	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	<u>Documento</u>	<u>Código</u>	<u>Fecha</u>	<u>Revisión</u>
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
<u>Dependencia</u>	<u>Aprobado</u>		<u>Pág.</u>	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(54)	

RESUMEN - TESIS DE GRADO

AUTORES	GREISY DAYANA ORJUELA SARABIA
FACULTAD	EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	JUAN PABLO RAMIREZ POSADA
TÍTULO DE LA TESIS	DISEÑO Y EJECUCIÓN DE ALIANZAS Y EVENTOS ESTRATÉGICOS DE EMISORAS MUSICALES DE CARACOL RADIO

RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

EL INFORME DE PASANTÍAS QUE A CONTINUACIÓN SE DESARROLLA, EL CUAL FUE REALIZADO EN CARACOL RADIO, CONTÓ CON UNOS OBJETIVOS QUE FUERON PLANTEADOS Y APROBADOS DE LA SIGUIENTE MANERA: ESTABLECER ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON EMISORAS LOCALES DE CARACOL RADIO PARA LA DEFINICIÓN DE LOS INTERCAMBIOS DE SERVICIOS. DEFINIR EL PRESUPUESTO PARA LA REALIZACIÓN DE LOS INTERCAMBIOS DE SERVICIOS Y, EJECUTAR Y PROMOVER LOS EVENTOS MUSICALES ACORDADOS CON CARACOL RADIO A NIVEL LOCAL. CADA UNO DE ELLOS DESARROLLADOS EN DIFERENTES ACTIVIDADES.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 54	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1
--------------------	----------------	-----------------------	------------------



**DISEÑO Y EJECUCIÓN DE ALIANZAS Y EVENTOS ESTRATÉGICOS DE
EMISORAS MUSICALES DE CARACOL RADIO**

GREISY DAYANA ORJUELA SARABIA

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER SECCIONAL OCAÑA
FACULTAD EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
OCAÑA
2014**

**DISEÑO Y EJECUCIÓN DE ALIANZAS Y EVENTOS ESTRATÉGICOS DE
EMISORAS MUSICALES DE CARACOL RADIO**

GREISY DAYANA ORJUELA

**Informe final de pasantías presentado como requisito para optar el título de
Comunicador Social**

**Director
JUAN PABLO RAMIREZ POSADA
Comunicador Social**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER SECCIONAL OCAÑA
FACULTAD EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
OCAÑA
2014**

CONTENIDO

	pág.
<u>INTRODUCCIÓN</u>	10
<u>1. DISEÑO Y EJECUCIÓN DE ALIANZAS Y EVENTOS ESTRATÉGICOS DE EMISORAS MUSICALES DE CARACOL RADIO</u>	11
1.1 <u>DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA</u>	11
1.1.1 Misión	14
1.1.2 Visión	14
1.1.3 Objetivos de la empresa	14
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional	15
1.1.5 Descripción de la dependencia asignada	15
1.2 <u>DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA ASIGNADA</u>	16
1.2.1 Matriz DOFA	16
1.3 <u>OBJETIVOS</u>	16
1.3.1 General	16
1.3.2 Específicos	16
1.4 <u>DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR LA MISMA</u>	17
2. <u>ENFOQUES REFERENCIALES</u>	18
2.1 <u>ENFOQUE CONCEPTUAL</u>	18
2.1.1 Radio	18
2.1.2 Emisora	18
2.1.3 Caracol Radio	18
2.1.4 Estrategia	18
2.1.5 Presupuesto	19
2.2 <u>ENFOQUE LEGAL</u>	19
3. <u>INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO</u>	21
3.1 <u>PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</u>	21
3.1.1 Alianzas estratégicas con emisoras locales de Caracol radio	21
3.1.2 Presupuesto para la realización de los intercambios de servicios	21
3.1.3 Ejecutar y promover los eventos musicales acordados con Caracol Radio a nivel local.	38
4. <u>DIAGNÓSTICO FINAL</u>	47
5. <u>CONCLUSIONES</u>	48
<u>REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS</u>	49
<u>ANEXOS</u>	50

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Matriz DOFA	16
Cuadro 2. Actividades a desarrollar	17

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Ejemplos de eventos realizados	51

RESUMEN

El informe de pasantías que a continuación se desarrolla, el cual fue realizado en Caracol Radio, contó con unos objetivos que fueron planteados y aprobados de la siguiente manera: Establecer alianzas estratégicas con emisoras locales de Caracol radio para la definición de los intercambios de servicios. Definir el presupuesto para la realización de los intercambios de servicios y, Ejecutar y promover los eventos musicales acordados con caracol Radio a nivel local. Cada uno de ellos desarrollados en diferentes actividades.

Para la ejecución del informe, se realizó con una metodología bajo la modalidad de pasantías, sugerida por la Universidad para la obtención del título de Comunicadora Social.

Los resultados obtenidos fueron satisfactorios, desde el punto que no se encontraron limitaciones en el desarrollo de las actividades, logrando desarrollar una a una las mismas, dejando alianzas estratégicas con los medios vinculados en las actividades.

INTRODUCCIÓN

Diseño y ejecución de alianzas y eventos estratégicos de emisoras musicales de Caracol Radio, es el título dado al informe final de las pasantías ejecutadas en la misma.

Caracol Radio es una cadena radial de Colombia, propiedad del grupo español Prisa Radio, desde el año 2004. La Cadena Radial cuenta con nueve emisoras propias divididas en radio hablada: Cadena Básica de Caracol Radio y W Radio; y en radio musical: Los 40 Principales, Radioactiva, La Vallenata, Tropicana Estéreo, Oxígeno y Colorín Colorradio (transmitida en la Internet). En consorcio están Vibra Bogotá, Candela Estéreo y HJCK. La Dirección Musical de Caracol Radio es una de las dependencias más importantes que tiene el grupo empresarial Prisa, encargada de coordinar y direccionar todas las emisoras musicales del país. Es el punto inicial para cualquier operación no solo del producto al aire sino también de la pre y posproducción del mismo. Dicha Dirección Musical se encuentra inoperante por motivo de cambios de reestructuración del personal, debido a ello nació la necesidad de crear un nuevo cargo para el acompañamiento de la nueva dirección musical. Es ahí donde entra el pasante, para coordinar y ejecutar las nuevas directrices, junto con la respectiva realización de alianzas y eventos.

Con el fin de darle la operatividad suficiente a la dependencia, se realizaron una serie de objetivos, los cuales fueron planteados y desarrollados de la siguiente manera: Establecer alianzas estratégicas con emisoras locales de Caracol radio para la definición de los intercambios de servicios. Definir el presupuesto para la realización de los intercambios de servicios y, Ejecutar y promover los eventos musicales acordados con caracol Radio a nivel local.

La ejecución de estas actividades, son de gran aporte a la carrera, dado que se obtiene aún más conocimiento en el campo a donde se han llevado y los cuales se intercambian para alcanzar resultados satisfactorios, tanto para la empresa como para la Universidad.

1. DISEÑO Y EJECUCIÓN DE ALIANZAS Y EVENTOS ESTRATÉGICOS DE EMISORAS MUSICALES DE CARACOL RADIO

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Caracol Radio es una cadena radial de Colombia, propiedad del grupo español **Prisa Radio**, desde el año 2004. La Cadena Radial cuenta con nueve emisoras propias divididas en radio hablada: Cadena Básica de Caracol Radio y W Radio; y en radio musical: Los 40 Principales, Radioactiva, La Vallenata, Tropicana Estéreo, Oxígeno y Colorín Colorradio (transmitida en la Internet). En consorcio están Vibra Bogotá, Candela Estéreo y HJCK.

Sus principales competencias son RCN Radio, Blu Radio, Todelar Radio y Olímpica Stereo.

En el año 1945, los dueños de la empresa Coltejer, los dirigentes del Partido Liberal y Corral, Luis Uribe Piedrahita, Alberto Arango Tavera, Carlos Sanz Santamaría, José Gómez Pinzón, Alfonso López Pumarejo (Presidente de la República 1934-1938 y 1942-1945) y Alfonso López Michelsen (Presidente de la República 1974-1978), construyen la Sociedad Radiodifusión Interamericana.

El primero de septiembre de 1948, esta empresa se constituye en la Sociedad Radiodifusión Interamericana (SRI) con sede en Bogotá, Colombia. En 1994, la SRI adquiere la estación de radio **Caracol** en la Carrera 9 # 12-23 bajo la gerencia de Gerardo Hernández.

Z \$ \$V \$Ge ge \$ I e \$R \$Q \$WÆ2\$ \$ Ve \$V \$WÆ2\$Te e\$ \$f \$ funcionamiento de las emisoras, se instalaron estaciones en lo alto de las montañas y para agilizar el periodismo radial se utilizaron cintas magnetofónicas y grabadoras portátiles. Esta transformación permitió la transmisión del golpe militar de Rojas Pinilla y su caída, la muerte del Papa Pío XII, la victoria de la revolución cubana y la elección de la primera Miss Universo colombiana Luz Marina Zuluaga.

Caracol g \$ \$g g \$e \$ I g \$ \$e\$Q e e \$ \$Q \$ Pe\$Z \$ \$Ge \$ \$T e\$T \$ \$U \$ \$E e\$J \$ \$Ge e e\$ Ve \$ Q e e \$ Ve \$F ge e e e \$ Pe\$Z \$ \$G g e\$ Pe\$Z \$E e \$ \$T e\$ Pe\$ Z \$ \$E e\$ I g \$ \$Te \$ \$ S e \$ \$T \$ \$K e \$ e \$ g \$e\$ \$ proceso de cobertura en los distintos departamentos de Colombia, especialmente los cafeteros, con radionovela \$, I \$H g \$ \$Reg -\$ eg \$ \$ \$, Q g \$ \$ P \$X -\$ \$ e \$ \$ \$ \$ eg e 2

En manos del director Carlos Pinzón, se lanzaron dos emisoras dedicadas a los ritmos musicales del Rock and Roll y el Merecumbé que hoy en día son Radioactiva y Tropicana Estéreo.

En 1959, Coltejer vendió las acciones de **Caracol** al resto de los socios y el director Julián Ospina hizo transformaciones administrativas, creando departamentos y una división técnica del trabajo, lo que le dió a este medio de comunicación un perfil de empresa moderna.

Con su rápido crecimiento, por la adquisición de 54 emisoras en 14 ciudades, **Caracol** se involucró en la transmisión de eventos deportivos internacionales, tanto así que ganó los derechos del Mundial de Fútbol Chile 1962.

G \$ e e\$ e e \$e\$Ge e\$Ve e \$g \$JQ\$I \$ \$ R g \$Ve e\$ F e \$ \$g \$g \$ Ve \$\$ ge\$JQ\$I \$ \$e\$e e\$G e E fe \$ El grupo empresarial Bavaria S.A., del banquero Julio Mario Santo Domingo, asumió el control de **Caracol** con el 71% de las acciones en 1987 tras una huelga de empleados que duró 47 días y dejó económicamente inestable a la Cadena Radial.

