

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA IMAGEN
CORPORATIVA DE RADIO ESTÉREO SOLAR, S.A.”**

Walter Vinicio Gómez Arévalo

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, noviembre de 2,015

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA IMAGEN
CORPORATIVA DE RADIO ESTÉREO SOLAR, S.A.”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Walter Vinicio Gómez Arévalo

Previo a optar el título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, Noviembre de 2,015

Consejo Directivo

Director

Lic. Julio Moreno Sebastián

Secretaria Administrativa

M.A. Claudia Molina

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bátres

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisora de EPS

Licda. Sandra Hernández Y Hernández



Guatemala Julio 2015.

Lic. Luis Pedroza
Coordinador E.P.S. Licenciatura
Escuela en Ciencias de la Comunicación.


Licenciado Pedroza:


Deseándole que todas sus labores se estén desarrollando con éxito me dirijo a usted.

Por este medio le informo que Walter Vinicio Gómez Arévalo, con número de carne: 200114154 estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la universidad de San Carlos de Guatemala, Finalizo el Ejercicio Profesional Supervisado en Radio Estéreo Solar S.A., cumpliendo con las trescientas horas (300) de practica a partir del 4 de mayo al 17 de julio de 2015. Realizando el proyecto de comunicación "Estrategias de comunicación para fortalecer la imagen corporativa de Radio Estéreo Solar S.A."

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente,

(F). 
José Antonio B. Escobar
Director Radio Estéreo Solar





Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 23 de octubre de 2015


Estudiante
Walter Vinicio Gómez Arévalo
Carné: 200114154
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

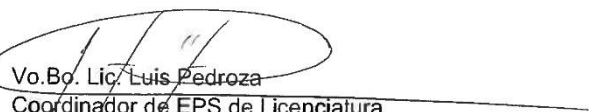
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA IMAGEN CORPORATIVA DE RADIO ESTÉREO SOLAR S.A.".

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Lidia Sandra Hernández y Hernández
Supervisora de EPS Licenciatura



Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador de EPS de Licenciatura
Sección "A"



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

Para efectos legales, únicamente el autor es
Responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA

A MI MAMA porque en tu vientre me forjaste **Panchita Arévalo** (Q.E.P.D.)

Por su amor, por creer en mí, me formaste con valores y calidez humana.

A DIOS Por ser mi padre porque me has enseñado el amor, a perdonar y a olvidar a quien me ha defendido, gracias por permitir que en mi corazón nazca una luz de esperanza y alegría que me permiten luchar y colaborar en tu creación.

A MI PAPÁ José Mateo Gómez por su amistad y confianza

A MIS HERMANOS Edwin Adolfo (fito) Ever, Elder, Ludvin Ariseth, Mirsa, por su apoyo, cariño y acompañarme en la apasionante aventura de vivir y me han dado fortaleza en los vientos en contra y reír en momentos felices de mi vida.

A MIS SOBRINOS (AS) Alejandro, Kelly, Mateo. A ti Sebastián Emiliano Sandoval Gómez, gracias por amarte, por ser un guerrero en la apasionante aventura diaria de vivir, porque me diste la oportunidad de expresarte la parte más bella, de mí ser, la generosidad y ejercitar la más sublime expresión del amor: el perdón.

A LA MONTAÑA la tierra que me vio nacer y de la cual me siento muy orgulloso de ser.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a mis padres porque me concibieron en un momento de entrega total.

Gracias amigos (as) porque me diste la oportunidad de que me escucharas y compartieras mis penas y alegrías. **Byron Sandoval, peky y Rubén Cisneros, Marisa y Víctor Manuel, Melvin Ordoñez, Leonel pinto y Jefferson** y tantos amigos que me bendicen con su amistad.

Gladis (airecitos) por compartir con migo gracias por tu espontaneidad, por tu apoyo.

Gracias Maestro al mostrarme el camino para lograr mi plena realización

A LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN. USAC. Por las experiencias académicas aprendidas

Gracias DIOS por el amor que me has dado.

Gracias madre por ser tu hijo.

Gracias vida por estar viviendo intensamente el sueño de la creación.

Gracias amigo por estar cerca de mí.

GRACIAS...TOTALES...

INDICE

RESUMEN	X
INTRODUCCIÓN.....	XII
JUSTIFICACIÓN.....	XII

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1. Objetivo General	1
1.1.2. Objetivos Específicos	1
1.2. LA INSTITUCIÓN (nombre)	2
1.2.1. Ubicación Geográfica	2
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas	2
1.2.3. Antecedentes o Historia	3
1.2.4. Departamentos o Dependencias	4
1.2.5. Misión.....	4
1.2.6. Visión	4
1.2.7. Objetivos Institucionales	5
1.2.8. Público Objetivo	5
1.2.9. Organigrama	6
1.3. METODOLOGÍA	7
1.3.1. Descripción del Método	7
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección	7
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico	8
1.4. RECOPIACION DE DATOS	9
1.4.1. Ficha de las entrevistas	9
1.4.2. Resultado de las entrevistas	10
1.4.3. Gráficas, cuadros	11
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA	17
1.5.1. Fortalezas	17

1.5.2. Oportunidades	17
1.5.3. Debilidades	18
1.5.4. Amenazas	18

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN	19
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	19
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	20
2.2.1. Objetivo General	20
2.2.2. Objetivos Específicos	20
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	21
2.4. MENSAJE	21
2.5. ESTRATEGIAS	22
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	22

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN	33
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	33
3.1.1. Financiamiento	33
3.1.2. Presupuesto	33
3.1.3. Beneficiarios.....	34
3.1.4. Recursos humanos.....	34
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción	34
3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	34
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	46
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN)	47

CONCLUSIONES	48
RECOMEDACIONES	49
GLOSARIO DE TÉRMINOS	50
BIBLIOGRAFÍA	53
EGRAFÍA.....	53
ANEXOS.....	54
Modelo de la Encuesta	55
Fotografías	56

RESUMEN

Nombre de la Institución

Estéreo Solar 98.3 FM.

Nombre del Proyecto:

"ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA IMAGEN CORPORATIVA DE RADIO ESTEREO SOLAR, S.A."

Objetivos del Proyecto:

Fortalecer la imagen corporativa de Radio Estéreo Solar.

General:

Diseñar un Plan de Comunicación para definir la identidad corporativa de Estéreo Solar.

Específicos:

- Proponer la nueva Misión, Visión y Valores de la organización que permitan la guía para el desarrollo de comunicación y mercadeo.
- Socializar la información al personal de la empresa sobre los nuevos lineamientos de comunicación, para que se apropien y los apliquen según su área de desempeño

- Desarrollar la producción radiofónica.
- incluir el uso de medios electrónicos para fortalecer la imagen de la empresa.

Sinopsis

El propósito fundamental de esta investigación y ejecución de estrategias de comunicación es fortalecer la imagen corporativa de Radio Estéreo Solar, encontraremos el conjunto de atributos y valores, la manera por la cual transmite, quién es, qué es, que hace y como lo hace, la coordinación de los diferentes agentes de comunicación para que la imagen sea correctamente transmitida y mantener los niveles de audiencia deseados.

INTRODUCCIÓN

Asignar a la comunicación la importancia que tiene, con acciones como la realización del Diagnóstico de Comunicación Interna de Radio Estéreo Solar la trascendencia del cambio en la empresa, así como el importante papel que juegan los trabajadores en todo el proceso que condicione el aumento de los niveles de motivación y participación entre las direcciones las áreas funcionales que crean las condiciones necesarias para la participación de todos en la búsqueda de la eficacia y calidad en aras de elevar los resultados.

Esta investigación es como una especie de fotografía de la situación existente en los 26 años al aire de la Emisora Estéreo Solar que permita identificar los problemas para su posterior atención y de esta manera aumentar su participación en el mercado y en la opinión pública.

