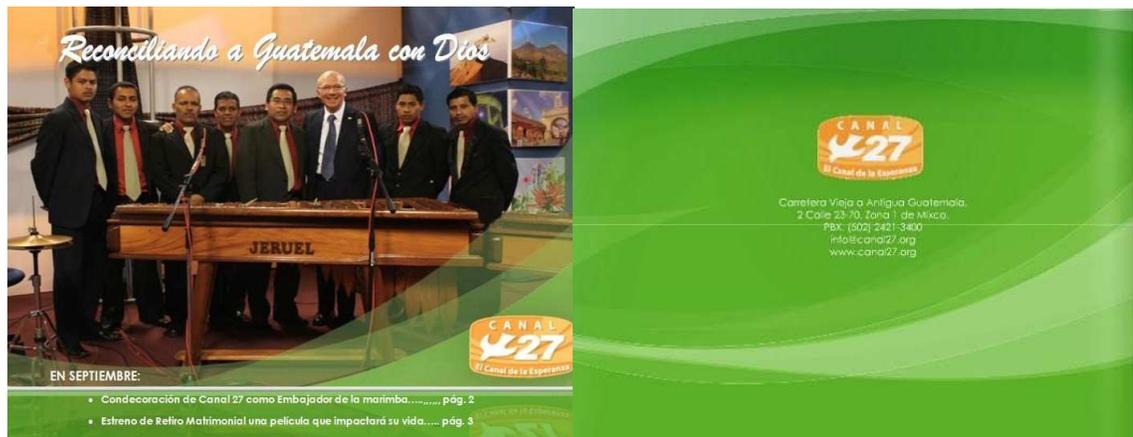
### 5.5.2 Producto 2: Revista digital de Canal 27

Debido a que los representantes de las instituciones que tienen una relación directa con canal 27 indicaron que no reciben información del canal y que por motivos laborales no pueden estar monitoreando la programación del canal y que el medio con el que más se comunican es a través de correo electrónico.

- Objetivo: Reforzar la comunicación externa, para que las instituciones puedan conocer la misión, visión y actividades mensuales de Canal 27 a través de una Revista digital.
- Actividades: Elaborar una revista digital que permita recolectar información y actividades mensuales realizadas por canal 27 para que las instituciones que tienen una relación directa con canal 27 estén informadas.
- Resultados Esperados: Se ha reforzado la comunicación externa para que las instituciones puedan conocer la labor de canal 27.

## Portada y contraportada de la Revista Digital

Figura 26. Revista Digital



Fuente: Propia

## Interior de la Revista Digital:

### Saludo del Pastor:

*En este mes patrio reciben un cordial saludo exhortándolos a que puedan elevar una oración por nuestra Amada Nación ciertamente el anhelo de nuestro corazón es exhortarlos para que en las diferentes actividades que realicen glorifiquen el Nombre de Dios sabiendo que el nos permite nacer en esta linda tierra para que seamos luz a las naciones.*

*Te amamos Guatemala... Dios te Bendiga...*

*Pastor Luis Fernando Salazar B.*

#### Condecoración de Canal 27 como Embajador de la Marimba



El pasado 12 de septiembre representantes del Ministerio de Cultura y Deportes, condecoraron a Canal 27 como Embajador de la Marimba, debido a la transmisión de programas 100% guatemaltecos en los que se brinda un espacio a la entonación de bellas melodías cristianas en marimba.

Se realizó un programa especial en el cual tuvimos la participación de Marimba Jerusé, Ecos Celestiales y Estrella de Beñán, fue una mañana gloriosa.

#### Visita de Hala Mujer en Solalá

Nuestra televidista maquina Hala Mujer visitó el hermoso departamento de Solalá, se grabaron una serie de programas con Pastores, líderes y representantes de ministerios cristianos de esta localidad, con el objetivo de dar a conocer las distintas actividades que ellos realizan en sus comunidades, les agradecemos todo su apoyo y muestras de cariño esto nos motiva seguir reconciliando a Guatemala con Dios.





