

	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	<u>Documento</u>	<u>Código</u>	<u>Fecha</u>	<u>Revisión</u>
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>10-04-2012</b>	<b>A</b>
<u>Dependencia</u>	<u>Aprobado</u>		<u>Pág.</u>	
<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		<b>1(80)</b>	

### RESUMEN - TESIS DE GRADO

<b>AUTORES</b>	<b>LUIS MIGUEL DÍAZ MANZANO</b>
<b>FACULTAD</b>	<b>DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES</b>
<b>PLAN DE ESTUDIOS</b>	<b>COMUNICACIÓN SOCIAL</b>
<b>DIRECTOR</b>	<b>MARY RAMONA BOHÓRQUEZ CASADIEGO</b>
<b>TÍTULO DE LA TESIS</b>	<b>POSICIONAMIENTO Y RECONOCIMIENTO DE LA EMISORA DIOCESANA RADIO CATATUMBO EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER</b>

#### RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA EL POSICIONAMIENTO Y RECONOCIMIENTO DE LA EMISORA DIOCESANA RADIO CATATUMBO EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER, CONTÓ CON UN PÚBLICO INTERDISCIPLINAR QUE SÓLO SE LIMITA A HACER SU TRABAJO SIN TENER UNA PROYECCIÓN DE AUTOEVALUACIÓN FRENTE AL EJERCICIO DEL MISMO Y MÁS CUANDO NO TODOS SON PROFESIONALES EN EL ÁREA COMUNICACIONAL. ADEMÁS, NO SE LOGRÓ UNA ENTREGA TOTAL POR PARTE DEL PERSONAL PARA EL DESARROLLO DE LA PROPUESTA PLANTEADA, SIN EMBARGO, SE GENERÓ EL CUMPLIMIENTO DE LAS EXPECTATIVAS AL MOMENTO DEL ABORDAJE DE LOS OBJETIVOS.

#### CARACTERÍSTICAS

<b>PÁGINAS: 80</b>	<b>PLANOS:</b>	<b>ILUSTRACIONES: 21</b>	<b>CD-ROM: 1</b>
--------------------	----------------	--------------------------	------------------



**POSICIONAMIENTO Y RECONOCIMIENTO DE LA EMISORA DIOCESANA  
RADIO CATATUMBO EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER**

**LUIS MIGUEL DÍAZ MANZANO**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER - OCAÑA  
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
OCAÑA  
2016**

**POSICIONAMIENTO Y RECONOCIMIENTO DE LA EMISORA DIOCESANA  
RADIO CATATUMBO EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER**

**LUIS MIGUEL DÍAZ MANZANO**

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

**MARY RAMONA BOHÓRQUEZ CASADIEGO**  
**Directora**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER - OCAÑA**  
**FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**OCAÑA**  
**2016**

## CONTENIDO

	Pág.
<u>INTRODUCCIÓN</u>	14
<u>1. POSICIONAMIENTO Y RECONOCIMIENTO DE LA EMISORA DIOCESANA RADIO CATATUMBO EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER</u>	15
1.1 <u>DESCRIPCIÓN BREVE DE LA EMPRESA</u>	15
1.1.1 Misión	16
1.1.2 Visión	16
1.1.3 Objetivos de la empresa	16
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional.	16
1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto asignado.	19
1.2 <u>DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA ASIGNADA</u>	19
1.2.1 Planteamiento del problema.	20
1.3 <u>OBJETIVOS DE LA PASANTÍA</u>	21
1.3.1 Objetivo general.	21
1.3.2 Objetivos específicos.	21
1.4 <u>DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LA EMPRESA</u>	21
2. <u>ENFOQUES REFERENCIALES</u>	23
2.1 <u>ENFOQUE CONCEPTUAL</u>	23
2.1.1 Radio Diocesana	23
2.1.2 Estrategia comunicativa	23
2.1.3 Posicionamiento y reconocimiento organizacional	24
2.2 <u>ENFOQUE LEGAL</u>	24
3. <u>INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO</u>	26
3.1 <u>PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</u>	26
3.1.1 Diagnóstico situacional que avala la problemática planteada.	26
3.1.2 Diagnóstico	31
3.1.3 Tipo de estrategia organizacional, tecnológica y comunicativa para el posicionamiento y reconocimiento de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo en Ocaña, Norte de Santander.	32
3.1.4 Estrategia organizacional, tecnológica y comunicativa para el posicionamiento y reconocimiento de Emisora Diocesana Radio Catatumbo en Ocaña, Norte de Santander	46
4. <u>DIAGNÓSTICO FINAL</u>	47
5. <u>CONCLUSIONES</u>	48
6. <u>RECOMENDACIONES</u>	49
<u>REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS</u>	50



## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Participación de los empleados en el proceso de recolección de la información.	26
Tabla 2. Origen de las actividades desarrolladas.	27
Tabla 3. Opinión de los encuestados sobre el uso de herramientas Tics.	27
Tabla 4. Opinión sobre el manejo de la búsqueda de información a través de la web.	28
Tabla 5. Conocimiento: estructura organizacional, procesos y procedimientos.	29
Tabla 6. Suministro de información frente a la realización de eventos institucionales.	29
Tabla 7. Población a la que va dirigida la información transmitida.	30
Tabla 8. Público al que se orienta la programación.	31

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Autorización del MINTIC	25
Figura 2. Participación de los empleados en el proceso de recolección de la información.	26
Figura 3. Origen de las actividades desarrolladas.	27
Figura 4. Opinión de los encuestados sobre el uso de herramientas Tics.	28
Figura 5. Opinión sobre el manejo de la búsqueda de información a través de la web.	28
Figura 6. Conocimiento: estructura organizacional, procesos y procedimientos.	29
Figura 7. Suministro de información frente a la realización de eventos institucionales.	30
Figura 8. Población a la que va dirigida la información transmitida.	30
Figura 9. Público al que se orienta la programación.	31
Figura 10. Actualización y renovación de red social (Facebook)	34
Figura 11. Creación de la cuenta oficial Instagram	34
Figura 12. Programa "Enciende una luz"	36
Figura 13. Creación de la aplicación SOUND CLOUD	38
Figura 14. Creación del canal en YouTube	40
Figura 15. Debate de los candidatos a la alcaldía de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.	40
Figura 16. Encuentro inter-regional de seminaristas	41
Figura 17. Elecciones 2015	42
Figura 18. Jornada de oración por todos los difuntos.	43
Figura 19. Contacto con la Banda Católica	44
Figura 20. Jornada de oración por el día de las velitas.	45
Figura 21. Fan-Page.	45

## LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Matriz DOFA	19
Cuadro 2. Descripción de las actividades a desarrollar	21
Cuadro 4. Diagnóstico situacional (DOFA)	33
Cuadro 5. Estrategias de correlación establecida con base en el diagnóstico situacional	46

## LISTA DE FOTOGRAFÍAS

	Pág.
Fotografía 1. 9° Festival del barrilete	35
Fotografía 2. Gran ayudatón	37
Fotografía 3. Capacitación	37
Fotografía 4. Eucaristía "NO AL HALLOWEEN"	39
Fotografía 5. Reunión Diocesana	42
Fotografía 6. Encuentro de "Adoración y Alabanza"	44

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Piezas de comunicación	55
Anexo B. Eventos	58
Anexo C. Encuesta	66
Anexo D. Circular	69
Anexo E. Redes Sociales	71
Anexo F. Otros	77

## RESUMEN

La implementación de una estrategia comunicativa para el posicionamiento y reconocimiento de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo en Ocaña, Norte de Santander, contó con un público interdisciplinar que sólo se limita a hacer su trabajo sin tener una proyección de autoevaluación frente al ejercicio del mismo y más cuando no todos son profesionales en el área comunicacional. Además, no se logró una entrega total por parte del personal para el desarrollo de la propuesta planteada, sin embargo, se generó el cumplimiento de las expectativas al momento del abordaje de los objetivos para el fortalecimiento de las comunicaciones en la institución, pese a los inconvenientes presentados.

Por lo tanto, se ejecutaron actividades como: la realización de productos comunicativos, creación y actualización de redes sociales, capacitación al equipo de trabajo, abordando temas como el liderazgo, organización de eventos sociales, entre otros, que le permitieron a la emisora, modernizarse en ciertos aspectos como el contacto directo con los usuarios.

Además, se realizaron jornadas de oración (día de los difuntos, día de las velitas, etc.), cubrimiento especial de las elecciones 2015, la creación de un canal en YouTube, para el lanzamiento del programa “Aliento de Dios” y entrevistas a asistentes de ciertos eventos, donde la institución hacía presencia.

Finalmente, la metodología aplicada en cada actividad, produjo el éxito en el desarrollo de las comunicaciones internas y externas, llevando a la institución a posicionarse como la más grande y número uno del Nororiente Colombiano.

## INTRODUCCIÓN

La pasantía profesional se ha creado como base fundamental para que el Comunicador Social en formación, empiece a impartir sus conocimientos al interior de su campo de acción, genere vivencias y experiencias laborales dentro de un área organizacional, social o en el ámbito informativo como lo es el periodismo, para que de esta manera, pueda emplear sus habilidades y conocimientos adquiridos durante el transcurso de su pre-grado, cabe aclarar, que ésta es una oportunidad aplicable dentro de cualquier área del conocimiento.

Dentro de cualquier carrera profesional, el proceso de pasantía, se ha convertido en un punto esencial para el desarrollo y madurez del estudiante, puesto que enriquece constantemente su entorno, dándole un toque de interacción en cuanto a las relaciones públicas y humanas que puedan lograrse dentro de una empresa y ámbito laboral.

Generalmente, el Comunicador Social debe mostrarse independiente en su vida profesional, para que al momento de tener un contacto directo con su proceso de pasantía, pueda desarrollar buenas ideas y a su vez fortalecer su creatividad y teniendo en cuenta lo planteado, logre obtener una gran capacidad en la toma de decisiones, lo cual va creando un gran apoyo al momento de estimular el interés para el desarrollo y ejecución de estrategias y demás logros comunicativos.

Finalmente, se muestra la ejecución de actividades que ayudaron al fortalecimiento de las comunicaciones de la empresa.

# **1. POSICIONAMIENTO Y RECONOCIMIENTO DE LA EMISORA DIOCESANA RADIO CATATUMBO EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER**

## **1.1 DESCRIPCIÓN BREVE DE LA EMPRESA**

La Emisora Diocesana Radio Catatumbo, es una institución de la Diócesis de Ocaña, la cual ha venido brindando un servicio útil desde hace más de 40 años para la sociedad, como lo es el de comunicar todo lo que esté a su alcance, convirtiéndose en la emisora líder del Nororiente Colombiano. Cabe resaltar que dicha institución perteneció en sus inicios de creación, a los hermanos Cabrales Romero, quienes tiempo después deciden venderla al entonces Obispo de la época Mons. Ignacio Gómez Aristizabal, el cual le da un sentido único, convirtiéndola en una Emisora Diocesana, sin perder su comercialidad.

Con su reconocido eslogan “Evangelizar es comunicar”, han querido llegar a todo tipo de audiencia, llevando el mensaje de Dios e informando sobre diferentes acontecimientos presentados en la ciudad de Ocaña y sus municipios circunvecinos.

Actualmente tiene sus estudios de grabación e instalaciones, en el 5° piso del edificio Almacentro ubicado por el sector del Dulce Nombre, del centro de la ciudad de Ocaña.

