

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia		Aprobado	Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA		SUBDIRECTOR ACADEMICO	1(58)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	ANGIE TATIANA PARRA SKINNER
FACULTAD	F. EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	NAHÚN SÁNCHEZ CASTILLA
TÍTULO DE LA TESIS	PROPUESTA PARA EL POSICIONAMIENTO DE UNAB RADIO MEDIANTE EL DESARROLLO DE UN PLAN ESTRATÉGICO COMUNICACIONAL EN LA WEB

RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN ESTRATEGICO COMUNICACIONAL PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMISORA INSTITUCIONAL UNAB RADIO DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BUCARAMANGA UNAB, QUE PERMITIERA PROMOCIONAR LOS PROGRAMAS RADIALES Y TODAS LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DE LA DEPENDENCIA, CON EL FIN DE CUMPLIR SU OBJETIVO, COMO LO ES PROMOVER LA EDUCACIÓN Y LA INVESTIGACIÓN EN LOS JOVENES UNIVERSITARIOS DE LA UNAB, BUCARAMANGA Y COLOMBIA.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 58	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 34	CD-ROM: 1
-------------	---------	-------------------	-----------



PROPUESTA PARA EL POSICIONAMIENTO DE UNAB RADIO MEDIANTE EL
DESARROLLO DE UN PLAN ESTRATÉGICO COMUNICACIONAL EN LA WEB

ANGIE TATIANA PARRA SKINNER

Trabajo bajo la modalidad de pasantía para optar el título de comunicador social

Director

NAHÚN SÁNCHEZ CASTILLA

Comunicador Social

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL

Ocaña, Colombia

Abril de 2017

DEDICATORIA

A mi Madre, no hay un día en el que no le agradezca a la vida haberme colocado a tu lado, gracias porque con tu permanentemente apoyo contribuiste a lograr mis metas y objetivos propuestos.

A mis hermanos por ser un apoyo incondicional, por estar en buenos y malos momentos de mi vida, los adoro.

A mi familia quienes siempre han creído en mí, por ser parte importante de mi vida, con cariño amor y respeto.

A ti L, por recorrer de la mano conmigo el cosmos y mostrarme lo maravilloso que es a través de tus ojos, te amo.

“No me importa morir intentado alcanzar mi sueño, solo sé que eso es lo que quiero y es todo lo que me importa...”

Vivir por nada o morir por algo... Merece la pena morir por un sueño”

*Monkey D. Luffy
One piece*

Índice

Capítulo 1. Propuesta para la consolidación de Unab Radio mediante el desarrollo de un plan estratégico comunicacional en la web.....	1
1.1 Descripción de la empresa.....	1
1.1.1 Misión	1
1.1.2 Visión.....	2
1.1.3 Objetivos de la empresa	3
1.1.4 Estructura organizacional.....	3
1.1.5 Descripción de la dependencia	4
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia.....	4
1.2.1 Planteamiento del problema	6
1.3 Objetivos de la pasantía	6
1.3.1 General.....	6
1.3.2 Específicos	7
1.4Actividades a desarrollar	7
Capítulo 2. Enfoques referenciales	9
2.1 Enfoque Conceptual.....	9
2.2 Enfoque legal	11
Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo.....	15
3.1. Presentación de resultados	15
Capítulo 4. Diagnóstico final.....	27
Capítulo 5. Conclusiones.....	28
Capítulo 6. Recomendaciones	29
Referencias	30
Apéndices.....	31

Lista de apéndices

Apéndice A Propuesta de comunicativa para el posicionamiento.....	32
Apéndice B Publicaciones de promoción programas Unab Radio	37
Apéndice C Publicaciones de los contenidos de Unab Radio	40
Apéndice D Otro tipo de publicaciones	43
Apéndice E Noticias realizadas con el formato establecido para la página web	44
Apéndice F Parrilla de programación Unab Radio	45
Apéndice G Matriz de trabajo	46

Lista de tablas

Tabla 1	5
Tabla 2	7
Tabla 3.....	13

Lista de figuras

Figura 1 Organigrama Unab Radio	3
Figura 2 Contenidos preferidos por los oyentes	17
Figura 3 Estadísticas de la red social Twitter.....	18
Figura 4 Estadísticas de la red social Facebook, visualizaciones.....	19
Figura 5 Estadísticas de la red social Facebook, me gusta.....	19
Figura 6 Estadísticas página Web www.unabradio.com.....	20
Figura 7 Formato de contenidos para la página web	22
Figura 8 Formatos de contenidos para las	23
Figura 9 Canales comunicativos	25
Figura 10 Convocatoria	26

Resumen

El siguiente trabajo fue realizado en modalidad de pasantía, se efectuó en la emisora Unab Radio de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, una radiodifusora relativamente nueva que se transmite por streaming, razón por la cual se realizó un plan estratégico que permitiera posicionarla entre la comunidad educativa y la ciudadanía bumanguesa, para lo cual se establecieron contenidos multimedia llamativos, pero que a su vez cumplieran con el objetivo de Unab Radio como es fortalecer la educación e investigación.

Introducción

Propuesta para el posicionamiento de Unab Radio mediante el desarrollo de un plan estratégico comunicacional en la web.

Unab Radio es la emisora institucional de la Universidad Autónoma de Bucaramanga que funciona como un proyecto académico de la carrera de Comunicación Social y que además se desempeña como medio de comunicación de la misma, una emisora relativamente nueva (cuatro años de trayectoria en el mercado) que busca el posicionamiento como una de las mejores emisoras juveniles y educativas.

Actualmente Unab Radio se encuentra transmitiendo sus contenidos únicamente a través de la web, por este motivo se hace necesario posicionar a Unab Radio mediante una estrategia comunicacional, a través de la web y las redes sociales, que le permitadarse a conocer y que a su vez el contenido tenga un alcance mayor de oyentes. Dicha estrategiapretende mejorar la comunicación externa de Unab Radio que en un principio es casi nula, debido a que el departamento de comunicaciones cada semestre es renovado haciendo que los procesos de comunicación deban volverse a comenzar.

Este trabajo demuestra como el desarrollo de estrategias comunicativas fortalecen las organizaciones, mejorando la comunicación externa mediante la divulgación de información y la promoción de eventos, creando un dinamismo constante en donde se fortalece la identidad y estilo de la emisora.

Capítulo 1. Propuesta para la consolidación de Unab Radio mediante el desarrollo de un plan estratégico comunicacional en la web

1.1 Descripción de la empresa

La Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB es una institución dedicada al servicio de la Educación Superior, de carácter privado. Su propósito de engrandecimiento del ser humano se traduce en los principios democráticos y liberales que guían su acción, propendiendo al mejoramiento regional y nacional.

La dinámica de su crecimiento está representada hoy por una amplia y pertinente oferta académica, un volumen de producción investigativa destacado e importantes actividades que la convierten en una universidad responsable socialmente. Adicionalmente, gracias al compromiso de cada uno de los integrantes de su comunidad universitaria, la UNAB es la primera de carácter privado del oriente colombiano en lograr la Acreditación Institucional de Alta Calidad, lo que sin duda la consolida, aún más, como una institución universitaria de excelente calidad académica, líder en la formación de la dirigencia nacional. (unab.edu.co, 2016)

1.1.1 Misión

Formar integralmente personas respetuosas de sí mismas y de los demás, con mentalidad global y emprendedora, capaces de ejercer su autonomía en el análisis y solución de las

necesidades de la sociedad, apoyados en investigación y procesos innovadores y comprometidos éticamente con el desarrollo sostenible.