#### Estreno de Película Retiro Matrimonial

Dentro de un matrimonio siempre existirán diferencias que pueden llevar a pensar en el divorcio. Cuando dejamos que sea Dios quien tome el control, descubriremos el verdadero sentido de nuestra vida. Retiro Matrimonial fue un estreno de septiembre lo invitamos para que no se pierda la programación de Canal 27 y pueda disfrutar en nuestra Itanja estelar con películas que bendecirán su vida.

Sábado 23 - 8:00 p.m.  
Martes 26 - 8:30 p.m.



#### HOMENAJE A PASTORES 2012

Como cada año consecutivo se lleva a cabo nuestro Homenaje a Pastores 2012, en el Grand Hotel Tikal Futura, desde las 8 de la mañana pastores de todos los departamentos se hicieron presentes para compartir esta magna evento que se organiza anual para honrar a los pastores de toda Guatemala. Gracias amigos pastores por reconciliar a Guatemala con Dios.

#### Gózate haciendo deporte

Gózate es uno de nuestros programas que se transmite los viernes en horario estelar, este mes los conductores de este programa recibieron unas clases de Golf con nuestro invitado especial. Nuestros televidentes pudieron gozarse al compartir uno hora de gózate del Señor con los distintos segmentos que este programa lleva hasta su hogar.





## 5.6 Plan de Difusión

Tabla 11. Plan de Difusión

PRODUCTO	MEDIO	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Guía para uso de tablón de anuncios	Impreso	Todos los colaboradores pueden visualizar los publicados y estar informados.	La responsabilidad de la actualización de los mismos.
Guía para Talleres de Liderazgo	Impreso	Los colaboradores podrán capacitarse e implementar mejores técnicas de comunicación y liderazgo.	El corto tiempo del taller.
Plaquetas de Identidad Institucional	Impreso	Esto permitirá que las instituciones o entes que tiene una relación directa con canal 27 al visitar las instalaciones puedan visualizar y conocer la misión y visión de Canal 27.	Los costos que esto implique.
Revista digital del canal	Digital	Que las instituciones que tienen una relación con canal 27 puedan obtener información vía correo electrónico sobre las distintas actividades que tiene el canal.	Contar con el personal que pueda recabar y actualizar mensualmente la revista.

Fuente: Propia

MEDIO	FORMA DE DIFUSIÓN	PROGRAMACIÓN	CANTIDAD	COSTOS
Guía de Tablones de anuncios. Medio Impreso	Tablones de Anuncios	Quincenal	6 tablones de anuncios, uno para cada departamento.	Q 600.00
Guía de Talleres de Liderazgo. Medio Impreso	Talleres	Semanal	6 libros uno para cada jefe de departamento.	Q 1800.00
Plaquetas de Identidad Institucional. Medio Impreso	Impreso	Diaria	2 plaquetas	Q3000.00
Revista Digital. Medio Digital	Digital	Mensual	1 mensual	_____

Fuente: Propia

- Validación de Productos.

Para la validación de estos productos se concertó una cita con el Gerente General de Canal 27, Pastor Luissi García a quien en un tiempo determinado, se le presentaron a través de diapositivas y una exposición los resultados obtenidos en el diagnóstico comunicacional a nivel interno y externo, para posteriormente presentarle dentro de la misma presentación, las propuestas de productos de la estrategia de comunicación.

Al terminar la exposición, realizó sus observaciones en cuanto a los resultados de los diagnósticos, afirmando que es muy importante reforzar esa área de comunicación tanto a nivel interno con los colaboradores como con las instituciones que tienen una relación con el canal. Por lo cual valido los productos para poder ser ejecutados, con la salvedad que en el mes de octubre se llevara a cabo la elaboración de plaquetas de identidad y la revista digital y en enero del próximo año se implemente el ciclo de talleres de comunicación y liderazgo así como los tablones de anuncios.