Pe\$ e\$egg \$ \$ e\$ e\$ e\$ \$e\$g e\$ \$e\$e e\$ Ve \$W e e \$ \$ \$ transmisores de 50W por un valor de 1.500 millones de pesos, en 1988. Fernando Londoño Henao se retiró de la gerencia y Ricardo Alarcón Gaviria asumió el cargo hasta 1999 permitiendo que **Caracol** se recuperara y se destacara entre los medios de comunicación.²

I \$ e\$ ge\$ \$ \$ g \$e\$ \$ e \$ ge \$ F e \$ ge\$ ge \$ Ve eg ge \$V g \$ \$V \$ Ve \$V g \$ ge\$ e \$EQ \$ \$ G e \$EQ \$ música romántica.

²Ibid. p.2.

A inicios de los años 90, el expresidente César Gaviria inauguró el centro de producción radial de la Carrera 39ª # 15-81. Con una nueva sede, se hizo una renovación tecnológica, convirtiéndose en un moderno centro de producción radial del continente. Entró en uso el satélite Panamá para enlazar las emisoras de los distintos sistemas radiales, sustituyendo el empalme que se realizaba por las montañas colombianas.

Además, se introdujo el sistema Basys para la recepción y organización de noticias y el sistema Dalet, que reemplazó los antiguos métodos de grabación y manejo de pautas publicitarias.

En 1992, Colombia sufrió un fuerte verano, lo que obligó al gobierno a adelantar 60 minutos la hora oficial y hacer apagones generales en la noche. Para acompañar a los colombianos, se creó el programa La Luciérnaga dirigido por Hernán Peláez Restrepo y acompañado por periodistas, humoristas e imitadores. Hoy en día continúa su transmisión, reconocida por ser la más escuchada en las tardes.

El sistema **Caracol** continuó su crecimiento, ubicándose en 13 ciudades con servicios sociales y programación noticiosa local y nacional. También tenía 69 emisoras afiliadas a nivel nacional que transmitían parte de la programación del sistema radial.

En esta década se dio inicio a Colorín Colorradio como la primera emisora exclusiva para niños, y se consolidaron seis sistemas musicales: Tropicana, Caracol Estéreo, Corazón Estéreo, Oxígeno FM, Allegro y La Vallenata.

Con el objetivo de crear un holding de emisoras en los países de Latinoamérica llamada Grupo Latino de Radio (GLR), en 1999 el **Grupo Prisa** compró el 19% de las acciones de **Caracol**. El proyecto, con sede en Miami y gerenciado por José Manuel Martín, unió las emisoras del Grupo Bavaria (Estados Unidos, Chile, Francia, Panamá y **Caracol Radio**). Unos años después, bajo la dirección de Jaime Polanco, a GLR se unió México, Argentina y se amplió la emisora de Chile.³

En el año 2003, el Grupo Bavaria entregó el control total de la compañía al grupo de medios más grande de España, también dueño del periódico El País, la cadena radial Ser, el diario deportivo AS, los canales de televisión Canal+, Canal Satelital Digital y la editorial Santillana.

Los cambios que implantó **Caracol**, bajo la dirección de Ana María Delgado, fueron para conquistar la audiencia en Latinoamérica y en Estados Unidos. Julio Sánchez Cristo dejó La FM y pasó a ser parte del equipo de **Caracol** y luego director de W Radio Colombia. También se seleccionó un director único del servicio informativo para alimentar las emisoras habladas.

³ Ibid., p.5.

En el 2005, Jesús de Polanco, presidente del **Grupo Prisa**, y Ricardo Alarcón Gaviria, presidente de **Caracol Radio**, inauguraron la nueva sede de la Cadena Radial en la Calle 67 # 7-37 en compañía del expresidente Álvaro Uribe Vélez y del cantante Juanes. Cinco años después, el 12 de agosto, el edificio fue víctima de un carro bomba.

El estallido ocurrió a las 5:30 de la mañana y los hechos fueron narrados por la Cadena Básica, W Radio, Los 40 Principales y Radioactiva, quienes estaban transmitiendo a esa hora.

Caracol Radio y el **Grupo Prisa** han hecho un equipo sólido en que se ha aprovechado la experiencia radial de cada uno, respetando la idiosincrasia de Colombia en este medio de comunicación, cubriendo todo el territorio nacional, latinoamericano, de México, Estados Unidos y España.

1.1.1 Misión. Somos la opción preferida en información, entretenimiento y servicios a través de la radiodifusión y nuevos medios electrónicos no convencionales. Actuamos con responsabilidad social y con valores fundamentales; defendemos el derecho a la información, la democracia y la libre empresa. Facilitamos el desarrollo de nuestra gente, la satisfacción de los anunciantes y la adecuada rentabilidad de los accionistas.

1.1.2 Visión. Caracol Radio será reconocida por lograr y mantener una diferencia significativa de sintonía radial, ser líder en el desarrollo de nuevas experiencias de comunicación, ser la alternativa más competitiva en el escenario de los medios, mantener operaciones nacionales e internacionales exitosas, fomentar la innovación y alcanzar la excelencia de nuestra gente.

Valores corporativos.

Respetamos a nuestros oyentes.

Sentimos pasión por el servicio.

Somos conscientes entre lo que pensamos, decimos y hacemos.

Respetamos el derecho a la información y escuchamos a todos con atención.

Somos honestos en todos los actos de nuestra vida.

Unimos esfuerzos hacia el logro de los objetivos comunes.

Somos creativos y aprendemos continuamente.

Mantenemos la mística con Caracol y el compromiso con nuestra gente.

1.1.3 Objetivos de la empresa. Transmitir a todo el territorio Nacional e Internacional con sus frecuencias AM, FM y vía Web, con información y entretenimiento para lograr que el oyente se identifique con cada uno de sus contenidos.⁴

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional.



1.1.5 Descripción de la dependencia asignada. La Dirección Musical de Caracol Radio es una de las dependencias más importantes que tiene el grupo empresarial Prisa, encargada de coordinar y direccionar todas las emisoras musicales del país. Es el punto inicial para cualquier operación no solo del producto al aire sino también de la pre y posproducción del mismo.

Dicha dirección musical a Nivel local se encuentra a cargo de Andres Muñoz, y Rafael Narváez encargado de la Dirección Nacional de Emisoras.

La dirección musical se encuentra constituida y dividida por dos categorías, como son las emisoras juveniles de Oxígeno Urbano, Radioactiva y Los 40 Principales.

Y las emisoras adultas de Tropicana y la Vallenata.

1.2 DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA ASIGNADA

La Dirección Musical de Caracol Radio se encuentra inoperante por motivo de cambios de reestructuración del personal, debido a ello nació la necesidad de crear un nuevo cargo para el acompañamiento de la nueva dirección musical. Es ahí donde entra el pasante, para coordinar y ejecutar las nuevas directrices, junto con la respectiva realización de alianzas y eventos.

1.2.1 Matriz DOFA

Cuadro 1. Matriz DOFA.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Se cuenta con el recurso humano y tecnológico necesario.	No se cuenta con el personal suficiente para ejercer actividades de campo.
Respeto y compromiso del grupo de Trabajo.	Falta de comunicación de la dirección musical nacional con las emisoras del resto del país.
Comunicación bidireccional y escucha activa entre director y equipo de trabajo.	
Disponibilidad equipos.	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Se encuentra entre las emisoras más influyentes y escuchadas de todo el país.	Pérdida de audiencia y credibilidad de nuestras emisoras.

Fuente. Pasante del proyecto

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 General. Diseñar y ejecutar alianzas y eventos estratégicos de las emisoras musicales de Caracol Radio a nivel local.

1.3.2 Específicos. Establecer alianzas estratégicas con emisoras locales de Caracol radio para la definición de los intercambios de servicios.

Definir el presupuesto para la realización de los intercambios de servicios.

Ejecutar y promover los eventos musicales acordados con caracol Radio a nivel local.

1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LA MISMA

Cuadro 2. Actividades a desarrollar

Objetivo general	Objetivos específicos	Actividades
Diseñar y ejecutar alianzas y eventos estratégicos de las emisoras musicales de Caracol Radio a nivel local.	Establecer alianzas estratégicas con emisoras locales de Caracol radio para la definición de los intercambios de servicios.	Reunión previa con el jefe inmediato donde se determina la emisora que más convenga para la realización del respectivo evento. Se tienen en cuenta el público objetivo, el producto que se va a promover, como también cuál de las emisoras le genera mayor dividendo a la empresa, dependiendo de esto, se decide cuál de las emisoras es la que va a realizar la pauta.
	Definir el presupuesto para la realización de los intercambios de servicios.	Se analiza las pautas y presupuesto que maneja las cinco emisoras de Caracol Radio, para luego definir la mejor oferta que beneficie a las partes, no solo la que genere mayor ganancia sino la que pueda satisfacer a nuestros oyentes fieles, como también a los oyentes potenciales.
	Ejecutar y promover los eventos musicales acordados con Caracol Radio a nivel local.	Estando las partes en un mutuo acuerdo, se lleva a cabo la ejecución de las actividades, como es todo el manejo de la producción, asistencia técnica, humana, manejo de la prensa, en fin toda la logística para llevar a feliz término dicho evento.

Fuente. Pasante del proyecto

2. ENFOQUES REFERENCIALES

2.1 ENFOQUE CONCEPTUAL

2.1.1 Radio. La radio es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas. Estas ondas no requieren un medio físico de transporte, por lo que pueden propagarse tanto a través del aire como del espacio vacío. Una onda de radio se origina cuando una partícula cargada (por ejemplo, un electrón) se excita a una frecuencia situada en la zona de radiofrecuencia (RF) del espectro electromagnético. Otros tipos de emisiones que caen fuera de la gama de RF son los rayos gamma, los rayos X, los rayos cósmicos, los rayos infrarrojos, los rayos ultravioleta y la luz. Cuando la onda de radio actúa sobre un conductor eléctrico (la antena), induce en él un movimiento de la carga eléctrica (corriente eléctrica) que puede ser transformado en señales de audio u otro tipo de señales portadoras de información.⁵

2.1.2 Emisora. Para este documento señalaremos que una emisora es una estación de radio que emite una programación, para ello desarrolla las siguientes actividades:

Produce contenidos

Emite contenidos

Administra la programación

2.1.3 Caracol Radio. Es un sistema de estaciones de radio que cubre todo el territorio colombiano. Es propiedad del grupo español PRISA desde 2003. Sus principales competidores son Blu Radio, RCN Radio, Todelar Radio y Olímpica Stereo.

Estas son las emisoras que pertenecen a la Cadena Caracol: Radioactiva, La Vallenata, Tropicana, Q'Hubo Radio Bogota, W Radio, Bésame (La Voz de Colombia en Medellín y Bésame Cali), Oxígeno y Los 40 Principales y su Señales Satelitales Caracol Radio Satelital y W Radio Satelital.