“La Emisora Diocesana Radio Catatumbo inició labores el dos (2) de diciembre de 1973 como un bien patrimonial de la diócesis de Ocaña sin existencia jurídica propia, hasta que el primero (1ro) de abril del año 2003 siendo Gerente Monseñor Elías Atehortúa Concha, se le asignó un Nit propio y comenzó su vida como persona jurídica eclesiástica independiente sin ánimo de lucro, teniendo que en cuenta que la ley 20 de 1974 en su artículo 4 reconoce personería jurídica a las entidades a las que la ley canónica les otorga.

Durante este tiempo, la emisora ha tenido varias personas al frente de su objeto social, siendo el último y actual gerente, el Pbro. Jhon Edinson Balaguera Ballesteros después que asumiera el dieciocho (18) de enero de 2015 como representante legal de la empresa.

Desde el año 2006 bajo la dirección del Pbro. Jesús Dubí Verjel Pérez después que asumiera el primero (1ro) de febrero de ese año como representante legal de la empresa y hasta enero de año 2012, Radio Catatumbo se propuso recuperar la estabilidad económica y la imagen y credibilidad comercial minimizadas un par de años atrás procurando alcanzar la misión y visión establecidas hasta el año 2010, dándose luego a la tarea de formular y poner en marcha una nueva Misión y Visión, bajo el lema “Evangelizar es Comunicar”, fortaleciendo la programación con mayores contenidos y procesos evangelizadores.

En Enero del año 2012, asume como Gerente el Pbro. Said Ruedas Jaimés hasta el 19 de enero de 2015 cuando asume la dirección General de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo el Pbro. Jhon Edinson Balaguera Ballesteros, actual Gerente de este medio de comunicación”.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Emisora Diocesana Radio Catatumbo.

**1.1.1 Misión.** La emisora Diocesana Radio Catatumbo, emite programas de radiodifusión de alta calidad, dirigidos hacia la audiencia Nororiental, nacional y mundial, a través de su página Web, contribuyendo a elevar la dignidad humana por el anuncio del evangelio, para afianzar la cultura y contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los oyentes, sus familias y la sociedad universal

**1.1.2 Visión.** La Emisora Diocesana Radio Catatumbo, se proyecta para el 2020; como la cadena radial regional, de alta credibilidad y calidad, formadora de la cultura del Amor, dedicada al servicio evangelizador, a fortalecer la dimensión sociocultural de la región, impulsando estrategias educativas, a través de un formato de programación popular, que contribuirá significativamente en los valores y principios cristianos, en la construcción de un mundo mejor y más humanizado.

### **1.1.3 Objetivos de la empresa**

**General.** Promover integralmente al Hombre, propiciando el desarrollo espiritual, Social, Económico, Cultural y demás aspectos auténticamente humanos.

**Específicos.** No se encontraron elementos de tabla de contenido. Impulsar el diálogo entre la Iglesia y la sociedad.

Favorecer el intercambio de valores de todos los sectores humanos y aunarlos hacia una evangelización de la cultura (S.D. 279).

Generar y orientar opinión pública hacia un liderazgo comunitario que haga posible el desarrollo y la paz.

Ser medio de comunión y participación al servicio de la Pastoral.

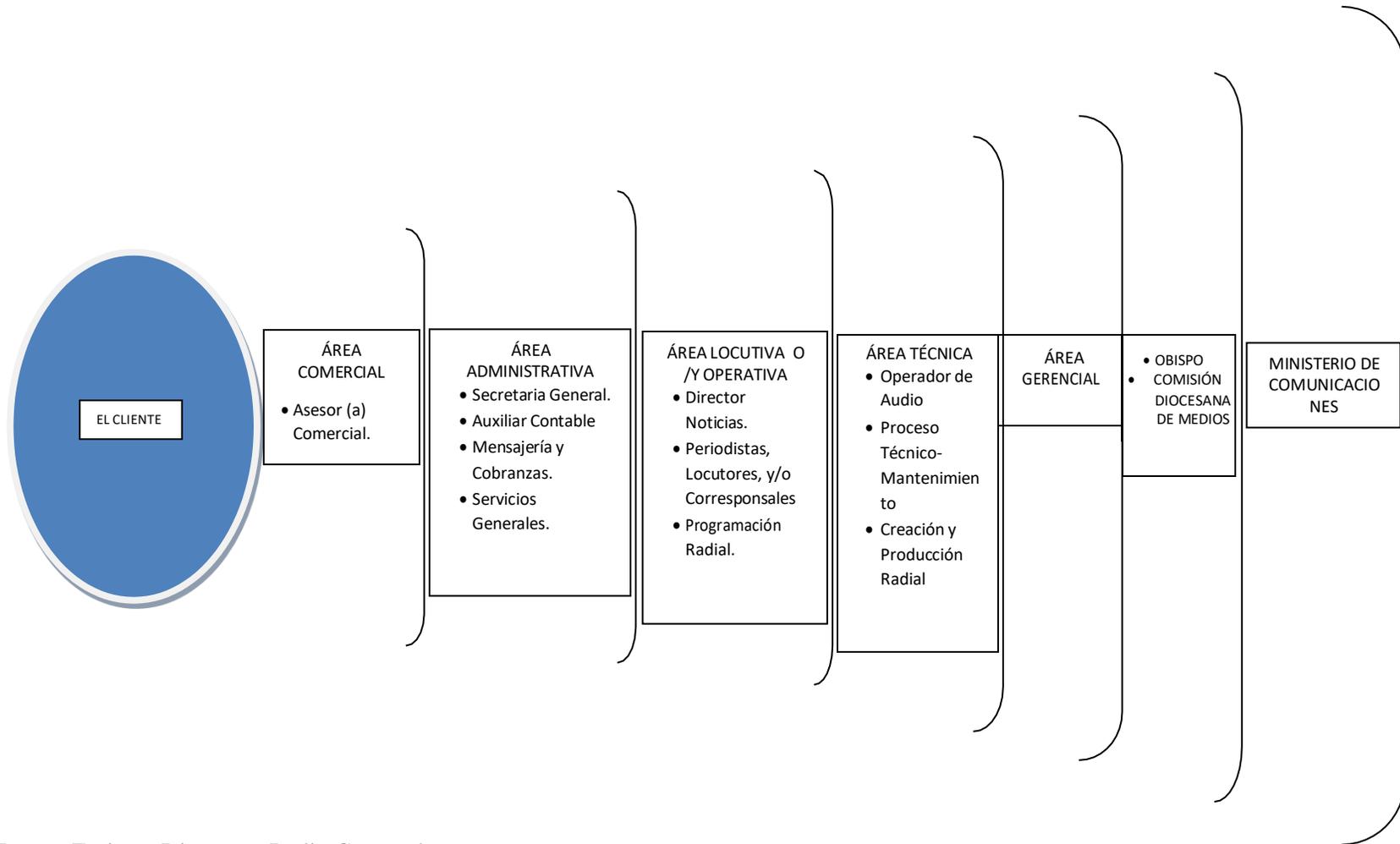
**1.1.4 Descripción de la estructura organizacional.** Hasta el año 2010, se mantuvo oficialmente una estructura organizacional vertical tradicional, que con la renovación de la Misión y Visión y por supuesto con el deseo de seguir mejorando el clima organizacional de la empresa de tal manera que favoreciera cada vez su proyección comercial en el Nororiente Colombiano, se Implementó una estructura organizacional horizontal (plana) que promueve un mayor sentido de pertenencia hacia la empresa de quienes hacen parte de ella en cualquier cargo u oficio, especialmente de la fuerza de ventas.

Aunque oficialmente la estructura organizacional es cambiada en el año 2011, desde que llega el Padre Jesús Dubí Verjel Pérez, se procuró introducir implícitamente en el ambiente laboral el sentido de pertenencia que hizo que los ingresos de la Emisora incrementaran cada vez más.

Es así que, la relación laboral que ahora se vive en la empresa y que favorece cada vez más su imagen, credibilidad y estabilidad comercial se representa en la nueva estructura organizacional donde el Cliente ocupa el primer espacio de importancia, se observa así:

Esta estructura ha permitido que la fuerza de ventas confíe más en sí misma y que el sentido de responsabilidad social y comercial de la empresa sea cada vez mayor.

Gráfica 1. Organigrama



Fuente: Emisora Diocesana Radio Catatumbo.

**1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto asignado.** El proceso de pasantía dentro de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo, se convertirá en un punto esencial para el desarrollo y la madurez de un futuro profesional en el ámbito de comunicaciones, puesto que enriquecerá constantemente su entorno, dándole un toque de interacción en cuanto al buen manejo de las relaciones públicas y humanas que puedan lograrse.

Dentro de este ámbito laboral, se implementará una estrategia comunicativa para el posicionamiento y reconocimiento de la emisora, creando una oficina de comunicaciones asignada por la misma. Además, se dará a conocer a los oyentes y a la sociedad en general la parrilla de programación, a través de su página web y las redes sociales que se actualizarán constantemente, para que de esta manera se enteren de los programas transmitidos y sus respectivos horarios.

Durante el proceso de la pasantía se desarrollarán buenas ideas, y a su vez fortalecerá la creatividad del pasante, logrando obtener una gran capacidad en la toma de decisiones, lo cual va creando un apoyo grande al momento de estimular el interés para el desarrollo y ejecución de estrategias o demás logros comunicativos.

**1.2 DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA ASIGNADA**

Cuadro 1. Matriz DOFA

	<b>DEBILIDADES</b>	<b>FORTALEZAS</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ausencia de liderazgo entre los integrantes del equipo de trabajo.</li> <li>2. El accionar de la emisora en referencia a su programación, se encuentra relegada de las tecnologías de la información y la comunicación.</li> <li>3. Entorpecimiento de la labor de búsqueda de información a través de la web ante la implementación de la misma, con deficiencias en competencias técnicas.</li> <li>4. Desorganización en el desarrollo de eventos ante la carencia de una estructura organizacional y de un manual de procesos y procedimientos.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diferenciación en el ámbito radial, por su antigüedad frente a la competencia.</li> <li>2. Exclusividad de su programación, enfocada en temáticas espirituales.</li> <li>3. Contar con un talento humano altamente capacitado en el ámbito radial, a través de la experiencia.</li> <li>4. Competir con las empresas del medio en la transmisión de la parrilla de programación, a través de su página web.</li> </ol>

Cuadro 1. (Continuación)

AMENAZAS	ESTRATEGIAS DA	ESTRATEGIAS FA
<p>1. Limitación de su accionar frente a la competencia por la exclusividad de su programación hacia el sector campesino.</p> <p>2. Dependencia de la cobertura de su accionar al campo local y la región del Catatumbo.</p> <p>3. Concentración de su programación con exclusividad de su audiencia a públicos posmodernos.</p>	<p>1. D2, A3. Ampliar la cobertura al público en general, adquiriendo conocimiento en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.</p> <p>2. D3, A2. Fortalecer la labor de búsqueda de información a través de la web, ampliando su cobertura, mejorando el nivel técnico.</p>	<p>1. F3, A1. Innovar la programación, acogiendo todo tipo de público, aprovechando la experiencia que poseen los integrantes de la emisora.</p> <p>2. F4, A2. Liderar las tecnologías comunicativas, evitando las limitaciones en cuanto a su cobertura, aprovechando las ventajas competitivas según su programación.</p>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS FO
<p>1. Ubicación estratégica de la empresa, que le permite el fácil acceso a su público meta.</p> <p>2. Religiosidad del adulto mayor, quien muestra preferencia por la Emisora Diocesana.</p>	<p>1. D1, D4, O2. Reordenar el desarrollo de eventos religiosos, mediante la implementación de la estructura organizacional y los manuales de funciones, procesos y procedimientos, fortaleciendo el liderazgo entre los integrantes del equipo de trabajo.</p>	<p>1. F1, O1. Mantener la ubicación estratégica de la empresa, para el fácil acceso a su público meta, utilizando la antigüedad en el ámbito radial.</p> <p>2. F2, O2. Usar su programación basada en temáticas espirituales, aprovechando la audiencia ya ganada.</p>

**Fuente. Pasante del proyecto**

**1.2.1 Planteamiento del problema.** La Emisora Diocesana “Radio Catatumbo” inició sus labores en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, el dos de diciembre de 1973, incluyendo dentro de su accionar programas de interés general, con el objetivo de convertir a sus oyentes en receptores y multiplicadores de los mensajes, contenidos en su parrilla de programación. A lo anterior, debe su buen posicionamiento y reconocimiento dentro de la sociedad ocañera; involucrándola así, en aquellos programas que llenan el alma y el corazón del ser humano, resaltando la razón social que tiene al ser una emisora diocesana.