## 5.7 Plan de Monitoreo y Medios

Tópicos/ Resultados a ser medidos	Indicadores	Medios de Verificación (para cada Indicador)	Factores externos
<p><b>Resultados cuantitativos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En un año el 100 % de los trabajadores del Canal 27 ha mejorado la fluidez de comunicación entre gerencia y mandos intermedios.</li> <li>• En un año el 100% de los trabajadores de Canal 27 ha corregido la comunicación entre departamentos y se da de manera formal.</li> <li>• En un año el 100% de los jefes de departamentos de Canal 27 han reforzado la comunicación externa para que las instituciones puedan conocer la labor de dicho canal.</li> <li>• En un año el 100% de trabajadores de Canal 27 e instituciones externas han reforzado la identidad institucional y se ha mejorado la comunicación interna y externa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuestas</li> <li>• Entrevistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos de Actualización.</li> <li>• Costo de los libros para el taller.</li> <li>• Costos de mantenimiento o de plaquetas.</li> <li>• Costos de mantenimiento o de Intranet.</li> </ul>

<p><b>1. Resultados cualitativos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Niveles de Comunicación descendente ha mejorado satisfactoriamente entre gerencia y mandos intermedios.</li> <li>• Niveles Comunicación horizontal se han corregido satisfactoriamente.</li> <li>• Niveles de comunicación externa se han reforzado favorablemente.</li> <li>• Los niveles de comunicación e Información externa ha mejorado favorablemente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuestas</li> <li>• Entrevistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo para Actualización.</li> <li>• Ausencia por actividades o quebrantos de salud.</li> <li>• Que no se le preste la debida atención.</li> <li>• No revisen sus correos.</li> </ul>
--	--	--	---

## **Capítulo 6 Resultados Futuros**

### **5.1 Mejorar la fluidez de comunicación**

En un año se desea que el 100 % de los trabajadores del Canal 27 puedan mejorar la fluidez de comunicación entre gerencia, mandos intermedios y trabajadores, Esto a través de la proyección de un manual de uso de tableros de anuncios, que se implementará en cada departamento que integra la estructura organizacional del canal, ubicándolos en lugares estratégicos con el objetivo de comunicar y dar a conocer a través de una forma visual e inmediata la información de uso general.

Esta actividad involucra a los 6 departamentos de Canal 27 como lo son:

- Centro de Producción
- Producción
- Ingeniería
- Edición
- Escenografía
- Transmisión

### **5.2 Corregir la comunicación informal**

Se desea que en un año el 100% de los trabajadores de Canal 27 hayan corregido la comunicación informal que se da entre departamentos y que esta pueda darse de manera formal, esto a través de la implementación de un manual de talleres de comunicación y liderazgo para los jefes de área, con la finalidad que ellos puedan tener técnicas de comunicación, manejo y traslado de información a sus colaboradores así como entre los compañeros de los distintos departamentos para que de esta manera pueda evitarse omitir pasos al momento de hacer alguna solicitud y que el trabajo final no se vea afectado.

Con la finalidad de crear un proceso participativo entre los distintos jefes de área para que crear una identificación de la importancia de trabajar en equipo y una conciencia institucional que le permita al jefe planificar sus actividades para no afectar a otros departamentos.

### **5.3 Reforzar la comunicación externa**

En un año el 100% de los jefes de departamentos de Canal 27 han reforzado la comunicación externa, para que las instituciones que tienen una relación directa con el canal puedan conocer la labor mensual de cada área, actividad o programa que promueve El Canal de la Esperanza. Esto se hará a través de la implantación de una revista digital que recopilará fotografías de las distintas actividades que se realizan mensualmente en canal 27. Con la finalidad que las instituciones, ministerios tanto nacionales como internacionales conozcan más a fondo la labor que se realiza dentro del canal.