Caracol Radio cubre todo el territorio nacional con estaciones en las capitales del país, desde donde también originan informativos locales y conectan con la cadena básica para informar en cada región.⁶

2.1.4 Estrategia. Este principio es utilizado en las empresas para tener una ventaja entre sus competidores, ya que las empresas elaboran un plan estratégico como: valores, visión, objetivos y metas, para aplicarlos en las actividades a la que se dirige su empresa, de esta manera disminuyen costos, aumentan productividad, se aumenta la participación de los empleados, y se tiene un liderazgo en la empresa.

⁵ COMFATOLIMA. Concepto de radio (online). 1 ed. [Tolima]: Colegio del Tolima, 2012 [citado 26 abr., 2014]. Disponible en: www.colegiocomfatolima.edu.co/index.php?option=com...id...

⁶ CARACOL. Caracol Radio (online). [Bogotá]: Caracol, 2014 [citado 23 may., 2014]. Disponible en: www.caracol.com.co

Este enfoque es aplicado por cada empresa de manera diferente ya que cada empresa es la encargada de seleccionar el tipo de competencia que se crea conveniente para alcanzar sus objetivos, por lo cual ninguna empresa tiene el mismo tipo de competencia en un mercado. La empresa antes de seleccionar el tipo de competencia debe tener en cuenta, recursos, y capacidades que la empresa tiene, para que no haya problemas para que se cumplan las metas, y se logren los objetivos de la empresa.⁷

2.1.5 Presupuesto. Es un documento que refleja una previsión o predicción de cómo serán los resultados y los flujos de dinero que se obtendrán en un periodo futuro. El presupuesto es una guía de acción que ayuda a los trabajadores a darse cuenta de las prioridades y objetivos de la empresa y minimiza el riesgo al ser un plan de acción con actividades marcadas para su consecución.

Además, es fácil revisarlo y comprobar qué partes de la empresa no han cumplido el presupuesto y cuáles han sido los motivos.

Es un cálculo aproximado de los ingresos y gastos que se obtendrán tras la realización de la actividad. Podemos decir que el presupuesto es una meta para la empresa que ha de cumplir para la consecución de sus objetivos y marcar las prioridades.

En las empresas pequeñas los presupuestos se establecen basándose en los resultados obtenidos en ejercicios anteriores.

Los presupuestos se basan en proyectos concretos, por ellos, cuanto más grande sea la empresa, más difícil será crear una visión general/global de todos los acontecimientos económicos que tendrán lugar a lo largo del periodo.

También, se pueden basar los presupuestos en los gastos e ingresos de los distintos departamentos dentro de una empresa, pero se tiene que tener una visión tanto interdepartamental como global.

2.2 ENFOQUE LEGAL

La legislación vigente de radio en Colombia tiene su fundamento en la Constitución Reg e \$I \$e g \$64 \$ \$ e\$Ge e\$ e e\$ W\$ e e e\$e\$ e\$ e\$ e\$ f e \$ \$ expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá g e 2

⁷ CLUB PLANETA. Logotipo (online). 1 ed. [Medellín]: Club Planeta, 2010 [citado el 23 nov., 2013]. Disponible en: <http://www.trabajo.com.mx/queesunlogoyparaquesirve.htm>

⁸ MINISTERIO DE COMUNICACIONES. Políticas para la radiodifusión en Colombia. Disponible en: <http://archivo.mintic.gov.co/mincom/documents/portal/documents/root/correcciones%20mintic/DocPoliticaSe ctRadiodifusionSon.pdf>

El espectro radioeléctrico es un recurso público inalienable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado.

Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley. Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro radioeléctrico.

Hay otro conjunto de normas básicas compuesto por la ley 72 de 1989 que estableció los principios y régimen de concesión y la ley 80 de 1993 según la cual las licencias de operación se deben otorgar de acuerdo con principios de selección objetiva, transparencia y economía, además de los requisitos de carácter social, jurídico, económico y técnico, propios de cada servicio.

El ordenamiento de las telecomunicaciones en Colombia tiene, además, una serie de previsiones muy importantes orientadas no sólo al cumplimiento de las condiciones técnicas del servicio de telecomunicaciones, sino de las responsabilidades de carácter social que asumen los concesionarios. Por ejemplo, la ley 74 de 1966 establece que los servicios de telecomunicaciones serán utilizados responsablemente para contribuir a la defensa de la democracia, a la promoción de la participación de los colombianos en la vida de la Nación y la garantía de la dignidad humana y de otros derechos fundamentales consagrados en la Constitución.

En 1995, según el decreto 1446, se estableció la clasificación del servicio de radiodifusión así: comercial, comunitaria e interés público. Al mismo tiempo se dictaron los decretos 1445 y 1447, los cuales adoptaron los planes técnicos nacionales de radiodifusión sonora, reglamentaron la concesión del servicio, determinaron los criterios y conceptos tarifarios y establecieron las sanciones aplicables al servicio.

Otros desarrollos normativos se produjeron con el decreto 348 de 1997, que estableció la posibilidad de otorgar licencias de radiodifusión a la Fuerza Pública en gestión directa; y, el decreto 1021 de 1999, mediante el cual se definieron los métodos de financiación para la radio comunitaria y de interés público. En tiempo reciente, mediante decreto 1981 de 2003, se reglamentó la radio comunitaria.

Estos decretos constituyen la estructura básica de la radiodifusión en Colombia.⁹

⁹ RADIODIFUSORA. Decretos de radio difusión en Colombia (online) [Bogotá]: Radiodifusión, 2010 [citado 20 de mayo, 2014]. Disponible en: <http://archivo.mintic.gov.co/mincom/documents/portal/documents/root/correcciones%20mintic/DocPoliticaSectRadiodifusionSon.pdf>

3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO

3.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

3.1.1 Alianzas estratégicas con emisoras locales de Caracol radio para la definición de los intercambios de servicios. Para la realización de las alianzas se realizó una reunión previa con el jefe inmediato donde se determina la emisora que más convenga para la realización del respectivo evento. Cada inicio de semana se hace una reunión para establecer que emisora será la mejor o la que cumpla la expectativa del cliente para realizar las actividades que se tienen establecidas para el mes, Caracol radio en este año 2014 junto con sus emisoras musicales establecieron que cada emisora por mes realizara 3 o 4 actividades dependiendo de la magnitud del evento.

A su vez, se tuvo en cuenta el público objetivo, el producto que se va a promover, como también cuál de las emisoras le genera mayor dividendo a la empresa, dependiendo de esto, se decide cuál de las emisoras es la que va a realizar la pauta. Después de escoger la emisora se reúne al director de dicha emisora con el grupo de trabajo para presentarles la actividad a desarrollar y que estos den las ideas para ejecutar la actividad y si cumplen las expectativas del cliente y el público objetivo, cada emisora tiene un público objetivo diferente y no todas pueden desarrollar los proyectos, por eso se escoge una emisora líder.

Después que el director de la emisora y el director general estén de acuerdo con la actividad se pasa a la próxima tarea.

3.1.2 Presupuesto para la realización de los intercambios de servicios. Para la realización del presupuesto, primero se analiza las pautas y presupuesto que maneja las cinco emisoras de Caracol Radio, para luego definir la mejor oferta que beneficie a las partes, no solo la que genere mayor ganancia sino la que pueda satisfacer a nuestros oyentes fieles, como también a los oyentes potenciales. Las cinco emisoras de Caracol radio cuentan con un presupuesto unificado para las necesidades de cada emisora, por eso cuando se va a realizar una actividad con alianza se necesita analizar las pautas y los presupuestos para así definir que emisora es la que cuenta con el dinero necesario para hacer el intercambio de servicios con el cliente, siempre la emisora gana más que el cliente, pues el cliente siempre da los premios, la pauta dependiendo del rango donde quiera pautar, la ciudad y la emisora.

Ejemplo: <http://www.caracol.com.co/dmz/mediakit/>

A continuación se relacionan los tarifarios donde se establecen los costos y presupuestos dependiendo de la emisora que se quiera pautar.

PRESUPUESTO POR CUÑAS DE 30 MINUTOS.

Emisora	Dial	Morning Show's	Franja musical (lunes a viernes)	Noche, fin de semana y festivos	Remotos (2 horas)
La Vallenata	97.4 FM	430.000	374.000	350.000	4.240.000
	102.3 FM	243.000	212.000	127.000	3.400.000
40 Principales	88.6 FM	153.000	135.000	130.000	2.022.000
	89.9 FM	430.000	378.000	350.000	8.400.000
	90.5 FM	214.000	214.000	214.000	3.426.000
	99.4 FM	244.000	213.000	128.000	3.435.000
	90.3 FM	68.000	62.000	59.000	645.000
Oxígeno ²	100.4 FM	430.000	378.000	350.000	5.618.000
Dradicackta	97.9 FM	493.000	388.000	350.000	7.350.000
	88.9 FM	250.000	218.000	130.000	3.606.000
Tropicana	102.9 FM	430.000	378.000	350.000	8.988.000
	102.9 FM	276.000	240.000	144.000	7.900.0000
	89.1 FM	153.000	135.000	130.000	2.022.000
	97.5 FM	92.000	88.000	83.000	864.000
	102.0 FM	76.000	66.000	61.000	663.000
	90.7 FM	98.000	85.000	78.000	940.000
	106.3 FM	100.000	88.000	84.000	940.000
	91.7 FM	96.000	85.000	78.000	940.000
	94.7 FM	64.000	55.000	50.000	648.000
	93.7 FM	112.000	100.000	89.000	1.970.000
	93.1 FM	227.000	227.000	227.000	7.415.000
	103.1 FM	85.000	85.000	85.000	899.000
	98.3 FM	89.000	90.000	89.000	899.000
	100.1 FM	93.000	94.000	93.000	718.000
	106.1 FM	68.000	68.000	68.000	741.000
	104.7 FM	143.000	120.000	113.000	2.022.000
	100.7 FM	92.000	74.000	68.000	762.000
107.3 FM	71.000	62.000	57.000	685.000	

Fuente. Pasante del proyecto

El presupuesto para la alianza se define dependiendo de la emisora y en que programa o horario se vaya a transmitir la cuña, todos los segmentos de las emisoras cuentan con una tarifa diferente, por eso se define de acuerdo a las necesidades del cliente y en donde esté el público objetivo de esta alianza.

Estando las partes en consenso, se lleva a cabo la ejecución de las actividades, tales como el manejo de la producción, asistencia técnica, humana, manejo de la prensa y toda la logística para llevar a feliz término dicho evento.

EJEMPLO DE EVENTOS REALIZADOS POR LA PASANTE
 EVENTO 40 2013
 INFORME DEL EVENTO 40

Con más de 60.000 asistentes, 24 artistas y grupos, los 40 Principales y Tigo lograron un show sorprendente con todos los géneros y artistas nacionales e internacionales en la edición número 16 del Evento 40.

