

	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	RAYHAN ROBSON GUERRERO ROJAS
FACULTAD	EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	HEVER AUGUSTO PÁEZ QUINTANA
TÍTULO DE LA TESIS	IMPLEMENTACIÓN DE LA SECCIÓN LA TROPIMÓVIL, DEL PROGRAMA TROPISHOW DE TROPICANA STEREO 102.9 DE CARACOL RADIO

RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

EL INFORME DE PASANTÍAS QUE A CONTINUACIÓN SE DESARROLLA, EL CUAL FUE REALIZADO EN TROPICANA STÉREO, CONTÓ CON UNOS OBJETIVOS QUE FUERON PLANTEADOS Y APROBADOS DE LA SIGUIENTE MANERA: REALIZAR UN DIAGNÓSTICO SITUACIONAL PARA CONOCER LAS EXPECTATIVAS QUE TIENEN LOS OYENTES DE LA SECCIÓN TROPISHOW DE TROPICANA STEREO 102.9 DE CARACOL RADIO; IMPLEMENTAR LA SECCIÓN LA TROPIMÓVIL, DEL PROGRAMA TROPISHOW DE TROPICANA STEREO; Y, DETERMINAR UNA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL QUE MEJORE LOS CANALES Y FLUJO DE INFORMACIÓN CREANDO VÍNCULO ENTRE LOS OYENTES Y LA SECCIÓN LA TROPIMÓVIL, DEL PROGRAMA TROPISHOW DE TROPICANA STEREO.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 44	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 7	CD-ROM: 1
--------------------	----------------	-------------------------	------------------



**IMPLEMENTACIÓN DE LA SECCIÓN LA TROPIMÓVIL, DEL PROGRAMA
TROPISHOW DE TROPICANA STEREO 102.9 DE CARACOL RADIO**

RAYHAN ROBSON GUERRERO ROJAS

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

**IMPLEMENTACIÓN DE LA SECCIÓN LA TROPIMÓVIL, DEL PROGRAMA
TROPISHOW DE TROPICANA STEREO 102.9 DE CARACOL RADIO**

RAYHAN ROBSON GUERRERO ROJAS

Informe final de pasantías presentado para optar al título de Comunicador Social

**Director
HEVER AUGUSTO PÁEZ QUINTANA
Comunicador Social**

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

CONTENIDO

	Pág.
<u>INTRODUCCIÓN</u>	12
1. <u>IMPLEMENTACIÓN DE LA SECCIÓN LA TROPIMÓVIL, DEL PROGRAMA TROPISHOW DE TROPICANA STERERO 102.9 DE CARACOL RADIO</u>	13
1.1 <u>DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA</u>	13
1.1.1 Misión.	16
1.1.2 Visión	16
1.1.3 Objetivo de la empresa.	16
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional	16
1.1.5 Descripción de la dependencia de trabajo	17
1.2 <u>DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA ASIGNADA</u>	18
1.2.1. Matriz DOFA	18
1.3 <u>OBJETIVOS DE LA PASANTÍA</u>	19
1.3.1 General	19
1.3.2 Específicos	19
1.4 <u>DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LA MISMA</u>	19
2. <u>ENFOQUE REFERENCIAL</u>	21
2.1 <u>ENFOQUE CONCEPTUAL</u>	21
2.2 <u>ENFOQUE LEGAL</u>	22
3. <u>INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO</u>	24
3.1 <u>PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</u>	24
3.1.1 Realizar un diagnóstico situacional para conocer las expectativas que tienen los oyentes de la sección Tropishow de Tropicana Stereo 102.9 de Caracol Radio.	24
3.1.2 Implementar la sección La Tropimóvil, programa Tropishow de Tropicana Stereo	29
3.1.3 Determinar una estrategia comunicacional que mejore los canales y flujo de información creando vínculo entre los oyentes y la sección La Tropimóvil, del programa Tropishow de Tropicana Stereo.	32
4. <u>DIAGNÓSTICO FINAL</u>	34
5. <u>CONCLUSIONES</u>	35
6. <u>RECOMENDACIONES</u>	36
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	37
<u>REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS</u>	38
<u>ANEXOS</u>	39

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Matriz DOFA	18
Cuadro 2. Actividades a desarrollar	19

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. En qué horarios escuchas la Tropishow	24
Tabla 2. Cuál sección es la que más te gusta	25
Tabla 3. Cuál sección es la que menos te gusta	26
Tabla 4. Cómo te parece la sección La Tropimóvil	27
Tabla 5. Aspectos que se deben mejorar en la sección La Tropishow	28

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Estructura Organizacional de Caracol Radio	16
Gráfico 2. Estructura Organizacional de Tropishow de Tropicana	17
Gráfica 3. En qué horarios escuchas la Tropishow	24
Gráfica 4. Cuál sección es la que más te gusta	25
Gráfica 5. Cuál sección es la que menos te gusta	26
Gráfica 6. Como te parece la sección La Tropimóvil	27
Gráfica 7. Aspectos que se deben mejorar en la sección La Tropish	28

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta	40
Anexo B. Evidencias fotográficas	42

RESUMEN

El informe de pasantías que a continuación se desarrolla, el cual fue realizado en Tropicana Stereo, contó con unos objetivos que fueron planteados y aprobados de la siguiente manera: Realizar un diagnóstico situacional para conocer las expectativas que tienen los oyentes de la sección Tropishow de Tropicana Stereo 102.9 de Caracol Radio; implementar la sección La Tropimóvil, del programa Tropishow de Tropicana Stereo; y, determinar una estrategia comunicacional que mejore los canales y flujo de información creando vínculo entre los oyentes y la sección La Tropimóvil, del programa Tropishow de Tropicana Stereo. 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 Comunicador 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.

INTRODUCCIÓN

La implementación de la Sección La Tropimóvil, del programa Tropishow de Tropicana Stereo 102.9, fue realizada para la empresa Caracol Radio en la ciudad de Bogotá, siendo el objetivo principal de las pasantías realizadas en la misma.

Principalmente se toma como herramienta la móvil, un vehículo con el que cuenta esta emisora para la transmisión de remotos en diferentes puntos de la ciudad de Bogotá con el fin de aumentar la sintonía y el acercamiento con los oyentes.

Esta sección se inicia únicamente con los conductores que se encuentran en contacto con nuestra programación a partir de las 5:00 am, a los mismos se les anuncia el punto de encuentro para llevar a cabo los diferentes concursos; al obtener tan buen resultado en el ECAR “ estudio continuo de audiencia radial” se decide implementar en los barrios; esto con el fin de premiar no solamente a los conductores sino también a toda la audiencia que está en sintonía en ese momento, decisión que arrojó mejores resultados en el ecar, posesionando la emisora entre las más escuchadas.

