



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL**  
**E INFORMÁTICA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TÍTULO DEL TRABAJO**

**ANÁLISIS DE SOSTENIBILIDAD EN RADIO SURCOS 97.5 FM EN EL**  
**CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2018**

**AUTORES:**

**DANNY PATRICIO LEMA CUJI**  
**ALEX NAPOLEÓN ESTRADA ESTRADA**

**Guaranda, julio 2019**



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL**  
**E INFORMÁTICA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TÍTULO DEL TRABAJO**

**ANÁLISIS DE SOSTENIBILIDAD EN RADIO SURCOS 97.5 FM EN EL**  
**CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2018**

**Proyecto de Investigación presentado como requisito parcial para aprobar el**  
**trabajo de titulación, para optar el Título de**  
**Ingeniero Comercial**

**AUTORES:**

**DANNY PATRICIO LEMA CUJI**  
**ALEX NAPOLEÓN ESTRADA ESTRADA**

**DIRECTOR:**

**DR. C. DIOMEDES NÚÑEZ**

**PARES ACADÉMICOS:**

**ING. ALEJANDRO SÁNCHEZ**  
**LIC. RENATO CABEZAS**

**Guaranda, julio 2019**

## **ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR**

Por el presente dejo constancia que he leído la propuesta del trabajo de titulación, presentado por los señores **ALEX NAPOLEÓN ESTRADA ESTRADA Y DANNY PATRICIO LEMA CUJI** cuyo tema es: **ANÁLISIS DE SOSTENIBILIDAD EN RADIO SURCOS 97.5 FM EN EL CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2018**, y en tal virtud acepto asesorar al estudiante en calidad de Director durante la etapa de proyecto de investigación e informe final, hasta su presentación y evaluación.

Dado en la ciudad de Guaranda a los 20 días del mes de febrero del 2019



**Dr. C. Diomedes Núñez M.**  
C.I. 0200506764  
**DIRECTOR**

# ÍNDICE DE CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR	II
ÍNDICE DE CONTENIDO	III
ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE FIGURAS	VII
RESUMEN	VIII
SUMMARY	IX
<b>CAPÍTULO I</b>	<b>1</b>
TEMA	2
ANTECEDENTES	3
PROBLEMA	4
Formulación	4
Descripción del Problema	4
PREGUNTAS DIRECTRICES	5
JUSTIFICACIÓN	6
OBJETIVOS	7
GENERAL	7
ESPECÍFICOS	7
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>8</b>
MARCO TEÓRICO	9
MARCO TEÓRICO CIENTÍFICO	9
La sostenibilidad	9
El desarrollo sostenible	9
Sostenibilidad Social	10
Sostenibilidad Económica	10
Sostenibilidad Ambiental	11
Sostenibilidad Tecnológica	12
Sostenibilidad Política	12
Sostenibilidad Legal	12
Claves para lograr la sostenibilidad empresarial	12
Herramientas para la sostenibilidad	13
Características del desarrollo sostenible	13
Objetivos del desarrollo sostenible	14
	III

Beneficios de la sostenibilidad	15
Análisis DAFO	15
Ciclo de vida de una empresa	16
La radio	16
La comunicación radial	17
Tipos de medios de comunicación radial	18
Medio Público	18
Medio Privado	18
Medio Comunitario	18
Programación por clasificación de contenido	20
MARCO REFERENCIAL	22
MARCO CONCEPTUAL	24
MARCO LEGAL	26
CONSTITUCIÓN DE REPÚBLICA DEL ECUADOR.	26
LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN	27
MARCO TECNOLÓGICO	33
Descripción	33
Sistema de transmisión	35
Ubicación Geográfica y altura	35
Características Básicas del Transmisor	36
Área de cobertura	36
Forma de recepción de la señal	37
Seguridad humana	37
Frecuencia	38
ESTADO ACTUAL	39
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>40</b>
DISEÑO METODOLÓGICO	41
TIPO DE INVESTIGACIÓN	41
Cuantitativo	41
Cualitativo	41
Exploratoria	41
MÉTODOS	42
Método Deductivo	42
Método Inductivo	42
Método Estadístico	42
	IV

Método Dialectico	42
TÉCNICAS O INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	43
Entrevista	43
Encuesta	43
Universo y muestra	43
<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>46</b>
PROCESAMIENTO DE DATOS	47
Tabulación	47
Conclusión del análisis FODA	62
MARCO ADMINISTRATIVO	64
<b>ANEXOS</b>	<b>68</b>
LA ENTREVISTA DIRIGIDA AL DIRECTOR DE LA INSTITUCIÓN.	71
FOTOS	72
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>74</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Ciclo de vida de la empresa.....	16
<b>Tabla 2</b>	Número de radios existentes en el Ecuador.....	19
<b>Tabla 3</b>	Clasificación de los medios de comunicación radial.....	19
<b>Tabla 4</b>	Medios de comunicación por cantones, frecuencia, tipo de medio de la provincia Bolívar.....	19
<b>Tabla 5</b>	Descripción geográfica.....	33
<b>Tabla 6</b>	Descripción geográfica de las antenas de la radio.....	35
<b>Tabla 7</b>	Cobertura de la radio.....	37
<b>Tabla 8</b>	Universo.....	44
<b>Tabla 9</b>	Medios de comunicación.....	47
<b>Tabla 10</b>	Sintonía Radial.....	48
<b>Tabla 11</b>	Frecuencia radial.....	49
<b>Tabla 12</b>	Emisoras sintonizadas.....	50
<b>Tabla 13</b>	Programas preferidos.....	51
<b>Tabla 14</b>	Audiencia de Radio Surcos en el Cantón Guaranda.....	52
<b>Tabla 15</b>	Publicidad en radio Surcos.....	53
<b>Tabla 16</b>	Opinión de los costos en Publicidad respecto a Radio Surcos.....	54
<b>Tabla 17</b>	Opinión respecto al financiamiento de la radio Surcos.....	55
<b>Tabla 18</b>	Propuesta Radial.....	56
<b>Tabla 19</b>	Sugerencias Radiales.....	57
<b>Tabla 20</b>	Radio Surcos a futuro.....	58
<b>Tabla 21</b>	Análisis Institucional.....	62