El concierto más esperado por los capitalinos, inició desde la 1 de la tarde en el parque Simón Bolívar con la presentación del show de marca de Buscapina Fem.

En términos de producción todo funcionó perfectamente.

ARTISTAS DEL EVENTO 40

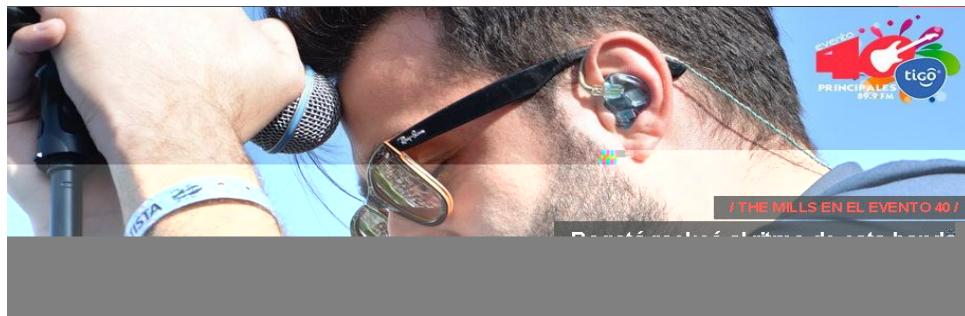
Descarga Urbana Oxígeno



La descarga urbana de la emisora Oxígeno comenzó a la 1 de la tarde con la presentación del Dj Jhon Marin; luego llegaron las actuaciones de los artistas:

DOS DE 3
MAURICIO RIVERA
SMALL
SHAKO
LIL SILVIO Y EL VEGA
CHEKA
KEVIN FLOREZ
NICKY JAM

SHOW RADIOACKTIVA



El momento Show Radioactiva estuvo a cargo de dos de las mejores bandas de rock de Colombia: Pirañas y The Mills.

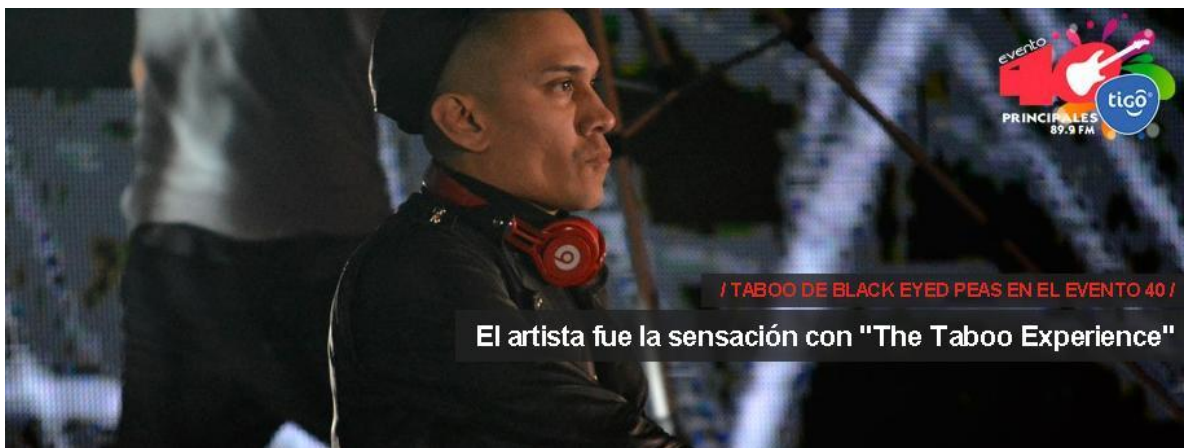
MOMENTO 40 POP



El momento pop en el Evento 40 inició a las 4 de la tarde con las presentaciones de los siguientes artistas:

MOJITO LITE
ANDRES PARRA
PISO 21
MAURICIO Y PALO DE GUA
MIRANDA
MARIN Y LA BUSETA

ARTISTAS 40 PRINCIPALES



Sobre las 5: 30 de la tarde inició el show más esperado por todos los asistentes al Evento 40, debido a la importancia de los artistas tanto nacionales como internacionales. Uno tras otro subieron a la tarima para cantar sus más grandes éxitos.

BUXXI
ALKILADOS
MAGIC JUAN
JOWEL Y RANDY
NATALIA PARIS
TABOO
J BALVIN
ÑEJO Y DALMATA

PATROCINADORES O CLIENTES DEL EVENTO 40

Tigo Music. Para entregar las boletas para el evento, el patrocinador organizó en sus centros de experiencias, actividades como recambios con sus productos.

Además, durante el Evento 40 tuvieron una zona VIP, una carpa equipada con tecnología y comodidades para los asistentes, en la cual estuvieron los artistas y clientes de Caracol.

Buscapina Fem. Como estrategia para promocionar y entregar entradas para el Evento 40, realizaron por medio de sus redes sociales con concursos y demás.

Al iniciar el evento, este patrocinador llevó un artista llamado Ezequiel quien tuvo una breve presentación abriendo el concierto.

Totto. Para la entrega de boletería, este patrocinador utilizó sus puntos de venta realizando recambios con sus productos.

Durante el evento, Totto \$ \$ \$ \$e e \$ \$e e\$ e e \$ fe 2

Servientrega. Para la entrega de boletería, este patrocinador utilizó sus puntos de venta realizando recambios con sus productos.

Maltíz. Para la entrega de entradas al evento, este patrocinador realizó recambios con sus productos y durante el evento también los entregó gratis.

EJEMPLO DE EVENTO CON ALIANZA:

ACUERDO PARA LA REALIZACION DE ALIANZAS EN LAS EMISORAS
CELEBRADO ENTRE CARACOL S.A. y UNITED INTERNATIONAL PICTURES
LTDA- IUP NIT: 8600283060

Entre CARACOL S.A., NIT 860014923-4, representado en este acto por ANA CRISTINA ORTIZ domiciliado en Bogotá, D.C., identificado como aparece al pie de su firma, quien en adelante se denominará CARACOL por una parte y por la otra, UNITED INTERNATIONAL PICTURES LTDA- IUP NIT: 8600283060 representado en este acto por HÉCTOR ROSAS, domiciliado en Bogotá, D.C., identificado como aparece al pie de su firma, quien en adelante se denominará EL EMPRESARIO, se ha celebrado la siguiente Alianza Estratégica, conforme a las siguientes cláusulas:

CLÁUSULAS

PRIMERO.- OBJETO. En virtud del presente acuerdo las partes se comprometen a:
COMPROMISOS DEL EMPRESARIO:

EL EMPRESARIO se obliga a entregar a Caracol Radio, emisora Los 40 Principales las siguientes funciones g e \$ \$e\$ g e\$ ONE DIRECTION ASÍ SOMOS g \$ boletería y logo de Los 40 Principales impreso, en las ciudades: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Villavicencio el 24 de Agosto de 2013 en la mañana.

Bogotá: Sábado 24 de Agosto, 10:30 a.m. Cine Colombia Santafé - 85 Boletas Dobles.

Medellín: Domingo 25 de Agosto, 11:00 a.m. Multicine Premium Plaza Royal Films - 70 Boletas Dobles.

Cali: Domingo 25 de Agosto, 11:00 a.m. Multicine Centenario Royal Films - 85 Boletas Dobles.

Barranquilla: Domingo 25 de Agosto, 11:00 a.m. Multicine Americano Cineland- 65 Boletas Dobles.

Villavicencio: Sábado 24 de Agosto, 10:30 a.m. Cine Multiplex Villacetro - 85 Boletas Dobles.

EL EMPRESARIO asume que es el único responsable por la buena calidad de los productos que entregue, por tanto declara expresamente que CARACOL le presta exclusivamente soporte y apoyo en comunicación radial y que exonera a CARACOL de cualquier tipo de culpa o responsabilidad derivada de incumplimientos en la mala calidad, retraso en la entrega de los productos, que entregará en desarrollo de este documento.

COMPROMISOS DE CARACOL: En virtud del presente contrato CARACOL se obliga a:

Durante quince (15) días contados a partir del 9 de Agosto hasta el 24 de Agosto de 2013, CARACOL emitirá 4 AUTOPROMOCIONES diarias de 10 segundos en la emisora Los 40 Principales, para promocionar la actividad y/o productos de EL EMPRESARIO.

SEGUNDA.- VALOR: El valor de la presente negociación es de \$50.000 más IVA. Que se llegare a causar, el mencionado valor será facturado y pagado por las partes. Las partes acuerdan cancelar el monto de la negociación en efectivo o mediante compensación, previa presentación de la respectiva factura.

TERCERA DURACIÓN: La presente Alianza estará vigente desde su firma hasta el 24 de Agosto de 2013.

CUARTA – RESPONSABILIDAD DE EL EMPRESARIO: El EMPRESARIO es el único responsable por el adecuado funcionamiento de todo lo relacionado con su aporte y por tanto declara expresamente que CARACOL, le presta exclusivamente soporte y apoyo en comunicación radial y por lo tanto se encuentra enteramente exonerado de cualquier tipo de culpa o responsabilidad derivada de la promoción de sus productos y/o servicios, así como de los resultados de la promoción de los mismos. EL EMPRESARIO manifiesta que por ser el único responsable de su aporte y de las autopromociones emitidas por CARACOL, por ende es el único responsable de la buena calidad de los productos y/o servicios que se proporcionen, promocionen y/o se entreguen, y, por la totalidad de los trámites legales o permisos que requiera tanto su aporte como la entrega de éste a los oyentes mediante sorteos, juegos promocionales etc.

QUINTA – GARANTIA DE INDEMNIDAD. EL EMPRESARIO garantiza a CARACOL que la protegerá y mantendrá indemne por cualquier acción, reclamación, demanda, denuncia iniciada por cualquier tercero o autoridad gubernamental contra CARACOL, que surjan como consecuencia de los compromisos asumidos por este en este documento.

SEXTA – PROPIEDAD INDUSTRIAL. EL EMPRESARIO reconoce que todas las marcas, nombres comerciales, lemas comerciales, software, diseños y patentes que represente o utiliza CARACOL son propiedad exclusiva de CARACOL; en consecuencia, EL EMPRESARIO no tiene derecho alguno sobre éstos y no podrá utilizarlos en actividades distintas a las relacionadas con la ejecución del presente acuerdo. Queda expresamente estipulado que el presente acuerdo no otorga derecho de licencia de uso a EL EMPRESARIO sobre las marcas de propiedad de CARACOL. EL EMPRESARIO reconoce que las marcas, nombres comerciales, software, diseños y patentes de propiedad de CARACOL o sus empresas y sociedades relacionadas, son activos altamente valiosos para CARACOL, razón por la cual EL EMPRESARIO se obliga y compromete a respetarlas y protegerlas, absteniéndose de ejecutar cualquier acto que pudiera desacreditar o perjudicar dichos nombres y marcas comerciales. Así mismo, en caso de aplicar, EL EMPRESARIO se compromete a que, una vez finalizado este acuerdo, cesará inmediatamente todo uso de las marcas de propiedad de CARACOL.

