

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO DE SUR-OCCIDENTE  
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
TRABAJO DE GRADUACIÓN**



**ESTRATEGIA DE MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA  
DEL CANAL ÓPTIMO 23 Y CREACIÓN DE UN PROGRAMA ENFOCADO EN LA  
MUJER**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO AL HONORABLE CONSEJO  
DIRECTIVO POR:**

**DANNA LUCÍA GONZÁLEZ LÓPEZ  
CARNÈ: 200841383**

**Previo a optar el título de:  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**REVISORA:  
Lcda. MA. María del Carmen Alvarado Alvarado**

**MAZATENANGO, SUCHITEPÉQUEZ, SEPTIEMBRE 2,019**

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO DE SUROCCIDENTE**

Ing. Murphy Olimpo Paiz Recinos

Rector

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Secretario General

**MIEMBROS DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL CENTRO UNIVERSITARIO DE  
SUROCCIDENTE**

Dr. Guillermo Vinicio Tello Cano

Director

**REPRESENTANTES DE PROFESORES**

MSc. José Norberto Thomas Villatoro

Secretario

Dra. Mirna Nineth Hernández Palma

Vocal

**REPRESENTANTE GRADUADO DEL CUNSUROC**

Lic. Vilser Josvin Ramírez Robles

Vocal

**REPRESENTANTES ESTUDIANTILES**

TPA. Angélica Magaly Domínguez Curiel

Vocal

PEM y TAE. Rony Roderíco Alonzo Solís

Vocal

## **COORDINACIÓN ACADÉMICA**

MSc. Héctor Rodolfo Fernández Cardona  
Coordinador Académico

MSc. Rafael Armando Fonseca Ralda  
Coordinador Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas

Lic. Edín Aníbal Ortíz Lara  
Coordinador Carrera de Licenciatura en Trabajo Social

Dr. Rene Humberto López Coti  
Coordinador de las Carreras de Pedagogía

MSc. Víctor Manuel Nájera Toledo  
Coordinador Carrera de Ingeniería en Alimentos

MSc. Erick Alejandro España Miranda  
Coordinador Carrera de Ingeniería en Agronomía Tropical

MSc. Karen Rebeca Pérez Cifuentes  
Coordinadora Carrera de Ingeniería en Gestión Ambiental Local

Lic. José David Barillas Chang  
Coordinador Carrera de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales,  
Abogacía y Notariado

Lic. José Felipe Martínez Domínguez  
Coordinador de Área Social Humanista

### **CARRERAS PLAN FIN DE SEMANA**

MSc. Tania Elvira Marroquín Vásquez  
Coordinadora de las Carreras de Pedagogía

MSc. Paola Marisol Rabanales  
Coordinador Carrera Periodista Profesional y  
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

## **Dedicatoria**

### **A Dios**

Por haberme dado la vida y bendiciones, para salir adelante en los momentos difíciles y lograr un objetivo más.

### **A mis padres**

Por apoyarme en cada momento económica y moralmente, al darme palabras de aliento cuando más las necesitaba, son los pilares fundamentales en mi vida. Los dos de manera especial; mi madre Diana Lucrecia López, por acompañarme en mis desvelos y mi padre Erick Bayron González, por darme las mejores palabras de animación cuando más las necesitaba.

### **A mis hermanas:**

Por su cariño, apoyo moral y enseñarme con ejemplo el valor de la educación y convivencia, Luisa Alejandra y Diana Lourdes espero le sirva de ejemplo y que todo lo que se propongan con esfuerzo lo pueda alcanzar.

### **A mi esposo y bebés:**

José García por apoyarme en cada momento, al darme palabras de aliento y superación cuando más lo necesitaba, y acompañarme en cada escalón de este proceso, a mis hijos José Alejandro y José Roberto por ser el motor de mi inspiración para lograr mi objetivo.

### **A mi abuelitos.**

Que siempre están a mi lado para apoyarme y darme ánimos para salir adelante, en todos los momentos importantes de mi vida y ser mi ejemplo a seguir.

### **A mis amigos y amigas.**

Que son parte de mi vida y me han apoyado compartiendo los momentos alegres y difíciles para llegar a cumplir cada una de las metas.

## **Agradecimientos.**

### **A Dios**

Por darme la paciencia y sabiduría para subir un escalón más en el ámbito profesional, y ayudarme a ser una mejor persona.

### **A mis padres**

Por estar siempre apoyándome en mis estudios para poder alcanzar y lograr mis metas en lo profesional y todos los ámbitos de mi vida.

### **A Universidad de San Carlos de Guatemala.**

Centro Universitario del Sur Occidente (CUNSUROC) de la USAC templo del saber que me albergó en su recinto para que recibiera la enseñanza de mi formación académica y profesional.

### **A mis docentes.**

Gracias por compartir con empeño el don del saber, y guiarnos para ser unos profesionales de éxito.

### **A la Coordinadora de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**

MSC. Paola Rabanales por ser ejemplo e inspiración para lograr nuestros objetivos, y por su apoyo incondicional.

### **A Canal Óptimo 23.**

Por darme la oportunidad de realizar mi ejercicio profesional supervisado, y apoyarme incondicionalmente en la elaboración de mis proyectos.

## Índice

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| INTRODUCCIÓN .....   | 1                                    |
| I. Diagnostico.....  | 2                                    |
| 1.1. Objetivos .....   | 2                                    |
| 1.2. Metodología .....   | 2                                    |
| II. Informe.....   | 9                                    |
| 2.1 Objetivos .....  | 9                                    |
| 2.1.1. Objetivo general .....                                    | 9                                    |
| 2.1.2 Objetivos específicos. ....                                | 9                                    |
| 2.2 Descripción de la unidad de práctica .....                   | 9                                    |
| 2.3 Informe de las estrategias comunicacionales relevantes ..... | 10                                   |
| 2.4 Definición del problema. ....                                | 13                                   |
| 2.5 Justificación .....  | 14                                   |
| 2.6 Materiales y métodos .....                                   | 15                                   |
| 2.7 Presentación de resultados .....                             | 17                                   |
| III. Conclusiones.....   | 21                                   |
| IV. Recomendaciones. ....  | 22                                   |
| V. Referencias Bibliográficas.....                               | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| VI Anexos.....   | 24                                   |

## Índice de Cuadros

|           |   |    |
|-----------|---|----|
| Cuadro 1  | División de la muestra por genero.....                              | 33 |
| Cuadro 2  | División de la muestra por edad .....                               | 34 |
| Cuadro 3  | División de muestra por genero educativo.....                       | 35 |
| Cuadro 4  | Empresa de Cable que tiene.....                                     | 36 |
| Cuadro 5  | ¿Cuál es el canal local que mira? .....                             | 37 |
| Cuadro 6  | ¿Conoce usted el canal Óptimo 23? .....                             | 38 |
| Cuadro 7  | Dentro de la programación cuál es su programa favorito.....         | 39 |
| Cuadro 8  | ¿Considera necesario nuevo contenido en la programación?.....       | 40 |
| Cuadro 9  | ¿Le gustaría que se incluya un programa de mujer? .....             | 41 |
| Cuadro 10 | ¿Si se creara un programa para la mujer que horario le gusta?.....  | 42 |
| Cuadro 11 | ¿Qué día le gustaría verlo?.....                                    | 43 |
| Cuadro 12 | ¿Qué contenido le gustaría?.....                                    | 44 |
| Cuadro 13 | ¿Qué otro programa le gustaría que se implementara?.....            | 45 |
| Cuadro 14 | División de la muestra por genero .....                             | 46 |
| Cuadro 15 | División de la muestra por edad .....                               | 47 |
| Cuadro 16 | División de muestra por genero educativo .....                      | 48 |
| Cuadro 17 | Empresa de cable que tiene .....                                    | 49 |
| Cuadro 18 | ¿Cuál es el canal local que mira? .....                             | 50 |
| Cuadro 19 | ¿Conoce usted el canal Óptimo 23? .....                             | 51 |
| Cuadro 20 | Dentro de la programación cuál es su programa favorito .....        | 52 |
| Cuadro 21 | ¿Considera necesario nuevo contenido en la programación? .....      | 53 |
| Cuadro 22 | ¿Le gustaría que se incluya un programa de mujer?.....              | 54 |
| Cuadro 23 | ¿Si se creara un programa para la mujer que horario le gusta? ..... | 55 |
| Cuadro 24 | ¿Qué día le gustaría verlo?.....                                    | 56 |
| Cuadro 25 | ¿Qué contenido le gustaría? .....                                   | 57 |
| Cuadro 26 | ¿Qué otro programa le gustaría que se implementara?.. .....         | 58 |
| Cuadro 27 | División de la muestra por genero .....                             | 59 |
| Cuadro 28 | División de la muestra por edad .....                               | 60 |

|           |   |    |
|-----------|---|----|
| Cuadro 29 | División de muestra por genero educativo .....                    | 61 |
| Cuadro 30 | Empresa de cable que tiene .....                                  | 62 |
| Cuadro 31 | ¿Cuál es el canal local que mira? .....                           | 63 |
| Cuadro 32 | ¿Conoce usted el canal Óptimo 23? .....                           | 64 |
| Cuadro 33 | Dentro de la programación cuál es su programa favorito.....       | 65 |
| Cuadro 34 | ¿Considera necesario nuevo contenido en la programación? .....    | 66 |
| Cuadro 35 | ¿Le gustaría que se incluya un programa de mujer?.....            | 67 |
| Cuadro 36 | ¿Si se creara un programa para la mujer que horario le gusta?.... | 68 |
| Cuadro 37 | ¿Qué día le gustaría verlo?.....                                  | 69 |
| Cuadro 38 | ¿Qué contenido le gustaría? .....                                 | 70 |
| Cuadro 39 | ¿Qué otro programa le gustaría que se implementara? .....         | 71 |
| Cuadro 40 | Organigrama del Canal Óptimo 23.....                              | 72 |
| Cuadro 41 | Árbol de problemas.....   | 73 |



## Índice de Figuras

|           |   |    |
|-----------|---|----|
| Figura 1  | Identificación de misión y visión.....                        | 74 |
| Figura 2  | Cartelera informativa.....                                    | 74 |
| Figura 3  | Hoja membretada.....  | 75 |
| Figura 4  | Programa mirada de mujer .....                                | 76 |
| Figura 5  | Paso a paso de uñas acrílicas .....                           | 76 |
| Figura 6  | Los derechos de la mujer indígena.....                        | 77 |
| Figura 7  | Programa mujeres destacadas.....                              | 77 |
| Figura 8  | Creación de spot publicitario.....                            | 78 |
| Figura 9  | Grabación de capsula informativa.....                         | 78 |
| Figura 10 | Capacitación como mantener un ambiente laboral agradable..... | 79 |
| Figura 11 | Capacitación géneros periodísticos.....                       | 79 |
| Figura 12 | Creación de página de Facebook de programa.....               | 80 |

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de graduación está fundamentado en el Ejercicio Profesional Supervisado EPS, que fue realizado en las instalaciones del Canal Óptimo 23 con sede en Mazatenango, Suchitepéquez. En el mismo se aborda la problemática en la comunicación a nivel interno, coordinación y organización dentro del mismo, detectada a través de las técnicas de recolección de datos.

Para diseñar una estrategia confiable, se desarrolló un diagnóstico en el canal, mismo que ayudó a conocer los problemas y saber en qué dirección se debe implementar, se pusieron en práctica las técnicas de recolección de información, la cual reflejó la falta de comunicación interna que influye al momento de transmitir la diferente programación.

El documento describe la unidad de práctica, asimismo la definición del problema, el cual se abordó a través del método científico, para la recolección de la información, además de sus objetivos, la justificación, así mismo los materiales y métodos utilizados para la presentación y discusión de resultados.

El documento también detalla las actividades realizadas para contribuir a la solución de la problemática. Así, como los materiales y métodos usados durante la intervención en el Canal Óptimo 23. Finalmente, se realizó el análisis de resultados y presentación de las conclusiones y recomendaciones.

Se logró una mejor comunicación interna, entre los presentadores y personal del Canal Óptimo 23. Se fortaleció la identidad del medio de comunicación al visualizar la misión y visión con la que trabaja, resultado que se vió reflejado en la implementación del programa enfocado a la mujer, el cual fue aceptado por la población, a raíz del contenido educativo que se proyectaba.

## I. DIAGNOSTICO

El presente diagnóstico se realizó del 02 de marzo al 22 de julio del 2015, en las instalaciones del Canal Óptimo 23, ubicado en 3avenida. 5ª. Calle Colonia Obregón, zona 2 de Mazatenango. El cual permitió conocer, que el medio de comunicación no posee equipo técnico suficiente, falta de personal, carencia de identificación de visión y misión y poca programación en vivo.

### 1.1. Objetivos

#### Objetivo General

Evaluar la comunicación institucional del Canal Óptimo 23, al transmitir la diferente programación.

#### Objetivos Específicos

- Identificar algún problema comunicacional del Canal Óptimo 23 a través de diferentes actividades comunicacionales.
- Analizar la situación comunicacional y ofrecer una propuesta efectiva para mejorarla a través de estrategias comunicacionales que permitan un excelente servicio al público objetivo del Canal Óptimo 23.
- Incluir en la programación espacios educativos, con el propósito de fortalecer los conocimientos de los televidentes.

### 1.2. Metodología

El método científico es un tratamiento ordenado, que se emplea principalmente en el hallazgo de nuevos conocimientos, el cual se basa en lo empírico y en la medición de los principios específicos de las pruebas de razonamiento, al aplicarlo por medio de la observación y encuestas realizadas a integrantes del canal y televidentes, grupos focales, entrevistas con personas, se puede conocer que la falta de identidad de los trabajadores del canal y falta de equipo técnico afecta en la comunicación del canal.

Considerando que el método científico, es la serie de etapas como observación, medición, y experimentación que se recorre para obtener un conocimiento válido desde

el punto de vista científico, lo que minimiza la influencia de la subjetividad del científico en su trabajo, es por eso que se pusieron en práctica las siguientes técnicas:

➤ **Observación:**

Consiste en observar aquello que queremos analizar. Al tomar en cuenta este concepto, durante el periodo de práctica en el Canal Optimó 23, se observó la falta de personal para operar, recursos existentes ya están deteriorados y la programación dentro del medio de comunicación en vivo es poca, por lo que se convierte en problema comunicacional.

Dentro del desarrollo de la investigación, la observación nos permite observar los problemas internos, a raíz de esto, se analizó los diferentes elementos de la selección y como resultado hace falta espacio físico, los sets, están deteriorados y la mayor parte de presentadores utilizaba el mismo, además, la falta de iluminación para transmitir una mejor imagen y falta de personal para laborar en variar la programación del Canal Optimó 23.

A través de la observación directa, en la cual tuve contacto con el fenómeno a investigar, determine que el objetivo principal era crear una estrategia para mejorar la comunicación interna y externa del Canal Optimo 23, además de crear un programa enfocado a la mujer, debido a que era un tema que estaba en el abandono.

En la planificación se tomó en cuenta el resultado de la observación, el cual reflejó la falta de comunicación del personal, el poco equipo, y una programación dirigida a todo público, lo que no permite llegar a mayor parte de la población.

➤ **Entrevistas a Profundidad.**

Son encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras.

A los entrevistados se realizaron preguntas abiertas, para conocer el trabajo que realizan dentro del medio de comunicación, quienes respondieron de la siguiente manera.

Se entrevistó a los Hermanos Eric y Ángel Ruíz, director y encargado de la administración del canal, Wilfred Palencia, presentador del Noticiero Noticias y Más, el canal *“se inició con programación deportiva y juvenil, pero por la necesidad de la personas de estar informadas se crearon después nuevos segmentos, se nos ha hecho difícil trabajar por no contar con fondos suficientes para todo lo que se necesita”*, expresó Erick Ruíz.

Ángel Ruíz indicó, *“que por el poco presupuesto, se han tenido que cubrir solo las necesidades básicas”*; Indicaron que se sienten satisfechos de los buenos resultados que han tenido, pues ahora se cuenta con más teleaudiencia que en años anteriores ya que la programación ha sido mejorada, introduciendo programación regional en vivo ya que anteriormente solo existía un noticiero en vivo, programas juveniles y noticias en la mañana, medio día y noche.

Al preguntar *¿Si el canal cuenta con el personal suficiente para una buena programación?* Erick Ruíz respondió, *“el personal que labora no es suficiente para cubrir todo el trabajo, ya que todos realizan varias funciones y muchas veces no cubren lo que se les solicita, pero es parte del proceso de superación que tiene el canal televisivo”*.

Además señaló que otro de los problemas con el que cuenta el canal, es la falta de espacio físico; *“El lugar donde estamos ubicados no es suficientemente amplio y no nos damos abasto”*.

El presentador Wilfred Palencia, expresó: *“Es importante contratar a más personal técnico, pues los pocos que hay no son suficientes para cubrir todos los puestos”*; además expuso; la necesidad de que las personas que se contraten sean profesionales en las áreas de comunicación, locución, y producción televisiva, debido a que en la actualidad

muchos de ellos no cumplen con los requisitos que se necesitan para realizar un trabajo efectivo.

Por la falta de recursos económicos, Wilfred Palencia expresó: *“hemos propuesto la integración de estudiantes de las carreras de Periodista Profesional, Locutor Profesional, Publicista Profesional y licenciados en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos, para que con su Ejercicio Profesional Supervisado o Práctica Profesional Supervisada disminuyan de alguna manera el problema de trabajadores, sin embargo, no se ha tenido pláticas con las autoridades de la Universidad de San Carlos”*.

➤ **Técnica Grupo Focal:**

La técnica de grupos focales es un espacio de opinión para captar el sentir, pensar y vivir de los individuos, provocando auto explicaciones para obtener datos cualitativos. Abraham, Korman, define como “una reunión de un grupo de individuos seleccionados por los investigadores para discutir y elaborar, desde la experiencia personal, una temática o hecho social que es objeto de una investigación elaborada”.

La técnica es particularmente útil para explorar los conocimientos y experiencias de las personas en un ambiente de interacción, que permite examinar lo que la persona piensa, cómo piensa y por qué piensa de esa manera. El trabajar en grupo facilita la discusión y activa a los participantes a comentar y opinar aún en aquellos temas que se consideran como tabú, lo que permite generar gran riqueza de testimonios.

Por lo cual este grupo focal fue realizado a lo interno con la colaboración de personal de Óptimo 23, Erick Ruíz, director del canal, Aníbal Álvarez presentador de Noticias y más, Oscar Aníbal de León, operador, María Luisa González administradora, Elmer Lavarreda, presentador de Deportes, Pepe Ralda Camarógrafo.

Se trataron temas sobre el conocimiento que tienen del canal, cada persona compartió brevemente su historia desde que iniciaron con el canal, y como han evolucionado con sus proyectos. También se les solicitó que expusieran qué tanto conoce la historia del

Canal Óptimo 23. Durante el proceso, se observa que la mayoría como presentadores, camarógrafos, administradores han tenido un avance en el canal, mejorando la presentación del set que todos utilizan, pero no como ellos desean, en cuanto a conocer el canal y su historia se pudo observar que tres de ellos no sabían sobre los antecedentes del canal, solamente lo más reciente y que solo el director conocía su misión y visión ya que la mismo no está expuesta para que ellos puedan conocerla.

