



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
INSTITUTO DE POST GRADO Y EDUCACIÓN CONTINUA
MAESTRÍA PROFESIONAL EN COMUNICACIÓN

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
MAGISTER EN COMUNICACIÓN MENCIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS Y
COMUNITARIOS**

TÍTULO DEL PROYECTO
DESARROLLO DE LAS RADIOS ONLINE EN LA
FORMACIÓN CULTURAL DE LOS JÓVENES,
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Autor:

CRISTHIAN MARTIN REYES HIDALGO

Tutor

Ing. Com. José Inca Veliz M.B.A.

Milagro, Marzo 2020



CERTIFICADO DE ACEPTACION DEL TUTOR

Por la presente, hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por el Periodista Profesional Sr. Cristhian Martín Reyes Hidalgo para optar por el título de Máster en Comunicación mención Medios Públicos y Comunitarios. Al mismo tiempo, informo que acepto tutorar al maestrante, durante la etapa de desarrollo del trabajo hasta su presentación evaluación y sustentación.

Milagro, julio 15 del 2019

Atentamente,

Ing. José Inca Veliz
C.I. 091114625-6



DECLARACION DE AUTORIA DE LA INVESTIGACION

El autor de esta investigación declara ante el Consejo de Posgrado y Educación Continua de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia auditoria, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de otro Título o Grado de una Institución nacional o extranjera.

Atentamente,

Cristhian Martin Reyes Hidalgo



CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

PhD. Fabricio Guevara Viejo
Rector Universidad Estatal de Milagro
Presente.-

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente, procedo a hacer entrega de la cesión de Derechos del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi título de cuarto nivel, cuyo tema fue: **“DESARROLLO DE LAS RADIOS ONLINE EN LA FORMACIÓN CULTURAL DE LOS JÓVENES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**.

Cristhian Martín Reyes Hidalgo
C.I. 0915253837



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
INSTITUTO DE POST GRADO Y EDUCACIÓN CONTINUA
MAESTRÍA PROFESIONAL EN COMUNICACIÓN

CERTIFICACIÓN DE DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Magister en **COMUNICACIÓN MENCIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS Y COMUNITARIOS** otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA: _____ 57.33 _____

DEFENSA ORAL: _____ 39.66 _____

TOTAL: _____ 97 _____

EQUIVALENTE: _____ EXCELENTE _____

Dr. Mario Fernández Ronquillo
PRESIDENTE/A DEL TRIBUNAL

TUTOR TRABAJO DE TITULACIÓN

MSc. Luis Rosero Constante
SECRETARIO/A DEL TRIBUNAL



AUTORIZACIÓN

PhD. Fabricio Guevara Viejo
RECTOR
UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGO

Presente.

Yo, **Cristhian Martín Reyes Hidalgo**, en calidad de autor del Trabajo Fin de Master titulado “**Desarrollo de las Radios Online en la Formación Cultural de los Jóvenes, en la ciudad de Guayaquil**”, autorizo a la **Universidad Estatal de Milagro** a depositar el presente trabajo en el repositorio institucional garantizando el libre acceso, permitiendo solamente la consulta y/o descarga del mismo.

Este trabajo fue presentado como requisito previo a la obtención del Título de **Magister Profesional en Comunicación con mención en Medios Públicos y Comunitarios**, del Instituto de Posgrado y Educación Continua de la Unemi.

Cristhian Martín Reyes Hidalgo
C.I. 0915253827

Milagro, marzo 3 del 2020

DEDICATORIA

A Dios, por ser parte importante en mi vida y el desarrollo de mi carrera.

A mis padres, Haydee Hidalgo Chóez y Víctor Reyes Tumbaco, por estar conmigo en todo momento, compartiendo penas y alegrías, felicidad y sufrimiento, a ellos mi amor eterno.

A mis Abuelos, Tarcila Tumbaco y Germán Reyes, eje de estirpe real que impulsan una cultura firme y llena de valores. Especialmente a mi abuelita materna Emma Luzmila Chóez Franco (+) que aunque ya no me acompaña presencialmente, siempre la llevo en mi mente y mi corazón.

A mis sobrinos Gregorio Tigua y Guillermo Reyes, alegría en todo momento, y apego de amor sincero.

Cristhian Martin Reyes Hidalgo

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser parte de mi desarrollo, educativo, cultural y profesional.

A mis padres, siempre conmigo compartiendo mis triunfos. Estando a mi lado en los buenos y malos momentos; a ellos y para ellos, este nuevo galardón.

A la academia Unemi, por ser parte de mi experiencia profesional, guiar un aprendizaje eficaz con maestros y directivos, a ellos todo mi respaldo y confianza por la noble labor realizada en aras del desarrollo del país.

A mi tutor y revisor, por la realización de la presente obra donde está inmerso el conocimiento brindado por todos los docentes de la Universidad estatal de Milagro.

Cristhian Martin Reyes Hidalgo

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO DE ACEPTACION DEL TUTOR.....	II
DECLARACION DE AUTORIA DE LA INVESTIGACION	III
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	IV
CERTIFICACIÓN DE DEFENSA	V
AUTORIZACIÓN.....	VI
DEDICATORIA.....	VII
AGRADECIMIENTO	VIII
ÍNDICE GENERAL.....	IX
Índice de Tablas.....	XII
Índice de Figuras	XII
TEMA	1
INTRODUCCIÓN.....	3
EL PROBLEMA	5
1.1 Planteamiento del problema.....	5
1.1.1 Problematización.....	5
1.1.1.1 Origen y descripción del problema	6
1.1.1.2 Causas, consecuencias	6
1.1.2 Delimitación del Problema.....	7
1.1.3 Formulación del problema.....	7
1.1.4 Sistematización del problema.....	7
1.2 Objetivos	8
1.2.1 Objetivo General	8
1.2.2 Objetivos Específicos	8
1.3 Justificación.....	8
1.4 Hipótesis o ideas a defender.....	10
CAPÍTULO II.....	11
MARCO TEÓRICO.....	11
2.1 Marco teórico referencial	11
2.1.1 Radio online.....	11
2.1.1.1 Características de las radios Online.....	12
2.1.1.2 Tipos de radios online	13
2.1.2 Diferencia entre radio online y convencional	14
2.1.3 Medio de comunicación que escuchan los jóvenes.....	15
2.1.4 Uso del teléfono móvil por parte de los jóvenes.....	16

2.1.5	Cultura de emprendimiento en los jóvenes	17
2.1.6	Redes sociales y la radio.....	18
2.2	Marco contextual.....	19
2.2.1	Principales radios online en la ciudad de Guayaquil	19
2.2.1.1	Radio online Wilar.....	20
2.2.1.2	Radio online WQ	20
2.2.1.3	Radio online Diblu.....	21
2.2.1.4	Radio online Universal.....	22
2.2.1.5	Radio online I99.....	23
CAPÍTULO III.....		24
METODOLOGÍA Y RESULTADOS.....		24
3.1	Métodos aplicados	24
3.2	Tipos de investigación.....	24
3.3	Técnicas a utilizar.....	24
3.4	Población y muestra	25
3.5	Análisis de resultados	26
3.5.1	Encuestas a jóvenes de Guayaquil.....	26
Entrevistas realizadas		46
3.5.2	Focus group en la creación de un programa de radio online	50
CAPÍTULO IV.....		57
PROPUESTA.....		57
4.1	Tema de la propuesta	57
4.2	Antecedente de la propuesta.....	57
4.3	Objetivos de la propuesta.....	58
4.3.1	Objetivo general	58
4.3.2	Objetivo específico.....	58
4.4	Justificación.....	58
4.5	Análisis FODA de la información	59
4.6	Descripción de la propuesta.....	60
4.6.1	Generalidades del Programa “Jóvenes por el Cambio”	60
4.6.2	A quienes va dirigido el Programa “Jóvenes por el Cambio”	60
4.6.3	Características del Programa “Jóvenes por el Cambio”	60
4.6.3.1	Modalidad del programa	61
4.6.3.2	Forma de llevar el programa de radio online “Jóvenes por el Cambio”	61
4.6.4	Segmento principal “Jóvenes por el Cambio”	62
4.6.4.1	Objetivos.....	62

4.6.4.2	Logotipo.....	63
4.6.4.3	¿Quiénes dirigen el programa “Jóvenes por el cambio”?.....	63
4.6.5	Espacio a realizar “Jóvenes por el Cambio”	64
4.6.6	Relaciones Públicas del programa “Jóvenes por el Cambio”.	65
4.6.7	Costo de la inversión del programa online “Jóvenes por el Cambio”	65
	CONCLUSIONES.....	67
	RECOMENDACIONES.....	68
	BIBLIOGRAFÍA.....	69
	APÉNDICES.....	72
	Apéndice 1 Encuesta a jóvenes de la ciudad de Guayaquil	72
	Apéndice 2 Estudio de mercado a través de un focus group de jóvenes de Guayaquil.....	76

Índice de Tablas

Tabla 1 Causas y consecuencias de las radios Online	6
Tabla 2 Operacionalización de las variables	10
Tabla 3 Población de jóvenes en la ciudad de Guayaquil	25
Tabla 4 Edad.....	26
Tabla 5 Género.....	27
Tabla 6 Nivel de estudio	28
Tabla 7 Actividad que realiza	29
Tabla 8 Medio que se sintoniza	30
Tabla 9 Medio de comunicación que lo realiza	31
Tabla 10 Las radios digitales pueden aportar a desarrollar una cultura de emprendimiento	32
Tabla 11 Radio digital online con programación dirigida al emprendimiento	33
Tabla 12 La radio digital online debería existir diferente tipos de programación	34
Tabla 13 Una radio digital online debería tener y buscar a auspiciante	36
Tabla 14 Nombres para una radio digital online	37
Tabla 15 Horario de sintonización	38
Tabla 16 Formar una base de datos	39
Tabla 17 Participar activamente en las programaciones	40
Tabla 18 Importante que en la radio digital cuente con un equipo de producción.....	41
Tabla 19 La radio digital debe de tener convenio con principales universidades	42
Tabla 20 Innovación principal estrategia de los productores de programas	43
Tabla 21 Los jóvenes deben participar y dirigir la radio	44
Tabla 22 Promover la radio digital por redes sociales.....	45
Tabla 23 Interés una programación cultural e interactiva para los jóvenes.....	50
Tabla 24 Lo que atrae de una radio online	51
Tabla 25 Información referente a la programación de radio online	52
Tabla 26 Radio online es sintonizada por	53
Tabla 27 Que no agrada de programación de radio online.....	54
Tabla 28 Probabilidad que hay de que sintonice el programa en la radio online.....	55
Tabla 29 Matriz FODA en la programación y producción de un programa en online	59

Índice de Figuras

Figura 1 Formato de una radio Online de una embotelladora de bebidas.....	3
Figura 2 Formato de una radio Online de una embotelladora de bebidas.....	4
Figura 3 Radio online, similar a una radio tradicional sin frecuencia	16
Figura 4 Radio online Wilar	20
Figura 5 Radio WQ Radio.....	21
Figura 6 Radio Diblu	21
Figura 7 Radio Universal	22
Figura 8 Radio i99.....	23
Figura 9 Muestra de la población finita	26
Figura 10 Edad.....	27
Figura 11 Género.....	28

Figura 12	Nivel de estudio	29
Figura 13	Actividad que realiza	30
Figura 14	Medio que se sintoniza	31
Figura 15	Medio de comunicación que lo realiza	32
Figura 16	Las radios digitales pueden aportar a desarrollar una cultura de emprendimiento. ...	33
Figura 17	Radio digital online con programación dirigida al emprendimiento	34
Figura 18	La radio digital online debería existir diferentes tipos de programación	35
Figura 19	Una radio digital online debería tener y buscar a auspiciante	36
Figura 20	Nombres para una radio digital online	37
Figura 21	Horario de sintonización	38
Figura 22	Formar una base de datos.....	39
Figura 23	Participar activamente en las programaciones.....	40
Figura 24	importante que en la radio digital cuente con un equipo de producción.....	41
Figura 25	La radio digital debe de tener convenio con principales universidades.....	42
Figura 26	Innovación principal estrategia de los productores de programas	43
Figura 27	Los jóvenes deben participar y dirigir la radio	44
Figura 28	Promover la radio digital por redes sociales.....	45
Figura 29	Entrevista a Lic. Enrique Álvarez de radio Sucre	46
Figura 30	Entrevista a Lic. Jimmy Gómez de radio online Wilar.....	47
Figura 31	Entrevista a Marcos Cantos de radio Z1	49
Figura 32	Interés programación cultural e interactiva para los jóvenes	51
Figura 33	Lo que atrae de una radio online	52
Figura 34	Información referente a la programación de radio online	53
Figura 35	Radio online es sintonizada por	54
Figura 36	Que no agrada de programación de radio online	55
Figura 37	Probabilidad de que sintonice el programa en la radio online	56
Figura 38	Logotipo del programa “Jóvenes por el Cambio”	63

TEMA

Desarrollo de las radios online en la formación cultural de los jóvenes, en la ciudad de Guayaquil.

RESUMEN

El tema de desarrollo de las radios online en la formación cultural de los jóvenes, en la ciudad de Guayaquil, tiene su aplicación por motivo de que existe pocas innovaciones técnicas en las redes sociales y streaming, sin mayor promoción y limitada transformaciones tecnológicas, siendo el objeto de estudio la programación y la segmentación de jóvenes a las que se dirigen desde los estudio de grabación y edición donde la interrogante es que si ¿Es importante la radio online en la creación de programas culturales para los jóvenes?, siendo el objetivo general el determinar el uso de las radios online en la formación de programas culturales dirigidos a los jóvenes con el fin de que el aprendizaje este orientado a la formación de valores y aptitudes proactivas. Se realiza un estudio metodológico de enfoque cualitativo y cuantitativo con métodos como el exploratorio y descriptivo, en donde las encuesta se manifiestan la necesidad de un medio directo para la satisfacción de la información, para la gente joven, en conclusión la revolución tecnológica cambia constantemente y hay que estar al día con los medios de comunicación y así acaparar la nueva audiencia en el ciberespacio, el programa será dinámico, practico y proactivo y su audiencia se conecta a través de las redes sociales.

Palabras claves

Radio, Radio Online, Programas Culturales, Jóvenes, Información, Redes Sociales, Valores, Innovación, Transformaciones Tecnológicas, Comunicación Comunitaria.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad mostrar cómo una radio online es uno de los medios más utilizados en la comunicación para los cibernautas de una población extensa, debido a su cobertura y alcance. El medio radial, desde su creación, ha ido evolucionando en todos sus campos, en especial el técnico, y los formatos que son usados en las transmisiones varían continuamente.

La creciente participación de cibernautas o personas que navegan en el internet hace que los sistemas digitales de radiodifusión se acondicionen a las exigencias de los ciudadanos, empleados, estudiantes, entre otros, con el fin de mejorar la comunicación y haciendo del medio una organización útil y rentable.

La radio por internet, o también denominada Smart radio, es la exhibición de un formato de audio a través de la red. Su contenido se reproduce por un streaming y nace de la creación de un guion. Los requerimientos son: una computadora de mesa o portátil, internet, el esquema o formato del contenido, un micrófono y el servicio de streaming para que la radio se ubique en la red de internet.



Figura 1 Formato de una radio Online de una embotelladora de bebidas

Fuente: (Coca-Cola FM , 2019)

El esquema de una radio Online se lo utiliza en las computadoras, pero también en los teléfonos inteligentes (móviles, iPhone, iPod Touch, entre otros dispositivos). Con

determinadas app las radios convencionales, institucionales y comerciales, ponen al aire sus propias radios donde hacen alusión a temas del momento.



Figura 2 Formato de una radio Online de una embotelladora de bebidas
Fuente: (Radio Box , 2015)

En el Ecuador, existen radios que poseen una frecuencia AM o FM; sin embargo, las emisoras han optado por actualizar su sistema y, además, han ubicado un streaming para tratar de abarcar el segmento de jóvenes que están escuchando a través del teléfono o una computadora. Un ejemplo es radio Lluvia 97.5 FM, emisora local en la Sierra ecuatoriana pero que, a través del internet, llega a nivel internacional.

En este punto se establece un análisis de cuál es el alcance de las radios Online, en la cultura de los radioescuchas, y cuáles son las estrategias de expansión, a través de programas de interés popular. En la actualidad, es común observar a muchos jóvenes transitando por la ciudad con sus audífonos; entonces, las interrogantes son: ¿Qué escuchan?, ¿Qué medio social de internet sintonizan?, ¿Hay oportunidades de trabajo en una radio online?, ¿Cuáles es la demanda de programación que se escucha en la actualidad? Estas consultas deben ser contestadas recordando que hoy en día existen más teléfonos móviles que equipos de radio.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Problematización

La radio, como medio de comunicación, por naturaleza es un creador, generador y difusor de cultura; sin embargo, en nuestra ciudad, suele ser de muy poca atención y es por ello que es de suma importancia conocer y destacar si las emisoras en Guayaquil se preocupan por difundir programas culturales para sus oyentes. Así mismo, se debe analizar la creación y el crecimiento de la programación cultural, en los últimos años.

En el caso de la tecnología digital, es el mismo mercado el que impone el paso de su aplicación. Un productor de medio audiovisual termina por adaptarse a su uso, sin mayor observación. No vale decir lo mismo en el caso de los contenidos que se ofrecen a través del medio radiofónico; entonces, se ve la urgente necesidad de cambiar el concepto de programación si quiere entrar en una franca competencia con el resto de medios audiovisuales. Sería una utopía pensar, a corto o mediano plazo, en el desaparecimiento de la radio como medio masivo de comunicación.

Para una ilustración más real podremos señalar que no es lo mismo escuchar un programa en la radio analógica o tradicional, que a través de un medio digital (Internet) en el cual los consumidores buscan un mensaje más fluido y con menos esfuerzo de recepción. Pocas personas, o casi nadie, querrán invertir su tiempo y recursos económicos para escuchar un noticiario de una hora o más tiempo de duración. (Coronado, 2016)

Las radios Online, en teoría, son una buena opción de partida para poder enfrentarse a los cambios derivados del uso de las nuevas tecnologías, en el entorno cotidiano del internet y las redes sociales, dado que tiene más posibilidad para destacarse ante las emisoras normales que usan frecuencia AM, FM. Es la tendencia a la diversificación y personalización de la información y el entretenimiento, especialmente, valoradas para los jóvenes en el ámbito musical.