### **5.4 Reforzar la identidad institucional.**

Se desea que en un año el 100% de trabajadores de Canal 27 e instituciones externas hayan reforzado la identidad institucional y se mejore la comunicación interna y externa, para ello se realizarán unas plaquetas en acrílico con la imagen de Canal 27 que darán a conocer la misión y visión del canal ubicados en la recepción de ingreso del personal tanto interno como personas visitantes a la institución.

## Conclusiones

1. Entre los resultados obtenidos en esta investigación se pudo analizar que en Canal 27 no existe un departamento de Comunicación, por dicha razón se realizó una evaluación a nivel interno y externo a través de un análisis FODA, encuestas y entrevistas que permitió conocer la situación actual de canal 27 en el aspecto de comunicación. Se determinó que es necesario reforzar a través de tabloneros de anuncios la comunicación interna a nivel descendente para que la información llegue a tiempo a cada departamento y por ende a cada colaborador.
2. Así mismo la comunicación horizontal, debido a que el corto tiempo para trasladar información ha generado que la comunicación entre departamentos se realice de manera informal en los pasillos, el comedor etc., lo que ha llevado a omitir procedimientos que han afectado considerablemente la comunicación y la actividad laboral, para ello se plantea un ciclo de talleres sobre comunicación y liderazgo para que cada jefe de área pueda dimensionar la importancia y el rol que juega la comunicación para el desarrollo de cada departamento y por ende de todo el canal.
3. En cuanto a la comunicación externa se analizó que es necesario trasladar información sobre las distintas actividades que realiza Canal 27 a las organizaciones, instituciones y ministerios tanto nacionales como internacionales que tienen una relación directa con el medio, esto se realizará a través de una revista digital mensual que se estará haciendo llegar a través del correo electrónico, determinando que es el medio de mayor uso entre canal e instituciones.

4. Es importante mencionar que para reforzar la identidad del Canal tanto a nivel interno como externo se desarrollaran plaquetas conteniendo la Misión y Visión de Canal 27 para ser colocadas en un punto estratégico de fácil visibilidad.
5. Se realizó una presentación con el Gerente de Canal 27, Pastor Luissi García para dar a conocer resultados y propuestas de la estrategia de comunicación, validando las mismas, para que puedan implementarse en la institución.

## Recomendaciones

1. Canal 27 ha ido en crecimiento continuo y la demanda de producciones televisiva a generado mayores actividades y requerimientos a los colaboradores, por lo tanto es importante que la comunicación pueda fluir efectivamente entre los colaboradores para que no afecta el desarrollo de cada área, debe existir una mayor interrelación y koinonía entre los departamentos para cumplir en equipo las demandas y exigencias de los televidentes.
2. Las entidades externas juegan un papel importante para las producciones del canal, debido a que ellos, están en constante comunicación no solamente con el medio, sino con los televidentes, es por ello, que deben de estar constantemente comunicados e informados de las distintas actividades que se llevan a cabo en Canal 27.
3. Las propuestas e implementación de productos se han creado con la finalidad de mejorar la comunicación a nivel interno y externo, para ello se presentan indicadores que permitirán evaluar en un futuro los resultados y en base a los mismos crear nuevos proyectos de continuidad y seguimiento para mejorar la comunicación de Canal 27.