Se les consultó si recibían de parte del canal capacitaciones para desempeñar mejor su profesión, además si fomentan actividades para mantener en armonía sus relaciones interpersonales. La respuesta a esta interrogante fue que no recibían capacitaciones. Las reuniones para fomentar el compañerismo se realiza cada tres meses donde celebran cumpleaños entre otros.

También se les preguntó ¿quiénes utilizan la página del canal recientemente?, del grupo uno respondió que el si la monitoreaba, pero no la utilizaban, así también se les pregunto ¿Por qué no la utilizan? Ellos respondieron que porque ellos tienen sus propio perfil de Facebook, y ahí ellos informaban a la población las noticias. Al preguntarles sobre las principales necesidades comunicacionales, María Luisa, administradora del canal respondió, “Que los presentadores no informan a administración sobre sus actividades, respecto a programas de opinión no informaban a quien llevarían a su programa sino que la administración se enteraba hasta que el invitado se presenta al canal”.

Erick Ruíz, director del canal, expuso que el hecho de *“tener una mayor cobertura a nivel regional, implicaba también la contratación de más corresponsales y de tener mayor número de noticias de toda la región, para mantener informada a la población donde llega la señal del canal”*. Pepe Ralda, camarógrafo expuso que una de las necesidades también que hay en el canal, es que tiene poco equipo técnico, ya que hacen falta cámaras, micrófonos entre otros equipos en el canal.

➤ **Técnica Encuesta.**

La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. En los cuestionarios se pueden aplicar preguntas que miden actitudes del individuo hacia un determinado hecho. Cuando se mide actitud, es necesario tener en cuenta la dirección de la misma así como su intensidad.

Para conocer la opinión de la población acerca del Canal Optimo 23, se realizó una encuesta que consta de 10 preguntas acerca de la programación del Canal Óptimo 23, y la implementación de un programa televisivo (ver anexo, presentación de datos y análisis de resultados).

En la encuesta se pudo constatar que el Canal Óptimo 23, es un canal con mayor televidentes en Suchitepéquez y Retalhuleu, ya que mayoría de encuestados contaban con las empresas Intercable, Servicable, Megavisión y Cable Samayac, todos teniendo al Canal.

En dicha encuesta se puede confirmar que como canal sí es conocido Óptimo 23, también se pudo comprobar en la encuesta que dicho canal cuenta con buena programación, pero con respecto a la pregunta ¿Considera que es necesario que el canal incluya programas con nuevo contenido dentro de la programación? Un 99% de las personas encuestadas ven la necesidad de implementar nuevo contenido a la programación del canal.

Al realizar la pregunta ¿Le gustaría que dentro de la programación se incluya un programa especial para la mujer? Un 79% respondieron que si les gustaría dando como resultado la implementación de un programa especial para la mujer.



Al preguntar ¿Si se creara un programa para la mujer que horario le gustaría verlo? La mayoría de personas respondieron que les gustaría el día sábado a las seis de la tarde porque es un horario en donde ellas ya están descansando de un día laboral.

Y es así como a través de la encuesta realizada se puede confirmar la necesidad del Canal Óptimo 23, de implementar un programa especial para la mujer según la pregunta del cuadro 9 donde un 79% respondieron que si se incluyera un programa especial para la mujer, también se les pregunto el día y hora según preguntas 7 y 8 en donde respondieron que el día sábado a las seis de la tarde sería el mejor horario, en donde a través de la encuesta realizada a las personas en donde un 38% son hombres y un 62% mujeres quienes proponían los temas que les gustaría que tratara el programa, siendo estos belleza, salud, sociedad, consejos de cocina, mujeres destacadas entre otros.

## II. INFORME

### 2.1 Objetivos

#### 2.1.1. Objetivo general

Mejorar las actividades y funciones de la comunicación interna y externa del canal Óptimo 23. Y la creación de un programa enfocado en la mujer.

#### 2.1.2 Objetivos específicos

Fortalecer la identidad y conocimientos del personal que labora dentro del Canal Óptimo 23 para brindar un mejor servicio a la población.

Incrementar espacios publicitarios por las redes sociales, aprovechando la tecnología en la actualidad.

Mejorar la comunicación interna a través de materiales escritos que circulen dentro de las instalaciones del Canal Óptimo 23.

Crear un programa educativo para fortalecer los conocimientos de la población que favorezca a la mujer para su integración emocional y física dentro de la sociedad.

### 2.2 Descripción de la unidad de práctica

El canal de televisión Óptimo 23, con la Red de Cable a nivel regional, se encuentra ubicado en 3avenida. 5ª. Calle Colonia Obregón, zona 2 de Mazatenango, departamento de Suchitepéquez. La programación de Óptimo 23 extiende su cobertura dentro de los departamentos de Suchitepéquez, Retalhuleu, Sololá y Quetzaltenango.

Con la misión de ser un medio directo de opinión y libre expresión para alzar la voz de los pueblos, llevar mediante la pantalla la educación para el desarrollo de la sociedad, ser un medio útil para el bienestar de la teleaudiencia en todos los ámbitos. El Canal Óptimo 23 Televisión, se inició el 22 de noviembre del año 1997, siendo sus fundadores

los hermanos Erick Gilberto Ruíz y Ángel Guillermo Ruíz empresarios en comunicaciones.

En la actualidad se encuentra ubicado en 3avenida+. 5ª. Calle Colonia Obregón zona 2 de Mazatenango, departamento de Suchitepéquez. La programación de Óptimo 23 extiende su cobertura dentro de los departamentos de Suchitepéquez, Retalhuleu, Sololá y Quetzaltenango.

Para cumplir su visión, la cual es convertirse en el único canal de televisión social, cultural, educacional, que a través de nuevos sistemas de conocimiento transmite a la sociedad la importancia que tienen las costumbres y tradiciones de la región sur occidental, sin olvidar ser un medio al servicio neto de la población que defenderá sus derechos sin importar raza, credo, posición social o económica, Óptimo 23 Televisión, cuenta con aliados estratégico como: Intercable, Megavisión, Cable Samayac y Servicable, y así, llegar a la mayor parte de la población.

Los primeros programas fueron Transmisiones de Fut-bol, del deportivo Suchitepéquez, programa “Multi Deportes”, programa noticioso “Cable Prensa”, de entretenimiento, posteriormente, se agregaron nuevos programas los cuales presentaron un nuevo concepto en Óptimo 23 Televisión, como Video Clips, Noticiero Cable Prensa, Línea Abierta, Conozcamos nuestro sector público, Miércoles Ecológico.

### **2.3 Informe de las estrategias comunicacionales relevantes**

La falta de comunicación interna y externa del Canal Óptimo 23, según los resultados en el diagnóstico es un problema que debe ser prioridad para las autoridades enfocado a resolver esta debilidad. Por lo tanto se procedió a elaborar un plan de intervención denominado, *“Mejorar las actividades y funciones de la comunicación interna y externa del canal Óptimo 23. Y la creación de un programa enfocado en la mujer”*

Consistió en la ejecución de varias acciones destinadas a solucionar el problema detectado por distintas causas para evidenciar la necesidad e importancia de implementar la estrategia comunicacional para el mejoramiento de la comunicación

interna del canal Óptimo 23 y la creación de un programa enfocado a la mujer, se realizó conjuntamente con el personal del canal, teniendo un acercamiento con presentadores, equipo técnico y demás personal del canal.

➤ Rotulación de visión y misión.

La rotulación de misión y visión dentro del Canal Óptimo 23, mejoró la comunicación corporativa, siendo esta un conjunto de mensajes que una institución proyecta a un público determinado a fin de lograr establecer una empatía entre los mismos, permitiendo a la vez diferenciarlos de otras estaciones y poder crear objetivos preestablecidos y alineados con metas generales que conlleven al grupo del Canal Óptimo 23, actuar en vía de metas y objetivos definidos para el bien de la población.

Debido a la falta de identidad de los trabajadores del Canal Óptimo 23, nace la estrategia de crear rótulos de visión y misión para ser colocados en áreas con más presencia de personal como de personas que visitan el Canal y poder traer a mente la importancia de actuar con base a lo establecido y socializado durante la creación de visión y misión.

➤ Capacitación a personal del Canal Óptimo 23.

La importancia de capacitar al personal nace con el objetivo de mejorar la comunicación interna, la cual se da entre compañeros de trabajo, Fue por ello que se realizó una charla, con el objetivo principal de desarrollar en ellos destrezas para que mejoren las habilidades interpersonales, comunicación, control de reacciones, además se trabajó una capacitación impartida por la epesista de cómo utilizar correctamente los géneros periodísticos. Situaciones que fueron diagnosticadas como debilidad del medio de comunicación.

➤ Actividad estratégica de promoción.

Las diferentes estrategias de promoción, tiene como objetivo comunicar y difundir a la población en general los nuevos segmentos o programas con que contará el Canal Óptimo 23, por lo cual se trabajó en materiales audiovisuales, entre ellos un spot

publicitario para dar a conocer el programa Mirada de mujer, además de programación del medio de comunicación.

➤ Implementación de redes sociales del programa Mirada de Mujer.

Carlos Interiano define la comunicación alternativa como el tipo de comunicación a través de la cual los perceptores, “especialmente los grandes sectores de escasos recurso económicos y estratégicos”, pueden hacer llegar su sentir de manera vertical ascendente hacia los organismos de decisión.

Podemos concluir entonces en lo siguiente: las redes sociales en internet (Facebook), son un medio alternativo de comunicación que le permite a un grupo mayoritario hacer visible su sentir a cerca de una situación específica y qué, para beneficio del medio, se puede medir de manera casi instantánea gracias a la aceptación y crecimiento del uso del internet, por lo cual se realizó la creación de la página Mirada de Mujer para que la presentadora del programa pueda interactuar con los seguidores del mismo y aclarar dudas o exponer algún programa que les gustaría que se realizara.

➤ Implementación de medios escritos.

Los medios impresos es un término bastante utilizado que se refiere al medio que difunde material impreso, el cual es un canal de comunicación que tiene el objetivo de llegar a un número de personas, por lo cual utilizamos los siguientes medios escritos.

- La Cartelera informativa nos permitió dar a conocer campañas es el Canal Óptimo 23, en la cual los trabajadores, conocían de las actividades a realizar además de la programación del medio de comunicación. Así mismo se fortaleció la comunicación interna, además, del trabajo en equipo.
- Hoja membretada. Es aquel que incluye, impresos, el nombre y el logotipo o algún otro diseño de una compañía o institución. Se realizó el diseño de la hoja que identificaría los documentos del Canal Óptimo 23, la cual era utilizada para promocionar la programación del medio ante los anunciantes, además de diferentes usos.

➤ Creación de programa “Mirada de Mujer”.

Un programa es un conjunto de emisiones periodísticas transmitidas por televisión o radio, agrupadas bajo un título o cabecera común, en las que a modo de bloque se incluye la mayor parte de los contenidos audiovisuales que se ofrecen en una cadena.

Mirada de mujer es un programa de una cultura sin violencia basada en la equidad intercultural y el respeto a la integridad física, emocional y la participación de la mujer en la sociedad. El nombre del programa televisivo, fue con el objetivo de que dar a conocer el espacio que han ganado las mujeres en la actualidad, el resaltar el trabajo que realizan las mujeres en diferentes aspectos, además de brindar otro punto de vista, en la finalidad y las metas que se trazan cada persona no importando el género, mujeres que sirven de ejemplo para las demás.

Se trabajó en una emisión por semana, en la cual se entrevistaba a mujeres destacadas, así mismo, brindar consejos de salud y belleza, según lo detectado en las encuestas realizadas, durante la etapa inicial.

#### **2.4 Definición del problema.**

La falta de Comunicación del Canal Óptimo 23, fue el principal problema que enfrentaba el canal televisivo, después de conocer el resultado del diagnóstico comunicacional, por lo que afectaba de la siguiente manera.

La falta de comunicación dentro de las personas que laboran en el medio, hace que no se conozcan las actividades que realiza el canal, además de no tener una identidad y conocer la visión, misión y valores del medio, afecta al transmitir el mensaje que deben de dar a la población.

Así mismo el poco equipo técnico, y presupuesto económico, hacen que no existan muchos sets, lo cual hace que la mayoría de presentadores utilicen el mismo espacio para distintos tipos de programación. Además Los sets ya están deteriorados, el equipo

como cámaras, micrófonos, están en mal estado, lo que hace que en ocasiones exista interferencia al momento de la transmisión.

Debido a la falta de comunicación no existía una programación variada, por lo que hacía que se descuidaran algunos temas de interés social, además descuidar algunos puntos de interés para abarcar otra parte de la población. Según el resultado del diagnóstico, faltaba un espacio educativo con el fin de buscar el desarrollo en la mujer, así mismo importancia de la niñez y adolescencia.

## **2.5 Justificación**

Comunicar puertas adentro es desarrollar en las relaciones de trabajo un ambiente de sinceridad, de escucha y de circulación de la información. Para ello, primeramente, resulta importante implementar diagnósticos y planificaciones participativas. Si no se estimula la habilidad de la escucha al otro, no hay feedback y se pierde el sentido (Cirigliano, Villaverde. 1987).

Como parte del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, del Centro Universitario del Sur Occidente, -CUNSUROC- se realizó una práctica de 800 horas dentro del Canal Óptimo 23. A partir del resultado del diagnóstico realizado se determinó que la falta de comunicación es la principal debilidad que afecta el canal televisivo.

Al aplicar la técnica de observación, se conoció la falta de comunicación dentro del poco personal que labora dentro del medio, además, de capacitar y realizar actividades que fortalezcan la comunicación, compañerismo e identidad del canal televisivo. Así mismo, el deterioro de los sets, donde se transmiten los diferentes programas.

Después de entrevistar a los trabajadores del Canal Óptimo 23, se concluyó que uno de los inconvenientes es la falta de espacio dentro de las instalaciones del medio, razón por la cual no se tienen sets para una programación diferente, debido a que todos los presentadores utilizan el mismo.

El resultado de las encuestas realizadas a la población, determinó que las personas esperan observar algún programa dirigido hacia la mujer, en el cual resalten el trabajo y espacio que ha ganado en la actualidad, de la misma manera, que se brinden consejos y recomendaciones en diferentes temas.

Por esto, se propone una estrategia “El Mejoramiento de la comunicación interna del Canal Óptimo 23”, para fortalecer la identidad dentro del personal que trabaja dentro del medio además, de crear un ambiente laboral favorable que contribuya al mejoramiento del servicio.

Este proyecto es de suma importancia para el canal, pues ejecutando la estrategia planteada se dará inicio a nuevas formas de comunicación dentro del mismo y se adoptará una nueva visión de trabajo y armonía, así mismo, contribuirá a solucionar la problemática comunicacional que actualmente tiene el canal Óptimo 23.

## **2.6 Materiales y métodos.**

Dentro de esta investigación se llevaron a cabo pasos esenciales para obtener la información. Como primer paso, se realizó una observación, la cual permitió conocer la problemática del Canal Óptimo 23. Así mismo, se conoció el nivel de aceptación del medio a través de encuestas y entrevistas. Para darle solución al problema detectado se trabajaron en diferentes materiales que se describen a continuación.

- **Material:** Producto impreso, que identifica al Canal Óptimo 23.

**Método Experimental:** porque el experimento lleva relación con la teoría. En la teoría el problema se formula como algo teórico. Al observar la falta de material físico visual de las actividades del canal Óptimo 23, se concluyó en trabajar una cartelera informativa, este medio alternativo de comunicación se colocó en un lugar de tránsito seguro del personal. La cual contenía información general, normativas institucionales e información que intercambian el personal.

De la misma manera se trabajó una hoja membretada, la cual será utilizada para difundir información importante del Canal. También se trabajó en la impresión la misión y



visión, con el fin de que el personal conozca el objetivo primordial del medio, para que se sienta identificado con el trabajo y proyección del canal televisivo.

- Material: Capacitación y talleres de Géneros Periodísticos con el personal del Canal Optimo 23.

Método Experimental: busca revelar las relaciones esenciales y características fundamentales del objeto de estudio, lo aplique para conocer el conocimiento humano, se realizó un taller con los integrantes del Canal Óptimo 23, el cual fue impartido por la epesista Danna González, con el objetivo de fortalecer el uso correcto de los géneros periodísticos. Así mismo, los periodistas y personal del medio podrán tener una convivencia trimestral para mantener un mejor ambiente laboral, al cual asistieron 15 periodistas y 6 trabajadores del Canal.

- Materiales: Productos Audiovisuales.

Método Experimental: es un método empírico de estudio, el cual se crean condiciones necesarias, para esclarecer la necesidad de un objetivo. Utilice este método en la realización de la producción del programa televisivo “Mirada de mujer” (entrada, cortinillas de pausa, créditos, capsulas informativas y anuncios del programa). Así mismo, se trabajó en spot publicitarios, en el cual se daba a conocer el Canal Óptimo 23 y su programación, siendo transmitidos cada media hora en la programación habitual. Para dar a conocer el programa Mirada de Mujer, realizó un spot publicitario, que fue transmitido en diferentes horarios.

- Materiales: Manejo y creación de redes sociales.

Método Experimental: está unido a la teoría, formulado en un problema teórico que se aprende a través de la práctica, para aprovechar la importancia del internet en la actualidad se implementó una página de Facebook del programa Mirada de Mujer, debido a que hoy en día, la mayor parte de la población tiene acceso a las redes sociales, el objetivo principal era que la presentadora tuviera acercamiento con los seguidores, además de proyectar el contenido del programa.

## 2.7 Presentación de resultados

Proyecto implementado

“Mejoramiento de la comunicación interna y extraña del Canal Óptimo 23 y la creación de un programa enfocado en la mujer”.

Después de conocer los problemas comunicaciones del Canal Óptimo 23 se trabajó en siete productos comunicacionales que beneficiaron al canal y personal que labora en él, los cuales fortalecieron la imagen institucional y la comunicación interna, lo cual logró la creación de un programa enfocado en la mujer, a continuación detallo las estrategias y sus resultados:

### ➤ **Elaboración de Cartelera Informativa.**

Se realizó la Cartelera informativa con el fin de fortalecer la identidad y conocimiento del personal que labora dentro del Canal Optimó 23 , la observación, experimentación e investigación, estimulando así el espíritu de actividad y de iniciativa en el canal, como herramienta de comunicación se logró que el personal y visitantes del Canal Óptimo 23, conocieran las diferentes actividades que realizan, además, de fortalecer la comunicación entre el personal, debido a que se imprimió la nueva programación del medio de comunicación.

**Objetivo:** Socializar las actividades así como la misión y visión para que este a la vista de la población, y así se conozca el enfoque principal del canal.

**Público objetivo.** Personal del canal, personas que visitan las instalaciones del mismo.

**Medio utilizado:** Impreso

**Áreas geográficas de impacto:** Instalaciones de canal Óptimo 23.

**Descripción de la implementación:** dentro de las instalaciones del Canal Óptimo 23 Se elaboró espacio en el cual, se publicaron las actividades que realiza el medio, además de incluir boletines informativos por parte de la administración, y la diferente programación del medio de comunicación, ahí se publicaban avisos sobre reuniones o temas de interés para el personal.