No obstante, los logros obtenidos desde su creación hasta la actualidad, se detecta la falta de actualización constante de la página web e implementación de redes sociales, así como su posicionamiento exclusivo en la zona del Catatumbo y la ignorancia de la competencia que se genera dentro de los medios radiales, aspectos que impiden la conexión con la sociedad actual.

La situación descrita anteriormente, obedece a: que su accionar se encuentra relegado de las tecnologías de la información y la comunicación; la carencia de una estructura organizacional y de manuales de procesos y procedimientos y la ausencia de liderazgo entre los integrantes del equipo de trabajo. Como consecuencia de lo anterior, se percibe dentro de su desarrollo empresarial: limitación de su accionar frente a la competencia por la exclusividad de su programación hacia el sector campesino; la dependencia de la cobertura al campo local y la región del Catatumbo y la concentración de su programación en la audiencia a públicos posmodernos.

### **1.3 OBJETIVOS DE LA PASANTÍA**

**1.3.1 Objetivo general.** Implementar una estrategia comunicativa para el posicionamiento y reconocimiento de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo en Ocaña, Norte de Santander.

**1.3.2 Objetivos específicos.** Realizar un diagnóstico situacional que avale la problemática planteada.

Determinar el tipo de estrategia organizacional, tecnológica y comunicativa para el posicionamiento y reconocimiento de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo en Ocaña, Norte de Santander.

Diseñar una estrategia organizacional, tecnológica y comunicativa que permita el logro del posicionamiento y reconocimiento de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo en Ocaña, Norte de Santander.

### **1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LA EMPRESA**

Cuadro 2. Descripción de las actividades a desarrollar

<b>Objetivo General</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los Objetivos Específicos</b>
	1. Realizar un diagnóstico situacional que avale la problemática planteada.	1. Presentación del diagnóstico con base en la encuesta aplicada al equipo de trabajo de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo y el análisis de la información.

Cuadro 2. (Continuación)

<p>Implementar una estrategia comunicativa para el posicionamiento y reconocimiento de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo en Ocaña, Norte de Santander.</p>	<p>2. Determinar el tipo de estrategia organizacional, tecnológica y comunicativa para el posicionamiento y reconocimiento de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo en Ocaña, Norte de Santander.</p>	<p>1. Diseño de la matriz DOFA; con base en la información del diagnóstico; estableciendo así: las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas.</p> <p>2. Planteamiento de las estrategias y actividades, para materializar el reconocimiento y posicionamiento de la organización, a través de herramientas comunicacionales.</p>
	<p>3. Diseñar una estrategia organizacional, tecnológica y comunicativa que permita el logro del posicionamiento y reconocimiento de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo en Ocaña, Norte de Santander.</p>	<p>1. Implementación de las estrategias en pro del posicionamiento y reconocimiento de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo en Ocaña, Norte de Santander.</p>

**Fuente. Pasante del proyecto**

## 2. ENFOQUES REFERENCIALES

### 2.1 ENFOQUE CONCEPTUAL

**2.1.1 Radio Diocesana:** “La radio es un medio de comunicación que se caracteriza por su profundo impacto social y por su variedad de lenguaje. Es el medio de lo invisible, ya que el oyente no cuenta con el apoyo visual para comprender el mensaje, por lo que hay que buscar la imagen sonora, la creación de evocaciones en la mente del que escucha”<sup>2</sup>.

Como medio de difusión masivo siempre ha sido considerado de mayor alcance porque llega a todo tipo de público sin distinción alguna, además de no generarles costos a los oyentes como puede suceder con otros medios de comunicación. Así mismo, lleva al receptor a transportarse a diversos escenarios en los que dibuja rostros, sonrisas, tristezas, paisajes, mares e infinidad de representaciones reales que no requieren de ser palpables.

A su vez, existe la radio comunitaria, comercial, institucional y diocesana, teniendo en cuenta que el concepto de ésta última, gira en torno a un territorio cristiano que ejerce jurisdicción eclesiástica a un sacerdote de cargo superior (arzobispo, obispo), por lo tanto en la praxis de un medio comunicacional que sin perder el carácter informativo y la tradición en las secciones, está al servicio del evangelio.

**2.1.2 Estrategia comunicativa:** “Una estrategia comunicativa al centrarse en un principio de interacción, de entendimiento participativo y de diálogo, tiene que utilizar todos los niveles y tipos de comunicación existentes, para hacerla funcionar operativamente. Toda organización que tenga como principio una visión comunitaria, de compartir y construir tiene hecha la parte más difícil, debido a que en estos tiempos no es fácil encontrar directivos con visión integral, humanista y holística”<sup>3</sup>.

Cabe resaltar que una estrategia es un plan para dirigir un asunto a partir de intereses y necesidades, estableciendo el éxito como base, para alcanzar determinados objetivos. Se hace necesario la realización de un diagnóstico base para poder determinar sobre que eje se diseña el plan estratégico y así poder establecer una serie de actividades, mensajes a transmitir, target o público meta, periodicidad y asignación de personal responsable para la ejecución.

No hay que olvidar que trae consigo un proceso comunicacional que requiere de realimentación en la interpretación de determinados mensajes, ésta tiene un principio de organización por la trasmisión de información y la coordinación de un trabajo que articula varios agentes, por lo tanto, se trata de pensar desde la integralidad para articular todos los factores identificados en un primer diagnóstico.

---

<sup>2</sup> Disponible en: <[http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso4/t1/teoria\\_1.htm](http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso4/t1/teoria_1.htm)>

<sup>3</sup> Disponible en: <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/supes/estrategia.htm>>

**2.1.3 Posicionamiento y reconocimiento organizacional:** “El posicionamiento en el mercado de un producto o servicio es la manera en la que los consumidores definen un producto a partir de sus atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación de los productos de la competencia”<sup>4</sup>.

Es básicamente un concepto relacionado con la forma en que se quiere llegar a un público específico trabajando con la mente del consumidor para posteriormente llegar a un reconocimiento que implica ganar adhesión, confianza, recordación, fidelización y reconocimiento constante de la labor realizada.

## **2.2 ENFOQUE LEGAL**

Si se habla de medios de comunicación es fundamental reconocer el Artículo 20 de la Constitución Política de Colombia, que 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”<sup>5</sup>.

Sin embargo, existen una serie de reglamentaciones desde el mismo Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC) que rigen la praxis de las Emisoras del País, pero en este caso y siguiendo con lo establecido en el protocolo de pasantías, sólo se hará referencia a la normatividad legal, estatutos, reglamentos, entre otros, que regula la actividad donde está inmersa la pasantía.

Por lo tanto, sólo se señala a través de la imagen a continuación expuesta, que el suscrito Canciller de la Diócesis de Ocaña, Monseñor, Milciades Bayona, certifica que el MINTIC, autoriza a la Emisora para la prestación del servicio de radio difusión sonora, que goza de personería jurídica canónica y a su vez actúa como entidad sin ánimo de lucro.

---

<sup>4</sup> Disponible también en versión HTML en: < <http://www.gerencie.com/posicionamiento-en-el-mercado.html>>

<sup>5</sup> COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. constitución política de Colombia. Bogotá, 1991.

Figura 1. Autorización del MINTIC



**GOBIERNO ECLESIASTICO  
DIÓCESIS DE OCAÑA**

Ref. C. 011/2015

**EL SUSCRITO CANCELLER DE LA DIOCESIS DE OCAÑA**

**CERTIFICA:**

Que existe en la Diócesis de Ocaña, y la Emisora Diocesana Radio Catatumbo, autorizada por el Ministerio de Comunicaciones mediante Resolución número 0421 del 18 de febrero de 1974, para la prestación del servicio de radio difusión sonora amplitud modulada con el código de expediente 51684 y con el NIT: 807.007.906-7

Que la Emisora Diocesana Radio Catatumbo de la Diócesis de Ocaña, goza de la Personería Jurídica Canónica que el Código de Derecho Canónico le otorga de conformidad con el canon 373 ("Corresponde tan sólo a la suprema autoridad el erigir Iglesias **particulares**; las cuales, una vez que han sido legítimamente erigida, gozan ipso jure de personalidad jurídica") que es reconocida por el Estado Colombiano en virtud de la Ley 20 de 1974.

Que la EMISORA DIOCESANA RADIO CATATUMBO, de la Diócesis de Ocaña, es una entidad sin ánimo de lucro, que en atención a su fin de culto y de servicio, está **exenta del régimen impositivo que afecta a las personas jurídicas en Colombia, es así que está exenta del impuesto de Industria y Comercio, por la Ley 20 de 1974.**

Dado en Ocaña, en la oficina de la Cancillería a 27 de enero del 2015.



*Milciades Bayoja Jaime*  
**MILCIADES BAYOJA JAIME**  
Canciller.

Dirección Carrera 13 No. 9 - 13 Piso 4 Teléfonos (7) 5 62 21 40 - (7) 5 62 32 90  
Fax (7) 5 69 14 58 E-mail [diocesis.ocana@gmail.com](mailto:diocesis.ocana@gmail.com)

Fuente: Emisora Diocesana Radio Catatumbo

### 3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO

#### 3.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

##### 3.1.1 Diagnóstico situacional que avala la problemática planteada.

##### **Actividad 1. Presentación del diagnóstico con base en la encuesta aplicada al equipo de trabajo de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo y análisis de la información.**

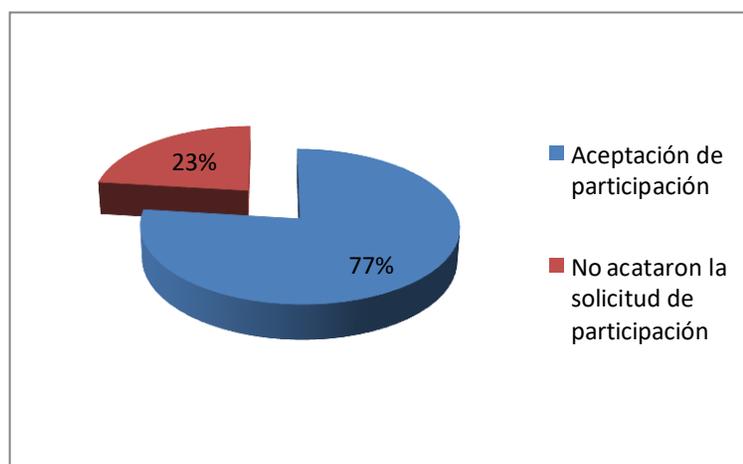
La encuesta fue diseñada para trece (13) integrantes de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo de la Ciudad de Ocaña, Norte de Santander, con el fin de diseñar una estrategia comunicativa, teniendo en cuenta la recolección de información sobre aspectos administrativos y comunicacionales. Cabe resaltar que de la población objeto de estudio (3) de los integrantes no acataron la solicitud de participación, mostrándose renuentes a responder el formato y por tanto no aparecerán en el resto de tablas.