Realizaremos un plan de comunicación que acompañe al desarrollo del negocio e integrar al empleado a los objetivos de la empresa y nada de ello puede lograrse sin una efectiva comunicación. Nos hemos dado cuenta de cuán importante es para nuestras vidas la comunicación; todo lo que emprendemos requiere actos comunicacionales, sobre todo en la actualidad estos actos son de suma importancia para la empresas, puesto que todas las funciones administrativas involucran alguna forma de comunicación ya sea para plantear, dirigir, organizar o controlar, de forma directa o indirecta siempre van a estar en comunicación.

Ante este escenario se presenta una descripción detallada de los servicios que ofrece Estéreo Solar. El grupo radial de Estéreo Solar inicia operaciones en el departamento de Jutiapa, Guatemala el 13 de Julio de 1988 utilizando la frecuencia modula 98.3. El departamento de Jutiapa se encuentra ubicado a 117 kilómetros.

JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se realizó con el objeto de diagnosticar la comunicación interna y externa de Radio Estéreo Solar, reconociendo la comunicación como la fuerza central de enlace entre los diferentes canales de la institución. Uno de los retos planteados desde el primer momento en que iniciamos el Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), que tiene como objetivo proporcionar al estudiante la oportunidad de graduarse y aplicar los conocimientos adquiridos de esta manera medir el impacto de la comunicación sobre el comportamiento y desempeño de las personas, y la situación actual de la institución, la calidad del servicio el desarrollo profesional y el clima laboral.

La eficacia de los sistemas de comunicación la investigación de este tipo es “propositiva diagnóstico” porque al mismo tiempo que se realizara un diagnóstico a la Radio Solar se hace una propuesta de comunicación con la finalidad de elevar la imagen de la emisora.

Las empresas existen de acuerdo al espacio que ocupan en la mente de sus públicos. De ahí la importancia de la imagen de la empresa, la organización desde su corazón, desde su interior y todos sus miembros internos que son los emisores principales de la emisora.

Por esto, si queremos reforzar nuestra imagen externa debemos revisar el interior de nuestra organización. Debemos primero saber si esa imagen que queremos proyectar al exterior la vivimos y la sentimos en nuestro interior y así proyectar una mejor imagen y en equipo llevar a la empresa a consolidar su liderazgo en el mercado.

1. DIAGNÓSTICO

1.1 . OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

Diagnosticar la comunicación interna de Radio Estéreo Solar S.A.

1.1.2. Objetivos específicos

Caracterizar la situación actual de la comunicación interna de la emisora

Establecer un clima de comprensión entre empresa y trabajadores.

Integrar al empleado a los objetivos de la empresa.

1.2. INSTITUCIÓN RADIO ESTEREO SOLAR

1.2.1. Ubicación Geográfica

Radio Estéreo Solar 98.3 FM las instalaciones de la cabina se encuentra ubicada en 27 calle 0-37 zona 3 calle al complejo deportivo Barrio Latino del Departamento de Jutiapa, Guatemala, Centro América.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Estéreo Solar S. A. pertenece al Grupo Solar, está conformado por siete emisoras de radio ubicadas en diferentes departamentos y municipios de la región Norte, Oriente y sur-oriente del país. Grupo Solar es el enlace con agencias para pautas de anuncios nacionales.

1.2.3. Antecedentes de la Institución

El grupo radial de Estéreo Solar inicia operaciones en el departamento de Jutiapa, Guatemala el 13 de Julio de 1988 utilizando la frecuencia modula número 98.3. El departamento de Jutiapa se encuentra ubicado a 117 kilómetros de la ciudad capital y posee un clima cálido.

Estéreo Solar es el primer medio radial que se autorizó en los años ochenta para el departamento de Jutiapa, debido a los avances de la tecnología que caracterizo al siglo XX y la globalización de principios del siglo XXI conquistaron los medios de información colectivos, en específico los radiales y a las transformaciones políticas que se dieron; la radio se convirtió en una herramienta muy importante para nuestro país.

En este sentido, Estéreo Solar se convierte en el medio más importante para la difusión de diversos acontecimientos, sin duda alguna la radio Solar más que ser un medio de comunicación representa un legado de historia en el oriente del país con más de 26 años al aire, posee un posicionamiento de marca que ha logrado a través de los años al incursionar en actividades sociales en los municipios donde cuenta con cobertura.

Estéreo Solar transmite en la frecuencia 98.3 FM en el oriente del país desde su creación al servicio de la población Jutiapaneca y en la página de internet a través de www.solar983.com la cual permite que la radio sea escuchada alrededor del mundo con el fin de ofrecer una herramienta para transmitir y dar a conocer el valor de una empresa a los consumidores, influyendo en los hábitos de las personas más allá de lo relativo a la compra, estando presente desde 1988 en hogares en la oficina en el trabajo etcétera.

1.2.4. Departamentos o Dependencias

La Emisora Estéreo Solar Jutiapa en la actualidad carece de estructuras definidas que ordenen sus funciones y atribuciones para cada puesto. Su ejecución laboral cotidiana estaba basada en tareas y labores de conocimiento empírico que si bien contribuyen al funcionamiento que en la actualidad permite la permanencia de la marca de empresa como tal, podrían elevar su productividad al poseer guías que faciliten su desempeño y como tal optimizar los recursos y resultados de cada tarea.

1.2.5. Misión

“Informar a la población Jutiapaneca de todo el acontecer local, nacional e internacional, realizar servicios sociales, brindar entretenimiento a todos nuestros escuchas a lo largo y ancho de Guatemala.”

1.2.6. Visión

“Mantener informada a la población, entretenimiento y mucha diversión, al igual que educar a los jóvenes con información que les beneficie en su diario vivir, ayudar a la población con servicios sociales, sin entrar en discusiones con otras radios de la localidad.”

1.2.7. Objetivos Institucionales

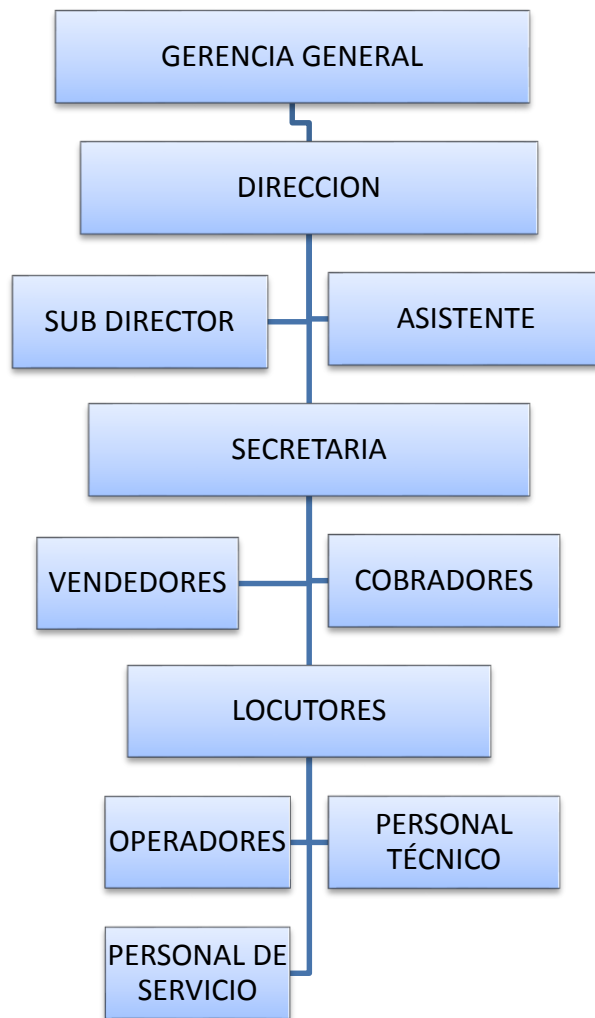
Alcanzar un posicionamiento de la radio en el oriente del país

1.2.8. Público Objetivo

Jóvenes comprendidos entre las edades de 13 a 40 años tipo A y b Dinámicos con deseos de superación estudiante, deportista, amigable, enamorado, arriesgado, divertido en esta edad surge la curiosidad por aprender en esta etapa resulta más receptiva a la creatividad y están atentos a los cambios y a los beneficios que se les ofrece, son jóvenes de nivel medio –alto, algunos no son económicamente activos y adultos positivos, divertidos, deportistas profesionales con deseos de superación este es el perfil de oyentes que desea la emisora.