➤ **Elaboración de hoja membretada para carta Personal.**

Se realizó el diseño de una hoja membretada en la cual se incluyó información del canal Óptimo 23, la cual logró que la institución cuente con una identificación, la cual fue utilizada por parte del personal para transmitir información a la población.

**Objetivo.** Crear un medio de comunicación eficaz entre el director del canal y sus trabajadores.

**Público Objetivo.** Personal del canal.

**Medio Utilizado.** Impreso

**Área geográfica de impacto.** Instalaciones del Canal Optimo 23.

**Descripción de la implementación:** se diseñó el membrete de la hoja, la cual incluía el logotipo del canal, dirección y números de teléfono, con el objetivo de identificar el canal Óptimo 23 y que la población conociera información del medio.

➤ **Realización de spot publicitario.**

Se realizó un Spot en el cual se dio a conocer el programa “Mirada de mujer”, así mismo se realizaron cápsulas informativas que se incluían dentro del programa, el cual logro dar a conocer el objetivo del programa enfocado a la mujer, además de invitar a la población para que lo sintonice los días sábados a las 18:00 horas.

**Objetivo.** Informar sobre la creación del programa “Mirada de mujer” en el Canal Óptimo 23.

**Público Objetivo.** Televidentes del medio de comunicación.

**Medio Utilizado.** Audio Visual

**Área geográfica de impacto.** Cobertura del Canal Optimo 23.

**Descripción de la implementación:** En el primer spot publicitario la presentadora dio a conocer qué se tratará el programa e invita a la población a que lo vean y que le cuenten sus inquietudes y dudas del programa.

En el segundo spot publicitario, la presentadora dio a conocer una cápsula informativa sobre un tema de belleza en donde da a conocer un poco de lo que va a tratar el programa.

➤ **Creación de programa “Mirada de Mujer”.**

Es un programa en el cual se trata de resaltar el espacio que han ganado las mujeres en la sociedad, además de brindar consejos de diferentes temas de interés social, el cual logro que las mujeres conocieran sus derechos además de fortalecer los conocimientos en diferentes aspectos.

**Objetivo.** Producir un programa donde se fomente una cultura sin violencia basada en la equidad e interculturalidad y el respeto a la integridad física, emocional y la participación de la mujer en la sociedad.

**Público Objetivo.** Mujeres de 15 años en adelante.

**Medio Utilizado.** Audio Visual

Área geográfica de impacto. Departamento de Suchitepéquez y Retalhuleu.

**Descripción de la implementación:** se creó un programa en el cual se presentaron temas de interés social tales como familia, cocina, belleza, nutrición, medicina, mujeres destacadas en la sociedad, el cual buscaba hacer conciencia sobre los mitos y realidades que han cambiado en la actualidad en relación al trabajo de las mujeres.

➤ **Realización de talleres de géneros periodísticos para personal de Optimo 23.**

Se realizó un taller en el que se capacitó sobre el uso correcto de los géneros periodísticos y como mantener a la población informada correctamente, impartidos por la Epesista Danna González, con ellos se logró incrementar los conocimientos del personal, el resultado se vio reflejado en la convivencia de los trabajadores además de fortalecer la comunicación interna para brindar un mejor servicio a la población.

**Objetivo.** Concientizar a los presentadores y personal de Óptimo 23, para tener un buen ambiente laboral.

**Público Objetivo.** Personal del canal.

**Medio Utilizado.** Audiovisual

**Área geográfica de impacto.** Instalaciones del Canal Optimo 23.

**Descripción de la implementación:** El taller se trató de cómo mantener un ambiente laboral tranquilo y en armonía, ya que se observó en el diagnóstico la mayoría de presentadores no conocen quiénes serán sus invitados en el programa.

➤ **Creación de redes sociales para el programa de televisión.**

Para aprovechar la importancia del internet en la actualidad, se creó un perfil en la red social Facebook para dar a conocer los temas a tratar en el programa “Mirada de Mujer” el cual logró conocer el punto de vista de la población, además de los temas de interés social solicitados por la población.

**Objetivo.** Informar a la población de la temática a tratar, el programa presentado y que tengan comunicación con la presentadora.

**Público Objetivo.** Televidentes y seguidores de Facebook.

**Medio Utilizado.** Audiovisual

**Área geográfica de impacto.** Nivel Nacional.

**Descripción de la implementación.** La presentadora puede interactuar con la población y conocer quienes estarán en el programa y de que se tratará sobre todo que puedan exponer sus dudas e inquietudes acerca del programa. Además de brindar consejos y proyectar mensajes de superación para los seguidores.

### III. Conclusiones

1. La realización de las capacitaciones educativas, de ¿Cómo utilizar correctamente los géneros periódicos? y ¿Cómo mantener un ambiente laboral estable? contribuyó a fortalecer la identidad y los conocimientos del personal que labora dentro del medio de comunicación, resultado que se vio reflejado en el diario convivir de los trabajadores del Canal Óptimo 23 al transmitir una mejor programación.
2. El internet en la actualidad. se ha convertido en una herramienta de comunicación más, por ello se trabajó en la implementación una página en la red social Facebook, la cual permitió tener comunicación con la población, quienes expresaban inquietudes y sugerencias sobre el programa Mirada de Mujer.
3. Se fortaleció la comunicación a través de materiales escritos, como la cartera informativa, la cual se colocó en un lugar transitado por el personal, además de la creación una hoja membretada que sirvió para identificar al medio de comunicación, la cual logró que personal conocer las diferentes actividades internas y externas que realiza el Canal Óptimo 23.
4. Se creó el programa “Mirada de mujer”, en el cual se presentaban temas de interés social, el cual logró concientizar a la población sobre los mitos y realidades que al paso de los años han cambiado en torno a las mujeres, se trabajo conjuntamente con autoridades y mujeres destacadas del departamento, para fortalecer los conocimientos de la población .

## **IV. Recomendaciones**

1. Realizar de manera constante reuniones entre colaboradores y autoridades del canal, para crear un mejor ambiente laboral, compromiso e identificación con la institución, y así brindar un mejor a la población.
2. Aprovechar la tecnología para abarcar diferentes sectores de la sociedad, dándole seguimiento a la Página de Facebook, y así conocer lo que el público desea observar dentro de la programación del medio de comunicación.
3. Darle seguimiento a las actividades expuestas en la cartelera informativa, esto con el fin de que todos estén enterados de las actividades a cubrirse en el canal y tener un mejor ambiente laboral.
4. Continuar con el programa Mirada de Mujer, enfocado en contribuir en la educación de las mujeres para que puedan expresarse y conocer sus derechos y obligaciones dentro de la sociedad.

## V. Referencias Bibliográficas

Acituno Castro. G. (2011). *Caracterización de Internet como Canal Medio o Herrzmienta de Comunicaciòn*. (Tesis, Licenciatura en Ciencias de la Comunicaciòn, Universidad San Carlos de Guatemala). Recuperado el 20 de abril de 2015. De: <http://biblioteca.usac.edu.gt>

Armas. J. (Junio de 2014). *Comunicaciòn Interna*. Recuperado 05 de marzo de 2015. De: <http://www.monografias.com/trabajos15/comunic-interna/comunic-internas>

Asamblea Nacional Constituyente de la República de Guatemala. (1976) *Ley de Libre Emisiòn del Pensamiento*. (Decreto No.9). Guatemala: Ayala Jimenez.

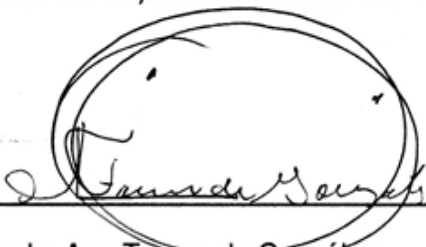
Blank. E. (2007). *Periodismo para Periodistas*. Guatemala: Argrafic.

Birigliano-Villaverde. (1987). *Dinámica de Grupos y Educaciòn*. Argentina: Hvmantitas.

Harvard. D.(1995). *Relaciones Pùblicas Guatemala*. Recuperado 05 de marzo del 2015. De: <http://www.rppnet.com.ar/comunicacioninterna.html>

Meriano. C. (1998). *Semiología y Comunicaciòn*. Guatemala: Estudiantil Fenix.

Maxwell. J. (2009). *Liderezgo, el más comùn de los misterios ò lo mas misteriosos de lo comùn*. (Tesis, Universidad de Istmo). Chile: Artes Gráficas.



Lcda. Ana Teresa de González  
Encargada de Biblioteca  
Centro Universitario del Sur Occidente





# VI ANEXOS

Anexo 1. Encuesta.



**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA.  
CENTRO UNIVERSITARIO DEL SUR OCCIDENTE –  
CUNSUROC-.**



**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.**

### ENCUESTAS.

A continuación se le presentan una serie de preguntas en relación al Canal Óptimo 23, los resultados serán utilizados para una investigación de Ejercicio Profesional Supervisado. Responda objetivamente. Marque con una "X" o complete según corresponda.

Sexo: Femenino  Masculino

Edad:  15-25  26-35  36-45  46-55  56 a más

Nivel Educativo:  Primaria  Secundaria  Diversificado  Universitario.

✓ ¿Qué empresa de cable tiene?

\_\_\_\_\_.

✓ ¿Cuál es el canal local que más ve?

\_\_\_\_\_.

¿Por Qué?\_\_\_\_\_.

✓ ¿Conoce usted el canal Optimo 23?

Sí  No.

¿Por qué?\_\_\_\_\_.

✓ ¿Dentro de la programación cuál es su programa favorito?

\_\_\_\_\_.

✓ ¿Considera que es necesario que el canal incluya programas con nuevo contenido dentro de la programación?

Sí  No.

¿Por qué?\_\_\_\_\_.

- ✓ ¿Le gustaría que dentro de la programación se incluyera un programa especial para la mujer?

Sí  No

¿Por qué? \_\_\_\_\_.

- ✓ ¿Si se creara un programa de la mujer que horario le gustaría?

9:00 a.m.       11:00 a.m.       6:00 p.m.       8:00 p.m.

- ✓ Si se creara un programa para la mujer ¿Qué día le gustaría verlo?

Lunes     martes     Miércoles     Jueves     Viernes

Sábado     domingo.

- ✓ ¿Si se creara un programa de la mujer que contenido le gustaría ver?


Cultura     Belleza     Cocina     Entrevistas a mujeres destacadas

- ✓ ¿Qué otro programa le gustaría que se ejecutara en el canal?

Juvenil     Medicina     Opinión     Político     Otros.

▪ **Anexos 2. Guión Publicitario.**

Spot publicitario.


|   |   |
|---|---|
| <p><b>CLIENTE: Canal Óptimo 23</b></p> <p><b>PRODUCTO: Programa televisivo.</b></p> <p><b>TITULO: “Mirada de mujer”.</b></p>  | <p><b>MIRADA<br/>DE<br/>MUJER</b></p>                          |
| <p>Una joven de 27 años, se encuentra en un lugar lleno de vegetación y un ambiente de frescura, con un vestuario elegante y fresco a la vez, una falda larga verde menta, con un blusa beige y un collar, ella camina en el paisaje de fondo donde resalta virtudes de la mujer y la importancia que ellas tienen.</p> |   |
| <p><b>LOC OFF:</b></p>  | <p>Somos mujeres fuertes bellas e inteligentes, somos pilar de nuestra familia y sostén de nuestro hogar.</p>                                     |
| <p>Ella en el segundo bloque realiza una toma de su rostro para darle profundidad a la toma en donde ella da a conocer la finalidad del programa.</p>   |   |
| <p><b>LOC OFF:</b></p>  | <p>Busco crear consciencia sobre los cambios cultural mitos y realidades que al paso de los años han cambiado entorno a nosotras las mujeres.</p> |

En el tercer bloque del anuncio la presentadora mira directo a la cámara e invita a los televidentes a que sintonicen su programa e invita a las mujeres a que asistan con ella en esta trayectoria del programa.

**LOC OFF:**

Sintonízanos aquí en tu canal Óptimo 23 todos los sábados en punto de las seis de la tarde, cuéntanos tus experiencias y resuelve tus dudas aquí en tu programa “Mirada de Mujer”

## 1. Spot Publicitario.

|  |  |
|--|--|
| <p><b>CLIENTE:</b> Óptimo 23</p> <p><b>PRODUCTO:</b> Programa televisivo.</p> <p><b>TITULO:</b> “<i>Mirada de Mujer</i>”.</p>  |   |
| <p>En el anuncio se tiene una mujer de 27 años, sentada en la grama de un paisaje lleno de vegetación, en donde ella da una receta para tener unos labios hidratados.</p>  |  |
| <p><b>LOC OFF:</b></p>   | <p>¿Quieres tener unos labios húmedos y bellos? Pues aquí en tu programa “Mirada de mujer te vamos a dar unos tips para tener hidratados tus labios y así sentirte mejor.</p>  |
| <p>En el segundo bloque se hace una toma donde se enfocan los ingredientes de la receta y se hace una toma donde se enfoca los labios de la conductora donde ella ase un masaje suave en sus labios.</p>   |  |
| <p><b>LOC OFF:</b></p>   | <p>Qué es lo que necesitas, miel y azúcar vamos a preparar utilizas un poquito de miel y la rozas en tus labios circularmente, al terminar de usar la miel agregas azúcar a manera de que tus labios estén exfoliando.</p> |
| <p>En la tercera toma se hace un enfoque de un reloj donde se pretende que pasado el tiempo sigue la idea del anuncio, en donde la conductora sigue dando la receta de como tener los labios humectados, se hace una toma cercana de los labios donde ella se maquilla los labios y se nota la diferencia de los labios.</p> |  |

|   |  |
|---|--|
| <b>LOC OFF:</b>   | Pasados los dos minutos tu veras que tus labios ya están exfoliados e hidratados, agarras un pañito mojado o húmedo, con agua tibia y limpias tus labios, podrás observar que tendrás unos labios muy húmedos y muy lindos listos y preparados para utilizar el maquillaje para salir bellas a tu trabajo, fiesta o algún acontecimiento que tú quieras. |
| Aquí la presentadora con una toma completa donde se nota ella y el paisaje invita a las personas a que vean el programa, terminando el anuncio con una toma donde se cierra con el logotipo de Óptimo 23. |  |
| <b>LOC OFF:</b>   | Esto consejos y mucho más lo veras aquí en tu programa Mirada de Mujer los sábados por canal Óptimo 23 en punto de las seis de la tarde.   |

▪ **Anexos 3. Escaleta de Programas**

**PROGRAMA “MIRADA DE MUJER”  
TEMA “TODAS ESTAMOS EN RIESGO”**

**PRIMER BLOQUE 15 MINUTOS**

|   |              |                            |
|---|--------------|----------------------------|
| Presentación del programa (pregrabado)  | 48 segundos. | Switcher                   |
| Presentación de la invitada “Ginecóloga y obstetra Enma Mariela Ortiz ”   | 1 minuto     | Danna González             |
| Cápsula Informativa.  | 2 minutos    | Switcher                   |
| Inicio de entrevista:<br>¿Qué es el cáncer de mamá?<br>¿Cuáles son los síntomas que da el cáncer de mama?<br>¿Qué factores incremental el riesgo de cáncer de mama?<br>Guatemala es un país con muchas barreras, todavía se da que las mujeres no asistan a su control con el ginecólogo. | 10 minutos   | Danna González e invitada. |
| La presentadora manda a corte comercial   | 1 minuto     | Danna González             |
| Ráfaga de continuamos   | 12 segundos  | Switcher                   |

**PUBLICIDAD.**

**SEGUNDO BLOQUE 15 MINUTOS**

|  |             |                            |
|--|-------------|----------------------------|
| Ráfaga de regresamos   | 11 segundos | Switcher                   |
| Presentación de lo que está tratando el programa                                       | 1 minuto    | Danna González.            |
| Entrevista segunda parte:  |             |                            |
| 1. ¿A partir de qué edad se puede dar el cáncer de mama?                               |             | Danna González e invitada. |
| 2. ¿Cómo toman actualmente las mujeres cuando se enteran de que tienen cáncer de mama? | 12 minutos  |                            |
| 3. ¿A la hora de presentar cáncer de mama les brinda apoyo psicológico?                |             |                            |
| 4. ¿De qué se trata el auto examen de mama?  |             |                            |
| 5. ¿Cada cuánto hay que auto explorarse?   |             |                            |



|                                      |             |                |
|--------------------------------------|-------------|----------------|
| Presentadora manda a corte comercial | 1 minuto    | Danna González |
| Ráfaga continuamos                   | 12 segundos | Switcher       |

### PUBLICIDAD

#### TERCER BLOQUE 15 MINUTOS

|  |             |                           |
|--|-------------|---------------------------|
| Ráfaga de Regresamos   | 11 segundos | Switcher                  |
| Presentación de tercer bloque  | 1 minuto    | Danna González.           |
| Entrevista tercera parte.  |             |                           |
| 1. ¿Qué estudios o exámenes detectan el cáncer de mama?  |             |                           |
| 2. ¿En cuánto tiempo se puede curar el cáncer de mama?   |             |                           |
| 3. Uno de los mitos que conozco es que el brassier con ballenas provoca cáncer de mama esto es cierto o falso. |             |                           |
| 4. Nos podría compartir otros mitos que se dan sobre el cáncer de mama.  |             |                           |
| 5. ¿Hay algún grupo que brinde apoyo a las personas con cáncer de mama?  |             |                           |
|  | 5 minutos   | Danna González e invitada |
| Capsula Informativa  | 2 minutos   | Switcher                  |
| 6. ¿Cómo prevenir el cáncer de mama?   |             |                           |
| 7. Despedida a la invitada   |             |                           |
|  | 3 minutos   | Danna González e invitada |
| Despedida de la conductora.  | 1 minuto    | Danna González            |
| Ráfaga de cierre del programa  | 56 segundos | Switcher                  |

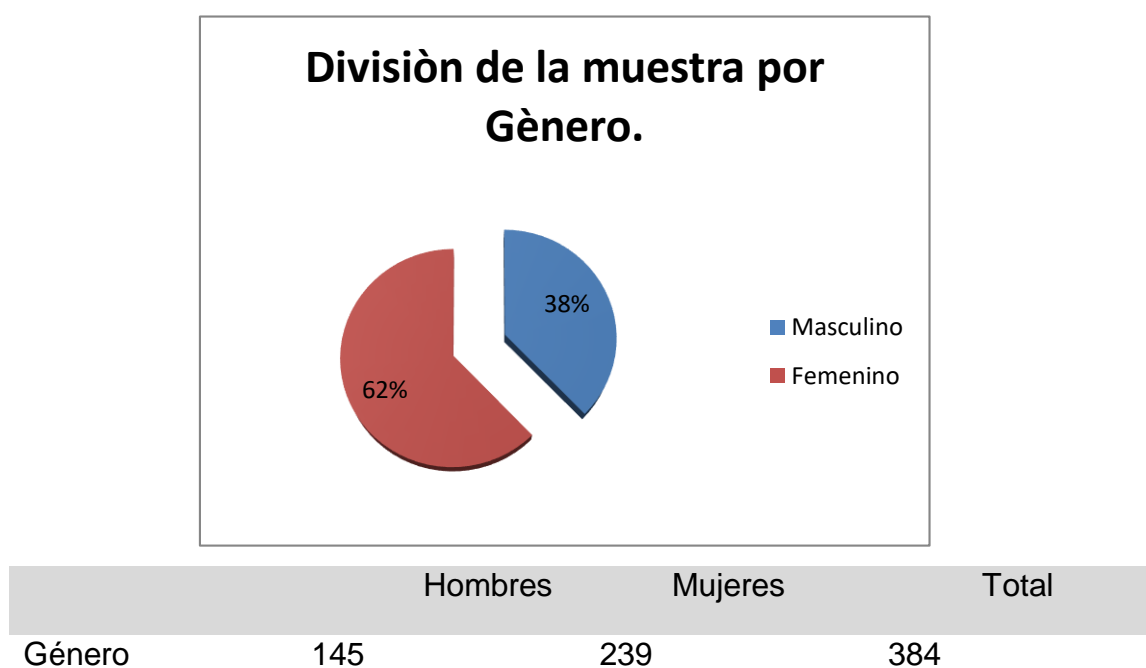
### Análisis estadístico.