Participar activamente como agente transformador en los procesos de desarrollo del país y especialmente de las regiones donde se desarrolla nuestra actividad, con un enfoque de responsabilidad social.(unab.edu.co, 2016)

1.1.2 Visión

En el 2018 seguiremos siendo la primera Universidad privada del nororiente Colombiano. La UNAB acreditada institucionalmente, será reconocida por mantener estándares de calidad y pertinencia nacional e internacional en todos los niveles y modalidades de su oferta educativa, innovación en sus procesos académicos, calidad de los productos de investigación, aseguramiento del conocimiento e impacto en las dinámicas del entorno regional y nacional.

Serán sus características distintivas, la formación integral con mentalidad global y emprendedora de estudiantes, la calidad de sus profesores, las competencias de sus colaboradores, los egresados vinculados a actividades productivas y en estrecha relación con la Institución, la articulación de la investigación con la docencia y la extensión, la incorporación de las TIC, la sostenibilidad financiera y el sentido de responsabilidad social.(unab.edu.co, 2016)

1.1.3 Objetivos de la empresa

Fortalecer y proyectar, desde Unab Radio, los ámbitos de docencia, investigación y extensión de la UNAB, y contribuir a la formación académica de los estudiantes de los diversos programas académicos de la universidad quienes a través de la producción radiofónica fortalecen su crecimiento profesional e intelectual.(unab.edu.co, 2016)

1.1.4 Estructura organizacional

UnabRadio no tenía un organigrama institucional debido a que era una unidad del programa de comunicación social, que funcionaba como un proyecto académico y no como ente organizacional. Sin embargo se hizo necesario la creación de uno con el fin de estipular los cargos de los integrantes de la emisora para así minimizar los conflictos de áreas y marcar responsabilidades en la dependencia.



Figura 1 Organigrama Unab Radio

Fuente Autora del proyecto

1.1.5 Descripción de la dependencia

Unab Radio es la emisora en Internet de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, su programación está orientada a la comunidad universitaria en general y, particularmente, a los jóvenes estudiantes de la UNAB, de Bucaramanga y del resto del mundo.

Unab Radio ofrece música en diversos géneros contemporáneos y contenidos informativos de interés general, su objetivo es ofrecer a la comunidad universitaria un espacio, desde la producción radiofónica, para el desarrollo de habilidades comunicativas y la difusión de actividades académicas y culturales, que promuevan los ámbitos de docencia, extensión e investigación.

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia

Para elaborar el diagnóstico de la dependencia asignada, se realizó un análisis descriptivo por medio de una matriz DOFA, que permitirá identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de los procesos que se desarrollan en Unab Radio.

Tabla 1*Matriz DOFA*

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Factores internos	<p>F1 Se diferencia de su competencia al tener contenido especializado; el cual busca fortalecer la formación académica</p> <p>F2 Posibilidad de acceder a mejores equipos radiales</p>	<p>D1 Falta de publicidad a la emisora y sus contenidos</p> <p>D2 No se hace uso adecuado de la redes sociales</p> <p>D3 La emisora no cuenta con recursos económicos para su publicidad</p> <p>D4 No existe un protocolo establecido para la creación de contenidos en la página Web</p>
Factores externos		
OPORTUNIDADES		
O1 Acceso a página Web y redes sociales que permiten llegar a un mayor número de oyentes	Promocionar los programas de Unab Radio a través de las redes sociales con el fin de mostrar a los radioescucha los contenidos de estos (F1,O1,O2)	Publicación constante en la página Web contenidos que permita a los oyentes estar enterados de diversos temas, dichos contenidos (D2,D3,O1)
O2 La emisora posee una aplicación móvil que le permite al oyente sintonizarse en cualquier momento	Generar más contenidos radiales para publicar en redes sociales (F2, O1) Crear imágenes y diseños que ayuden a cumplir la función de promoción y publicidad (F1,O1)	Promocionar mediante redes sociales el uso de la aplicación móvil de Unab Radio (D1,O2)
AMENAZAS		
A1 El 'Community Manager' de la emisora se cambia cada seis meses	Crear parámetros que sirvan para los futuros 'Community Manager' a llevar un orden y procedimiento en la publicación de contenidos. (F1, A1)	Determinar los formatos y lineamientos que permitan la creación y publicación contenidos para las redes sociales y la página Web (D4, A4)
A2 No cuenta con programación en vivo	Crear mecanismos/convocatorias para la realización de programas radiales en vivo. (F2, A1)	
A3 No cuenta con transmisión de frecuencia FM		
A4 No existe una estructura formal para trabajar en contenidos y publicaciones		

Fuente: Autor del Proyecto

1.2.1 Planteamiento del problema

La emisora Unab Radio forma parte del programa de comunicación social de la Universidad Autónoma de Bucaramangalo que hace que no cuente con trabajadores permanentes, debido a que en su mayoría son estudiantes de la carrera o practicantes y pasantes de otras universidades, lo que hace que algunos procesos se retrocedan, y el trabajo realizado deba volver a desarrollarse.

Así mismo UNAB Radio no cuenta con frecuencia FM lo que impide a una gran parte de la población tener acceso a su servicios, pues como anteriormente se menciona se debe tener internet para sintonizarla y quienes no cuenten con este servicio se les obstaculiza acceder a ésta, dejando así a un lado un número significativo de oyentes, así mismo, las emisoras Online tienen una dura batalla contra medios musicales como Youtube o Spotify lo que les dificulta tener oyentes permanentes, por lo cual se deben crear objetivos y estrategias de posicionamiento que incentiven a los radioescuchas a preferir a UNAB radio frente a otras emisoras.

1.3 Objetivos de la pasantía

1.3.1 General

Desarrollar un plan estratégico comunicacional mediante una propuesta para fortalecer a Unab Radio como emisora institucional en la Web.

1.3.2 Específicos

-Determinar los mecanismos que permitan definir la organización comunicacional de Unab

Radio

- Precisar las necesidades y problemas que posee Unab Radio en la web

- Definir los medios y parámetros para la creación y publicación de contenidos

1.4 Actividades a desarrollar

Tabla 2

Cuadro de actividades

Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los Obj. Específicos
Desarrollar un plan estratégico comunicacional mediante una propuesta para fortalecer a Unab Radio como emisora institucional en la Web.	Determinar los mecanismos que permitan definir la organización comunicacional de Unab Radio	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar los canales comunicacionales para el posicionamiento de la emisora, en concejo con el director. • Establecer los contenidos multimedia que se implementarán para el posicionamiento de la emisora • Identificar los contenidos multimedia preferidos por los oyentes para así captar mayor audiencia

Precisar las necesidades y problemas que posee Unab Radio en la web	<ul style="list-style-type: none">• Evaluación de los canales de comunicación por medio de estadísticas, que ellos mismos brindan
Definir los medios y parámetros para la creación y publicación de contenidos.	<ul style="list-style-type: none">• Diseñar organigrama de la emisora Unab Radio• Establecer formatos para la creación y publicación de contenidos multimedia para la web.• Especificar funciones de cada canal comunicativo que permita a la emisora concentrar los contenidos pertinentes para cada uno• Proponer convocatorias para que estudiantes realicen programas radiales

Capítulo 2. Enfoques referenciales

2.1 Enfoque Conceptual

Plan estratégico. “Conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo”. (Dess & Lumpkin, 2003)

Consolidar. Convertir algo en definitivo y estable.