1.2.9. Organigrama



1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

Para la investigación se utilizó el diseño cualitativo y es necesario el método científico es de importancia mencionar que el estudio es Descriptivo, pues se caracteriza la Comunicación Interna en la empresa objeto de estudio, definiendo su estado actual.

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

Observación Directa, la usamos para realizar la radiografía institucional ya que no cuentan con FODA actualizado.

Entrevista. Al Director de la emisora Antonio Escobar

Encuestas. Interna a locutores y secretaria

La riqueza de la metodología de la investigación tiene como fin primordial la descripción de la realidad, siendo una de sus principales herramientas la recolección de información por medio de encuestas e incluso la observación (Ruiz, 2010) El método científico no es otra cosa que la aplicación de la lógica a realidades o hechos observados. (Tamayo, 1991)

**1.3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES
EPS 2015
WALTER VINICIO GÓMEZ ARÉVALO**

FECHAS	Del 26 al 30 de enero	Del 30 al 3 de febrero	Del 4 al 8 de febrero	11 de febrero	Del 12 al 19 de febrero	Del 19 feb al 18 de marzo	25 de febrero	2 de marzo
ACTIVIDADES								
Curso propedéutico asistencia 100%								
Leer documentos proporcionados en el curso y otros que enriquecen el diagnostico								
Diseñar encuestas								
Pasar las encuestas								
Entrevistar al director y locutores								
Tabular los resultados , duración 2 semanas								
Elaborar informe de Diagnostico (Borrador)								
Determinación del problema comunicacional								
Revisión del Diagrama								
Entrega de Informe final								

1.4. RECOPIACION DE DATOS

1.4.1. Ficha de entrevista

Con el objetivo de recopilar información para la realización de estrategias comunicacionales se realizó una entrevista al director de Estéreo Solar **José Antonio Ramos Escobar**, donde se abordaron temas relacionados con las necesidades generales de comunicación de Estéreo Solar usadas actualmente y de acuerdo al siguiente esquema de preguntas.

- ¿Qué niveles de audiencia ha tenido la emisora en el oriente y sur-oriente del país?
- ¿Cuáles han sido las fortalezas y oportunidades que usted ha usado para consolidar su emisora?
- ¿Qué podemos fortalecer y colaborar con mis servicios en comunicación a favor de la emisora?
- ¿Qué expectativas tiene usted como director para fortalecer la imagen de estéreo Solar?
- ¿Qué cultura empresarial tiene su empresa?
- ¿Dentro del historial de la emisora se han realizado acciones como esta?
- ¿considera que la innovación es la mejor amiga de la marca?

1.4.2 Resultados de la entrevista

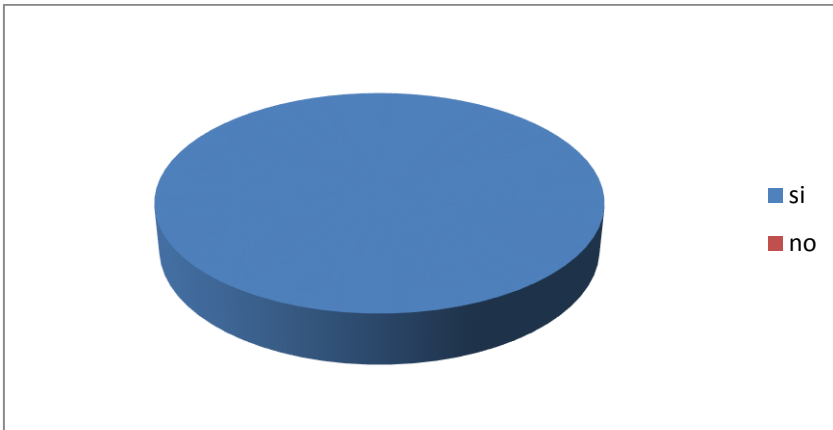
Para la realización de estrategias comunicacionales se entrevistó al director de Estéreo Solar **José Antonio Ramos Escobar**, y conocer aspectos relacionados con las necesidades generales en comunicación de Estéreo Solar.

- **Principales temas a mejorar**
- Mejorar la Cobertura y aumentar pauta comercial.
- Mejorar la imagen corporativa de la emisora
- Capacitar a los locutores
- Mejorar señal y cobertura de la radio.
- Aumentar la presencia y participación de la marca en redes sociales
- Actualización de web.
- Mejorar la producción Radial.
- Actualizar los objetivos de la institución.
- Redefinir la identidad de la Radio.

1.4.3. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

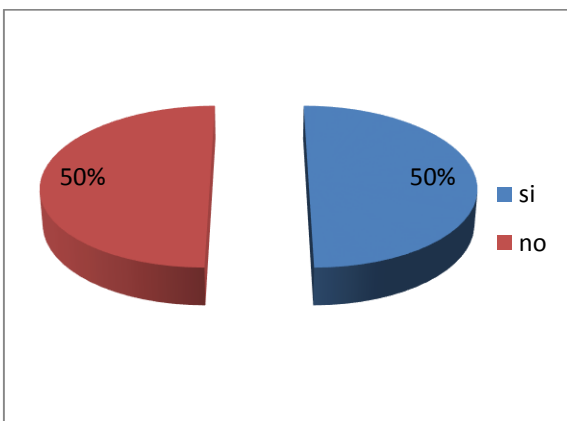
¿Es miembro valioso dentro del equipo de trabajo?

GRAFICA No. 1 El 100% del personal menciona el agrado de su trabajo.



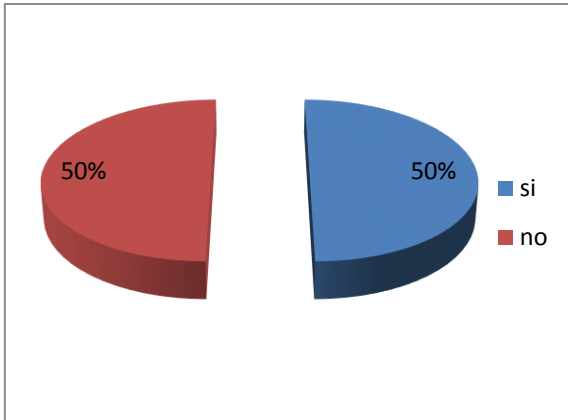
¿Se le asesora en cómo lograr una mayor efectividad en el trabajo personal y con otras personas?

GRAFICA No. 2 Como se puede observar un 50% del personal respondió recibir capacitación de cómo ser más efectivos en su trabajo y el resto considera que el éxito en su trabajo depende en gran medida de la motivación y capacitación.



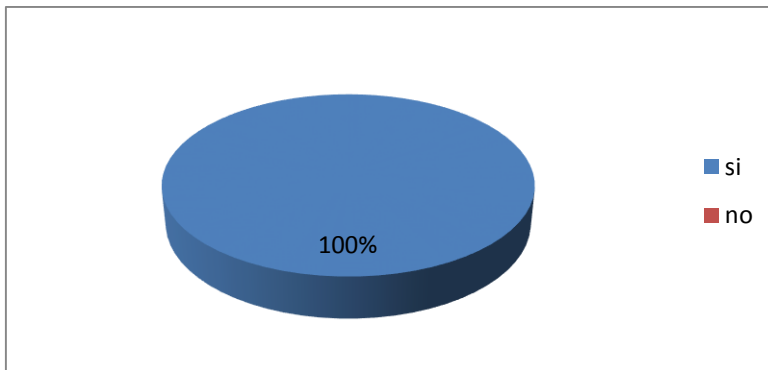
¿Conoce la misión y visión de la radio?

GRAFICA No. 3 Se observa que el 100% de los participantes tiene idea del marco filosófico de la empresa.