## PRESENTACIÓN DE DATOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.

Rio Bravo, Chicacao, San Miguel Panan, San Antonio, San Bernardino, San José El Ídolo, Santo Tomás La Unión, San Pablo Jocopilas, Samayac, San Francisco, Zunilito, Pueblo Nuevo, San Lorenzo, San Gabriel, Santo Domingo, San José La Máquina y Cuyotenango del Departamento de Suchitepéquez.

Cuadro 1. División de la muestra por género.

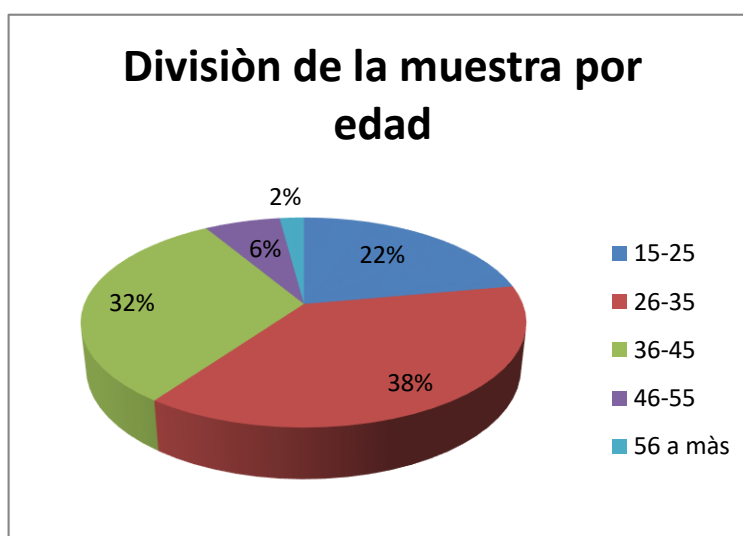
División de la muestra por Género.



La muestra fue de 384 personas, correspondientes al Departamento de Suchitepéquez. En la gráfica se puede observar el resultado que indica que la mayoría de encuestados son mujeres comprendidas entre 15 a 56 años en adelante.

Rio Bravo, Chicacao, San Miguel Panan, San Antonio, San Bernardino, San José El Ídolo, Santo Tomás La Unión, San Pablo Jocopilas, Samayac, San Francisco, Zunilito, Pueblo Nuevo, San Lorenzo, San Gabriel, Santo Domingo, San José La Máquina y Cuyotenango del Departamento de Suchitepéquez.

Cuadro 2. División de la muestra por edad.



| Edades  | 15-25 | 26-35 | 36-45 | 46-55 | 56 a más | Total |
|---------|-------|-------|-------|-------|----------|-------|
| Hombres | 25    | 55    | 50    | 15    |          | 145   |
| Mujeres | 60    | 90    | 71    | 10    | 8        | 239   |

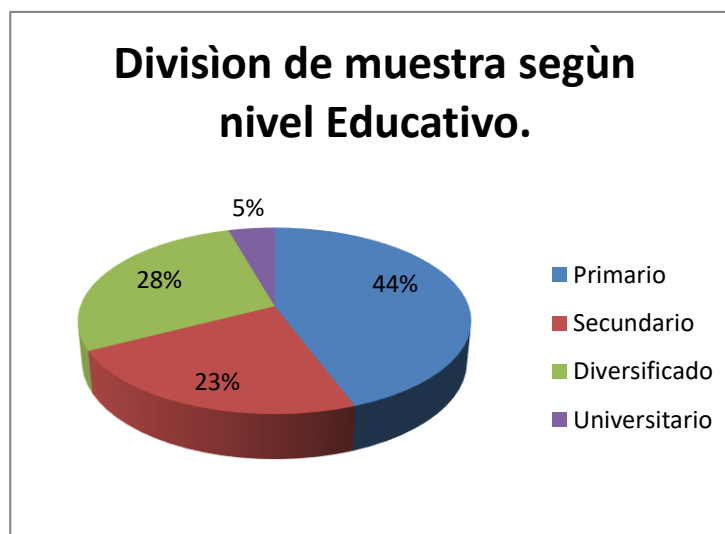
Como se observa en la gráfica dos rangos de edad son los que obtuvieron en la encuestas el porcentaje más alto el, 38% corresponden a las edades de 26-35 años, mientras que el 32% pertenece a las edades de 36-45 años, el 22% pertenece a las edades de 15-25 años, el 6% pertenece a las edades de 46-55 años, y el 2% pertenece a las edades de 56 años en adelante.

Fueron encuestadas personas de diferentes edades desde adolescentes hasta personas de la tercera edad en el Departamento de Suchitepéquez.

Rio Bravo, Chicacao, San Miguel Panan, San Antonio, San Bernardino, San José El Ídolo, Santo Tomás La Unión, San Pablo Jocopilas, Samayac, San Francisco, Zunilito,

Pueblo Nuevo, San Lorenzo, San Gabriel, Santo Domingo, San José La Máquina y Cuyotenango del Departamento de Suchitepéquez

Cuadro 3. División de la muestra según nivel Educativo.

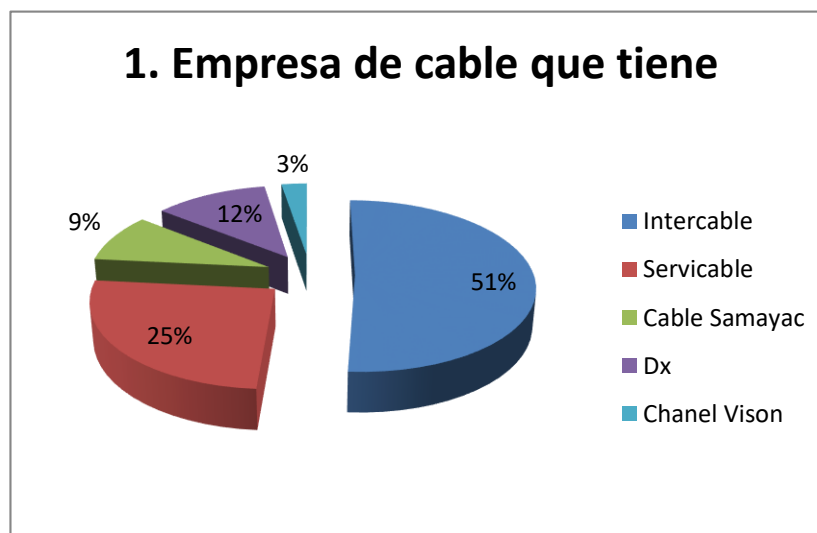


| Nivel Educativo | Primario | Secundario | Diversificado | Universitario | Total |
|-----------------|----------|------------|---------------|---------------|-------|
| Hombres         | 77       | 32         | 21            | 15            | 145   |
| Mujeres         | 93       | 57         | 87            | 2             | 239   |

Es importante conocer el nivel educativo de las personas encuestadas, en el Departamento de Suchitepéquez. El 44% de pobladores estudiaron el nivel primario, el 28% el nivel Diversificado, un 23% el nivel Secundario y tan solo un 5% el nivel Universitario, tanto hombres como mujeres.

Rio Bravo, Chicacao, San Miguel Panan, San Antonio, San Bernardino, San José El Ídolo, Santo Tomás La Unión, San Pablo Jocopilas, Samayac, San Francisco, Zunilito, Pueblo Nuevo, San Lorenzo, San Gabriel, Santo Domingo, San José La Máquina y Cuyotenango del Departamento de Suchitepéquez

Cuadro 4. Empresa de cable que



| Empresa  | Intercable | Servicable | Cable Samayac | DX | Chanel visión. | Total |
|----------|------------|------------|---------------|----|----------------|-------|
| Personas | 196        | 98         | 35            | 45 | 10             | 384   |

Es importante destacar que la mayoría de personas cuentan con la empresa de Cable Intercable con un 51%. También con un 25% está la empresa Servicable, con un 12% la empresa DX, con un 9% está la empresa Cable Samayac, y con un 3% la empresa de Chanel Visión.

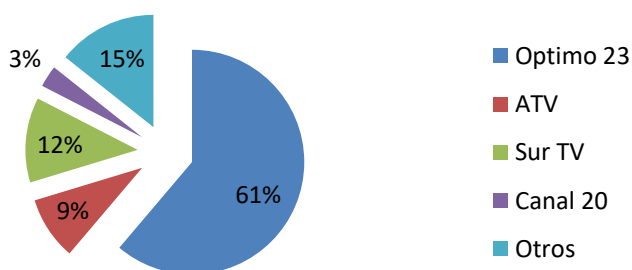
Dando como resultado que un 85% de las personas encuestas tiene las empresas de cable que retransmiten el Canal Óptimo 23, teniendo este mayor rating.

Rio Bravo, Chicacao, San Miguel Panan, San Antonio, San Bernardino, San José El Ídolo, Santo Tomás La Unión, San Pablo Jocopilas, Samayac, San Francisco, Zunilito, Pueblo Nuevo, San Lorenzo, San Gabriel, Santo Domingo, San José La Máquina y Cuyotenango del Departamento de Suchitepéquez

Cuadro 5. ¿Cuál es el canal local que mira?

**PREGUNTAS.**

**2. ¿Cuál es el canal local que mira?**

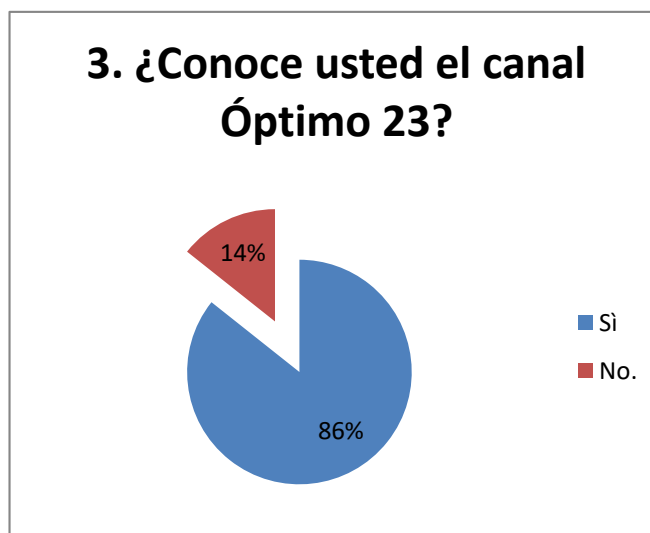


| Medio Local | Óptimo 23 | ATV | Sur TV | Canal 20 | Otros | Total |
|-------------|-----------|-----|--------|----------|-------|-------|
| Personas    | 235       | 35  | 47     | 12       | 55    | 284   |

Como se puede observar en la gráfica un 61% de las personas encuestadas ven el Canal Óptimo 23, un 15% ven de otra empresa de cable, un 12% ven Sur TV, con un 9% a ATV, y un 3% ven canal 20 . Esto indica que la mayoría de personas ven el Canal Óptimo 23.

Rio Bravo, Chicacao, San Miguel Panan, San Antonio, San Bernardino, San José El Ídolo, Santo Tomás La Unión, San Pablo Jocopilas, Samayac, San Francisco, Zunilito, Pueblo Nuevo, San Lorenzo, San Gabriel, Santo Domingo, San José La Máquina y Cuyotenango del Departamento de Suchitepéquez.

Cuadro 6 ¿Conoce usted el canal Optimo 23?



| Audiencia | Si conocen | No conocen | Total |
|-----------|------------|------------|-------|
| Personas  | 329        | 55         | 384   |

Interpretación. En la presente gráfica podemos observar que un 86% de la personas si conocen el canal Óptimo 23, lo observan porque a la mayoría le gusta la variedad de programación que cuenta y que presentan noticias a nivel regional, un 14% de las personas no conocen el canal Óptimo 23.

Rio Bravo, Chicacao, San Miguel Panan, San Antonio, San Bernardino, San José El Ídolo, Santo Tomás La Unión, San Pablo Jocopilas, Samayac, San Francisco, Zunilito, Pueblo Nuevo, San Lorenzo, San Gabriel, Santo Domingo, San José La Máquina y Cuyotenango del Departamento de Suchitepéquez.

Cuadro7. Dentro de la programación cuál es su programa favorito.



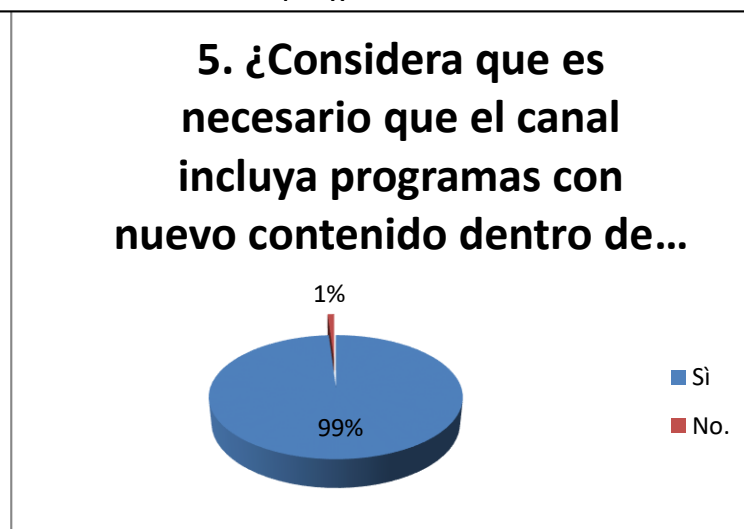
| Encuestados | Noticas y Mas | Mazatenango 2000 | Amiguitos | Festival de marimbas | Otros | Total |
|-------------|---------------|------------------|-----------|----------------------|-------|-------|
| Personas    | 185           | 132              | 15        | 30                   | 22    | 384   |

Interpretación. En la presente gráfica podemos observar que un 48% de la personas ven el Noticiero Noticias y Más, un 34% ven lo que es el programa Mazatenango 2000, mientras un 8% les gusta el festival de marimbas, un 6% ven otros programas del canal, y un 6% ven el programa amiguitos transmitido los días sábado.



Rio Bravo, Chicacao, San Miguel Panan, San Antonio, San Bernardino, San José El Ídolo, Santo Tomás La Unión, San Pablo Jocopilas, Samayac, San Francisco, Zunilito, Pueblo Nuevo, San Lorenzo, San Gabriel, Santo Domingo, San José La Máquina y Cuyotenango del Departamento de Suchitepéquez.

Cuadro 8 ¿Considera que es necesario que el canal incluya programación con nuevo contenido dentro de la programación?

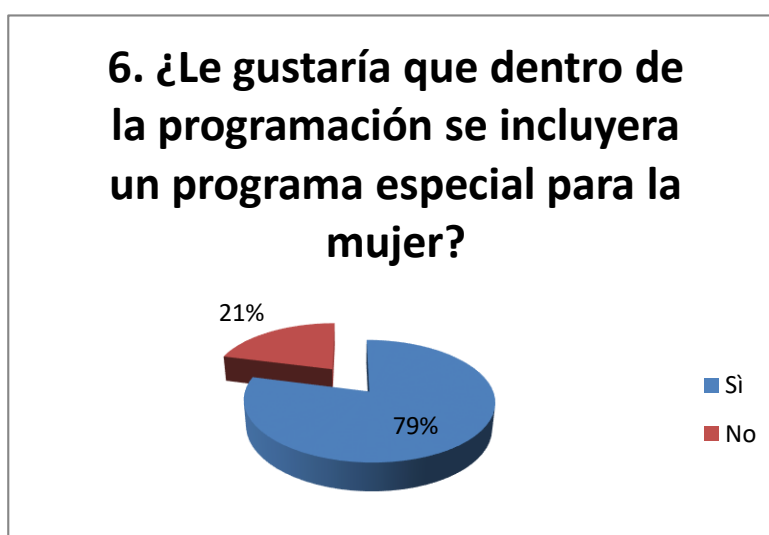


| Encuestados | Sí  | No | Total |
|-------------|-----|----|-------|
| 384         | 380 | 4  | 384   |

Interpretación. En la presente gráfica podemos observar que un 99% de las personas encuestadas respondieron que si es necesario implementar nuevo contenido a los programas dentro de la programación, tales como Tips de belleza, cápsulas informativas de última hora entre otros. Y un 1% consideran que el canal está bien con su programación.

Rio Bravo, Chicacao, San Miguel Panan, San Antonio, San Bernardino, San José El Ídolo, Santo Tomás La Unión, San Pablo Jocopilas, Samayac, San Francisco, Zunilito, Pueblo Nuevo, San Lorenzo, San Gabriel, Santo Domingo, San José La Máquina y Cuyotenango del Departamento de Suchitepéquez.

Cuadro 9 Programación especial.

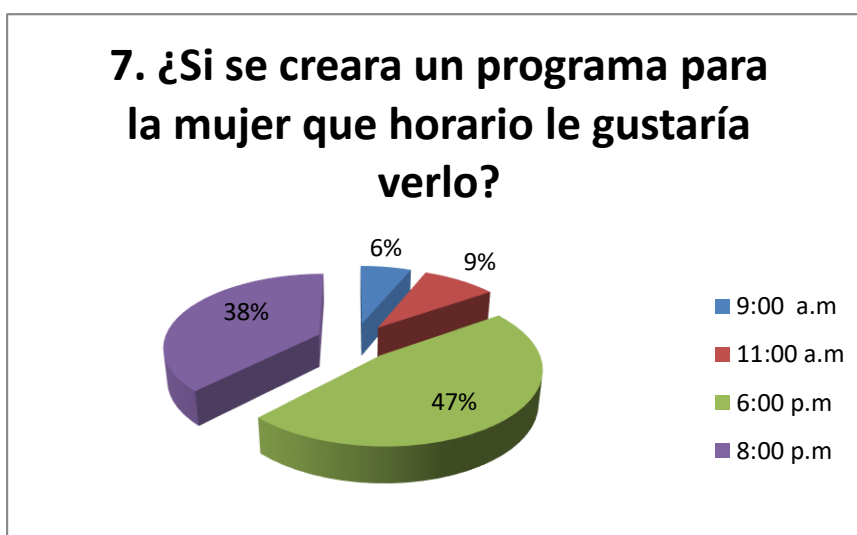


| Encuestados | Sí  | No. | Total |
|-------------|-----|-----|-------|
| Personas    | 303 | 81  | 384   |

Interpretación. De acuerdo a la gráfica se puede definir que un 79% de los encuestados si les gustaría un programa especial para la mujer, porque consideran que es necesario dar a conocer los derechos de la mujer, tips de belleza, y dar a conocer la prevención de la violencia contra la mujer. Mientras que un 21% respondió que no es necesario, que sería buena un programa juvenil, de complacencias musicales, o un programa infantil entre semana en las tardes.