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Programación por clasificación de contenido. Registro de medios (RPM) 2018 (Base general, corte al 05 de diciembre de 2018).....	20
<b>Figura 2</b> Tipos de programación. Registro de medios (RPM) 2018, base general, corte al 05 de diciembre de 2018.....	21
<b>Figura 3.</b> Distribución de la cabina Master de la Radio. ....	34
<b>Figura 4.</b> Distribución de la sala de locución de la Radio .....	35
<b>Figura 5.</b> Diagramación de radiación horizontal de las antenas en el cerro Susanga Estudio técnico 2015 .....	36
<b>Figura 6.</b> Área de cobertura TX-FM1 KW cerro Susanga. Estudio Técnico 2015 .....	37
<b>Figura 7.</b> Medios de comunicación. ....	47
<b>Figura 8.</b> Sintonía Radial.....	48
<b>Figura 9.</b> Frecuencia radial.....	49
<b>Figura 10.</b> Emisoras sintonizadas.....	50
<b>Figura 11</b> Programas preferidos. ....	51
<b>Figura 12.</b> Audiencia de Radio Surcos en el Cantón Guaranda. ....	52
<b>Figura 13.</b> Publicidad en Radio Surcos. ....	53
<b>Figura 14.</b> Opinión de los costos en publicidad respecto a Radio Surcos.....	54
<b>Figura 15.</b> Opinión respecto al financiamiento de Radio Surcos. ....	55
<b>Figura 16.</b> Propuesta radial Fuente:.....	56
<b>Figura 17.</b> Sugerencias Radiales.....	57
<b>Figura 18.</b> Radio Surcos a futuro.....	58



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL**  
**E INFORMÁTICA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

Título del trabajo de titulación

Análisis de Sostenibilidad en Radio Surcos 97.5 Fm en el Cantón Guaranda, Provincia  
Bolívar, Año 2018.

**Autores:** Alex Napoleon Estrada Estrada; Danny Patricio Lema Cuji

**Director:** Dr. C. Diomedes Núñez Minaya

23, julio, 2019

**RESUMEN**

La presente investigación se enfocó en el análisis de sostenibilidad de Radio Surcos 97,5 Fm, en la cual se evalúa los diferentes factores como el económico, social, ambiental, tecnológico, político y legal cuya finalidad es determinar la situación actual e implementar mejoras sin afectar al entorno, cabe mencionar que cada país tiene políticas y normativas distintas que deben ser asumidas para su estabilidad, entonces las instituciones deben estar preparadas para los cambios que pudieran surgir en el futuro. En este trabajo se utilizó la investigación de campo ya que se realizó la encuesta a la ciudadanía del cantón Guaranda que comprende el espectro radial, con la finalidad de evaluar el estado actual de la radio como medio de comunicación y principalmente conocer cuál es el nivel de aceptabilidad de Radio Surcos, además se realizó una entrevista al director del establecimiento en la cual se pudo conocer el manejo interno y cuáles son sus expectativas a futuro, con los resultados obtenidos se procedió a realizar el análisis FODA de la entidad, lo cual arrojó los resultados que llevarán a plantear la propuesta en las cuales se detallarán las estrategias que se deben seguir para alcanzar el crecimiento como institución sin afectar al medio que la rodea y pueda ser sostenible en el tiempo.

**Palabras claves:** Desarrollo, indicadores, sostenibilidad, estrategias, crecimiento, comunicación, radio.

**STATE UNIVERSITY OF BOLÍVAR**  
**FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES BUSINESS MANAGEMENT**  
**AND COMPUTER SCIENCE**  
**COMMERCIAL ENGINEERING DEGREE**

Title of the degree work

Sustainability Analysis in Radio Surcos 97.5 Fm in Guaranda Canton, Bolívar  
Province, Year 2018.

**Authors:** Alex Napoleon Estrada Estrada; Danny Patricio Lema Cuji

**Director:** Dr. C. Diomedes Núñez Minaya

23, july, 2019

**SUMMARY**

This research focused on the sustainability analysis of Radio Surcos 97.5 Fm, which evaluates the different factors such as economic, social, environmental, technological, political and legal whose purpose is to determine the current situation and implement improvements without affecting the environment, it is worth mentioning that each country has different policies and regulations that must be assumed for their stability, so institutions must be prepared for changes that may arise in the future. In this work, field research was used since a survey was conducted among the citizens of Guaranda canton, which includes the radio spectrum, with the purpose of evaluating the current state of radio as a means of communication and mainly to know what is the level of acceptability of Radio Surcos, With the results obtained, the SWOT analysis of the entity was carried out, which yielded the results that would lead to the proposal in which the strategies that must be followed to achieve growth as an institution without affecting the environment that surrounds it and can be sustainable over time were detailed.

**Keywords:** Development, indicators, sustainability, strategies, growth, communication, radio.

# CAPÍTULO I

## **TEMA**

Análisis de sostenibilidad en Radio Surcos 97.5 Fm en el Cantón Guaranda, Provincia Bolívar, año 2018.

## **ANTECEDENTES**

La Radio Surcos fue creada el 19 de marzo de 1963, por el primer obispo de la Diócesis de Guaranda, el Mons. Cándido Rada., siendo una de las pioneras en la comunicación en el Cantón Guaranda y en si para la Provincia Bolívar, su nombre proviene de un análisis profundo de la vida, su desarrollo y la hermandad de los pueblos.

La radio Surcos 97.5 Fm y la prensa el Amigo del Hogar, son instituciones religiosas que pertenecen a la Diócesis de Guaranda, en lo que respecta a la radio Surcos, siempre ha estado dirigida por un sacerdote nombrado por el Consejo Gubernativo de la Diócesis, y no existe un periodo de dirección establecido, el consejo cambia de dirección cuando lo vean oportuno o cuando un director (Sacerdote) desista de su cargo.

Surcos 97,5 Fm es un medio de comunicación de tipo privado que tiene como objetivo principal llegar con contenidos educativos y musicales hacia los radios escuchas, manteniendo y conservando la cultura de la música nacional. La radio resalta y promociona a los interpretes de este género musical como apoyo al talento ecuatoriano.