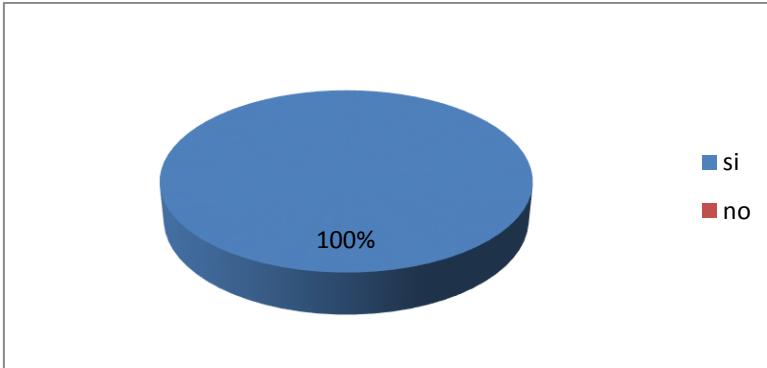
¿Conoce el grupo objetivo de la radio?

GRAFICA No. 4 Observamos que el 100% respondió conocer el objetivo de la radio en el oriente del país.



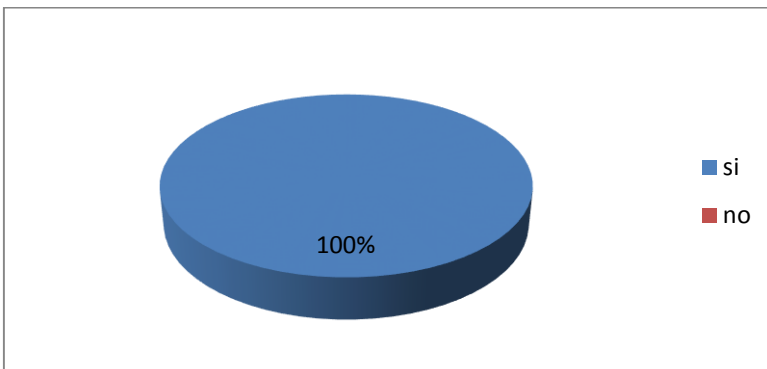
¿Se interesa por el trabajo en Equipo?

GRAFICA No. 5 Nos dicen que les agrada al 100% el trabajar en equipo y que disfrutan su trabajo por ser entretenido.



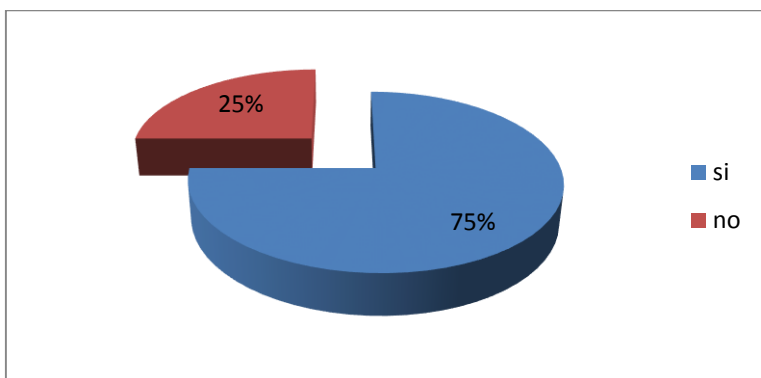
¿Sabe el Rating y el nivel de audiencia de la radio?

GRAFICA No. 6 El 100% dice saber los niveles de audiencia de la emisora ya que el señor director comparte esa información en reuniones con todo el personal al realizar las encuestas.



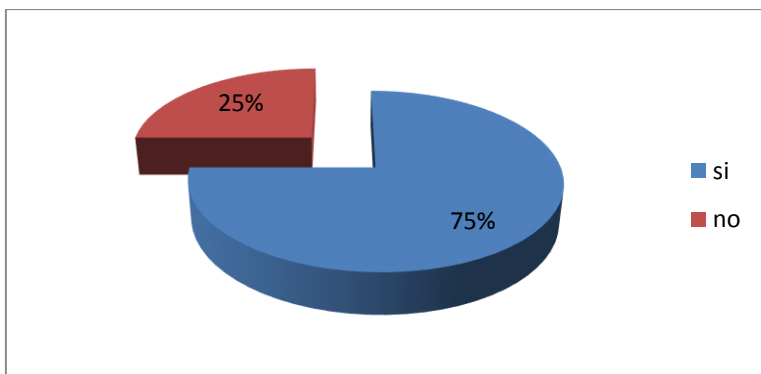
¿Las redes sociales es una buena herramienta alternativa para dar a conocer la radio?

GRAFICA No. 7 Observamos que un 75% del personal considera las redes sociales una buena herramienta para llegar e interactuar con los oyentes y reforzar marca y un 25% dice que no.



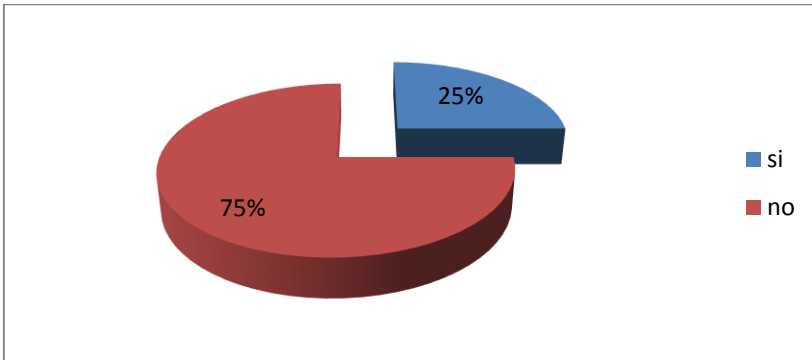
¿Consideran que en la actualidad la imagen de la radio es promocionada con éxito?

GRAFICA No. 8 un 75% del personal dice que es un éxito la promoción de la radio y el 25% dice que se puede mejorar la imagen de la radio.



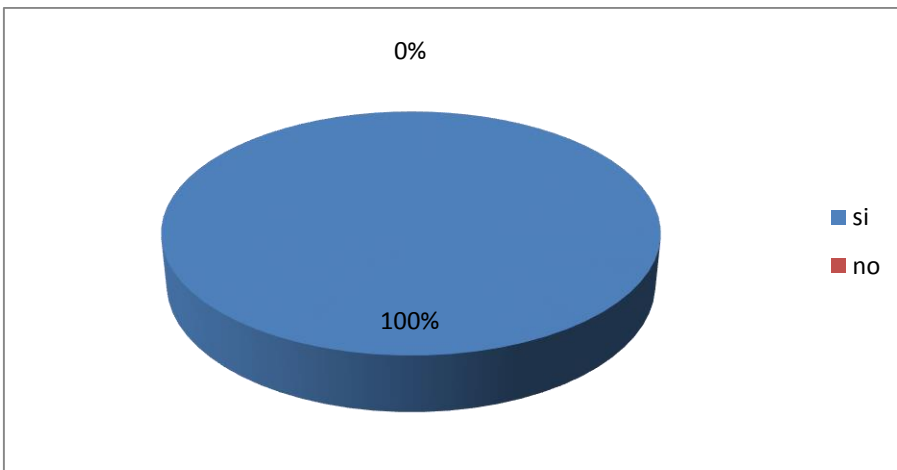
¿Prepara el discurso antes de encender el micrófono para hablar?

GRAFICA No. 9 Muestra que un 75% si prepara o escribe su mensaje antes de hablar en micrófono y motivar a sus oyentes a acciones positivas un 25% dice que no escribe sus mensajes.



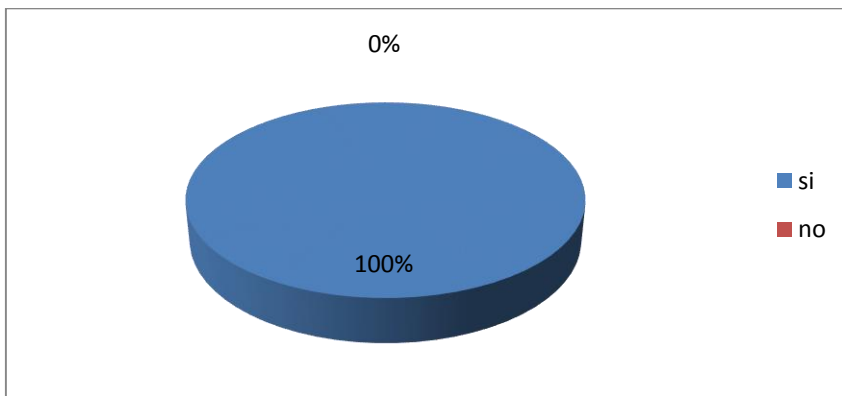
¿Le gusta el trabajo?