1.1.1.1 Origen y descripción del problema

El origen radica en que, en la actualidad, la radio tradicional no transmite programas culturales dirigidos a jóvenes, lo que resulta un problema social dado el desinterés por parte de estos; además, la apertura de la radio online resulta ser muy elevada desde la computadora y los teléfonos móviles. Muchos medios, incluso, buscan el internet para aplicar una app y poder ubicar una emisora a través del móvil y no simplemente en un aparato receptor.

Una radio online debe de tener un formato distinto donde se establezca un segmento fijo, acorde a la programación; donde se detallen esquemas de aprendizaje, donde el usuario ubique el medio para hacer uso de un tema de interés, que la radio emita programa sobre la formación cultural de los jóvenes en la ciudad de Guayaquil.

1.1.1.2 Causas, consecuencias

Las causas que no permiten el desarrollo de las radios online en la formación cultural de los jóvenes en la ciudad de Guayaquil, están detalladas en la siguiente tabla:

Tabla 1 Causas y consecuencias de las radios Online

CAUSAS	CONSECUENCIAS
Pocas innovaciones técnicas en las redes sociales y streaming	Provocan transformaciones en la propia concepción del medio en los jóvenes
Sistema de comunicaciones streaming moderno en internet sin mayor promoción	Navegación limitada por la falta de expansión de programas culturales
Estrictas transformaciones tecnológicas.	Factores de orden económico, político y cultural.

Elaborado por: Cristhian Reyes Hidalgo

1.1.2 Delimitación del Problema

Campo:	Guayas – Guayaquil.
Área:	Comunicación Social - Educación, Cultura.
Aspecto:	Exploratoria, Analítica y Descriptiva.
Línea de investigación:	Relaciones estratégicas entre comunicación, educación, y comunidad.
Sub línea:	Estudio de los medios de comunicación.
Eje de programa maestría:	Comunicación especializada.
Delimitación Espacial:	Guayaquil.
Delimitación Temporal:	6 meses.
Tema:	Desarrollo de las radios online en la formación cultural de los jóvenes, en la ciudad de Guayaquil.
Objeto del Estudio:	Considerar radio online para el estudio de la programación y la segmentación de jóvenes a las que se dirigen desde los estudio de grabación y edición.
Emisora online:	Programación de radio online Wilar.

1.1.3 Formulación del problema

¿Es importante la radio online en la creación de programas culturales para los jóvenes?

1.1.4 Sistematización del problema

¿Qué factores influyen en los limitados programas culturales, en las radios online, para los jóvenes?

¿Cómo se debería adaptar a un selecto número de usuarios para su fidelización?

¿Cuál es el segmento de mayor agrado e interés en los jóvenes en una emisora como Wilar Radio, y cómo se desplaza la información de los programas de interés?

¿Qué tipo de formato deberían de crear los programas radiales online para que la cultura en los jóvenes sea proactiva, dinámica y de respeto?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Determinar el uso de las radios online en la formación de programas culturales dirigidos a los jóvenes con el fin de que el aprendizaje este orientado a la formación de valores y aptitudes proactivas.

1.2.2 Objetivos Específicos

Describir la definición teórica de las radios online en la formación cultural de los jóvenes, en la ciudad de Guayaquil.

Evaluar el interés en la formación cultural de los jóvenes al momento de sintonizar una radio online, desde el móvil o PC.

Proponer el diseño de un programa en una radio online que despierte el interés de los jóvenes y repercuta en una cultura de valores y emprendimiento.

1.3 Justificación

Este trabajo va proyectado a promover y generar cada uno de los espacios de producción de contenidos culturales, por medio de las radios online, enfocado a los jóvenes de la ciudad de Guayaquil. La radio de género es una iniciativa que fomenta el interés de esa cultura, la cual ha quedado -ciertamente- olvidada en los últimos tiempos. Dada las circunstancias, este trabajo se encuentra en una situación favorable. En el caso de las radios FM, es obvio el desinterés de promover la cultura. La mayor parte de las

emisoras sólo se caracteriza por enfocarse en temas de espectáculo y existe una “pobre información” de temas culturales que es manejada por las radios.

Hay radios que tienen frecuencia abierta de característica amplitud modulada (A.M.) y frecuencia modulada (F.M.), que están en constante innovación. Estas emisoras dan espacios a cobertura de noticias y otros datos que se encuentran en la web; es decir, amplían su sintonía a un público cibernauta. Se consideran radios Online a todas aquellas frecuencias que están en internet y comparten un canal web, y un espectro radial, entre las principales radios están: Wilar, Miriam, Águila, Onda positiva, Estrella, Radio Sucre, entre otras.

La creación de una radio online, netamente cultural, beneficiará a la comunidad que podrá gestionar un nuevo lenguaje. Los jóvenes, especialmente, podrán tratar un amplio mundo de vidas y ejemplos que vislumbre conocimiento en temas de interés social, económico, político, ambiental, entre otros, para así darle una visión más clara a nivel familiar y profesional.

Una radio digital online requiere la participación continua de líderes, grupos juveniles, y asociaciones, quienes desarrollarán una programación fija y con temas y propuestas e innovaciones constantes que vayan acorde con las necesidades de la población.

La radio online se puede compartir en línea y recomendar a personas relacionadas con los temas de la programación. La audiencia puede compartir lo que está sucediendo en el acontecer diario, en el ámbito social, cultural, informativo y deportivo para que estos temas sean de dominio público. (Álvarez, Enríquez, & Hurtado, 2013)

Los beneficiarios de esta investigación serían los jóvenes, la familia y la sociedad, la misma que, a través de producciones culturales, podrían saber temas como: hacia dónde va el joven, qué es capaz de hacer, cómo mejorar la calidad de vida individual y colectiva; dar conocimiento y fortaleciendo a la identidad, los valores, el civismo, la ética, la moral, las buenas costumbres; y, demás aspectos básicos que ayuden a la coexistencia humana irracional de hombres y mujeres de la sociedad ecuatoriana.

1.4 Hipótesis o ideas a defender

Una radio online mejoraría la cultura, los valores y el conocimiento de los jóvenes de la ciudad de Guayaquil.

Variables

Variable independiente

Programación de radio online

Variable Dependiente

Valores en los jóvenes

Nuevos aprendizajes

Tabla 2 Operacionalización de las variables

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e Instrumentos	Escala de Medición
Variable independiente Programación de radio online	Busca la participación de sus audiencias mediante programación dedicada a educar, entretener, informar y orientar a los radioescuchas a través del uso de un medio de transmisión.	Informar y orientar	Espacios públicos. AM, FM, Internet. Rurales, Urbanas	Encuestas Programas estadísticos Referencias bibliográficas	Escala de Likert Selección múltiple
Variable Dependiente Valores en los jóvenes	Los valores tienen que practicarse constantemente, porque suele suceder que al momento de dejar de practicar cierto tipo de actividad se vuelve olvidadiza.	Derechos e instituciones sociales	Derecho a la comunicación	Encuestas	Escala de Likert Selección múltiple
Nuevos aprendizajes	Adquisición del conocimiento de algo por medio del estudio, el ejercicio o la experiencia, en especial de los conocimientos necesarios para aprender algún arte u oficio.	Derechos humanos	Expresión y Procesos	Encuestas	

Elaborado por Crithian Reyes Hidalgo

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco teórico referencial

2.1.1 Radio online

La radio es uno de los principales medios de comunicación masiva, su frecuencia llega a diferentes sectores, en amplitud o frecuencia modulada; sin embargo, la tradición de escuchar radio nunca terminará. Su dial se lo ubica en radios analógicas, digitales y actualmente por internet. La innovación de una radio depende de la homogeneidad de la transmisión y con la tecnología.

En la actualidad, existen muchos programas radiales y televisivos que, sin necesidad de una frecuencia, son vistos en los aparatos celulares y en la computadora, siempre y cuando se posea una red de internet. La tendencia de crecimiento de las radios utilizando internet está en constante aumento, su despliegue hace que las radios tradicionales también tengan un espacio en la web, donde los usuarios observen directamente la transmisión desde un teléfono móvil o el computador.

Para el autor Peñafiel (2016) se la define como:

La radio online es una tecnología que posibilita la transmisión de señales a través de la modulación de ondas electromagnéticas y por medio del internet, los cuales no requieren de un medio físico de transporte por lo que pueden propagarse tanto a través del aire como del espacio. (Pág. 43)

Peñafiel señala que la radio puede transmitir información las 24 horas del día e incluso puede programar espacios noticiosos, deportivos o entrevistas en horario establecido y previamente grabado, y ser repetido por la acogida percibida. La innovación y la creatividad en la programación son el principal eje de cobertura y acaparación de los cibernautas.

Según el autor Belau (2012) afirma que:

“La radio online y convencional es aquel producto escuchado a través del receptor y por medio del internet, el cual es únicamente comprensible e identificable en función de la capacidad de restitución del contenido semántico de los mensajes que tiene la grabación, por un lado; y la radio, por otro, puestos en relación con el cuadro de referencias culturales y de experiencias del oyente” (Pág. 15)

El autor señala que en la actualidad todas las negociaciones se realizan por el internet, siendo necesario que exista un medio promocional que permita, a través de la web, comercializar productos y servicios, considerando el e-marketing y el e-commerce como las principales herramientas utilizada en las negociaciones. El oyente, por el desarrollo de la radio online, logra conocer la necesidad y, a su vez, se mantienen satisfechos los requerimiento del público joven que se encuentra poseído por la navegación en el internet.

2.1.1.1 Características de las radios Online

Una de las principales características, en el manejo una radio online, es que se puede hacer muchas acciones desde tu propio celular o computador; a la vez, se logra tener los audífonos conectados y estar trabajando e incluso estudiando. La ventaja es que puedes abrir varias ventanas y sigues escuchando la programación; incluso, puedes participar interactivamente en temas de actualidad para ganar premios o descuentos de una determinada firma comercial que auspicie en el medio digital.

El autor Lozano (2017), referente a las características de las radios online, indica que:

Este medio de comunicación puedes implementarlo desde la comodidad de tu hogar, oficina o cualquier otro espacio físico que cuente con los equipos necesarios; además, los encargados de analizar e instalar el software también encuentran una plaza de trabajo ya que de ellos depende la agilidad de la página. (Pág. 15)

Es interés de este trabajo crear una radio especial, dirigida a los jóvenes. Este espacio busca que, desde el teléfono o el computador, pueda aportar con varios temas de interés y a la vez expresar información de lo que en la actualidad observan y escuchan. La finalidad es dar un ajuste al selecto público adherente a las radios online.

Casajús (2016) señala que:

El fenómeno de la radio en internet ha significado un cambio profundo en las formas, tanto de hacer como de consumir radio. Ha supuesto una ruptura en la concepción tradicional de este medio que plantea un nuevo modelo comunicacional. Nuevos usos, características y posibilidades impregnan la radio a partir de internet y, en estos últimos años, de las posibilidades que brinda la web 2.0 centradas en la interactividad y la colaboración. (Pág. 291)

La radio convencional posee un radioescucha tradicionalista y común que supera los 40 años, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), este grupo representa alrededor de un 25% la población en general; sin embargo, la juventud, que en el Ecuador se estima de los 15 hasta los 34 años, alcanza un promedio total del 40%, lo que equivale a alrededor de cinco (5) millones de jóvenes. Este último grupo posee el conocimiento en el manejo de redes sociales, programas online, entre otras actividades de entretenimiento a través del internet.

2.1.1.2 Tipos de radios online

En la actualidad existen temas que llaman la atención a un público objetivo; es decir, si hay gusto por un deporte, como el fútbol, a la audiencia le interesa tener información relativa al tema. Esto implica una comunicación veraz, de mayor atractivo y presencia. Es este caso, de una u otra manera, a los jóvenes les interesa el tema y están dispuestos a escuchar un diálogo deportivo y participar en sus promociones.

La radio online se concentra netamente en el tema del fútbol y es por ello que proceden a buscar auspiciantes y usuarios que entren como una gestión de vínculo muy directa entre las partes.

Otro ejemplo podría suscitarse en un sector de nutrición, donde la gastronomía es su principal detonante. Muchas amas de casa estarían conectadas a una radio online con una programación de alimentos tradicionales que ayuden a una mejora en la salud de su familia.

El autor Jerez (2014) señala que:

La radio que transmite en línea, y que utiliza de mejor manera las herramientas que proporciona la internet, llega a convertirse en un servicio popular y de gran uso para personas que por diversas causas no se encuentra en su país de origen y para personas que cuentan con intereses diversos tanto musicales, publicitarios, culturales, etc. (Pág. 56)

Es por eso que el autor manifiesta que la transmisión es directa. Referente al interés de la juventud, muchos son los temas que llaman la atención, cómo el tipo de música, la forma que se lleva la información, anuncios publicitarios y temas de índole cultural, entre otros.

Para Consuegra (2018):

Las redes sociales han contribuido con la evolución de la radio y la forma de escuchar a los oyentes, creando la posibilidad de mejorar las interacciones entre la emisora y oyente. Se ha logrado mejorar la calidad de transmisión de sus programas, para que sean vistos desde una pantalla, que anteriormente no existía. La comunicación con la audiencia resulta ser más directa. (Pág. 21)

El hecho de mejorar la interacción entre el oyente y una emisora online crea una experticia en la comunicación. Se logra trascender y se ubica a un fiel radioescucha a través del internet. La creatividad e innovación juega un papel importante en el momento que se elabora la programación. El resultado puede ser una mayor audiencia y el incremento de participación en determinados espacios/concursos que se transmiten en directo.

2.1.2 Diferencia entre radio online y convencional

Una radio convencional está ubicada en aparatos comúnmente tradicionales, como equipos de sonidos, radios portátiles, radios de carros, entre otros; muestran gran apertura de sintonización en el hogar, empresa, o vehículos. Sin embargo, la radio online refleja una amplitud en el mundo. Se llega a más audiencia y solo se requiere del internet con un celular o computador.

Videla y Piñeiro (2017) señala que:

Después de dos décadas de evolución de la radio online, que dieron lugar a un universo de consumo híbrido en el que radio tradicional y digital coexisten y se complementan, el estudio desarrollado ha permitido señalar un cierto conservadurismo de los oyentes-usuarios en cuanto al acceso y disfrute de los contenidos radiofónicos. (Pág. 1450)

Los autores Carrera y otros (2016) indica que:

Por una parte, los oyentes siguen accediendo mayoritariamente a las emisoras generalistas desde el receptor tradicional; por otra, en su consumo de radio online, estos usuarios se decantan por el disfrute de la emisión en directo -en streaming- lo que supone una infrutilización de las posibilidades de uso y personalización que le brindan las plataformas web y móvil. (Pág. 223-231).

2.1.3 Medio de comunicación que escuchan los jóvenes

Los medios de comunicación son una ventana abierta en temas de moda, deportes, cultura y educación de los jóvenes; la dinámica e interacción, hacen que el internet sea una herramienta común en el espectro de radio y televisión online. El estar con un dispositivo telefónico en todo momento, hace que el manejo de medios online tenga mayor pronunciamiento.

Salgado (2013) señala que:

Los jóvenes manejan la tecnología con mayor rapidez y frecuencia, por lo tanto, para acoger el público necesario, el contenido debe ir dirigido a un público joven, que se mantenga enganchado por la información que se le brinda a diario en la programación implementada por el director de la misma. (Pág. 1)

La tecnología es el instrumento que mayormente utilizan los jóvenes, la revolución recae en las redes sociales y en los medios online. Existe información inmediata y centrada; además, alberga temas de actualidad y sobre la realidad de la comunidad.



Figura 3 Radio online, similar a una radio tradicional sin frecuencia
Fuente: (Radio Trend Topic , 2014)

Los jóvenes poco utilizan las radios AM y FM, se enfocan en las radios por internet. Este grupo específico busca un lugar para, que con el micrófono, estudios profesionales, en periodismo, locución y presencia en redes sociales, lograr acaparar la sintonía. Muchos de ellos trabajan en radios tradicionales que tienen frecuencia abierta y están dirigidas a un selecto número de radio escuchas; sin embargo, existen profesionales en áreas de periodismo que crean sus propias estaciones de radio a través de la red internet. La programación que transmite abarca diferentes temas que llega a todo el mundo. No hay datos oficiales sobre el número de radios online en el mundo, mucho menos en el Ecuador; no existe cobertura, ni límite de acción. Sin embargo, su plataforma permite la edición de diferentes formas de audios por internet.

Hoy en día los usuarios de radios, que mantienen un promedio de edad de 25 años, difícilmente escuchan un aparato tradicional. Este grupo escucha radio a través de un computador o el móvil. El negocio de la radio online se sustenta con el comercio de espacios para programación de diversos temas y la venta de publicidad; lo mismo que hace una radio FM, siendo el sonido y su calidad lo que hacen la diferencia.

2.1.4 Uso del teléfono móvil por parte de los jóvenes

El teléfono móvil tiene presencia máxima en la población y en la actualidad se considera que existe mayor cantidad de teléfonos que habitantes, debido a las continuas actualizaciones que existen. Una persona, incluso, tiene un promedio de 5 celulares cada tres años. Estos datos revelan que un móvil es un instrumento de necesidad en las personas, quienes adquieren un equipo con servicios de telefonía, internet y redes sociales.

Román (2017) señala que:

El uso del celular, en los jóvenes, tiene mayor relevancia en aspectos académicos, sin perder de vista que el entretenimiento y la comunicación también son factores fundamentales para la utilización del teléfono móvil; además, ellos han determinado que esos son los aspectos más importantes para su experiencia diaria académicamente. (Pág. 74)

Morán (2015) considera que el uso de los diversos dispositivos de información desarrollados actualmente es una necesidad del día a día, especialmente para los jóvenes universitarios. Estos equipos se constituyen en una excelente fuente de conocimientos fuera de las aulas que permiten desarrollar su sentido investigativo.