La Radio Surcos tiene como propósito enriquecer con su programación al crecimiento familiar, destinados a todas las edades con consejos y recomendaciones aplicables en la vida cotidiana, la programación ofrecida está pensada en el público objetivo, brindando a los radio escuchas programación que relaja.

La finalidad de la institución es buscar un espacio entre la ciudadanía y la comunicación, y convertirse en la voz de los pobladores de la provincia de Bolívar, la aspiración es aumentar la frecuencia mediante la participación en el concurso de frecuencias del 2019, para así captar más audiencia.

# **PROBLEMA**

## **Formulación**

¿Qué indica el análisis de sostenibilidad en Radio Surcos 97,5 FM en el Cantón Guaranda, Provincia Bolívar año 2018?

## **Descripción del Problema**

Desde la creación de la institución, los directores que han formado parte de la emisora radial no han realizado un análisis de sostenibilidad que les permita gestionar los recursos pensando en el futuro. En la actualidad, la institución se solventa sola y es independiente de la Diócesis de Guaranda.

Toda empresa debe pensar en un desarrollo sostenible, por ende, se deberá analizar los ejes que permiten a una institución ser sostenibles en el tiempo, es decir se debe estudiar en el ámbito social, económico, ambiental, político-legal, y el ámbito tecnológico, para así poder alcanzar la responsabilidad y sostenibilidad de la institución.

Radio Surcos ha tenido un crecimiento notable en los últimos años en cuanto a la difusión de los programas radiales, pero a nivel de imagen institucional es lento, la radio si bien es cierto ha renovado su programación radial pero no ha hecho un estudio de mercado que les ayude a identificar las preferencias de los oyentes, tampoco ha realizado un análisis de gestión administrativa que le permita determinar su economía, impacto ambiental, el crecimiento en la sociedad, el cumplimiento político-legal de la institución y el equipamiento tecnológico adecuado para su funcionamiento, por ende, es importante que la institución evalúe estos aspectos para poder estructurar un proyecto tomando en cuenta estos aspectos: social, económico, ambiental, político-legal y lo tecnológico para así lograr un nivel de sostenibilidad adecuado.

## **PREGUNTAS DIRECTRICES**

¿La radio Surcos es sostenible económicamente

¿la radio Surcos es sostenible socialmente?

¿La radio Surcos es sostenible políticamente-legalmente?

¿La radio Surcos es sostenible tecnológicamente?

¿La radio Surcos es sostenible ambientalmente?

## JUSTIFICACIÓN

La radio desde su creación no ha realizado cambios concretos a nivel de gestión y de administración, únicamente ha existido cambios de dirección, pero ninguno de ellos ha realizado un estudio acerca de la sostenibilidad de la radio, mucho menos aplicaron estrategias que ayuden a un fortalecimiento empresarial, en la cual formen parte todos los miembros de la emisora, por eso nace la necesidad de dar solución a la problemática que se ha venido dando durante varios años.

Realizar un análisis de sostenibilidad se convertirá en una fortaleza institucional que permitirá tener una idea clara de cómo funciona la institución, como se enfrentará al entorno que cada vez es más exigente y debe estar preparado, con respuestas oportunas, tener clientes satisfechos, usar tecnología nueva, protección a sus empleados y cumplir con la normativa actual de comunicación.

Es factible realizar la investigación ya que se cuenta con la colaboración de la institución a través de su director, que beneficiará para realizar con éxito el proyecto, además se han mostrado muy interesados con el tema de estudio ya que fomentará la participación de todos los integrantes de la radio para lograr la sostenibilidad institucional. Se recalca un impacto positivo ya que permitirá beneficiar a toda la organización, tanto públicos internos y externos.



## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

Realizar el análisis de sostenibilidad de la Radio Surcos 97.5 FM en el Cantón Guaranda, Provincia Bolívar, año 2018

### **ESPECÍFICOS**

- Efectuar un análisis de gestión en la institución
- Realizar un análisis teórico-científico con respecto a la sostenibilidad
- Proponer estrategias para garantizar la sostenibilidad de la Radio

# CAPÍTULO II

## MARCO TEÓRICO

### MARCO TEÓRICO CIENTÍFICO

#### **La sostenibilidad**

El término de sostenibilidad aparece por primera vez en el informe de Brundtland en el año 1987, se enmarca dentro del concepto de desarrollo sostenible o sustentable y se creó con el fin de analizar el crecimiento económico global, las acciones que las empresas toman con la sociedad y cuál es el impacto ambiental que estas generan.

La responsabilidad social es un tema de actualidad que cada vez toma más fuerza entre las empresas (Sanchez & Amparo, 2016) manifiesta que “Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas si no también ir más allá del cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores” p.90

#### **El desarrollo sostenible**

Las empresas en la actualidad deben encaminarse hacia el futuro, es decir deben permanecer con el pasar del tiempo sin perjudicar las generaciones actuales y futuras. Para lograr un desarrollo sostenible en las empresas es necesario tener en cuenta tres ejes importantes en las cuales se rige la sostenibilidad y son:

- Sostenibilidad social,
- Sostenibilidad económica, y
- Sostenibilidad ambiental.

Estos tres componentes giran hacia una misma dirección, pero cada uno estudia un área específica, la sostenibilidad social es la parte integral tanto de la sostenibilidad económica como de la sostenibilidad ambiental.

Una empresa en la actualidad, también depende de la parte, política, tecnológica y legal, por ende, es necesario analizar si las empresas en la actualidad son sostenibles políticamente, tecnológicamente y legalmente, de acuerdo a las exigencias de los mismos.

### **Sostenibilidad Social**

En los actuales momentos las empresas deben dar mucho más de lo que hacían años atrás, las personas son cada vez más exigentes al momento de adquirir productos o servicios que las empresas brindan.

La sostenibilidad social es una inversión a corto y medio plazo, además es la búsqueda de un equilibrio, de la igualdad, todo está encaminado a la disminución de la pobreza y velar por las necesidades básicas del individuo, promoviendo el desarrollo social para aumentar la calidad de vida.

