	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(44)

RESUMEN - TESIS DE GRADO

AUTORES	LAURA ISABEL IBÁÑEZ BARBOSA
FACULTAD	DE EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	LINA FERNANDA ROMERO AMAYA
TÍTULO DE LA TESIS	PROGRAMA RADIAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA ASEO URBANO S.A.S E.S.P DE CÚCUTA - NORTE DE SANTANDER

RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

El presente trabajo de grado expone el diseño y producción de un programa radial corporativo como una estrategia de posicionamiento de marca, teniendo como eje central la emisión de contenidos informativos, educativos y comercial, dando a conocer el espíritu de la empresa, su labor en pro de la comunidad y su proyección en los servicios que presta en cada una de las ciudades en dónde hace presencia, dándose el acercamiento que se desea con su grupo focal de clientes.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 43	PLANOS:	ILUSTRACIONES:2	CD-ROM: 1
--------------------	----------------	------------------------	------------------



**PROGRAMA RADIAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA ASEO URBANO
S.A.S E.S.P DE CÚCUTA - NORTE DE SANTANDER**

LAURA ISABEL IBÁÑEZ BARBOSA

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

**PROGRAMA RADIAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA
ASEO URBANO S.A.S E.S.P DE CÚCUTA - NORTE DE SANTANDER**

LAURA ISABEL IBÁÑEZ BARBOSA

Informe final modalidad pasantías para optar el título de Comunicador Social

**Directora
LINA FERNANDA ROMERO AMAYA
Comunicadora social**

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

CONTENIDO

	Pág.
<u>INTRODUCCIÓN</u>	9
<u>1. PROGRAMA RADIAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA ASEO URBANO S.A.S E.S.P DE CÚCUTA- NORTE DE SANTANDER</u>	10
<u>1.1 DESCRIPCIÓN BREVE DE LA EMPRESA Y DEPENDENCIA EN DÓNDE LABORA</u>	10
1.1.1 Misión.	10
1.1.2 Visión.	10
1.1.3 Estructura organizacional	11
1.1.4 Descripción de la dependencia	12
<u>1.2 DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA ASIGNADA</u>	12
1.2.1 Planteamiento del problema.	12
<u>1.3 OBJETIVOS DE LA PASANTÍA</u>	13
1.3.1 Objetivo General	13
1.3.2 Objetivos Específicos.	13
<u>1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR</u>	13
<u>1.5 ALCANCE</u>	14
<u>2. ENFOQUE REFERENCIAL</u>	15
<u>2.1 ENFOQUE CONCEPTUAL</u>	15
2.1.1 La radio	15
2.1.2 La radiocomunicación	15
2.1.3 Programa de radio	15
2.1.4 Aprendizaje	15
2.1.5 La frecuencia modulada	16
2.1.6 Las radios corporativas	16
<u>2.2 ENFOQUE LEGAL</u>	16
<u>3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO</u>	23
<u>3.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</u>	23
<u>4. DIAGNÓSTICO FINAL</u>	24
<u>5. CONCLUSIONES</u>	25
<u>6. RECOMENDACIONES</u>	26
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	27
<u>ANEXOS</u>	28

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Propuesta programa radial corporativo radio urbano	29
Anexo B. Encuesta	33
Anexo C. Guiones	34
Anexo D. Guión preproducción	42

RESUMEN

Esta investigación buscó la creación de un programa radial corporativo como estrategia de posicionamiento de imagen.

Durante este tiempo de pasantía se emitieron seis (6) programas radiales que contienen información de la empresa como actividades y proyectos que se vienen adelantando, se informa acerca del amplio portafolio que la empresa ofrece para su grupo de interés, como también se le da prioridad al cuidado del ambiente difundiendo mensajes que ayuden para este propósito. Los gerentes de cada área tienen la oportunidad en este espacio de dar a conocer a todos los clientes el aporte que con su trabajo hacen a la empresa y en que procesos inciden para que el servicio siga prestándose con la mejor calidad. Dado el impacto y la acogida que ha tenido el programa radial ante nuestros clientes y con la inclusión de la estructura dentro de los procesos de la cadena de valor en el Sistema de Gestión Integrado se continuará con la producción y emisión de Radio Urbano a término indefinido.

Este es un proyecto que hasta el momento ha logrado grandes objetivos, pero la más importante es que le dio a la empresa una visión más completa del campo de acción del comunicador organizacional, ya que para nosotros, los profesionales que escogimos este énfasis, los medios de comunicación no son los protagonistas en la historia, sino que les damos la posibilidad a la empresa de utilizarlos como estrategia para lograr captar nuevos clientes y fidelizar a los antiguos.

INTRODUCCIÓN

Los programas radiales corporativos configuran un innovador modelo de radio que posibilita a empresas, organismos e instituciones disponer de una plataforma propia de difusión de contenidos exclusivos. Estas se han convertido en un elemento de marketing original y diferenciador, una herramienta perfecta para reforzar la comunicación y la identidad corporativa y un vehículo de incremento de la capacidad competitiva.

Por esa razón fue utilizada como una estrategia que ayuda a la empresa a fortalecer su imagen ante una población que tiene la posibilidad de escoger entre las diferentes empresas prestadoras del servicio, enmarcados en la libre competencia.

La producción del programa radial corporativo Radio Urbano cuenta con la gestión de información y contenidos que cuidadosamente son redactados y editados, con una temática netamente informativa y comercial.

Con la creación del programa radial se establecen nuevos vínculos con los clientes, a través de la información corporativa, transmitiendo la identidad y los valores de una marca, reforzando el conocimiento de los productos y servicios, logrando una mayor identificación y fidelización de los clientes.

1. PROGRAMA RADIAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA ASEO URBANO S.A.S E.S.P DE CÚCUTA- NORTE DE SANTANDER

1.1 DESCRIPCIÓN BREVE DE LA EMPRESA Y DEPENDENCIA EN DÓNDE LABORA

Aseo Urbano es una empresa dedicada a la gestión integral de residuos sólidos ordinarios y peligrosos. Contamos con 13 años de experiencia en el sector y con un portafolio de servicios basado en la calidad y la protección del medio ambiente.

Hacemos parte del Grupo empresarial SALA, al que también pertenecen doce empresas dedicadas a la prestación de servicios públicos domiciliarios, soluciones ambientales y gestión de residuos peligrosos.

El área comercial es la encargada de la facturación y recaudo, recuperación de cartera y todo lo relacionado a Servicio al cliente.

1.1.1 Misión. Mantener ciudades limpias para que las comunidades disfruten de un ambiente sano, a través de la prestación del servicio público domiciliario de aseo y sus actividades complementarias de forma efectiva. Para esta labor contamos con un equipo humano calificado y comprometido, que utiliza tecnologías apropiadas que logren el desarrollo sostenible y la rentabilidad financiera.

1.1.2 Visión. Aseo Urbano S.A.S E.S.P en el Oriente Colombiano para el año 2015 será reconocida por:

Ser el mayor prestador y líder en innovación en el Servicio integral de aseo.