El uso de dispositivos móviles se ha convertido en una necesidad de las nuevas y antiguas generaciones; pues, padres e hijos han tenido que desarrollar habilidades en el manejo de celulares, laptops, tablets, entre otros, que permiten una mayor comunicación con amigos, familiares en el país o en el extranjero, maestros, colegas y demás.

2.1.5 Cultura de emprendimiento en los jóvenes

La educación en los jóvenes se da con libros y temas de investigación, donde un tema implica el navegar en el internet para buscar plataformas y páginas que denotan el interés de jóvenes que desean emprender. Una radio online es un emprendimiento donde la imaginación e innovación son la gestión de comunicación eficaz, la misma logra la sintonía de otros jóvenes mediante la producción de diferentes programaciones.

Para Arauz (2013):

El objetivo es fomentar la cultura de emprendimiento, adquiriendo una gran cantidad de participantes con ideas viables y que puedan ser financiadas. Por otro lado, nuestro objetivo no es tener las acciones por mucho tiempo; por lo tanto, es de nuestro mayor interés poder vender el portafolio de acciones al finalizar el primer año de operación para poder invertir en nuevos proyectos en el siguiente periodo. (Pág. 74)

Para la Asamblea Nacional Constituyente (2013) se crea un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional, mediante la formación en competencias básicas,

laborales, ciudadanas y empresariales, a través de una cátedra transversal de emprendimiento, que es la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de educación en todos sus niveles, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento.

Según el autor (Acosta & Cruz, 2017):

También, a través de la docencia, se puede contribuir al éxito de las iniciativas de emprendimiento, siendo este uno de los ejes más importantes. Debido a la relación cotidiana, comprendida entre docente-estudiante, se ejerce una influencia sobre estos -independientemente de una representación del emprendimiento- a lo largo del módulo educativo. (Pág. 26)

2.1.6 Redes sociales y la radio

La radio está en continua transformación; existe innovación, interacción e inmediatez. La radio está presente en el internet y en las principales redes sociales, manteniendo imagen y presencia en un mercado de jóvenes ansiosos por percibir información directa de una comunidad virtual. Sin embargo, cada radio online busca transmitir temas con relación a la necesidad de los jóvenes, siendo los radioescuchas quienes ubican una dirección electrónica para poder escuchar a las personas que están detrás del micrófono.

Para Lanusse (2017).

Las redes sociales y la radio web están vinculadas por la interacción que las redes le aportan al desarrollo de ésta última. A partir de la interactividad que brindan las redes sociales es que la radio web ha recuperado la conversación con el oyente, que además es consumidor y puede participar e inclusive producir contenido.

Una radio online está obligada a innovar su contenido. Debe generar relevancia en el mensaje para proporcionar técnica de fondo, formas, profundidad y preponderancia. Así mismo debe construir una audiencia en las redes sociales, para ser parte de la comunidad virtual y que la misma aliente a la pertenencia de los radioescuchas.

Cebrian Herreros (2013) señala que:

La radio web recoge las aportaciones de la radio tradicional y las modifica para convertirlas en productos diferentes. En unos casos, mediante la apertura a la navegación, enlaces e interactividad y, en otros, mediante diversas fragmentaciones para que los usuarios accedan a ellas de manera aislada. La orientación es hacia la creación de una oferta específica y distinta a la radio tradicional; así mismo, implica una transformación del modelo de comunicación radiofónica debido a la incorporación de las especificidades de internet. (p. 430)

La continuidad de una radio online, en las redes sociales, representa una presencia relevante con los jóvenes y la comunidad virtual. Cada oyente es un amigo crítico y el medio de comunicación debe emitir sus políticas para considerar ciertos planes y monitorear las confrontaciones.

Para Warkentin de la Mora (2012)

Al mismo tiempo, la radio se convierte en una voz en las redes ya que puede mandar mensajes, enlaces o complementos a lo que se dijo. La radio, en las redes, es un jugador del ciberespacio. Con las redes, la radio recupera algo que le era muy propio y es la conversación. Antes se escuchaba la radio en familia y se conversaba sobre ello. La radio era una compañía. Hoy ese espacio de conversación se trasladó a las redes, con la radio como principal promotor. (p. 432)

Salaverría (2015) indica que la incorporación de los medios de comunicación a internet es un fenómeno que ha producido transformaciones sustanciales en el ámbito del periodismo y la comunicación. Ha implicado la emergencia de nuevos modelos y paradigmas y una ruptura en la concepción tradicional tanto de los medios de comunicación, como del periodismo en sí mismo.

2.2 Marco contextual

2.2.1 Principales radios online en la ciudad de Guayaquil

Con un simple click se puede entrar a una radio digital en el internet. Este medio posee diferente información que permite cambios directo en la cultura y

costumbres del oyente; además, se puede mencionar que, gracias al espacio radial, se puede dar conocimiento al tema de interés comunitario.

2.2.1.1 Radio online Wilar

Wilar Radio, con cinco años en el mercado de los medios de comunicación, es una de las principales emisoras de radio online. Posee diferentes programas que resaltan la cultura y el conocimiento. Una de las estrategias que tiene la emisora es buscar profesionales competentes en determinada área de desempeño, donde el criterio de los moderadores/expertos permite entablar un diálogo directo entre el cibernauta y el medio de comunicación.



Figura 4 Radio online Wilar
Fuente: (Wilar Radio , 2015)

La radio Wilar es netamente online, no tiene señal de amplitud o frecuencia modulada. Su transmisión depende de la base de datos adherente a la radio y a sus programaciones que son manejados por profesionales en diferentes aéreas. Tiene un dominio preponderante en redes sociales, mismas que son parte de la fortaleza de la emisora.

2.2.1.2 Radio online WQ

Es una radio que se encuentra ubicada en pleno centro de Guayaquil, posee una frecuencia modulada en el dial 102.1. Su público es juvenil, dinámico e inteligente.

WQ radio online, por su parte, realiza transmisiones es en vivo. Maneja encuestas sobre temas musicales u obras teatrales; además, realiza invitaciones a personajes de la farándula local e internacional, creando un fuerte nexo con el público. El resultado de su estrategia lo muestran sus estadísticas, y es que sus transmisiones on line llegan a una cantidad promedio de 8000 cibernautas.

La radio, tanto en frecuencia modulada como en el internet, mantiene un promedio de alrededor de 25.000 oyentes fijos. La fidelidad se atribuye al manejo adecuado en la locución, buena estrategia promocional e invitados especiales que motivan el interés participativo de los radioescuchas y cibernautas.



Figura 5 Radio WQ Radio
Fuente: (Radio, 2016)

2.2.1.3 Radio online Diblu

Diblu, en una radio con frecuencia modulada y online, tiene programación directa para la juventud. Su música es tradicional para todos los jóvenes de 15 a 34 años y esto permite al medio construir una comunidad importante en el internet. Existe programación variada, manejada por profesionales competentes en el área del periodismo; sin embargo, hay una gran cantidad de temas que son “absorbidos” por radioescucha de una mayor edad.



Figura 6 Radio Diblu
Fuente: (Diblu FM, 2019)

La radio tiene gran expectativa en el manejo de los oyentes. Se considera que posee un público selecto de cibernautas, quienes constantemente participan en concursos y en las diferentes promociones ofrecidas por la radio. El manejo de las redes sociales -en vivo- permite ofrecer saludos e identificar a un público selecto que exige variedad de temas y que son de dominio público.

2.2.1.4 Radio online Universal

Radio Universal es un medio pionero en comunicación. Se reproducción se realiza a través de la amplitud modulada. Su parrilla de programación abarca noticias, música y temas sociales. Se considera que esta emisora ha tenido un cambio considerable, debido a la evolución de sus periodistas que, aunque poseen experiencia en temas de comunicación, han tenido que ir sumándose al proceso de innovación interactiva por medio de la internet. La participación de su audiencia se genera mediante foros, chats, redes sociales, entre otros.



Figura 7 Radio Universal

Fuente: (Radio Universal , 2019)

Radio Universal mantiene una gran sintonía a través de su señal online. Su público objetivo, en la frecuencia de amplitud modulada, alcanza los 6000 oyentes en principalmente en las aéreas rurales de la ciudad de Guayaquil; sin embargo, su audiencia online se extiende tanto a las zonas urbana y rurales. Su público, netamente adulto, a través del internet, tiene la opción de escuchar temas relacionadas al ámbito de noticias, deportes, económica y sociedad. El promedio de cibernautas alcanza las 4000 personas y va en aumento.

2.2.1.5 Radio online I99

Radio I99 es una de las empresas de comunicación que cumple con el objetivo de informar, entretener y educar a una audiencia de diferentes generaciones. Tiene una programación entretenida, informativa y del disfrute de todos los oyentes. Una de sus prioridades es que día a día se preparan y deciden innovar su programación para obtener la captación de más oyentes de diferentes edades.



Figura 8 Radio i99

Fuente: (Radio I99, 2019)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y RESULTADOS

3.1 Métodos aplicados

La investigación, referida al uso de las radios online, está dirigida a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. El trabajo relata el argumento de centrar un medio de comunicación que busque solucionar los problemas de transmisión en un nuevo esquema digital, desde la web y en redes sociales.

La utilización de diversos métodos de investigación ayudará a la recopilación de datos que revelen los principales aspectos de los objetivos específicos a conciliar en la presente investigación, con un enfoque cualitativo y cuantitativo, describiendo así cada uno de los hechos observados.

3.2 Tipos de investigación

Acorde a los objetivos específicos, la investigación data de la aplicación de un método exploratorio, no experimental y descriptivo, aplicándose de la siguiente forma:

La investigación exploratoria consiste en estudiar un problema que no está claramente definido, por lo que se lleva a cabo para comprenderlo y así identificar las radios online y las estadísticas de acción del uso de la misma; además, se realiza un análisis directo de las radios existentes en la actualidad y que usan tecnología informática y espacios en la web.

La investigación descriptiva permite un análisis directo sobre el interés de los jóvenes al momento de escuchar una radio online, considerando la necesidad de la sintonía, el mercado al que se dirige la programación, los elementos prácticos para innovar y acaparar la atención en los cibernautas comprendidos en edades los entre los 15 años a 34 años.

3.3 Técnicas a utilizar

La creación de programas, en una radio online, tiene que despertar el interés de jóvenes, de entre 15 a 34 años, para incursionar en mercado de cibernautas. Las técnicas de recopilación de información son a través de la observación en este grupo segmentario de la ciudad de Guayaquil. Se realiza una matriz de encuesta para la creación de un

programa vía online, desde una radio tradicional o un espacio en la web (dirigida específicamente a los jóvenes) y, por último, se efectúa entrevistas para conocer los principales temas de interés de la juventud de la ciudad de Guayaquil

La observación se basa en el análisis de la radio online y los problemas sociales en los jóvenes, para difundir programas en un espacio de internet. A través de un esquema programático que permitiría solventar un tema social en la problemática existente, así mismo, con un estudio de campo se prioriza la aceptabilidad de la creación de una radio online para la sociedad.

Las encuestas se basan en la realización de preguntas directas, referente a la sintonía de una radio online, y en la medición de la capacidad de los jóvenes para, posteriormente, analizarlas y determinar la percepción de los encuestados, acorde a la creación de un programa interactivo en el internet.

La entrevista, dentro de un estudio cualitativo, vislumbra el accionar de los jóvenes y los emprendedores que buscan solventar las necesidades del porqué sintonizar preferentemente una programación vinculada a la satisfacción de una de las áreas en que se desenvuelven la juventud.

3.4 Población y muestra

Para la realización de las encuestas se considera al universo que corresponde a los jóvenes que tienen edad entre los 15 a 34 años, en el territorio de la ciudad de Guayaquil, donde fueron estimados un aproximado de 1'100.800 jóvenes que usan el internet.

Tabla 3 Población de jóvenes en la ciudad de Guayaquil

Guayaquil	3200000	Porcentaje
15 a 19	313600	9,80%
20 a 24	284800	8,90%
25 a 29	265600	8,30%
30 a 34	236800	7,40%
	1100800	

Fuente: INEC (2010)

Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

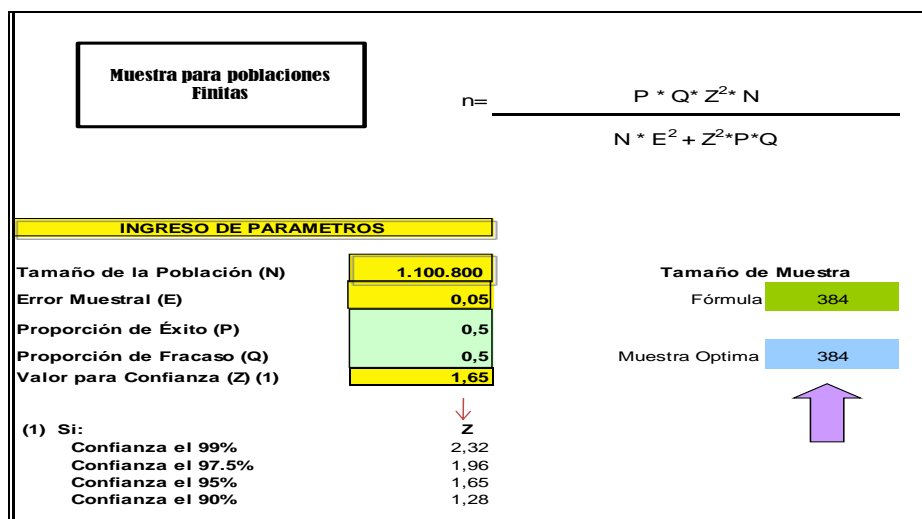


Figura 9 Muestra de la población finita

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019 – INEC, 2010

Elaborado por: Cristhian Reyes Hidalgo

De acuerdo al universo que se tomó en la ciudad de Guayaquil y a los porcentajes en las edades descritas por el Instituto Nacional de Estadística y Censo del Ecuador (INEC), donde se desprende un total estimado y proyectado de ciudadanos que tiene Guayaquil, equivalente a 3'200.000, y considerando los porcentajes en edades actuales, se procede a calcular una población de 1'100.800 jóvenes.

El resultado arroja una cantidad de 384 encuestados, resultado de una muestra de población finita, lo que determina el margen de error (E) fue de 0,05; la proporción del éxito (P) fue del 0,5; así mismo, la proporción del fracaso (Q). Se ha llegado a considerar que el valor de la confianza (Z) es del 1,96, de acuerdo al 95% de probabilidad de éxito.

3.5 Análisis de resultados

3.5.1 Encuestas a jóvenes de Guayaquil

Edad de los encuestados

Tabla 4 Edad

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 18	140	36%
De 18 a 30 años	160	42%
De 31 a 45 años	66	17%
Mayor de 65	18	5%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

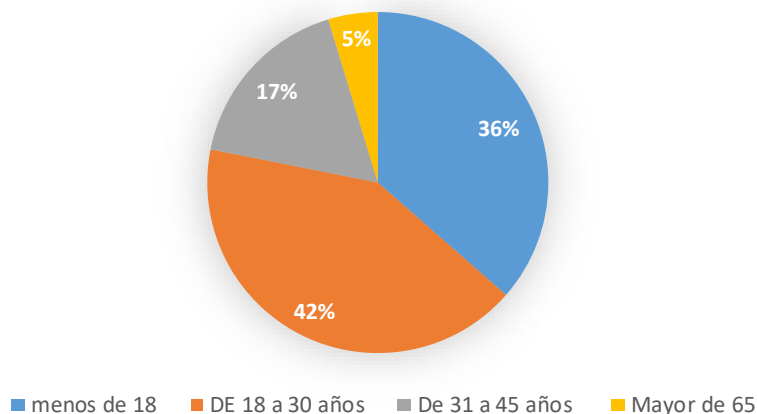


Figura 10 Edad

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

Interpretación y Análisis:

Se tomó en consideración a los jóvenes para la realización de la encuesta. Del 100% de los resultados, el 42% se realizó en edades de 18 a 30 años; mientras que menos de 18 años, alcanza el 36%; por otro lado, el 17% corresponde a los de 31 a 45 años de edad; y, finalmente, el 5% son mayores de 65 años.

Género

Tabla 5 Género

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	195	51%
Femenino	189	49%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

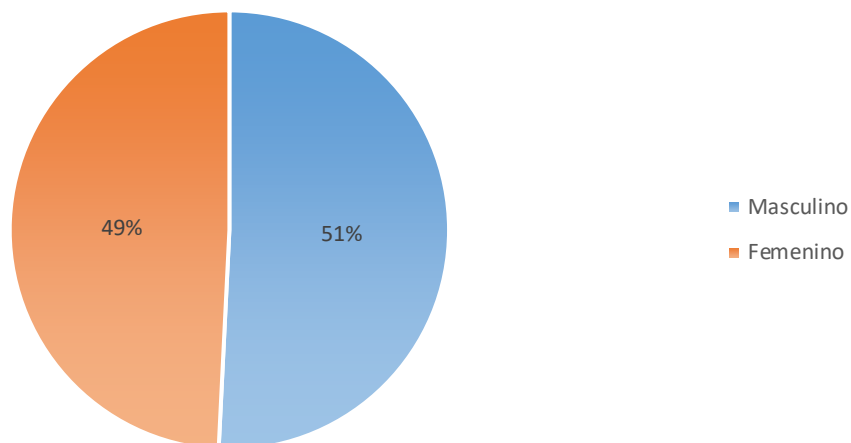


Figura 11 Género

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

Interpretación y Análisis:

Se dio que el 51% de los jóvenes encuestados son masculinos, mientras que el 49% son personas femeninas.