SEPTIMA – GASTOS E IMPUESTOS. Las partes manifiestan que cada una de las partes asumirá los gastos e impuestos que esta negociación le llegare a causar. No obstante, cualquier pago de derechos de autor o conexos que se generen por la ejecución del presente acuerdo, serán tramitados y pagados por EL EMPRESARIO.

OCTAVA – CUMPLIMIENTO DE NORMATIVIDAD Y VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN. EL EMPRESARIO o anunciante manifiesta expresamente que la publicidad que se emitirá a través de las emisoras de la cadena CARACOL en virtud del presente acuerdo, cumple en su totalidad con la normatividad vigente que regula la

propaganda comercial. Asimismo, EL EMPRESARIO o anunciante manifiesta expresamente que verificó la veracidad de la información contenida en la publicidad que emitirá CARACOL con la realidad del producto o servicio ofrecido. En virtud de lo anterior, EL EMPRESARIO o anunciante exonera a CARACOL de cualquier responsabilidad que pueda derivarse frente a las autoridades y a terceros por la emisión de la publicidad y responderá por los perjuicios y gastos que puedan derivarse por el incumplimiento de lo establecido en El Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011).

NOVENA – MODIFICACIÓN DEL ACUERDO. Este acuerdo solo podrá ser modificado de común acuerdo por las partes que en él intervienen, mediante la celebración y suscripción de convenios adicionales que deberán constar por escrito, y que una vez perfeccionados formarán parte integrante del presente documento.

DÉCIMA CESIÓN Y SUBCONTRATACION. El presente acuerdo se celebra por las calidades inherentes de cada una de las partes, por consiguiente ninguna de ellas podrá ceder total o parcialmente, los derechos y obligaciones derivados del mismo, o subcontratar sin la autorización previa y escrita de la otra parte.

UNDÉCIMA – CUMPLIMIENTO. EL EMPRESARIO se compromete a garantizar la calidad del servicio o producto entregado a través de esta alianza y promocionado por CARACOL.

DUODÉCIMA – CAUSALES DE TERMINACIÓN. La presente negociación se dará por terminada, sin perjuicio de las sanciones a las que haya lugar en los siguientes eventos: 1. Por mutuo acuerdo; 2. Por incumplimiento de cualquiera de las partes de las obligaciones contractuales; 3. Por la cesión o subcontratación de la presente negociación.

DÉCIMA TERCERA – COMUNICACIONES. Las partes recibirán comunicaciones en las siguientes direcciones:

A EL EMPRESARIO:

Héctor Rosas
CE. 342290
Dirección: Carrera. 14 No. 94-65 piso 2
Tel: 6352530

A CARACOL Calle 67 No. 7 37
Teléfono: 3487600

DÉCIMA CUARTA – PENA PECUNIARIA. La parte que incumpla total, parcial o de cumplimiento defectuoso de lo aquí pactado, pagará a la parte cumplida DOS MILLONES DE PESOS MCTE (\$ 2.000.000) a título de pena pecuniaria, y cuyo valor se cobrará ejecutivamente con base en este acuerdo y en la presente cláusula, al cual las partes le reconocen mérito ejecutivo, con la sola afirmación de la parte cumplida respecto del

incumplimiento de la parte incumplida y sin que deba mediar requerimiento judicial o extrajudicial alguno.

DÉCIMA QUINTA PERFECCIONAMIENTO Y EJECUCIÓN. El presente acuerdo se perfecciona y entra en plena ejecución con la firma de las partes que en él intervienen.

DÉCIMA SEXTA – LEY Y DOMICILIO. Para todos los efectos legales, esta negociación se regirá en todos sus aspectos incluyendo su celebración, interpretación, terminación y ejecución por las leyes de la República de Colombia. Su domicilio será la ciudad de Bogotá D.C.

DÉCIMA SÉPTIMA – MÉRITO EJECUTIVO. Este acuerdo contiene las obligaciones claras, expresas y exigibles para las partes y por consiguiente prestará mérito ejecutivo.

Para constancia de lo anterior se suscribe en la ciudad de Bogotá, en dos (2) originales de igual valor el día 5 de Agosto de 2013.

CARACOL S.A.

EL EMPRESARIO

ANA CRISTINA ORTIZ

HÉCTOR ROSAS

Gerente General, Representante legal
cc. 342290

The image is a screenshot of a social media post from the website los40.com.co. The post is dated May 16, 2013, and is titled "La película 'This is us' de One Direction se estrenará en agosto en Colombia". The post features a collage of photos from the movie and a trailer. The text of the post includes a synopsis of the movie, which is about the lives of the band members, and mentions that the movie will be released in Colombia in August. The post also includes social media sharing options for Facebook, Twitter, and Google+, and a link to the official movie poster. The website logo "los40.com.co" is visible in the top left corner, and the text "la casa de ONE DIRECTION en Colombia" is visible in the top right corner. The bottom of the screenshot shows a banner for "Tigo Copa" with the text "Descarga Tigo Copa".

CONVENIO DE INTERCAMBIO DE SERVICIOS CELEBRADO ENTRE CARACOL S.A. Y DON JEDIONDO PRODUCCIONES S.A.S. No. 17681

Entre los suscritos a saber, ADOLFO FRANCISCO DOLÓ, mayor de edad, residente en la ciudad de Bogotá, D.C., identificado con la cédula de extranjería No. 379.584, obrando en su calidad de Representante Legal de CARACOL S.A., Nit. 860014923-4, quien para los efectos del presente convenio se denominará CARACOL por una parte y de la otra, MARIA EUGENIA DÍAZ PASUY, identificada con la cédula de ciudadanía No. 51.878.236, mayor de edad, residente en la ciudad de Bogotá, D.C., obrando en su calidad de representante legal de DON JEDIONDO PRODUCCIONES S.A.S., Nit. 900.139.918-9 quien en adelante se denominará LA OTRA PARTE, han celebrado un convenio comercial de intercambio de servicios que se regula principalmente por las siguientes,

CLÁUSULAS

PRIMERA. – OBJETO. En virtud de este contrato LA OTRA PARTE se obliga en forma independiente, con plena autonomía administrativa y financiera y por su cuenta y riesgo a que Don Jediondo grave en los estudios de CARACOL cuatro (4) cápsulas de contenido de humor de [20 segundos] por semana para el sistema Oxígeno a nivel nacional. Éstas podrán ser transmitidas en cualquier momento en la emisora Oxígeno de CARACOL de cualquier ciudad del país. Como contraprestación CARACOL emitirá autopromociones del Restaurante Don Jediondo Sopitas y Parrilla de LA OTRA PARTE en el Sistema Oxígeno de acuerdo con lo establecido en el presente convenio.

SEGUNDA. – OBLIGACIONES DE LAS PARTES. Además de las obligaciones que surjan de la ejecución del presente convenio y de la ley, las partes se obligan a cumplir con las prestaciones descritas y enumeradas a continuación.

OBLIGACIONES DE LA OTRA PARTE. Son obligaciones de LA OTRA PARTE las siguientes.

LA OTRA PARTE manifiesta que el material de las Cápsulas es de su propiedad, es decir que posee en un ciento por ciento (100%) los derechos de autor de dichos contenidos, por lo cual manifiesta expresamente que no está violando los derechos de autor ni de propiedad intelectual de un tercero. En todo caso, LA OTRA PARTE es la directa responsable por reclamaciones de terceros que se formulen en relación con los derechos de que trata este convenio, por lo cual LA OTRA PARTE se obliga a responder por cualquier perjuicio y a mantener indemne a CARACOL por cualquier acción que se inicie contra éste, con fundamento en la violación de tales derechos, por esto LA OTRA PARTE saldrá a la defensa de CARACOL, por concepto de cualquier perjuicio que CARACOL pudiese sufrir, o frente a reclamos o demandas de cualquier clase, presentadas contra CARACOL, que sean resultado de acciones u omisiones llevadas a cabo en desarrollo del presente convenio por LA OTRA PARTE, o imputables a éste o llevadas a cabo o imputables a los empleados, dependientes, agentes o subcontratistas de éste.

LA OTRA PARTE se obliga a tener afiliados al sistema integral de seguridad social a sus funcionarios y encontrarse al día con los pagos de EPS, ARL y régimen general de pensiones. El incumplimiento de lo aquí previsto será justa causa para dar por terminado el presente acuerdo, sin que haya lugar a indemnización alguna, a favor de ninguna de las partes.

LA OTRA PARTE se obliga a respetar el horario, el programa y la ciudad que determine CARACOL para la transmisión de las cápsulas objeto de este intercambio.

LA OTRA PARTE entiende y acepta que no podrá vender ni ceder publicidad alguna para la emisora. Así mismo, entiende y acepta que no tendrá ninguna participación en los dineros que ingresen a CARACOL por cualquier concepto. EL CONTRATISTA en ningún caso podrá transmitir cortesías o campañas cívicas. No puede transmitir pauta que genere facturación a su favor.

LA OTRA PARTE atenderá cualquier observación que CARACOL le formule sobre las cápsulas con contenido de humor.

Las demás que se deriven del cumplimiento de este convenio.

OBLIGACIONES DE CARACOL. Son obligaciones de CARACOL las siguientes.

CARACOL emitirá en el sistema Oxígeno dos (2) autopromociones de veinte segundos ,64 -\$\$e e\$ e\$ \$6.00 p.m. a 5.00 p.m. de lunes a viernes. Las Autopromociones única y exclusivamente promocionarán el restaurante Don Jediondo Sopitas y Parrilla de LA OTRA PARTE. Éstas se emitirán de acuerdo al plan de pauta que las partes acordaron y que se encuentra contenido en el Anexo No. 1, el cual hace parte integral de este convenio. CARACOL se obliga a mencionar ante los oyentes que LA OTRA PARTE es el autor de las cápsulas de humor objeto de este acuerdo.

Las demás que se deriven del cumplimiento de este acuerdo.

TERCERA. – VALOR. El valor total de este acuerdo corresponde a CIEN MIL PESOS (\$100.000) MCTE el cual será facturado y pagado por ambas partes.

CUARTA – DURACIÓN. El presente convenio tendrá una duración de doce (12) meses contados a partir del cinco (5) de noviembre de dos mil trece (2013). Vencido este término, las partes podrán prorrogar la vigencia del mismo por un término igual o menor al inicialmente convenido por medio de acuerdo escrito entre ellas.