Posicionamiento. Es la posibilidad de modificar la percepción que los clientes tienen respecto a un producto, alterando la forma en como percibe los atributos del producto de forma que se ajusten al objetivo previsto.

Web. Sistema de distribución de documentos de hipertexto o hipermedios interconectados y accesibles vía Internet. Con un navegador web, un usuario visualiza sitios web compuestos de páginas web que pueden contener textos, imágenes, vídeos u otros contenidos multimedia, y navega a través de esas páginas usando hiperenlaces.

Contenidos Web. Es todo documento, imagen, animación, texto, sonido, video, aplicación, etc. que puede ser transmitido y ejecutado a través de un navegador en la web.

Redes Sociales. Estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación

profesional, amistad, parentesco, etc.). Normalmente se representan simbolizando los actores como nodos y las relaciones como líneas que los unen. El tipo de conexión representable en una red social es una relación diádica o lazo interpersonal.

Diseño.Proceso de creación y desarrollo para producir un nuevo objeto o medio de comunicación (objeto, proceso, servicio, conocimiento o entorno) para uso humano.

El sustantivo "diseño" se refiere al plan final o proposición determinada fruto del proceso de diseñar: dibujo, proyecto, diseño industrial o descripción técnica, maqueta al resultado de poner ese plan final en práctica (la imagen, el objeto a fabricar o construir).

Radio.Medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas de radio, si bien el término se usa también para otras formas de envío de audio a distancia como la radio por Internet.

Radioescucha.Consiste en la exhibición de contenido auditivo dotado de las características propias del medio radiofónico (tales como su guion y su lenguaje) a través de Internet mediante streaming.

Streaming.(Retransmisión) es la distribución digital de contenido multimedia a través de una red de computadoras, de manera que el usuario utiliza el producto a la vez que se descarga. La palabra retransmisión se refiere a una corriente continua que fluye sin interrupción, y habitualmente a la difusión de audio o vídeo.

2.2 Enfoque legal

Registro Snies – 54067 Acreditación internacional otorgada por Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo - CLAEP De 12/10/12 - Por 6 años, Acreditación de Alta Calidad - Resolución 16725 por 4 años

Resolución 16725 del 20 de diciembre de 2012. por la cual se otorgó la alta calidad y excelencia académica del programa de Comunicación Social de la UNAB, destacadas y ratificadas por el Ministerio de Educación Nacional, al conceder la reacreditación por 4 años mediante la decisión de la cartera de Educación coincide con el otorgamiento de la reacreditación internacional por 6 años entregada recientemente en Sao Paulo, Brasil, por el Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo, filial de la Sociedad Interamericana de Prensa, SIP.

Resolución 16725- PEI. (Proyecto Educativo Institucional) sujeto a la evaluación y renovación permanente que se refiere la resolución ministerial a las actualizaciones permanentes del currículo a partir de consultas realizadas con actores del medio, el trabajo destacado del Observatorio Regional de Medios-ORMIC y la labor periodística de medios de práctica como el Periódico 15, la Revista Nova, el Programa de T.V. Soy Autónomo y la Emisora Virtual UNAB Radio.(unab.edu.co, 2016)

Acinpro

Artículo 29. Acinpro autoriza, mediante licencia, el almacenamiento digital en aras a su comunicación pública, en las emisoras online; de igual forma emite las licencias o autorizaciones a páginas web que tienen contenidos musicales como parte de su presentación y/o ambientación. Las autorizaciones o licencias emitidas por Acinpro en el entorno digital van dirigidas a los siguientes medios:

Webcasting Difusión de contenidos digitales multimedia a través de internet, es también conocido como streaming directo; se denomina así porque no hay interactividad, es decir no hay selección a criterio del visitante, no playlist, no download. La emisora online permite la transmisión de audio en tiempo real a través de internet, los usuarios no pueden interactuar con el sitio de origen de la señal ya que no se da una comunicación bidireccional.

Simulcasting Es la emisión de un organismo de radiodifusión ya sea radiofónico o televisivo, que normalmente emite por onda hertziana, a través de internet la transmisión no se da en tiempo real, sino diferido en unos segundos, porque existe un almacenamiento temporal.

Páginas web Difusión de contenidos digitales multimedia a través de internet vinculados a la página web específica, como música de fondo en la presentación, bien sea en la apertura principal o en las diversas ventanas de la misma. Cada licencia está vinculada a una sola url. la tarifa mensual aplicable corresponde al ocho por ciento (8%) de los ingresos brutos generados en el mes anterior.

en caso de no existir ingresos sobre los cuales se pueda generar el porcentaje antes citado, o que su liquidación o hallazgo se torne complejo o que aplicado el mismo se genere un valor mensual inferior al equivalente a dos (2) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

La tarifa mensual a cancelar estará fijada de conformidad al salario mínimo mensual legal vigente. Las tarifas mensuales aplicables son las que a continuación se describen:

Tabla 3

Categoría	Tarifa
Webcasting	2 salarios mínimos mensuales legales vigentes
Simulcasting	2 salarios mínimos mensuales legales vigentes
Páginas web	2 salarios mínimos mensuales legales vigentes

Artículo 30 Ambientación musical almacenamiento digital. Acinpro autoriza, mediante licencia, el almacenamiento de música digitalizada en un servidor central y en cada punto de ambientación de sus clientes o mediante la instalación de una aplicación en cada equipo del cliente, prohibiendo en forma expresa la descarga y/o almacenamiento de dichos fonogramas a las memorias de los diferentes equipos tecnológicos de los usuarios, clientes u oyentes del sitio web.

La tarifa mensual aplicable corresponde al ocho por ciento (8%) de los ingresos brutos generados en el mes anterior, tarifa que permite incluir la licencia para el almacenamiento en el servidor central, e igualmente en los PC de los clientes de la persona natural o jurídica que tiene

como actividad comercial la ambientación musical, ampliándose igualmente a la modalidad de negocio mediante claves de acceso en el equipo del cliente.

En caso de no existir ingresos sobre los cuales se pueda generar el porcentaje antes citado o que aplicado el mismo se genere un valor mensual inferior al equivalente a dos punto cinco (2.5) salarios mínimos legales mensuales vigentes, la tarifa mínima aplicable para el respectivo mes equivaldrá a dos punto cinco (2.5) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

la licencia solo corresponde o cubre el almacenamiento digital y no incluye comunicación pública en el establecimiento comercial o establecimientos abiertos al público, comunicación pública que debe reconocerse y pagarse a la ventanilla única de recaudo de derecho de autor y conexos “vid” o la entidad que haga sus veces. (Acinpro).

Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo

3.1. Presentación de resultados

Determinar los canales para el posicionamiento de la emisora, en concejo con el director. Mediante reunión con el director de Unab Radio, se llegó a la conclusión que los canales pertinentes para el posicionamiento de la emisora son la página web www.unabradio.com y las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram. Se seleccionan estos canales debido a que son plataformas que permiten llegar a un gran número público y publicar cualquier tipo de contenido multimedia.

Se decidió que la página web será la principal fuente de contenidos, debido a que además de ser la página principal es el modo por el que los oyentes se conectan a sus servicios, dichos contenidos se publicaran en las redes sociales que cumplirán con el objetivo de divulgar los para así darle publicidad y reconocimiento a la emisora.