Rio Bravo, Chicacao, San Miguel Panan, San Antonio, San Bernardino, San José El Ídolo, Santo Tomás La Unión, San Pablo Jocopilas, Samayac, San Francisco, Zunilito, Pueblo Nuevo, San Lorenzo, San Gabriel, Santo Domingo, San José La Máquina y Cuyotenango del Departamento de Suchitepéquez.

Cuadro 10 ¿Qué horario le gustaría?

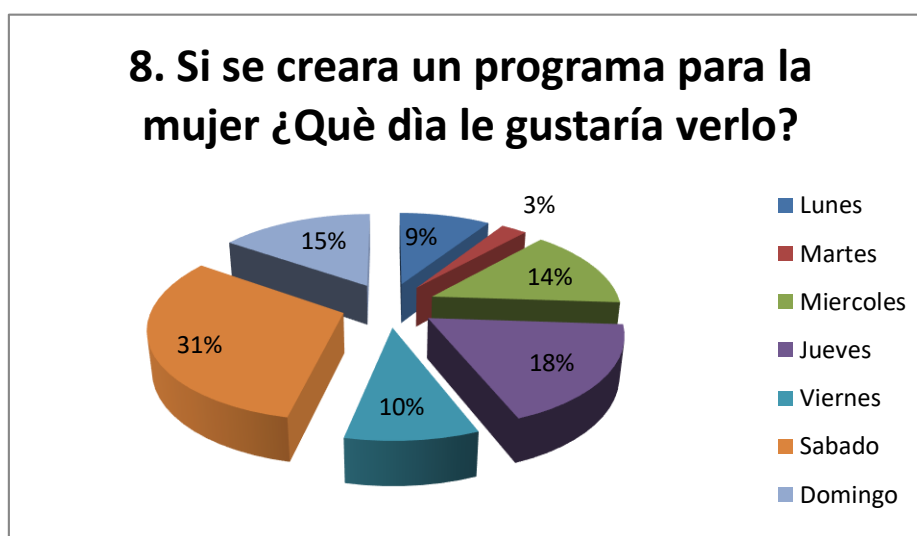


| Encuestados | 9:00 a.m. | 11:00 a.m. | 6:00 p.m. | 8:00 p.m. | Total |
|-------------|-----------|------------|-----------|-----------|-------|
| Personas    | 24        | 35         | 180       | 145       | 384   |

Interpretación. Con referencia a la presente gráfica podemos observar que un 47% de los encuestados les gustaría el programa a las 6:00 p.m. ya que es en un horario donde ya se encuentran en su casa después del trabajo y porque es un horario donde no tienen que realizar actividades en su hogar, mientras que un 38% les gustaría a las 8:00 p.m., un 9% les gustaría a las 11:00 a.m. y un 6% a las 9:00 a.m.

Rio Bravo, Chicacao, San Miguel Panan, San Antonio, San Bernardino, San José El Ídolo, Santo Tomás La Unión, San Pablo Jocopilas, Samayac, San Francisco, Zunilito, Pueblo Nuevo, San Lorenzo, San Gabriel, Santo Domingo, San José La Máquina y Cuyotenango del Departamento de Suchitepéquez.

Cuadro 11 ¿Qué día le gustaría verlo?

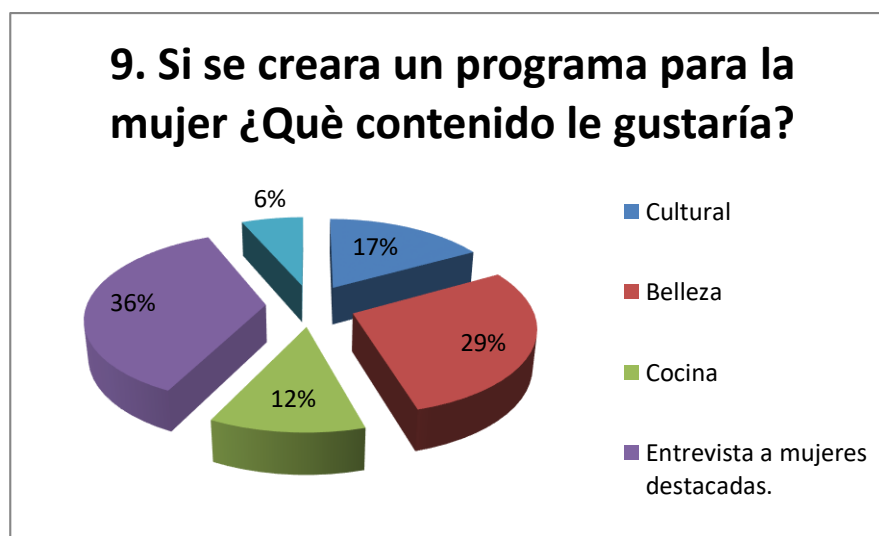


| Encuestados | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo | Total |
|-------------|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|-------|
| Personas    | 35    | 10     | 55        | 69     | 36      | 120    | 59      | 384   |

Interpretación. En referencia a la gráfica podemos definir que un 36% respondió que el día sábado es el mejor día para la transmisión del programa especial para la mujer. Es un día donde la mayoría trabaja medio día y está en su casa descansando por la tarde. Un 21% respondió que jueves es un buen día para presentar dicho programa, mientras un 16% respondió que el miércoles, un 11% el día viernes, también un 10% viernes en el día. Un 3% respondió ambos que en los días martes y lunes.

Rio Bravo, Chicacao, San Miguel Panan, San Antonio, San Bernardino, San José El Ídolo, Santo Tomás La Unión, San Pablo Jocopilas, Samayac, San Francisco, Zunilito, Pueblo Nuevo, San Lorenzo, San Gabriel, Santo Domingo, San José La Máquina y Cuyotenango del Departamento de Suchitepéquez.

Cuadro 12 ¿Qué contenido le gustaría?

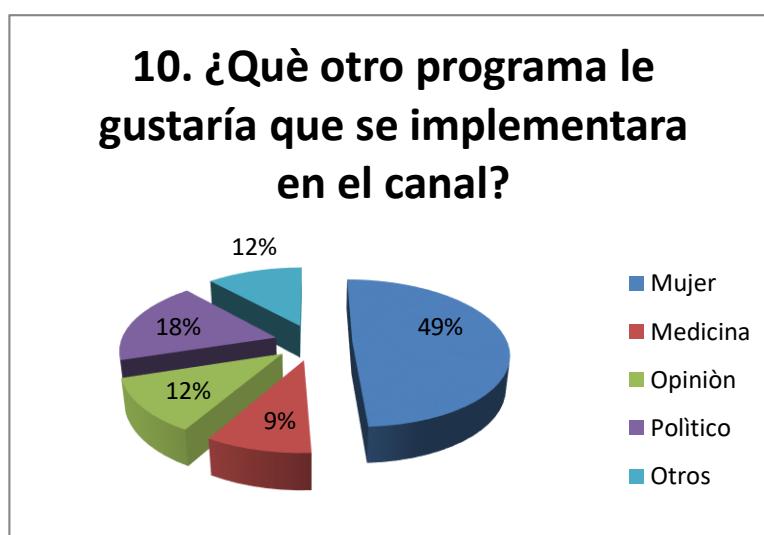


| Encuestados | Cultura | Belleza | Cocina | Entrevistas a mujeres destacadas. | Otros | Total |
|-------------|---------|---------|--------|-----------------------------------|-------|-------|
| Personas    | 65      | 110     | 45     | 139                               | 25    | 384   |

Interpretación. En la presente gráfica podemos observar que un 36% de los encuestados respondieron que les gustaría que el contenido sea de entrevistas a mujeres destacadas en la sociedad, un 29% les gustaría que se trataran tips de belleza, mientras que un 17% que trate temas sobre cultura, un 12% de recetas de cocinas, y un 6% le gustaría otros temas de mujeres.

Rio Bravo, Chicacao, San Miguel Panan, San Antonio, San Bernardino, San José El Ídolo, Santo Tomás La Unión, San Pablo Jocopilas, Samayac, San Francisco, Zunilito, Pueblo Nuevo, San Lorenzo, San Gabriel, Santo Domingo, La Máquina y Cuyotenango del Departamento de Suchitepéquez.

Cuadro 13 ¿Qué otro programa le gustaría ver?



| Encuestados | Mujer | Medicina | Opinión | Político | Otros | Total |
|-------------|-------|----------|---------|----------|-------|-------|
| Personas    | 189   | 35       | 45      | 70       | 45    | 384   |

**Interpretación.** Se puede observar en la presente gráfica que un 49% de los encuestados les gustaría un programa juvenil, un 18% político por el tiempo electoral para estar informados, mientras que un 12% les gustaría un programa de opinión entre otros, y un 9% les gustaría medicina.

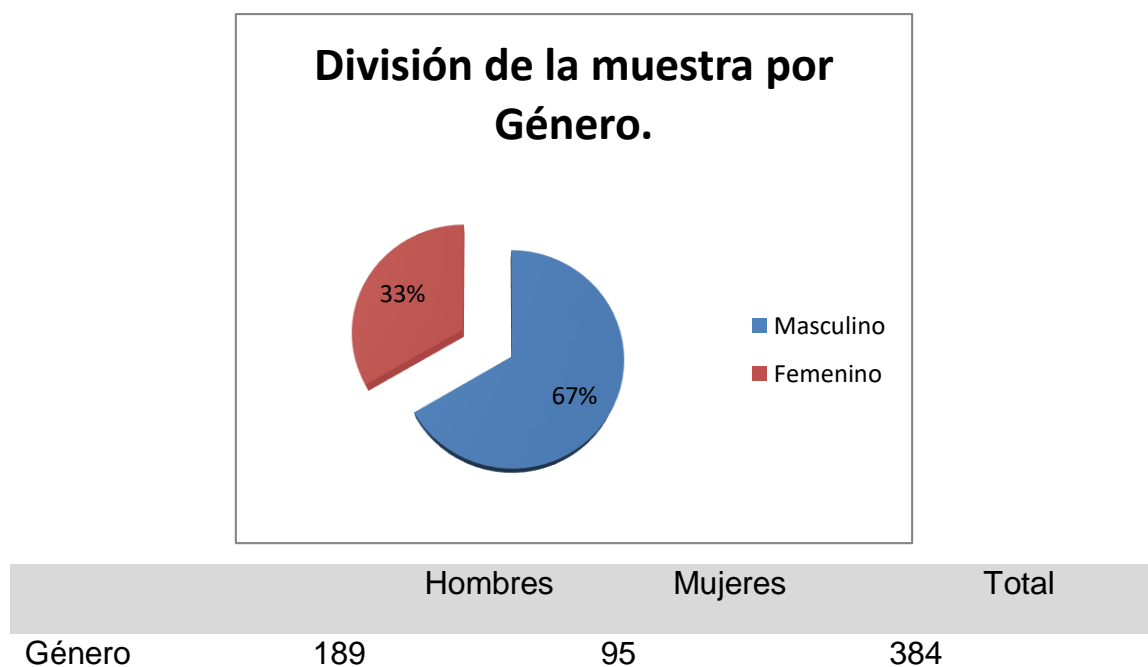
## PRESENTACIÓN DE DATOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.

San Sebastián, Santa Cruz Mulua, El nuevo Palmar, San Felipe, El Asintal, San Andrés Villa Seca y Retalhuleu.

Cuadro 14 División de la muestra de género.

### ENCUESTA.

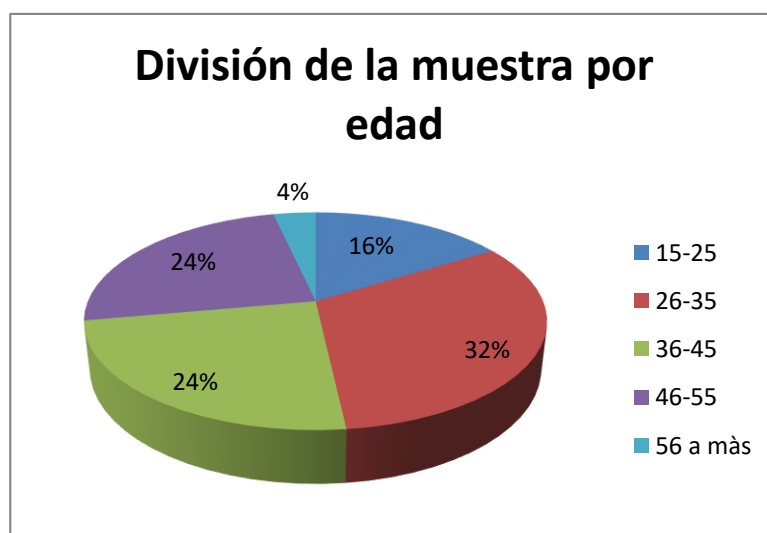
División de la muestra por Género.



La muestra fue de 384 personas, correspondientes al Departamento de Retalhuleu. En la gráfica se puede observar el resultado que indica que la mayoría de encuestados son hombres con un 67% y un 33% de mujeres.

San Sebastián, Santa Cruz Mulua, El nuevo Palmar, San Felipe, El Asintal, San Andrés Villa Seca y Retalhuleu.

Cuadro 15 División de la muestra por edad.



| Edades  | 15-25 | 26-35 | 36-45 | 46-55 | 56 a más | Total |
|---------|-------|-------|-------|-------|----------|-------|
| Hombres | 28    | 66    | 32    | 56    | 7        | 189   |
| Mujeres | 18    | 25    | 36    | 13    | 3        | 95    |

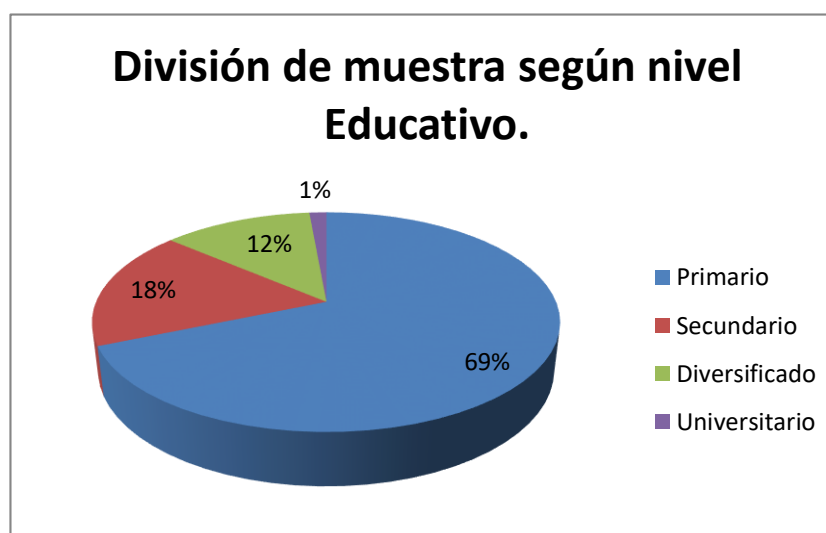
Como se observa en la gráfica dos rangos de edad son los que obtuvieron en la encuestas el porcentaje más alto es, 32% en el rango de 26-35 años, un 24% se dio en los rangos de 36-45 y 46-55 años, mientras que un 16% es en el rango de 15-25 años y un 4% en el rango de 56 años a más.

Fueron encuestadas personas de diferentes edades desde adolescentes hasta personas de la tercera edad en el Departamento de Retalhuleu.



San Sebastián, Santa Cruz Mulua, El nuevo Palmar, San Felipe, El Asintal, San Andrés Villa Seca y Retalhuleu.

Cuadro 16 División de muestra según nivel educativo.

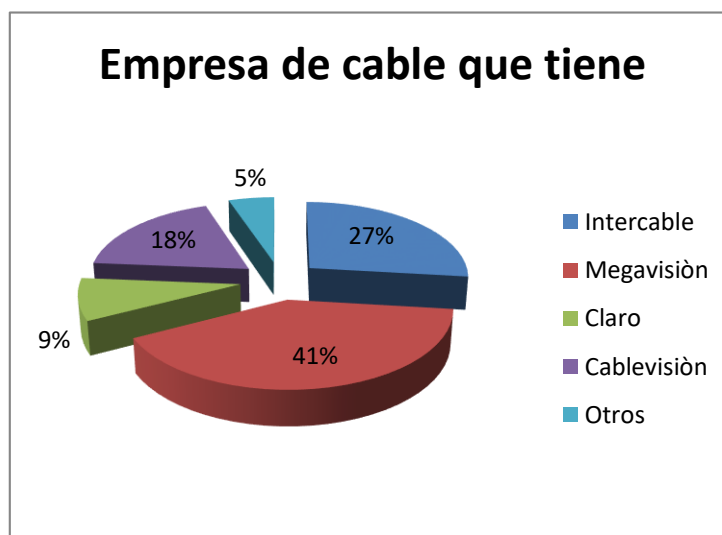


| Nivel Educativo | Primario | Secundario | Diversificado | Universitario | Total |
|-----------------|----------|------------|---------------|---------------|-------|
| Hombres         | 129      | 35         | 25            |               | 189   |
| Mujeres         | 66       | 15         | 10            | 4             | 95    |

Es importante conocer el nivel educativo de las personas encuestadas, en el Departamento de Retalhuleu. El 69% de pobladores estudiaron el nivel primario, el 18% el nivel Secundario, un 12% el nivel diversificado y tan solo un 1% el nivel Universitario, tanto hombres como mujeres.

San Sebastián, Santa Cruz Mulua, El nuevo Palmar, San Felipe, El Asintal, San Andrés Villa Seca y Retalhuleu.