(Busines at Speed, 2019) proponen indicadores para evaluar la sostenibilidad social de una empresa.

- Acciones de voluntariado
- Programas de apoyo a la comunidad
- Grado de satisfacción de los empleados
- Diversidad de los empleados
- Número de beneficiarios sociales para empleados
- Frecuencia del uso de beneficios sociales

### **Sostenibilidad Económica**

Se entiende por sostenibilidad económica al crecimiento económico para mantener una rentabilidad económica en todos sus procesos, respetando siempre los recursos naturales, en la sostenibilidad económica empresarial se debe tener en cuenta nuevos

conceptos de riesgo, de oportunidad y al impacto social de la producción o la calidad de las relaciones laborales.

(Busines at Speed, 2019) proponen indicadores para evaluar la sostenibilidad económica de una empresa.

- Deuda (%) y estructura de endeudamiento
- Volumen de negocios/pasivos
- Liquidez general y reducida
- Rentabilidad líquida y operacional en ventas
- Rentabilidad de capital propio
- Valor añadido bruto.

### **Sostenibilidad Ambiental**

La sostenibilidad ambiental es la responsabilidad que tienen las empresas para el cuidado medioambiental mediante sus procesos, para obtener un crecimiento económico las empresas deben minimizar el impacto ambiental respetando a la comunidad.

La sostenibilidad ambiental no es una moda, es una situación real y actual en la que todos debemos poner de parte y así solucionar los problemas de la contaminación ambiental.

Los tres componentes que forman el desarrollo sostenible de una organización son de vital importancia y son un sistema que trabajan en conjunto, con una responsabilidad social compartida mejoraremos la calidad de vida de los trabajadores y por ende se logrará una rentabilidad económica, aumento de la producción, y todo esto se obtendrá teniendo una responsabilidad ambiental.

### **Sostenibilidad Tecnológica**

La sostenibilidad tecnológica implica generar una superestructura tecnológica que permita integrarse con el ser humano de manera solidaria e integral, es decir no debe afectar en lo absoluto a la humanidad (Delfín, Jiménez, Maldonado, & González, 2016), si podemos equilibrar las fuerzas de la tecnología a las necesidades del ser humano, los beneficios serán permanentes y las empresas tendrán mayor rendimiento y productividad.

### **Sostenibilidad Política**

La sostenibilidad política consiste en la redistribución del poder político y económico, estableciendo reglas adecuadas, una administración confiable y un conjunto normativo que garantice la participación y respeto entre ser humano y ambiente (Coronel, 2018). el equilibrio fomentado entre estos factores permitirá mejorar las condiciones de vida y tener entornos de democracia y participación efectiva en el desarrollo institucional.

### **Sostenibilidad Legal**

La sostenibilidad legal se refiere a la verificación de la normativa que este conforme a los fines de aplicación de la misma, es decir si ambientalmente, socialmente, económicamente y políticamente son asumidas por las instituciones según su ámbito de operación y control que se realice.

### **Claves para lograr la sostenibilidad empresarial**

Cuando las empresas son tan dispersas y cambiantes difícilmente podrán llegar a ser sostenibles en el mercado, deben cambiar su estructura y forma de organización, para alcanzar la sostenibilidad empresarial es necesario analizar las siguientes condiciones:

**Unidad de negocio.** – En los negocios debe existir un equipo de trabajo, enfocados en el crecimiento del negocio con la participación de todos los involucrados, la manera correcta es tener claro la imagen del negocio y los valores corporativos siendo uno de los aspectos más significativos, la clave para tener éxito es la persistencia (Movistar, 2015).

**La empresa y su entorno.** - Las empresas desde su nacimiento están ligadas al entorno, por ende, es pertinente comprender las necesidades del mismo para establecer las medidas necesarias para adaptarse al medio (Movistar, 2015).

**Liderazgo de la dirección** – Uno de los aspectos más importantes para el plan de sostenibilidad es la participación de los directivos en el proceso de elaboración y ejecución, deben analizar el impacto del plan, sugerir mejoras ya que son ellos quienes instauran las normas y el método de gestión a aplicar en la institución (Movistar, 2015).

**Colaboración de los colaboradores.** - Para lograr la sostenibilidad se debe contar con la colaboración del equipo de trabajo en la formulación de las estrategias, es decir deben mostrar su compromiso con los objetivos de la institución para alcanzar resultados (Movistar, 2015).

### **Herramientas para la sostenibilidad**

Las herramientas necesarias de la sostenibilidad son la ciencia y la habilidad humana, pero no son suficientes. Para alcanzar el cumplimiento total de los objetivos debe existir la voluntad de cambio y la participación ética de los involucrados, estas herramientas deben facilitar la cohesión entre el presente y el futuro institucional garantizando el desarrollo (Saavedra, 2010).

### **Características del desarrollo sostenible**

Las características deben enfocarse en garantizar la continuidad de las futuras generaciones. según (Velazco, 2013) entre las más importantes están las siguientes.

- Reconocer la importancia del medio ambiente para el ser humano
- Usar adecuadamente los recursos
- Implementar tecnologías limpias
- Promover el crecimiento institucional, enfocados en el medio ambiente

- Incrementar la reutilización y el reciclaje
- Garantizar que la actividad económica, mejore las condiciones de vida de todos.

### **Objetivos del desarrollo sostenible**

Según las (Naciones Unidas, 2019) establecen los siguientes objetivos del desarrollo sostenible hasta el 2030:

1. Fin de la pobreza
2. Hambre cero
3. Salud y bienestar
4. Educación de calidad
5. Igualdad de género
6. Agua limpia y saneamiento
7. Energía asequible y no contaminante
8. Trabajo decente y crecimiento económico
9. Industria, innovación e infraestructura
10. Reducción de las desigualdades
11. Ciudades y comunidades sostenibles
12. Producción y consumo responsable
13. Acción por el clima
14. Vida Submarina
15. Vida de ecosistemas terrestres
16. Paz, justicia e instituciones sólidas
17. Alianza para lograr los objetivos



Los objetivos del desarrollo sostenible o también llamados objetivos mundiales, están orientados a tomar medidas para reducir y finiquitar la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad (Naciones Unidas, 2019).