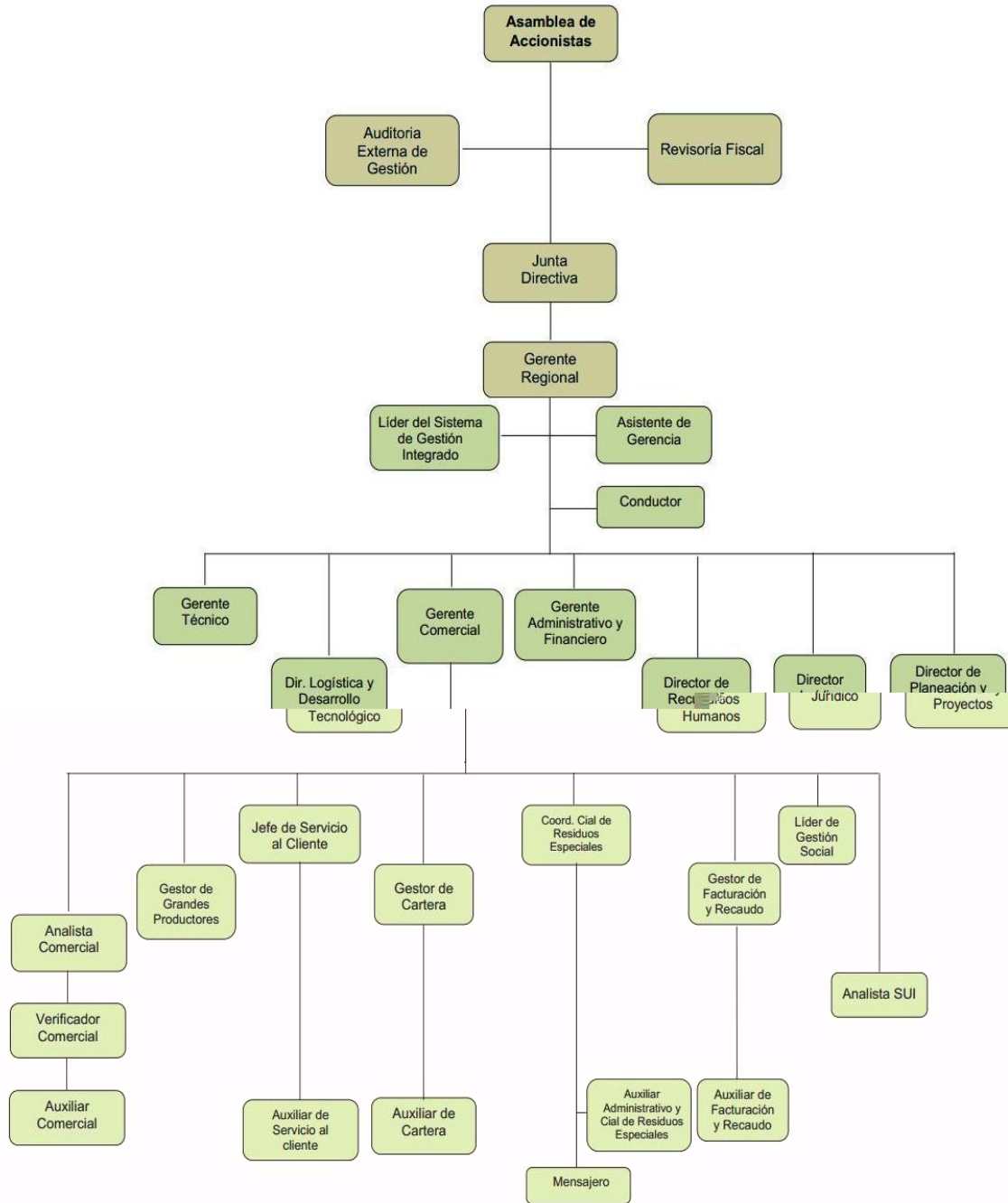
Ofrecer las mejores soluciones ambientales en Disposición final de residuos ordinarios y en la Gestión de Residuos Peligrosos.

Ser una de las empresas preferidas para trabajar.

Presentar un continuo mejoramiento en los niveles de satisfacción del cliente.

Mantener una apropiada y oportuna correlación con sus grupos de interés.

1.1.3 Estructura organizacional



1.1.4 Descripción de la dependencia asignada El área comercial es la encargada de gestionar y atender las necesidades de los clientes enfocando las actividades hacia el mejoramiento continuo en la prestación del servicio de acuerdo a la normatividad vigente para alcanzar la sostenibilidad económica, social, la ampliación de cobertura, la búsqueda de nuevos negocios y la satisfacción de clientes. Así mismo garantizar la adecuada administración de la información y reporte al Sistema Único de Información (SUI) conforme a lo establecido por la Normatividad vigente.

1.2 DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA ASIGNADA

La empresa Aseo Urbano es líder en su campo de acción, la gestión de la empresa está orientada al mejoramiento continuo en el día a día de los procesos y actividades relacionados con la gestión comercial y el servicio de barrido de calles y áreas públicas, recolección de residuos sólidos domiciliarios y comerciales. Transporte y entrega para la disposición final, de manera eficiente, confiable y segura.

Pero según el diagnóstico realizado se evidenció la debilidad que se tiene en cuanto a procesos de comunicación con los clientes, los últimos resultados arrojados por el NSU (Nivel de Satisfacción del Usuario) muestran puntuaciones bajas en ítems como la información que manejan nuestros clientes, ejemplo: Puntos de Recaudo, Oficinas de Atención al Clientes, canales de comunicación y noticias de la empresa.

Se evidenció también una grave problemática en el municipio de Villa del Rosario dado que se presentaron aproximadamente 5000 solicitudes de desistimiento del servicio por el ingreso de una nueva empresa operadora en esta área.

Con la creación del programa radial se logra tener el contacto que desean nuestros clientes con la empresa, podrán enterarse de nuestras novedades empresariales y conocer de primera mano los procesos que se adelantan desde cada una de las áreas que conforma la organización.

A nivel comercial es una estrategia de comunicación que garantiza la proyección de la imagen corporativa y fideliza a nuestros clientes.

1.2.1 Planteamiento del problema. La empresa se encuentra en un estado en el que los usuarios no están al tanto de las novedades de la empresa, lo que conlleva una situación de desconocimiento de los servicios, de las actividades tanto internas como de extensión a la comunidad, generando que los clientes no reconozcan todo lo que la empresa hace por ellos y por sus colaboradores. El programa radial se propone como un medio de comunicación directo con los clientes, en donde se darán a conocer cada una de las novedades empresariales, mejorando así la imagen que tienen de nuestra prestación del servicio y de la organización en general y de esta manera se mitigará la problemática del ingreso de nuevas empresas prestadoras del servicio de aseo en nuestra área de operación.

1.3 OBJETIVOS DE LA PASANTÍA

1.3.1 Objetivo General. Diseñar y producir un programa radial corporativo para la empresa Aseo Urbano de Cúcuta – Norte de Santander.

1.3.2 Objetivos Específicos. Realizar un diagnóstico situacional de la empresa en temas de comunicaciones e imagen corporativa.

Diseñar imagen del programa radial corporativo.

Determinar la estructura del programa radial corporativo.

Producir el programa radial corporativo.

Emitir el programa radial corporativo.

1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR

Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los Obj. Específicos.
	- Realizar un diagnóstico situacional de la empresa en temas de comunicaciones e imagen corporativa.	- Realización de encuestas - Tabulación de las encuestas - Análisis de las respuestas obtenidas.
	- Diseñar imagen del programa radial corporativo.	- Diseño del logo.
Diseñar y producir un programa radial corporativo para la empresa Aseo Urbano de Cúcuta – Norte de Santander	- Determinar la estructura del programa radial corporativo.	- Seleccionar el género radiofónico más adecuado. - Diseñar el perfil del programa Radial - Escoger la emisora adecuada para el perfil de la audiencia. - Elegir el horario y frecuencia de transmisión más adecuada. - Crear secciones.
	- Preproducir el programa radial	- Selección de temáticas - Grabación de separadores,

	corporativo.	cortinillas y cabezotes. - Redacción de guiones. - Realización de entrevistas.
	- Producción del programa radial corporativo	- Grabación
	- Postproducción del programa radial corporativo	- Edición - Emisión

1.5 ALCANCE

El programa radial corporativo estará dirigido a toda la población del área metropolitana de Cúcuta, especialmente al municipio de Villa del Rosario con el fin de dar a conocer cada una de las actividades que se adelantan en nuestra empresa, ya sean internas o de extensión a los clientes.

Para el inicio de este proyecto se pretender realizar 3 programas radiales con una duración de 30 minutos cada 15 días.

Se contará con el apoyo de cada uno de los líderes de las áreas que constituyen la empresa para facilitar la obtención información para el desarrollo del mismo.

2. ENFOQUE REFERENCIAL

2.1 ENFOQUE CONCEPTUAL

2.1.1 La radio. Es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas de radio, desde sus inicios la constante participación del oyente en sus programas, incluso ha alardeado de ser el medio donde la audiencia tiene mayores posibilidades de intervención.

Cebrián Herreros también concibe la radio como medio de actualidad. Desde un punto de vista programático.

Según Faus, la radio-información-comunicación es la que se esfuerza por encontrarse con los oyentes que le son más próximos, ayudándoles a integrarse en su entorno, en su sociedad, preocupándose por ellos.¹

Según el científico italiano Guillermo Marconi la radio ayuda a la transmisión de información entre distintas partes del mundo, y por ello constituye un medio de comunicación muy valioso, que funciona a través de la propagación de un tipo de ondas electromagnéticas llamadas ondas hertzianas, capaces de transmitirse en el vacío.²

2.1.2 La radiocomunicación. Tiene como misión básica garantizar la utilización racional, equitativa y eficaz del espectro radioeléctrico por todos los servicios de radiocomunicaciones, incluidos los que utilizan la órbita de los satélites geoestacionarios u otras órbitas.

2.1.3 Programa de radio. Puede definirse como un producto comunicativo de carácter masivo, que posee un conjunto de caracteres específicos, objetivos, públicos, contenidos, etc. que le permiten diferenciarse de otro. Cada programa de radio exige una adecuada articulación de sus elementos. música, efectos, publicidad y discurso verbal, posibilitándole una práctica de producción diferencial que adecua su propio lenguaje, relaciones, usos y definiciones socioculturales a las demandas de los públicos.