Definir los contenidos que se crearán e implementarán para el posicionamiento de la emisora. Bajo los parámetros establecidos por el director de Unab Radio se eligieron los contenidos que se utilizarán para el posicionamiento, al ser una emisora institucional de carácter educativo los contenidos seleccionados para implementar son: institucionales (Eventos, cursos y noticias académicas), culturales (Muestras artísticas, séptimo arte y conciertos) y musicales que deben mantenerse dentro del género del rock, este criterio musical pertenece a las políticas de la emisora. Dichos contenidos se adecuan con el objetivo de la emisora que es promover la educación y la investigación.

Identificar los contenidos preferidos por los oyentes para así captar mayor audiencia.

Mediante las estadísticas brindadas por la página web www.unabradio.com se pudo determinar que los contenidos favoritos de los oyentes de Unab Radio son los musicales y culturales, de preferencia el séptimo arte y los conciertos, asimismo se observó cierta apatía por los temas institucionales. La identificación de los contenidos permite a Unab Radio conocer los gustos de los oyentes para así reforzarlos y obtener mayor audiencia.

2015-12-02 to Hoy		
Título		Visitas
Página de inicio / Archivos		1.574
Moana: Un mar de aventuras		103
Clásicos de colección		67
25 años sin Freddie Mercury, el 'Rey' indiscutido del Rock.		64
María Cristina Plata lanza video de su canción 'Cuando los años pasen'		58
Come together, el nuevo comercial navideño dirigido por Wes Anderson		51
Inicia preventas para 'séptimo día, no descansaré' del circo del sol		45
Cabeza o Corazón, el nuevo corto de Walt Disney		45
Egresados UNAB realizan exitosa serie de televisión regional 'Ole mano'		42
Tapatón		42
Vanguardia Liberal presente en Ulibro 2016		40
Primer adelanto de 'El paseo 4'		37
Personajes, historias que merecen ser contadas		37
Mis canciones favoritas		35
El Semanario, espacio informativo		34
Consulte si es jurado de votación para el plebiscito del 2 de octubre		34
Especial de Halloween		34
Programas		31
Festival Sónar 2016		31
'La noche que mi madre mato a mi padre'		29
'Present Tense' el nuevo videoclip de Radiohead		27
'Cigüeñas', la historia que no te contaron		26
'True Colors' la nueva canción de Justin Timberlake para la película Trolls		26
Apps.co UNAB		24
Calvin Harris lanza 'My Way'		23

Sal y Pimienta, Poetas en su tinta		1
Entrelíneas, páginas en breve		1
Taller de dibujo manga, Ulibro		1
Segundo ciclo de conciertos de la temporada 2016 de la Orquesta Sinfónica de la UNAB		1
Kubo y la búsqueda del Samurái		1
Recolección de alimentos para la comunidad indígena Wayúu		1
Tertulia literaria: Cuentos de Jorge Luis Borges		1
Cine club cuarto oscuro: película "Las voces del silencio"		1
Cinestudio trae la cinta "The Full Monty"		1
Lanzamiento de Ulibro 2016 con la invitada especial Laura Restrepo		1
La UNAB será sede de CIINATIC		1
Periodismo deportivo "Más allá del fútbol"		1
Congreso de gastronomía Unab		1
"Te tengo presente" una plataforma web para compartir en fechas especiales		1
Proyección de la cinta francesa "El Viento en las Pantorrillas"		1
Concierto de cierre de Abrapalabra 2016		1
Amy Lee vocalista de Evanescence ahora hace música para niños		1
Proyección de un concierto de Imagine Dragons		1
Día del administrador Unab		1
¿Qué es el cuento?		1
Hoy, Día Internacional de la Danza		1
Proyecto de grado UNAB titulado "Punta Cana", fue nominado a "mejor cortometraje iberoamericano"		1
Programación Rock Al Parque 2016		1
David Towell, experto en Inclusión visita la UNAB		1
Lanzamiento del libro "Siempre hay una primera vez" de Victor Hugo Peña		1

Figura 2 Contenidos preferidos por los oyentes

Fuente: Wordpress, página web Unab Radio

Evaluación de los canales de comunicación por medio de estadísticas, que ellos mismos brindan. Mediante las estadísticas se pudo observar que el medio de comunicación más frecuentado es la red social Twitter, seguida de Facebook, Instagram por su parte no permite obtener estadísticas, sin embargo se le da el mismo uso que las demás redes sociales.

Facebook y Twitter porque son los canales que permiten la publicación de diferentes contenidos multimedia como videos, imágenes y textos, brindándole a los radioescuchas mayor entretenimiento y distracción. Mientras que Instagram al ser una red social solo de imágenes y videos no permite difundir la misma cantidad de contenidos ya que el enfoque es totalmente diferente al necesitado en Unab Radio.

Twitter visualizaciones

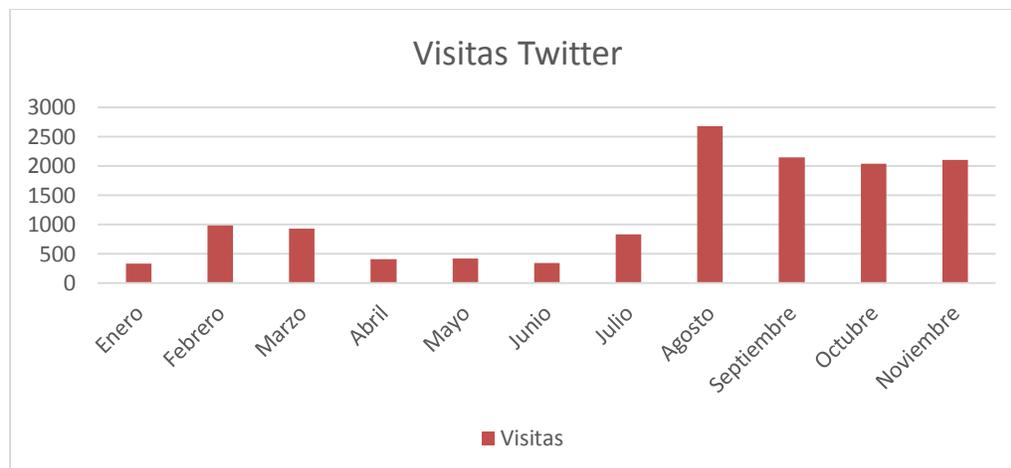


Figura 3 Estadísticas de la red social Twitter

Nota: Los datos se casaron de Twitter analytics, estadística hasta el 30 de noviembre.

Fuente: Autora del proyecto

Visualizaciones

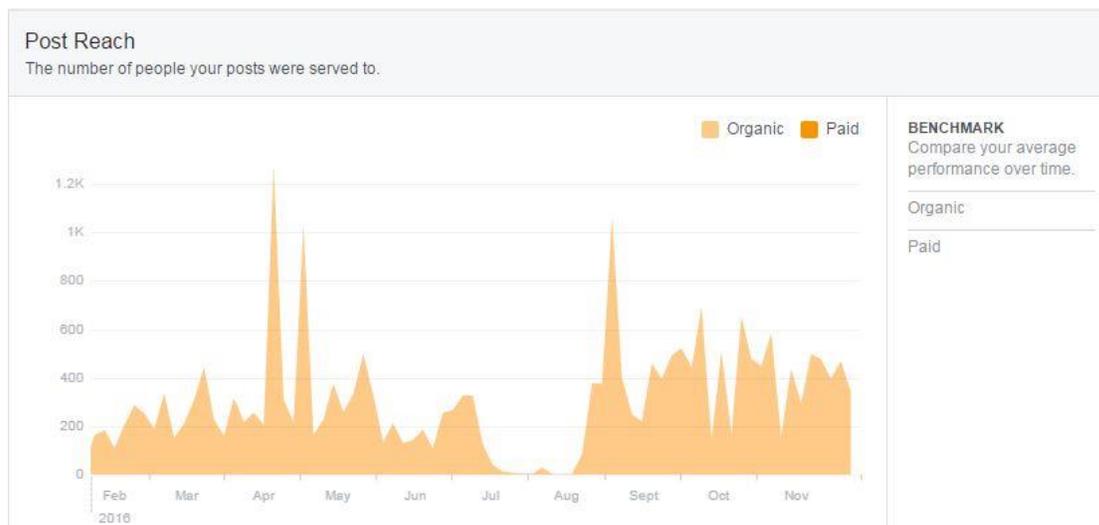


Figura 4 Estadísticas de la red social Facebook, visualizaciones

Fuente: Facebook, estadística hasta el 30 de diciembre de 2016

Me gusta



Figura5 Estadísticas de la red social Facebook, me gusta

Fuente: Facebook, estadística hasta el 30 de diciembre.