GRAFICA No. 10 Nos muestra que el 100% le agrada su trabajo ya que es entretenido y disfrutan de la interacción con los oyentes.



¿Le gusta Leer?

GRAFICA No. 11 observamos que al 100% coincide que de esta manera mejora la comunicación social.



1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

Esta herramienta que se utilizara para resumir los principales elementos que pueden influir positiva o negativamente en la marca y su proyección en la comunidad. Las Debilidades y Fortalezas son los elementos internos de lo analizado, mientras que las Amenazas y Oportunidades corresponden al contexto externo y su situación.

ANALISIS FODA	
1.5.1. FORTALEZAS	1.5.2. OPORTUNIDADES
<p>1. Ser emisora FM autorizada para operar en Jutiapa y que en la actualidad cuenta con más de 26 años al aire.</p> <p>2. Posee un posicionamiento de marca que traspasa su mercado meta y territorio nacional por su ubicación geográfica.</p> <p>3. Cuentan con su propia unidad móvil debidamente identificada con equipo para transmitir en vivo.</p> <p>4. Presencia y cobertura en eventos sociales, de colegios y eventos de índole comercial empresarial de la región.</p> <p>5. Ofrecer servicios de publicidad competitivos.</p> <p>6. Posee infraestructura propia.</p> <p>7. Cuenta con programación variada y adecuada a los perfiles de mercado que abarca.</p>	<p>1. Se encuentra en constante innovación, espacios y nichos de mercado aprovechables que den pasó a desarrollar negociaciones y acercarse más a su grupo objetivo.</p> <p>2. Existe la posibilidad de mejorar la comunicación de locutores por medio de capacitaciones y así evitar improvisaciones al aire.</p> <p>3. Se puede aprovechar mejor las herramientas de comunicación e interactuar con los oyentes eficientemente.</p> <p>4. Se puede mejorar el ambiente laboral.</p> <p>5. Aprovechar su posición de ser la primer radio en FM con más de 26 años al aire con servicio único y de calidad.</p> <p>6. Espacios para nuevos programas.</p>

ANALISIS FODA	
1.5.3. DEBILIDADES	1.5.4. AMENAZAS
<p>1. La infraestructura es reducida por lo que los espacios para una mejor atención hacia los clientes interno y externos no es la adecuada.</p> <p>2. No cuenta con agentes de seguridad que resguarde tanto las instalaciones como a su personal.</p> <p>3. Mala dicción en los locutores al momento de interactuar en la radio.</p> <p>4. Pauta publicitarias con tiempos muy prolongados.</p> <p>5. No poseer perfiles de puestos administrativos como operarios.6. No posee Manuales de Normas y Procedimientos.</p> <p>7. Falta de capacitación hacia el personal de nuevo ingreso y a los actuales.</p> <p>8. Falta de estructura y filosofía organizacional.</p>	<p>1. El clima puede afectar los sistemas de transmisión.</p> <p>2. Usurpación de radios piratas en las frecuencias de la radio en aldeas, caseríos y algunos municipios de la región.</p> <p>3. Crecimiento radial en el país y en la región.</p> <p>4. Delincuencia que expropia materiales de la red de cobertura (cableado, torres etc.)</p> <p>5. Competencia desleal en emisoras locales.</p>

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES

Radio Estéreo Solar 98.3 FM las instalaciones de la cabina se encuentra ubicada en 27 calle 0-37 zona 3 calle al complejo deportivo Barrio Latino del Departamento de Jutiapa, Guatemala, Centro América.

Estéreo Solar es una emisora presente en el departamento de Jutiapa que cuenta con más de 26 años al aire. Posee un posicionamiento de marca que ha logrado a través de los años al incursionar en actividades sociales masivas como, teletón, eventos deportivos, ferias patronales y eventos culturales campañas de prevención de la violencia en municipios donde cuenta con cobertura.

En los últimos años los directivos de la radio han impulsado acciones para mejorar la imagen siendo estas las siguientes: vallas publicitarias, evento de solar tour activaciones con artistas nacionales audio y animación en Centros Educativos y Centros Comerciales del oriente y sur oriente del país dicho evento es patrocinado por marcas comerciales y personas, contratación de nuevo locutor como voz primaria de anuncios y su producción, nuevo diseño de página web y radio Online, empleo de redes sociales.

Durante los últimos años, la necesidad de profesionalización y pertenencia del personal que labora para la radio y a quien se dirige la información organizacional se requiere promover la identidad de la radio (estructura, misión, visión, valores, etc.) Ante este escenario para generar confianza y credibilidad hacia la radio y mejorar el clima laboral. (Trabajo en equipo y coordinación de intereses) y generar mayor valor a la marca e identificación con la emisora y sus Clientes externos.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

Diseñar un Plan de Comunicación para fortalecer la imagen corporativa de Estéreo Solar.

2.2.2. Objetivos Específicos

- Proponer la nueva Misión, Visión y Valores de la organización que permitan la guía para el desarrollo de comunicación y mercadeo.

- Socializar la información al personal de la empresa sobre los nuevos lineamientos de comunicación, para que se apropien y los apliquen según su área de desempeño.

- Desarrollar la producción radiofónica e incluir el uso de medios electrónicos para fortalecer la imagen de la empresa.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Clientes internos: conformado por el personal que labora para la radio y a quien se dirige la información organizacional (estructura, misión, visión, valores, etc.

Clientes externos: jóvenes comprendidos entre las edades de 13 a 40 años tipo A y b Dinámicos con deseos de superación estudiante, deportista, amigable, enamorado, arriesgado, divertido en esta edad surge la curiosidad por aprender en esta etapa resulta más receptiva a la creatividad, son jóvenes de nivel medio –alto, algunos no son económicamente activos y adultos positivos, divertidos, deportistas, profesionales con deseos de superación este es el perfil de oyentes que desea la emisora.

Mercado objetivo hacia el cual se dirige los esfuerzos y/o metas organizacionales entiéndase entre ellos. Empresas que pautan, Organizaciones públicas y privadas entre otras.

2.4. EL MENSAJE

Con la elaboración de mensajes simples, directos y comprensibles para todos tomando en cuenta que el slogan actual de Estéreo Solar es: “La brillante”, se usará una estrategia basada en el **concepto BRILLANTE. No nos vez, pero lo vives a cada paso. Desde hoy avanzamos juntos por una brillante trayectoria profesional que nos marcan nuestra Misión, Visión y Valores.**

En Facebook se debe incluir valores, usando el arte de combinar una idea con una emoción. Nuestra frase será **Cada día sale el sol**

2.5. ESTRATEGIAS

Las estrategias pretenden alcanzar un nivel de comunicación efectivo tanto externa como internamente, hecho que repercute en un mayor desarrollo, una mejor percepción del público. La imagen de la empresa es proyectar, profesionalismo, transmitir confianza y lograr ser más competitivos. Las siguientes estrategias son trazadas para el logro de los objetivos formulados.

- **Renovación de identidad corporativa con sus características y valores de Radio Estéreo Solar.**

- **Comunicación interna de la nueva Misión, Visión y valores.**

- **Producción Radiofónica: Dinámica para que no se escuche lineal.**

- **Fortalecimiento de medios interactivos.**

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

- Aprobación de nueva política empresarial.
- Realización de carteleras.
- Diseño de arte final para comunicar la filosofía empresarial.
- Colocación de acrílico en oficinas de la emisora.
- Renovación de logotipo.
- Presencia de marca y eventos ligados a nuestros oyentes.
- Creación de contenidos y publicaciones de Mailings en la Fan Page de Estéreo Solar
- Guion radiofónico creativo

Toda empresa que desee tener éxito debe someterse a un plan de dirección estratégica, seleccionar sus valores dentro de su cultura empresarial la pues demostrara quienes somos y en que creemos Radio Estéreo Solar no contaba con esta base así surge la idea de crear la Nueva Misión, visión, y valores propuestas que han sido bien vistas y aprobadas, por el Director General **Antonio Escobar**, trabajo final que lleno sus expectativas tanto personales como empresariales. Se decide colocar en material acrílico con sujetadores de aluminio en la recepción y oficinas de la radio.