Tabla 1. Participación de los empleados en el proceso de recolección de la información.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Aceptación de participación	10	77%
No acataron la solicitud de participación	3	23%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a 10 integrantes de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo.

Figura 2. Participación de los empleados en el proceso de recolección de la información.



Fuente: Encuesta aplicada a 10 integrantes de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo.

De los 13 integrantes vinculados a la Emisora Diocesana Radio Catatumbo y que se constituyen unos en empleados directos y otros anexos por múltiples actividades entre las que figuran: ventas de publicidad, participación en programas que no son propiedad de la institución. 10 participaron en el evento de recolección de información, dando respuesta a

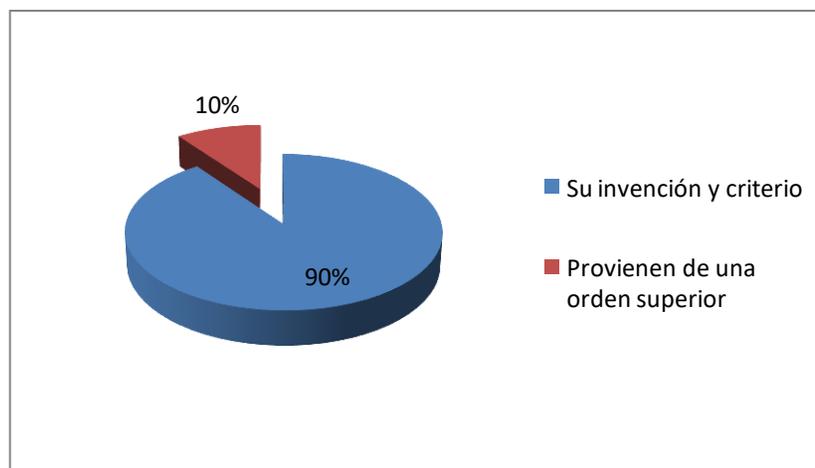
las preguntas insertadas en el formato elaborado para tal fin y 3 de ellos fueron renuentes a participar en el mismo proceso.

Tabla 2. Origen de las actividades desarrolladas.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Su invención y criterio	9	90%
Proviene de una orden superior	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a 10 integrantes de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo.

Figura 3. Origen de las actividades desarrolladas.



Fuente: Encuesta aplicada a 10 integrantes de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo.

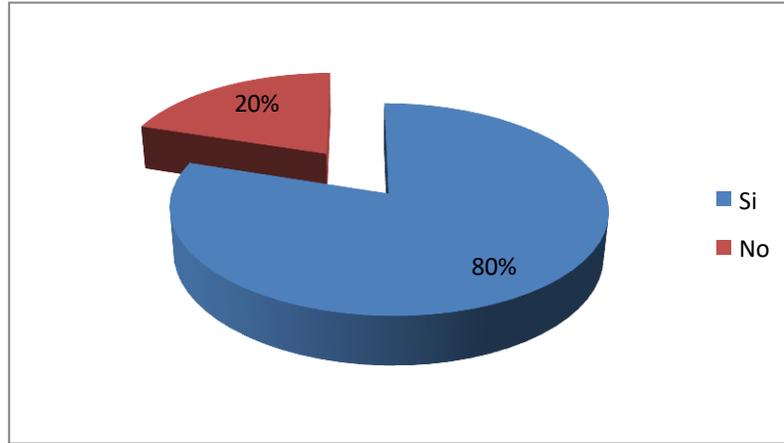
Se puede analizar que un 90% (9 integrantes) realizan las actividades por su invención y criterio, puesto que generan propuestas por si solos. Un 10% (1 integrante) desarrolla las actividades provenientes de una orden superior, porque tiene un jefe inmediato.

Tabla 3. Opinión de los encuestados sobre el uso de herramientas Tics.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	8	80%
No	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a 10 integrantes de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo

Figura 4. Opinión de los encuestados sobre el uso de herramientas Tics.



Fuente: Encuesta aplicada a 10 integrantes de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo.

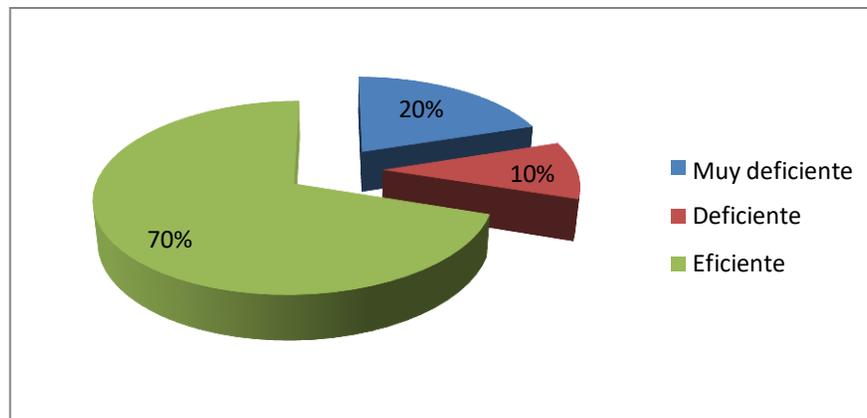
Se logra comprender que un 80% (8 integrantes) consideran que tienen conocimiento respecto al uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Por otra parte, un 20% (2 integrantes) manifiestan que se no saben o se les dificulta el uso de herramientas comunicativas.

Tabla 4. Opinión sobre el manejo de la búsqueda de información a través de la web.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Muy deficiente	2	20%
Deficiente	1	10%
Eficiente	7	70%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a 10 integrantes de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo.

Figura 5. Opinión sobre el manejo de la búsqueda de información a través de la web.



Fuente: Encuesta aplicada a 10 integrantes de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo.

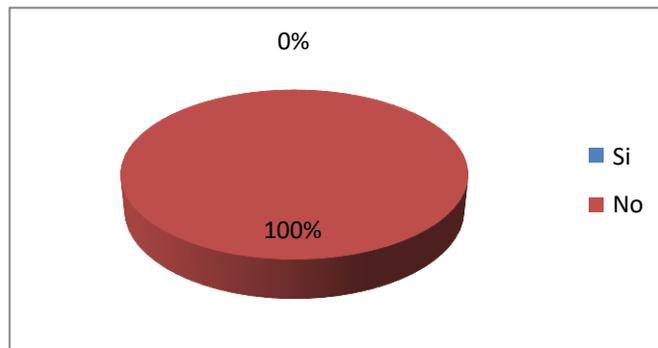
Según la representación gráfica, un 70% (7 integrantes) señalan que su manejo en el web es eficiente, es decir, se sienten capaces de indagar en la misma. Sin embargo, un 10% (1 integrante) considera que es muy deficiente el uso de la web, pues no han sido preparados para hacer cualquier tipo de investigación.

Tabla 5. Conocimiento: estructura organizacional, procesos y procedimientos.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	0	0%
No	10	100%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a 10 integrantes de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo.

Figura 6. Conocimiento: estructura organizacional, procesos y procedimientos.



Fuente: Encuesta aplicada a 10 integrantes de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo.

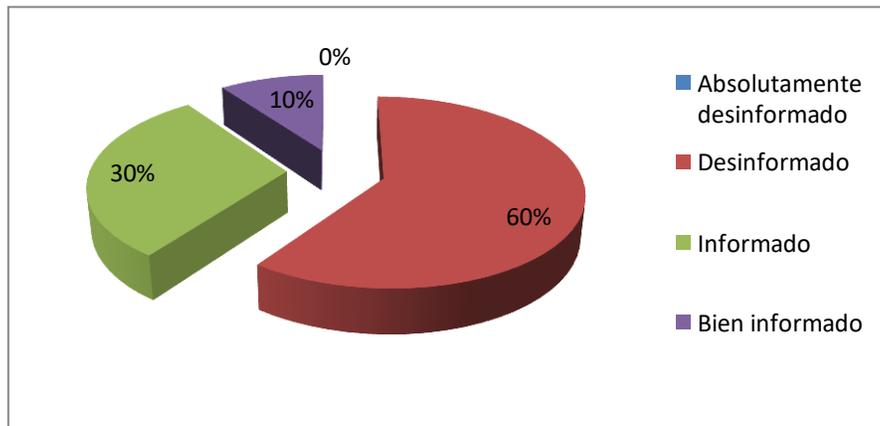
Se puede determinar que un 100% (10 integrantes) no poseen información sobre la estructura organizacional, procesos y procedimientos manejados en la empresa, lo que genera preocupación, debido a que son factores importantes al momento de la toma de decisiones.

Tabla 6. Suministro de información frente a la realización de eventos institucionales.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Absolutamente desinformado	0	0%
Desinformado	6	60%
Informado	3	30%
Bien informado	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a 10 integrantes de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo.

Figura 7. Suministro de información frente a la realización de eventos institucionales.



Fuente: Encuesta aplicada a 10 integrantes de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo.

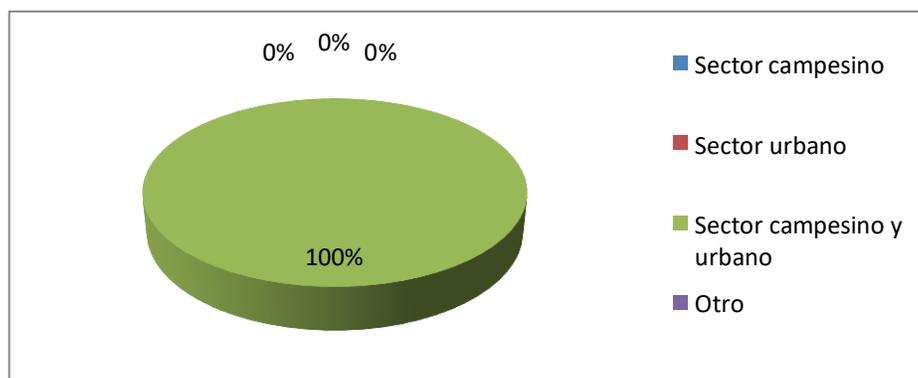
Según lo analizado un 60% (6 integrantes) se sienten desinformados en el desarrollo de los eventos que organiza la institución, porque no se les suministra la información a tiempo. Entre tanto, un 10% (1 integrante) considera que vive bien informado de todo lo que acontece en la institución.

Tabla 7. Población a la que va dirigida la información transmitida.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Sector campesino	0	0%
Sector urbano	0	0%
Sector campesino y urbano	10	100%
Otro	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a 10 integrantes de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo.

Figura 8. Población a la que va dirigida la información transmitida.



Fuente: Encuesta aplicada a 10 integrantes de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo.

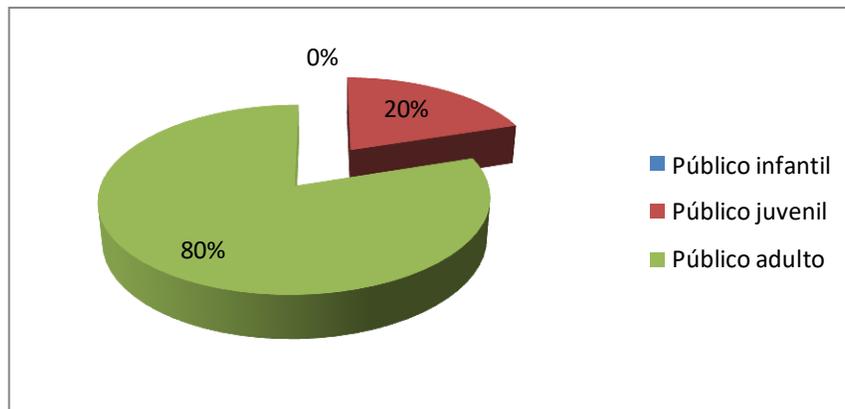
Se evidencia que un 100% (10 integrantes) aseguran que la programación transmitida está dirigida al sector campesino y urbano.