Cuadro 17 Empresa de cable



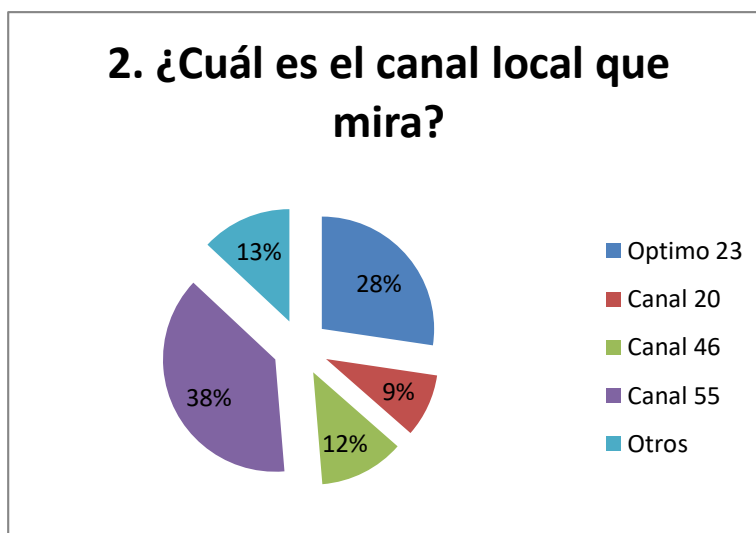
| Empresa  | Intercable | Megavisión | Claro | Cablevisión | Otros | Total |
|----------|------------|------------|-------|-------------|-------|-------|
| Personas | 103        | 156        | 34    | 71          | 20    | 384   |

**Interpretación.** Como se puede observar en la gráfica un 41% de las personas cuentan con la empresa de cable Megavisión, un 27% cuentan con Intercable, un 18% cuentan con Cablevisión, un 9% tienen la empresa Claro y un 5% cuentan con otras empresas de cable.

San Sebastián, Santa Cruz Mulua, El nuevo Palmar, San Felipe, El Asintal, San Andrés Villa Seca y Retalhuleu.

Cuadro 18 ¿Cuál es el canal local que mira?

**PREGUNTAS.**

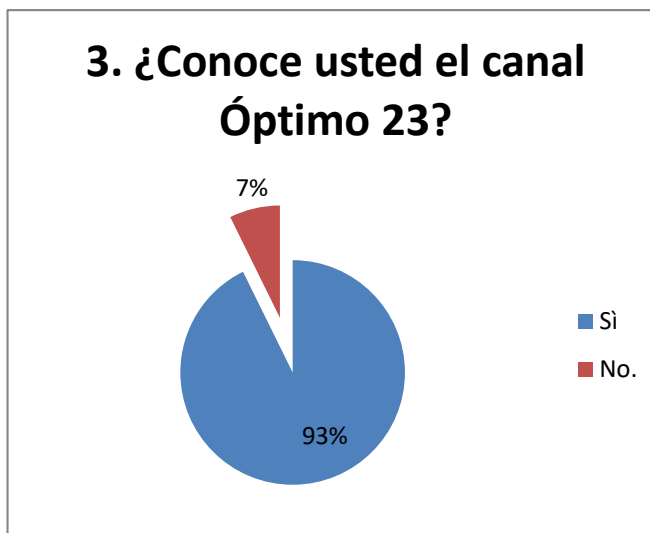


| Medio Local | Óptimo 23 | Canal 20 | Canal 46 | Canal 55 | Otros | Total |
|-------------|-----------|----------|----------|----------|-------|-------|
| Personas    | 105       | 35       | 47       | 147      | 50    | 384   |

Como se puede observar en la gráfica un 38% de las personas encuestadas ven el Canal 55 de la empresa de cable visión, un 28% ven el canal Óptimo 23, un 13% ven otros canales locales, un 12% ven el canal 46 de la empresa megavisión, un 9% ven el Canal 20 de la empresa de cable Intercable.

San Sebastián, Santa Cruz Mulua, El nuevo Palmar, San Felipe, El Asintal, San Andrés Villa Seca y Retalhuleu.

Cuadro 19 ¿Conoce usted el canal Optimo 23?

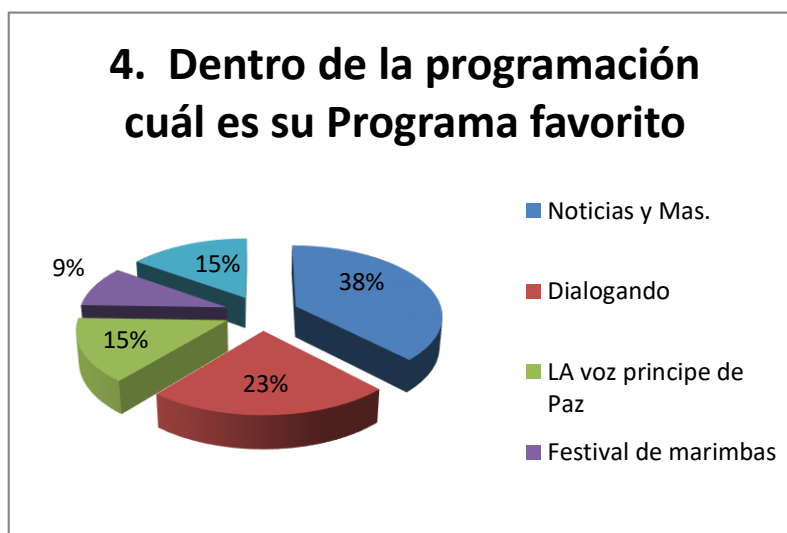


| Audiencia | Si conocen | No conocen | Total |
|-----------|------------|------------|-------|
| Personas  | 356        | 28         | 384   |

Interpretación. En la presente gráfica podemos observar que un 93% de la personas si conocen el canal Óptimo 23, lo observan porque a la mayoría le gusta la variedad de programación que cuenta y que presentan noticias a nivel regional, un 7% de las personas no conocen el canal Optimo 23.

San Sebastián, Santa Cruz Mulua, El nuevo Palmar, San Felipe, El Asintal, San Andrés Villa Seca y Retalhuleu.

Cuadro 20 Programa favorita.

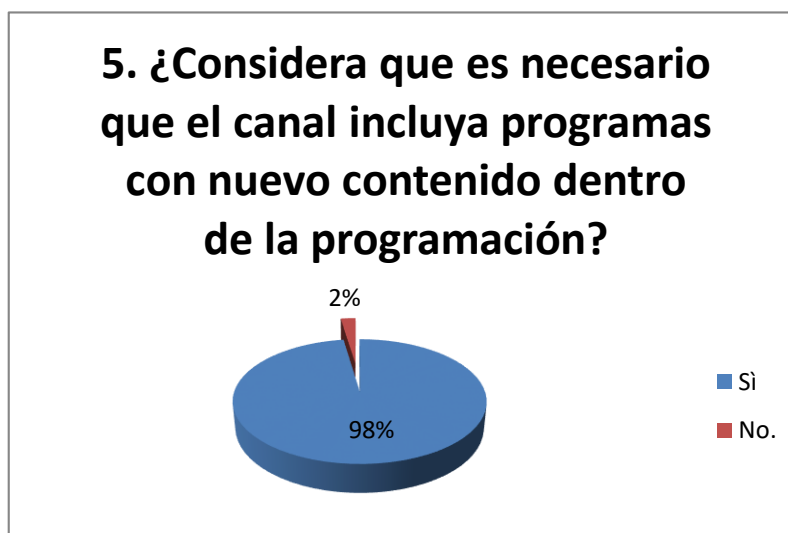


| Encuestados | Noticias y Mas | Dialogando | La voz príncipe de Paz | Festival de marimbas | Otros | Total |
|-------------|----------------|------------|------------------------|----------------------|-------|-------|
| Personas    | 145            | 89         | 56                     | 36                   | 58    | 384   |

Interpretación. En la presente gráfica podemos observar que un 38% de la personas ven el Noticiero Noticias y Más, un 23% ven lo que es el programa Dialogando, mientras un 15% el programa La voz príncipe de Paz entro otros, y un 9% ven festival de marimbas.

San Sebastián, Santa Cruz Mulua, El nuevo Palmar, San Felipe, El Asintal, San Andrés Villa Seca y Retalhuleu.

Cuadro 21 Programación nueva

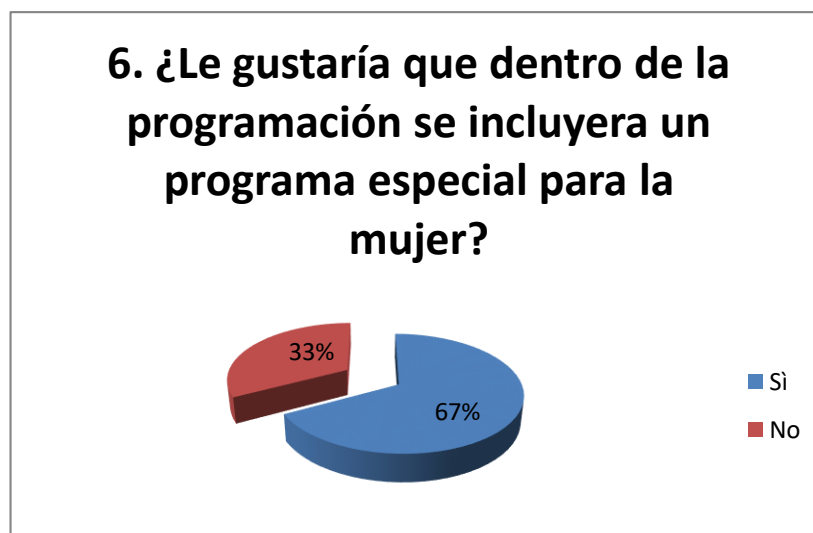


| Encuestados | Sí  | No | Total |
|-------------|-----|----|-------|
| 384         | 375 | 9  | 384   |

Interpretación. En la presente gráfica podemos observar que un 98% de las personas encuestadas respondieron que si es necesario implementar nuevo contenido a los programas dentro de la programación, tales como consejos de mujeres, programa de belleza, cápsulas informativas de última hora entre otros. Y un 2% consideran que el canal está bien con su programación.

San Sebastián, Santa Cruz Mulua, El nuevo Palmar, San Felipe, El Asintal, San Andrés Villa Seca y Retalhuleu.

Cuadro 22 Incluye un programa para la mujer.

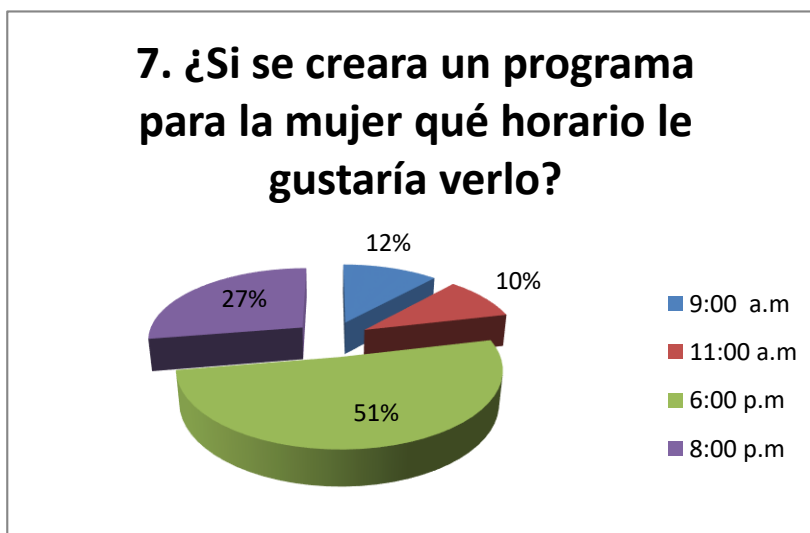


| Encuestados | Sí  | No. | Total |
|-------------|-----|-----|-------|
| Personas    | 258 | 126 | 384   |

Interpretación. De acuerdo a la gráfica se puede definir que un 67% de los encuestados si les gustaría un programa especial para la mujer, porque consideran que es necesario dar a conocer los derechos de la mujer, programa de belleza, y dar a conocer el no contra la violencia contra la mujer. Mientras que un 33% respondió que no es necesario, que sería buena un programa juvenil, o un programa de deporte.

San Sebastián, Santa Cruz Mulua, El nuevo Palmar, San Felipe, El Asintal, San Andrés Villa Seca y Retalhuleu.

Cuadro 23 Horario del programa.



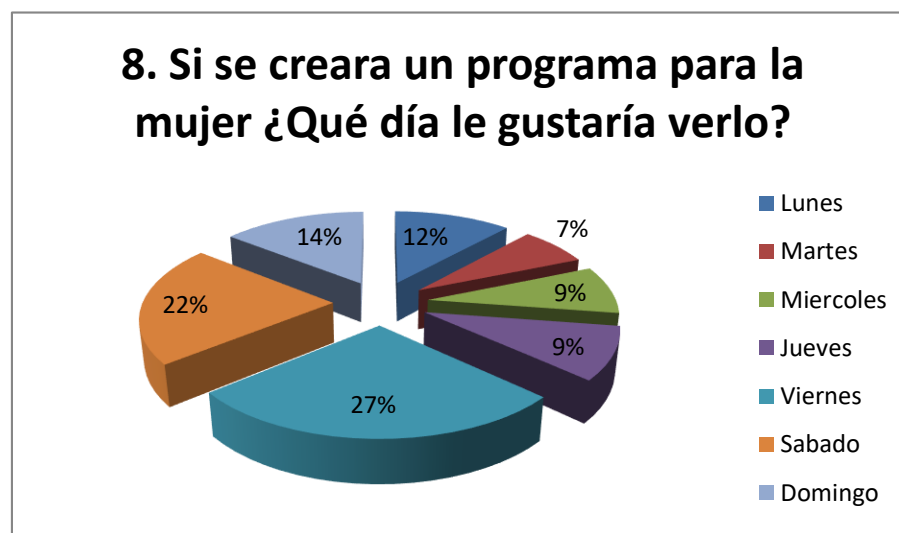
| Encuestados | 9:00 a.m. | 11:00 a.m. | 6:00 p.m. | 8:00 p.m. | Total |
|-------------|-----------|------------|-----------|-----------|-------|
| Personas    | 45        | 37         | 196       | 106       | 384   |

Interpretación. Con referencia a la presente gráfica podemos observar que un 51% de los encuestados les gustaría el programa a las 6:00 p.m. Es un horario donde ya se encuentran en su casa después del trabajo y porque es un horario donde no tienen que realizar actividades en su hogar, mientras que un 27% les gustaría a las 8:00 p.m., un 12% les gustaría a las 9:00 a.m. y un 10% a las 11:00 a.m.



San Sebastián, Santa Cruz Mulua, El nuevo Palmar, San Felipe, El Asintal, San Andrés Villa Seca y Retalhuleu.

Cuadro 24 Día que le gustaría.

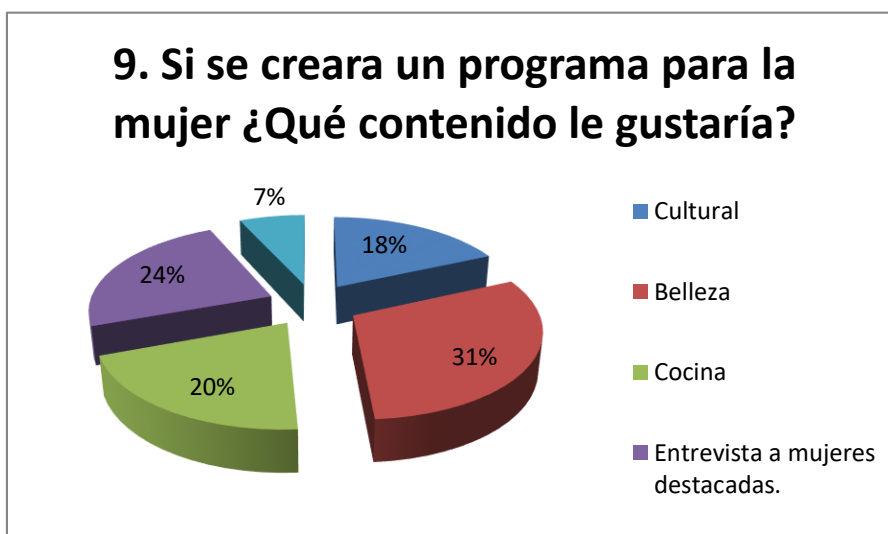


| Encuestados | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo | Total |
|-------------|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|-------|
| Personas    | 45    | 27     | 33        | 36     | 105     | 83     | 55      | 384   |

Interpretación. Con referencia a la gráfica podemos definir que un 27% respondieron que el día viernes es el mejor día para la transmisión del programa, y un 22% respondió que sábado es un buen día para presentar dicho programa ya que la mayoría están en su casa en la tarde, mientras un 14% respondió que el domingo, un 12% el día lunes, también un 9% los días miércoles y jueves y un 7% respondió que el día martes.

San Sebastián, Santa Cruz Mulua, El nuevo Palmar, San Felipe, El Asintal, San Andrés Villa Seca y Retalhuleu.

Cuadro 25 Contenido del programa.



| Encuestados | Cultura | Belleza | Cocina | Entrevistas a mujeres destacadas. | Otros | Total |
|-------------|---------|---------|--------|-----------------------------------|-------|-------|
| Personas    | 67      | 112     | 75     | 87                                | 43    | 384   |

Interpretación. En la presente gráfica podemos observar que un 31% de los encuestados respondieron que les gustaría que el contenido de belleza, un 24% les gustaría que se trataran de entrevistas a mujeres destacadas, mientras que un 20% que trate temas sobre recetas de cocina, un 18% de programas culturales, y un 7% le gustaría otros temas de mujeres.

San Sebastián, Santa Cruz Mulua, El nuevo Palmar, San Felipe, El Asintal, San Andrés Villa Seca y Retalhuleu.

Cuadro 26 Programación nueva.



| Encuestados | Deportes | Opinión | Juvenil | Político | Otros | Total |
|-------------|----------|---------|---------|----------|-------|-------|
| Personas    | 135      | 66      | 53      | 98       | 32    | 384   |

**Interpretación.** Se puede observar en la presente gráfica que un 35% de los encuestados les gustaría un programa de deportes, un 26% político por el tiempo electoral para estar informados, mientras que un 17% les gustaría un programa de opinión, un 14% les gustaría un programa juvenil y un 8% otro tipo de programa como infantil o de leyes.

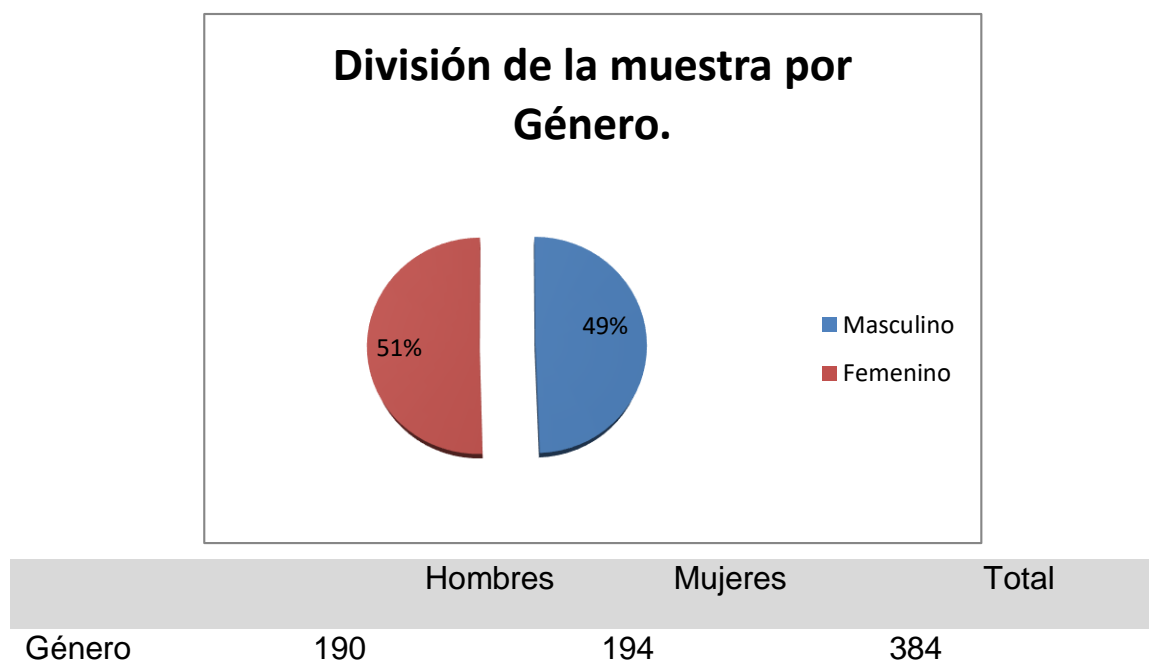
## PRESENTACIÓN DE DATOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.