MISIÓN

Ser una radio de vanguardia que informa, orienta y entretiene, utilizando la creatividad, innovación, eficacia y eficiencia.

VISIÓN

Consolidar el liderazgo radiofónico en la región oriente y sur-oriente de Guatemala, con innovaciones de calidad y excelencia.

VALORES

Profesionalismo, innovación, excelencia en el servicio al cliente, responsabilidad, compromiso social, respeto, lealtad, integridad, iniciativa.



Afiche para entrada de oficina y cabina de la radio.

The advertisement features a background of colorful, overlapping diagonal lines in shades of blue, green, yellow, and red. At the top center is the 'SOLAR' logo, with 'ESTEREO' written in small blue letters above it. Below the logo, the text reads: 'NO NOS VEZ... PERO LO VIVES A CADA PASO. DESDE HOY AVANZAMOS JUNTOS POR EL CAMINO QUE NOS MARCAN...'. To the left of this text is a stylized 'MISION' logo with a yellow circle and red starburst behind the 'O'. To the right, the text says: 'Somos una radio emisora que entretiene, con creatividad, innovación, eficacia y responsabilidad.' At the bottom left, it states: 'Consolidar el liderazgo radiofónico en Guatemala con innovaciones de excelencia.' At the bottom right is a stylized 'VISION' logo with a yellow circle and red starburst behind the 'O'. The entire advertisement is framed by a thin black border.



MISIÓN:

Ser una radio de vanguardia que informa, orienta y entretiene, utilizando la creatividad, innovación, eficacia y eficiencia.

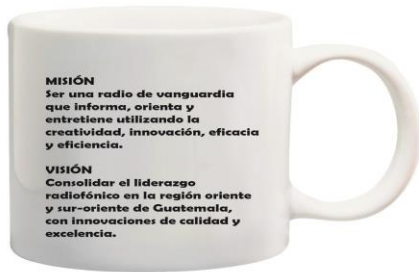
VISIÓN:

Consolidar el liderazgo radiofónico en la región oriente y sur-oriente de Guatemala, con innovaciones de calidad y excelencia.

VALORES:

Profesionalismo, Innovación, Excelencia en el servicio al cliente,
Responsabilidad, Compromiso Social, Respeto, Lealtad,
Integridad, Iniciativa.

Diseño para acrílico con la nueva Misión, visión y Valores.



Propuesta de tazas con la nueva misión.



Logo actual sin frecuencia y sin eslogan en hojas membretadas.



- Propuesta de nuevo Logotipo con frecuencia en FM.



Propuesta logotipo 2 y 3 mismos patrones solo se le agrega frecuencia y eslogan.





- Presencia de marca patrocinando eventos ligados a nuestros oyentes.
- Creación de contenidos y publicaciones de Mailings en la Fan Page de Estéreo Solar



Si el día amanece
lluvioso,
haz que brille
con tu sonrisa.

➤ **Guion radiofónico creativo.**

Cliente: Estéreo Solar

Producto: Spot

Versión: bienvenida invierno brillante:

Productor: Walter Gómez.

Control: Marco

Locución: Walter Gómez

Duración: 30 segundos

Fecha: mayo 2015

Objetivo: En invierno un día brillante depende más de tu actitud.

CONTROLEFECTOS DE SONIDO entrada 2 segundos.

Locutor Se fue Mayo, llego Junio llega el invierno uuuu que friooo (imitar
 Sentir frio)
 (Alegre)
 Un día brillante depende más de tu actitud, sonrío (sonido risas)
Baila (canción bailando) canta, bajo la lluvia.

Estéreo solar 98.3 FM

Tu complemento perfecto en invierno (efectos) estéreo solar.

Cliente: Estéreo Solar

Producto: Spot

Versión: bienvenida invierno brillante:

Productor: Walter Gómez.

Control: Marco

Locución: Walter Gómez

Duración: 15 segundos

Fecha: mayo 2015

Objetivo. Motivar a escuchar la frecuencia 98.3 FM.

CONTROL. EFECTOS DE SONIDO 2 segundos.

Locutor. (Alegría dinámico)

Te hacemos brillar, sonreír, bailar con la música de estéreo solar 98.3 FM

Viñeta:

CONTROL. EFECTOS DE SONIDO 2 segundos.

Locutor. (Alegría dinámico)

Mira siempre el lado más brillante de la vida y escucha los mejores sonidos musicales, aquí. (Vos institucional) Estéreo Solar 98.3

Cliente: Estéreo Solar
Producto: Spot
Versión: papa brillante:
Productor: Walter Gómez.
Control: Marco
Locución: Jefferson Ríos
Duración: 30 segundos
Fecha: Junio 2015

Objetivo: motivar y saludar a padres oyentes de la radio a acciones positivas.

CONTROLEFECTOS DE SONIDO entrada 2 segundos.

(Voces caricaturescas) papa
si papa no se preocupe papa
papa en el colegio me dicen

(Vos institucional) papa en Junio te
saludamos solar 98.3

Sellos día del padre.

Institucional

Papa un súper héroe brillante 98.3 solar

Solar 98.3 felicidades papa.

3. INFORME DE EJECUCION

3.1. DESARROLLADO PROYECTO

"ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA IMAGEN CORPORATIVA DE RADIO ESTEREO SOLAR, S.A."

3.1.1. Financiamiento

Para la elaboración y ejecución del Plan de Comunicación el material gráfico y creatividad fueron cubiertos en parte por **EVENPROG. Eventos y proyectos de Guatemala y el Epesista Walter Gómez.**

3.1.2. Presupuesto

Cantidad	Producto	Precio
1	Diseños y cartelera impresos	Q. 700.00
	Estudio de grabación	Q. 800.00
4	Sujetadores plateados	Q. 100.00
1	Acrílico de 0.50x0.50 cmts. Con logo de Estéreo Solar	Q. 475.00
	Asesoría de comunicación	Q. 3,000.00
	Gastos Varios (Gasolina, transporte, alimentación y exposiciones)	Q. 3,500.00
	TOTAL	Q.8,575.00

3.1.3. Beneficiarios

El público objetivo y beneficiarios de este proyecto son Director General y colaboradores a su cargo.

3.1.4. Recursos Humanos

Antonio Escobar Director General. Seguimiento y apoyo en la realización del proyecto que se llevó a cabo en la emisora que él representa.

Ana Luisa Coronado Secretaria y Locutora Apoyo en realizar las reuniones de personal, elaboración de cartas y seguimiento en el plan de comunicación.

3.1.5. Área geográfica de Acción

Las actividades fueron desarrolladas dentro de las instalaciones de radio Estéreo Solar Jutiapa específicamente dentro de la oficina de dirección general.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

Las estrategias pretenden alcanzar un nivel de comunicación efectivo tanto externa como internamente, hecho que repercute en un mayor desarrollo, una mejor percepción del público. La imagen de la empresa es proyectar, profesionalismo, transmitir confianza y lograr ser más competitivos.

- **Renovación de identidad corporativa con sus características y valores de Radio Estéreo Solar.**

- **Comunicación interna de la nueva Misión, Visión y valores.**

- **Producción Radiofónica: Dinámica para que no se escuche lineal.**
- **Fortalecimiento de medios interactivos.**

ACCIONES

- **Realización de carteleras.**
- **Diseño de arte final para comunicar la filosofía empresarial.**
- **Colocación de acrílico en oficinas de la emisora.**
- **Renovación de logotipo.**

SOLAR ESTEREO

**NO NOS VEZ...
PERO LO VIVES A CADA PASO.
DESDE HOY AVANZAMOS JUNTOS
POR EL CAMINO QUE NOS MARCAN...**

MISION

Somos una radio emisora
que entretiene, con creatividad,
innovación, eficacia y responsabilidad.