Tabla 8. Público al que se orienta la programación.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Público infantil	0	0%
Público juvenil	2	20%
Público adulto	8	80%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a 10 integrantes de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo.

Figura 9. Público al que se orienta la programación.



Fuente: Encuesta aplicada a 10 integrantes de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo.

Se puede determinar que un 80% (8 integrantes) creen que la programación orientada es a público adulto, debido al contenido de los programas emitidos. Por otra parte, el 20% (2 integrantes), consideran que va dirigida al público juvenil.

**3.1.2 Diagnóstico.** De los 13 integrantes vinculados a la Emisora Diocesana Radio Catatumbo y que se constituyen unos en empleados directos y otros anexos por múltiples actividades entre las que figuran: ventas de publicidad, participación en programas que no son propiedad de la institución. 10 participaron en el evento de recolección de información, dando respuesta a las preguntas insertadas en el formato elaborado para tal fin y 3 de ellos fueron renuentes a participar en el mismo proceso.

Se puede analizar que 9 personas realizan las actividades de su invención y criterio, puesto que generan propuestas por si solos. Un integrante, desarrolla las actividades provenientes de una orden superior, porque tiene un jefe inmediato.

Así mismo, se logra comprender que 8 miembros del equipo de trabajo consideran que tienen conocimiento respecto al uso de las tecnologías de la información y la comunicación.

Por otra parte, 2 trabajadores manifiestan que se no saben o se les dificulta el uso de herramientas comunicativas.

Se pudo determinar igualmente que a 10 de los empleados no poseen información sobre la estructura organizacional, procesos y procedimientos manejados en la empresa, lo que genera preocupación, debido a que son factores importantes al momento de la toma de decisiones y que por tanto deben ser informados a través de una capacitación.

Según lo analizado 6 integrantes se sienten desinformados en el desarrollo de los eventos que organiza la institución, porque no se les suministra la información a tiempo.

Desde otro ángulo del análisis se nota que 1 integrante, considera que vive bien informado de todo lo que acontece en la institución.

De otro lado, se evidencia que 10 trabajadores, aseguran que la programación transmitida está dirigida al sector campesino y urbano.

Se pudo de igual manera, determinar que 8 empleados creen que la programación manejada, se orienta al público adulto, debido al contenido de los programas emitidos. Por otra parte, 2 personas, consideran que va dirigida al público juvenil. Esto permite deducir que la programación es altamente variada.

Los resultados de la información, permiten proyectar el fomento de actividades que les permita capacitarse en todo lo que respecta al área administrativa y comunicativa de la institución y que es necesario trabajar con los integrantes de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo de Ocaña, Norte de Santander.

Debido al grado de desconocimiento existente respecto al deficiente uso de la web por parte de ciertos miembros del equipo de trabajo y la falta de comunicación a nivel interno, es necesario crear conciencia sobre la importancia del manejo de las Tics, puesto que fortalece el desarrollo personal e institucional y además, se visualiza la implementación de un método de información, para que todos se enteren de los acontecimientos a ejecutar por la empresa; dando así un cambio rotundo a las políticas ya manejadas dentro y fuera de la misma.

### **3.1.3 Tipo de estrategia organizacional, tecnológica y comunicativa para el posicionamiento y reconocimiento de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo en Ocaña, Norte de Santander.**

**Actividad 1. Diseño de la matriz DOFA;** con base en la información del diagnóstico; estableciendo así: las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas.

## Matriz DOFA

Cuadro 3. Diagnóstico situacional (DOFA)

<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Deficiente autoridad gerencial.</li><li>2. Desconocimiento de la estructura organizacional, procesos y procedimientos.</li><li>3. Comunicación interpersonal poco productiva.</li><li>4. Orientación de la programación a un sólo tipo de público.</li></ol>	<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Existencia de personal con habilidades propias.</li><li>2. Gran parte del personal está capacitado para el manejo de las Tics.</li><li>3. Alto contenido en programas de musicalización.</li><li>4. Fidelidad al público adulto.</li></ol>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Desarrollo de actividades que incluyen el uso de herramientas tecnológicas.</li><li>2. Participación del sector campesino en programación transmitida.</li><li>3. Alta participación del público adulto.</li></ol>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Imagen negativa ante las demás entidades en el campo de la organización.</li><li>2. Favorecimiento de agentes externos por errores internos.</li><li>3. Deterioro de imagen de la empresa por desconocimiento de información.</li><li>4. Competencia por radio difusión sonora.</li></ol>

**Fuente. Pasante del proyecto**

**Actividad 2. Estrategias y actividades, para materializar el reconocimiento y posicionamiento de la organización, a través de herramientas comunicacionales.** La Emisora Diocesana Radio Catatumbo de la Ciudad de Ocaña, Norte de Santander estuvo trabajando constantemente a la vanguardia de las tecnologías y su reconocimiento y posicionamiento en el mercado. Para eso, se llevaron a cabo estrategias y actividades comunicativas que permitieron mantener informada a toda la sociedad de eventos y demás aspectos en los que la organización hiciese presencia.

Por lo tanto, se realizaron las siguientes actividades:

**Actualización y renovación de red social (Facebook).** Al dar inicio al proceso de pasantía el pasado 10 de Agosto de 2015, se ejecutó la renovación y actualización de la red social facebook, la cual se encontraba en un estado de abandono. Este medio fue utilizado como fuente de información a sus contactos, sobre temas de interés general, como lo fueron: eventos, noticias, frases de evangelización, entrevistas, programas, entre otros.

Tras varios meses de arduo trabajo, se logró cada día obtener mas acogida por parte de los usuarios, pues constantemente se recibían solicitudes de amistad, que mostraban que el trabajo realizado estaba gustando, y que ademas, la emisora estaba logrando posicionarse no solo en el Nororiente Colombiano, sino tambien en varios rincones del mundo. (Ver anexo E1)

Figura 10. Actualización y renovación de red social (Facebook)



Fuente. Pasante del proyecto

**Creación de la cuenta oficial en Instagram.** Queriendo estar a la vanguardia de las tecnologías, se da inicio a la creación de la red social Instagram, con el fin de ser más facilitadores en la distribución de la información. (Ver Anexo E2)

Figura 11. Creación de la cuenta oficial Instagram



Fuente. Pasante del proyecto

**Evento: 9° festival del barrilete.** Anualmente, la Emisora Diocesana Radio Catatumbo organiza a nivel local el festival del barrilete, el cual fue realizado el día 17 de Agosto de 2015 en la antigua pista “La Transparencia” sector el Hatillo, con el fin de pasar un momento agradable con aquellas familias y amigos que se acercan a participar de este prestigioso evento.

Además del cubrimiento especial que se realizó el mismo día a través de las redes sociales y la amplia trasmisión por la emisora, también se creó días antes un afiche publicitario y un spot radial, informando e invitando a dicho festival. (Ver anexos A1, B1)

Fotografía 1. 9° Festival del barrilete



**Fuente. Pasante del proyecto**

**Programa “Enciende una luz”.** Dentro del contexto de este programa, se logra evangelizar los corazones de los oyentes por medio de canciones, oraciones y llamadas en las que todos son partícipes clamando por sus necesidades al buen Dios. Pues es de esta manera, donde de lunes a viernes de 8:50 a.m. a 9:10 a.m. se trasmite una interesante familiaridad con quienes llaman o envían sus oraciones a través de las redes sociales. (Ver anexo F4)

Figura 12. Programa "Enciende una luz"



**Fuente. Pasante del proyecto**

**Circular.** Fue un medio de comunicación utilizado internamente para citar a reuniones como: evaluación del mes de agosto y celebración de cumpleaños. Cabe resaltar que fue la única circular presentada durante el proceso de pasantía, pues debido a la apatía de una integrante de la institución que desde un tiempo se ha encargado de informar por mensajes de texto y de forma verbal, hubo limitación, pues para ella este medio era de poca importancia, logrando así, convencer a la autoridad superior de su pensar. (Ver anexo D)

**Evento: GRAN AYUDATÓN "Ocaña unida por los deportados".** La GRAN AYUDATÓN "Ocaña unida por los deportados", fue un evento organizado por la Emisora Diocesana Radio Catatumbo y el comité por la dignidad de Ocaña, con el fin de recolectar ayudas para los colombianos deportados de Venezuela, donde se invitó a través de las redes sociales y por medio de una cuña radial a hacer donaciones de alimentos no perecederos y/o aporte económico. Éste fue realizado el día viernes 04 de Septiembre de 2015 a partir de las 7:00 a.m. hasta las 7:00 p.m. donde se realizó una amplia trasmisión desde la Plaza 29 de Mayo de la Ciudad de Ocaña, Norte de Santander. (Ver anexos A2, B2)

Fotografía 2. Gran ayudatón



Fuente. Pasante del proyecto

**Capacitación al equipo de trabajo “Liderazgo y desempeño organizacional”.** Se realizó una capacitación al equipo de trabajo con el fin de fomentar la cultura del conocimiento sobre el liderazgo y la estructura organizacional de la empresa. (Ver anexo F2)

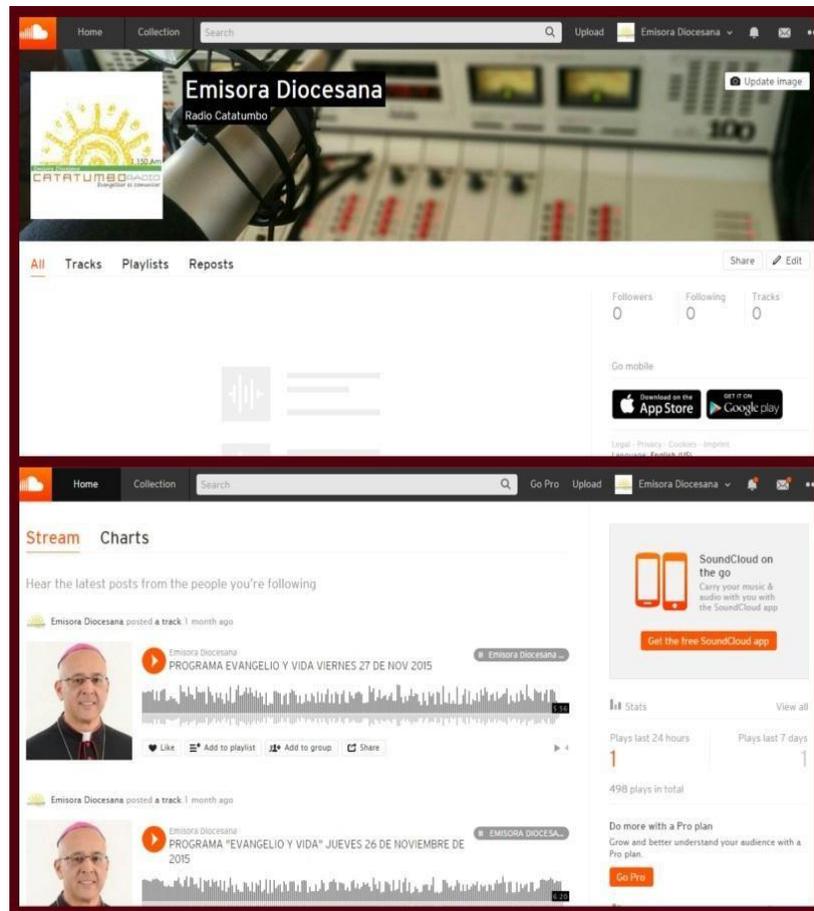
Fotografía 3. Capacitación



Fuente. Pasante del proyecto

**Creación de la aplicación SOUNDCLOUD.** SOUNDCLOUD es una aplicación virtual, en el que se creó un perfil para dar a conocer audios informativos y mensajes de evangelización como: el programa “EVANGELIO Y VIDA” en la voz del Obispo de la Diócesis de Ocaña, Mons. Gabriel Ángel Villa Vahos, con la idea de mantener la emisora al desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación. (Ver anexo E5)