2.1.4 Aprendizaje. Es una experiencia humana tan común que es raro que la gente reflexione sobre el significado exacto de decir que se ha aprendido algo. El aprendizaje es un cambio duradero de los mecanismos de la conducta que involucra estímulos y/o respuestas específicos u que es resultado de la experiencia previa con esos estímulos y respuestas o con otros similares.

¹ http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=65

² <http://sobreconceptos.com/radio>

2.15 La frecuencia modulada. Una de las características fundamentales de la FM es que las transmisiones se hacen a frecuencias mucho más elevadas que para la AM, siendo el margen de frecuencia en las emisiones europeas desde 87,5 MHz hasta 104 MHz. Esto hace posible que puedan operar un considerable número de emisoras con un gran ancho de banda por emisión, lo que redundará en un aumento de la calidad de las emisiones.

2.1.6 Las radios corporativas. configuran un innovador modelo de radio que posibilita a empresas, organismos e instituciones disponer de una plataforma propia de contenidos exclusivos. Las radios corporativas son canales de radio absolutamente personalizables.

Las radios corporativas se han convertido en un elemento de marketing original y diferenciador, una herramienta perfecta para reforzar la comunicación y la identidad corporativa y un vehículo de incremento de la capacidad competitiva. La radio corporativa es, sin duda, la radio del futuro.³

2.2 ENFOQUE LEGAL

Ley 1341 de 2009

Artículo 56. Principios de la radiodifusión sonora. Salvo lo dispuesto en la Constitución y la ley es libre la expresión y difusión de los contenidos de la programación y de la publicidad en el servicio de radiodifusión sonora. Los servicios de radiodifusión sonora contribuirán a difundir la cultura, afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana y a fortalecer la democracia. En los programas radiales deberá hacerse buen uso del idioma castellano.

Por los servicios de radiodifusión sonora no podrán hacerse transmisiones que atenten contra la Constitución y las leyes de la República o la vida, honra y bienes de los ciudadanos.

Artículo 57. Prestación de los servicios de radiodifusión sonora. Los concesionarios de los servicios de radiodifusión sonora, serán personas naturales o jurídicas, cuya selección objetiva, duración y prórrogas se realizarán de acuerdo con lo estipulado en la Ley de contratación pública. La concesión para el servicio de radiodifusión sonora incluye el permiso para uso del espectro radioeléctrico. El Gobierno Nacional garantizará la prestación del servicio de radiodifusión sonora en condiciones similares a las iniciales cuando el desarrollo tecnológico exija cambiar de bandas de frecuencia.

En ningún caso, la declaratoria de desierto de la licitación faculta al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para habilitar directamente la prestación del servicio.

³ <http://www.panoramaaudiovisual.com/2010/09/28/radio-corporativa-la-radio-del-futuro/>

El servicio de radiodifusión sonora sólo podrá concederse a nacionales colombianos o a personas jurídicas debidamente constituidas en Colombia.

En casos de emergencia, conmoción interna o externa calamidad pública, los proveedores de servicios de radiodifusión sonora deberán colaborar con las autoridades en la transmisión de las comunicaciones que aquellas requieran. En cualquier caso se dará prelación absoluta a las transmisiones relacionadas con la protección a la vida humana. Igualmente permitirán las comunicaciones oficiosas de carácter judicial en aquellos sitios donde no se cuente con otros servicios de comunicación o aquellas comunicaciones que determine el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en favor de la niñez, la adolescencia y el adulto mayor.

Los servicios de radiodifusión sonora podrán prestarse en gestión directa e indirecta. El Estado prestará el servicio de radiodifusión sonora en gestión directa por conducto de entidades públicas debidamente autorizadas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

En gestión indirecta el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones otorgará las concesiones para la prestación del servicio de radiodifusión sonora mediante licencias o contratos, previa la realización de un procedimiento de selección objetiva.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones reglamentará la clasificación del servicio de radiodifusión sonora, atendiendo los fines del servicio y las condiciones de cubrimiento del mismo.

Los concesionarios de los servicios de radiodifusión sonora deberán prestar el servicio atendiendo a los parámetros técnicos esenciales que fije el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. La modificación de parámetros técnicos esenciales requiere autorización previa del Ministerio.

Parágrafo 1°. En consonancia con lo dispuesto en el artículo 75 de la Constitución Política, en los procedimientos relativos a la concesión de los servicios de radiodifusión sonora, la adjudicación se hará al proponente que no sea concesionario de tales servicios en la misma banda y en el mismo espacio geográfico municipal en el que, conforme con los respectivos pliegos, vaya a funcionar la emisora, siempre que reúna los requisitos y condiciones jurídicas, económicas y técnicas exigidas. Cualquiera de los proponentes podrá denunciar ante la entidad concedente y ante las demás autoridades competentes, los hechos o acciones a través de los cuales se pretenda desconocer las disposiciones contenidas en esta ley.

Parágrafo 2°. Modificado por la Ley 1450 de 2011, artículo 59. El servicio comunitario de radiodifusión sonora será un servicio de telecomunicaciones, otorgado mediante licencia y proceso de selección objetiva, previo cumplimiento de los requisitos y condiciones jurídicas, sociales y técnicas que disponga el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Los organismos y entidades del Sector Público incluirán, dentro de sus estrategias de comunicación integral de sus diferentes campañas de divulgación públicas de interés y contenido social, a las emisoras comunitarias como plataformas locales de difusión.

Artículo 58. Programación en servicios de Radiodifusión Sonora. La transmisión de programas informativos o periodísticos por los servicios de radiodifusión sonora requiere licencia especial otorgada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, expedida a favor de su director, la cual será concedida previo cumplimiento de los siguientes requisitos: registro del nombre del programa y de su director ante el Ministerio, determinación de las características de la emisión y del horario de transmisión, así como la estación de radiodifusión sonora por donde será transmitido el programa, y póliza que garantice el cumplimiento de las disposiciones legales equivalente a veinte (20) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Por los servicios de radiodifusión sonora prestados en gestión directa no se podrá transmitir pauta comercial, salvo los patrocinios definidos en los términos previstos en esta ley. Se entiende por patrocinio el reconocimiento, sin lema o agregado alguno, a la contribución en dinero u otros recursos en favor de las emisoras de interés público que se efectúen para la transmisión de un programa específico, el cual no podrá ser superior a cinco (5) minutos por hora de programación del programa beneficiado. La institución pública que solicite la licencia para una emisora de interés público debe garantizar su sostenibilidad técnica, de contenido, administrativa y financiera.

Parágrafo. Dentro de los seis (6) meses siguientes a la entrada en vigencia de la presente ley el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones reglamentará este título.

Resolución 415 de 2010

Artículo 4°. Finalidad. Sin perjuicio del ejercicio de la libertad de expresión, información y demás garantías constitucionales, los proveedores del Servicio de Radiodifusión Sonora contribuirán a difundir la cultura y afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana y fortalecer la democracia. En los programas radiales deberá hacerse buen uso del idioma castellano.

Artículo 5°. Principios. La aplicación, cumplimiento, desarrollo e interpretación de las normas relativas al Servicio de Radiodifusión Sonora previstas en esta resolución tendrán por objeto la observancia de los siguientes principios:

Difundir la cultura, afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana y fortalecer la democracia.

Garantizar el pluralismo en la difusión de información y opiniones, así como asegurar los derechos y garantías fundamentales de la persona.

Hacer efectiva la responsabilidad social de los medios de comunicación en cuanto a la veracidad e imparcialidad en la información, y la preeminencia del interés general sobre el particular.

Asegurar el respeto al pluralismo político, ideológico, religioso, étnico, social y cultural.

Promover el desarrollo político, económico, social y cultural de la población, y la formación de los individuos con sujeción a las finalidades del servicio.

Permitir la libre y leal competencia en la prestación del servicio.

Asegurar el acceso equitativo y democrático en igualdad de condiciones a las concesiones del servicio y al uso del espectro radioeléctrico atribuido para su prestación.

Ejercer los derechos de rectificación y réplica.

Asegurar la libre expresión de las personas, con sujeción a las leyes y reglamentos sobre la materia.

Garantizar como derecho fundamental de la persona la intimidad individual y familiar contra toda intromisión en el ejercicio de la prestación del Servicio de Radiodifusión Sonora.

Garantizar como derecho fundamental de los niños: la vida, la integridad física, la educación, la cultura, la recreación y la libre expresión de su opinión.

Garantizar que los derechos de los niños prevalezcan sobre los derechos de los demás.