Santa Catarina Ixtahuacàn, Santiago Atitlàn y comunidad Guineales del departamento de Sololá

Cuadro 27 División de la muestra por genero.

**.ENCUESTA.**

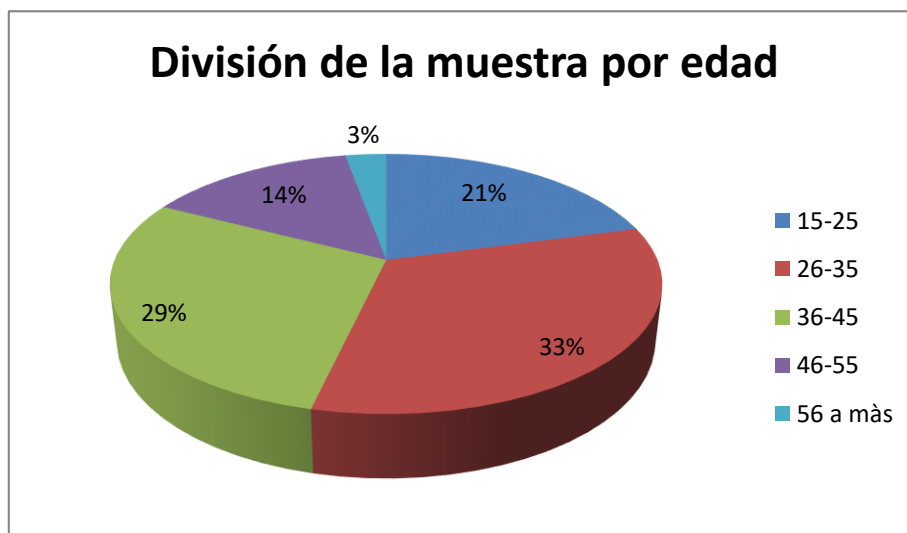
División de la muestra por Género.



La muestra fue de 384 personas, correspondientes al Departamento de Sololá. En la gráfica se puede observar el resultado que indica que la mayoría de encuestados son mujeres.

Santa Catarina Ixtahuacán, Santiago Atitlán y comunidad Guineales del departamento de Sololá

Cuadro 28 División de la muestra por edad.



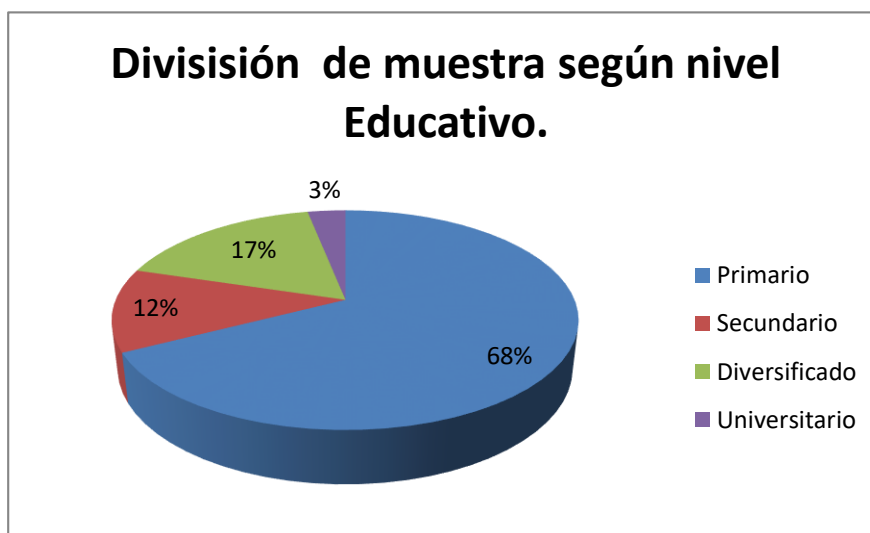
| Edades  | 15-25 | 26-35 | 36-45 | 46-55 | 56 a más | Total |
|---------|-------|-------|-------|-------|----------|-------|
| Hombres | 35    | 56    | 68    | 23    | 8        | 190   |
| Mujeres | 45    | 70    | 43    | 33    | 3        | 194   |

Como se observa en la gráfica dos rangos de edad son los que obtuvieron en la encuestas el porcentaje más alto el, 33% corresponden a las edades de 26-35 años, mientras que el 29% pertenece a las edades de 36-45 años, el 21% pertenece a las edades de 15-25 años, el 14% pertenece a las edades de 46-55 años, y el 3% pertenece a las edades de 56 años en adelante.

Fueron encuestadas personas de diferentes edades desde adolescentes hasta personas de la tercera edad en el Departamento de Sololá.

Santa Catarina Ixtahuacán, Santiago Atitlán y comunidad Guineales del departamento de Sololá

Cuadro 29 Muestra de nivel educativo.

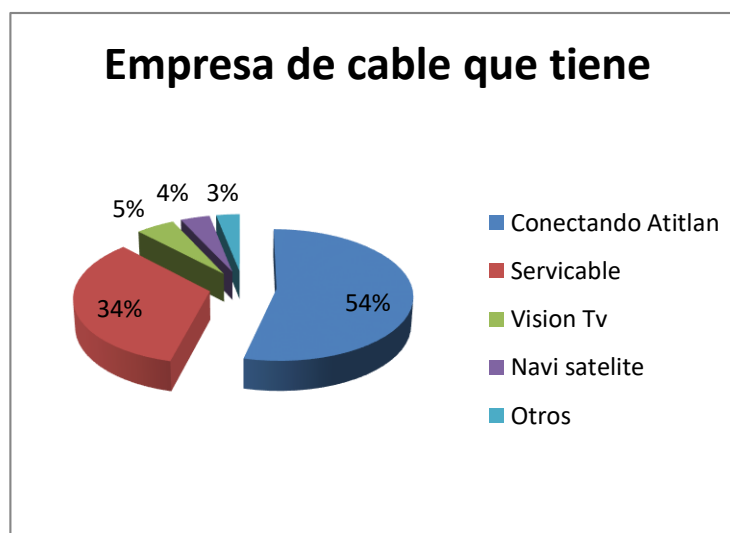


| Nivel Educativo | Primario | Secundario | Diversificado | Universitario | Total |
|-----------------|----------|------------|---------------|---------------|-------|
| Hombres         | 127      | 22         | 32            | 9             | 190   |
| Mujeres         | 132      | 25         | 34            | 3             | 194   |

Es importante conocer el nivel educativo de las personas encuestadas, en el Departamento de Sololá. El 68% de pobladores estudiaron el nivel primario, el 17% el nivel Diversificado, un 12% el nivel Secundario y tan solo un 3% el nivel Universitario, tanto hombres como mujeres.

Santa Catarina Ixtahuacán, Santiago Atitlán y comunidad Guineales del departamento de Sololá

Cuadro 30 Empresa de cable que tiene.



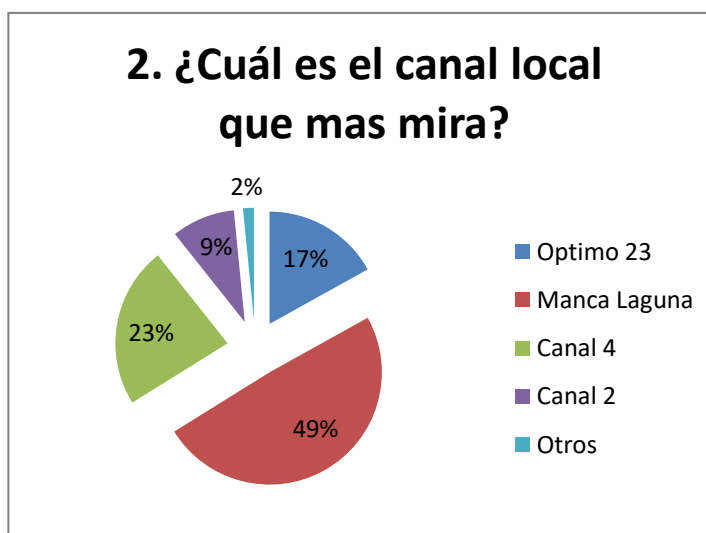
| Empresa  | Conectando Atitlán | Servicable | Visión Tv | Navisatelite | Otros | Total |
|----------|--------------------|------------|-----------|--------------|-------|-------|
| Personas | 207                | 130        | 20        | 15           | 12    | 384   |

Es importante destacar que la mayoría de personas cuentan con la empresa de Conectando Atitlan con un 54%, también con un 34% está la empresa Servicable, con un 5% la empresa Visión TV, con un 4% está la empresa Navi Satélite, y con un 3% otras empresas.

Santa Catarina Ixtahuacán, Santiago Atitlán y comunidad Guineales del departamento de Solola

Cuadro 31 ¿Cuál es el canal local que mira?

**PREGUNTAS.**



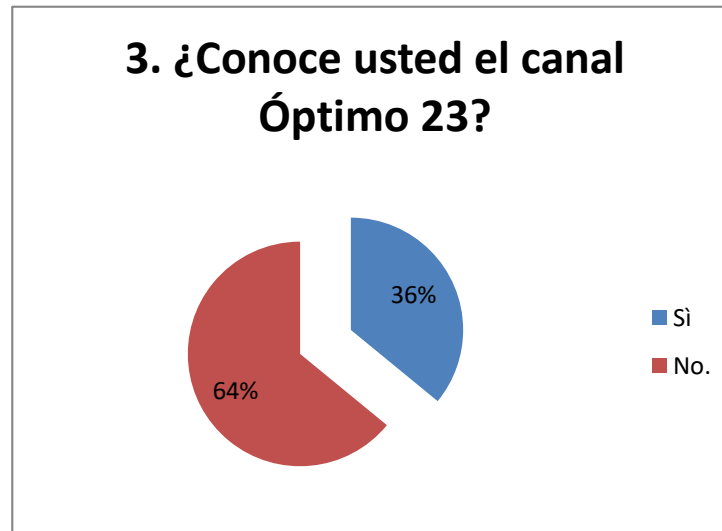
| Medio Local | Óptimo 23 | Manca laguna | Canal 4 | Canal 2 | Otros | Total |
|-------------|-----------|--------------|---------|---------|-------|-------|
| Personas    | 65        | 189          | 89      | 35      | 6     | 284   |

Como se puede observar en la gráfica un 49% de las personas encuestadas ven el Canal Manca Laguna, un 23% ven Canal 4, un 17% ven Óptimo 23, un 9% ven canal 2 y un 2% ven otro canal.



Santa Catarina Ixtahuacán, Santiago Atitlán y comunidad Guineales del departamento de Solola

Cuadro 32 ¿Conoce usted el canal Óptimo 23?

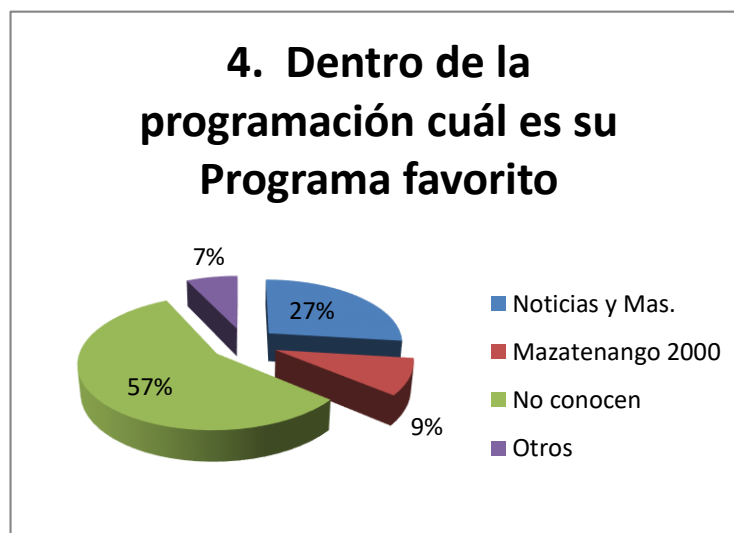


| Audiencia | Si conocen | No conocen | Total |
|-----------|------------|------------|-------|
| Personas  | 138        | 246        | 384   |

Interpretación. En la presente gráfica podemos observar que un 64% de la personas no conocen el canal Óptimo 23, y un 36% de las personas sí conocen el canal Óptimo 23.

Santa Catarina Ixtahuacán, Santiago Atitlán y comunidad Guineales del departamento de Solola

Cuadro 33. Programa favorito.

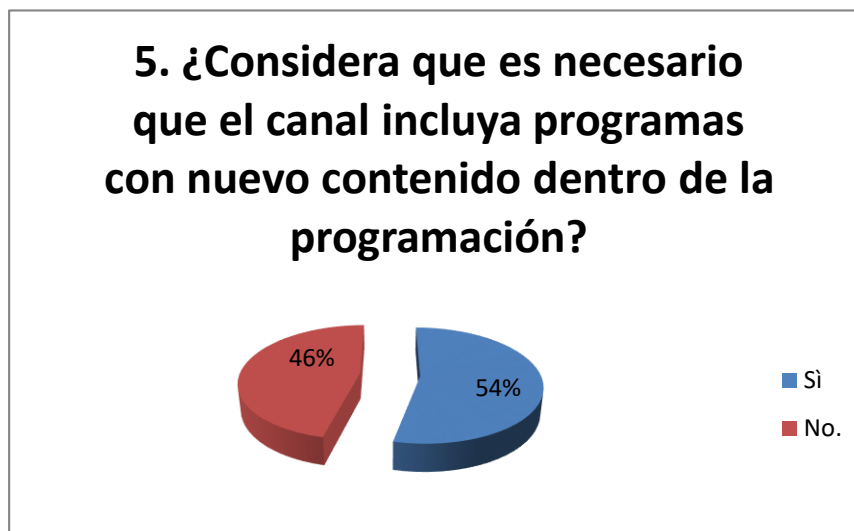


| Encuestados | Noticias y Mas | Festival de marimbas | No conocen | Otros | Total |
|-------------|----------------|----------------------|------------|-------|-------|
| Personas    | 98             | 33                   | 207        | 26    | 384   |

Interpretación. En la presente gráfica podemos observar que un 57% de los encuestados no conocen el canal Óptimo 23, mientras que un 27% ven el programa de Noticias y Más, un 9% ven lo que es Mazatenango 2000, y un 7% ven otros tipos de programas.

Santa Catarina Ixtahuacán, Santiago Atitlán y comunidad Guineales del departamento de Solola

Cuadro 34. Nueva programación.



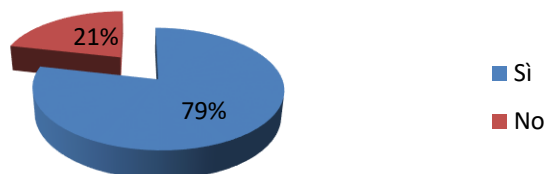
| Encuestados | Sí  | No  | Total |
|-------------|-----|-----|-------|
| 384         | 206 | 178 | 384   |

Interpretación. En la presente gráfica podemos observar que un 54% de las personas encuestadas respondieron que sí es necesario implementar nuevo contenido a los programas dentro de la programación, tales como Tips de belleza, capsulas informativas de última hora entre otros. Y un 46% consideran que no pueden opinar ya que no conocen el canal.

Santa Catarina Ixtahuacán, Santiago Atitlán y comunidad Guineales del departamento de Sololá

Cuadro 35. Incluyera programa de la mujer.

### 6. ¿Le gustaría que dentro de la programación se incluyera un programa especial para la mujer?



| Encuestados | Sí  | No. | Total |
|-------------|-----|-----|-------|
| Personas    | 297 | 87  | 384   |

Interpretación. De acuerdo a la gráfica se puede definir que un 79% de los encuestados sí les gustaría un programa especial para la mujer, porque consideran que es necesario dar a conocer los derechos de la mujer, tips de belleza, y dar a conocer el no contra la violencia contra la mujer, y que aunque no tiene ese canal un programa de la mujer es un excelente programa que a todas las personas les gustaría ver. Mientras que un 21% respondió que no es necesario, que sería buena un programa juvenil, de complacencias musicales, o un programa infantil entre semana en las tardes.

Santa Catarina Ixtahuacán, Santiago Atitlán y comunidad Guineales del departamento de Sololá

Cuadro 36. Horario

### 7. ¿Si se creara un programa para la mujer qué horario le gustaría verlo?



| Encuestados | 9:00 a.m. | 11:00 a.m. | 6:00 p.m. | 8:00 p.m. | Total |
|-------------|-----------|------------|-----------|-----------|-------|
| Personas    | 89        | 45         | 73        | 177       | 384   |

Interpretación. Con referencia a la presente gráfica podemos observar que un 46% de los encuestados les gustaría el programa a las 8:00 p.m. ya que es en un horario donde ya se encuentran en su casa después del trabajo y porque es un horario donde no tienen que realizar actividades en su hogar, mientras que un 23% les gustaría a las 9:00 a.m., un 19% les gustaría a las 6:00 p.m. y un 12% a las 11:00 a.m.

Santa Catarina Ixtahuacán, Santiago Atitlán y comunidad Guineales del departamento de Sololá

Cuadro 37. Día le gustaría verlo.

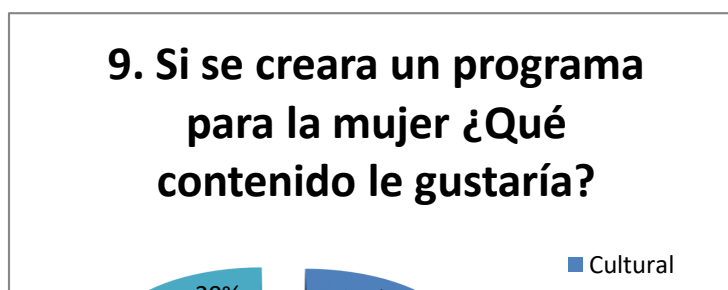
**8. Si se creara un programa para la mujer ¿Qué día le gustaría verlo?**

| Encuestados | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo | Total |
|-------------|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|-------|
| Personas    | 12    | 34     | 23        | 98     | 78      | 69     | 70      | 384   |

Interpretación. Con referente a la gráfica podemos definir que un 26% respondieron que el día jueves es el mejor día para la transmisión del programa, y un 20% respondieron que el día domingo es un buen día para presentar dicho programa, mientras un 18% respondieron que el sábado y viernes, un 9% el día martes, también un 6% miércoles y un 3% respondieron que el día Lunes.