### **Beneficios de la sostenibilidad**

- ✓ Genera credibilidad empresarial
- ✓ Facilita el crecimiento organizacional
- ✓ Reduce los costos
- ✓ Recibe exoneraciones fiscales
- ✓ Viabiliza el acceso a nuevos mercados
- ✓ Fortalecimiento del clima organizacional
- ✓ Aumenta la rentabilidad

### **Análisis DAFO**

Al momento de implementar estrategias competitivas para la empresa es necesario analizar el entorno en el que se desenvuelve la empresa, es decir analizar tanto el entorno interno como el entorno externo, y es donde entra en juego el análisis DAFO o FODA.

El análisis DAFO o FODA realiza estudios en cuatro niveles, en las amenazas y las oportunidades que corresponden al entorno externo y las debilidades y fortalezas que corresponden al entorno interno de la empresa, (Dess & Lumpkin, 2003) manifiesta que el análisis DAFO es una técnica básica para analizar las condiciones de la empresa y su sector de actividad.

Para un mejor análisis del FODA (Palacios, 2015) recomienda en primera instancia tener los objetivos claros, lo que permitirá aprovechar cada una de las oportunidades y las fortalezas, además disminuir las debilidades, para así convertir las amenazas en fortalezas.

## Ciclo de vida de una empresa

Las empresas al momento de su creación están conscientes deben pasar por un proceso de desarrollo hasta lograr el éxito, es decir tienen un inicio, un crecimiento, una madurez y en riesgo pasan por el declive.

**Tabla 1**

*Ciclo de vida de la empresa*

	INICIACIÓN	CRECIMIENTO	MADUREZ	DECLINACIÓN
NIVEL DE CRECIMIENTO	X	X	X	X

**TIEMPO**

**Fuente:** (Guizar, 2013). Desarrollo Organizacional, principios y aplicaciones. **Elaboración:** Propia

**Iniciación:** Desarrollar un sistema administrativo, en esta fase el crecimiento es lento, pero además es firme y la empresa poco a poco se vuelve más estable.

**Crecimiento:** Se establecen sistemas funcionales de gestión y admiración y la participación en el mercado es clave para su desarrollo.

**Madurez:** Llega el éxito, la empresa obtiene credibilidad y capacidad técnica y cada vez se hace más necesario la planeación dentro de la empresa.

**Declinación:** Esta fase es importante y en la que hay que trabajar más ya que la empresa está decreciendo y para no dejarse caer es importante que tanto la fase del crecimiento y la madurez estén equilibrados.

## La radio

Una vez que se creó el telégrafo y el teléfono, los científicos e inventores del siglo XIX se encontraron con un nuevo reto que consistía en conseguir transmitir el sonido sin emplear cables. El escocés James Clerk Maxwell en 1867 presentó la teoría

electromagnética en la que mediante cálculos matemáticos se puede crear ondas electromagnéticas y enviarlas al espacio, el físico alemán Heinrich Hertz fabricó un oscilador con el que se creó las ondas electromagnéticas probando así la teoría de Maxwell y concluyó que; construyendo aparatos de emisión y recepción se puede transmitir sonidos y así el ruso Alexander Popov inventó la primera antena.

Finalmente, en 1894 el italiano Guglielmo Marconi realizó pruebas uniendo todos los inventos creados anteriormente y así consiguió realizar la primera transmisión, envió señales sonoras a 250 metros de distancia y así patentó su invento y por consiguiente dio inicio a la creación de la radio (Hiru.eus, 2018).

En un principio la primera radio solo enviaba señales sonoras, el código morse. Pero a inicios del siglo XX logró convertir la voz y la música en señales electromagnéticas todo esto a través de los micrófonos y es así que en 1915 se consiguió transmitir la palabra por primera vez y 5 años después se emitió conciertos de música clásica.

### **La comunicación radial**

La comunicación en todas sus formas busca la interrelación entre el emisor y el receptor, los medios de comunicación con el pasar de los años necesitan renovarse en cuanto a sus programas, su contenido, su imagen institucional, y así sustentar un proyecto radial bien definido, lograr un valor diferente con periodistas responsables, con información validada y contrastada, programas de carácter educativo, cultural, social, deportivo.

El éxito de un medio de comunicación radial depende de un 80% de los ingresos que se tengan a través de las publicidades generadas por los anunciantes; a mayores anunciantes, mayores ingresos, y todo esto se logra por el tipo de público objetivo al está

dirigido el medio de comunicación, también la calidad del contenido y el aprovechamiento de la tecnología que posee el medio de comunicación.

Para una buena gestión radial y un desarrollo empresarial es indispensable trabajar en los cuatro componentes básicos como: anunciantes, canales, audiencia y contenidos, las cuatro áreas deben estar correlacionadas para maximizar la rentabilidad.

### **Tipos de medios de comunicación radial**

La Ley Orgánica de Comunicación clasifica a las radios en tres tipos de medios.

- Medios de comunicación públicos.
- Medios de comunicación privados
- Medios de comunicación comunitarios.

#### **Medio Público**

Según el art. 78 de la ley de comunicación define a los medios públicos como:

“Los medios públicos de comunicación social son personas jurídicas de derecho público y se crean a través de decreto, ordenanza o resolución según corresponda a la naturaleza de la entidad pública que lo crea”.

#### **Medio Privado**

Según el art. 84 de la Ley de Comunicación define como:

“Los medios de comunicación privados son personas naturales o jurídicas de derecho privado con o sin finalidad de lucro, cuyo objeto es la prestación de servicios públicos de comunicación con responsabilidad social.”