La emisora Tropicana 102.9 de Caracol Radio es una de las emisoras más influyentes y escuchadas del grupo empresarial Prisa, cuenta con un Director General, una Directora del programa Tropishow de la mañana, un productor general, cuatro locutores. Existe dentro de la Emisora Tropicana Stereo 102.9 de Caracol Radio, un programa denominado “Tropishow” el cual nació en el año 2012 y permaneció hasta el año 2013 con un formato diferente, este logró posicionarse entre sus oyentes como uno de los programas concursos más importantes de Caracol Radio. Uno de los objetivos principales de la emisora, es continuar posesionándose entre los más escuchados, para lo cual busca nuevos horizontes para su logro. Es por ello que con el presente trabajo se realizan actividades hacia el mejoramiento de la imagen institucional para mejorar el prestigio y lograr aún más reconocimiento por parte de los oyentes. Para ello, se contó con el desarrollo de los objetivos propuestos, como fueron: Realizar un diagnóstico situacional para conocer las expectativas que tienen los oyentes de la sección Tropishow de Tropicana Stereo 102.9 de Caracol Radio; implementar la sección La Tropimóvil, del programa Tropishow de Tropicana Stereo; y, determinar una estrategia comunicacional que mejore los canales y flujo de información creando vínculo entre los oyentes y la sección La Tropimóvil, del programa Tropishow de Tropicana Stereo.

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. IMPLEMENTACIÓN DE LA SECCIÓN LA TROPIMÓVIL, DEL PROGRAMA TROPISHOW DE TROPICANA STEREO 102.9 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.¹

Historia de Caracol Radio. En el año 1945, los dueños de la empresa Coltejer, los dirigentes del Partido Liberal y dueños del periódico bogotano “El Liberal”, conformados por Cesar García, Jorge Soto del 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 radiofónica, dueña de “La Voz de Antioquia” y William Gil Sánchez, dueño de la “Emisora Siglo XX”, adquieren el 50% de la nueva estación “Emisoras Nuevo Mundo” de Bogotá y nace **Caracol** en la Carrera 9 # 12-23 bajo la gerencia de Genaro Payán. A finales de ese mismo año, “Radio Cacique”, de Ibagué, se integra a esta red de emisoras. Al siguiente año, la junta directiva escogió a Fernando Londoño Heano como gerente de la cadena radial y el 2 de septiembre, hicieron la primera transmisión radial desde el Teatro Capital de Bogotá.

Durante los siguientes dos años, se unieron al grupo “Emisoras Fuentes”, de Cartagena, “Emisoras Unidas”, de Barranquilla, “La Radiodifusora de Occidente”, de Cali, “Radio Comercio” y “Radio Visión”, de Medellín. En 1952, en las instalaciones de la Calle 19 # 8-48 de Bogotá, se creó “Radio Reloj”, una emisora especializada en transmitir boleros durante 24 horas seguidas y servicio sociales. Para la Vuelta Ciclista en Colombia de 1956, **Caracol** inició el “Triángulo de oro” instalando el primer transmisor de 50KW en Cali, Medellín y Bogotá y utilizando el Sistema Single Band, para integrar la señal de las móviles con la estación más cercana.

En el 23 de agosto de ese mismo año, la Cadena Radial se convierte en una sociedad anónima, conformada por los socios “Compañía Colombiana de Radiodifusión S.A.”, “La Voz del Río Cauca”, “Emisoras Nuevo Mundo S.A.” y “Radio Reloj S.A.” Para el buen funcionamiento de las emisoras, se instalaron estaciones en lo alto de las montañas y para

¹ CARACOLRADIO. sistemas musicales (s.l.) [On line] (s.f.) [Consultado el 2 de abril de 2008]. Disponible en internet en: <http://www.caracolradio.com>

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 continuó su crecimiento adquiriendo “Ecos de la Montaña” de Medellín, “La Voz del Café”, de Pereira, “Pregones del Quindío” de Armenia, “Fuentes” de Cartagena, “Radio Manizales”, “Radio Bucaramanga”, “La Voz” de Cúcuta, “La Voz Amiga” de Pereira, “La Voz” de Armenia, “Ecos de Pasto” y “Ondas del Puerto” de Girardot, dando inicio a un proceso de cobertura en los distintos departamentos de Colombia, especialmente los cafeteros, con radionovelas (“El Derecho de Nacer), espacios de humor (“Montecristo” y “Los Tolimenses”) y transmisiones de los deportes nacionales. 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.

Como estrategia fundamental, la Cadena Radial compró FM Estéreo de “Núcleo Radial Bienvenida”, quien compitió con “Radio Olímpica FM Estéreo” de la familia Char Adbalá. 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.

La primera acción en esta nueva era fue la compra de la famosa “Radio Sutatenza” y sus 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.

En esta época se dio inicio a distintos sistemas musicales: “Bienvenida”, música torpical; “Radioactiva” Rock & Roll; “Radio Recuerdos” música popular AM; y “Corazón AM” música romántica.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.

² *Ibíd.*, p.3

Además, se introdujo el sistema Basys para la recepción y organización de noticias y el sistema Dalet, que remplazó 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.

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

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

³ *Ibíd.*, p.3

comunicación, cubriendo todo el territorio nacional, latinoamericano, de México, Estados Unidos y España.⁴

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.