Nivel de estudio

Tabla 6 Nivel de estudio

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Primaria	50	13%
Secundaria	72	19%
Superior	90	23%
Cuarto Nivel	125	32%
Doctorados	37	10%
Otros	10	3%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

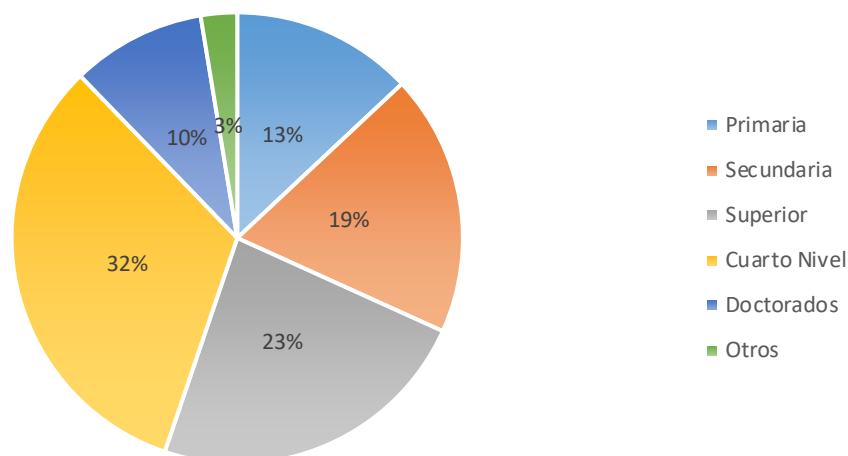


Figura 12 Nivel de estudio

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

Interpretación y Análisis:

El 32% de las personas encuestadas son de cuarto nivel, el 23% superior, el 19% son secundarias, el 13% son primaria, el 10% son doctorados, mientras que el 3% tienen otro nivel de estudio.

Actividad que realiza

Tabla 7 Actividad que realiza

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trabaja	100	26%
Estudia	137	36%
Trabaja y estudia	125	32%
Ni trabaja ni estudia	22	6%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

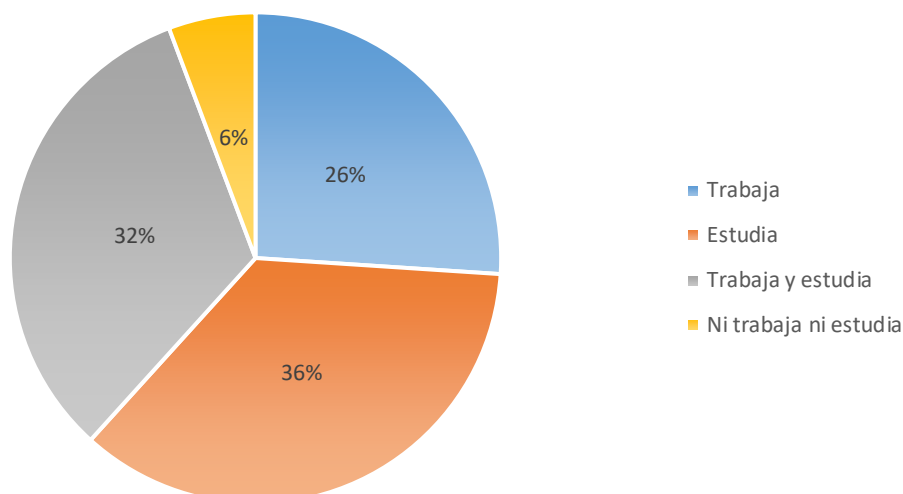


Figura 13 Actividad que realiza

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

Interpretación y Análisis:

Trascendió que el 36% de las personas encuestadas solo estudian, el 32% trabajan y estudian, el 26% son trabajadores, mientras que el 6% no trabajan ni estudian.

1) ¿Qué medio de comunicación comúnmente usted sintoniza?

Tabla 8 Medio que se sintoniza

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	102	27%
Radio	55	14%
Prensa escrita	66	17%
Redes sociales	115	30%
Radio o tv. Digital	30	8%
Otros	16	4%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

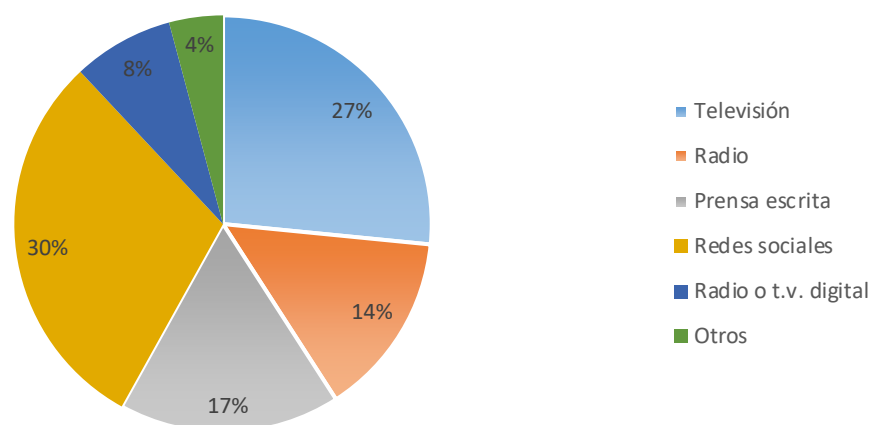


Figura 14 Medio que se sintoniza

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

Interpretación y Análisis:

De acuerdo con los datos recolectados, mediante la encuesta, se puede observar que el 30% sintoniza las redes sociales, un 27% sintoniza la televisión, otro 17% en la prensa escrita; también se puede observar que un 14% sintoniza radio. Además, un 8% sintoniza la radio o tv digital y, finalmente, dejan con un resultado del 4% al grupo que sintonizan otros medios.

2) ¿En el momento que sintoniza un medio de comunicación lo realiza por?

Tabla 9 Medio de comunicación que lo realiza

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Teléfono móvil	120	31%
Computadora personal	125	33%
Tablet	80	21%
Otros	59	15%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

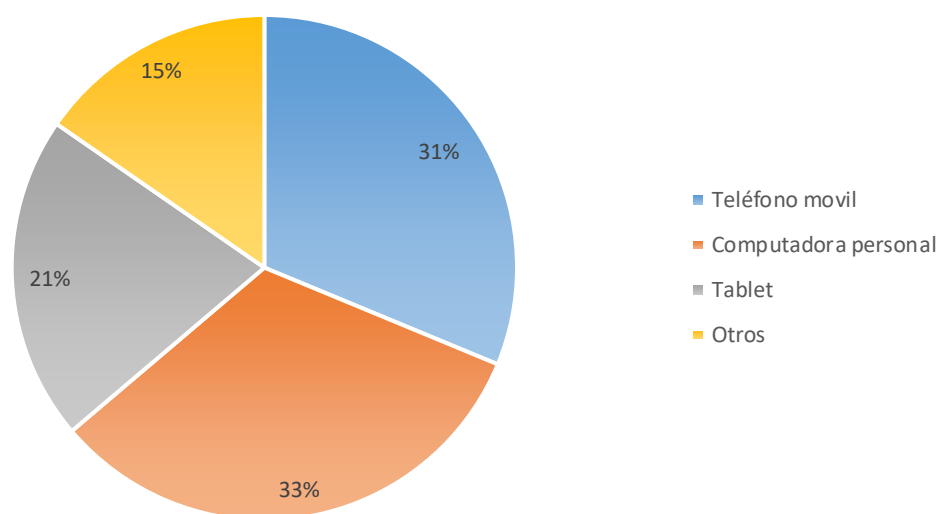


Figura 15 Medio de comunicación que lo realiza

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

Interpretación y Análisis:

Del total de personas encuestadas, el 33% indica que realiza comunicación por medio de una computadora personal. Un 31% lo realizan a través de un teléfono móvil, mientras que un 21% a través de una tablet y, finalmente, con un porcentaje del 15%, con otro tipo de medio de comunicación.

3) ¿Considera que las radios digitales pueden aportar a desarrollar una cultura de emprendimiento en los jóvenes de la ciudad de Guayaquil?

Tabla 10 Las radios digitales pueden aportar a desarrollar una cultura de emprendimiento

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	95	25%
De acuerdo	145	38%
En desacuerdo	44	11%
Totalmente en desacuerdo	100	26%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

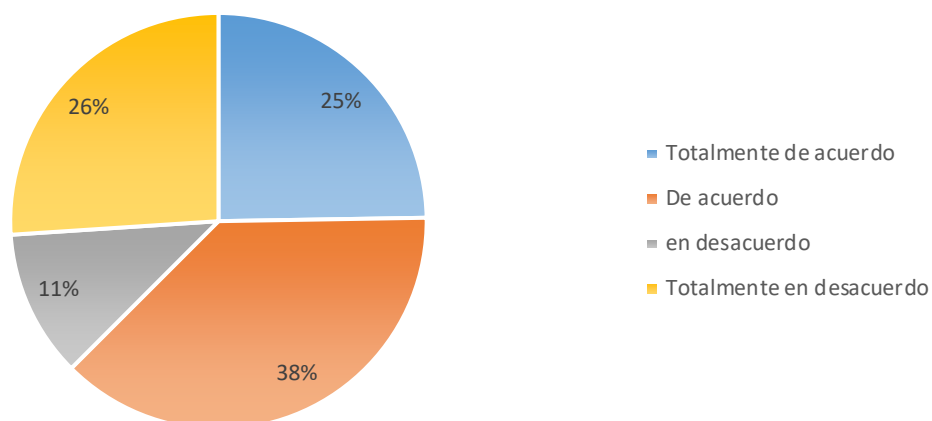


Figura 16 Las radios digitales pueden aportar a desarrollar una cultura de emprendimiento.

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

Interpretación y Análisis:

Esta interrogante planteada sobre si considera que las radios digitales pueden aportar a desarrollar una cultura de emprendimiento, depende el siguiente resultado. Del 100%, el 38% están en acuerdo; el 26% totalmente en desacuerdo, un 25% están en total acuerdo y, finalmente, se puede apreciar que un 11% está en desacuerdo.

4) ¿De existir una radio digital online con programación dirigida al emprendimiento o desarrollo de los jóvenes la sintonizaría?

Tabla 11 Radio digital online con programación dirigida al emprendimiento

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	140	37%
No	90	23%
Poco	80	21%
Tal vez	74	19%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

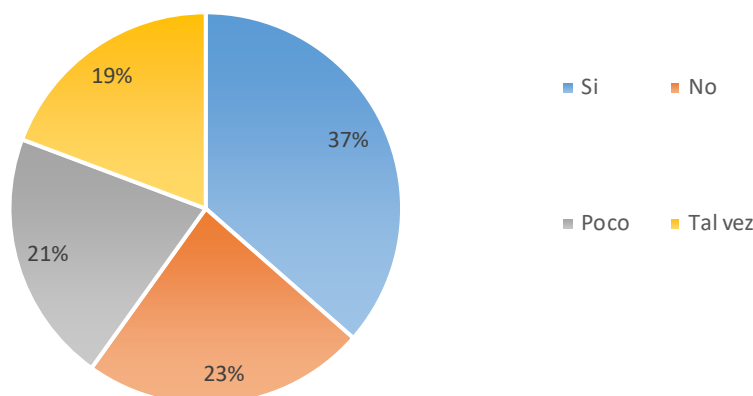


Figura 17 Radio digital online con programación dirigida al emprendimiento
Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
 Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

Interpretación y Análisis:

En esta encuesta se obtuvo un resultado de 37% de la población que sí sintonizarían el programa, en caso de existir la programación dirigida al emprendimiento; además, se puede mostrar un resultado del 23%, indicando que no sintonizarían; por el otro lado se muestra un resultado del 21% que muy poco se sintoniza dicha radio y, finalmente, un 19% indicaron que tal vez, de existir una radio dirigida al emprendimiento, lo sintonizarían.

5) ¿Usted considera que en una radio digital online debería existir los siguientes tipos de programación?

Tabla 12 La radio digital online debería existir diferente tipos de programación

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Deporte	50	13%
Noticias	74	19%
Políticas	65	17%
Entrevistas	31	8%
Ayuda social	24	6%
Farándula	27	7%
Crónica Roja	11	3%
Entretenimiento	40	10%
Publicidad	22	6%
Programa de valores	8	2%
Programa de conocimiento General	14	4%
Otro	18	5%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
 Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

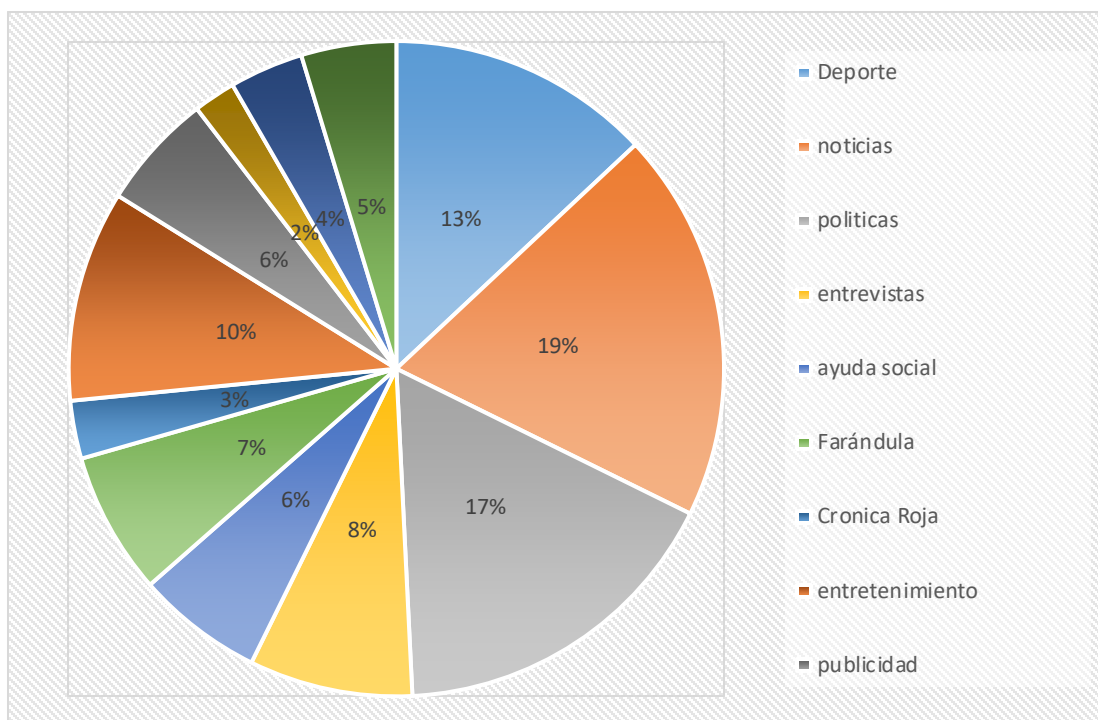


Figura 18 La radio digital online debería existir diferente tipos de programación
Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
 Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

Interpretación y Análisis:

Se dio que el 19% de los jóvenes encuestados dijeron que en una radio digital online debería existir noticias, el 17% comentan que debería existir temas de política, el 13% dijeron que en una radio digital online debería existir deportes, el 10% dijeron que en una radio digital online debería existir entretenimiento, el 8% dijeron que en una radio digital online debería existir entrevistas, el 7% respondieron que en una radio digital online debería existir farándula, un 6% dijeron que en una radio digital online debería existir ayuda social y publicidad, el 5% respondió que en una radio digital online debería existir otra programación, el 4% dijo que en una radio digital online debería existir programa de conocimiento general, el 3% que en una radio digital online debería existir crónica roja, mientras que el 2% de las personas encuestadas dijeron que debería de existir programa de valores.

6) ¿Considera que una radio digital online debería tener y buscar a auspiciante para su adecuado funcionamiento de los clientes?

Tabla 13 Una radio digital online debería tener y buscar a auspiciante

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	117	30%
De Acuerdo	130	34%
En desacuerdo	75	20%
Totalmente en desacuerdo	62	16%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

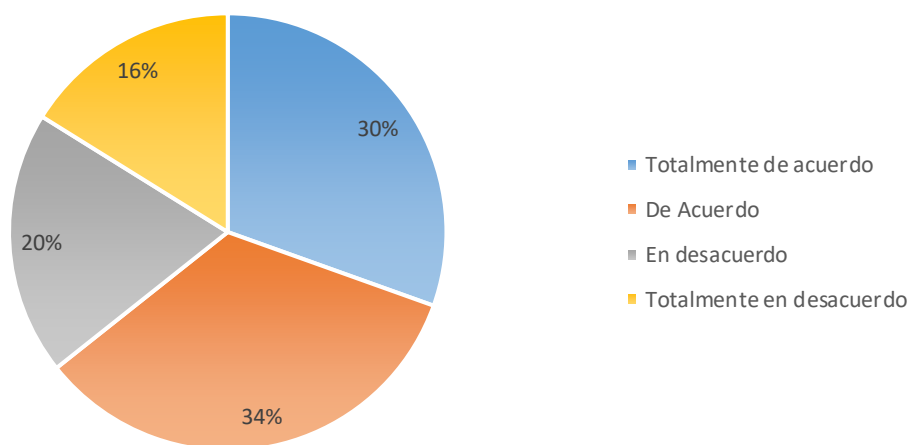


Figura 19 Una radio digital online debería tener y buscar a auspiciante

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

Interpretación y Análisis:

Del total de encuestados se llegó a obtener los siguientes resultados: El 34% están de acuerdo en que una radio digital tenga auspiciante, el 30% se mostró totalmente de acuerdo; un 20% está en desacuerdo y, finalmente, con el 16% dijo estar en total desacuerdo que se tenga y busque auspiciantes.

7) ¿De listado de nombres para una radio digital online, cuáles de su mayor agrado?