## Referencia Bibliográficas

1. Argyris, C. (2001). *Sobre el aprendizaje organizacional*. México: 2da. Ed. Oxford.
2. Bueno Campos, E. (1996). *Organización de empresas: estructura, procesos y modelos*. Madrid: Ediciones Pirámide.
3. Canal 27. Guatemala. 2009. *Historia del Ministerio de Motivación Cristiana en sus 25 años de fundación y los 15 años de Canal 27 de Televisión*. Guatemala: 16 p.
4. Canal 27. Guatemala. 2010. *Revista Institucional, Reconciliando a Guatemala con Dios*. Guatemala: 12 p.
5. Carcamo Stuardo, Mario. 1968. *Relaciones humanas y la administración de personal*. 2da. Ed. Santiago de Chile: Andres Bello
6. Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. 7a. Ed. México: McGraw-Hill.
7. Departamento de Centro de Producción. Canal 27. Guatemala 2012
8. Departamento de Edición. Canal 27. Guatemala 2012
9. Departamento de Ingeniería. Canal 27. Guatemala. 2012
10. Departamento de Producción. Canal 27. Guatemala 2012
11. Departamento de Programación y transmisión. Canal 27. Guatemala 2012
12. Departamento de Recursos Humanos. Ministerio de Motivación Cristiana. Canal 27. Guatemala. 2012
13. Guizar Montufar, R. (2002). *Desarrollo Organizacional. Principios y aplicaciones*. 1a. Ed. Mexico: McGraw-Hill.

14. Hall, R. (1996). *Organizaciones: estructura, procesos y resultados*. Mexico: 6ta. Ed. Prentice Hall International.
15. Sayles, S. (1999). *Administración de Personal*. Madrid: McGraw.Hill.
16. Strauss, S. (1999). *Administración de Personal*. México: McGraw Hill

## **E-grafía**

1. Página web de Canal 27. 2012. [www.canal27.org](http://www.canal27.org)
2. Página web de: <http://cgnbuenasnuevas.wordpress.com/2010/12/01/termino-la-telemaraton-2010-de-canal-27/>

# Anexos

Anexo 1 Hoja de solicitud de prácticas



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

Lic. Luissi Francisco García  
Gerente General  
Canal 27 de Guatemala  
Presente.

Estimado Licenciado García:

Es un gusto saludarlo y a la vez presentarle a la Licenciada Nancy Ester Ortiz Paredes, quien se identifica con carné 100021804 y es estudiante de la Maestría en Comunicación Organizacional.

La Licda. Ortiz ha solicitado realizar su Práctica Profesional Supervisada (PPS) en la entidad que usted dirige. La práctica en mención, que iniciaría hoy y finalizaría en octubre del año en curso, pretende que la estudiante proponga una estrategia comunicacional para la institución.

Apreciaré su valiosa colaboración en el sentido de enviar su Visto Bueno mediante una carta que avale la aceptación para que la Licda. Ortiz desarrolle su PPS.

Atentamente,

“Id y enseñad a todos”

  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Postgrado



3/8/12



c.c. archivo

**Anexo 2 Hoja de aprobación de prácticas**



Guatemala, Viernes 03 de agosto de 2012

M.A. Aracelly Mérida  
Departamento de Estudios de Postgrado  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Respetable M.A. Mérida.

Reciba un cordial saludo, éxitos y bendiciones en cada una de las áreas de su vida.

Por este medio hago de su conocimiento que la Licenciada Nancy Ester Ortiz Paredes, labora para esta institución desde el año 2007 a la fecha. Desempeñándose actualmente en el puesto de Asistente de Producción, Gerencia General de Canal 27.

La Licenciada Ortiz, tuvo a bien presentarnos su carta de solicitud de Práctica Profesional Supervisada (PPS) de la Maestría en Comunicación Organizacional, de la Casa de Estudios que ustedes presiden.

Para efectos de la misma, se le autoriza a la Licenciada Ortiz realizar su Práctica en nuestra institución y proponer una estrategia comunicacional para Canal 27.

Atentamente.