1.1.3 Objetivo de la empresa. Trasmitir 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.

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional

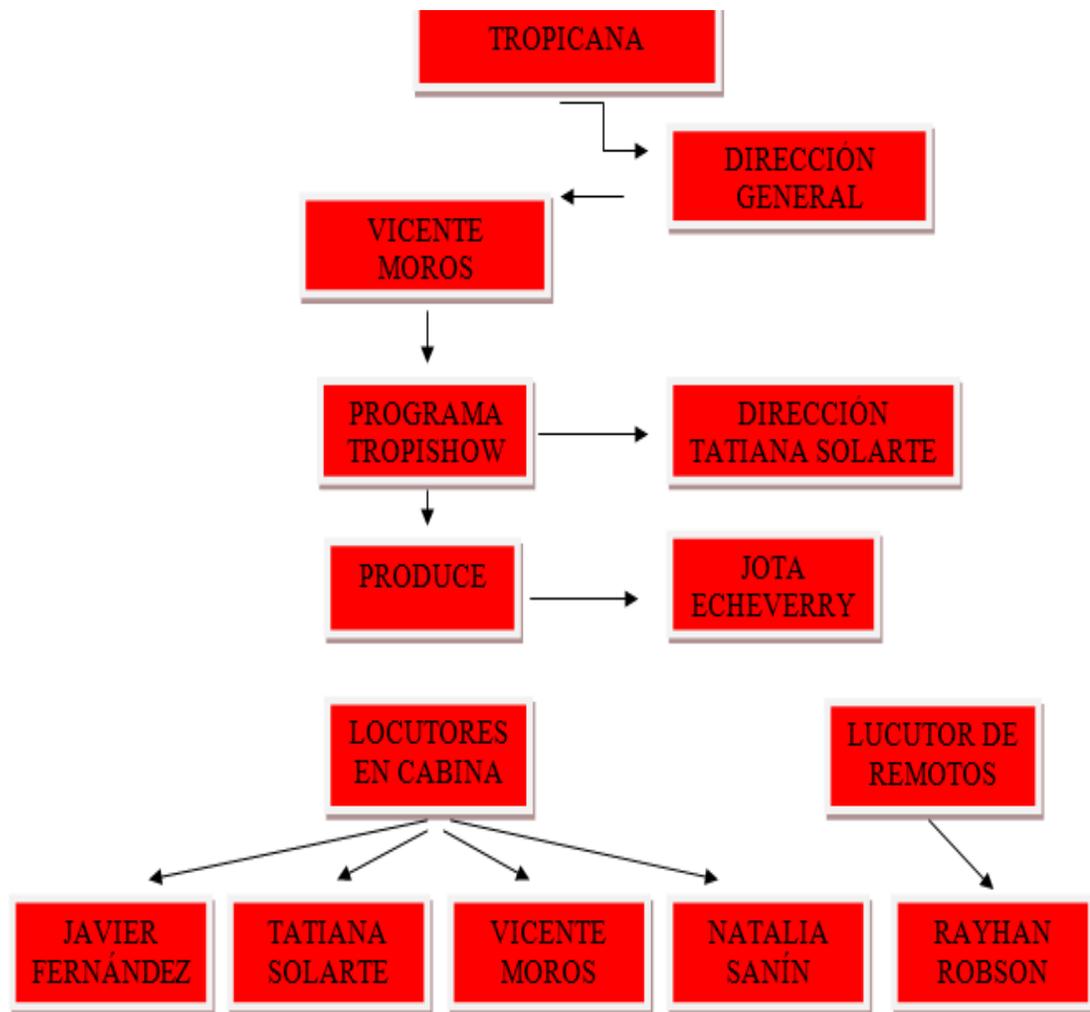
Gráfico 1. Estructura Organizacional de Caracol Radio



Fuente. Departamento de Comunicación de Caracol Radio, calle 67 # 7-37 piso 7 Bogotá Colombia.

⁴ Ibíd., p.4

Gráfico 2. Estructura Organizacional de Tropishow de Tropicana



Fuente. Departamento de Comunicación de Caracol Radio, calle 67 # 7-37 piso 7 Bogotá Colombia.

1.1.5 Descripción de la dependencia asignada. Tropicana stereo 102.9 es una de las emisoras musicales de salsa más importantes del grupo empresarial prisa, a la que pertenece Caracol Radio. Está entre las 10 emisoras más escuchadas del país. Cuenta con uno de los equipos de trabajo más talentoso de Colombia como son Vicente Moros encargado de la dirección de Tropicana Bogotá, Tatiana Solarte directora del Tropishow, Jota Echeverry productor, Javier Fernández locutor, Natalia Sanin locutura y humorista, y Rayhan Robson locutor encargado fuera de cabina y el que realiza los remotos comerciales.

1.2 DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA DE TRABAJO

Cuadro 1. Matriz DOFA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1. Recurso tecnológico, humano y económico necesario. 2. Un equipo de trabajo capacitado. 3. Excelente comunicación entre todo el equipo de trabajo. 4. Respeto, entrega, pasión y	1 Los premios que se entregan de manera interna en las instalaciones de Caracol Radio a los oyentes, los locutores de cabina no lo informan al aire.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS – FO	ESTRATEGIAS – DO
1. Lograr ser el programa concurso más escuchado gracias a su originalidad, su calidad y por supuesto su labor social.	1. Realizar un portafolio de servicios aprovechando la calidad y la aceptación de los mismos, mostrado en la imagen positiva de la empresa en la ciudad.	1. Fortalecer la estructura interna de la empresa El Gran SAS. 2. Implementar nueva tecnología.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS – FA	ESTRATEGIAS – DA
1. Trasmisión monótona que disminuya el rating Competencia que imite el programa y siga su ritmo.	1. Dar a conocer los beneficios de los servicios prestados, mediante un portafolio de servicios, mostrando productos para la canasta familiar precios asequibles.	1. Crear el área de mercadeo y ventas, con el fin de realizar publicidad y así llamar más clientela para que al incrementar la competencia, ésta no afecte la clientela propia.

Fuente. Pasante del proyecto

1.2.1 Planteamiento del problema. La emisora Tropicana 102.9 de Caracol Radio es una de las emisoras más influyentes y escuchadas del grupo empresarial Prisa, cuenta con un Director General, una Directora del programa Tropishow de la mañana, un productor general, cuatro locutores.

Existe dentro de la Emisora Tropicana Stereo 102.9 de Caracol Radio, un programa denominado “Tropishow” el cual nació en el año 2012 y permaneció hasta el año 2013, con un formato que logró posicionarse entre sus oyentes como uno de los programas concursos más importantes de Caracol Radio.

Aun así, la emisora quiere seguir posesionándose entre los más escuchados, por lo cual se busca nuevos horizontes para su logro.

1.3 OBJETIVOS DE LA PASANTIA

1.3.1 General. Implementar la sección La Tropimóvil, del Programa Tropishow de Tropicana Stereo 102.9 de Caracol Radio

1.3.2 Específicos. Realizar un diagnóstico situacional para conocer las expectativas que tienen los oyentes de la sección Tropishow de Tropicana Stereo 102.9 de Caracol Radio.

Diseñar la sección La Tropimóvil, del programa Tropishow de Tropicana Stereo.

Determinar una estrategia comunicacional que mejore los canales y flujo de información creando vínculo entre los oyentes y la sección La Tropimóvil, del programa Tropishow de Tropicana Stereo.

1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LA MISMA

Cuadro 2. Actividades a desarrollar

Objetivo general	Objetivos específicos	Actividades
Implementar la sección La Tropimóvil, del Programa Tropishow de Tropicana Stereo 102.9 de Caracol Radio	Realizar un diagnóstico situacional para conocer las expectativas que tienen los oyentes de la sección Tropishow de Tropicana Stereo 102.9 de Caracol Radio.	Recopilación de la información empleando técnicas de recolección de información como la encuesta, la observación y la revisión documental.
		Análisis de la información recolectada y elaborar un diagnóstico de los procesos de comunicación que se manejan actualmente en la institución.
	Diseñar la sección La Tropimóvil, del programa Tropishow de Tropicana Stereo.	Concursos a implementar (Golosa, tingo tingo, dado, mejor bailarín, entre otros). Horarios y frecuencias Tiempo y duración.
		Puesta en marcha del plan de actividades propuestas en la sección La Tropimóvil de Tropicana Stereo 102.9 del nuevo Tropishow.