Página web

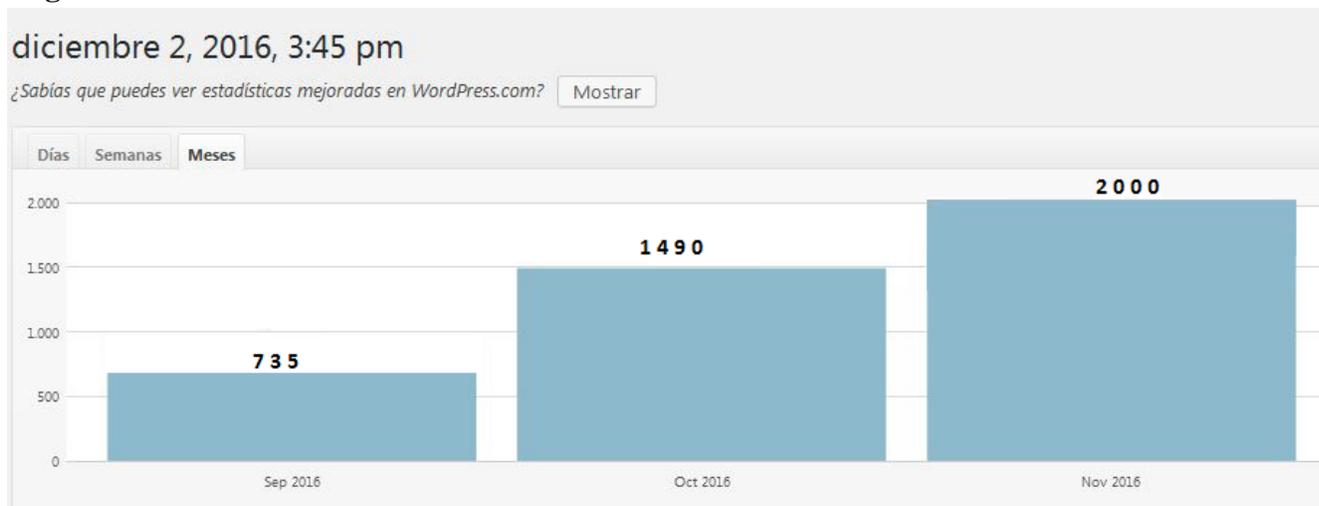


Figura6 Estadísticas página Web www.unabradio.com

Fuente: página web www.unabradio.com, estadística hasta el 30 de diciembre de 2016

Diseñar organigrama de la emisora Unab Radio. Se diseñó el organigrama de Unab Radio con el fin de establecer las finalidades de los cargos de las personas que operan en la emisora y establecer las funciones de los colaboradores Unab Radio.



Figura 1 Organigrama Institucional

Fuente: Autora del proyecto

Director

- Establecer políticas generales de la emisora (contenidos, programación)
- Coordinación general de actividades de Unab Radio
- Promover la emisora para vincular diferentes dependencias y productores independientes a la emisora
- Buscar convenios con otras instituciones y emisoras para así fortalecer a Unab Radio y su programación

Productor técnico

- Programar la música de la emisora
- Realizar los cambios de franja
- Grabar y editar los programas o notas pregrabadas de la emisora
- Rastreo de nuevos contenidos musicales para la programación de la emisora
- Apoyo al departamento de generación de contenidos

Comunicador social o Community Manager

- Realizar contenidos para las redes sociales y la página web de la emisora
- Creación de imágenes que acompañan los contenidos
- Publicación de información de redes sociales y página web
- Producción de algunos contenidos y programas de la emisora

Locutores: encargados del departamento de generación de contenidos casi en su totalidad son estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad

- Producción de los contenidos de los programas y notas periodísticas

- Locución en la emisora
- Generar espacios en la Emisora

Establecer formatos para la creación y publicación de contenidos para la web. Se definió el siguiente formato que determina la forma en que se debe crear y publicar los contenidos, esto con el fin de dar un estilo a la emisora Unab Radio que apoye el posicionamiento de la página web.

FORMATO PARA LA PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS PÁGINA WEB

- 1 La imagen destacada debe ser igual o mayor a 1 megabytes
- 2 Si son noticias de películas y videos musicales es recomendable adjuntar el videoclip o tráiler, los cuales deben sacarse de la página oficial del artista o grupo
- 3 No poner en el día noticias de un solo tema
- 4 Las noticias de eventos deben ponerse con al menos un día de anterioridad
- 5 Subir a la página no menos de 4 noticias al día
- 6 Si se va a incluir audios de entrevistas en la publicación es recomendable que sea menor a 3 minutos

FORMATO PARA LA CREACIÓN DE CONTENIDOS PÁGINA WEB

- 1 Se debe realizar un leed no mayor a dos renglones
- 2 El texto de debe escribirse en presente y en tercera persona
- 3 Las noticias deben tener al menos 3 párrafos
- 4 Los temas para la creación de noticias son: institucionales, musicales, culturales y tecnológicos

Figura7 Formato de contenidos para la página web

Fuente: Autora del Proyecto

Al crear los formatos para la página web de Unab Radio se vio la necesidad de crearle a las redes sociales formatos que permitan que el posicionamiento de la emisora no se debilite, esto porque el personal del departamento de comunicaciones se cambia cada seis meses, ya que el encargado de este trabajo es un estudiante de último semestre de comunicación social que realiza las prácticas o pasantías.



FORMATO PARA LA CREACIÓN DE CONTENIDOS REDES SOCIALES

- 1 Las imágenes deben contener el logo de Unab Radio.
- 2 Los pósters deben tener preferiblemente de tamaño 808 x 808
- 3 Los pósters deben ir preferiblemente en fondo oscuro para que el logo de Unab Radio pueda visualizarse mejor
- 4 No usas más de dos tipos de letras en los posters
- 5 No utilizar más de tres colores diferentes en el poster
- 6 El formato para las imágenes preferiblemente debe ser jpg
- 7 Los contenidos musicales deben ser avalados por el productor (a) de la emisora



FORMATO PARA LA PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS REDES SOCIALES

- 1 Las publicaciones no deben contener más de 140 caracteres tanto para Facebook como para Twitter
- 2 Se utilizan las publicaciones de Facebook para Twitter o viceversa (una publicación puede adecuarse para ambas redes sociales)
- 3 Es recomendable utilizar hashtag en las publicaciones. Utilizar los hashtag con tildes y mayúscula en cada palabra.
- 4 No utilizar más de 2 hashtag en cada publicación
- 5 Si son eventos académicos debe utilizarse el hashtag #EventosUnab
- 6 Los inicios de programas se deben publicar con al menos 5 minutos de anterioridad
- 7 Los contenidos musicales deben ser avalados por el productor (a) de la emisora
- 8 Es recomendable publicar una vez por hora
- 9 Las publicaciones deben tener una imagen de acuerdo al tema

Figura 8 Formatos de contenidos para las redes sociales

Fuente: Autora del proyecto

En el apéndice se puede observar la forma en como se utilizaron los parámetros, además de ver un paralelo con las publicaciones que se estaban realizando antes de la propuesta.