  
Pastor. Lic. Luissi García  
Gerente General de Canal 27.



uy 11-08-12

MINISTERIO DE MOTIVACIÓN CRISTIANA  
ESTUDIO: Carretera Vieja a Antigua Guatemala  
2 Calle 23-70 Zona 1 de Mixco, Tierra Santa II - PBX. 2421-3400  
OFICINAS ADMINISTRATIVAS: KM 14.5 Calzada Roosevelt 2-61 Z. 3  
Colonia Cotó Mixco. PBX. 2421-3500 - Guatemala, Centro América.  
[www.canal27.org](http://www.canal27.org)

### Anexo 3. Hoja de validación de estrategia



Guatemala 24 de septiembre de 2012

M.A. Aracelly Mérida  
Departamento de Estudios de Postgrado  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Respetable M.A. Mérida.

Me dirijo a usted respetuosamente deseándole éxitos en cada una de sus actividades.

Por este medio hago de su conocimiento que la Licenciada Nancy Ester Ortiz Paredes tuvo a bien realizar la presentación de los resultados de su Práctica Profesional Supervisada (PPS) en nuestra institución, los cuales le permitieron proponer cuatro productos para implementarse como parte de su Estrategia de Comunicación, con la finalidad de reforzar la comunicación a nivel interno y externo.

Se autorizo que en el mes de octubre, se pueda llevar a cabo la elaboración e implementación de las Plaquetas conteniendo la misión y visión de Canal 27, así como la elaboración de la Revista digital mensual, que permita dar a conocer de una manera grafica las diferentes actividades realizadas, con la finalidad de hacerlas llegar vía correo electrónico a las organizaciones, instituciones y ministerios cristianos que tienen una relación directa con Canal 27.

En enero del próximo año se implementará el ciclo de Talleres de comunicación y liderazgo y los tableros de anuncios para que los colaboradores puedan estar comunicados e informados de las diferentes actividades.

Para efectos de la misma firmo y sello esta carta de validación.

Atentamente,

Pastor. Lic. Luissi García  
Gerente General



MINISTERIO DE MOTIVACIÓN CRISTIANA  
ESTUDIO: Carretera Vieja a Antigua Guatemala  
2 Calle 23-70 Zona 1 de Mixco, Tierra Santa II - PBX. 2421-3400  
OFICINAS ADMINISTRATIVAS: KM 14.5 Calzada Roosevelt 2-61 Z. 3  
Colonia Cotiá Mixco, PBX. 2421-3500 - Guatemala, Centro América.  
[www.canal27.org](http://www.canal27.org)

Anexo 4. Hoja de orden de impresión



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

Guatemala, 11 de febrero de 2013  
**Orden de impresión**  
No. 013-2013 Akmg/clf

**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
**Departamento de Postgrado**

Estudiante  
**Nancy Ester Ortiz Paredes**  
Carné **100021804**

Estimada Estudiante Ortiz:

Nos complace informarle que con base a la autorización de informe final de tesis por el tribunal examinador con el título: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA CANAL 27: EL CANAL DE LA ESPERANZA, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que dos ejemplares impresos sean entregados en el Departamento de Postgrado de esta unidad académica, ubicada en el 2° piso del Edificio M-2, dos tesis y dos cd's en formato PDF en la Biblioteca Flavio Herrera y dos tesis y un cd en formato PDF en la Biblioteca Central de esta universidad.

Es para nosotros un orgullo contar con una profesional egresada de esta Escuela como usted, que posee las calidades para desenvolverse en el campo de la comunicación organizacional.

Atentamente,

"Id y enseñad a todos"

  
M.A. Arecelly Mérida  
Directora de Postgrado

  
Lic. Julio Sebastián Chilín  
Director ECC



C.c. Archivo

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfonos: (502) 2418-8920  
(502) 2443-9500 extensión 1478  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)