QUINTA – CESIÓN Y SUBCONTRATACION. LA OTRA PARTE se obliga a cumplir directamente las obligaciones que contrae por este convenio, y no podrá cederlo total o parcialmente, ni subcontratar con terceros sin autorización previa, expresa y escrita de CARACOL. La cesión que se hiciera en contravención a lo dispuesto en este punto, dará lugar al cobro de la Cláusula Penal establecida en el presente

documento sin perjuicio de las acciones judiciales que se pudieran entablar con el objeto de resarcir los daños causados.

SEXTA – RESPONSABILIDAD E INDEPENDENCIA LABORALES. Para todos los efectos legales, las partes declaran que su relación es de naturaleza civil y que, como consecuencia, LA OTRA PARTE actúa de manera independiente y autónoma, por lo cual deberá ejecutar el contrato íntegramente con sus propios medios, con autonomía técnica, jurídica y directiva respecto de CARACOL. Teniendo en cuenta lo anterior, LA OTRA PARTE reconoce y acepta expresamente que este contrato no lo constituye en empleado, socio, agente, mandatario o representante legal de CARACOL y por tanto que no se encuentra facultado para comprometerla en ningún aspecto y bajo ninguna circunstancia. Así mismo, LA OTRA PARTE acepta que no se podrá presentar ante terceros dando a entender que mantiene con CARACOL una relación distinta o adicional a la establecida en el presente contrato. Igualmente, LA OTRA PARTE acepta expresamente que por medio del presente contrato no promoverá o explotará negocios por cuenta de CARACOL. El incumplimiento de cualquiera de las obligaciones previstas en la presente cláusula se entenderá como una justa causal para dar por terminado el contrato de manera unilateral y dará lugar a la exigencia de la cláusula penal, sin perjuicio de las acciones legales pertinentes.

SÉPTIMA – CONFIDENCIALIDAD Y PROPIEDAD INTELECTUAL. LA OTRA PARTE se compromete a no divulgar, ni revelar la información confidencial o los secretos profesionales que conozcan en virtud de la ejecución del presente contrato. Se entiende como información confidencial, cualquier información entregada por CARACOL a LA OTRA PARTE en desarrollo de este contrato, incluyendo pero sin limitarse a información técnica, jurídica, financiera y/o comercial, productos, técnicas y procesos revelados en cualquier otro formato, demostraciones, dispositivos, aparatos, modelos, muestras de cualquier tipo, ideas, conceptos, know-how, diseños, especificaciones, dibujos, planos, bosquejos, diagramas, modelos, muestras de cualquier tipo, programas de computador, gráficas de flujo, nombres de clientes, contratistas, subcontratistas, socios o socios potenciales, propuestas de mercado, datos, cualquier medio magnético, documentos, especificaciones, diagramas de circuito, o dibujos, cualquier otra información industrial junto con fórmulas, mecanismos, patrones, métodos, técnicas, procesos de análisis, documentos de trabajo, bases de datos, estructura organizacional y/o accionaria, planos, croquis, coordenadas, procedimientos de construcción, diseños de instalaciones compilaciones, comparaciones, estudios o cualquier otro documento elaborado, preparado, desarrollado o ejecutado con carácter confidencial por CARACOL o cualquiera de sus matrices, sociedades controlantes o grupos empresariales, o sociedades subordinadas, agencias y/o sucursales de éstas. La información confidencial también incluirá toda aquella información que LA OTRA PARTE ha recibido o reciba de terceros y que se encuentren obligadas a tratar como confidencial, siempre que dicha información se haya revelado con carácter de confidencial y/o reservada.

Dicha información podrá ser escrita, verbal, o, en cualquier forma, tangible o no, incluidos los mensajes de datos o en cualquier otra forma y en cualquier otro medio, que se

suministre o divulgue en virtud del contrato por, o a nombre de CARACOL, si fuere el caso, y/o, por cualquiera de los Representantes Legales y directivos de CARACOL. La obligación de confidencialidad es permanente y permanecerá aun después de la terminación de este contrato, la cual se extenderá y será exigible sin consideración a una limitación de tiempo. La Información Confidencial a que se refiere esta Cláusula tendrá el carácter de secreto empresarial en términos de lo dispuesto por el Artículo 260 y siguientes del Capítulo II de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

Se entenderá, además, como información confidencial a toda información no divulgada por CARACOL a terceros, ni disponible por otros medios, ni evidente para quienes manejen información similar.

LA OTRA PARTE reconoce que todas las marcas, nombres comerciales, lemas comerciales, software, diseños y patentes que represente o utiliza CARACOL, y que llegue a conocer por virtud de este contrato, son propiedad exclusiva de CARACOL; en consecuencia, LA OTRA PARTE no tiene derecho alguno sobre éstos y no podrá utilizarlos en actividades distintas a las relacionadas con la ejecución del presente contrato. Queda expresamente estipulado que el presente contrato no otorga derecho de licencia de uso a LA OTRA PARTE sobre las marcas que llegue a conocer por virtud de este contrato, y que son propiedad de CARACOL. LA OTRA PARTE reconoce que las marcas, nombres comerciales, software, diseños y patentes de propiedad de CARACOL o sus empresas y sociedades relacionadas, son activos altamente valiosos para CARACOL, razón por la cual LA OTRA PARTE se obliga y compromete a respetarlas y protegerlas, absteniéndose de ejecutar cualquier acto que pudiera desacreditar o perjudicar dichos nombres y marcas comerciales. Así mismo, LA OTRA PARTE se compromete a que, una vez finalizado este contrato, cesará inmediatamente todo uso de las marcas que llegare a haber utilizado por virtud de este contrato, y que son propiedad de CARACOL. LA OTRA PARTE dentro del plazo de los dos (2) días calendarios siguientes a la notificación de la terminación del contrato devolverá todos los estudios, documentos, entrevistas, material entregado por los entrevistados, cualquier material utilizado y/o cualquier otro antecedente que se le haya proporcionado.

LA OTRA PARTE, será solidariamente responsable ante CARACOL, y/o sus clientes, por perjuicios de cualquier forma o naturaleza que LA OTRA PARTE haya generado por el incumplimiento de esta cláusula, por lo cual reconocerá la indemnización que cabe de acuerdo con la Ley.

Así mismo, en caso de que LA OTRA PARTE resulte legalmente obligado por autoridad competente a revelar cualquier información confidencial recibida de CARACOL deberá inmediatamente, dar aviso a CARACOL a fin de que esta adopte las medidas legales que considere pertinentes. Si la impugnación planteada por CARACOL resulta infundada, o renuncia al privilegio de confidencialidad sobre la información confidencial, o el mandato o requerimiento legal de entrega de la información confidencial queda en firme y por lo tanto legalmente exigible a criterio de CARACOL, entonces LA OTRA PARTE y/o sus

representantes proporcionarán aquella información confidencial que les sea legalmente requerida.

Si durante la ejecución del contrato, LA OTRA PARTE tiene ingreso a áreas restringidas de CARACOL, LA OTRA PARTE se compromete a no revelar y/o divulgar a terceros y demás las características físicas del lugar, los controles que se tienen establecidos, así como toda la información a la que tenga acceso durante su estadía en dichos lugares.

OCTAVA – CLÁUSULA COMPROMISORIA. Cualquier diferencia que surja entre las partes con relación al presente contrato, será sometida a la decisión de un Tribunal de Arbitramento que funcionará en la ciudad de Bogotá, D.C., proferirá un fallo en derecho y se sujetará en su funcionamiento y tarifas al Reglamento del Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá. El número de árbitros que integrarán el Tribunal será de un árbitro único. El, árbitro que integre el Tribunal será abogado en ejercicio en Colombia, y se designará por las partes de común acuerdo y, a falta de éste, por la Cámara de Comercio de Bogotá, de las listas que al efecto tiene integradas esa institución.

NOVENA – SUPERVISIÓN DEL CONVENIO Y ACCESO A LAS OBLIGACIONES. CARACOL efectuará la supervisión del presente convenio con su propio personal, vigilando el desarrollo de las obligaciones de LA OTRA PARTE con base en lo estipulado en este documento y teniendo en cuenta los objetivos básicos del mismo. Todos los acuerdos entre CARACOL y LA OTRA PARTE relacionados con el desarrollo y ejecución del presente convenio, deberán constar por escrito y formarán parte integrante del mismo. Para facilitarle a CARACOL las labores de supervisión, se podrá convenir reuniones entre CARACOL y LA OTRA PARTE en las cuales este último informará sobre el desarrollo de sus actividades, y CARACOL hará las observaciones que considere necesarias para la buena marcha y orientación de las cápsulas con contenido de humor.

DÉCIMA – RESPONSABILIDAD DE LA OTRA PARTE Y EXONERACION DE RESPONSABILIDAD A CARACOL. Los daños, sanciones y/o multas que se ocasionaren durante la ejecución del objeto del presente convenio, que provengan de negligencias, descuidos, palabras, opiniones, acciones u omisiones, se presumirán imputables a LA OTRA PARTE y correrán por su cuenta. Igualmente será de exclusiva cuenta de LA OTRA PARTE cualquier daño o perjuicio que se irrogue a terceros con ocasión de los productos o servicios que se va promocionar en el Sistema Oxígeno de CARACOL. En ningún caso se le podrá dar a los espacios en los que se transmitan los contenidos de la autopromoción el esquema de programas informativos y tampoco se podrá hablar de temas políticos. LA OTRA PARTE será responsable por las multas y sanciones que se lleguen a imponer a la emisora por parte de cualquier entidad del estado tales como el Consejo Nacional Electoral y/o el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones entre otras, por violación con las cápsulas de humor y las autopromociones de cualquier norma vigente. LA OTRA PARTE exonera expresamente a CARACOL de cualquier tipo de culpa o responsabilidad derivada de las capsulas con

contenido de humor, que den lugar a la imposición de sanciones y/o multas por parte de cualquier autoridad.

UNDÉCIMA – CLÁUSULA PENAL. En caso de incumplimiento total, parcial o cumplimiento defectuoso por parte de LA OTRA PARTE de cualquiera de las obligaciones derivadas de este contrato, automáticamente lo constituirá en deudor de CARACOL. LA OTRA PARTE pagará a CARACOL, a título de pena y sin menoscabo de la exigencia del cumplimiento de la obligación principal y de los perjuicios que pudieren ocasionarse como consecuencia del incumplimiento, una suma equivalente a CINCO MILLONES DE PESOS MCTE (\$5.000.000), cantidad que se imputará al monto de los perjuicios que sufra CARACOL y cuyo valor se cobrará ejecutivamente con base en el presente acuerdo y en la presente cláusula, al cual las partes le reconocen mérito ejecutivo, con la sola afirmación de CARACOL respecto del incumplimiento de LA OTRA PARTE, y, sin que deba mediar requerimiento judicial o extrajudicial alguno. La aplicación de la cláusula penal no excluye la acción de indemnización de perjuicios, si éstos, fueren superiores al valor de la pena.