Consolidar el liderazgo radiofónico en
Guatemala con innovaciones
de excelencia.

VISION

The advertisement features a background of colorful, overlapping diagonal lines in shades of blue, green, yellow, and red. The text is arranged in a structured layout, with the station name 'SOLAR' at the top, followed by a slogan, the word 'MISION', a descriptive sentence, a mission statement, and the word 'VISION' at the bottom right.

Se decide colocar en material acrílico de 50x70 con sujetadores de aluminio en la recepción y oficinas de la emisora.



- Diseño de arte final para comunicar la filosofía empresarial de Radio Estéreo Solar.



Barrenado Fuente Walter



Colocación cuadro acrílico v presentación de la nueva Misión. Visión Y Valores al Director Antonio Escobar.



- Colocación de acrílico en oficinas de la emisora.

Comunicar la nueva misión a todos los entes relacionados o interesados en la empresa tiene un carácter informativo de quien es la empresa, colocado en oficina de Radio Solar. Junio 2015 Fuente Walter Gómez.

- Renovación de logotipo.



Logo actual no presenta frecuencia de la emisora ni eslogan y estéreo no tiene acento por ello se propone identificar la marca.

- propuestas de logotipos con frecuencia en FM.





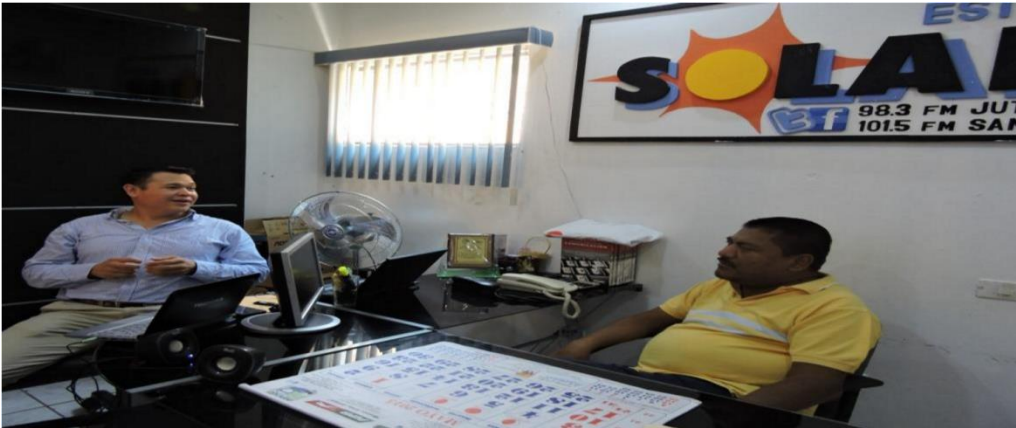
Logotipo con los mismos patrones, diseño y color se le marco la tilde a estéreo se coloca eslogan y se incluye la frecuencia se usara el mismo logo.

ACCIONES 02.

- Integrar al personal como agente transmisor de la identidad corporativa así se genera mayor sentido de pertenencia.
- Taller de conocimientos en locución al personal y practicantes.



Comunicación interna para dar a conocer la Nueva Misión, Visión y valores. Acá con Ana Luisa C. Secretaria y Locutora. Julio 2015. Fuente Walter Gómez.



Reunión con Director Antonio Escobar. Junio 2015 Fuente Walter Gómez.



En cabina de Radio Solar con locutores socializando información Junio 2015. Fuente Walter Gómez.



➤ Taller de conocimientos en locución al personal y practicantes ECCO Fuente Walter Gómez.



Participantes taller de locución. Fuente Walter Gómez



Compartiendo material en taller de locución. Fuente Walter Gomez



Imagen del equipo locutores Solar, Elmer García, Pablo Zamora, Ana Luisa Coronado, Antonio Escobar, Alexander Mártir, Néstor López debidamente identificado con su uniforme. Fuente Walter Gómez.

- **Guion radiofónico creativo**
- **Grabación de producción radial.**



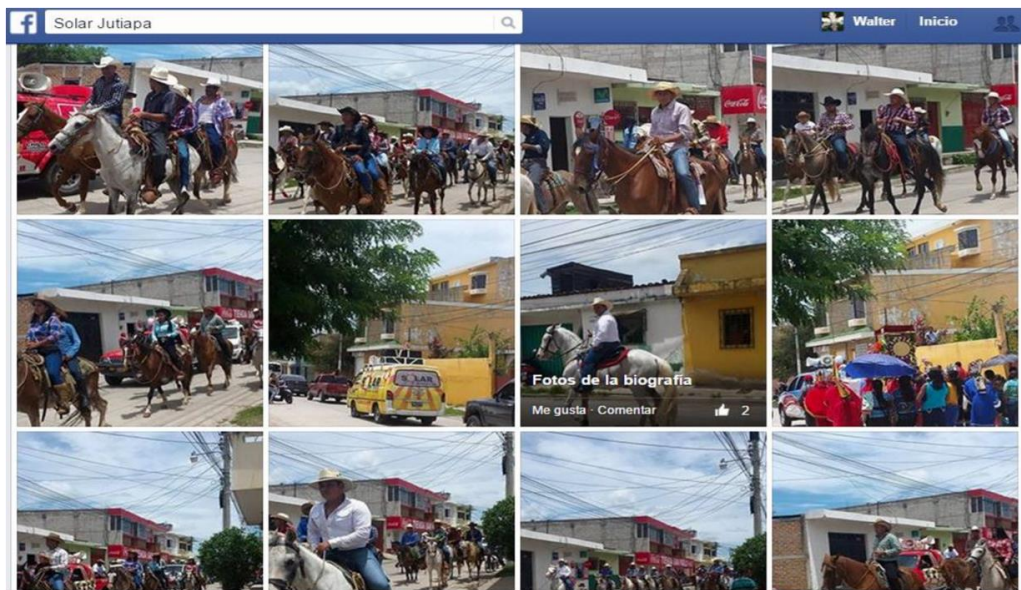
Estudio de grabación. Mayo 2015. Fuente Walter Gómez.



- Grabación de producción radial. Ing. De sonido Marcos Garza. Mayo 2015
Fuente Walter Gómez.

ACCIONES 04.

- Promover la comunicación en Facebook no como un canal de distribución, sino como un canal de conversación.
- Presencia de marca en eventos.



Feria san Cristóbal Jutiapa. Fuente Antonio Escobar

eventos ligados a nuestros oyentes.



Publicaciones de eventos para generar comunicación. Fuente Antonio Escobar.

- Presencia de marca y eventos ligados a nuestros oyentes.

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

EPS 2015

WALTER VINICIO GÓMEZ ARÉVALO

FECHAS	4 al 16 mayo	18 al 30 Mayo	1 al 13 Junio	15 al 20 Junio	22 al 30 Junio	1 al 11 Julio	13 al 17 Julio	31 Julio
ACTIVIDADES								
Calendarizar actividades del plan de comunicación para promocionar la marca								
Presentar producción de invierno supervisión del plan comunicacional								
Grabar spot de invierno y eventos presencia de marca eventos								
Creación de diseños para proyectar la nueva Misión.								
Diseño de logotipo con los mismos patrones hacer contenido para facebook								
Impresión cuadros acrílicos								
Colocación en pared con sujetadores plateados y socializar nuevo lineamientos filosóficos								
Evaluación y Conclusiones.								
Entrega de Informe final								

3.4. EVALUACION

Es importante que las estrategias y acciones que se plantearon se puedan evaluar su funcionalidad y control de todo el proceso de comunicación, para ello se procederá a revisar que la ubicación en la que se colocaran acrílicos doble oficio para la misión, visión y valores con tornillos de aluminio, carteleras sea la correcta como primer paso, así mismo será necesario realizar una sesión con el personal de la empresa que permita recibir una retroalimentación sobre el conocimiento y dominio de la filosofía organizacional. En cuanto a la producción radiofónica dinámica para que no se escuche lineal y de esta manera regresar al primer lugar de radios escuchadas en el oriente del país.

La supervisión de cada uno de los puntos antes descritos están a cargo de los coordinadores de EPS conjuntamente con el Director de la Emisora el señor José Antonio Escobar.