	<p>Determinar una estrategia comunicacional que mejore los canales y flujo de información creando vínculo entre los oyentes y la sección La Tropimóvil, del programa Tropishow de Tropicana Stereo.</p>	<p>Implementar el tablón de anuncios actualizado con datos relevantes y buzón de sugerencias con el objetivo de conocer inquietudes y opiniones de los oyentes y usuarios.</p>
--	---	--

Fuente. Pasante del proyecto

2. ENFOQUE REFERENCIAL

2.1 ENFOQUE CONCEPTUAL

Para el desarrollo de un trabajo, se deben tener en cuenta fuentes de información, en la cual se hayan todos aquellos medios de los cuales procede la misma, que satisfacen las necesidades de conocimiento de una situación o problema presentado y posteriormente será utilizado para lograr los objetivos esperados.⁵ Investigando, se tiene que las fuentes de información son de dos tipos, primarias y secundarias. Las primarias contienen información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más. Son producto de una investigación o de una actividad eminentemente creativa. Componen la colección básica de una biblioteca, y pueden encontrarse en formato tradicional impreso como los libros y las publicaciones seriadas; o en formatos especiales como las micro formas, los videocasetes y los discos compactos. Las secundarias, contienen información primaria, sintetizada y reorganizada. Están especialmente diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus Contenidos. Componen la colección de referencia de la biblioteca y facilitan el control y el acceso a las fuentes primarias.

Luego de obtener la información, se procede a analizar la misma, lo cual se debe primero organizar y tabular la información obtenida por la aplicación de la encuesta se analiza cuantitativamente mediante tablas y gráficas estadísticas que representadas adecuadamente darán mayor claridad y elevarán el nivel de confianza a los interesados y encargados de la revisión y puesta en marcha del proyecto. Se realiza interpretación cualitativa, porque la información se clasifica y procesa por medio de unas tablas y gráficos, mediante los resultados de la encuesta y clasificación de las preguntas.

Las actividades realizadas, fueron llevadas a cabo en la empresa Tropicana Stéreo, la cual es una emisora de Caracol Radio en Colombia. En el año 1993 se realizó el lanzamiento de la marca *Tropicana* como emisora especializada en la música tropical en toda Colombia, ante la desaparición de Bienvenida Estéreo. Inicialmente, transmitió en la frecuencia 97.9 en la ciudad de Bogotá. Posteriormente en el 2000, cambió frecuencia con Radioactiva, emisora que acababa de cambiar del formato top 40 (rock y pop) a un formato exclusivo de rock. "Tropicana" ocupa desde entonces la frecuencia 102.9 en Bogotá.

Hacia el año 2010 la emisora cambia el formato de música tropical en las emisoras fuera de Bogotá, centrándose en una propuesta de reggaeton. Sin embargo, la emisora de Bogotá conservó el formato original y desde el 3 de Diciembre en Cali también se adoptó la misma propuesta reemplazando a Oxígeno Adultos 93.1 FM de acuerdo a una serie de reestructuraciones determinadas por Caracol-PRISA RADIO. La programación de Tropicana, sin embargo, mantiene un programa local en la mañana, que se emite en cada una de las frecuencias de la emisora, llamado Tropishow, con contenidos para las audiencias populares; bromas, humor, noticias extrañas, entre otras cosas.

⁵ GALINDO CACERES, Jesús, Metodología de investigación. Bogotá: McGraw-Hill, 1998. p.23.

Otros programas son:

Tropicana para dos: Programa para hacer dedicatorias musicales a la pareja.

Los Durísimos (conteo de las 20 canciones más solicitadas, que se realiza cada sábado. Este formato comenzó con Bienvenida Estéreo)

El Trasnoshow: Formato de radio interactiva con tema del día y música, transmitida desde la cabina de Oxígeno (radio) en Bogotá.

Cabe destacar que para llevar a cabo el desarrollo de las actividades, se deberán tener en cuenta una serie de estrategias, con el fin de conseguir los resultados propuestos. 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.

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 de 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.⁶

2.2 ENFOQUE LEGAL

La legislación vigente de radio en Colombia tiene su fundamento en la Constitución Nacional. El artículo 20° de la Carta señala: “Se garantiza a toda persona la libertad de 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 censura”.⁷

El artículo 75° de la Constitución establece: “El espectro electromagnético es un bien 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

⁶ CLUB PLANETA. Logotipo (online). 1 ed. [Medellín]: Club Planeta, 2010 [citado el 23 nov., 2013]. Disponible en: <http://www.trabajo.com.mx/queesunlogoyparaquesirve.htm>

⁷ MINISTERIO DE COMUNICACIONES. Políticas para la radiodifusión en Colombia. Disponible en: <http://archivo.mintic.gov.co/mincom/documents/portal/documents/root/correcciones%20mintic/DocPoliticaSectorRadiodifusionSon.pdf>

mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético”.

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 radiodifusión estarán orientados a “difundir la cultura y afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana”; y, el decreto 1900 de 1990 indica que “las telecomunicaciones serán utilizadas 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, para asegurar la convivencia pacífica”.

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.⁸

⁸ MINCOM. Radiodifusión en Colombia (s.l.) [On line] (s.f.) [Consultado el 2 de abril de 2008]. Disponible en <http://archivo.mintic.gov.co/mincom/documents/portal/documents/root/correcciones%20mintic/DocPoliticaSectRadiodifusionSon.pdf> internet en:

3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO

3.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

3.1.1 Realizar un diagnóstico situacional para conocer las expectativas que tienen los oyentes de la sección Tropishow de Tropicana Stereo 102.9 de Caracol Radio.