Tabla 14 Nombres para una radio digital online

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio juventud al máximo	125	33%
Radio juventud al emprender	75	19%
Radio la fuerza de los jóvenes	96	25%
Radio compromiso social	46	12%
Radio juventud en acción	15	4%
Otro	27	7%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

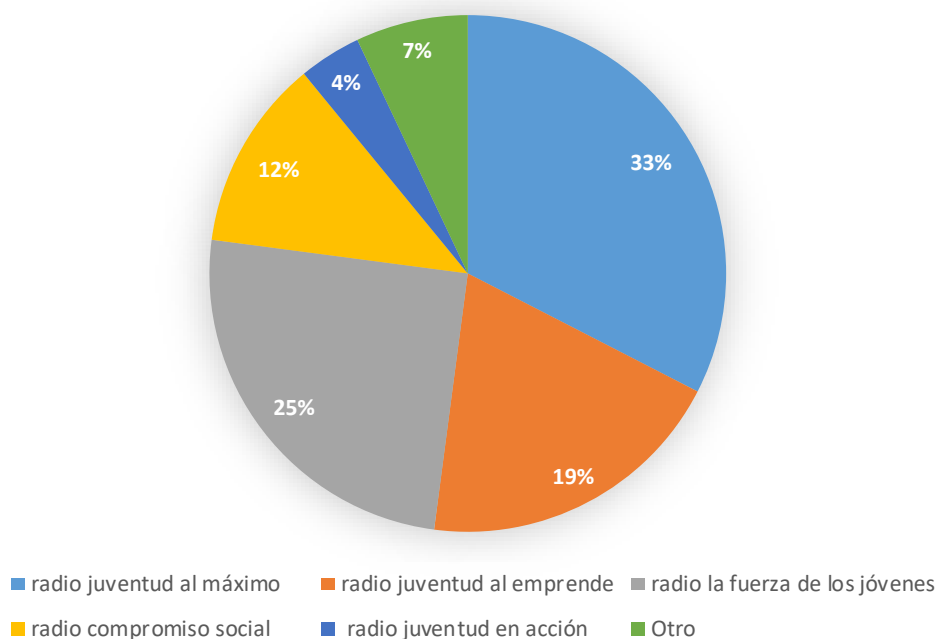


Figura 20 Nombres para una radio digital online

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

Interpretación y Análisis:

Se dio que el 33% de los jóvenes encuestados dijeron que “Radio Juventud al Máximo” es de su mayor agrado, el 25% se mostraron positivos con el nombre de “Radio la Fuerza de los Jóvenes”, un 19% respondieron favorablemente al nombre “Radio Juventud al Emprender”, el 12% dijeron “Radio Compromiso Social”, el 7% dijeron otro nombre de radio, finalmente el 4% dijeron “Radio juventud en acción”.

8) ¿Cuál es el horario donde normalmente sintoniza el medio de comunicación digital?

Tabla 15 Horario de sintonización

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6:00 a.m. a 8:00 a.m.	78	20%
8:00 a.m. a 12:00 p.m.	85	22%
13:00 p.m. a 16:00 p.m.	112	29%
18:00 p.m. a 23:59 p.m.	63	17%
00:00 a.m. a 6:00 a.m.	46	12%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

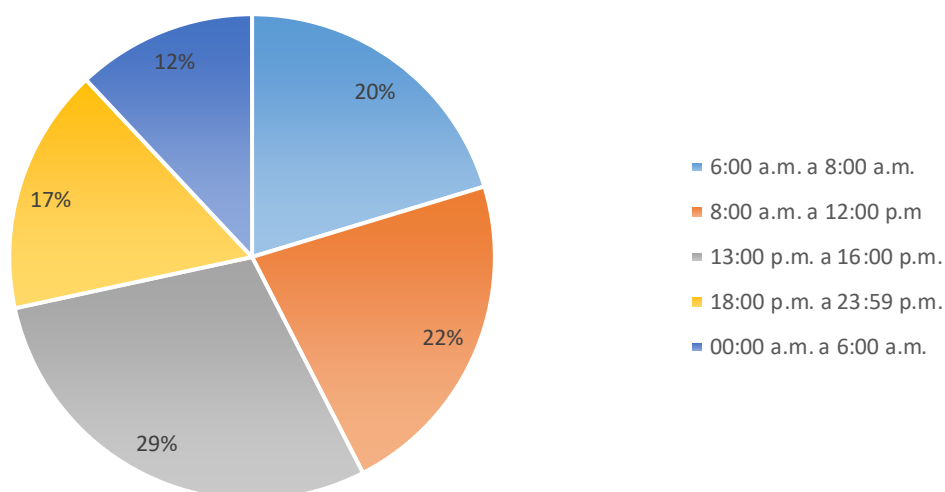


Figura 21 Horario de sintonización

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

Interpretación y Análisis:

Se dio que el 29% de encuestados dijeron que prefieren sintonizar en el horario de 13:00 a 16:00, el 22% escogió el horario de 8:00 a 12:00, el 20% dijeron de 6:00 a 8:00, el 17% dijeron de 18:00 a 23:59, finalmente el 12% el horario de 00:00 a 6:00.

9) ¿Le gustaría formar parte de la base de datos de una radio digital online?

Tabla 16 Formar una base de datos

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	108	28%
De Acuerdo	100	26%
En desacuerdo	61	16%
Totalmente en desacuerdo	115	30%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

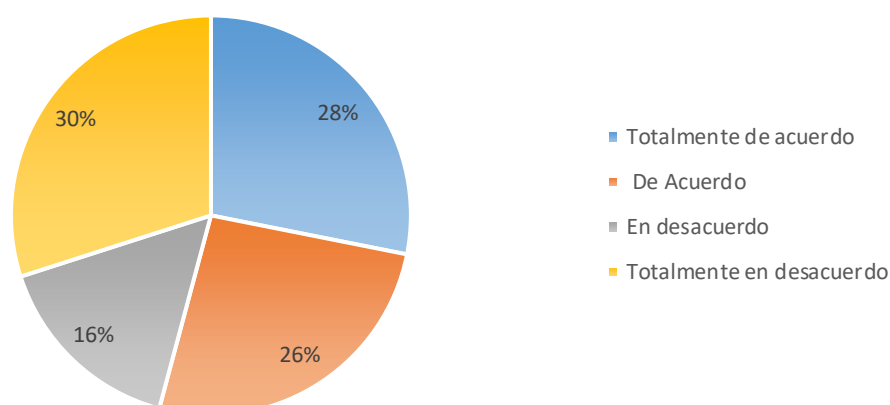


Figura 22 Formar una base de datos

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

Interpretación y Análisis:

Análisis de resultados: Se dio que el 30% de las jóvenes encuestados están totalmente en desacuerdo en formar parte de la base de datos de la radio online, el 28% están totalmente de acuerdo, el 26% están de acuerdo con formar parte de la base de datos, mientras que el 16% están en desacuerdo con formar parte de la base de datos.

10) ¿Considera importante participar activamente en las diversas programaciones que tendría la radio digital online?

Tabla 17 Participar activamente en las programaciones

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	109	28%
De Acuerdo	116	30%
En desacuerdo	87	23%
Totalmente en desacuerdo	72	19%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

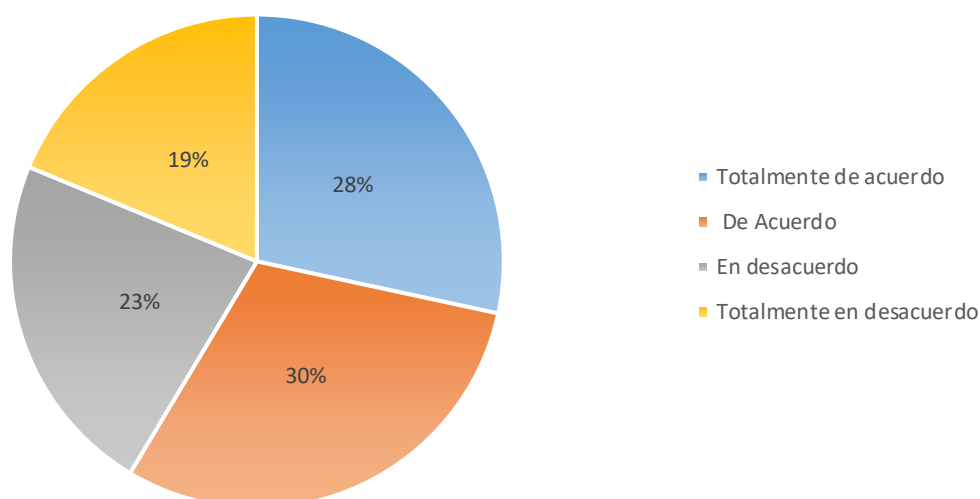


Figura 23 Participar activamente en las programaciones

Fuente: encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

Interpretación y Análisis:

Se dio que el 30% de los jóvenes encuestados están de acuerdo en participar activamente en las programaciones de la radio, el 28% están totalmente de acuerdo en participar activamente en las programaciones, el 23% están en desacuerdo en participar activamente en las programaciones, mientras que el 19% están totalmente en desacuerdo en participar activamente en las programaciones de la radio.

11) ¿Es importante que en la radio digital online se cuente con un equipo de producción para cada uno de los programas?

Tabla 18 Importante que en la radio digital cuente con un equipo de producción

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	120	31%
De Acuerdo	100	26%
En desacuerdo	90	24%
Totalmente en desacuerdo	74	19%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

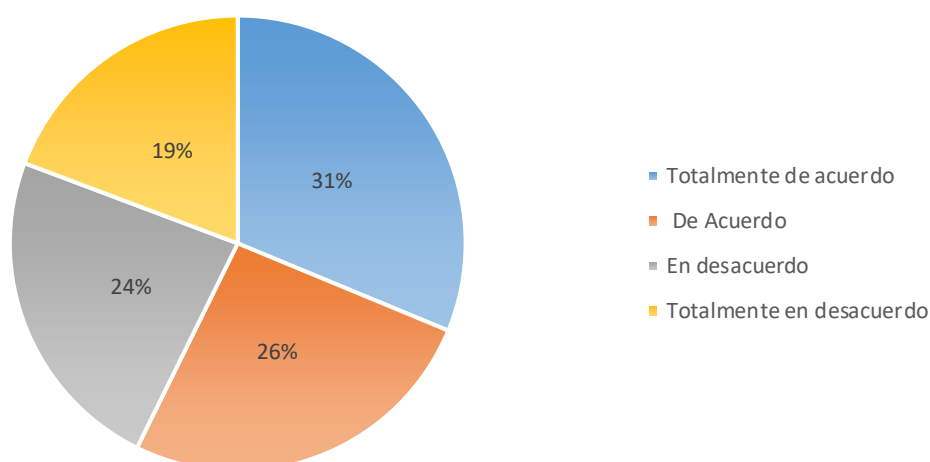


Figura 24 importante que en la radio digital cuente con un equipo de producción

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

Interpretación y Análisis:

Se dio un resultado del 31% que los jóvenes encuestados están de totalmente de acuerdo que la radio digital cuente con un equipo de producción, el 26% están de acuerdo que la radio digital cuente con el equipo, el 24% están en desacuerdo que la radio digital cuente con el equipo, finalmente el 19% están totalmente en desacuerdo que la radio digital cuente con un equipo de producción.

12) ¿Considera que la radio digital online debería tener convenio con las principales universidades en áreas de periodismo, relaciones públicas, publicidad, marketing y otras a fin?

Tabla 19 La radio digital debe de tener convenio con principales universidades

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	115	30%
De Acuerdo	98	25%
En desacuerdo	84	22%
Totalmente en desacuerdo	87	23%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

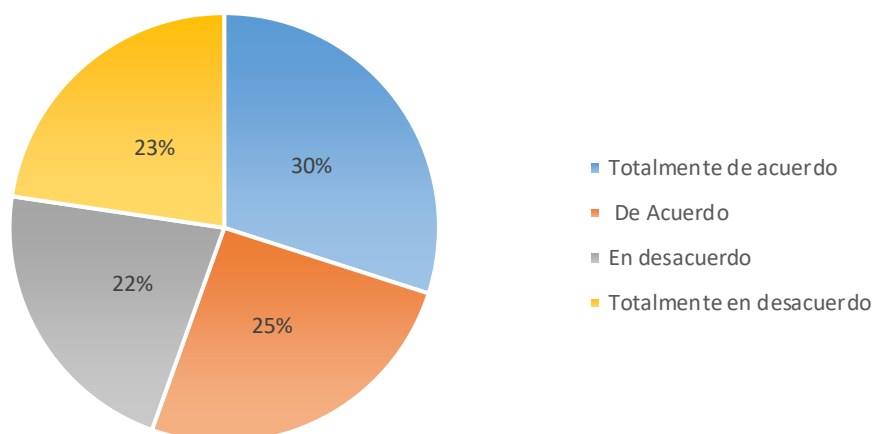


Figura 25 La radio digital debe de tener convenio con principales universidades

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

Interpretación y Análisis:

El 30% de los encuestados están de totalmente de acuerdo que la radio digital debe de tener convenio con las principales universidades, el 25% están de acuerdo, el 22% están en desacuerdo que la radio digital debe de tener convenio y, finalmente, el 23% están en total desacuerdo que la radio digital debe de tener convenio con principales universidades.

13) ¿Considera que la innovación debe de ser la principal estrategia que tienen los productores de programas de radios para acaparar la sintonía de los jóvenes?

Tabla 20 Innovación principal estrategia de los productores de programas

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	115	30%
De Acuerdo	90	23%
En desacuerdo	98	26%
Totalmente en desacuerdo	81	21%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

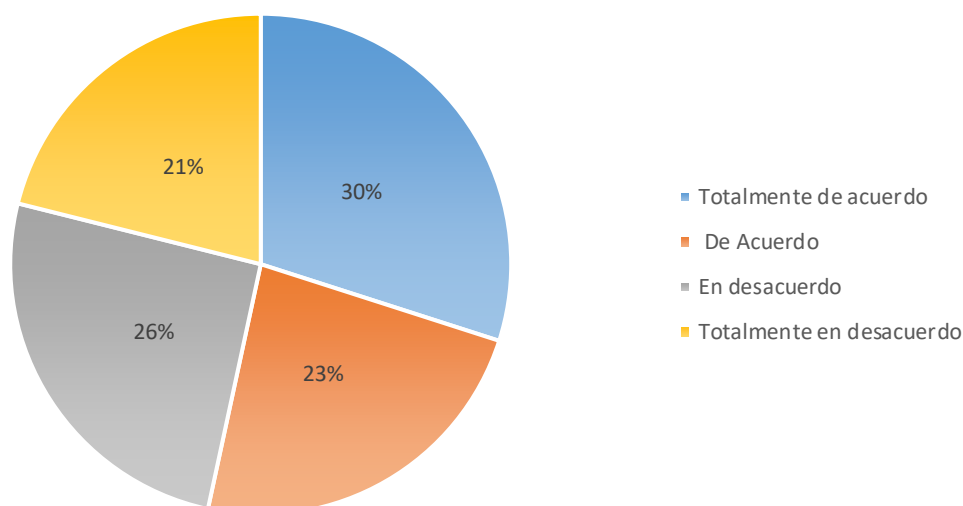


Figura 26 Innovación principal estrategia de los productores de programas

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

Interpretación y Análisis:

Se dio que un 30% de los jóvenes encuestados están de totalmente de acuerdo que la innovación debe ser la principal estrategia de los productores de programas, el 26% están en desacuerdo que la innovación es la principal estrategia de los productores, el 23% están de acuerdo en que innovación es la principal estrategia de los productores de programas, mientras que el 21% están totalmente en desacuerdo que la innovación es la principal estrategia de los productores de programas.

14) ¿Deben ser jóvenes específicamente quienes participen y dirijan la radio digital online?

Tabla 21 Los jóvenes deben participar y dirigir la radio

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	96	25%
De Acuerdo	115	30%
En desacuerdo	79	21%
Totalmente en desacuerdo	94	24%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

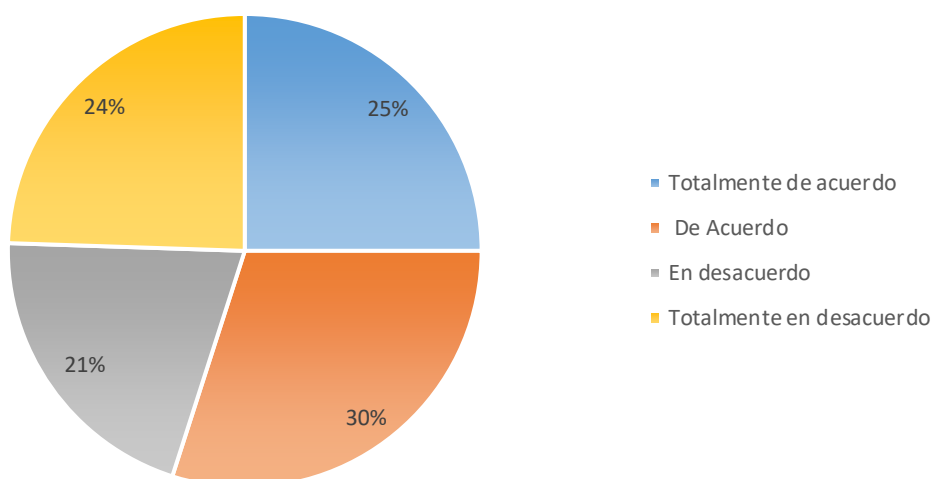


Figura 27 Los jóvenes deben participar y dirigir la radio

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

Interpretación y Análisis:

Se dio que un 30% de los encuestados están de acuerdo que los jóvenes deben participar y dirigir la radio, el 25% están totalmente de acuerdo, el 24% están totalmente en desacuerdo, mientras que el 21% están en desacuerdo que los jóvenes deben participar y dirigir la radio.

15) ¿Es necesario promover la radio digital a través de las redes sociales?