Artículo 6°. Régimen normativo. Al Servicio de Radiodifusión Sonora le son aplicables los derechos, garantías y deberes previstos en la Constitución Política, la Ley 80 de 1993, la Ley 1098 de 2006, la Ley 1150 de 2007 y la Ley 1341 de 2009, las normas previstas en esta resolución, los planes técnicos nacionales de radiodifusión sonora que integren el Plan General de Radiodifusión Sonora, las demás disposiciones que regulen la materia, así como las normas que las modifiquen, sustituyan o reglamenten.

Parágrafo: Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora. Es el instrumento mediante el cual el Gobierno Nacional desarrolla jurídicamente la política del servicio determinada en la ley, y establece la ordenación técnica del espectro radioeléctrico atribuido a este servicio.

Hacen parte del plan las normas contenidas en los reglamentos y en el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora en Amplitud Modulada (A. M.) y en Frecuencia Modulada (F. M.). Con fundamento en el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora, se otorgan las respectivas concesiones.

Artículo 21. Régimen regulatorio. La programación y pautas publicitarias deben orientarse conforme a lo previsto en la Ley 30 de 1986, Ley 137 de 1994, Ley 996 de 2005, Ley 1098 de 2006, la Ley 1341 de 2009, el Decreto 677 de 1995, lo previsto en esta resolución, las demás disposiciones que regulen la materia, así como las normas que las modifiquen, sustituyan o reglamenten.

Artículo 22. Programación. Los proveedores del Servicio de Radiodifusión Sonora están en la obligación de diseñar y organizar la programación que divulguen al público, con sujeción a la clase de servicio que les ha sido autorizado en atención de aquella.

Con arreglo a lo dispuesto en el artículo 56 de la Ley 1341 de 2009, es libre la expresión y difusión de los contenidos de la programación y de la publicidad en el servicio de radiodifusión sonora. En todo caso los proveedores del servicio de radiodifusión sonora deben cumplir con la clase, finalidad y continuidad del servicio público autorizado y sin perjuicio de la observancia de las limitaciones establecidas en la Constitución y las leyes.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones tendrá a su cargo el deber de asegurar que el Servicio de Radiodifusión Sonora permita la libre expresión a los habitantes del territorio, incluida su potestad para buscar, recibir y difundir ideas e información de toda índole.

Artículo 23. Principios orientadores. Por las estaciones de radiodifusión sonora no podrán hacerse transmisiones que atenten contra la Constitución Política y la ley, y las normas que reglamenten la materia o la vida, honra y bienes de los ciudadanos.

Sin perjuicio de la libertad de información, el Servicio de Radiodifusión Sonora contribuirá a difundir la cultura, afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana y a fortalecer la democracia.

Los proveedores del Servicio de Radiodifusión Sonora están en la obligación de orientar la programación que se transmita por la emisora con el fin de colaborar en la prevención del consumo de drogas, bebidas alcohólicas y tabaco, no dar crédito a medicamentos que carezcan de autorización emitida por la autoridad competente, respeto por los derechos de los niños, niñas y adolescentes, contrarrestar la apología al delito y la violencia, y en la exaltación de los valores de la persona, y en todo caso ajustar la programación conforme a los fines del Servicio de Radiodifusión Sonora concedido.

Artículo 24. Responsabilidades especiales de los medios de comunicación. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones ejercerá las facultades de inspección, vigilancia y control, que le corresponden, frente a los proveedores del servicio de radiodifusión sonora para verificar el cumplimiento de las disposiciones previstas en el artículo 47 de la Ley 1098 de 2006, como garantía de los derechos de los niños, niñas y adolescentes.

Artículo 25. Patrocinios emisoras de interés público. Por los servicios de radiodifusión sonora prestados en gestión directa no se podrá transmitir pauta comercial, salvo los patrocinios definidos en los términos previstos en el artículo 58 de la Ley 1341 de 2009.

Artículo 26. Programación y publicidad en emisoras comunitarias. La programación de las estaciones de radiodifusión sonora comunitaria debe estar orientada a generar espacios de expresión, información, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación que conduzcan al encuentro entre las diferentes identidades sociales y expresiones culturales de la comunidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana y, en especial, la promoción de la democracia, la participación y la divulgación de los derechos fundamentales de los colombianos que aseguren una convivencia pacífica.

Parágrafo 1°. En sus emisiones diarias, la emisora se debe identificar siempre como comunitaria, además del nombre escogido para su operación y el distintivo de llamada.

Parágrafo 2°. A través del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora no podrá transmitirse ningún tipo de programa con fines proselitistas ni publicidad política.

Artículo 27. Comercialización de espacios en emisoras comunitarias. Por las estaciones de radiodifusión sonora comunitaria podrá transmitirse propaganda, exceptuando la publicidad política, y podrá darse crédito a quienes hayan dado patrocinios, auspicios y apoyos financieros para determinada programación, siempre que no se trate de personas cuyas actividades o productos esté prohibido publicitar.

La transmisión de publicidad así como los créditos por patrocinios, auspicios y apoyos se sujetará para las emisoras comunitarias a los siguientes criterios:

Para municipios con menos de 100.000 habitantes, de acuerdo con la información reportada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE, la transmisión de publicidad así como los créditos por patrocinios, auspicios y apoyos no podrá sobrepasar de quince (15) minutos por cada hora de transmisión de la estación.

Para municipios entre 100.000 y 500.000 habitantes, de acuerdo con la información reportada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE, la transmisión de publicidad así como los créditos por patrocinios, auspicios y apoyos no podrá sobrepasar de diez (10) minutos por cada hora de transmisión de la estación.

Para municipios o distritos con más de 500.000 habitantes, de acuerdo con la información reportada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE, la transmisión de publicidad así como los créditos por patrocinios, auspicios y apoyos no podrá sobrepasar de siete (7) minutos por cada hora de transmisión de la estación.

Las emisoras comunitarias deberán destinar dos (2) horas de su programación semanal para permitir la transmisión de programas desarrollados por instituciones educativas públicas legalmente reconocidas ante el Ministerio de Educación.

Artículo 29. Convenios o contratos. Las contribuciones hechas a las emisoras de interés público, como efecto de los patrocinios deberán constar en convenios o contratos escritos.

Artículo 30. Programación emisoras de interés público. A través de las estaciones de radiodifusión sonora de interés público podrán transmitirse eventos recreativos y deportivos en los que participe la comunidad y programas culturales y académicos de interés social.

Igualmente, podrán transmitirse programas de carácter informativo que estén directamente relacionados con los fines del servicio, con el fin de exaltar el respeto por lo público y los derechos ciudadanos.

Parágrafo 1°. A través del Servicio de Radiodifusión Sonora de Interés Público, no podrá transmitirse ningún tipo de programa con fines proselitistas, emitir publicidad o propaganda comercial ni política.

Parágrafo 2°. Los proveedores del Servicio de Radiodifusión Sonora de interés público no podrán arrendar los espacios.

Artículo 31. Manual de estilo para emisoras comunitarias y de interés público. Las Emisoras Comunitarias y de Interés Público deberán poner a disposición del público el Manual de Estilo que deberá contener la visión, las políticas, los principios y criterios propios de las emisoras, con los cuales se protegen los derechos de la audiencia, se evita la incitación a la violencia, a la discriminación y a la pornografía y se garantiza el pluralismo informativo, de conformidad con los fines del servicio. El manual de estilo servirá de guía para la generación de contenidos, formatos, redacción y planes de programación.

3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO

3.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Se inició el desarrollo del proyecto con la realización de 30 encuestas dirigidas al personal tanto administrativo como operativo (Anexo 2), en la cual se formularon preguntas que determinaron la importancia de la creación de un programa radial propio y los encuestados tuvieron la oportunidad de sugerir las temáticas a tratar en el desarrollo del mismo.

Recopilando la información obtenida en estas encuestas se creó la estructura del programa radial. Primeramente se decidió llamar “Programa Radial Corporativo Radio Urbano” con una duración de 30 minutos y emisiones quincenales. El género radiofónico escogido es el de noticia ya que las temáticas se basarán en las novedades empresariales.

Perfil del programa radial: Radio Urbano es el medio de comunicación radial de Aseo Urbano que facilita la relación de la empresa con sus grupos de interés ubicados en el área metropolitana de Cúcuta.

Radio Urbano cuenta con la dirección de la gerente comercial, la producción y realización por parte de las comunicaciones externas de la empresa. La emisora escogida para la transmisión del programa es Impacto Estéreo 98.2 del municipio de Villa del Rosario, debido a que en el momento de planificación del programa la empresa atravesaba una difícil situación con los clientes de ese municipio, ayudando esta idea a generar un contacto más cercano con ellos.