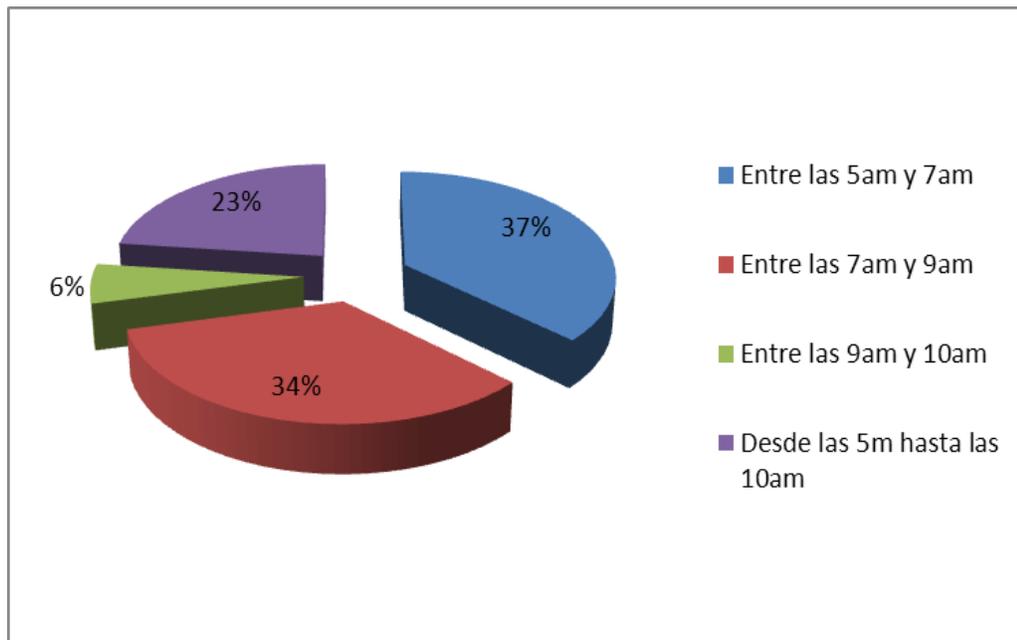
Recopilación de la información empleando el instrumento de recolección de información como la encuesta. Para el cumplimiento de esta actividad, se aplicó una encuesta a los oyentes de la sección Tropishow de Tropicana Stereo. Teniendo en cuenta que la población externa no está determinada en su totalidad, se recurrió al tipo de muestra aleatoria, en la cual se tomarán 90 oyentes escogidos al azar para ser encuestados.

Tabla 1. En qué horarios escuchas la Tropishow

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Entre las 5am y 7am	33	37%
Entre las 7am y 9am	31	34%
Entre las 9am y 10am	5	6%
Desde las 5m hasta las 10am	21	23%
Total	90	100%

Fuente. Pasante del proyecto

Gráfica 3. En qué horarios escuchas la Tropishow



Fuente. Pasante del proyecto

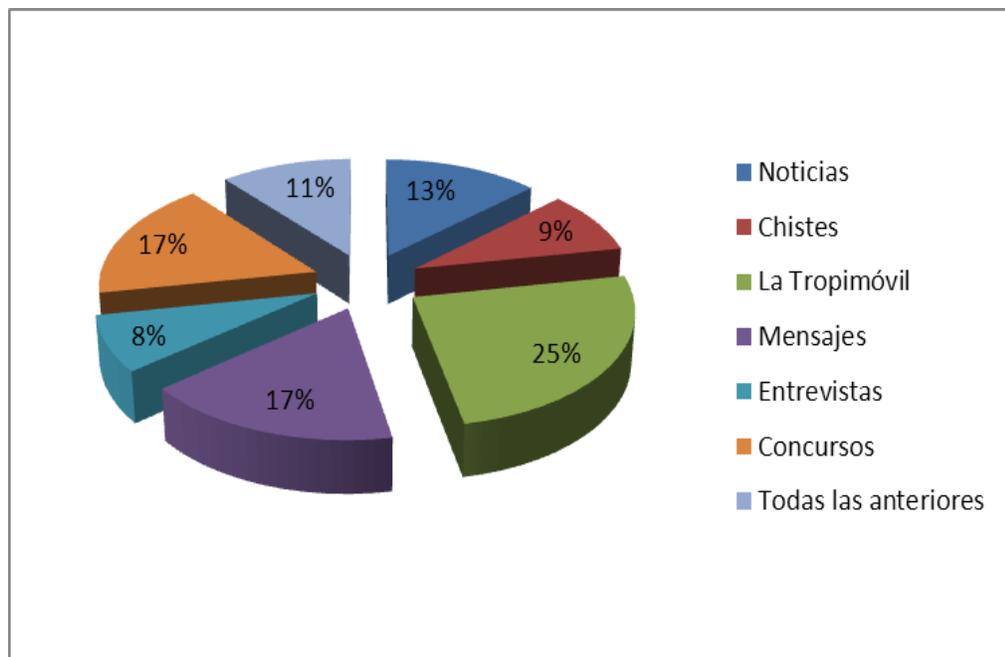
Luego de realizada la encuesta a la muestra tomada de la población, como fueron los 90 oyentes, se tiene que los horarios preferidos por los oyentes es extendido, ya que un 37% prefiere desde las 5 a las 7 am, opinando que mientras salen a sus puestos de trabajo aprovechan para escuchar el programa. Otro 34% dice que el horario entre las 7 a las 9 am es su preferido y un 23% no pierde minuto alguno del programa, pues les gusta escucharlo desde las 5am hasta las 10am, pues les parece interesante.

Tabla 2. Cuál sección es la que más te gusta

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Noticias	12	13%
Chistes	8	9%
La Tropimóvil	23	25%
Mensajes	15	17%
Entrevistas	7	8%
Concursos	15	17%
Todas las anteriores	10	11%
Total	90	100%

Fuente. Pasante del proyecto

Gráfica 4. Cuál sección es la que más te gusta



Fuente. Pasante del proyecto

En cuanto a la sección que más le gusta de la Tropishow, los oyentes dicen que les gustan todas, pero en especial hablan de La Tropimóvil, en un 25%, siendo ésta la llevada a cabo

por parte del pasante. Otras secciones como concursos y mensajes, con un 17% de preferencia. Las noticias, con un 13% es del gusto también de los oyentes.