#### **Medio Comunitario**

Según el art 85 de la Ley de Comunicación define a los medios comunitarios:

“Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organización sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, el medio de comunicación comunitarios no tiene fines de lucro y su rentabilidad es social”

**Tabla 2**

*Número de radios existentes en el Ecuador*

PROVINCIA	N° RADIOS	PROVINCIA	N° RADIOS
Azuay	92	Los Ríos	19
Bolívar	20	Manabí	83
Cañar	47	Morona Santiago	29
Carchi	40	Napo	21
Chimborazo	65	Orellana	12
Cotopaxi	25	Pastaza	17
El Oro	58	Pichincha	84
Esmeraldas	41	Santa Elena	40
Galápagos	13	Santo Domingo	32
Guayas	94	Sucumbíos	25
Imbabura	37	Tungurahua	58
Loja	78	Zamora	19
<b>TOTAL</b>			<b>1049</b>

**Fuente:** (Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, 2018) Estaciones Concesionadas de Radiodifusión Sonora AM, FM en Ecuador. **Elaboración:** Propia

**Tabla 3**

*Clasificación de los medios de comunicación radial*

Tipo de medio	N° de medios
Medio de comunicación privado	783
Medio de comunicación público	202
Medio de comunicación comunitario	64
<b>TOTAL</b>	<b>1049</b>

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla 4**

*Medios de comunicación por cantones, frecuencia, tipo de medio de la provincia*

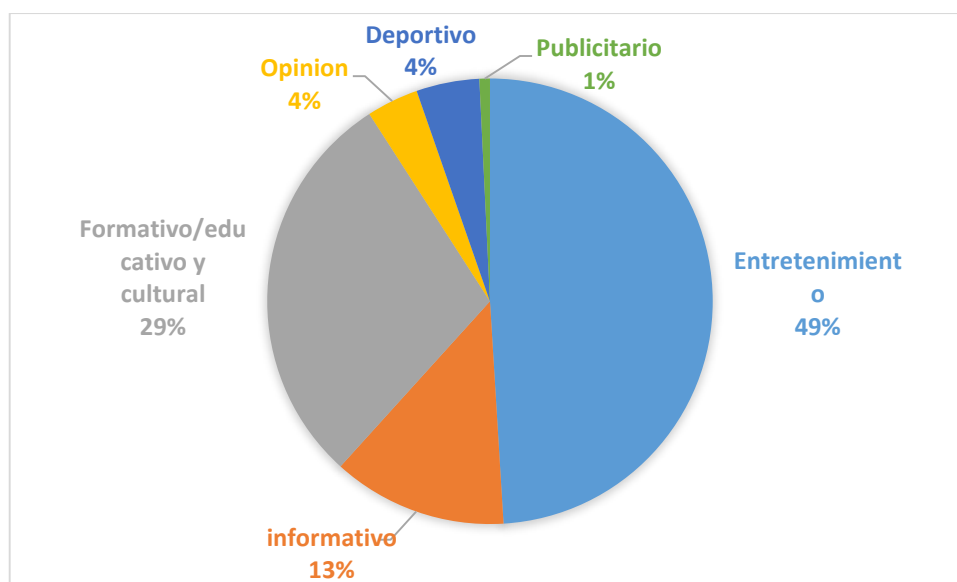
*Bolívar*

N°	Nombre del medio	Tipo de medio	Servicio	Frecuencia	Cantón
1	Radio Universidad de Bolívar	Público	FM	102.3	Guaranda
2	Radio Revolucionaria	Comunitario	FM	92.7	Guaranda

3	Radio Crisolito Celestial	Comunitario	FM	93.1	Guaranda
4	Radio Runacunapac Yachama	Comunitario	AM	1510	Guaranda
5	Radio Surcos	Privado	AM	1020	Guaranda
6	Radio Surcos	Privado	FM	97.5	Guaranda
7	Radio Salinerito	Comunitario	FM	89.9	Guaranda
8	Radio la Paz	Privado	AM	1300	Guaranda
9	Radio Guaranda	Privado	FM	101.1	Guaranda
10	Radio Turbo	Privado	FM	93.9	Guaranda
11	Radio Impacto	Privado	FM	99.9	Guaranda
12	Radio Raíces	Privado	FM	98.7	Guaranda
13	Radio Matiavi	Privado	FM	96.3	Guaranda
14	Radio Stereo San Luis	Privado	FM	95.1	San Luis de Pambil
15	Radio Stereo Satelital	Privado	FM	95.1	Chimbo
16	Radio Mundo	Privado	FM	91.5	Chimbo
17	Radio Zpazio	Privado	FM	104.7	San Miguel
18	Radio Sonoritmo	Privado	FM	90.3	San Miguel
19	Radio Amiga	Privado	FM	105.9	Chillanes
20	Radio Soberana	Privado	FM	98.7	Echeandía

**Fuente:** (Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, 2018) Radios de la Provincia Bolívar. **Elaboración:** Propia

### Programación por clasificación de contenido

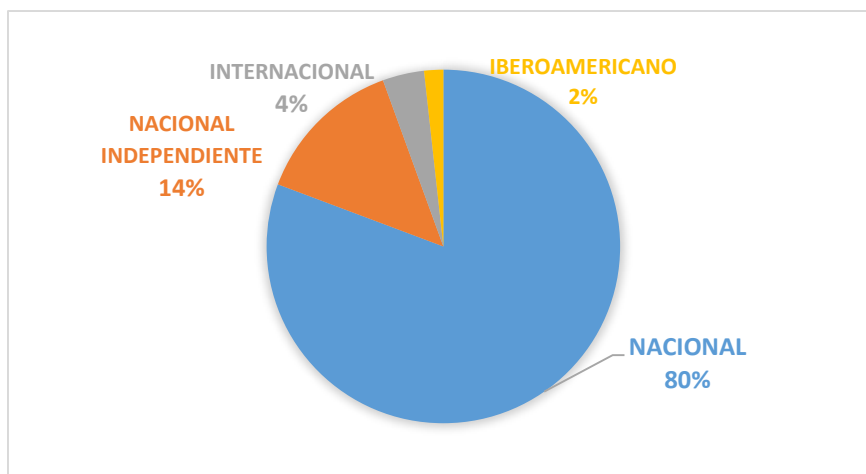


**Figura 1** (Consejo de Regulación, 2019) Programación por clasificación de contenido (corte al 05 de diciembre de 2018). Elaboración: Propia

El gráfico toma como referencia a 537 radios del Ecuador de las cuales son 11234 programas radiales, y el tipo de programa que mayor relevancia tiene es el

entretenimiento con un 49% seguido por el Formativo/educativo/cultural con el 29% y únicamente el 1% pertenece al publicitario.