Especificar funciones de cada canal comunicativo que permita a la emisora concentrar los contenidos pertinentes para cada uno. Se determinó los propósitos de cada canal comunicativo en donde se le dio a la página web www.unabradio.com la labor de principal fuente de contenidos e información, dichos contenidos se compartirán a través de las redes sociales Facebook y twitter ya que estos canales permiten la publicación de contenidos multimedia y así mismo tener un mayor alcance de público.

UNAB RADIO

CANALES COMUNICATIVOS



TWITTER

FACEBOOK



Publicación de contenidos multimedia que permitan al oyente de Unab Radio estar actualizado en temas musicales, culturales, tecnológicos e institucionales. Igualmente mediante feedback saber las necesidades y gusto del radioescucha, para así garantizar mejores contenidos.



INSTAGRAM

Publicación de imágenes de convocatorias y eventos de manera que se permita dar a conocer a los oyentes de Unab Radio los acontecimientos no solo de la emisora sino también de la Universidad y la ciudad.

PÁGINA WEB

Su función es ser la principal fuente de contenidos multimedia, que a su vez se publicaran en las redes sociales



www.unabradio.com

Figura 9 Canales comunicativos

Fuente: Autora del proyecto

Proponer convocatorias para que estudiantes realicen programas. Se

realizó una convocatoria para la creación de programas entre los estudiantes de la universidad Autónoma de Bucaramanga, dicha convocatoria se realizó mediante imágenes las cuales fueron publicadas por medio de las redes sociales, de esta estrategia se creó el programa Noches de Insomnio el primer programa en vivo de Unab Radio.



Figura 10 Convocatoria

Fuente: Autora del proyecto, Estudiantes Unab

Capítulo 4. Diagnóstico final

Gracias a las estadísticas brindadas por los canales comunicacionales de Unab Radio se ha podido determinar que la emisora ha empezado a ser reconocida dentro de la institución educativa como una emisora juvenil que fomenta la educación y la investigación como método de crecimiento intelectual. El aumento de los oyentes se debe a la promoción de los programas y divulgación de los contenidos que se escogieron para la propuesta, debido a que al ser evaluados se refuerzan haciendo que la audiencia prefiera a Unab Radio frente a otras emisoras.

La creación de formatos para la realización de contenidos fue parte importante para lograr el objetivo debido a que ayudo a dar una nueva perspectiva de la emisora conociendo a profundidad sus objetivos, la divulgación de imágenes y afiches ayudaron a dar visualización a las publicaciones, ya que al tener este elemento no pasaba desapercibida permitiendo tener que más personas conocieran a Unab Radio.

Finalmente, la publicidad por redes sociales dio un giro rotundo para el fortalecimiento de la emisora pues en varias ocasiones se recibieron mensajes de felicitación debido al progreso que se estaba mostrando, muchos oyentes antes de la propuesta no sabían la programación de Unab Radio

Capítulo 5. Conclusiones

Se pudo finalizar de manera satisfactoria las actividades en Unab Radio.

La implementación de los canales comunicativos para el posicionamiento fue valiosa en la ejecución del objetivo porque permitió tener un mayor número de oyentes, que con el pasar de los meses habían estado disminuyendo, asimismo al escoger los temas para la creación de contenidos se le dio a Unab Radio un estilo que le permitió sobresalir de otras emisoras, entre ellos su enfoque formativo en donde se promueve los eventos culturales y educativos que brinda la UNAB y otras instituciones con el fin de que los radios escuchas conozcan y asistan a los eventos como parte del objetivo de la emisora.

Para la publicación de dichos contenidos se establecieron parámetros que permitieran generar un mayor impacto, evaluándolas mediante estadísticas que los mismos canales arrojaban, para saber que acogida tenían y si se debía hacer una reevaluación o cambio de dichos formatos, obteniendo resultados favorables.

La implementación de un posicionamiento por medio de la web fue la manera más acertada, ya que permitió en poco tiempo y sin necesidad de recursos económicos, el reconocimiento de Unab Radio como una emisora nueva que le apunta a la mejora de la educación.

Capítulo 6. Recomendaciones

Con el fin de mantener y mejorar los resultados obtenidos se recomienda a Unab Radio, continuar con los parámetros establecidos a lo largo de la propuesta, asimismo se hace necesario la instalación de software especializado que permita la creación de imágenes, elementos importantes en la propuesta, los programas para la elaboración de estos elementos son Corel Draw y Photoshop.

Asimismo se hace importante contratar un community manager de forma permanente, debido a que el cambio constante del personal del departamento de comunicación hace que se retrocedan los procesos que tiene Unab Radio en la comunicación externa, al no promocionar los programas o actividades, haciendo perder el trabajo de posicionamiento que ya se tenía establecido.

Se recomienda de igual manera la creación de programas en vivo dentro de la parrilla de programación de Unab Radio, debido a que la generación de este tipo de elementos beneficia el posicionamiento de la emisora atrayendo a más oyentes.

Finalmente se hace importante evaluar la propuesta de posicionamiento con el fin de ir la mejorando a medida que se logren los objetivos, creando unos nuevos que se adecuen con las necesidades de la emisora.

Referencias

- unab.edu.co. (2016). Obtenido de <http://www.unab.edu.co/nosotros/acerca-de>
- Acinpro. (s.f.). www.acinpro.org.co. Obtenido de www.acinpro.org.co/interface/tarifas
- Dess, G., & Lumpkin, G. (2003). Dirección estratégica. McGraw- Hill.

Apéndices

Apéndice A Propuesta de comunicativa para el posicionamiento

Propuesta plan estratégico comunicacional de Unab Radio

Objetivo: Posicionar a Unab Radio mediante la web y las redes sociales					
Enfoque estratégico: Posicionamiento					
Audiencia impactada: Oyentes Unab Radio (Comunidad educativa, estudiantes universitarios y comunidad en general)					
Estrategias	Acciones	Evaluación	Herramientas	Frecuencia	Tiempo
Determinar los canales de comunicación para el posicionamiento de la emisora.	Se seleccionan la página web www.unabradio.com y las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram, plataformas que permiten llegar a un gran número público.	Cada fin de mes analizar las estadísticas de los canales con el fin de observar cuales de ellos tienen más visitas y si cumplen con su función.	Reuniones y estadísticas de la página web y las redes sociales Facebook Y Twitter	Una vez	Un día
Definir los contenidos que se crearán e implementará para el posicionamiento de la emisora.	Los contenidos escogidos para el posicionamiento de Unab Radio son: musicales que deben estar ligados al género Rock. Cultural: Exposiciones, galerías conciertos y tertulias, en la Universidad y en	Al final de cada mes se analizan las estadísticas de las publicaciones con el fin de seleccionar los contenidos que prefieren los oyentes y así determinar	Wordpress, Corel Draw, Photoshop, redessociales, entrevistas	Una vez	Un día