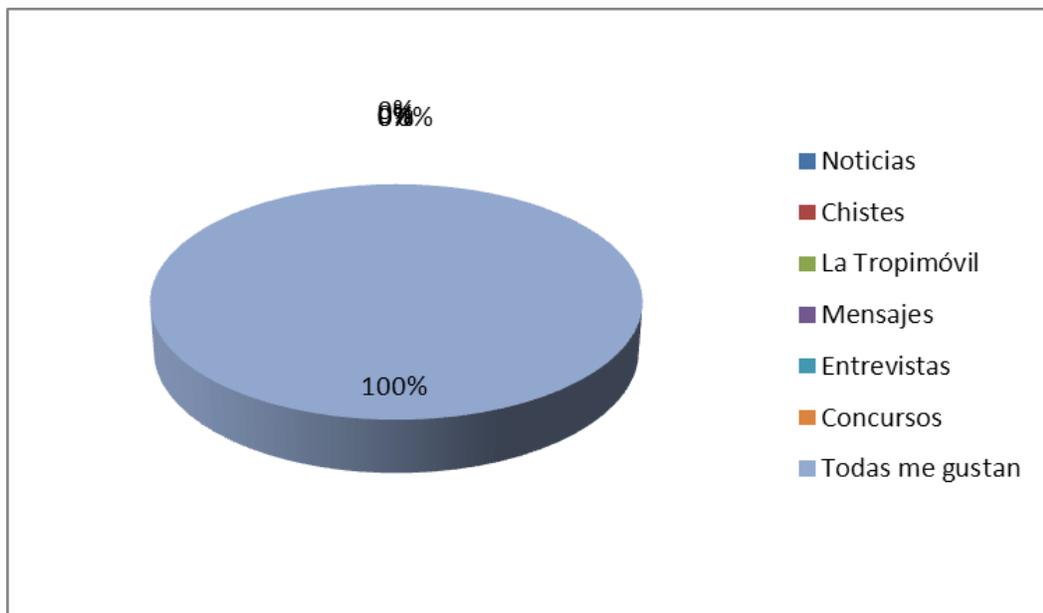
La Tropimóvil, la cual es dirigida por el pasante Rayhan Robson; dicen que es de sus preferidas porque se sale de las paredes de una cabina, para ir a la calle a conocer situaciones de sus oyentes. Aducen que todas las secciones les gustan, pero la nombrada es una de sus preferidas. En cuanto a las que menos les gusta, dicen no, pues todas las secciones son interesantes y algunas divertidas.

Tabla 3. Cuál sección es la que menos te gusta

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Noticias	0	0%
Chistes	0	0%
La Tropimóvil	0	0%
Mensajes	0	0%
Entrevistas	0	0%
Concursos	0	0%
Todas me gustan	90	100%
Total	90	100%

Fuente. Pasante del proyecto

Gráfica 5. Cuál sección es la que menos te gusta



Fuente. Pasante del proyecto

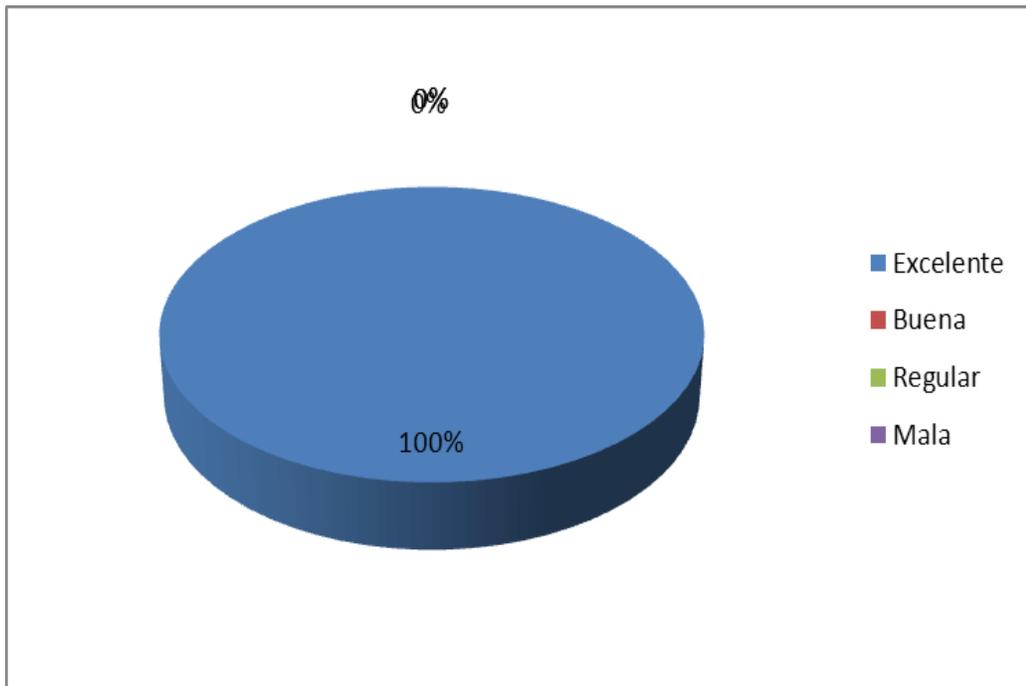
En esta pregunta fue rotunda la respuesta dada por los oyentes, quienes aclararon que les gustan todas las secciones que transmite la emisora, por lo tanto no tienen alguna que no les guste.

Tabla 4. Como te parece la sección La Tropimóvil

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	90	100%
Buena	0	0%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
Total	90	100%

Fuente. Pasante del proyecto

Gráfica 6. Como te parece la sección La Tropimóvil



Fuente. Pasante del proyecto

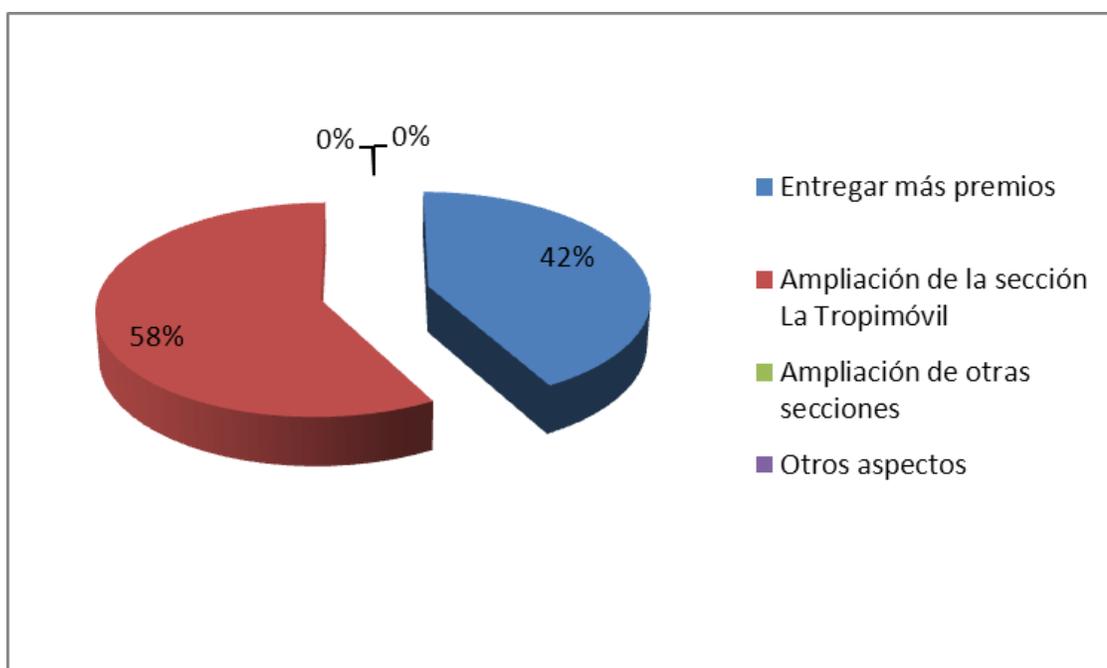
La muestra de oyentes tomada para la encuesta, muestra su entera satisfacción con la sección La Tropimóvil, opinando que les parece Excelente en un 100%.