Tabla 22 Promover la radio digital por redes sociales

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	124	32%
De Acuerdo	221	58%
En desacuerdo	34	9%
Totalmente en desacuerdo	5	1%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

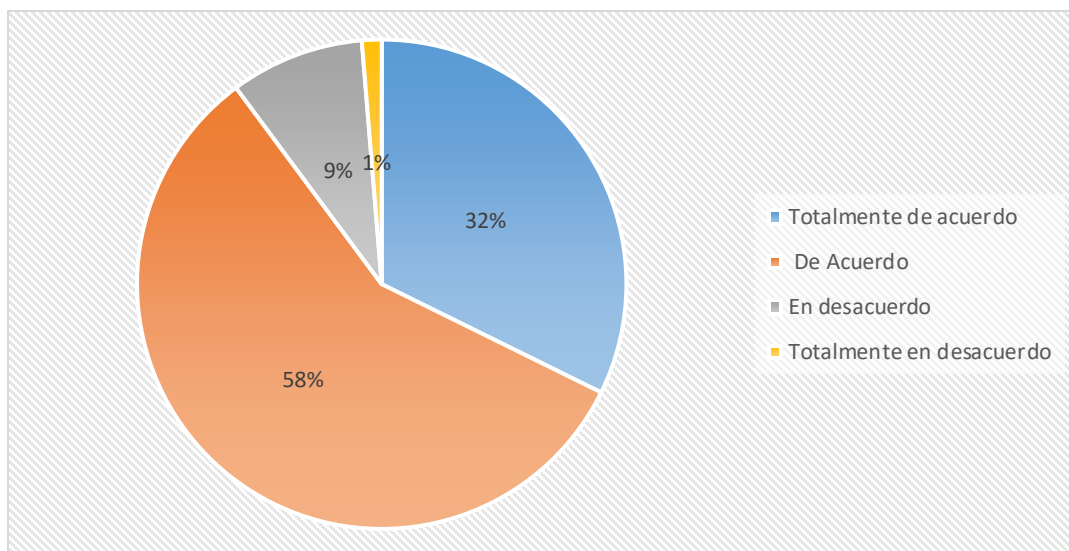


Figura 28 Promover la radio digital por redes sociales

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes de la ciudad de Guayaquil. Septiembre 2019
Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

Interpretación y Análisis:

Se dio que un 9% de los jóvenes encuestados están en desacuerdo de promover la radio digital por redes sociales, el 58% se mostró de acuerdo, el 32% están totalmente de acuerdo, mientras que el 1% están totalmente en desacuerdo en que se promuevan la radio por redes sociales.

Entrevistas realizadas

Entrevista No 1

Entrevistado:	Lic. Enrique Álvarez
Cargo:	Locutor programa Crónica Informativa
Fecha de entrevista:	30 septiembre 2019
Medio de comunicación:	Radio Sucre Online
Ubicación:	Cdla. Nueva Kennedy
Horario de locución:	13:00 a 15:00
Entrevistador:	Cristhian Reyes Hidalgo



Figura 29 Entrevista a Lic. Enrique Álvarez de radio Sucre

Fuente: Radio online Sucre. Septiembre 2019

Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

1) **Considera que los medios de comunicación online está en auge y aumento**

La revolución tecnológica cambia constantemente y hoy en día se adquiere nueva tecnología de forma más rápida. En tres meses aparecen mejoras y diversas opciones de desarrollo e innovaciones. Los medios de comunicación deben estar vinculados a la información en redes sociales y transmitir en vivo a través por medio del internet. Esto es lo nuevo y lo que la juventud desea conocer. Nosotros, los locutores, debemos aprender y actualizar nuestros conocimientos con cada cambio tecnológico. Hoy en día, por ejemplo, se hace un programa y podemos llegar a todo el mundo a través de la red.

2) **Considera la necesidad de que una radio online debe mantener un público selecto en aumento**

Definitivamente. La juventud está más metida en temas del internet y, de cierta forma, la televisión, la radio y hasta la prensa escrita, están quedando de lado. Es importante ver como el conocimiento tiene un mayor desarrollo por los medios de la comunicación online, ya no hay excusa para no estar informado. Todo se hace a través del internet.

3) **Considera que una radio online debe de ser innovadora y creativa para el entretenimiento de los jóvenes**

La radio nace como un medio de comunicación innovador y debe de mantener así para acaparar la nueva audiencia que ahora se encuentra en el ciberespacio. Son públicos objetivos y los que los medios estamos apuntando para lograr un incremento de la audiencia.

Entrevista No 2

Entrevistado: Lic. Jimmy Gómez
Cargo: Director de Programación
Fecha de entrevista: 4 Octubre 2019
Medio de comunicación: Wilar Radio
Ubicación: Quisquis y 6 de marzo
Horario de locución: 15h30 a 16h30
Entrevistador: Cristhian Reyes Hidalgo



Figura 30 Entrevista a Lic. Jimmy Gómez de radio online Wilar

Fuente: Wilar Radio on line. Octubre 2019

Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

1) Considera que los medios de comunicación online está en auge y aumento

Sí. En nuestro caso, por ejemplo, llevamos al aire alrededor de cinco (5) años y durante este tiempo hemos logrado mantenernos y mantener la sintonía. Nuestra audiencia, en su mayoría jóvenes, son personas que están preocupados por temas profesionales, de interés actual, y es por eso que brindamos información abarcando distintos tópicos. Nuestra base de usuarios interactivos sobrepasan los 10000 registros. Constantemente están conectados -en vivo- un promedio de 2000 cibernautas en todo el mundo, la cifra depende mucho del programa y el tema que se trate en ese momento. Incluso, hemos llegado a tener hasta 5000 jóvenes conectados y en sintonía.

2) Considera la necesidad de que una radio online debe mantener un público selecto en aumento

Sí. Aquí tenemos programas dedicados a diferentes áreas y esto implica tratar temas de salud, educación, economía, medio ambiente, deportes, cultura, musicales, entre otros. Nuestra audiencia exige información variada e innovadora.

3) Considera que una radio online debe de ser innovadora y creativa para el entretenimiento de los jóvenes

Sí, claro que sí. Es la única forma de mantener la sintonía y de enganchar a los cibernautas que, con el pasar de los días, se han vuelto más exigentes tanto en temas de calidad como en el mensaje que tramite la radio. Incluso, como parte de esta innovación, estamos analizando la posibilidad de lanzar un nuevo programa que estará dedicado a la belleza física y espiritual de los seres humanos. Todo esto gira en torno a la participación directa de nuestra audiencia en los diferentes programas.

Entrevista No 3

Entrevistado: Marcos Cantos
Cargo: Locutor y conductor
Fecha de entrevista: 1 de octubre 2019
Medio de comunicación: Radio Z1

Ubicación: Lizardo García y Clemente Ballén
Horario de locución: 10h00 a 11h00
Entrevistador: Cristhian Reyes Hidalgo



Figura 31 Entrevista a Marcos Cantos de radio Z1

Fuente: Radio Z1. Octubre 2019

Elaborado por Cristhian Reyes Hidalgo

1) Considera que los medios de comunicación online está en auge y aumento

Sí. Esta arista permite a los medios llegar, muchas veces, de forma más directa a su público y, para ello, es necesario el uso de las nuevas herramientas digitales. En comunicación tradicional, la sintonía es compartida entre el público adulto y la señal de amplitud modulada (en nuestro caso); sin embargo, en la parte de radio on line contamos con un público que llega a ser mucho más que parte de radio online, llega a convertirse en tus ojos, oídos y en todos tus sentidos. Es más, en algunas ocasiones, son ellos los que nos retroalimentan con detalles y/o información de lo que ocurre en sus alrededores.

2) Considera la necesidad de que una radio online debe mantener un público selecto en aumento

Debe de mantener una audiencia en general. No específicamente selecto. En radio Z1 mantenemos enganchados a grupos que se han identificado por la radio y la programación. Podemos decir que tenemos grupos de indígenas, montubios y

afroecuatorianos conectados online. Estos mismos grupos, incluso, se mantienen por medio de la radio convencional, en amplitud modulada.

3) Considera que una radio online debe de ser innovadora y creativa para el entretenimiento de los jóvenes

Sí, de lo contrario no se tendría sintonía y no habría auspiciantes que promocionen su publicidad. El mundo de la radio conjuga una serie de elementos que, sumados todos, llegan a ser complemento y permite ser creativos, realizar cambios constantes, pero sobre todo mantener a la audiencia. Se ha comprobado que lo tradicional no interesa a los jóvenes; sin embargo, la tecnología y otros temas de innovación han permitido mantenernos al aire y en la web y, además, captarla atención de este importante grupo.

3.5.2 Focus group en la creación de un programa de radio online

Se realizó un estudio directo a los jóvenes de la ciudad de Guayaquil, el mismo estuvo basado sobre la forma en la que ellos escuchan diferentes radios online. El focus group permitió analizar temas como la programación ideal y los mensajes relacionados a temas de interés. El segmento del grupo focal que sintoniza una radio online continuamente es de 15 jóvenes cibernautas.

Preguntas del grupo focal

1) ¿Es de su interés una programación cultural e interactiva para los jóvenes en una radio vía Online?

Tabla 23 Interés una programación cultural e interactiva para los jóvenes

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy interesante	5	33%
Interesante	6	40%
Algo interesante	2	13%
Regular interés	1	7%
Poco interesante	1	7%
Nada interesante	0	0%
	15	100%

Fuente: Grupo Focal de cibernautas, Septiembre 2019

Elaborado por: Cristhian Reyes Hidalgo

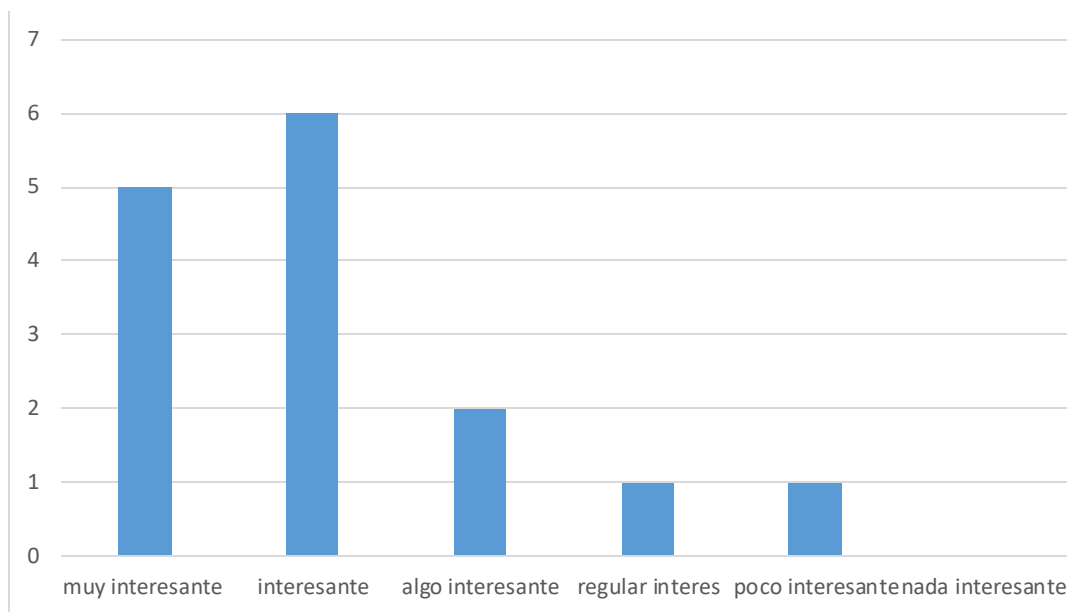


Figura 32 Interés programación cultural e interactiva para los jóvenes

Fuente: Grupo Focal de cibernautas, Septiembre 2019

Elaborado por: Cristhian Reyes Hidalgo

Análisis Focal

Dentro del grupo focal de 15 jóvenes, se desprende que la programación cultural e interactiva de una radio digital es interesante en un 40%; muy interesante en un 33%, y el restante, sumado en un 27%, considera que no es de mucho interés. La realidad es que existe interés en una radio online es amplio y aumenta, por lo que es un tema de emprendimiento la ubicación de un programa o radio respectiva.

2) ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos te atraen de una radio online?

Tabla 24 Lo que atrae de una radio online

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Acceso vía online	8	23%
Emprendimiento	5	14%
Deporte	4	11%
Entrevistas	5	14%
Noticias	6	17%
Labor social	4	11%
Ninguno de los anteriores	3	10%
	35	100%

Fuente: Grupo Focal de cibernautas, Septiembre 2019

Elaborado por: Cristhian Reyes Hidalgo

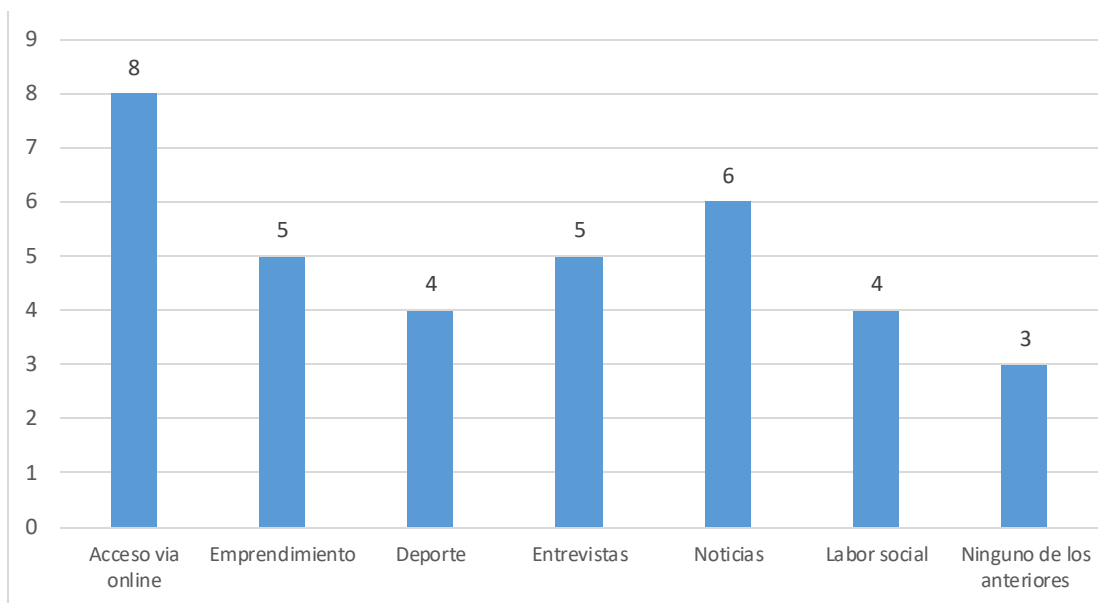


Figura 33 Lo que atrae de una radio online

Fuente: Grupo Focal de cibernautas, Septiembre 2019

Elaborado por: Cristhian Reyes Hidalgo

Análisis Focal

La atracción de mayor puntuación en los jóvenes es el acceso al internet en un 23%, luego el interés por la noticias en un 17%, por los programas de emprendimiento en un 14%, y se consideran también las entrevista en otro 14%. Los cibernautas jóvenes, de acuerdo a los resultados, buscan un tema de interés y el acceso a un adecuado sistema en internet que permita que, tanto los audios y video, definan un multimedia de calidad en la radio online.

3) ¿Le gustaría recibir información referente a la programación de radio online a través de?

Tabla 25 Información referente a la programación de radio online

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	9	43%
Correo directo	2	10%
Materiales Pop	3	14%
Correo masivo	3	14%
Otros	4	19%
	21	100%

Fuente: Grupo Focal de cibernautas, Septiembre 2019

Elaborado por: Cristhian Reyes Hidalgo

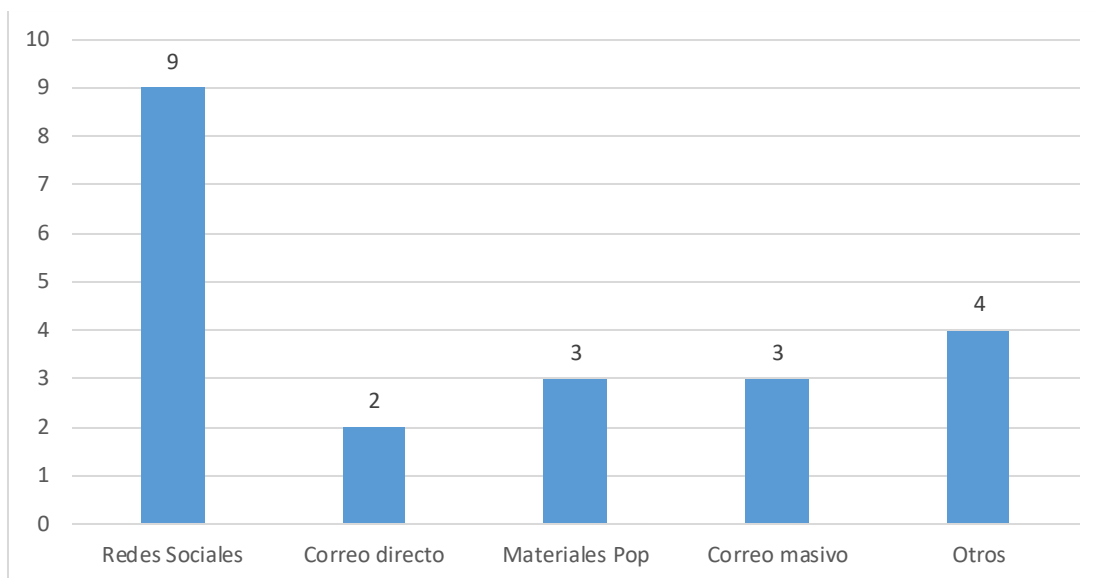


Figura 34 Información referente a la programación de radio online

Fuente: Grupo Focal de cibernautas, Septiembre 2019

Elaborado por: Cristhian Reyes Hidalgo

Análisis Focal

Las redes sociales son el referente de mayor aceptación entre los jóvenes y representa el 43%. Esto quiere decir que la creación de la radio digital repercute en gran escala en las redes sociales para su interacción.

4) ¿El servicio de radio online es sintonizado por?