DUODÉCIMA – RENUNCIA A LAS FORMALIDADES DEL REQUERIMIENTO. LA OTRA PARTE renuncia desde ahora, expresamente a las formalidades del requerimiento para ser constituida en mora por incumplimiento de las obligaciones que contrae por el presente acuerdo. Por tanto acepta desde ahora, expresamente, la simple comunicación escrita dirigida a ésta en tal sentido por CARACOL.

DÉCIMA TERCERA – GARANTIA DE INDEMNIDAD. LA OTRA PARTE garantiza a CARACOL que la protegerá y mantendrá indemne por cualquier acción, reclamación, demanda, denuncia iniciada por cualquier tercero o autoridad gubernamental contra CARACOL, que surjan como consecuencia de las cápsulas de humor objeto de este acuerdo.

DÉCIMA CUARTA – CAUSALES DE TERMINACIÓN. El presente acuerdo se dará por terminado, sin perjuicio de las demás causales establecidas en la ley, en los siguientes eventos.

Por vencimiento del plazo pactado o de cualquiera de sus prórrogas, si las hubiere.

Por mutuo acuerdo entre las partes.

Por disolución de LA OTRA PARTE.

Por quiebra o declaratoria de insolvencia de alguna de las partes.

Por circunstancias de fuerza mayor o caso fortuito que imposibiliten por más de treinta (30) días la ejecución de este acuerdo.

A su exclusivo criterio, CARACOL podrá terminar el presente contrato de manera anticipada, sin necesidad de reconvencción judicial previa y sin lugar a reconocer perjuicios de ningún tipo a LA OTRA PARTE en caso de presentarse cualquiera de las siguientes causales.

Si LA OTRA PARTE no inicia, no ejecuta o no termina la grabación de las cápsulas objeto de este acuerdo dentro de los términos estipulados en el contrato, o si suspende la grabación de las cápsulas objeto de este acuerdo sin justa causa comprobada.

Por incumplimiento reiterado de una cualquiera de las obligaciones de LA OTRA PARTE que impida la grabación de las cápsulas objeto de este acuerdo continua y eficiente.

6.3. Por la inadecuada realización de las cápsulas con contenido humorístico.

6.4. Por la expedición fraudulenta de certificaciones o entrega de documentación falsa a CARACOL, o a cualquiera de sus empleados.

6.5. Por decisión unilateral en cualquier momento, previa notificación escrita a LA OTRA PARTE con una antelación no menor a dos (2) días calendarios.

DÉCIMA QUINTA – MODIFICACION O ENMIENDA. Toda modificación a una cualquiera de las estipulaciones aquí pactadas deberá constar en escrito firmado por las partes.

DÉCIMA SEXTA – ACUERDO ÚNICO. Las partes declaran expresamente que el presente documento y sus anexos, contienen el acuerdo único y completo que rige su relación, y por lo tanto, sustituye y/o deroga cualquier otro acuerdo o contrato verbal o escrito que se haya celebrado con anterioridad a la firma del presente documento, sobre su mismo objeto.

DÉCIMA SÉPTIMA. – NULIDAD PARCIAL. Si cualquier disposición de este contrato fuese prohibida, resultare nula, ineficaz o no pudiese hacerse exigible de conformidad con las leyes colombianas, las demás estipulaciones del contrato le sobrevivirán con sus plenos efectos vinculantes y obligatorios para las partes, a menos que la disposición prohibida, nula, ineficaz o inexigible fuese esencial al contrato de manera que la interpretación o cumplimiento del mismo en ausencia de tal disposición no fuese posible.

DÉCIMA OCTAVA – RENUNCIA A DERECHOS. La omisión de una de las partes en hacer cumplir, en cualquier momento, las disposiciones del convenio, o en exigir el cumplimiento de las demás partes de cualquiera de las disposiciones del mismo, no podrá interpretarse como renuncia a dichas disposiciones ni afectará en forma alguna la validez del contrato o parte del mismo, ni el derecho de las Partes para hacer cumplir dicha disposición en el futuro.

DÉCIMA NOVENA – GASTOS E IMPUESTOS. Los gastos que se causen por la suscripción del presente convenio, serán pagados por partes iguales por los contratantes. PARAGRAFO. Los impuestos serán pagados por quién legalmente tenga la responsabilidad de efectuarlos. Asimismo, Cualquier derecho que se llegare a causar por la ejecución del presente acuerdo, diferente a los que paga CARACOL, a SAYCO y ACINPRO por concepto de ejecución pública de la música, será cancelado por cuenta de LA OTRA PARTE.

VIGÉSIMA – NOTIFICACIONES. Para los efectos del presente contrato, las partes se dirigirán comunicaciones por correo con certificación de entrega ó personalmente a las siguientes direcciones.

Si es a CARACOL a.

CARACOL S.A
Dirección. Calle 67 No 7- 37 piso 7
Ciudad. Bogotá D.C.
Tel. 3487600

Si es LA OTRA PARTE a.

DON JEDIONDO PRODUCCIONES SAS
Atn. María Eugenia Díaz
Dirección. Carrera 55B No. 79 B 50 Barrio Gaitán
Ciudad. Bogotá, D.C.
Tel. 6911720
E-mail.donjediondo@donjediondo.com, maria.diaz@donjediondo.com,
eventos@donjediondo.com

Cualquier modificación de las direcciones señaladas en precedencia deberá notificarse por escrito, mediante correo con confirmación de entrega ó personalmente.

VIGÉSIMA PRIMERA – SOBRE EL CÓDIGO DE CONDUCTA DE PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A. Y SOCIEDADES INTEGRANTES DE DICHO GRUPO. LA OTRA PARTE se obliga y compromete al cumplimiento del Código de Conducta establecido por PRISA y sociedades integrantes de dicho Grupo, cuyo texto conoce al haberle sido entregado con carácter previo a la firma del presente contrato, asumiendo las consecuencias en el mismo establecidas para el supuesto de su incumplimiento.

VIGÉSIMA SEGUNDA – LEY Y DOMICILIO. Para todos los efectos legales, el contrato se regirá en todos sus aspectos incluyendo su celebración, interpretación, terminación y ejecución por las leyes de la República de Colombia. Su domicilio será la ciudad de Bogotá, D.C.

VIGÉSIMA TERCERA – ANEXOS. Además del certificado de existencia y representación de las partes, son documentos integrantes de este contrato los siguientes.

Anexo No. 1. \$g \$e\$ T e \$ \$Te e 2

En señal de conformidad con lo acordado, las partes suscriben el presente contrato en la ciudad de Bogotá, D.C., el cuatro (4) de noviembre de dos mil trece (2013), en dos (2) ejemplares del mismo contenido y valor con destino para cada una de las partes.

Por CARACOL

ADOLFO FRANCISCO DOLÓ

Firma

Representante Legal

Por LA OTRA PARTE

MARIA EUGENIA DIAZ PASUY

Firma

Representante Legal

3.1.3 Ejecutar y promover los eventos musicales acordados con Caracol Radio a nivel local. Estando las partes en un mutuo acuerdo, se lleva a cabo la ejecución de las actividades, como es todo el manejo de la producción, asistencia técnica, humana, manejo de la prensa, en fin toda la logística para llevar a feliz término dicho evento. Primero se debe clasificar que clase de eventos se realiza en el área musical de caracol radio, durante mi proceso de pasante realice todas estas clases de eventos u y otros:

Conciertos culturales. Para la realización de este evento no comercial sino con fin cultural, se hace una alianza de intercambio de servicios donde la organización que está promoviendo el evento, ofrece todas las comodidades y nuestra emisora ayuda en promocionar el evento al aire y que el día del evento se lleve material publicitario de la emisora. y a su vez que nuestro dj- locutores hagan presencia animando al público.

En algunos casos la emisora lleva regalos y también ofrece artistas en tarima solo si el cliente lo requiere.

La producción costa de la realización de cuñas y promos que se emiten al aire para que el oyente este pendiente y asistan al evento.

Materia publicitaria que es colocado por el grupo de staff. Material p.o.p

Obligación de nuestros locutores para ir animar el evento y representar a la emisora.

Conciertos comerciales. Para la ejecución de estos eventos comerciales que tiene un cliente prioritario que busca un objetivo específico con nuestras emisoras, que es que su evento sea un éxito total en la ciudad donde se vaya a realizar.

La mayoría de los eventos comerciales son con empresario que traen a las ciudades personajes reconocidos en el mundo del espectáculo. para explicar cómo es la ejecución de este concierto lo hago con el ejemplo del concierto más grande que se hizo este año en Colombia como fue el concierto de one direction con la emisora los 40 principales.

Nuestro cliente entrego en compromiso del evento 900 boletas vip para los oyentes y 1.500 kit de regalos de la banda un año antes del evento , nuestra emisora tenía que ser la numero uno en Bogotá en la promoción y ejecución del concierto. tenía la responsabilidad de llenar el estadio el campin para este evento, ya que éramos la emisora oficial, se realizó

estrategias al aire como crear un espacio donde las niñas , fans de este grupo se sintieras motivadas para comprar la boleta y asistir al evento.

Fueron muchas las actividades que se realizaron como recambios con diferentes marcas para intercambiar boletas por productos. Gracias a la alianza por medio de producción logramos transmitir la rueda de prensa de la banda en Colombia por medio de nuestra pagina web.

En el estadio colocamos materia de la emisora.

El staff de colegios de los 40 principales fue a todas las instituciones promocionando el evento del año.

Cada hora en la emisora se colocaba una canción de la banda one direction.

Toda esa serie de cosas que se ejecutaron lograron el éxito esperado por las dos partes, el cliente y la emisora, el concierto fue lleno total y nuestra emisora fue tendencia en Colombia en las redes sociales y ahora somos la emisora oficial de los eventos más grande del mundo.

En este caso como el cliente ha invertido tanto en pauta y en promoción tenemos todas la responsabilidad en parte de producto al aire, los inconvenientes que se realizaran en el concierto no tiene nada que ver con la emisora, todo eso es responsabilidad del cliente.

Concierto de One Direction
Concierto de J Alvarez
Concierto de Romeo Santos
Concierto Paty Cantu
Concierto de Chino y Nacho
Evento 40
Concierto de Alexy y Fido
Concierto de Electrónica
Entre otros

Entrega de premios en diferentes barrios. Nuestras emisoras tienes un grupo de staff que es coordinado por mí para ir a los barrios y entregar premios de nuestra marca, se hace un estudio de las emisoras y los barrios de acuerdo al público objetivo de cada emisora, siempre se lleva un cliente o un artistas para que sea más llamativa la actividad.

Se realizan concursos para entregar premios. En las emisoras se realizan diferentes concursos al aire y juegos con el oyente, nuestros clientes nos dan premios y nosotros los promocionamos al aire, yo me encargo de que se efectuó la entrega del premio y se tenga evidencias para que las partes tenga conocimientos de lo regalado.

Farras o fiestas cada quince días con artistas del momento, estos eventos los realizan las emisoras juveniles como oxígeno y los 40 principales.