CONCLUSIONES

A partir del Plan de Comunicación con las estrategias realizadas se ha obtenido los siguientes avances, se logró institucionalizar de forma gráfica dentro de las instalaciones de Radio Estéreo Solar el marco filosófico y de esta manera el personal y colaboradores se apropien de los lineamientos y apliquen según su área de desempeño, alinear los límites que definen su actividad, para que cada uno de los trabajadores pueda fácilmente validar sus decisiones y estrategias en el día a día del trabajo tanto externa como internamente hecho que repercute en un mayor desarrollo, una mejor percepción del público y una buena reputación.

No podemos empezar a construir una casa sin asentarla en unos buenos cimientos el elemento principal en que se basa la radio es el sonido y se emite, tiene un tono, una intensidad, y un timbre por ello la producción de la Radio debe tener:

Atracción captar la atención del oyente empleando acertadamente los recursos sonoros.

Color Luz color para nuestros oídos en forma de voces efectos de sonido y bases musicales si se emplean adecuadamente.

Dinámica promoción interna de la emisora para que no es escuche lineal monótona (aburrida)

Identidad. Cuidar piezas sonoras adaptadas al estilo de la emisora impregnando al oyente una huella única que la hace diferente al resto.

RECOMENDACIONES

Estamos en el siglo XXI la era de la información el éxito de cualquier institución depende en gran medida del manejo de la IMAGEN, ante un mercado cada vez más competitivo la IMAGEN es una de las mejores herramientas para obtener respuestas positivas de sus clientes potenciales.

La imagen de la empresa es proyectar, profesionalismo transmitir confianza y lograr ser más competitivos, es importante mantener activa la comunicación en las distintas áreas de la empresa pues esto crea sentido de pertenencia.

Se sugiere mejorar la señal de Radio Estéreo Solar 98.3 FM y se pueda escuchar la frecuencia clara en todo el oriente y sur oriente del país, invertir en un estudio de grabación, actualizar cada temporada la producción radial, contratar a un profesional en páginas web y redes sociales para que actualice el contenido de comunicación dirigida a la audiencia actual y en potencia con mailings “consiste en enviar publicidad de manera masiva” (Soto, 2011) para publicarlos en la fan page de Estéreo Solar. Promover la comunicación en Facebook no como un canal de distribución, sino como un canal de conversación, de transmisión de experiencias Brillantes, sentimientos, valores, sueños, fracasos, éxitos etc.

Glosario

La expresión oral está unida con la expresión corporal ya que tiene que concordar y estar en equilibrio, se debe inhalar por las fosas nasales.

Locución: es la manera de hablar profesionalmente y consiste de varios elementos que son los siguientes:

Articulación: Manera de pronunciar con claridad las palabras, si no se gesticula no se entiende.

Dicción: Pronunciación correcta de las palabras. Unida con la pronunciación.

Fluidez: conocimiento del tema, que tanto lo dominas.

Entonación: va de la mano con el tono y es el grado de elevación de la voz que indica los sentimientos.

Tono: Modulación altura de la voz.

Timbre: lo que diferencia una voz de la otra, no todas las voces son iguales pero si parecidas.

Vocalización: pronunciar cada una de las vocales de la palabra.

Proyección de la voz: en la onda que viaja a través del aire.

Pausas: permite tomar aire para poder continuar y cumplir con cada uno de los elementos.

Disertación: es el tema que se habla.

Canal: es el medio físico por el cual se trasmite el mensaje

Comunicación: transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

Diálogo: conversación entre dos o más personas que exponen sus ideas y comentarios de forma alternativa.

Estrategia: Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado. Arte de proyectar y dirigir operaciones.

Táctica: ejecutar algo, conjunto de reglas y procedimientos que se utilizan para dirigir.

Frecuencia: modulación que permite transmitir información a través de una honda.

Método: modo ordenado y sistemático de proceder para llegar a un resultado o un fin determinado

Método: científico usado principalmente en la producción de conocimientos de ciencia.

Viñeta: representa un instante un momento en una historieta.

Contexto: conjunto de circunstancias que rodean una situación y sin las cuales no se puede comprender correctamente.

Perspectiva: manera de representar uno o varios objetos en una superficie plana, que da idea de posición, volumen y situación que ocupan en el espacio con el respecto al ojo del observador.

Concepto: representación mental de un objeto, hecho, cualidad, situación.

Eslogan: frase breve, expresiva y fácil de recordar, que se utiliza en publicidad comercial.

Logotipo: símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución, o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas.

Conferencia: versa sobre temas científicos, humanísticos, académicos.

Charla: no posee formalidades como el discurso, es una conversación donde se utiliza un lenguaje sencillo (pero nunca llegado a lo coloquial) hay participación mutua.

Marca: Señal que permite identificar o distinguir algo

Propaganda: difusión o divulgación, ideas u opiniones de carácter político, religioso, comercial, con la intención de que alguien actúe de una determinada manera, piense según unas ideas o adquiera un determinado producto.

Marketing: Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.

Imagen corporativa: se refiere a como se percibe una compañía conjunto de cualidades que el consumidor atribuye a una compañía.

Misión: Función o encargo que una persona debe cumplir.

Habito: Práctica habitual de una persona, animal o colectividad.

Hipótesis: suposición hecha a partir de unos datos que sirve de base para iniciar una investigación o una argumentación

BIBLIOGRAFÍA

Mario Tamayo y Tamayo (1991) El Proceso de la Investigación Científica. Fundamentos de Investigación Editorial Limusa. Mexico.

Homs Quiroa Ricardo (1990) La Comunicación En la empresa, Grupo Editorial Iberoamérica.

Instituto Técnico Particular de Diversificado (INTECPADI)

Auditoria Administrativa, paginas 10

Ruano Bivar Marco Antonio. 2012 (EPS) Diagnostico Socioeconómico, Potencialidades Productivas y propuesta de inversión.

Mendoza López Claudia Lizeth. 2014 (EPS) Posicionamiento a través de las redes sociales (Facebook y twitter) del instituto de estudios comparados en ciencias penales (ICCPG)

Hernández Sampieri, C. Roberto; Metodología de la Investigación, Quinta Edición; Panamericana Formas e Impresos S.A. 2003 paginas 656.

EGRAFÍA

www.solar983.com

<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/estudio-diagnostico-y-estrategia-de-comunicacion-interna.htm>

<http://www.marketing-xxi.com/etapas-del-plan-de-marketing-136.htm>

<http://postcron.com/es/blog/storytelling-redes-sociales/>

<http://anamoralesrosas.blogspot.com/2009/imagen-corporativa-resumen.html>

ANEXOS.

Modelo de la encuesta

1. ¿Es miembro valioso dentro del equipo de trabajo?
SI NO
2. ¿Se le asesora en cómo lograr una mayor efectividad en el trabajo personal y con otras personas?
SI NO
3. ¿Conoce la Misión y visión de la Radio?
SI NO
4. ¿Conoce el grupo objetivo de la radio?
SI NO
5. ¿Se interesa por él trabaja en equipo?
SI NO
6. ¿Sabe el rating y el nivel de audiencia de la radio?
SI NO
7. ¿Las redes sociales son una buena herramienta alternativa para dar a conocer la radio?
SI NO
8. ¿Consideran que en la actualidad la imagen de la radio es promocionada con éxito?
SI NO
9. ¿prepara el discurso antes de encender el micrófono y hablar?
SI NO
10. ¿Le gusta el trabajo?
SI NO
11. ¿Le gusta leer?
SI NO

Fotografías

Imágenes para la página de Facebook.



Evento solar tour presencia de marca, cantante Jorge Mario Orellana el mero Gallo Fuente Antonio Escobar y Walter Gómez.



Apoyo al talento nacional eventos. Fuente Walter Gómez.



Cabina de locución Estéreo Solar. Fuente Walter Gómez.



Fuente Walter Gómez



Supervisión Licda. Floralba Pérez, Director Antonio Escobar, fuente Walter Gómez.



Entrevista en Radio Solar Licda. Floralba Pérez por Ana Luisa Coronado, fuente Walter Gómez.