Tabla 26 Radio online es sintonizada por

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Rapidez	5	19%
Conocimiento	7	27%
Logística	4	15%
Confianza	3	12%
Tiempo	6	23%
Otro	1	4%
	26	100%

Fuente: Grupo Focal de cibernautas, Septiembre 2019

Elaborado por: Cristhian Reyes Hidalgo

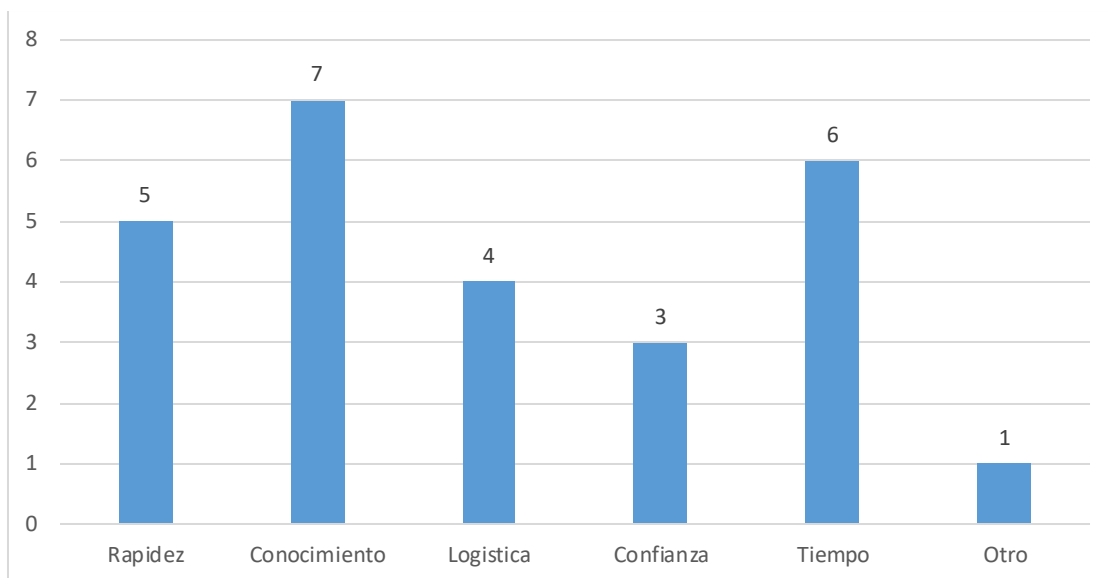


Figura 35 Radio online es sintonizada por
Fuente: Grupo Focal de cibernautas, Septiembre 2019
Elaborado por: Cristhian Reyes Hidalgo

Análisis Focal

El conocimiento es uno de los temas de interés de los jóvenes cibernautas, quienes escuchan una radio digital por los mensajes proactivos que se difunde. Otro tema por lo que la radio refleja un interés es por el tiempo, siendo parte de programaciones, sintonías en el espacio virtual y el tiempo de programación.

5) ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos no le atraen de una programación de radio digital Online?

Tabla 27 Que no agrada de programación de radio online

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Voz elevada	2	13%
Temas de poco interés	5	33%
Demasiada publicidad	3	20%
No hay mensajes	4	27%
otros	1	7%
	15	100%

Fuente: Grupo Focal de cibernautas, Septiembre 2019
Elaborado por: Cristhian Reyes Hidalgo

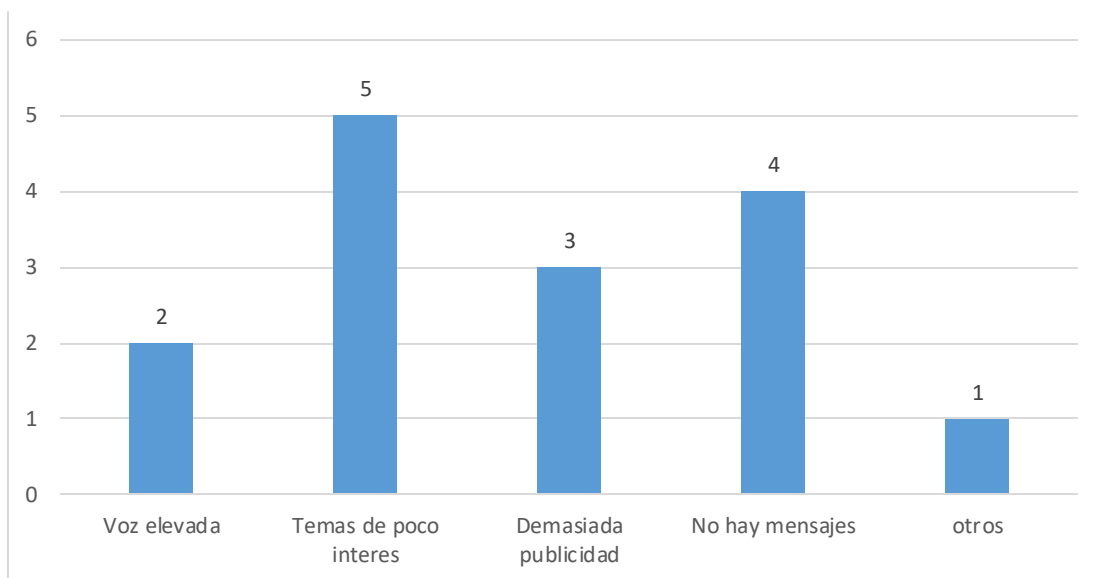


Figura 36 Que no agrada de programación de radio online

Fuente: Grupo Focal de cibernautas, Septiembre 2019

Elaborado por: Cristhian Reyes Hidalgo

Análisis Focal

Cuando no hay temas de interés en la radio online, se establece simplemente un cambio de la web. Si el locutor no enseña o no da un mensaje; incluso, cuando existe demasiada publicidad o promociones, los cibernautas también optan por cambiar de programación o de estación.

6) Partiendo de la base de un mensaje en la programación definida en la radio online ¿qué probabilidad hay de que sintonice el programa?

Tabla 28 Probabilidad que hay de que sintonice el programa en la radio online

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Lo sintonizo en cuanto estuviere en la red internet	6	40%
Lo sintonizo en un horario específico	5	33%
Puede que lo sintonice en un tiempo	3	20%
No creo que lo sintonice	1	7%
	15	100%

Fuente: Grupo Focal de cibernautas, Septiembre 2019

Elaborado por: Cristhian Reyes Hidalgo

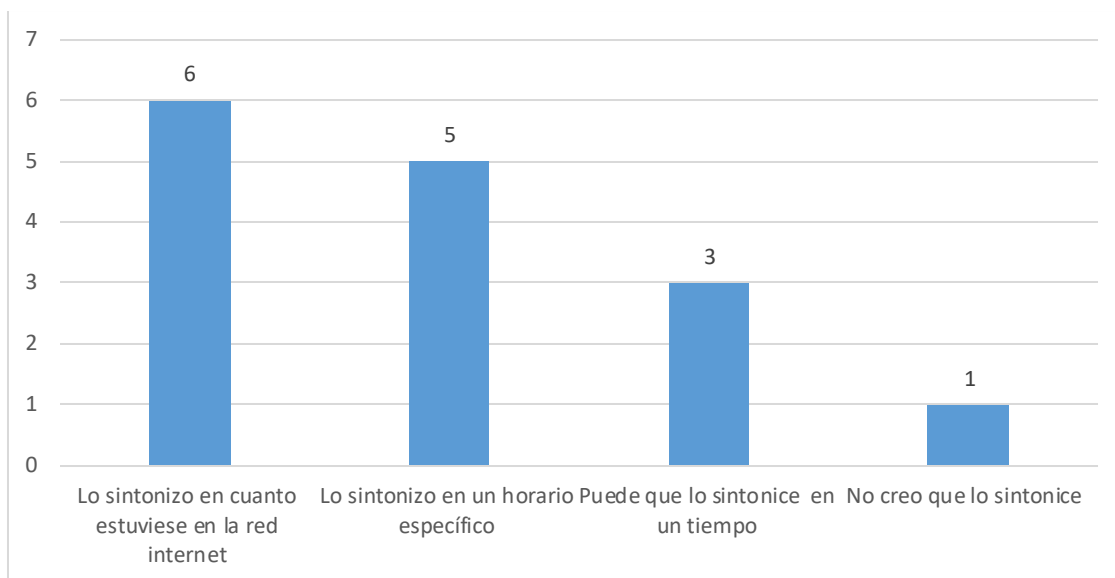


Figura 37 Probabilidad de que sintonice el programa en la radio online

Fuente: Grupo Focal de cibernautas, Septiembre 2019

Elaborado por: Crithian Reyes Hidalgo

Análisis Focal

Este resultado da la pauta para la creación de la programación en una radio online. Los datos revelan que existe interés en la sintonía por el profesionalismo y el manejo de multimedia. El grupo focal sintonizaría una radio online para buscar información de interés, desde el celular y el computador ya sea desde el hogar o el trabajo.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1 Tema de la propuesta

Diseño de un programa para jóvenes, con temática cultural de valores y emprendimientos, en una radio online.

4.2 Antecedente de la propuesta

Los resultados para el desarrollo del contenido de una radio online permitieron conocer que los jóvenes dedican casi tres horas al internet y, en una radio online, lo ideal sería empezar con una programación de al menos dos horas. La transmisión se realizaría de lunes a viernes y los contenidos serán ejecutados por un equipo de voluntariado del área de periodismo y relaciones públicas de una universidad. El objetivo es que los alumnos sean parte del medio de comunicación.

Las carreras de comunicación social tendrán sus prácticas comunitarias en la radio online, con programas elaborados con y para la comunidad; con ideas proactivas en valores y emprendimientos. Se utilizará las redes sociales, como Facebook, Instagram y Twitter, para dar cavidad a la sintonía de la radio online y del programa. La audiencia podrá, incluso, descargar una Apps que le permitirá tener un contacto directo con el medio de comunicación.

La estrategia que se implementará, con el uso de las redes sociales, es activar campañas para captar la atención del público y alcanzar, en el primer día de transmisión, al menos 1000 visitas por hora. Las redes a usar serán Facebook, Twitter e Instagram. Los temas recomendados también abarcan programación musical, entretenimiento, espacio de publicidad interna y externa.

El programa contará con invitados que compartirán experiencias y brindarán servicios de capacitación. El fin es transmitir mensajes sobre valores y cultura, por medio de la creación de espacios de información, cuñas, un innovador diseño de programación y su respectiva difusión. La interacción en las redes sociales permitirá activar la radio online,

a nivel nacional, teniendo como resultado que el emprendimiento desarrollado, el programa, crezca en audiencia.

4.3 Objetivos de la propuesta

4.3.1 Objetivo general

Diseñar un programa de radio online donde se inculquen los valores, temas de cultura y emprendimiento en los jóvenes.

4.3.2 Objetivo específico

Analizar la propuesta de la creación de un programa interactivo dirigido a los jóvenes con un análisis FODA.

Detallar la descripción del programa al que se denominará “Jóvenes por el Cambio”, que se emitirá a través de una radio online y estará dirigido a los jóvenes de la ciudad de Guayaquil.

4.4 Justificación

En la actualidad los programas radiales que se transmiten on line muestran muchas improvisaciones y solo buscan entretener en todas sus emisiones. No se genera muchos temas educativos ni culturales.

En presente trabajo ha demostrado que al 67% de los encuestados les gustaría escuchar un programa radial online, dirigido a los jóvenes de colegios y universidades. El espacio deberá estar enfocado a la cultura, los valores y la orientación familiar, en los distintos hogares de la ciudad de Guayaquil.

En la actualidad, y según algunos datos de prensa, los adolescentes se ven acosados por la delincuencia y la drogadicción por lo que el programa abre paso a temas de interés social para que, con la generación de valores en la personalidad, se logre una sociedad digna y segura.

4.5 Análisis FODA de la información

Tabla 29 Matriz FODA en la programación y producción de un programa en online

Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Es un servicio de una radio online que tiene la participación de jóvenes conocedores del tema. • Producción interactiva de una programación con mensajes y técnicas multimedia para el agrado de los cibernautas. • Comunicación exclusiva, dirigida a un público selecto que proviene de las redes sociales. • Medio digital de comunicación que usará las redes para generar interacción; además, tendrá una aplicación que se podrá descargar para el móvil y computadora. 	Calificación: Riesgo bajo A- 2
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Capitalizar el espectro radial, a través de una programación dirigida a los jóvenes de la ciudad de Guayaquil. • Innovar en temas de cultura de conocimiento, a través de valores y emprendimientos y que esto influya en la personalidad de los jóvenes navegantes. 	Calificación: Riesgo medio bajo B+ 3
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Mensajes limitados y sin interés. No hay programación dirigida y tampoco el control de las actividades. 	Calificación: Riesgo medio bajo B+ 3
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> • Los nuevos entrantes son radio online de diversas formas de comunicación. • La inestabilidad económica y política del país. 	Calificación: Riesgo medio bajo B+ 3

Elaborado por: Cristhian Reyes Hidalgo

4.6 Descripción de la propuesta

4.6.1 Generalidades del Programa “Jóvenes por el Cambio”

Nombre del Programa:	“Jóvenes por el Cambio”
Horario de transmisión:	10h00 a 12h00
Participantes:	Estudiantes, pasantes de las universidades.
Gestión y control multimedia:	Narcisa Veloz
Dirigido por:	Cristhian Reyes Hidalgo

4.6.2 A quienes va dirigido el Programa “Jóvenes por el Cambio”

- Alrededor de 17000 jóvenes universitarios de la ciudad de Guayaquil.
- A más de 1000 empresas, que podrían ser participantes como parte de los auspiciantes.
- Más de 30 colaboradores, pasantes de las universidades.
- Un promedio de 500 profesionales en distintas áreas.
- Y a toda las familias y colectividad de la ciudad de Guayaquil.

4.6.3 Características del Programa “Jóvenes por el Cambio”

- Este programa será pionero en una radio online en donde podrán participar todos los colegios y universidades, colegios de profesionales y familias de la ciudad de Guayaquil.
- Medio de Comunicación Directa e Inmediata a través de la radio online.
- El programa: “Jóvenes por el Cambio” será dirigido por estudiantes pasantes de las carreras de periodismo, de las diferentes universidades, en convenio de prácticas profesionales.

- El programa “Jóvenes por el Cambio” será un vínculo de comunicación masivo, que utilizará la radio on line, y emitirá sus segmentos a todos los jóvenes y alumnado en general.

4.6.3.1 Modalidad del programa

Dinámico, practico y proactivo. Cabe destacar que este programa es transmitido vía radio online. Tendrá la dirección absoluta de Cristhian Reyes Hidalgo, y los pasantes en el área de origen universitario, siendo programas para ellos y con ellos; además, podrán intervenir y dirigir acciones con la audiencia que se conecta a través de las redes sociales.

4.6.3.2 Forma de llevar el programa de radio online “Jóvenes por el Cambio”

Diálogos.- Los diálogos se generarán con temas del acontecer regional, nacional e internacional. Los moderadores serán profesionales, conocedores del tema, en distintas áreas. Además, habrá vinculación con el entretenimiento, deporte, noticias, crónica roja, cultura, entre otros, donde cada estudiante deberá presentar ideas innovadoras que serán compartidas con los expertos.

Entrevistas.- Los espacios de entrevistas están destinados a quienes dominan el tema propuesto para abordar en cada programación y están inmersos en el problema. Esta es una oportunidad de hacer cobertura, utilizando medios tecnológicos de comunicación, para captar el momento actual e involucrar a la audiencia con el aparato productivo de nuestro país.

Análisis.- Se establece un análisis de los acontecimientos y se plantea a través de estudios las posibles opciones. El análisis será manejado por la radio online y el programa Jóvenes por el Cambio.

Encuestas.- Se realiza encuestas en directo, a través de correo electrónico, redes sociales y otras herramientas que permitan que los usuarios escuchen o visualicen la radio online; además, no se descarta la interacción vía telefónica.

Información.- Datos investigados y resumidos para beneficio de los radioescucha; así mismo, se abordarán conceptos claros en temas como el deporte, salud,

emprendimientos, cultura, educación, entre otros, que ayuden a los jóvenes a mejorar la cultura y el conocimiento que poseen.

4.6.4 Segmento principal “Jóvenes por el Cambio”

Segmentos del programa

El reportaje: Opiniones del público y de especialistas.

Testimonios reales: La audiencia contará sus historias para concientizar a los jóvenes.

Mesa redonda: Especialistas hablarán del tema y aconsejarán con testimonios reales. El joven participará a través de redes sociales, mail y llamadas.

4.6.4.1 Objetivos

Dar a conocer a jóvenes y estudiantes en general, mayores de 15 años y menores de 34 años, las distintas propuestas para la generación de ideas prácticas y proactivas que ayuden a encontrar una solución a los posibles problemas.

Los participantes son estudiante de colegios y universidades de la ciudad de Guayaquil, quienes darán a conocer la problemática e inconvenientes que se susciten en la comunidad; y, se dará al aire las posibles soluciones, con base a la experiencia de los expertos invitados y que manejan el tema comunicación de forma directa.

La sala de dialogo será manejada con proyectos de los estudiantes y docentes.

A través del programa “Jóvenes por el Cambio” se dará a conocer todos los proyectos, ferias, acontecimientos, exposiciones, que realicen los colegios, universidades y otros establecimientos educativos.

4.6.4.2 Logotipo



Figura 38 Logotipo del programa “Jóvenes por el Cambio”
Elaborado por: Cristhian Reyes Hidalgo

4.6.4.3 ¿Quiénes dirigen el programa “Jóvenes por el cambio”?

El programa “Jóvenes por el Cambio”, en una radio online, tendrá la participación directa del Lic. Cristhian Reyes Hidalgo; además, habrá el involucramiento de docentes del área de periodismos y estudiantes en general.

El programa será dirigido por dos voces: una voz femenina y una voz masculina. Los estudiantes de los diferentes colegios y universidades de la ciudad, también tendrán participación.

4.6.5 Espacio a realizar “Jóvenes por el Cambio”

Introducción (3 Minutos)

Saludos, despierta emprendedor, motivación, meta, objetivos, y varios comentarios alentadores en beneficio de la sociedad económicamente activa. El estudiante y los empresarios, también se presentarán a través de la radio online y redes sociales.

Problemas principales de los jóvenes y su solución (12 minutos)

Se describe los inconvenientes presentados por parte de los jóvenes y sus posibles soluciones a tomar y/o asesoramiento en vivo.

Problemas económicos (15 minutos)

En este espacio se comentará los inconveniente macro y micro de la economía doméstica, economía empresarial y las relaciones suscitadas para su enfrentamiento. Los expertos intervienen en el diálogo y las entrevistas.