Figura 13. Creación de la aplicación SOUNDCLOUD



**Fuente. Pasante del proyecto**

**Campaña mediática del “NO AL HALLOWEEN”.** La propuesta de esta campaña del “NO AL HALLOWEEN” se empezó a desarrollar a través de las redes sociales y un spot radial un mes antes de la fecha programada, con el fin de resaltar la razón social de la emisora utilizando como lema: “Ser católico me exige ser coherente”, y fue de esta manera como se planteó la invitación a celebrar una Santa Eucaristía en familia el pasado 31 de Octubre de 2015, en símbolo de adoración al buen Dios, sellando y apartando todo lo respectivo a estas fiestas paganas. (Ver anexo A3)

Fotografía 4. Eucaristía "NO AL HALLOWEEN"

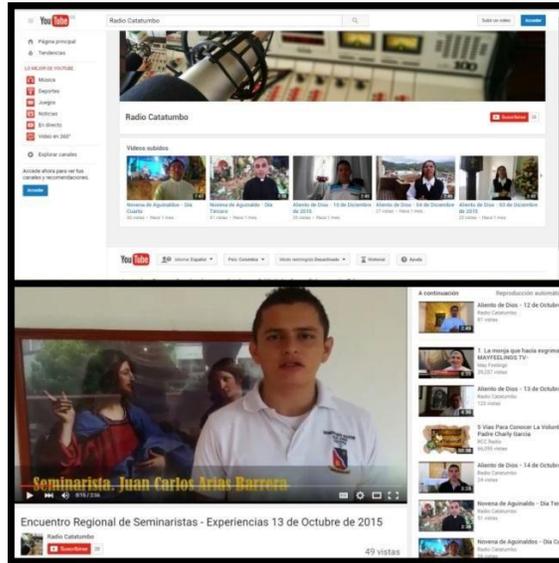


**Fuente. Pasante del proyecto**

**Creación del canal en YouTube.** Con el planteamiento de nuevas propuestas para el posicionamiento y reconocimiento de la Emisora, se realizó la creación del canal en YouTube, donde se busca implantar nuevos programas que lleven a un contacto directo con la audiencia.

Con iniciativa propia se creó un programa llamado "ALIENTO DE DIOS", el cual consiste en que un sacerdote o religiosa hace una reflexión del evangelio de cada día, con el fin de suplir el lema de la institución "Evangelizar es comunicar". Por otra parte, este medio es utilizado para la publicación del cubrimiento de eventos como: presentación de entrevistas y otras actividades organizadas por la institución y la Diócesis de Ocaña. (Ver anexo E3)

Figura 14. Creación del canal en YouTube



Fuente. Pasante del proyecto

**Evento: Trasmisión del debate de los candidatos a la Alcaldía de la Ciudad de Ocaña, Norte de Santander.** Con el fin de que toda la comunidad ocañera conociera las propuestas de los candidatos a la Alcaldía, el día 30 de septiembre de 2015 se aceptó la invitación por parte de la Universidad Francisco de Paula Santander seccional Ocaña, a realizar un cubrimiento especial del evento, a través de las redes sociales y este medio radial. (Ver anexo B3)

Figura 15. Debate de los candidatos a la alcaldía de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.



Fuente. Pasante del proyecto

**Evento: Encuentro inter-regional de seminaristas.** Todos los años en nombre de la Diócesis de Ocaña, se realiza el encuentro inter-regional de seminaristas que vienen de distintas partes del país como: Pamplona, Girón, El Socorro, Cúcuta, entre otras, con el fin de ser capacitados y generar una integración enriquecedora.

Por tal motivo, la Emisora Diocesana quiso cubrir parte de este evento por medio de las redes sociales (Instagram, Facebook y YouTube) dando a conocer a toda la comunidad ocañera lo sucedido el 12 de Octubre de 2015 en las instalaciones del Seminario Mayor “El Buen Pastor” de la Ciudad de Ocaña, Norte de Santander. (Ver anexo B4)

Figura 16. Encuentro inter-regional de seminaristas



**Fuente. Pasante del proyecto**

**Evento: Reunión Diocesana.** El pasado 14 de Octubre de 2015 se reunieron todos los sacerdotes pertenecientes a la Diócesis de Ocaña, Norte de Santander, en el Seminario Mayor “El Buen Pastor”, en donde se tocaron varios puntos, entre esos, los cambios que se han venido generando en la Emisora. Por ende, fue necesario dar una pequeña explicación de cómo funcionan las redes sociales y cómo es el acceso a cada una de ellas. (Ver anexo B5)

Fotografía 5. Reunión Diocesana



Fuente. Pasante del proyecto

**Trasmisión de las ELECCIONES 2015.** El pasado 25 de Octubre de 2015, la Emisora Diocesana logró transmitir desde las 7:55 a.m. hasta las 8:55 p.m., la jornada electoral de gobernaciones, alcaldías, asambleas y concejos de Colombia. Todo con el fin de informar a la comunidad ocañera y su Provincia lo sucedido durante las elecciones, contando con el apoyo de algunos corresponsales en distintos Municipios del Norte de Santander y el Sur del Cesar. (Ver anexo F1)

Figura 17. Elecciones 2015



Fuente. Pasante del proyecto

**Trasmisión de la jornada de oración por todos los difuntos.** Todos los años la Emisora Diocesana, celebra el 2 de noviembre el día de los santos por medio de una jornada de oración que es transmitida desde las 8:00 a.m. hasta las 6:20 p.m. recordando a todos los fieles difuntos. Por lo tanto, se utilizan las redes sociales y llamadas al aire para que todos los oyentes puedan elevar sus peticiones al Buen Dios por el alma y eterno descanso de sus seres queridos. De igual manera, se logra dar una voz de aliento, paz y tranquilidad por medio de oraciones y consejos, para aquellos que pasan o han pasado por el duelo de la ausencia de alguien especial. (Ver anexo F3)

Figura 18. Jornada de oración por todos los difuntos.



**Fuente. Pasante del proyecto**

**Contacto con la Banda Católica Palo Santo.** El 11 de Noviembre de 2015, se logró tener un contacto directo con el Manager y vocalista de la Banda Católica Colombiana “Palo Santo”, quienes amenizarían el Encuentro de “Adoración y Alabanza” el domingo 15 de noviembre de 2015, para que facilitaran un video saludando e invitando a toda la Provincia de Ocaña a dicho evento, con el fin de darle seguridad a los usuarios de la realización del mismo a través de las redes sociales.

Figura 19. Contacto con la Banda Católica



Fuente. Pasante del proyecto

**Evento: Encuentro de “Adoración y Alabanza”.** El pasado 15 de Noviembre de 2015, fue la realización del encuentro de “Adoración y Alabanza” ante Jesús Eucaristía, en el coliseo cubierto Argelino Durán Quintero, que se dio desde las 2:00 p.m. hasta las 7:00 p.m. organizado por la Emisora Diocesana Radio Catatumbo, contando con la participación de más de quinientas personas y el acompañamiento musical de la agrupación Católica Ocañera “La gente del ministerio” además de la Banda invitada reconocida a nivel internacional “Palo Santo”.

Finalmente, el encuentro culminó con la Santa Eucaristía presidida por el Gerente. Pbro. Jhon Edinson Balaguera Ballesteros y el Pbro. Jose Luis Pérez Pacheco. Todo este evento, fue transmitido por la emisora e informado a través de las redes sociales. (Ver anexo B6)

Fotografía 6. Encuentro de "Adoración y Alabanza"



Fuente. Pasante del proyecto

**Jornada de oración por el día de las velitas.** Realización de un video para ser difundido a través de las redes sociales, a cargo del Comunicador Social de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo, Luis Miguel Díaz Manzano, invitando a toda la familia diocesana a la eucaristía y jornada de oración el día 7 de Diciembre de 2015 en conmemoración de la Inmaculada Concepción de la Virgen María (día de las velitas). (Ver anexo F3)

Figura 20. Jornada de oración por el día de las velitas.



Fuente. Pasante del proyecto del proyecto del proyecto

**Creación del Fan – Page.** Debido a la gran acogida en la red social Facebook y a la limitación de contactos que permite tener cinco mil (5.000), se creó un Fan – Page, para lograr un alcance ilimitado de seguidores en las redes y seguir publicando todo lo relacionado con la institución. (Ver anexo E4)

Figura 21. Fan-Page.



Fuente. Pasante del proyecto del proyecto del proyecto

**3.1.4 Estrategia organizacional, tecnológica y comunicativa para el posicionamiento y reconocimiento de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo en Ocaña, Norte de Santander.**

**Actividad 1. Implementación de las estrategias en pro del posicionamiento y reconocimiento de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo en Ocaña, Norte de Santander.**

Cuadro 4. Estrategias de la correlación establecida con base en el diagnóstico situacional

<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <p>1. D1, D2, A1, A2. Regular los errores internos que puedan favorecer a la competencia, a través del fortalecimiento de las políticas de cumplimiento de las funciones, el conocimiento de la estructura organizacional y los procesos y procedimientos por parte del personal.</p> <p>2. D3, A3. Lograr ser un medio de comunicación que mantenga informado al equipo de trabajo, sobre los eventos organizados a nivel interno y externo.</p> <p>3. D4, A4. Innovar la metodología de los programas transmitidos, con el fin de atrapar a todo tipo de público.</p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <p>1. F1, A2, A3. Proyectar la disminución de los errores internos, que puedan favorecer a agentes externos; comprometiendo las habilidades natas del equipo de trabajo.</p> <p>2. F3, F4, A4. Generar una fiel audiencia que supere la de la competencia existente.</p> <p>3. Cautivar el segmento del público adulto, mediante la emisión de programas que llamen su atención.</p>
<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <p>1. O2, O3, D4. Mantener el público adulto con la programación transmitida y cautivar al sector campesino y urbano.</p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <p>1. F2, O1. Aprovechar el personal capacitado en las Tics, para implementar actividades que incluyan el uso de las mismas.</p> <p>2. F3, O2. Generación de atracción en el sector campesino y urbano, a través de los programas musicales y los géneros que se transmiten y se manejan,</p> <p>3. F4, O3. Fidelizar al público adulto por medio de la parrilla de programación, logrando una excelente acogida por parte de los mismos, ganando así, públicos de calidad.</p>

**Fuente. Pasante del proyecto del proyecto del proyecto**

#### **4. DIAGNÓSTICO FINAL**

El plan de trabajo desarrollado dentro de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo de Ocaña, Norte de Santander, generó un impacto positivo, puesto que la mayor parte de las propuestas realizadas fueron de agrado para quienes hacen parte de esta institución, pero paradójicamente en el proceso se presentaron algunas dificultades en la ejecución de dichas actividades, pues parte del equipo de trabajo no estuvo en la total disposición para ser partícipes del asunto. Por otra parte, se notó que para los usuarios hubo un buen nivel satisfacción, pues diariamente estaban atentos a las transmisiones y demás acontecimientos informados a través de la radio y las redes sociales.

Cabe resaltar que no se contaba con una dependencia de comunicaciones consolidada, lo que hizo que se convirtiera en un gran reto personal y una necesidad institucional, pues diariamente causaba un beneficio interno y externo logrando un reconocimiento y posicionamiento por los nuevos métodos de innovación aplicados.