Santa Catarina Ixtahuacán, Santiago Atitlán y comunidad Quinéales del departamento de Sololá

Cuadro 38. Contenido del programa



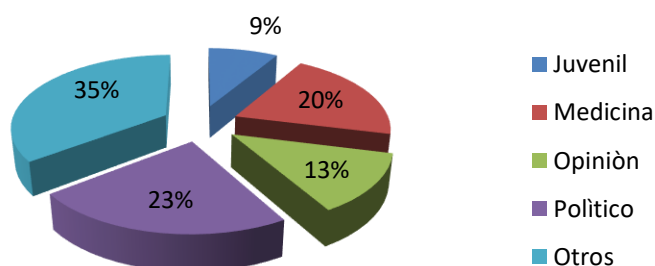
| Encuestados | Cultura | Belleza | Cocina | Entrevistas a mujeres destacadas. | Otros | Total |
|-------------|---------|---------|--------|-----------------------------------|-------|-------|
| Personas    | 98      | 56      | 45     | 106                               | 79    | 384   |

Interpretación. En la presente gráfica podemos observar que un 28% de las personas encuestadas le gustaría un programa de entrevistas a mujeres destacadas, 25% un programa cultural, un 20% les gustaría otros programas, un 15% un programa de belleza, y un 12% un programa de cocina.

Santa Catarina Ixtahuacán, Santiago Atitlán y comunidad Quinéales del departamento de Sololá

Cuadro 39. Otro programa.

### 10. ¿Qué otro programa le gustaría que se implementara en el canal?



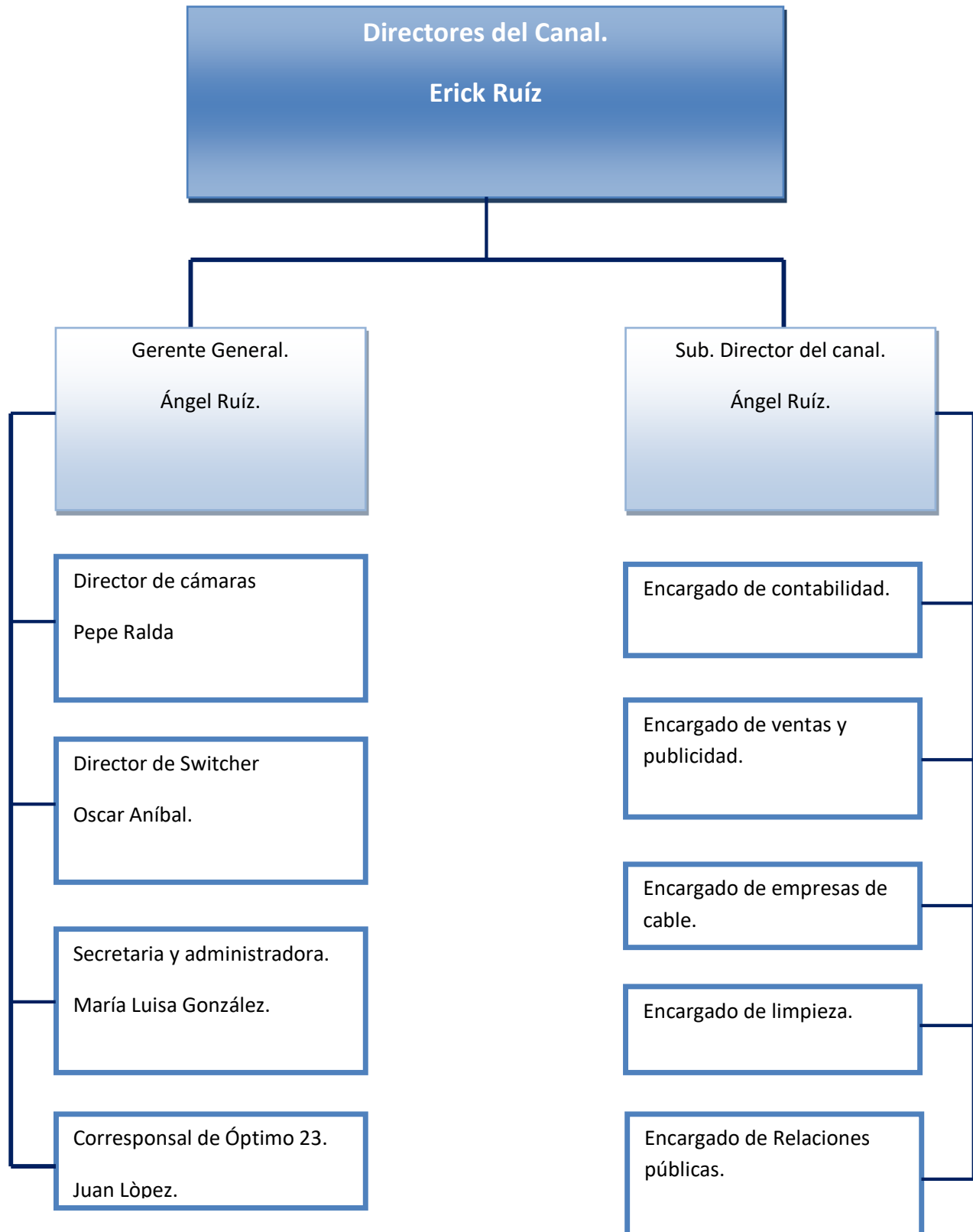
| Encuestados | Mujer | Medicina | Opinión | Político | Otros | Total |
|-------------|-------|----------|---------|----------|-------|-------|
| Personas    | 33    | 78       | 49      | 88       | 136   | 384   |

**Interpretación.** Se puede observar en la presente gráfica que un 35% de las personas encuestadas les gustaría otro tipo de programa, donde den a conocer su cultura y sobre ganadería, un 23% les gustaría un programa político, un 20% un programa de medicina, un 13% un programa de opinión y un 9% les gustaría un programa juvenil.



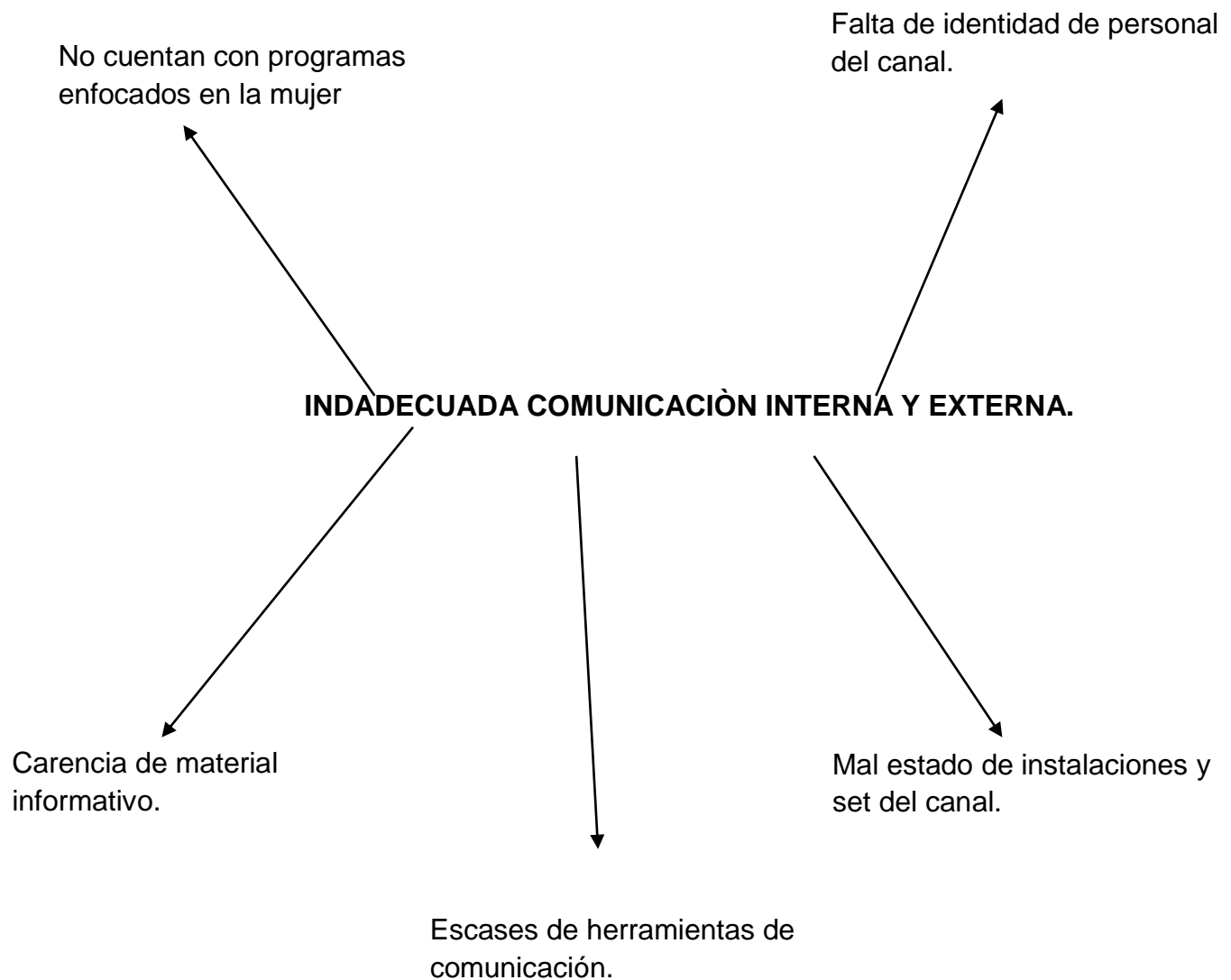
## ORGANIGRAMA DEL CANAL ÓPTIMO 23.

Cuadro 40. Organigrama.



Cuadro 41. Árbol de problemas.

○ **Árbol de problemas.**



- ANEXOS FASE DE EJECUCIÓN.

Figura 1. Identificación de misión y vision.

- Identificación de misión y visión.



Se colocó la misión y visión del canal, fortaleciendo la identidad y conocimiento del personal que labora en el canal.

- **Cartelera Informativa.**

Figura 2. Cartelera Informativa.



loja membretada.

Mejoro la comunicación interna del Canal, y creo un ambiente agradable ya que todos conocían de las actividades por medio de la cartelera.

**ÓPTIMO 23.**

**3av. 5ª. Calle Colonia Obregón zona 2.**

**Mazatenango.**

**Teléfono. 49493708**

---

Figura 4. Foto de programa.

- Programa mirada de mujer.

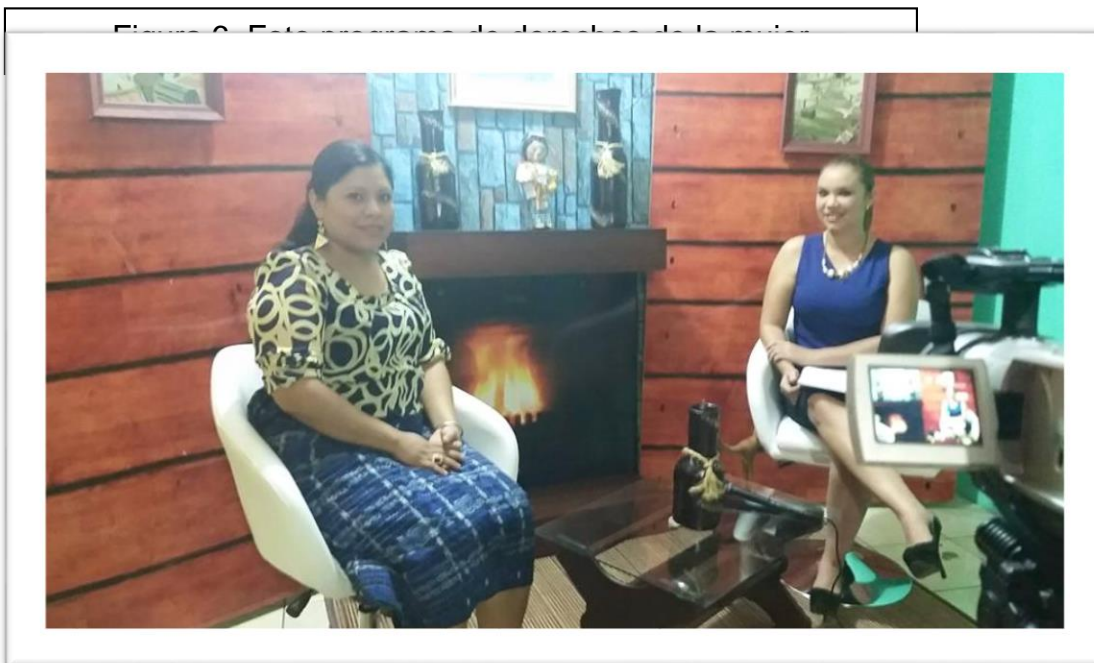


La señorita Heidi Yac, corresponsal de Emisoras Unidas. Programa mujeres destacadas.

Figura 5. Foto de programa.



Programa “ Paso a paso de uñas acrílicas” con Claudia de Salón Clash Secret



La señorita Rosalía Solval, defensora de la mujer indígena en Suchitepéquez.

Figura 7. Programa mujer destacada.



La señora Dolores Domínguez, en programa mujeres destacadas.

Figura 8. Creación de programa.



Grabación de spot publicitario del programa, en Hotel Bambú Mazatenango.

Figura 9. Capsula informativa.



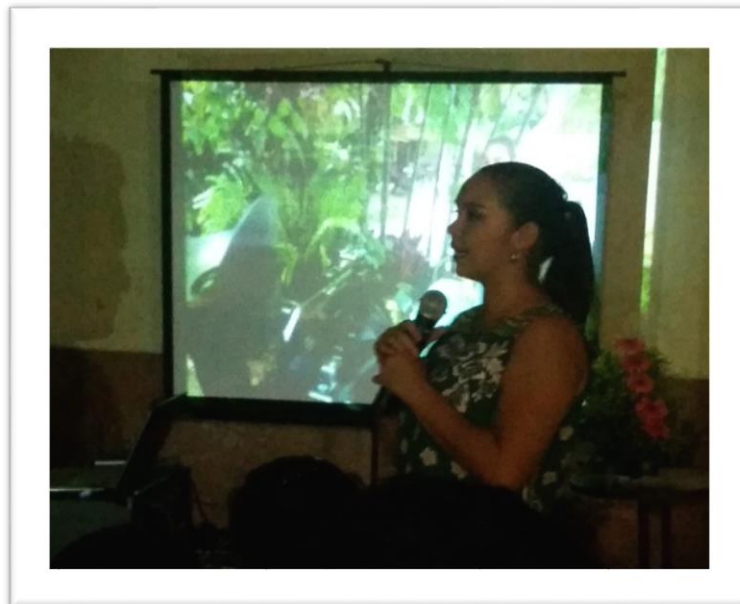
Grabación de una capsula informativa para programa, cuidado de tu piel.

Figura 10. Capacitación de Géneros Periodísticos.



Capacitación sobre ¿Cómo utilizar correctamente los géneros periodísticos?

Figura 11. Charla de periodistas.



Charla de cómo mantener un ambiente laboral estable.



Figura 12. Creación de página de Facebook.

de Facebook de programa.

- Creación de página



Creación de página Mirada de Mujer donde a conductora podría interactuar con los televidentes.



Mazatenango 19 de agosto de 2017

Magister  
Paola Marisol Rabanales  
Coordinadora de las Carreras de Periodista Profesional y  
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación –CUNSUROC-  
Presente

Respetable M.Sc. Rabanales:

Por este medio en mi calidad de docente de la Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Plan Fin de Semana de este Centro Universitario, en cumplimiento de mis funciones como **REVISORA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN**, titulado: **ESTRATEGIA DE MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DEL CANAL ÓPTIMO 23 Y CREACIÓN DE UN PROGRAMA ENFOCADO EN LA MUJER**, elaborado por la estudiante Danna Lucía González López, carnet : 200841383, considero que el mismo reúne los requisitos técnicos suficientes, en cuanto a calidad en su contenido, metodología, pertinencia de los resultados y redacción, por lo que me permito emitir, **DICTAMEN FAVORABLE** a fin de que continúe con el trámite respectivo.

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente,

Lcda. MA. María del Carmen Alvarado Alvarado  
Revisor de Trabajo de Graduación

*"Id y Enseñad a Todos"*





**USAC**  
**TRICENTENARIA**  
 Universidad de San Carlos de Guatemala

Mazatenango 30 de julio de 2019  
 SOL. L.C.C. No. 01-2019

Dr. Guillermo Vinicio Tello Cano  
 Director del Centro Universitario de Sur Occidente  
 Edificio

Respetable Doctor:

Basada en el dictamen favorable del REVISOR DE TRABAJO SE GRADUACIÓN titulado: **ESTRATEGIA DE MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DEL CANAL OPTIMO 23 Y CREACIÓN DE UN PROGRAMA ENFOCADO EN LA MUJER**, elaborado por el estudiante, Periodista Profesional, **Dana Lucía González López**, carnet **200841383**, CUI **2240 91417 0301**, de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del Plan Fin de Semana de, CUNSUROC.

De conformidad con lo establecido en el artículo 5, del "Normativo Especifico para la Ejecución del Trabajo de Graduación, de la Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del Centro Universitario de Suroccidente -CUNSUROC-", se adjunta el trabajo de graduación completo incluyendo una copia del dictamen respectivo, para su conocimiento, solicitándole el IMPRIMASE del mismo, para que pueda proseguir el trámite respectivo para el Acto Público de Graduación previo a obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente,

  
**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**



MSc. Paola Marisol Rabanales  
 Coordinadora de las carreras de Periodista Profesional y  
 Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Plan Fin de Semana,  
 CUNSUROC



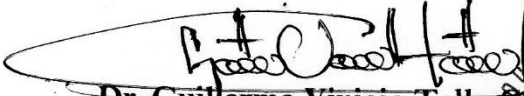
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO DEL SUR OCCIDENTE  
MAZATENANGO, SUCHITEPEQUEZ  
DIRECCIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO

**CUNSUROC/USAC-I-02-2019**

DIRECCIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO DEL SUROCCIDENTE,  
Mazatenango, Suchitepéquez, once de septiembre de dos mil diecinueve. \_\_\_\_\_

Encontrándose agregado al expediente el dictamen del Revisor de Carrera, SE AUTORIZA LA IMPRESIÓN DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN: "ESTRATEGIA DE MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DEL CANAL ÓPTIMO 23 Y CREACIÓN DE UN PROGRAMA ENFOCADO EN LA MUJER", de la estudiante: **Danna Lucía González López**, carné: **200841383**, carné No. **201041116 CUI: 2240 91417 0301** de la carrera Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

  
Dr. Guillermo Vinicio Fello  
Director



/gris