Luego de planificar la estructura del programa se presentó la propuesta ante la gerencia general la cual fue aprobada. (Anexo 1).

Los logos se diseñaron basados en los colores de la imagen corporativa, manteniendo la identidad e incluyendo a Urbanito el dummy publicitario⁴ de la empresa.

En el transcurso de estos 3 meses se produjeron y emitieron 6 programas radiales. En la preproducción de estos se crearon los correspondientes guiones de cada uno de los programas (Anexo 3) y el guión de preproducción en el que se redactaron los textos del cabezote, cortinillas, separadores y publicidad empresarial (Anexo 4).

⁴ DUMMIES PUBLICITARIOS: Son formas inflables que pretenden presentar con exactitud cualquier figura deseada, incluyendo mascotas que muestran la imagen de su empresa, realizamos construcciones cuidadosas que permiten lograr diseños casi exactos, generando un espectáculo donde se instalen por su colorido, vistosidad y tamaño.

4. DIAGNÓSTICO FINAL

Los conocimientos adquiridos en el programa académico que me brindó la universidad considero que fueron los que constituyeron bases sólidas en dónde me apoye para construir la experiencia actualmente adquirida. Mi aporte profesional se evidenció en el fortalecimiento de la imagen corporativa aprovechando las que considero mis fortalezas a nivel académico como producción radial, diseño de material corporativo y atención al cliente, a partir de estos aspectos se crearon estrategias que permitieron que los clientes estuviesen más enterados de las novedades de la empresa y haciendo cada vez más visible las actividades tanto internas como externas de la misma. Una de éstas fue el poder constituir a Radio Urbano como programa radial corporativo propio para la empresa, estableciéndose su estructura para futuras emisiones dentro del Sistema de Gestión Integrado (SGI) en el Manual de Procesos de la Cadena de Valor (MPV) y con este valor agregado la posibilidad de emitirlo en estaciones radiales con mayor cobertura. Con este gran logro se dio un paso más para ser reconocido y diferenciado el área de comunicación externa ya que es la primera vez que asignaba un pasante para desempeñarse en esta área.

5. CONCLUSIONES

Dada la necesidad evidenciada en el diagnóstico realizado en cuanto a fortalecer la imagen de la organización, se estableció como estrategia un programa radial corporativo dado que es medio que llegaría más fácil y rápidamente al target group⁵. Se produjeron seis (6) emisiones en el cual se trataron temas de tipo ambiental y empresarial, dando a conocer todas las actividades y proyectos que se adelantan dentro de la organización para mejorar y ampliar su portafolio de servicios. Se contó con la colaboración de los gerentes de cada área para la gestión de la información y el apoyo financiero de la gerencia regional. Para la difusión y propaganda de cada emisión se utilizaron diseños que fueron publicados en las redes sociales y página web oficiales de la empresa, garantizando el éxito de la propuesta y concluyendo que los programas radiales corporativos si funcionan como estrategia para el posicionamiento de marca, ya que es un medio masivo y accesible a todos los clientes.

⁵ **Target group:** Quiere decir público objetivo, esto es, el segmento de las personas a las que va dirigidas las acciones de comunicación y marketing.

6. RECOMENDACIONES

La empresa en estos momentos cuenta con una coordinadora de comunicaciones, desde que inicié mis prácticas y luego la pasantía estuve a cargo de las comunicaciones externas y ella de las internas, pero para la empresa estos cargos no son formales.

Sugiero que sería conveniente abrir el área de comunicaciones externas dado que en el momento es necesario continuar con los procesos que se llevan a cabo en cuanto al área, ya que se evidenció que la imagen de la empresa mientras se han desarrollado las estrategias comunicacionales el contacto con los clientes ha sido favorable.

Se recomienda destinar presupuesto para el cambio de estación radial debido a que la actual solo tiene cobertura en algunos sectores del área metropolitana de Cúcuta.

BIBLIOGRAFÍA

Boix, Monserrat(2007) comunicación y educación para la ciudadanía, Andalucía educativa. Sevilla.

Martínez, Jhon Jairo (2013) Desafíos y amenazas: Consideraciones entorno a las políticas públicas de agua potable y saneamiento básico y a la gestión de residuos peligrosos, Bogotá- Colombia

Balestrini, M. (2006). Cómo se elabora el proyecto de investigación. Consultores y Asociados.

ANEXOS

PROPUESTA

PROGRAMA RADIAL CORPORATIVO

aseo urbano
S.A.S. E.S.P.



PROGRAMA RADIAL CORPORATIVO

Radio Urbano

EMISIÓN

Periodicidad: Cada 15 días.

Día: martes

Hora: 1:30 pm.

Duración: 30 minutos

Dirección: Dra. Carolina Gélvez, Gerente Comercial Aseo Urbano S.A.S E.S.P

Producción y realización: Laura Ibáñez, Comunicaciones Externas Aseo Urbano S.A.S E.S.P

PROGRAMACIÓN

Secciones

Notiurbano: Noticias relevantes de la empresa.

Eventos: Actividades a realizar en los próximos 15 días

Nota ambiental: Con la voz del personaje de Urbanito se emitirá un mensaje para cuidar el medio ambiente.

Mi compromiso con urbanito: Es una campaña que ayude al medio ambiente que junto con urbanito nos proponemos a cumplir en los próximos 15 días después de la emisión.

Gerencia contigo: Es un espacio en dónde los gerentes de cada área de la empresa habla de los objetivos, proyectos y de la promesa del servicio de su área o en general.

CONTINUIDAD

1. Publicidad empresarial (Brief 1)
2. Presentación del programa
3. Separador (Notiurbano)
4. Titulares
5. Cuerpo Notiurbano parte 1
6. Publicidad empresarial (Brief 2)
7. Separador (Eventos)
8. Cuerpo Eventos
9. Publicidad empresarial (Brief 3)
10. Separador (Notiurbano)
11. Cuerpo Notiurbano parte 2
12. Publicidad empresarial (Evento)
13. Separador (Gerencia Contigo)
14. Cuerpo Gerencia Contigo
15. Publicidad empresarial (Comparendo ambiental)
16. Separador (Nota ambiental)

17. Presentación y saludo de Urbanito
18. Separador (Mi compromiso con Urbanito)
19. Desarrollo cuerpo Mi compromiso con Urbanito
20. Despedida.
21. Publicidad Empresarial (Brief 4)

SEPARADORES:

Notiurbano: “ Toda la actualidad de la empresa la encuentras sólo aquí en Notiurbano”.

Eventos: “Entérate de actividades que tenemos para ti en nuestros Eventos”.

Nota Ambiental: “Nota Ambiental. Porque cuidar el planeta es nuestra responsabilidad”.

Mi compromiso con urbanito: “Mi compromiso con Urbanito, mientras otros te prometen la luna, yo te garantizo la tierra”.

La gerencia Contigo: “Para que estés más cerca de nosotros, está la Gerencia contigo”.

PROPUESTA DE LOGO

Logo: Para el diseño se tuvieron en cuenta los colores corporativos y la mariposa monarca, elemento fundamental del logo de la empresa. Los usos de este logo son generales especialmente para hoja membretada.



Logo con el Dummy de la empresa “Urbanito”: Este diseño incluyó la figura publicitaria que asemeja un niño disfrazado con el uniforme de un operador recolector o escobita de la empresa, ya que para él son personas a las que admira por ser muy importantes para la ciudad. Urbanito se caracteriza por ser un niño correcto y por su preocupación por el medio ambiente y su función dentro del programa radial es dar consejos en el manejo de los residuos y diferentes temas que contribuyan al mejoramiento ambiental.