<http://www.radioactiva.com/opinion/blogs/habitante-del-planeta/radioactiva-lo-invita-a-la-premier-de-la-pelicula-x-men--dias-del-futuro-pasado/20140520/blog/2232481.aspx>
<http://www.radioactiva.com/opinion/blogs/habitante-del-planeta/estos-son-los-ganadores-de-su-boleta-doble-para-premier-de-la-pelicula-lazos-perversos/20130417/blog/1883092.aspx>

<http://www.radioactiva.com/opinion/blogs/habitante-del-planeta/el-gallo-lo-invita-a-la-premier-de-la-pelicula-21-la-gran-fiesta/20130724/blog/1938186.aspx>

EMISORA: TROPICANA

EVENTO CULTURAL. Hoy es el Festival Mundial de la Salsa en Bogotá, lo invitamos

Hoy jueves 5 de junio, tendrá la oportunidad de disfrutar y compartir con los mejores bailarines de Salsa a partir de las 7 de la noche, en Calima Centro Comercial en la 30 con 19 con lka presentación especial de Willy García.

Los invitados 20 parejas de la agrupación Constelación Latina, artistas destacados a nivel internacional.

1.600 personas invitadas a el lanzamiento nacional del Festival Mundial de Salsa, con la presentación de los actuales campeones mundiales, de uno de los festivales más vistosos coreográficamente y de mayor reconocimiento en Colombia.

En el acto, se presentará una revista de los diferentes ritmos caribeños que influyeron en el surgimiento de la salsa, se hará un sentido homenaje al maestro Cheo Feliciano, cuyos éxitos quedaron grabados en el gusto de los caleños y colombianos.

La Secretaria de cultura y turismo de Cali, y la gerente de la Casa del Valle en Bogotá se unen para invitar especialmente a toda la colonia vallecaucana residente en la capital de la República.

Recuerde que habrá transmisión en directo en los 102.9FM Tropicana Bogotá, además puede invitar a todos los amigos porque es un espectáculo completamente Gratis!



CAMBIO DE LOOK

Cambio de Look que gano Angie Alexandra, con Franklin Ramos

Franklin Ramos, fue el encargado de cambiar el look de una oyente de Tropicna, entre varias inscritas y después de 5 finalistas, Angie gano el cambio de look.

La elegida para tener el cambio de look profesional recibió además los tips y secretos para lucir más bella.





ALMUERZO CON LOS OYENTES GANADORES

Almuerzo con nuestros oyentes-Maelo Ruiz, David Pabón, Bazil y Aguanilé antes del Concierto **Tropicana**.

Fiesta de las mujeres con Tropicana ¡Felicidades!

Han ganado 2 boletas dobles para asistir este jueves 8 marzo, Día de la Mujer, a celebrar en la mejor fiesta diseñada para ELLAS

Para reclamar sus entradas deben acercarse a la Calle 67 # 7-37 Primer Piso.

Miércoles (7/03/12) de 2:00 pm a 5:00 pm y Jueves (8/03/12) de 8:00 am a 10:00 am o de 2:00 pm a 5:00 pm

Encuentre aquí los ganadores de 2 pases para la Fiesta de Mujeres con Tropicana. El próximo viernes 28 de marzo en Keops Club, con los artistas: Juancho Style, Harveys, Andy Bad Boy y Alejandro Palacio.

EMISORA OXIGENO: REGALOS PARA LOS OYENTES

Oxígeno en el parque de Lourdes entregando premios mundialistas. Oxígeno continúa su recorrido por Bogotá, premiando a sus oyentes. Esta vez le correspondió al parque de Lourdes, donde estuvimos acompañados de J Mendoza.



TOUR ESTUDIANTIL

Tour estudiantil en el colegio San Gregorio Magno con Arjam y Kem y Baby Daddy



CONCIERTOS

Concierto de Alexis y Fido y Pipe Peláez



EMISORA RADIOACKTIVA

PREMIER DE PELICULAS

Radioactiva lo invita a la premier de la película 'El control'

23 May. 2013 | Habitante del Planeta

Recomendar 0 Twitear 0

El control es la historia de Fernando José Castro Cuevas y don Antonio, su padre, por mantener unida la familia en tiempos en que todo se opone a este objetivo. La llegada del televisor se convierte en el detonante de divertidas aventuras, en las que en medio de los ritos familiares y las ceremonias domésticas se afianza la identidad y se consolida la lucha diaria por el amor. Es en últimas, una historia sobre el amor filial... sobre la familia.



NOVEDADES

Radioactiva lo invita a la premier de 'Need for speed'

Radioactiva | 11 de Marzo de 2014

Vote: Promedio: 1 votos

Recomendar 25 Twitear 0

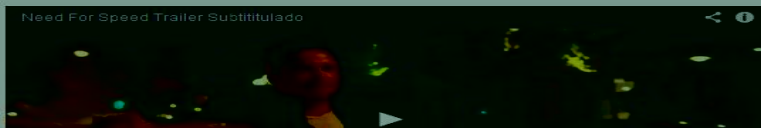


El más famoso de los videojuegos de carreras llega a la gran pantalla para impresionar a sus seguidores.

Need for Speed cuenta la historia de un experto en automovilismo (Aaron Paul), el cual tiene un garage en donde transforma coches para hacerlos más rápidos de lo que son para poder competir en carreras ilegales.

Entró en la cárcel por un delito que no había cometido, justo cuando su mejor amigo muere en una carrera, y ahora sale de allí para vengarse.

La carrera final promete ser un duelo trepidante en donde podremos ver coches lujosos de gran cilindraje que rugirán para ser los primeros en llegar a la meta, aunque les lleve la vida en ello.



Por último el evento más grande de CARACOL RADIO

**EVENTO 40 – PARTICIPE EN LA PRODUCCION DE LOS DOS ULTIMOS
EVENTOS 2013 Y 2014.**



<http://blogs.los40.com.co/evento40/>

<http://blogs.los40.com.co/evento40/category/evento-40-mayo-2014/>

4. DIAGNÓSTICO FINAL

Luego de desarrollada la etapa de pasantías en la tan reconocida empresa como es Caracol Radio; se desarrollaron los objetivos específicos que fueron soportados bajo una serie de actividades que sirvieron de apoyo para el diseño y ejecución de alianzas y eventos estratégicos de emisoras musicales de Caracol Radio, como fueron Tropicana Stereo, Radioactiva y Caracol Radio. En todas éstas fueron realizados eventos de talla nacional e internacional, a los cuales fueron llevados a centros comerciales, cantantes como J. Álvarez, Maelo Ruiz, Felipe Peláez, entre otros; los cuales promocionaron sus canciones, a la vez de darle a los asistentes una tarde de sano esparcimiento e integración, mostrando la calidad de emisoras que se tienen. A la vez, se realizaron concursos, como fue, entre otros, cambio de look, el cual fue patrocinado por el tan reconocido estilista Franklin Ramos.

Satisfactoriamente se cumple a cabalidad con lo encomendado, dándole al cargo asignado en el acompañamiento de la nueva dirección musical, abriendo caminos que se encontraban inoperantes, coordinando y ejecutando directrices en la realización de alianzas y eventos musicales, que fueron un logro tanto para la empresa como para el pasante en su rol profesional.

Todos estos eventos fueron de gran satisfacción, tanto para oyentes, como para el personal vinculado a éstos, los cuales han sugerido sean de manera repetitiva.

5. CONCLUSIONES

Al término de las actividades ejecutadas en la empresa Caracol Radio, se concluye de manera satisfactoria, ya que se logró el desarrollo de las mismas, comenzando con el primer objetivo como fue la reunión previa con el jefe inmediato donde se determinó la emisora que más convenga para la realización del respectivo evento. Para ello, se tuvo en cuenta el público objetivo, el producto que se iba a promover, como también cuál de las emisoras le genera mayor dividendo a la empresa, lo cual se llevó a cabo para finalmente determinar las emisoras que realizarán las actividades de acuerdo a la magnitud del evento a desarrollarse.

Se procedió a definir el presupuesto para la realización de los intercambios de servicios, primero que todo se analiza las pautas y presupuesto que maneja las cinco emisoras de Caracol Radio, para luego definir la mejor oferta que beneficie a las partes, no solo la que genere mayor ganancia sino la que pueda satisfacer a los oyentes fieles, como también a los oyentes potenciales. Las cinco emisoras de caracol radio cuentan con un presupuesto unificado para las necesidades de cada emisora, por eso cuando se va a realizar una actividad con alianza se necesita analizar las pautas y los presupuestos para así definir que emisora es la que cuenta con el dinero necesario para hacer el intercambio de servicios con el cliente, siempre la emisora gana más que el cliente, pues el cliente siempre da los premios, la pauta dependiendo el rango donde quiera pautar, la ciudad y la emisora.

El objetivo final, fue el de ejecutar y promover los eventos musicales acordados con Caracol Radio a nivel local. Se llevaron a cabo la ejecución de las actividades, como es todo el manejo de la producción, asistencia técnica, humana, manejo de la prensa, toda la logística para culminar de manera satisfactoria el evento, los cuales trajo consigo, cambio de look y presentación de artistas de talla nacional e internacional.

REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS

CARACOL. Caracol Radio (online). [Bogotá]: Caracol, 2014 [citado 23 may., 2014]. Disponible en: www.caracol.com.co

CARACOL. Caracol Radio (online). 1 ed. [Bogotá]: Caracol, 2012. [citado 15 feb., 2014]. Disponible en: http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=6598&pageNum_Biblioteca=3&totalRows_Biblioteca=65&Tema=3&list=Ok

CLUB PLANETA. Logotipo (online). 1 ed. [Medellín]: Club Planeta, 2010 [citado el 23 nov., 2013]. Disponible en: <http://www.trabajo.com.mx/queesunlogoyparaquesirve.htm>

COMFATOLIMA. Concepto de radio (online). 1 ed. [Tolima]: Colegio del Tolima, 2012 [citado 26 abr., 2014]. Disponible en: www.colegiocomfatolima.edu.co/index.php?option=com...id...

MINISTERIO DE COMUNICACIONES. Políticas para la radiodifusión en Colombia. Disponible en: <http://archivo.mintic.gov.co/mincom/documents/portal/documents/root/correcciones%20mintic/DocPoliticaSectRadiodifusionSon.pdf>

RADIODIFUSORA. Decretos de radio difusión en Colombia (online) [Bogotá]: Radiodifusión, 2010 [citado 20 may., 2014]. Disponible en: <http://archivo.mintic.gov.co/mincom/documents/portal/documents/root/correcciones%20mintic/DocPoliticaSectRadiodifusionSon.pdf>

ANEXOS

Anexo A. Ejemplos de eventos realizados

Evento 40 2013



<http://www.los40.com.co/>

CAMBIO DE LOOK





ALMUERZO CON LOS OYENTES GANADORES



FIESTA DE LAS MUJERES CON TROPICANA



CONCIERTOS