	la ciudad	que	contenidos		
	Institucionales: Charlas, ferias, debates y . presentaciones.	deben	fortalecerse		
	Dichos contenidos se adecuan con el objetivo de la emisora que es promover la educación y la investigación.				
Identificar los contenidos preferidos por los oyentes para así captar mayor audiencia.	Seleccionar mediante las estadísticas proporcionadas por los canales comunicativos, se identificarán los contenidos más vistos por los oyentes, con el fin de mejorarlos.	Comprar las estadísticas de los canales comunicati vos	Wordpress, Facebook y Twitter	Mensual	Un día preferiblemente a fin de mes
Evaluación de los canales de comunicación por medio de estadísticas, que ellos mismos brindan.	Evaluar la página web www.unabradio. com para analizar el número de entradas directas a las publicaciones. Asimismo se deben realizar con Facebook y twitter para identificar las publicaciones de	Comparar estadísticas de los canales con relación a los meses anteriores de aplicada la propuesta	Estadísticaswordp ress, Facebook y Twitter	Mensual	Un día preferiblemente a fin de mes

	mayor alcance compartidas desde la página web.					
Diseñar organigrama de la emisora UnabRadio.	Crear del organigrama de Unab Radio con el fin de definir las actividades de cada uno de los integrantes de la emisora, para así minimizar los conflictos de áreas y marcar responsabilidades en la dependencia.	Organigrama	Microsoft Word,	Una vez	Dos días	
Establecer formatos para la creación y publicación de contenidos para la web	Diseñar los parámetros que especifiquen la forma en cómo se debe crear y publicar los contenidos, para así proporcionar un estilo a la emisora Unab Radio que apoye el posicionamiento de la página web.	Formatos e imágenes	Photoshop	Una semana	Siete días	
Especificar funciones de cada canal comunicativo que permita a la emisora concentrar los contenidos pertinentes	La página web www.unabradio.com debe ser la principal fuente de contenidos multimedia, que a su vez se publicaran en las redes sociales.	Formato	Photoshop	Una semana	Siete días	

para cada uno

Facebook y
Twitter su
función es la de
publicar
contenidos
multimedia que
permitan al
oyente estar
actualizado,
igualmente
mediante
feedback se
puede obtener
las sugerencias
de los
radioescucha,
para así
garantizar
mejores
contenidos

Instagram su
función es la
Publicación de
imágenes y
videos que
permita a los
oyentes conocer
los acontecimientos
de la Institución.

**Proponer
convocatorias
para que
estudiantes
realicen
programas.**

Realizar
convocatorias
entre los
estudiantes de la
universidad
Autónoma de
Bucaramanga,
especialmente
los estudiantes
de
Comunicación
Social, con el
propósito de
crear programas

Creación
de
programas
en la
Emisora

Canales
comunicativos,
Corel Draw,
Photoshop

Semestra 1

Un mes

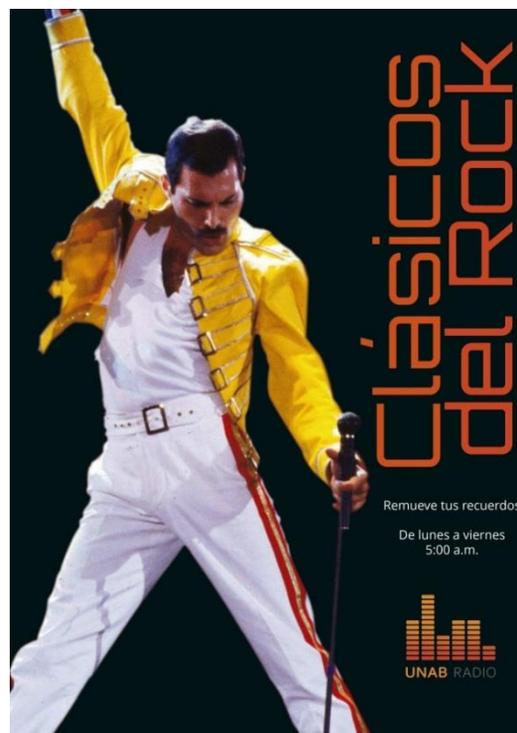
en vivo que optimicen la parrilla de programación, dichas convocatorias se deben realizar por medio de los canales seleccionados

<p>Creación de contenidos para publicar en los canales de comunicación.</p>	<p>Crear imágenes, textos, videos y audios con el fin de generar contenidos que permitan reforzar el posicionamiento de la emisora.</p> <p>Dichos contenidos deben crearse y publicarse según las especificaciones de los formatos creados anteriormente.</p>	<p>Contenidos</p>	<p>Corel Photoshop, Internet, entrevistas audios</p>	<p>Draw, y</p>	<p>Diario</p>	<p>Diario</p>
--	---	-------------------	--	----------------	---------------	---------------

Apéndice B Publicaciones de promoción programas Unab Radio

Se crearon las imágenes a los programa musicales que son el principal contenido de la emisora, en donde se dio a conocer la hora exacta en que son transmitidos, ya que antes se le hacía publicidad pero no se decía el horario en el que se podía escuchar el programa, generando en el oyente apatía al escuchar la programación.

Imágenes para promocionar los programas de Unab Radio



Forma de publicación

Programa 3X1



publicaciones dentro de la propuesta

Publicaciones antes de la propuesta

Programa El Salsatón



Publicaciones antes de la propuesta

Publicaciones dentro de la propuesta

Igualmente se empieza a realizar publicaciones con imágenes para darle mayor visibilidad a las publicaciones y que no pasen desapercibidas.

Programa Entrelíneas, páginas en breve



Publicaciones dentro de la propuesta



Publicaciones antes de la propuesta

Programa Sal y pimienta, poetas en su tinta



Publicaciones dentro de la propuesta



Publicación antes de la propuesta

Apéndice C Publicaciones de los contenidos de Unab Radio

Se le dio más forma a los contenidos dejando de lado las publicaciones de solo de imagen y textos que se venían trabajando, dándole al oyente mayor interactividad con noticias e información en el que puedan estar al tanto de las actividades o eventos que realiza la Universidad y la ciudad.

Publicación de noticias



Publicaciones antes de la propuesta



Publicaciones antes de la propuesta



Publicaciones dentro de la propuesta



Publicaciones dentro de la propuesta

Otro tipo de publicación de Noticias

Unab Radio
Published by Javier S Unabradio [?] · 21 November at 11:00 · 🌐

#EventosUnab Convocatoria para becas de Alianza del Pacífico abierta, conoce cómo participar <http://bit.ly/2d4QbJE>

569 people reached Boost post

Unab Radio
Published by Javier S Unabradio [?] · 17 November at 10:37 · 🌐

Participe en el I Festival de Percusión que organizan la Universidad Industrial de Santander y la Universidad Autónoma de Bucaramanga.

466 people reached Boost post

Like Comment Share

Unab Radio @UnabRadio · 1 dic.
Publica artículos resultado del desarrollo de investigaciones básicas o aplicadas en la Revista Colombiana de Computación

unab.edu.co

Unab Radio @UnabRadio · 24 nov.
#EventosUnab Hoy proyección de la película 'Diamantes Negros' desde las 6:00 p.m. Entrada libre

unab.edu.co

La forma de publicación en Instagram no tiene variaciones con la forma de publicación antes de la propuesta pues es un canal en donde solo existe una forma específica de publicación.

Publicaciones en Instagram



 unab.radio
Universidad Autónoma de Bucaram.