Anexo B. Encuesta

1. ¿Qué nivel de importancia considera usted que tiene la creación de un programa radial corporativo?
 - a. Alto
 - b. Medio
 - c. Bajo

2. ¿Qué temáticas le gustaría que se trataras en el programa?
 - a. Noticias
 - b. Notas ambientales
 - c. Eventos
 - d. Todas las anteriores

3. ¿Cuánto tiempo considera que debería durar el programa radial y con que periodicidad?
 - a. 15 minutos - Semanal
 - b. 30 minutos - Quincenal
 - c. 1 hora – Mensual

4. ¿Cómo le gustaría que se llamara el programa radial corporativo?
 - a. Radio Urbano
 - b. Voz Limpia

Anexo C. Guiones

Guión #1

Programa Radial Corporativo RADIO URBANO

Operador o locutor	Texto o indicación
Op.	Entra publicidad Programa Radial- “Martes 1:30”
Op.	Cabezote Programa- “Aseo Urbano identificador”
Loc1	Hola, muy buenas tardes a todos, les doy la bienvenida al nuevo Programa Radial Corporativo Radio Urbano, mi nombre es Laura Ibáñez y los estaré acompañando en cada una de las emisiones quincenales, en este espacio que le permitirá a Aseo urbano estar más cerca de cada uno de ustedes, actualizados con todo el acontecer de nuestra empresa y propendiendo siempre por el mejoramiento ambiental. Para esta primera emisión tendremos...(Cortina- Jingle pista)
Op.	Separador Notiurbano
Loc2	Titulares
Loc1	Noticia 1- Conmemoración 280 años de Cúcuta- Entrevista ángel Uriel García ENTRA: “No podía pasar desapercibido...” SALE: “... nuestra bandera de Cúcuta”.
Loc1	Noticia 2- Certificación norma Icontec- Entrevista Lina María García ENTRA: “Estamos trabajando de la mano...” SALE: “... y la gestión ambiental”.
Loc1	Noticia 3- Trabajadores pueden terminar su colegio- Entrevista Maryuri Pardo ENTRA: “Dentro de este programa...” SALE: “... inicia el año 2014”.
Loc1	Noticia 4- Brigadas de limpieza- entrevista José Luis Díaz ENTRA: “La empresa viene realizando...” SALE: “... y se va programando semanalmente”.
Op.	Promo – Quienes somos
Op.	Separador – Entérate
Loc1	Evento 1- Entrega Boletería hijos trabajadores- Entrevista Maryuri Pardo ENTRA: “La actividad se va a desarrollar...” SALE: “... dinosaurios Mecatronix en el Ventura Plaza”.
Op.	Publicidad –Servicios
OP.	Separador- Gerencia contigo
Loc1.	Entrevista Ingeniero Ángel Uriel García ENTRA: “Buenas tardes un saludo...” SALE: “... eso nos hace distintos”.
Op.	Publicidad compromiso ecológico
Op.	Separador – Saludo Urbanito
Loc1	Nota ambiental...
Op.	Separador Mi Compromiso Con Urbanito
Loc1	Compromiso de reciclar Papel
Loc1.	Este ha sido nuestro programa de hoy y espero que sigan con nosotros en cada una de las emisiones quincenales de Radio Urbano. Los estuvo acompañando Laura Ibáñez y recuerden que Aseo urbano está ahora más cerca de ustedes. Que tengan una feliz tarde. (Cortina- Jingle pista)

Guión #2
Programa Radial Corporativo RADIO URBANO

Operador o locutor	Texto o indicación
Op.	Entra publicidad Programa Radial- “Martes 1:30”
Op.	Cabezote Programa- “Aseo Urbano identificador”
Loc1	Hola, muy buenas tardes a todos, les doy la bienvenida a nuestro Programa Radial Corporativo Radio Urbano, mi nombre es Laura Ibáñez y los estaré acompañando en cada una de las emisiones quincenales, en este espacio que le permitirá a Aseo urbano estar más cerca de cada uno de ustedes, actualizados con todo el acontecer de nuestra empresa y propendiendo siempre por el mejoramiento ambiental. En nuestra emisión de hoy tendremos... (Cortina- Jingle pista)
Op.	Separador Notiurbano
Loc2	Titulares
Loc1	Noticia 1- Certificación RUC- Voz 010 – Entrevista ENTRA: “Uno de los grandes logros...” SALE: “... y limpieza que hacemos hoy por hoy”.
Loc1	Noticia 2- Reconocimiento Andesco - Voz 015-Entrevista ENTRA: “Nuevamente en el seno del congreso...” SALE: “... solamente la pueden tener 5 empresas”.
Loc1	Noticia 3- Jornadas pedagógicas- Voz 012 – Entrevista ENTRA: “Estas jornadas llevan al objetivo...” SALE: “... realizarlo de una correcta forma”.
Loc1	Noticia 4- Biorremediación - Voz 018 – Entrevista ENTRA: “Bueno, en este caso el servicio...” SALE: “... en donde se puede estar descontaminado”.
Op.	Promo – Quienes somos
Op.	Separador – Entérate
Loc1	Evento 1- Celebración virgen del Carmen- Voz 011 ENTRA: “En la empresa el 16 de julio...” SALE: “... 16 de julio en las horas de la tarde”.
Op.	Publicidad – Servicios
OP.	Separador- Gerencia contigo
Loc1.	Entrevista Doctora Lina María García Botello ENTRA: “Buenas tardes y para todos...” SALE: “... un servicio muy importante de la organización”.
Op.	Publicidad compromiso ecológico
Op.	Separador – Saludo Urbanito
Loc1	Nota ambiental... Toneladas de papel reciclado. Voz de Tatiana. Nota que grabamos en la empresa
Op.	Separador Mi Compromiso Con Urbanito
Loc1	Compromiso Pagar las facturas por Internet, ahorrarás millones de árboles cada año, evitando que sean talados.
Loc1.	Este ha sido nuestro programa de hoy y espero que sigan con nosotros en cada una de las emisiones quincenales de Radio Urbano. Los estuvo acompañando Laura Ibáñez y recuerden que Aseo urbano está ahora más cerca de ustedes. Que tengan una feliz tarde. (Cortina- Jingle pista)

Guión #3
Programa Radial Corporativo RADIO URBANO

Operador o locutor	Texto o indicación
Op.	Entra publicidad Programa Radial- “Martes 1:30”
Op.	Cabezote Programa- “Aseo Urbano identificador”
Loc1	Hola, muy buenas tardes a todos, les doy la bienvenida a nuestro Programa Radial Corporativo Radio Urbano, mi nombre es Laura Ibáñez y los estaré acompañando en cada una de las emisiones quincenales, en este espacio que le permitirá a Aseo urbano estar más cerca de cada uno de ustedes, actualizados con todo el acontecer de nuestra empresa y propendiendo siempre por el mejoramiento ambiental. En nuestra emisión de hoy tendremos... (Cortina- Jingle pista)
Op.	Separador Notiurbano
Loc2	Titulares
Loc1	Noticia 1- Buena noticia para Aseo Urbano y sus usuarios, logramos la Certificación OHSAS 18001 y la renovación de ISO 9001 y 14004 – (Entrevista Voz 004) ENTRA: “Buenas tardes a todos...” SALE: “...un ambiente sano a todos ustedes”.
Loc1	Noticia 2- Socialización del Contrato de condiciones uniformes. (Entrevista Voz 001) ENTRA: “Un saludo a todas la personas...” SALE: “...y cuales son sus obligaciones”.
Loc1	Noticia 3- Recuperación de las zonas que rodean el Hospital Mental Rudesindo Soto. (Entrevista Voz 013- Voz 014) ENTRA: “En este sector se viene presentando...” SALE: “... se está trabajando en el área de Gestión Social”.
Loc1	Noticia 4- Con éxito Culminan capacitaciones de servicio al cliente. (Entrevista Voz 003) ENTRA: “Bueno Laura, básicamente se trató...” SALE: “...el resultado es bastante bueno”.
Op.	Promo – Quienes somos
Op.	Separador – Entérate
Loc1	Evento 1 – Inscripciones abiertas para cursos básicos de sistemas gratuitos dirigido a las familias de nuestros trabajadores (Entrevista Voz 002) ENTRA: “Aseo Urbano tiene 12 cupos...” SALE: “... en la oficina de atención al trabajador”.
Loc1	Evento 2 - Lanzamiento de la Promesa de servicio de Aseo Urbano. (Entrevista - Grabación en la emisora con la Dra. Carolina) ENTRA: “Laura muy buenas tardes...” SALE: “... son lo más importante para nuestra empresa”.
Op.	Publicidad – Servicios
Op.	Separador- Gerencia contigo
Loc1.	Entrevista Doctora María Paola Hernández ENTRA: “Buenas tardes Laura, vale la pena...” SALE: “... se comuniquen con nuestra línea 110”.
Op.	Publicidad compromiso ecológico
Op.	Separador – Saludo Urbanito
Loc1	Nota ambiental... Cigarrillo-Voz de la Dra. Carolina. Nota que grabamos en la emisora
Op.	Separador Mi Compromiso Con Urbanito

Loc1	Nuestro compromiso con urbanito para estos 15 días es reutilizar todos los frascos de vidrio como en los que vienen las compotas, encurtidos, salsas, dulces o botellas no retornables de gaseosa que a veces se quedan en nuestras casa y no sabemos que hacer con ellas, NO LAS BOTEMOS!! Utilicémoslas como recipientes para almacenar otras cosas ya sean objetos como botones o líquidos como aceite sobrante, pinturas, etcétera.
Loc1.	Este ha sido nuestro programa de hoy y espero que sigan con nosotros en cada una de las emisiones quincenales de Radio Urbano. Los estuvo acompañando Laura Ibáñez y recuerden que Aseo urbano está ahora más cerca de ustedes. Que tengan una feliz tarde. (Cortina- Jingle pista)