**Anexo 5. Encuesta a departamento de producción**



Fuente: Propia

**Anexo 6. Encuesta a departamento de transmisión**



Fuente: Propia

**Anexo 7. Encuesta a departamento de edición**



Fuente: Propia

**Anexo 8. Encuesta a departamento de centro de producción**



Fuente: Propia

**Anexo 9. Encuesta a departamento de ingeniería**



Fuente: Propia

**Anexo 10. Entrevista con Ericka Porta de Comapssi3n Internacional**



Fuente: Propia

Fuente: Propia

Fuente: Propia

**Anexo 11. Entrevista con Lic. Cecilio Martínez de Visión Mundial**



Fuente: Propia

**Anexo 12. Entrevista con Lic. Sergio Camargo de Alianza Evangélica de Guatemala  
y Ministerios El Shaddai**



Fuente: Propia

**Anexo 13. Encuesta a personal interno de Canal 27, hoja 1**



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL  
 DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



Indicar con una X su Sexo

Femenino  Masculino

Indicar con una X el Departamento al que pertenece

Centro de Producción  Producción  Edición  Transmisión   
 Escenografía  Ingeniería

Indicar con una X el tiempo que tiene de laborar en Canal 27

Menos de 2 años  De 2 a 5 años  De 5 a 10 años  Más de 10 años

**Cultura institucional**

Marque con una x su respuesta

- 1 Tomo en cuenta la misión y visión del Canal para realizar mi trabajo
- 2 Considero que las metas y objetivos del Canal son claros
- 3 Conozco a las personas que ocupan cada puesto en el organigrama y sus funciones
- 4 Mis funciones y responsabilidades de trabajo estan definidas
- 5 Me convocan a reuniones de trabajo

SI	NO

Valore del 1 al 05 las siguientes afirmaciones (siendo el 01 totalmente en desacuerdo y el 05 totalmente de acuerdo)

- 1 Recibo tanta información que entorpece mi trabajo
- 2 Las reuniones son productivas
- 3 Se me comunica a tiempo la información para el desempeño de mi trabajo
- 4 Se me informa sobre la utilidad y relevancia de mi trabajo en el Canal
- 5 Tengo una idea general de las funciones de cada departamento del Canal
- 6 El departamento al que pertenezco valora las propuestas que realizo
- 7 Existe una comunicación adecuada dentro del departameno al que pertenezco
- 8 Cuando un nuevo compañero se incorpora se nos informa sobre sus funciones
- 9 Considero que mi jefe inmediato esta adecuadamente informado por Gerencia
- 10 Existe una comunicación adecuada entre los distintos departamentos

1	2	3	4	5

**Barreras de Comunicación**

Marque con una X ¿Que barreras considera que existen en la comunicación de Canal 27? (puede marcar 3 opciones)

	En mi departamento	En la Gerencia
Deformación en la comunicación (rumor)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Información a destiempo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hermetismo en la comunicación (reservado)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de Claridad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interrupción en la comunicación del mensaje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otro especifique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Anexo 14. Encuesta a personal interno de Canal 27, hoja 2



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL  
 DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



**Canales de Información**

Marque con una X con que frecuencia utiliza los siguientes canales de información dentro de Canal 27

1 Correo electrónico	Nunca	<input type="checkbox"/>	Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>	Frecuentemente	<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>
2 Notas informativas (memos, cartas, post it, etc)	Nunca	<input type="checkbox"/>	Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>	Frecuentemente	<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>
3 Reuniones formales	Nunca	<input type="checkbox"/>	Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>	Frecuentemente	<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>
4 Reuniones informales (pasillo, café, etc.)	Nunca	<input type="checkbox"/>	Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>	Frecuentemente	<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>
5 Tablones de Anuncios	Nunca	<input type="checkbox"/>	Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>	Frecuentemente	<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>
6 Teléfono	Nunca	<input type="checkbox"/>	Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>	Frecuentemente	<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>

**Incentivo Laboral**

Marque con una X con que frecuencia, se reconoce su trabajo a través de los siguientes incentivos laborales.