18 Me gusta 31 sem

unab.radio Estudiantes UNAB informando en #Uilibro 2016

 Añade un comentario... ⋮



 unab.radio

16 Me gusta 33 sem

unab.radio Quieres participar por estas boletas? Entra a unabradio.com y entérate como puedes participar por ellas

 Añade un comentario... ⋮

Apéndice D Otro tipo de publicaciones

Son publicaciones a parte de las noticias que complementan el trabajo realizado, en ella se encuentran listas de canciones de artistas que por algún motivo se homenajean, canción recomendada del día, imágenes en gif, retwiteos en donde se nombre a Unab Radio, o contenidos de los otros medios de comunicación de la Unab.

Unab Radio
Published by Javier S Unabradio [?] · 22 November at 16:16 · 🌐

La mejor música la encuentras en UnabRadio.com



13 people reached Boost post

Like Comment Share

Mònika Baena

Write a comment...

Unab Radio retwiteó

Periódico 15 @periodico15 · 16 nov.
#15web La santandereana se coronó campeona de la I Vuelta a Colombia Femenina
periodico15.com/index.php/2016...



2 1

Unab Radio retwiteó

KUISITAMBÓ @KUISITAMBO · 11 nov.
Muchas gracias @UnabRadio por su apoyo. Siempre orgullosos de lo que estamos logrando para el departamento!

1 1

Unab Radio @UnabRadio · 24 nov.
25 años sin Freddie Mercury, en UnabRadio.com le rendimos un homenaje con algunas de sus mejores canciones



25 años sin Freddie Mercury, el "Rey" indiscutido...
FacebookTwitterGoogle+Un día como hoy hace 25 años uno de los personajes más emblemáticos de la música y el Rock apaga su voz en este mundo. Freddie Mercur...
unabradio.com

Like Comment Share

Unab Radio
Published by Javier S Unabradio [?] · 23 November at 08:17 · 🌐

"Atlas, Rise!" de Metallica
Este es el #RecomendadoDeIDía en UnabRadio.com



Metallica: Atlas, Rise! (Official Music Video)
From the album "Hardwired...To Self-Destruct" available everywhere on November 18. Directed by Clark Eddy Filmed by Jeff Yeager © 2016...
YOUTUBE.COM

15 people reached Boost post

Like Comment Share

Apéndice E Noticias realizadas con el formato establecido para la página web

Se realizaron noticias que den contenido para la página web, teniendo en cuenta el formato establecido durante el transcurso del proyecto.

[f Facebook](#)
[t Twitter](#)
[G+ Google+](#)

Desde este jueves 01 de diciembre el público colombiano tiene la oportunidad de disfrutar la película 'Lamentos, si la escuchas mueres', del director Julián Casanova Ramírez.

La película está ambientada en una atmósfera fantasmal y su historia se inspira en la famosa tradición oral del continente, la leyenda de la llorona. Un relato oscuro en donde la redención, las segundas oportunidades y el amor ponen a prueba a sus protagonistas.

El filme tuvo su estreno mundial a finales de 2015 como parte de la selección oficial del Festival Internacional de Cine BARS Buenos Aires Rojo Sangre y en el Mercado de Cine Ventana Sur de Argentina. En 2016, el largometraje continuó participando con éxito en las competencias de 10 festivales especializados en géneros en Estados Unidos, Singapur, México, Canadá, Italia, Hong Kong y México.

Este thriller psicológico ha cautivado a espectadores en 10 festivales internacionales de cine.

Unab Radio 00:00:00 00:00:00

- ▶ Noche de las velitas
- ▶ Noche de comedia en Corfescu
- ▶ Marcha por la liberación de los secuestrados
- ▶ Jean de la Luna película basada en el bestseller de Tomi Ungerer
- ▶ Semillero Ondas Santander gana concurso "Soluciones para el futuro"

[f Facebook](#)
[t Twitter](#)
[G+ Google+](#)

Ya se encuentra en las salas de cine la película 'Camino a Estambul' dirigida por Rachid Bouchareb y protagonizada por Astrid Whettnall, Pauline Bulet y Patricia Ide.

Cuando Elodie, de 19 años, deja Bélgica para unirse al yihadismo, la vida de su madre, Elisabeth, se derrumba por completo. Desesperada y sin entender los motivos que la han llevado involucrarse en un conflicto que no les pertenece, emprende un viaje para recuperarla. Elisabeth se encuentra con una realidad devastadora: ya no reconoce a su propia hija.

Camino a Estambul sigue la línea de las otras películas de Bouchareb, que le ha valido una identidad particular dentro del cine. El director ha dedicado su carrera a hablar de los conflictos entre las fronteras, de los estereotipos que rodean a las nacionalidades y las identidades religiosas y de las violencias que generan esos estereotipos. La suya ha sido una apuesta política que incluso ha logrado tener repercusiones en la política francesa.

Vea el tráiler de 'Camino a Estambul'

Unab Radio 00:00:00 00:00:00

Entradas recientes

- ▶ Noche de las velitas
- ▶ Noche de comedia en Corfescu
- ▶ Marcha por la liberación de los secuestrados
- ▶ Jean de la Luna película basada en el bestseller de Tomi Ungerer
- ▶ Semillero Ondas Santander gana concurso "Soluciones para el futuro"

Apéndice G Matriz de trabajo

Donde se especifican las actividades diarias que se realizan dentro de la dependencia, con el fin de fortalecer la propuesta de posicionamiento, dichas actividades complementan el trabajo realizado.

Matriz de trabajo		
Actividad	Descripción	Tiempo
Locución y lectura de noticias ADN	Mediante convenio con el diario ADN de Bucaramanga, se realiza el espacio de noticias, donde se leen los titulares y Leeds con el fin de mantener a la audiencia al tanto de los acontecimientos de la ciudad	8:00 -10:00 Todos los días
Creación de contenidos multimedia para los canales comunicacionales	Realizar imágenes para la publicación de contenidos, entrevistas a personas con el fin de dar soporte a las noticias publicadas en lo	10:00 – 18:00 Todos los días
Publicación de contenidos	Por medio de las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram publicar las noticias, imágenes, entrevistas y videos, con el fin de hacerle publicidad a la página web medio por el cual se sintoniza la emisora, con el fin de captar más audiencia.	10:00 – 18:00 Todos los días
Entrevistas a personajes	De acuerdo a los contenidos creados para la se realizan entrevistas a personajes con el fin de crear más interactividad con los oyentes y dar soporte a los contenidos.	10: 00 – 18:00 Todos los días
Acompañamiento a los locutores Unab Radio	Con el fin de seguir los lineamientos establecidos por el director de emisora. Se analizan los guiones realizándoles correcciones pertinentes y que los temas	10:00 : 18:00 Todos los días

	estén de acuerdo con los establecidos dentro de la propuesta.	
Creación de notas culturales e institucionales	Realizar notas para la emisora con el fin de invitar a los oyentes a que participen de las actividades institucionales y culturales que realiza la UNAB y Bucaramanga. Dichas notas se transmiten en el espacio llamado agédate, así mismo se crea una noticia para la página web.	10:00 – 18: 00 Todos los días
Cubrimiento de eventos de la Unab y de Bucaramanga	Mediante fotografías, videos y entrevistas cubrir los eventos que realiza la Unab o algunas instituciones de Bucaramanga con el fin de divulgarlas y que los oyentes conozcan la importancia de la educación y la investigación.	10:00 – 20:00 Todos los días