### Programación según su origen de contenido de radio



**Figura 2** (Consejo de Regulación, 2019) Tipo de programación, corte al 05 de diciembre de 2018. Elaboración: Propia

La base de datos fue tomada de 537 radio del Ecuador, de 11234 programas radiales, y como indica la Ley Orgánica de Comunicación se debe dar prioridad a la programación nacional y es notorio que abarca un 80% el contenido nacional y un 14% el contenido nacional independiente, además las radios dentro de su programación utilizan un 4% de contenido internacional y un 2% de contenido iberoamericano.

## MARCO REFERENCIAL

Como sustento de la investigación es fundamental realizar indagaciones que ayuden a profundizar con más claridad el tema a tratar, si bien es cierto el estudio a las empresas radiales son muy pocos, es más, se cree que es el medio menos estudiado, quizá porque no es necesario analizarlo o simplemente porque las empresas radiales no necesitan realizar estudios en las cuales se analicen su desarrollo y sostenibilidad de la institución en el tiempo.

De los escasos estudios encontrados sobre la sostenibilidad de un medio de comunicación radial, se sustenta en otros estudios que abarca temas de sostenibilidad y responsabilidad social, se destaca la que fue realizada en la Universidad Estatal de Bolívar titulado “Programación en la calidad informativa de la radio comunitaria El SALINERITO de la parroquia Salinas en año 2014” En la investigación realizada, concluyen que el éxito de una radio no radica solo en una buena programación, también existen factores como la calidad de la información, el personal, la gestión administrativa y sobre todo una responsabilidad social, económica y ambiental responsable, solo poniendo énfasis en todos los aspectos antes mencionados se logra un desarrollo equilibrado en cada una de las áreas. (Coloma & Paredes, 2014)

Otro informe de investigación encontrado tiene una estrecha relación con la sostenibilidad empresarial y fue realizado por la Universidad Estatal de Bolívar, titulado “Incidencia de la situación ambiental, social y económica en la sostenibilidad de las microempresas del Cantón Echeandía año 2017” en la que se concluye que la sostenibilidad empresarial es la capacidad que algunas empresas tienen para garantizar su continuidad, viabilidad y el posicionamiento, además deben estar inmersos factores como decisiones empresariales, estrategias y procedimientos, para que todo tome forma, lo



indispensable es que la dirección y alta gerencia de la empresa sean los autores principales de los cambios, además indican que las empresas no nacen sostenibles ni alcanzan esta cualidad por si solas, para ello es fundamental tener una visión a largo plazo (Chuquicondor, 2017).

Los conclusiones presentados por la Universidad San Francisco de Quito en su título “Responsabilidad Social Empresarial: Una Herramienta para crear Sostenibilidad Económica, Social y Ecológica en las Empresa que Operan en el Ecuador 2013”, estos estudios hablan acerca de cómo lograr sostenibilidad social, económica y ambiental a través de la responsabilidad social, ya que es un indicador de importancia para medir el éxito de una empresa en el futuro, mediante la responsabilidad se maximizan la correcta utilización de los recursos y lo más importante dentro de una empresa es mantener una estrecha relación con el grupo focal a la cual está dirigido los servicios que brinda la empresa. (Ramos, 2013).

## MARCO CONCEPTUAL

**Desarrollo-** Es el avance o el progreso que tienen las empresas o las personas con el único fin de mejorar la calidad de vida.

**Sostenibilidad-** Se entiende por sostenibilidad a la acción de garantizar las necesidades del presente sin comprometer las generaciones futuras.

**Sostenibilidad económica-** Generar riqueza económica equitativa para todos sin afectar al medio ambiente y respetando a la sociedad.

**Sostenibilidad social-** Es la responsabilidad que se tiene con las personas, promoviendo un desarrollo sostenible para el mejoramiento de vida.

**Sostenibilidad ambiental-** Hace referencia al cuidado que mantienen las empresas con la fabricación de sus productos para no contaminar al medio ambiente y ser más sustentable.

**Sostenibilidad política-** Se refiere a la distribución equitativa del poder político como económico, estableciendo reglas y normativas que garantice la participación responsable del ser humano en el ambiente laboral y externo.

**Sostenibilidad tecnológica-** Consiste en estructurar y distribuir adecuadamente la tecnología para el cumplimiento del trabajo, pero a su vez no debe afectar al ser humano.

**Sostenibilidad legal-** Es el cumplimiento de la normativa establecida por cada gobierno en su país y normativas institucionales según corresponda.

**Radio-** Es un medio de comunicación masivo que permite que los ciudadanos se mantengan informados con temas políticos, sociales, culturales, deportivos, musicales etc.

**Onda electromagnética-** Son radiaciones eléctricas que son emitidas por un generador a una antena y a un transmisor, la misma que los convierte en sonidos.

**Frecuencia modulada-** O sus siglas Fm, es una señal que se emiten directamente a través del receptor hacia una antena que transforma en un sonido y es propagado por el entorno.

**Amplitud modulada:** O sus siglas Am, es el alcance que tiene una frecuencia radial, su ancho de banda mayor, pero llegará con menos calidad.

**Frecuencia-** Es el nombre de la señal que le pertenece a un medio de comunicación radial y que en el Ecuador es emitida por el Consejo de Regulación y Desarrollo de Medios de Comunicación para su funcionamiento.

**Audiencia-** Son las personas que escuchan los diferentes medios de comunicación de acuerdo a sus gustos.

**Audiencia objetivo-** Son las personas a las cuales está dirigido la programación radial.

**Publicidad-** Es una estrategia competitiva que las empresas aplican para generar más atraktividad de mercado y dar a conocer sus productos o servicios.

**Spot publicitario-** Es una grabación de audio y video con las cuales las empresas dan a conocer sus productos o servicios de manera directa, las mismas que son pautadas en los diferentes medios de comunicación.

**Estrategias-** Son las acciones que se toman, para la consecución de los objetivos empresariales.

## **MARCO LEGAL**

Este trabajo está sustentado legalmente en la Constitución de la Republica y la Ley Orgánica de Comunicación en lo que respecta a:

### **CONSTITUCIÓN DE REPÚBLICA DEL ECUADOR.**

#### **SECCIÓN III**

#### **COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN.**

**Art 16.-** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tiene derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estación de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

**Art 17.-** El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto.

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el

acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelar que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.
3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de frecuencias.