Tabla 5. Aspectos que se deben mejorar en la sección La Tropishow

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Entregar más premios	38	42%
Ampliación de la sección La Tropimóvil	52	58%
Ampliación de otras secciones	0	0%
Otros aspectos	0	0%
Total	90	100%

Fuente. Pasante del proyecto

Gráfica 7. Aspectos que se deben mejorar en la sección La Tropishow



Fuente. Pasante del proyecto

En cuanto a los aspectos que se deben mejorar, a esta pregunta se suma el deseo porque sea ampliada la sección La Tropishow, pues quieren que al pasante, quien es el que dirige y presenta la misma, se le dé mucho más protagonismo.

Análisis de la información recolectada. De manera general se puede decir que los oyentes sienten gran satisfacción por la emisora y aún más por el programa La Tropishow, el cual como pasante se dirigió y se tuvo la coordinación del mismo; para lo cual los oyentes encuestados no tuvieron aspecto negativo, todo lo contrario, les gusta en un 100% lo que allí se transmitió y los concursos llevados a cabo, proponiendo que se debían entregar más premios, aumentar los concursos y tener más en cuenta al pasante en la participación del programa.

3.1.2 Implementar la sección La Tropimóvil, del programa Tropishow de Tropicana Stereo. Para la implementación de la sección La Tropimóvil, se tuvieron en cuenta una serie de aspectos como fueron:

Concursos a implementar

Horarios y frecuencias

Tiempo y duración

Concursos a implementar, horarios y frecuencias, tiempo y duración. Para decidir el ganador depende del tiempo en que le lleve realizar cada concurso, este oscila aproximadamente entre una hora o menos para llevarlo a cabo, toca realizarlo en el menor tiempo posible.

Entre los premios a los ganadores son por ejemplo:

Dinero en efectivo.

Bonos de compra.

Boletas para los diferentes eventos que se realizan todos los fines de semana.

Lavadoras.

Equipos de sonido.

Televisores.

CD.

Colección de artistas.

Premios según la época del año.

Mercados.

Conocer artistas.

Pago de deudas.

Pagar la matrícula de colegio o universidad.

Pago de viajes.

Concursos a implementar. La persona que haga la fila más larga de medias: La persona que traiga más medias y las coloque en orden de modo que forme la fila más larga y lo haga en el menor tiempo estipulado, es la ganadora.

El tiempo está entre los 10 minutos o menos según lo permita el programa al aire.

La persona que haga la fila más larga de zapatos.

Jugar a la golosa.

El dado.

Tingo tingo.

Rondas de preguntas sobre Tropicana.

El beso más largo y apasionado.

La persona que salga en traje de baño en público.

Los mejores bailarines.
El taxista que llegue primero al sitio de transmisión.
La persona que llegue primero disfrazado.
El cabello más largo o más afro.
La persona que logre colocarse más pantalones en el menor tiempo, es la ganadora.

El tiempo está entre los 20 minutos o menos según lo permita el programa al aire.

La que traiga más utensilios del hogar.
Las que tenga más tacones.
El metro más largo con correas.
Edificio o torre más alto con vasos desechables.
La familia más numerosa, con el mismo apellido, con documento en mano.
El más flaco del barrio.
El más gordo del barrio.
El más alto del barrio.
La barriga más grande.

El recibo de servicios públicos más costoso: el ganador recibirá el dinero total para pagarlo.

La transmisión en directo se define según cómo evolucione el programa. Se toma en cuenta que tan fiel es a nuestra emisora “no siempre” como también se conquista a los oyentes potenciales, pues el fin de este es premiar a los fieles y conquistar a los demás. Esta ronda de premios comienza desde las 7 am a 10 am.

Todos estos concursos se implementan de lunes a viernes en el Tropishow de la mañana. Pero también se realizan en los remotos comerciales que se hacen los días sábados.

Estos remotos comerciales es llegar a una empresa, hablar sobre el producto o servicio, los descuentos, premios, en fin darle publicidad a la mismo.

Puesta en marcha del plan de actividades propuestas en la sección La Tropimóvil de Tropicana Stereo 102.9 del nuevo Tropishow.

Escaleta del Programa El Tropishow de Tropicana Stereo 102.9

Horario de transmisión de lunes a sábados 5am- 10am

Dicha escaleta está Sujeto a cambios durante la transmisión en directo.

5:00 am

Inicio del programa El Tropishow Arranca el Jingle del Programa, los locutores en cabina dan la bienvenida a los oyentes, y realizan un breve resumen de lo que tendrán en las

5 horas de transmisión. Enseguida un mensaje de reflexión de la Tata Solarte para hacer más ameno el día que comienza.

5:20 am

Break Música y pautas

5:45 am

Actualización de noticias más importantes

6:00 am

Break Música y pautas

6:15 am

Entran de nuevos los locutores con una nueva actualización de noticias y dan el punto de encuentro de Rayhan Robson. Por lo que anuncian el sitio de transmisión de la Móvil.

6:30 am

Chistes del personaje Lany y de una un Break Música y pautas

6:45 am

Nueva actualización de noticias. Reporte de las vías de la capital

7:00 am

Nuevo saludo a todos los oyentes que a esa hora se conectan a nuestra emisora, saludan al aire a Rayhan Robson, este da la bienvenida a todos los oyentes, anuncia el sitio en donde se encuentra, los premios que tiene consigo en la móvil y arranca enseguida con concurso desde la Tropimóvil.

7:15 am

Break musical y pautas

7:30 am

Segunda ronda de concursos, esta vez se reciben llamadas de oyentes y se realizan concurso a la par con oyentes que se encuentren con la Tropimóvil.

7:45 am

Break musical y pautas

8:00 am

Actualización de noticias más importantes, se anuncia el invitado del día, ya sea desde Cabina o desde la Móvil.

8:15 am

Break musical y pautas

8:30 am

Chistes del personaje Lany, noticias curiosas, variedades, se anuncia de nuevo el punto de encuentro con Rayhan Robson. Entra al aire Rayhan Robson, este reitera el sitio de transmisión desde al móvil, ameniza y anuncia de nuevo los premios por entregar.

8:45 am

Break musical corto y enseguida entrevista a invitado del día ya sea desde cabina o desde la móvil.

9:00 am

Entra al aire Rayhan Robson con sus concursos, ameniza.

9:15 am

Break musical y pautas

9:30 am

Entra al aire Rayhan Robson con invitado, concursos, ameniza y demás.