Guión #4

Programa Radial Corporativo RADIO URBANO

Operador o locutor	Texto o indicación
Op.	Entra publicidad Programa Radial- “Martes 1:30”
Op.	Cabezote Programa- “Aseo Urbano identificador”
Loc1	Hola, muy buenas tardes a todos, les doy la bienvenida a nuestro Programa Radial Corporativo Radio Urbano, mi nombre es Laura Ibáñez y los estaré acompañando en cada una de las emisiones quincenales, en este espacio que le permitirá a Aseo urbano estar más cerca de cada uno de ustedes, actualizados con todo el acontecer de nuestra empresa y propendiendo siempre por el mejoramiento ambiental. En nuestra emisión de hoy tendremos... (Cortina- Jingle pista)
Op.	Separador Notiurbano
Loc2	Titulares
Loc1	Noticia 1- Se realizaron las elecciones para conformar el Comité Paritario de Salud Ocupacional COPASO. (Entrevista VOZ 008) ENTRA: “Por parte de la empresa tuvimos dos planillas...” SALE: “... salvaguardando la salud del trabajar”.
Loc1	Noticia 2- La empresa aseo Urbano ofrece solución al problema de almacenamiento de basuras. (Entrevista VOZ 011) ENTRA: “Muy buenas tardes a todos...” SALE: “... o también al celular 3158576652”.
Loc1	Noticia 3- El Dr. Gabriel Vallejo instruyó al personal administrativo en Atención al cliente. (Entrevista VO Z007) ENTRA: “Yo creo que es la única y verdadera...” SALE: “...ese es el mensaje que queríamos transmitir”.
Op.	Promo – Quienes somos
Op.	Separador – Entérate
Loc1	Evento 1 – Inscripciones abiertas para los trabajadores de Aseo Urbano que deseen participar en los juegos que se realizarán en el Festival Criollo Llanero. (Entrevista VOZ 006) ENTRA: “Laura desde el día de ayer...” SALE: “...y la feria recreativa, los esperamos”.
Op.	Publicidad – Servicios
OP.	Separador- Gerencia contigo
Loc1.	ENTREVISTA MERCELA CHAVEZ GERENCIA- entrevista GERENTE TECNICA ENTRA: “Buena tardes, soy la gerente técnica...” SALE: “...informar el cambio de cualquier horario”.
Op.	Publicidad compromiso ecológico
Op.	Separador – Saludo Urbanito

Loc1	<p>Nota ambiental... Manejo de residuos sólidos ordinarios y peligrosos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Elementos peligrosos como vidrios, bombillos, platos, vasos, tazas quebradas, espejos y demás utensilios de este material que se partan en la casa, envolverlos en doble papel periódico y ponerlos por separado. - Las jeringas utilizadas deben tener el capuchón de la aguja puesto antes de ir a la bolsa de basura, pero además, debe estar marcada en una bolsa aparte con el aviso de residuo peligroso. - Cuchillos, alambres, latas de alimentos, hojas de afeitar, bisturí, entre otros elementos corto punzantes, preferiblemente deben estar depositados en bolsas aparte y de la misma manera que se hace con las jeringas.
Op.	Separador Mi Compromiso Con Urbanito
Loc1	Mi compromiso con urbanito para estos 15 días es utilizar envases retornables, cuando compremos una gaseosa o un jugo elijamos el que tenga el envase retornable, de esta forma contribuimos al medio ambiente ya que generaríamos menos cantidad de basura.
Loc1.	Este ha sido nuestro programa de hoy y espero que sigan con nosotros en cada una de las emisiones quincenales de Radio Urbano. Los estuvo acompañando Laura Ibáñez y recuerden que Aseo urbano está ahora más cerca de ustedes. Que tengan una feliz tarde. (Cortina- Jingle pista)

Guión #5

Programa Radial Corporativo RADIO URBANO

Operador o locutor	Texto o indicación
Op.	Entra publicidad Programa Radial- “Martes 1:30”
Op.	Cabezote Programa- “Aseo Urbano identificador”
Loc1	Hola, muy buenas tardes a todos, les doy la bienvenida a nuestro Programa Radial Corporativo Radio Urbano, mi nombre es Laura Ibáñez y los estaré acompañando en cada una de las emisiones quincenales, en este espacio que le permitirá a Aseo urbano estar más cerca de cada uno de ustedes, actualizados con todo el acontecer de nuestra empresa y propendiendo siempre por el mejoramiento ambiental. En nuestra emisión de hoy tendremos... (Cortina- Jingle pista)
Op.	Separador Notiurbano
Loc2	Titulares
Loc1	<p>Noticia 1- Jornadas de arborización se adelantan en diferentes sectores de la ciudad de Cúcuta. (Entrevista VOZ 010)</p> <p>ENTRA: “Por la limpieza de mi parque...”</p> <p>SALE: “... desde cualquier teléfono fijo”.</p>
Loc1	<p>Noticia 2- Aviso importante. Cumplimiento de la Ley 1581 de 2012- Protección de la información del los usuarios. Audio</p> <p>ENTRA: “Aviso importante, cumplimiento...”</p> <p>SALE: “... a través de nuestra página web www.aseourbano.com.co”.</p>
Loc1	<p>Noticia 3- Nuevas ofertas de empleo ofrece Aseo Urbano. Entrevista.</p> <p>ENTRA: “Para todas aquellas personas...”</p> <p>SALE: “...al 5829900 o a la línea 110”.</p>
Op.	Promo – Quienes somos
Op.	Separador – Entérate
Loc1	<p>Evento 1 – Rediseño de la página web oficial de la empresa ASEOURBANO.COM.CO</p> <p>Audio</p> <p>ENTRA: “Aseo Urbano estrena nueva apariencia ...”</p>

	SALE: "... en aseourbano.com.co".
Loc1	Condolencias por fallecimiento de la madre del Ingeniero Ángel
Op.	Publicidad – Servicios
OP.	Separador- Gerencia contigo
Loc1.	ENTREVISTA GERENCIA COMERCIAL- CAROLINA GELVEZ- Entrevista. ENTRA: "Laura buenas tardes..." SALE: "... efectiva y oportuna a sus requerimientos".
Op.	Publicidad compromiso ecológico
Op.	Separador – Saludo Urbanito
Loc1	Nota ambiental... En los próximos 3 programas de radio urbano vamos a tratar de un tema ambiental para darle solución al problema de los residuos sólidos y se trata de las tres R (Reducir-Reciclar y Reutilizar). Los consejos de hoy para Reducir son los siguientes: - Compra sólo lo necesario y, si es posible, que sea biodegradable. - Disminuye el consumo de productos desechables o aquellos que contienen varios empaques. - Usa preferentemente tasas, vasos y platos de cerámica. - Utiliza envases retornables. - Lleva bolsa de mandado en lugar de pedir bolsas de plástico. - Usa las hojas de papel por ambos lados. - Elabora cuadernos nuevos con las hojas sobrantes de los cuadernos en desuso. - Organiza ventas de garaje o venta de artículos que ya no son útiles. - Utiliza pilas recargables. - Da la máxima utilidad a las cosas sin necesidad de destruirlas. - Usa de nuevo un objeto con otro fin al que se compró.
Op.	Separador Mi Compromiso Con Urbanito
Loc1	Nuestro compromiso con Urbanito para estos quince días es que si vas transitando por alguna vía y estemos consumiendo algún alimento o bebida, no tiremos su empaque o envase a la calle, ya que nos encontramos en una época de lluvias y el exceso de basura en las cunetas causa que los desagües se tapen y ocasiones inundaciones en la vías que producen un trauma en el tránsito vehicular. Así que les recuerdo no botemos los residuos a las calles por esta y muchas razones que afectan el ambiente y nuestra vida cotidiana, RECUERDEN que este no sea un compromiso sólo para estos 15 días si no para toda la vida.
Loc1.	Este ha sido nuestro programa de hoy y espero que sigan con nosotros en cada una de las emisiones quincenales de Radio Urbano. Los estuvo acompañando Laura Ibáñez y recuerden que Aseo urbano está ahora más cerca de ustedes. Que tengan una feliz tarde. (Cortina- Jingle pista)