Criterios de superación y autoestima (5 minutos)

Detallaremos ejemplos de personajes eminentes que se han superado a través del tiempo. Se tomará en consideración la perseverancia de cada uno de los personajes y daremos ejemplos claros y reales. Se busca emitir mensajes motivadores para todos los radio escucha del programa “Jóvenes por el Cambio”

Espacio Entrevista (15 minutos)

En este espacio se desarrollará entrevistas, principales, a gestores del emprendimiento de jóvenes relacionamos con los gestores de la productiva de la ciudad y el país. Las aéreas a abordar serán distintas y se contará con personas de éxitos del medio nacional e internacional.

Llame y pida recomendaciones a sus problemas (5 minutos)

Este espacio será la oportunidad para que el estudiante busque una repuesta a los problemas comunes que se presentan en la sociedad. El objetivo es compartir experiencias, motivar a temas de educación y cultura, rescatando los valores que debe mantener la sociedad.

Espacio para publicidad (5 minutos)

Publicidad que podrá solventar los principales gastos de producción, locución, sonido; además, los gastos generados por los temas de investigaciones técnicas y de comunicación.

4.6.6 Relaciones Públicas del programa “Jóvenes por el Cambio”.

Se emitirá un informe en los principales medios de comunicación, referente al programa “Jóvenes por el Cambio”. Se buscará realizar las respectivas entrevistas a las autoridades de los planteles y universidades, para generar un convenio y dar cabida a todos los jóvenes.

Los boletines e invitaciones de prensa y entrevistas, se realizarán directamente con los estudiantes de relaciones públicas y con los expertos, para buscar posibles auspicios de empresa y personas involucradas de forma directa con la juventud.

El medio online tendrá el asesoramiento gratuito de expertos que visiten la emisora.

4.6.7 Costo de la inversión del programa online “Jóvenes por el Cambio”

Contrato a realizar \$ 1800 programación de dos horas, de lunes a viernes.

El programa tiene un presupuesto de un año, tiempo en el cual se deberá informar todo lo acontecido diariamente: logros obtenidos, beneficios alcanzados, etc.

En este valor se incluye los costos de Dirección, Administración y Producción del programa online “Jóvenes por el Cambio”. Los valores que conciernen al pago de transporte, movilización, pago a los facilitadores, emblemas y pergaminos, serán a través de auspiciantes y/o personas que, sin intereses, deseen contribuir con el programa. Se garantiza así el trabajo, la perseverancia y el éxito del mismo.

Estructura del programa

Programa	Tiempo	Tiempo Total
Programa online pregrabados	10:00	12:00
Bienvenida	10:00	10:10

Presentación del especialista	10:10	10:50
Desarrollo del tema	10:10	11:30
Pausa	10:15	10:20
Presentación y desarrollo de testimonios reales	10:30	11:00
Análisis de los testimonios reales	11:00	11:30
Pausa	11:10	11:15
Presentación mesa redonda, interacción con público	11:30	12:00
Finalización del programa	11:50	12:00

CONCLUSIONES

La mayor parte de los jóvenes, en la ciudad de Guayaquil, utilizan el internet como principal medio de comunicación. En todas las actividades existe un promedio considerable de radios online que son sintonizadas, debido a la innovación y mensajes que transmiten. La formación cultural se desprende por la constancia de programas “detallistas” basados en las nuevas rutinas que tiene el periodismo en la actualidad.

La formación cultural de los jóvenes, en el momento de sintonizar una radio online, debe abordar información objetiva, entrevistas a involucrados, reportajes en vivo, información de crónica o sucesos de interés de una comunidad, editoriales (expresado en una nota preparada en prosa), artículos con especialistas y crítica o argumentos relativos a un tema determinado.

El uso de una radio online forma parte de un negocio alentador, donde muchos usuarios del internet buscan variedad de información y, a su vez, que esta se despliegue en diferentes redes sociales. Incluso, como complemento, se requiere el uso de instrumentos de multimedia, fotos y vídeos que permiten visualizar los datos transmitidos.

El periodismo online tiene un amplio mercado donde se puede desplegar información de interés de los jóvenes que, en la actualidad, buscan mayor participación y contacto con los medios de comunicación.

Las radios online requieren una producción informativa, que despierte el interés educativo y cultural de los jóvenes. Este estudio revela que el uso masivo del internet permitirá la propagación de la programación online transmitida, existiendo una comunicación veraz y oportuna a través del programa “Jóvenes por el Cambio”.

RECOMENDACIONES

Se requiere ampliar el espectro de sintonía de una radio online, a través de una programación eficaz, con entretenimiento y un buen mensaje que sea planificado. De esta forma se logrará despertar el interés de los jóvenes.

Registrar una base de datos de todos quienes se involucran en participar en los diferentes programas online que posee la radio. De esa forma se logrará establecer un vínculo social que permita mantener un público objetivo.

Se recomienda que la información que tramite la radio online sea realizada con base a una planificación objetiva, con una producción informativa, acorde a la necesidad de los jóvenes. Así mismo, se debe de dar mayor espacio al uso de los medios multimedia como llamadas online o en su defecto videoconferencias.

La nueva rutina del periodismo permite que exista una mayor difusión de información, a través de la frecuencia de señal abierta como de manera digital; por lo tanto, es necesario mantener la línea informativa con un público de jóvenes que se sientan involucrados con la radio, el programa y las temáticas abordadas.

Que el programa “Jóvenes por el Cambio” este inmerso en una sintonía creciente y que su espectro radial se amplíe con el manejo adecuado de una base de datos y la promoción de sintonía de fidelización y participación.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, Z. M., & Cruz, V. K. (2017). *“Factores de éxito para emprendimientos de egresados de ingeniería comercial.* Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Álvarez, P. D., Enríquez, P. S., & Hurtado, C. M. (2013). *Proyecto para la implementación de una radio comunitaria en la parroquia de Guayllabamba.* Quito: Universidad Politécnica Salesiana - Sede Quito.
- Arauz, T. A. (2013). *Startup Ecuador (SAE) – Financiación, de ideas a proyecto invertible.* Guayaquil: Universidad Católica Santiago de Guayaquil.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2013). *Proyecto de ley de fomento a jóvenes emprendedores.* Quito.
- Belau, R. (2012). Radios Online y Convencionales. *Revista Nápoles*, 15.
- Carrera, P., Herrero, C. E., Limón, N., Saiz De Baranda, C., & Ocaña, E. (2016). ¿Quién soy yo y quién eres tú? ¿Están transformando las redes nsociales la imagen que los periodistas radiofónicos españoles tienen del público?” Estudios sobre el mensaje periodístico. *Universidad Complutense*, 223-231.
- Casajús. (2016). *La presencia de las radios universitarias españolas en las redes sociales.* Comunicación y hombre.
- Cebrian Herreros, M. (2013). *La radio en Internet.* Buenos Aires, Argentina: La Crujía .
- Coca-Cola FM . (2019). *Programaciónmusical* . Obtenido de <https://www.coca-cola.com.co/es/ec/coca-cola-fm/>
- Consuegra, L. É. (2018). *Periodismo digital y redes sociales. La administración de las tecnologías de la información y comunicación en el medio radial durante el primer semestre del año 2018. Caso: wq radio.* Guayaquil, Ecuador : Universidad de Guayaquil.
- Coronado, J. (2016). *Perspectivas de la radio frente al desarrollo de la tecnología digital* . El Salvador : Universidad de El Salvador .
- Diblu FM. (2019). *Radio online Diblu FM* . Obtenido de <http://www.diblu.ec/>

- Jerez, C. F. (2014). *Funcionalidad de la Radio en la Internet*. Guatemala: UNIVERSIDAD GALILEO.
- Lanusse, N. (2017). *Las redes sociales como impulsoras de la radio web*. Buenos Aires : Centro de Investigación y Capacitación en Estudios de Opinión .
- Lozano, C. M. (2017). *Análisis de la radio online en un medio de comunicación y el impacto que tiene entre hombres y mujeres de 17 a 50 años en la ciudad de guayaquil en el periodo 2015-2016*. Guayaquil, Ecuador : Universidad de Guayaquil.
- Morán, M. S. (2015). “*Análisis del uso del celular y su impacto en el aprendizaje de los estudiantes del primer semestre de la carrera de Comunicación Social de FACSO, en Guayaquil, en el año 2015*”. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Peñañiel, H. R. (2016). *Análisis de la influencia de las radios online e implementación de un espacio radial acerca del emprendimiento productivo en los jóvenes de 15 a 20 años en la ciudadela urdesa central de guayaquil en el año 2015*. Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil .
- Radio Box . (2015). *Programación online* . Obtenido de <https://onlineradiobox.com/spa/>
- Radio I99. (2019). *Somos un medio de comunicación con más de 30 años de trayectoria, comprometido con nuestra audiencia y sus clientes*. Obtenido de <https://www.i99.com.ec/>
- Radio Trend Topic . (2014). *Radio N° 1 en Argentina* . Obtenido de <http://radiotrendtopic.com.ar/web/>
- Radio Universal . (2019). *Radio Universal de Guayaquil*. Obtenido de <http://www.radiouniversalgye.com/>
- Radio, W. (2016). *Programación en vivo* . Obtenido de <http://wqradio.com/envivo/>
- Román, C. C. (2017). *El uso del celular y su influencia en las actividades académicas y familiares de los estudiantes de primer año de bachillerato de la Unidad Educativa Sagrados Corazones de Rumipamba de la ciudad de Quito*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

- Salaverría, R. (2015). *Cibermedios: el impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Madrid: Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones. .
- Salgado. (2013). *Nuevas narrativas para la ciberradio*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Videla, R. J., & Piñeiro, O. T. (2017). La radio online y offline desde la perspectiva de sus oyentes-usuarios. Hacia un consumo híbrido. *Universidade da Coruña* , 1450.
- Warkentin de la Mora, G. (2012). *Radio y Redes Sociales. La comunicación que viene*. Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano.
- Wilar Radio . (2015). *Radio online Wilar*. Obtenido de www.wilar.net

APÉNDICES

Apéndice 1 Encuesta a jóvenes de la ciudad de Guayaquil

Objetivo. Determinar el interés de la radio online para los jóvenes, considerando el aporte cultural que puede brindar en su formación, en la ciudad Guayaquil.

Instructivo: Se recomienda escribir el número al que corresponde la casilla del lado derecho.

I. INFORMACIÓN GENERAL

Datos personales

1. Género:

- 1) Masculino
- 2) Femenino

2. Edad

- 1. menos de 18
- 2. 18 a 30
- 3. 31 45
- 4. 45 a 65
- 5. mayor de 65

3. Nivel estudio

- 1. Primaria
- 2. Secundaria
- 3. Superior
- 4. Cuarto nivel
- 5. Doctorado
- 6. Otros

4. Actividad que realiza

- 1. Trabaja
- 2. Estudia
- 3. Trabaja y Estudia
- 4. Ni trabajan y ni Estudia

Pregunta complementaria

1. ¿Qué medio de comunicación comúnmente usted sintoniza?

- a) Televisión
- b) Radio
- c) Prensa escrita
- d) Redes sociales
- e) Radio o tv digital
- f) Otras especifiquen_____

2. ¿En el momento que sintoniza un medio de comunicación lo realiza por?

- a) teléfono móvil
 - b) Computadora personal
 - c) Tablet
 - d) Otros especifiquen_____
-

3. ¿Considera que las radios digitales pueden aportar a desarrollar una cultura de emprendimiento en los jóvenes de la ciudad de Guayaquil?

- a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo
 - d) Totalmente en desacuerdo
-

4. ¿De existir una radio digital online con programación dirigida al emprendimiento o desarrollo de los jóvenes la sintonizaría?

- a) Si
 - b) No
 - c) Poco
 - d) Tal vez
-

5. ¿Usted considera que en una radio digital online debería existir los siguientes tipos de programación?

- a) Deportes
 - b) Noticias
 - c) Políticas
 - d) Entrevistas
 - e) Ayuda social
 - f) Farándula
 - g) Crónica roja
 - h) Entretenimiento
 - i) Publicidad
 - j) Programa de valores
 - k) Programas conocimientos generales
 - l) Otros
-

6. ¿Considera que una radio digital online debería tener y buscar a auspiciante para su adecuado funcionamiento?

- a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo
 - d) Totalmente en desacuerdo
-

7. ¿De listado de nombres para una radio digital online, cuáles de su mayor agrado?

- a) Radio juventud al máximo
- b) Radio juventud emprende
- c) Radio la fuerza de los jóvenes
- d) Radio compromiso social
- e) Radio juventud en acción
- f) Otro indique Ud. _____

8. ¿Cuál es el horario donde normalmente sintoniza el medio de comunicación digital?

- a) 6:00 a.m. a 8:00 a.m.
- b) 8:00 a.m. a 12:00 p.m.
- c) 13:00 p.m. a 16:00 p.m.
- d) 18:00 p.m. a 23:59 p.m.
- e) 00:00 a.m. a 6:00 a.m.

9. ¿Le gustaría formar parte de la base de datos de una radio digital online?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) de acuerdo
- c) En desacuerdo
- d) Totalmente en desacuerdo

10. ¿Considera importante participar activamente en las diversas programaciones que tendría la radio digital online?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) En desacuerdo
- d) Totalmente en desacuerdo

11. ¿Es importante que en la radio digital online se cuente con un equipo de producción para cada uno de los programas?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) En desacuerdo
- d) Totalmente en desacuerdo

12. ¿Considera que la radio digital online debería tener convenio con las principales universidades en áreas de periodismo, relaciones públicas, publicidad, marketing y otras a fin?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) En desacuerdo
- d) Totalmente en desacuerdo

13. ¿considera que la innovación debe de ser la principal estrategia que tienen los productores de programas de radios para acaparar la sintonía de los jóvenes?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) En desacuerdo
- d) Totalmente en desacuerdo

14. ¿Debe ser jóvenes específicamente quienes participen y dirijan la radio digital online?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) En desacuerdo
- d) Totalmente en desacuerdo

15. ¿Es necesario promover la radio digital a través de las redes sociales e Internet?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) En desacuerdo
- d) Totalmente en desacuerdo

Apéndice 2 Estudio de mercado a través de un focus group de jóvenes de Guayaquil

Objetivo del Focus group: Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un programa online para los jóvenes en la ciudad de Guayaquil.

Tema: Lanzamiento de una programación Online dirigidos a jóvenes de Guayaquil

Descripción del nuevo Servicio online

1. En una escala del 1 al 6, donde 6 es "muy interesante" y 1 es "nada interesante".

6 5 4 3 2 1

¿Es de su interés una programación interactiva para los jóvenes en una radio vía Online?

2. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos te atraen de una radio online?

- Acceso vía Online Emprendimiento Deporte
 Entrevistas Noticias labor social Ninguno de los anteriores

Otro (por favor, especifique)

(Señale hasta 3 options)

Distribución e información sobre el Servicio

3. ¿Le gustaría recibir información referente a la programación de radio online a través de?

- Redes sociales correo directo
 Materiales Pop Correo masivo Otro (por favor,

especifique)

(Señale hasta 2 opciones)

4. ¿El servicio de radio online es sintonizado por?

- Rapidez
- Conocimiento
- Logística
- Confianza
- Tiempo
- Otro (por favor, especifique)

(Señale hasta 2 opciones)

Puntos débiles

5. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos no le atraen de una programación de radio digital Online?

- Voz elevada Temas de poco Interés Demasiada publicidad
- No hay mensajes a jóvenes Otro (por favor, especifique)

Intención de sintonía

6. Partiendo de la base de un mensaje en la programación definida en la radio online ¿qué probabilidad hay de que sintonice el programa?

- Lo sintonizo en cuanto estuviese en la red internet
- Lo sintonizo en un horario específico para escuchar y ver la programación
- Puede que lo sintonice en un tiempo
- No creo que lo sintonice

¡GRACIAS POR PARTICIPAR!



DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS Y COMUNITARIOS

REPORTE DE ANTIPLAGIO DE TRABAJO DE FIN DE MASTER

MAESTRANTE: CRISTHIAN MARTIN REYES

FECHA: 2/ABRIL/2019

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 22-jun.-2020 13:10 -05
 Identificador: 1348156709
 Número de palabras: 17513
 Entregado: 1

Trabajo de Titulación maestría Cristhian Reyes Por
 Cristhian Reyes

Índice de similitud	Similitud según fuente
6%	Internet Sources: 5% Publicaciones: 0% Trabajos del estudiante: 4%

- < 1% match (Internet desde 27-sept.-2018)
<http://gye.ecomundo.edu.ec/Biblio/TesisProyectosECUADRON%20RENTALS-PAULINA%20ALARCON.PDF>
- < 1% match (Internet desde 14-jun.-2019)
<http://redie.mx/librosyrevistas/libros/entornos.pdf>
- < 1% match (Internet desde 06-jun.-2020)
<https://idoc.pub/documents/bibliografia-catedra-bosetti-taller-de-radio-comunicacion-uba-klzox6qrg4g>
- < 1% match (trabajos de los estudiantes desde 13-ago.-2012)
[Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS on 2012-08-13](#)
- < 1% match (Internet desde 12-jun.-2019)
<http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6164/1/T2591-MIE-Roman-El%20uso.pdf>
- < 1% match (Internet desde 05-may.-2020)
<https://worldwidescience.org/topicpages/m/marengo+guayaquil+1996-1998.html>
- < 1% match (trabajos de los estudiantes desde 14-mar.-2017)

Lcdo. Guillermo Del Campo S.
 Coordinador de Programa



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: **Cristhian Reyes**
Título del ejercicio: **maestría de Guido Figueroa**
Título de la entrega: **Trabajo de Titulación maestría Crist...**
Nombre del archivo: **TESIS_FINAL_PARA_SUSTENACI_..**
Tamaño del archivo: **1.7M**
Total páginas: **88**
Total de palabras: **17,513**
Total de caracteres: **100,731**
Fecha de entrega: **22-jun-2020 01:08p.m. (UTC-0500)**
Identificador de la entrega: **1348156709**