9:50 am

Break corto y locutores en cabina se despiden, dan paso a Rayhan Robson, este realiza un balance de premios entregados y de los acontecimientos más importantes en el sitio de transmisión. También invita a los oyentes que lo acompañen al siguiente día desde otro punto de la capital. Se despide y dan paso al Jingle del Programa. Rueda la música.

10:00 am

Fin de Tropishow

3.1.3 Determinar una estrategia comunicacional que mejore los canales y flujo de información creando vínculo entre los oyentes y la sección La Tropimóvil, del programa Tropishow de Tropicana Stereo.

Implementar el tablón de anuncios actualizado con datos relevantes y buzón de sugerencias con el objetivo de conocer inquietudes y opiniones de los oyentes y usuarios. Se realiza una actualización de los sucesos diarios en la sección La Tropimóvil, del Tropishow de Tropicana 102.9, esto con el fin de estar al día con los sucesos más trascendentales de esta sección, como también se tiene muy en cuenta las sugerencias de los oyentes, puesto que la intención es siempre complacerlos en la mayor medida.

Gracias a la experiencia del diario vivir, se toman decisiones que mejoren la sección y también los respectivos correctivos, como por ejemplo, una ubicación más estratégica del sitio de transmisión para lograr que de la misma sea segura para el equipo de trabajo y los oyentes que nos visita.

Al mismo tiempo, estos correctivos nos permiten un programa con mayor proyección, generan confianza, se logra más participación, que a su vez se refleje en muchos más ganadores y por ende un aumento de la sintonía. Esta última clave para la permanencia del programa en la emisora.

4. DIAGNÓSTICO FINAL

Luego de desarrollada la etapa de pasantías en una empresa tan reconocida como lo es Tropicana Stéreo de Caracol Radio; se realizaron una serie de actividades que sirvieron de apoyo para la implementación de la sección La Tropimóvil del programa Tropishow, lo cual se logró luego de realizado un estudio mediante un diagnóstico aplicado a los oyentes, con el cual se conocieron sus expectativas; para lo que ellos solicitaron se realizaran concursos, ampliación de horarios de difusión, preferencias de sección, aspectos a mejorar. Teniendo en cuenta lo que los oyentes afirmaron, se implementó la sección La Tropishow, la cual contó con una gran sintonía y satisfacción por parte de los mismos, demostrándose en la solicitud de su continuidad. Además, la actualización del tablón de anuncios, sirvió para conocer inquietudes y sugerencias por parte de los oyentes, teniéndolos en cuenta con el fin de complacerlos y mejorar el servicio que se presta. Con la realización de las pasantías, se quiso compartir con los oyentes, de una manera diferente, mediante concursos como la golosa, tingo tingo, el mejor bailarín entre otros, los cuales ayudaron a que el oyente se vinculara más a la emisora y así conocerlo más de cerca, entablando con ellos una estrategia de comunicación que ayudó a mejorar aspectos que no eran de su satisfacción.

5. CONCLUSIONES

Al término de las actividades ejecutadas en la sección La Tropimóvil, del programa Tropishow de Tropicana Stéreo 102.9 de Caracol Radio, se concluye de manera satisfactoria, ya que se logró el desarrollo de las mismas, comenzando con un análisis de las expectativas que tienen los oyentes, el cual se hizo mediante la recolección de información aplicando una encuesta a los mismos. En ella se dio a conocer los distintos puntos de vista de los encuestados en lo que tiene que ver con las secciones de su gusto, preferencia de horarios, aspectos a mejorar y la satisfacción que tiene por la misma; obteniendo respuestas favorables para el programa.

Para la implementación de la sección La Tropimóvil, del programa Tropishow de Tropicana Stereo, se tuvieron en cuenta aquellos aspectos que los oyentes resaltaron en la encuesta como fueron: concursos a implementar, horarios y frecuencias, y, tiempo y duración.

Para la determinación de una estrategia comunicacional en busca de la mejora de los canales y flujo de información creando vínculo entre los oyentes y la sección La Tropimóvil, del programa Tropishow de Tropicana Stereo, se implementó el tablón de anuncios actualizado con datos relevantes y buzón de sugerencias con el objetivo de conocer inquietudes y opiniones de los oyentes y usuarios. Con ello se logra la toma de decisiones que mejoren la sección y también los respectivos correctivos, como por ejemplo, una ubicación más estratégica del sitio de trasmisión para lograr que la misma sea segura para el equipo de trabajo y los oyentes que visitan el programa.

6. RECOMENDACIONES

Con el fin de obtener un mejor resultado en el aporte dejado por parte del pasante, se recomienda:

Mantener las herramientas implementadas, por ser estrategias comunicacionales que benefician a la empresa en la forma en cómo se puede llegar a los oyentes de una manera creativa.

Afianzar la comunicación entre las personas de la empresa y los oyentes.

BIBLIOGRAFÍA

GALINDO CACERES Jesus. Metodología de investigación. s.l.: Norva, 1998. 123p.

SANTANA ROBLES, Ignacio. Gerencia Estratégica. Méjico: Trillas S.A., 2002
Colombia. 245p.

REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS

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

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>

CARACOL. Caracol radio (online). 1 ed. [Bogotá]: Caracol, 2013 [citado 23 jun., 2014]. Disponible en: www.caracolradio.com

ANEXOS

Anexo A. Encuesta

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

**Encuesta realizada a los oyentes de la sección La Tropishow de Tropicana Stéreo
102.9 de Caracol Radio**

Por: RAYHAN ROBSON GUERRERO ROJAS

Objetivo: Conocer las opiniones de los oyentes de la sección La Tropishow de Tropicana Stéreo.

CUESTIONARIO

1. ¿En qué horarios escuchas la Tropishow?

Entre las 5am y 7am ____
Entre las 7am y 9am ____
Entre las 9am y 10am ____
Desde las 5m hasta las 10am ____

2. ¿Cuál sección es la que más te gusta?

Noticias ____
Chistes ____
La Tropimóvil ____
Mensajes ____
Entrevistas ____
Concursos ____
Todas las anteriores ____

3. ¿Cuál sección es la que menos te gusta?

Noticias ____
Chistes ____
La Tropimóvil ____
Mensajes ____
Entrevistas ____
Concursos ____
Todas me gustan ____

4. ¿Cómo te parece la sección La Tropimóvil?

Excelente _____

Buena _____

Regular _____

Mala _____

5. Aspectos que se deben mejorar en la sección La Tropishow

Entregar más premios _____

Ampliación de la sección La Tropimóvil _____

Ampliación de otras secciones _____

Otros aspectos _____ cuáles? _____

Anexo B. Evidencias fotográficas