En el canal se me reconoce por medio de:

1 Incentivo económico	Nunca	<input type="radio"/>	Ocasionalmente	<input type="radio"/>	Frecuentemente	<input type="radio"/>	Siempre	<input type="radio"/>
2 Carta de agradecimiento	Nunca	<input type="radio"/>	Ocasionalmente	<input type="radio"/>	Frecuentemente	<input type="radio"/>	Siempre	<input type="radio"/>
3 Agradecimiento verbal	Nunca	<input type="radio"/>	Ocasionalmente	<input type="radio"/>	Frecuentemente	<input type="radio"/>	Siempre	<input type="radio"/>
4 Certificado de participación	Nunca	<input type="radio"/>	Ocasionalmente	<input type="radio"/>	Frecuentemente	<input type="radio"/>	Siempre	<input type="radio"/>
5 Flexibilidad de horarios	Nunca	<input type="radio"/>	Ocasionalmente	<input type="radio"/>	Frecuentemente	<input type="radio"/>	Siempre	<input type="radio"/>
6 Obsequios	Nunca	<input type="radio"/>	Ocasionalmente	<input type="radio"/>	Frecuentemente	<input type="radio"/>	Siempre	<input type="radio"/>

Se debería mejorar en este aspecto		
Si se debe mejorar	No así esta bien	Me daría igual

**Reconocimiento Laboral**

Valore del 1 al 05 las siguientes afirmaciones (siendo el 01 totalmente en desacuerdo y el 05 totalmente de acuerdo)

En el canal se me reconoce:

	1	2	3	4	5
1 Por cumplir con mi trabajo					
2 Por mis logros fuera del canal					
3 Por realizar tareas que no me corresponde en situaciones de urgencia					
4 Por asumir el trabajo de un compañero en su ausencia					
5 Por participar en actividades y grupos de trabajo					
6 En situaciones especiales (nacimientos, boda)					
7 Me siento reconocido en general					

Se debería mejorar en este aspecto		
Si se debe mejorar	No así esta bien	Me daría igual

Fuente: Propia



Anexo 16. Entrevista representantes de instituciones, hoja 2



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL  
 DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



**Medio de Información**

Marque con una X los medios por los cuales obtiene información o se comunica con Canal 27

Medio por el cual tengo información de Canal 27:

- 1 Internet/Portal Web
- 2 Correo Electronico
- 3 Revista digital
- 4 Reuniones aleatorias
- 5 Manual de bienvenida
- 6 Revista interna impresa
- 7 Jornadas de puertas abiertas
- 8 Convención anual
- 9 Teléfono de información
- 10 Reuniones con la dirección
- 11 Otros (especificar)

Se debería mejorar en este aspecto		
Si se debe mejorar	No así esta bien	Me daría igual

**Cualidades del Personal**

De las siguientes cualidades, señale 3 que considere a encontrado cuando se comunica con el personal de Canal 27

- 1 Motivadora
- 2 Abierta
- 3 Emprendedora
- 4 Empática
- 5 Autoritaria
- 6 Cercana
- 7 Receptiva
- 8 Conservadora
- 9 Comunicativa
- 10 Participativa
- 11 Amigable

Se debería mejorar en este aspecto		
Si se debe mejorar	No así esta bien	Me daría igual

Fuente: Propia

Anexo 17. Entrevista representantes de instituciones



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL  
DEPARTAMENTO DE POSTGRADOS



1. ¿Por qué es importante la recaudación de fondos para canal 27?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
2. ¿Cómo afecta la falta de fondos económicos del Canal, a su departamento?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
3. ¿Considera que el equipo tecnológico de su departamento es el necesario para un buen funcionamiento, Explique?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
4. ¿Considera que Canal 27 tiene buena aceptación a nivel nacional e internacional, Explique?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
5. ¿Cuál es el objetivo de la programación de Canal 27?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
6. ¿Por qué considera que aun no se ha podido cubrir todo el territorio nacional con la señal de canal 27?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
7. ¿En el aspecto humano, como considera a su equipo de trabajo?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
8. ¿El equipo humano es el suficiente para cubrir las demandas de su departamento?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Fuente: Propia