Guión #6
Programa Radial Corporativo RADIO URBANO

Operador o locutor	Texto o indicación
Op.	Entra publicidad Programa Radial- "Martes 1:30"
Op.	Cabezote Programa- "Aseo Urbano identificador"
Loc1	Hola, muy buenas tardes a todos, Es grato para nosotros que nos acompañen en esta tarde de martes en nuestro Programa Radial Corporativo Radio Urbano, mi nombre es Laura Ibáñez y los estaré acompañando en cada una de las

	emisiones quincenales, en este espacio que le permitirá a Aseo urbano estar más cerca de cada uno de ustedes, actualizados con todo el acontecer de nuestra empresa y propendiendo siempre por el mejoramiento ambiental. Y para hoy en Radio Urbano tendremos... (Cortina- Jingle pista)
Op.	Separador Notiurbano
Loc2	Titulares
Loc1	Noticia 1- Nuevos programas educativos adelanta el área de Gestión Social- ENTREVISTA. ENTRA: “Hola muy buenas tardes...” SALE: “... ambiente mucho más sano”.
Loc1	Noticia 3- Continúan disponibles vacantes en Aseo Urbano. ENTEVISTA ENTRA: “Continúan vigentes ofertas...” SALE: “...al teléfono 5829900 o a la línea 110”.
Op.	Promo – Quienes somos
Op.	Separador – Entérate
Loc1	Evento 1 – Se retoma el evento más esperado por Nuestros trabajadores, el Festival Criollo - ENTREVISTA ENTRA: “El festival criollo sigue en pie...” SALE: “... puedes asistir con un acompañante”.
Loc1	Aseo Urbano extiende una cordial invitación a nuestros Usuarios para que hagan parte de las actividades que se están llevando a cabo en distintas localidades de la ciudad de Cúcuta, Villa del Rosario y Los Patios. Voz 017 ENTRA: “Se va a hacer el lanzamiento...” SALE: “... sano y limpio de basura”.
Op.	Publicidad – Servicios
Op.	Separador- Gerencia contigo
Loc1.	ENTREVISTA DOCTORA MARIA SEVILLA- GERENCIA DIRECTORA DE PLANEACION Y PROYECTOS ENTRA: “Inicialmente quiero contarte que hace...” SALE: “... se comuniquen con nuestra línea 110”.
Op.	Publicidad compromiso ecológico
Op.	Separador – Saludo Urbanito
Loc1	Nota ambiental... Desde el programa pasado venimos hablando de un tema ambiental para darle solución al problema de los residuos sólidos y se trata de las tres R (Reducir-Reciclar y Reutilizar). Anteriormente explicamos cuales son los hábitos que hay que cambiar para lograr reducir significativamente la cantidad de basura que generamos. Hoy hablaremos de cuales son las manares como podemos contribuir al proceso de reciclar: - Separa los residuos en orgánicos e inorgánicos desde el momento en que se generan. - Enjuaga los envases usados de cartón multicapas (jugos, leche, etc.), y aplástalos para ahorrar espacio; los puedes depositar en los contenedores que se encuentran en algunas tiendas de autoservicio especiales para este tipo de residuo. - Quita la tapa y aplasta las botellas de PET. - Localiza centros de acopio que compren materiales reciclables.
Op.	Separador Mi Compromiso Con Urbanito

Loc1	<p>Muchos de nosotros tenemos una costumbre que perjudica para al planeta y es que solemos dejar conectados todo el día el cargador de nuestro teléfono celular o reproductor de música así este en desuso. Ya que aunque no estén siendo usados consumen una cantidad considerada de energía, así que nuestro compromiso con Urbanito para estos quince días es, desconectar todo cargador u otro electrodoméstico que no esté siendo usado, ayudarán al planeta y te ahorrarán dinero en tu factura de energía. RECUERDEN que este no sea un compromiso sólo para estos 15 días si no para toda la vida.</p>
Loc1.	<p>Este ha sido nuestro programa de hoy y los invito a que sigan con nosotros en cada una de las emisiones quincenales de Radio Urbano. Los estuvo acompañando Laura Ibáñez y recuerden que Aseo urbano está ahora más cerca de ustedes. Que tengan una feliz tarde. (Cortina- Jingle pista)</p>

Anexo D. Guión preproducción

- PUBLICIDAD PROGRAMA RADIAL

La empresa de servicio públicos domiciliarios Aseo Urbano se conecta contigo. Volverás a compartir con nosotros información de tu interés. Servicios, noticias, eventos, que te actualizarán con el acontecer empresarial.

Escúchanos los martes a la 1 y 30 de la tarde, los martes a la 1 y 30 de la tarde.

Aseo Urbano, más que un servicio, un compromiso.

- CABEZOTE

Aseo Urbano se conecta contigo para que estés al día con nosotros, enterado de todos los servicios, noticias, eventos y mucho más. Acércate y quédate con Radio Urbano.

- SEPARADORES

Notiurbano: “ Toda la actualidad de la empresa la encuentras sólo aquí en Notiurbano”.

Eventos: “Entérate de actividades que tenemos para ti en nuestros Eventos”.

Nota Ambiental: (Leer abajo guión urbanito)

Mi compromiso con urbanito: “Mi compromiso con Urbanito, mientras otros te prometen la luna, yo te garantizo la tierra”.

La gerencia Contigo: “Para que estés más cerca de nosotros, está la Gerencia contigo”.

- PUBLICIDAD EMPRESARIAL

- QUIENES SOMOS

Somos una empresa dedicada a la gestión integral de residuos sólidos ordinarios y peligrosos. Contamos con 13 años de experiencia en el sector y con un portafolio de servicios basado en la calidad y la protección del medio ambiente.

Hacemos parte del Grupo empresarial SALA, al que también pertenecen doce empresas dedicadas a la prestación de servicios públicos domiciliarios, soluciones ambientales y gestión de residuos peligrosos.

- SERVICIOS

Publicidad 1.

En ASEO URBANO nos encargamos de mantener nuestras ciudades limpias. Para ello, realizamos varias tareas en las cuales somos especialistas:

Servicio domiciliario de aseo

-Mantenemos limpias calles, avenidas, parques y áreas públicas, gracias a nuestro programa de barrido y limpieza.

-Recogemos y transportamos la basura que los hogares, comercio y la industria producen.

- Nos encargamos del proceso final de estos residuos, que son llevados a nuestros rellenos sanitarios en Cúcuta (Norte de Santander) y Aguachica (César)
- También recogemos, transportamos y hacemos la disposición final de podas y escombros.

Publicidad 2.

Botaderos de basura

Nuestro compromiso ecológico nos ha permitido clausurar 16 botaderos en el país. Hemos recuperado estos espacios gracias a un esfuerzo técnico y ambiental que dio como resultado lugares agradables con el medio ambiente y más eficientes en el manejo de basuras.

Publicidad 3.

Manejo de residuos peligrosos

Desde hace 10 años, ASEO URBANO y nuestro Grupo Empresarial hemos realizado una importante labor de investigación para ofrecer al mercado un modelo seguro y eficaz para el manejo de residuos peligrosos como lo son los hospitalarios como los industriales.

Publicidad 4.

Aseo Urbano protegemos el medio ambiente y su salud. Ofrece sus servicios de atención al cliente en las oficinas ubicadas en Villa del Rosario en la Calle 11 #14-10 Barrio La Ceiba, en los patios se encuentra ubicada en la Av. 10 # 29-25 Edificio Ágora, local 3
En Cúcuta En la Av. 4 #3-38 Barrio Latino. Llámanos desde cualquiera número celular o fijo en Colombia al N° 110.

Publicidad 5.

CENTRO TECNOLOGICO GUAYABAL – CUCUTA

Contamos con nuestro Centro Tecnológico Guayabal, un relleno sanitario con los más altos estándares de calidad, que está ubicado en el kilómetro 10 de la vía a Puerto Santander hacia el norte de la ciudad en el cual funciona la **Celda de residuos ordinarios** que lleva más de 10 años de operación, se han recibido más de 2 millones de toneladas de residuos provenientes de 20 municipios en Norte de Santander.

En Guayaban también contamos con el Tratamiento de lixiviados sin vertimientos a fuentes de agua, con la Planta para reducir emisiones, con Celdas de Seguridad, Tratamiento térmico, Biorremediación de suelos, Entre muchas otras cosas más, Acércate y conócenos.

FRASES PARA CORTINILLAS

- Conservemos limpia nuestra ciudad.
- Protegemos el medio ambiente y su salud.

- Trabajamos para usted.
- No arroje basura al piso.
- Respete los horarios y los días de recolección.
- Cierre bien las bolsas de basura
- Ponga la basura frente a su predio.
- No coloque basura en los separadores.
- Marque al 110 si tiene alguna queja o reclamo.
- Si tiene escombros o podas de árboles, llame al 110.
- Gracias por ayudarnos a mantener nuestra ciudad limpia.

Saludo sección Urbanito

“Hola, yo soy urbanito, la voz de tu conciencia ambiental, porque cuidar el planeta es nuestra responsabilidad”.