Por otra parte, el realizar una capacitación sobre el liderazgo y la estructura organizacional, ayudó a todos los integrantes a tener una nueva perspectiva de la empresa, conociendo a profundidad la conformación de la misma.

Finalmente, la creación de redes sociales dio un giro rotundo para el fortalecimiento de la emisora no solo a nivel local, sino nacional e internacional, pues en varias ocasiones se recibieron mensajes de felicitación de diferentes partes del mundo, debido al progreso que se estaba mostrando.

## **5. CONCLUSIONES**

Esta propuesta de pasantía en la Emisora, actuó como fuente principal de información a nivel interna y externa, pues con la creación de la misma se fortaleció el posicionamiento y reconocimiento que se le ha dado a dicha institución.

El planteamiento de nuevas propuestas a través de las redes sociales, logró en los usuarios constancia, pues día a día la acogida que se obtuvo por parte de ellos en cada publicación, crecía; lo cual hizo que se convirtiera para la emisora en una gran satisfacción y motivación para seguir a la vanguardia de las tecnologías de la información y la comunicación.

La información suministrada en la capacitación realizada al equipo de trabajo de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo de Ocaña, Norte de Santander fortaleció el conocimiento de la estructura organizacional y las habilidades del liderazgo al momento de querer desempeñar cada una de las funciones.

En la ejecución de dichas actividades se presentaron algunas dificultades, pues parte del equipo de trabajo, no estaba en la total disposición para desarrollarlas, sin importarles que fuera un beneficio para la organización.

## **6. RECOMENDACIONES**

Es necesaria la permanencia de la oficina de comunicaciones en la Emisora para facilitar el acceso a la información de actividades a desarrollar tanto a nivel interno como externo y así, seguir fortaleciendo su posicionamiento y reconocimiento dentro del mercado de los medios radiales en la Ciudad.

Es de total importancia que las redes sociales de la emisora, sigan facilitando la comunicación para con los usuarios, pues cabe resaltar que no todos escuchan radio, y es así, donde este medio informativo, les permitirá estar actualizados de lo que acontece, fortaleciendo a su vez el desarrollo de la institución y la evolución frente a la vanguardia de las tecnologías.

Es importante suministrarles información de la estructura organizacional, a aquellos nuevos integrantes que lleguen a la empresa, pues de esta manera, serán capaces de enfocar sus habilidades al cumplimiento de las expectativas que tiene la misma.

Fomentar la unión, para que de esta manera, cada propuesta planteada por parte de algún integrante del equipo de trabajo, sea escuchada y aprobada, siempre y cuando brinde un beneficio a nivel interno y externo para la organización.

## **REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS**

Disponible en: < [http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso4/t1/teoria\\_1.htm](http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso4/t1/teoria_1.htm)>

Disponible en: <<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/supesp/estrategia.htm>>

Disponible también en versión HTML en: < <http://www.gerencie.com/posicionamiento-en-el-mercado.html>>

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Constitución política de Colombia. Bogotá, 1991.

# **ANEXOS**

# **ANEXO A**

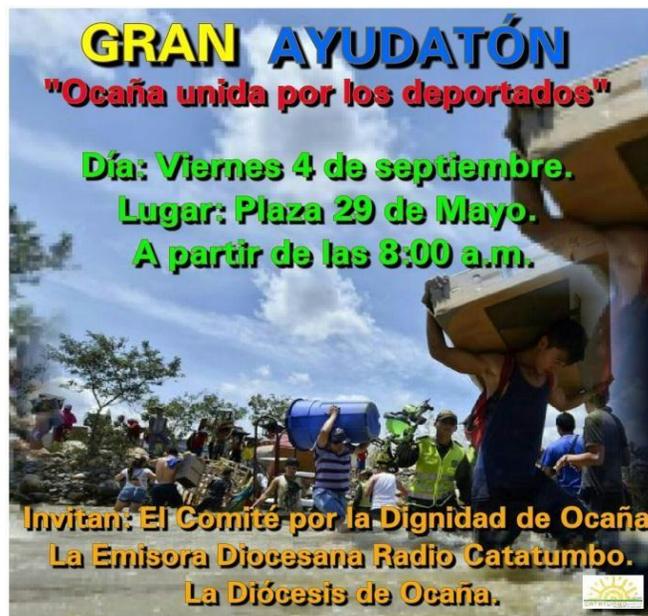
(Piezas de comunicación)

Anexo A1. 9° Festival del barrilete organizado por la Emisora Diocesana Radio Catatumbo, en la pista la transparencia – sector el Hatillo de Ocaña, Norte de Santander.



Fuente. Pasante del proyecto

Anexo A2. GRAN AYUDATÓN “Ocaña unida por los deportados”. Gestión social por los colombianos deportados de Venezuela en la plaza 29 de mayo de Ocaña, Norte de Santander.



Fuente. Pasante del proyecto

Anexo A3. Campaña mediática del “NO AL HALLOWEEN”, con el lema “Ser católico me exige ser coherente”.



**Peligros del Halloween**

Ser **Católico** me exige ser **Coherente...**

Por eso no celebro una fiesta en honor a Satanás

**Emisora Diocesana Catatumbo**  
31 de octubre de 2015 ·  ·   
[Ver en Instagram](#)

Que nuestra intención sea la correcta en este tipo de celebraciones.

[Etiquetar foto](#) [Agregar ubicación](#) [Editar](#)

 Me gusta  Comentar  Compartir

A Sor Marina Lopez Uribe, Alexandra Patricia Navarro, Margarita Perez y 20 personas más les gusta esto.

 **Geovany Jaime Bayona** Empezando que ya no es fiesta de niños si no los adultos que no dan ejemplo disfrasandose  
Me gusta · Responder · 31 de octubre de 2015 a las 17:29

 **Ana Guerrero Arevalo** Eso si es verdad  
Me gusta · Responder · 31 de octubre de 2015 a las 18:18

 **Anavibe Sanchez A.** Que bobada esos disfraces

**Fuente.** Pasante del proyecto

# **ANEXO B**

(Eventos)

Anexo B1. 9º Festival del barrilete organizado por la Emisora Diocesana Radio Catatumbo, en la pista la transparencia – sector el Hatillo de Ocaña, Norte de Santander.



Fuente. Pasante del proyecto



Fuente. Pasante del proyecto



**Fuente.** Pasante del proyecto



**Fuente.** Pasante del proyecto

Anexo B2. GRAN AYUDATÓN “Ocaña unida por los deportados”. Gestión social por los colombianos deportados de Venezuela en la plaza 29 de mayo de Ocaña, Norte de Santander.



**Fuente.** Pasante del proyecto



**Fuente.** Pasante del proyecto



**Fuente.** Pasante del proyecto



**Fuente.** Pasante del proyecto

Anexo B3. Trasmisión del debate de los candidatos a la alcaldía de Ocaña, Norte de Santander, desde el Teatro de Bellas Artes.



**Fuente.** Pasante del proyecto

Anexo B4. Encuentro inter-regional de seminaristas en el Seminario Mayor “El Buen Pastor” de Ocaña, Norte de Santander.



**Fuente.** Pasante del proyecto

Anexo B5. Reunión de todos los sacerdotes pertenecientes a la Diócesis de Ocaña, Norte de Santander, en el Seminario Mayor “El Buen Pastor”.



**Fuente.** Pasante del proyecto

Anexo B6. Encuentro de “Adoración y Alabanza” organizado por la Emisora Diocesana Radio Catatumbo, en el Coliseo Cubierto Argelino Durán Quintero de Ocaña, Norte de Santander.



**Fuente.** Pasante del proyecto



**Fuente.** Pasante del proyecto



**Fuente.** Pasante del proyecto

# ANEXO C

(Encuesta)

Anexo C. Formato de encuesta dirigido a los integrantes de la Emisora Diocesana Radio Catatumbo de Ocaña, Norte de Santander.

## **FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDO A LOS INTEGRANTES DE LA EMISORA DIOCESANA RADIO CATATUMBO**

OBJETIVO: Recolectar información sobre aspectos administrativos y comunicacionales.

**1. ¿Las actividades desarrolladas en función de su cargo son productos de?**

- a. Su invención y criterio \_\_\_\_\_
- b. Proviene de una orden superior \_\_\_\_\_

**2. ¿El desarrollo de las actividades provenientes de su cargo, se ajustan al uso de herramientas diseñadas con base en las tecnologías de la información y la comunicación?**

- a. Si \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_

**3. Su manejo de búsqueda de información a través de la Web, usted la considera:**

- a. Muy deficiente \_\_\_\_\_
- b. Deficiente \_\_\_\_\_
- c. Eficiente \_\_\_\_\_

**4. ¿Al ingresar a su puesto de trabajo, se le suministró información sobre: Estructura organizacional, y los procesos y procedimientos para el cumplimiento de sus funciones?**

- a. Sí \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_

**5. En el desarrollo de eventos de la institución; frente a la ejecución de los mismos, usted se siente:**

- a. Absolutamente desinformado \_\_\_\_\_
- b. Desinformado \_\_\_\_\_
- c. Informado \_\_\_\_\_
- d. Bien informado \_\_\_\_\_

**6. La mayor parte de la programación transmitida por la emisora está dirigida:**

- a. Sector campesino \_\_\_\_\_
- b. Sector urbano \_\_\_\_\_
- c. Sector campesino y urbano \_\_\_\_\_
- d. Otro \_\_\_\_\_ Cual \_\_\_\_\_

**7. La mayor parte de la programación transmitida por la emisora, se orienta:**

- a. Público infantil \_\_\_\_\_
- b. Público juvenil \_\_\_\_\_
- c. Público adulto \_\_\_\_\_

GRACIAS POR SU GENTIL COLABORACIÓN

# **ANEXO D**

(Circular)

Anexo D. Circular, para informar sobre la reunión de evaluación del mes.



**EMISORA DIOCESANA RADIO CATATUMBO**

NIT: 897.007.906-7

### Circular N. 001

Fecha: 26 de agosto de 2015

Para: Personal administrativo

Asunto: Evaluación del mes de agosto

A fin de adoptar las medidas conducentes para el conocimiento de la calidad interna de esta institución, comunico a ustedes que el día jueves 27 de agosto de 2015 a las 4:00 p.m. se realizará una reunión en el Radio Teatro de las instalaciones de la emisora, con motivo de la evaluación del mes en curso.

Emisora Diocesana

**CATATUMBO RADIO**  
Evangelizar es comunicar

Pbro. Jhon Edinson Balaguera Ballesteros  
Gerente.  
catatumboradio@hotmail.com

**Fuente.** Pasante del proyecto

# ANEXO E

(Redes sociales)

Anexo E1. Actualización y renovación de la red social Facebook, para el suministro de información.



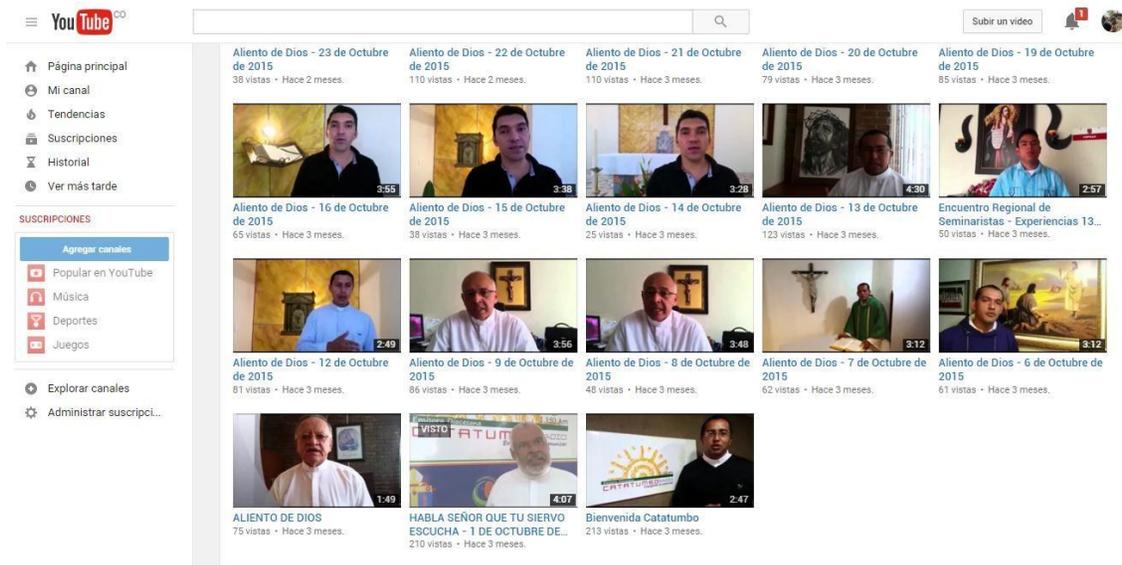
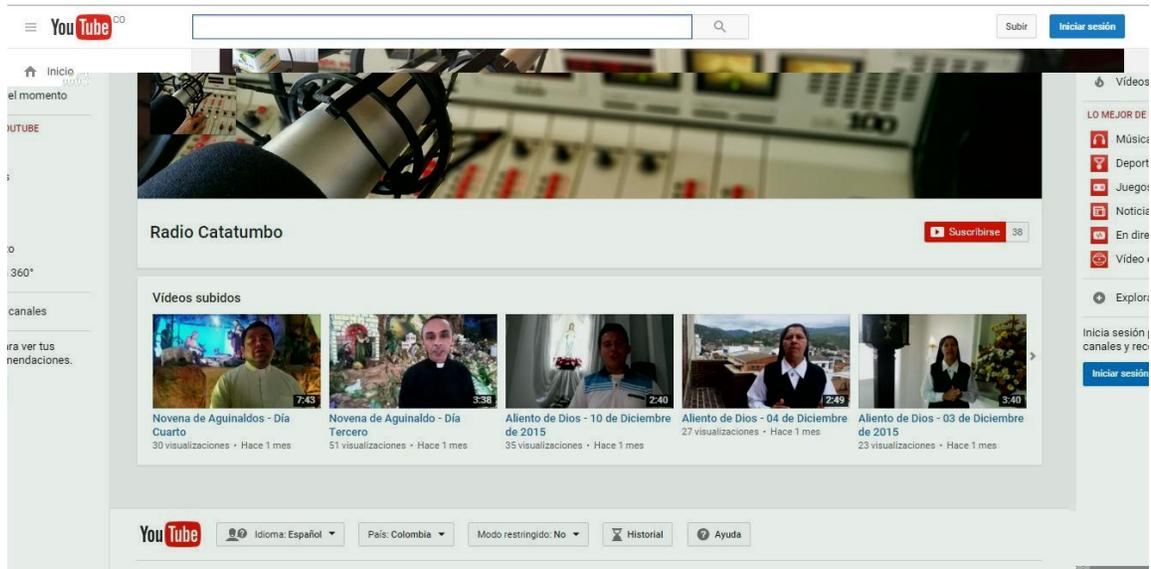
Fuente. Pasante del proyecto

Anexo E2. Creación y actualización de la cuenta oficial de Instagram.



Fuente. Pasante del proyecto

## Anexo E3. Creación del canal oficial en YouTube.



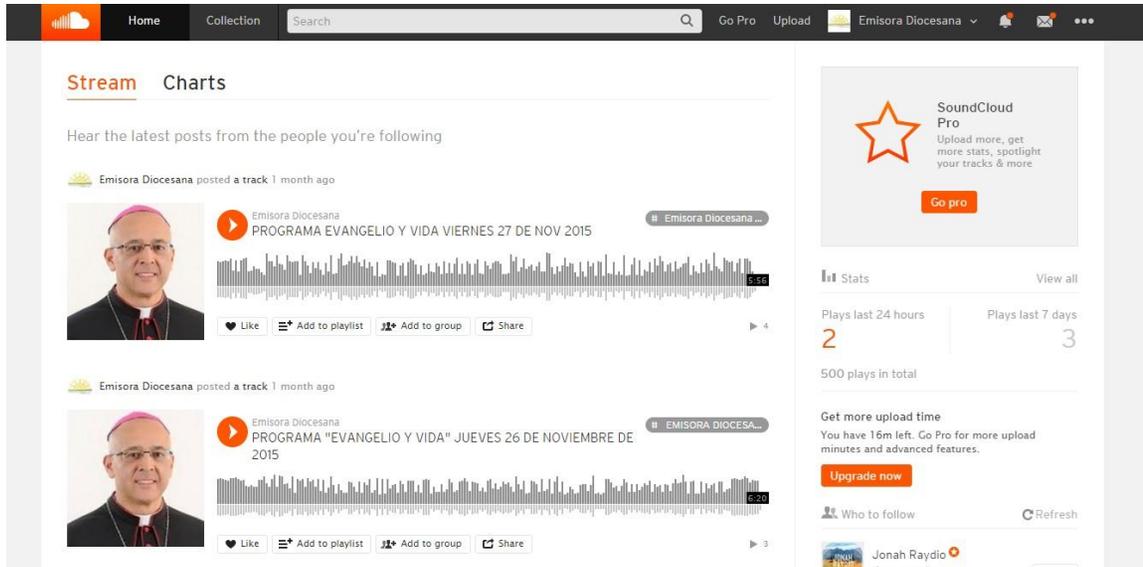
Fuente. Pasante del proyecto

## Anexo E4. Creación de un Fan-Page para la Emisora Diocesana Radio Catatumbo.



Fuente. Pasante del proyecto

Anexo E5. Perfil de la emisora creado para el programa “Evangelio y Vida”, en la aplicación SOUNDCLOUD.



Fuente. Pasante del proyecto

# **ANEXO F**

(Otros)

Anexo F1. Cubrimiento especial de las Elecciones 2015, en distintos lugares de la Provincia de Ocaña, Norte de Santander.



**Fuente.** Pasante del proyecto



Ocaña, Norte de Santander

**Fuente.** Pasante del proyecto



Convención, Norte de Santander

Fuente: Emisora Diocesana Radio Catatumbo



Hacarí, Norte de Santander

Fuente: Emisora Diocesana Radio Catatumbo



Río de Oro, Sur del Cesar

Fuente: Emisora Diocesana Radio Catatumbo



San Calixto, Norte de Santander

Fuente: Emisora Diocesana Radio Catatumbo

Anexo F2. Capacitación al equipo de trabajo de la emisora, sobre el liderazgo y la estructura organizacional.



Fuente: Pasante

Anexo F3. Jornadas de oración por el día de los difuntos y la Inmaculada Concepción de María, a través de las redes sociales y el medio radial de la institución.



Fuente: Pasante

Ver 3 comentarios más

 **Emma Vega** Enciendo una luz al buen Jesus por todas las almas del purgatorio muy especialmente por mi a abuela Ema quien hoy cumple un año de haber partido y por mi Padre Eduardo. Dales Señor el descanso eterno, brille para ellos la luz perpetua. Amen y amen  
Ya no me gusta · Responder ·  1 · 2 de noviembre de 2015 a las 10:32

 **Arisolina Perez** buenos días enciendo una luz por mi papa Alfonso Perez q se encuentra en el cielo con papito dios. y esta próximo a cumplir 12. años de fayesido. por Ana diva Peñaranda adela gaona. dionisio quintero. todos los difuntos de la vereda santabárbara. municipio de la playa. amen amen amen  
Ya no me gusta · Responder ·  1 · 2 de noviembre de 2015 a las 11:11

 **Lusme Sanchez** Enciendo una luz por el eterno descanso de mis familiares amigos vecinos y conocidos especialmente a mi abuela a mi tío y a mi hermanito precioso que aunque a pasado tanto tiempo los amo como si estuvieran aquí con migo diosito tenlos en tu Santa gloria amén que descansen en paz así sea  
Ya no me gusta · Responder ·  1 · 2 de noviembre de 2015 a las 11:53

 **Lina Tatiana Peñaranda** Descansa en paz padre mio  
Ya no me gusta · Responder ·  1 · 2 de noviembre de 2015 a las 12:33

 Escribe un comentario...  

 **Emisora Diocesana Catatumbo** 😊 se siente bendecido.  
1 de noviembre de 2015 · 

 **Emisora Diocesana Catatumbo** agregó un nuevo video.  
6 de diciembre de 2015 · 🌐 · ▼

¡MUY BUENOS Y SANTOS DÍAS PARA TODOS!

Queremos que el día de mañana, sean partícipes de la maravillosa jornada de oración por el día de las velitas, que se dará en transmisión partir de las 8:00 a.m. por nuestra querida y prestigiosa Emisora Diocesana Radio Catatumbo.

Recuerda que puedes elevar tus peticiones al Buen Jesús, comunicándote a las líneas 5610118 - 5610119, también enviar tus mensajes a través de esta red social o al 3158349713 - 3108454336.

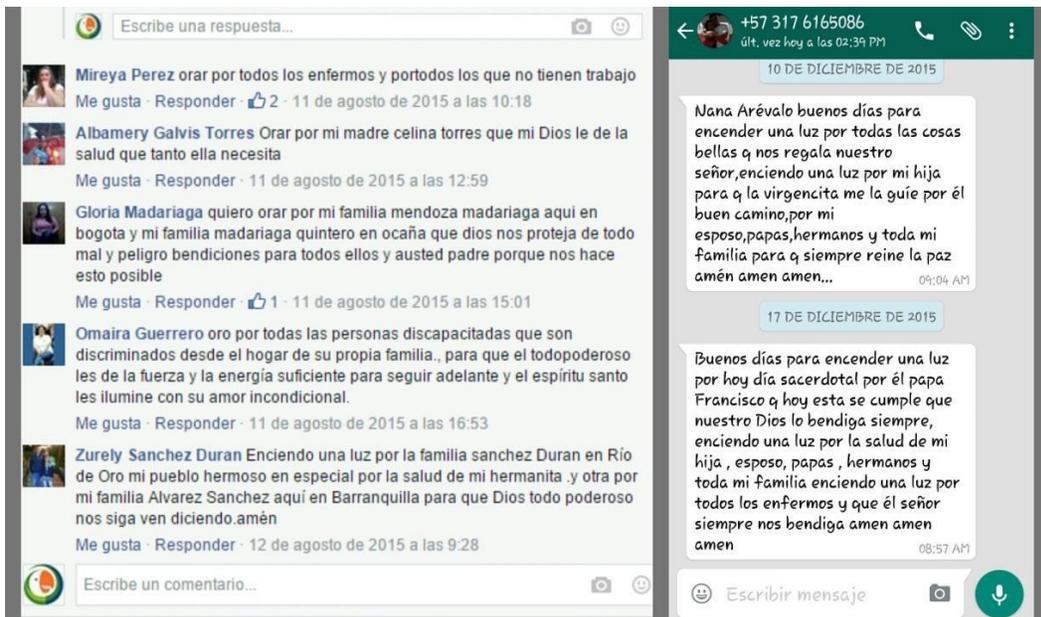


Fuente: Pasante

Anexo F4. Programa radial “Enciende una luz”.



Fuente: Pasante



Fuente. Pasante del proyecto del proyecto del proyecto