**Art 19.-** La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

## **LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN**

**Art. 5.- Medios de comunicación social.-** Para efectos de esta ley, se considera medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que presten el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y video por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

**Art 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos. -** Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los

valores y los derechos contenidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador y en la Constitución de la República del Ecuador.

## **CAPÍTULO II**

### **DERECHOS A LA COMUNICACIÓN**

#### **SECCIÓN II**

##### **DERECHOS DE IGUALDAD E INTERCULTURALIDAD**

**Art. 34.- Derecho al acceso a frecuencias.** - Todas las personas en forma individual y colectiva tienen derecho a acceder, en igualdad de condiciones, al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico, asignadas para los servicios de radio y televisión abierta y por suscripción en los términos que señala la ley.

#### **SECCIÓN III**

##### **DERECHOS DE LOS COMUNICADORES**

**Art. 43.- Composición laboral de los medios de carácter nacional.** Los medios de comunicación social de carácter nacional conformaran su nómina de trabajadores con criterios de equidad y paridad entre hombre y mujeres, interculturalidad, igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad y participación intergeneracional.

## **TÍTULO IV**

### **REGULACIÓN DE CONTENIDOS**

**Art. 60.- Identificación y clasificación de contenidos.** - para efectos de esta ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

- a. Informativos –I;
- b. De opinión –O;
- c. Formativos/educativos/culturales –F;
- d. Entretenimiento –E;

- e. Deportivos –D; y,
- f. Publicitarios –P.

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos determinados por el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y comunicación.

**Art. 65.- Clasificación de audiencias y franjas horarias.** - se establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado.

a. Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja horaria solo se podrá difundir programación de clasificación “A”: Apta para todo público;

b. responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta; y,

c. adultos: Compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con “A”, “B” y “C”: Apta solo para personas adultas.

En función de lo dispuesto en esta ley, el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, establecerá los parámetros técnicos para la definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación y calificación de contenidos de los medios de comunicación.

**Nota:** Artículo reformado por artículo 52 de ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 432 de 20 de febrero del 2019.

**Art 67.- Prohibición.** - Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religiosos y de cualquier otra naturaleza.

**Nota:** Artículo reformado por artículo 54 de ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 432 de 20 de febrero del 2019.

## **TÍTULO V**

### **MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Art. 71.- Responsabilidades comunes.** La información y la comunicación son derechos que deberán ser ejercidos con responsabilidad, respetando lo establecido en los instrumentos internacionales de derechos humanos, la Constitución y la ley.

Todos los medios de comunicación tienen las siguientes responsabilidades comunes en el desarrollo de su gestión:

- a) Respetar los derechos humanos y promover su plena aplicabilidad
- b) Desarrollar el sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general:
- c) Acatar y promover la obediencia a la Constitución, a las leyes y a las decisiones legítimas de las autoridades públicas:
- d) Contribuir al mantenimiento de la paz y seguridad; así como promover la cultura de prevención del riesgo de desastres y servir de canal para la difusión de información oficial relacionada con las causas y efectos que puedan producir los eventos peligrosos que afecten a las personas, familias, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades.
- e) Contribuir al mantenimiento de la paz y la seguridad;



- f) Servir de canal para denunciar el abuso o uso ilegítimo que los funcionarios públicos o personas particulares hagan de los poderes públicos y privados;
- g) Impedir la difusión de publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, racista o que atente contra los derechos humanos de las personas
- h) Respetar las franjas horarias establecida y las regulaciones relacionadas a las mismas;
- i) Promover el diálogo intercultural y las nociones de unidad y de igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales.
- j) Promover la integración política, económica, cultural de los ciudadanos, pueblos y colectivos humanos;
- k) Propender a la educomunicación; y,
- l) Respetar la propiedad intelectual, especialmente los derechos morales y patrimoniales de autor y derechos conexos, previstos en la normativa nacional e internacional.

**Nota:** Artículo reformado por artículo 58 de ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 432 de 20 de febrero del 2019.

### **SECCIÓN III**

#### **MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIOS**

**Art. 84.- Definición.** – Los medios de comunicación privados son personas naturales o jurídicas de derecho privado con o sin finalidad de lucro, cuyo objeto es la prestación de servicios públicos de comunicación con responsabilidad social.

### **SECCIÓN IV**

#### **TRANSPARENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Art. 88.- Registro Público.** - Los medios de comunicación social se registrarán obligatoriamente en un catastro a cargo del Consejo de Regulación, Desarrollo y

promoción de la información y comunicación dicho catastro deberá contener datos generales que se determinaran en el reglamento.

Este registro no constituye una autorización para el funcionamiento del medio de comunicación.

Los medios de comunicación que no cumplan con la obligación de registro no podrán pautar publicidad de ninguna entidad del Estado.

## **TÍTULO VII**

### **DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO**

**Art. 106.- Reserva del espectro radioeléctrico.** - La autoridad de telecomunicaciones planificará el uso del espectro radioeléctrico para difusión de señal abierta para medios públicos, privados y comunitarios. Se reservará hasta el 34% del espectro radioeléctrico al sector comunitario en función de la demanda y de la disponibilidad, porcentaje máximo que deberá alcanzarse progresivamente. El 66% del espectro restante será asignado para el sector público y privado en función de la demanda, no debiendo exceder la asignación de frecuencias al sector público un porcentaje del 10% del espectro.

**Nota:** Artículo reformado por artículo 87 de ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 432 de 20 de febrero del 2019.

**Art. 116.- Duración del Título Habilitante.** - El título habilitante para el aprovechamiento de las frecuencias de señal abierta durara un periodo de quince años.

## MARCO TECNOLÓGICO

### Descripción

Los estudios de la estación radial 97.5 FM (Radio Surcos) de la cual se emiten las programaciones están ubicados en las calles Johnson City y Convención de 1884 con los siguientes datos geográficos.

**Tabla 5**

*Descripción geográfica*

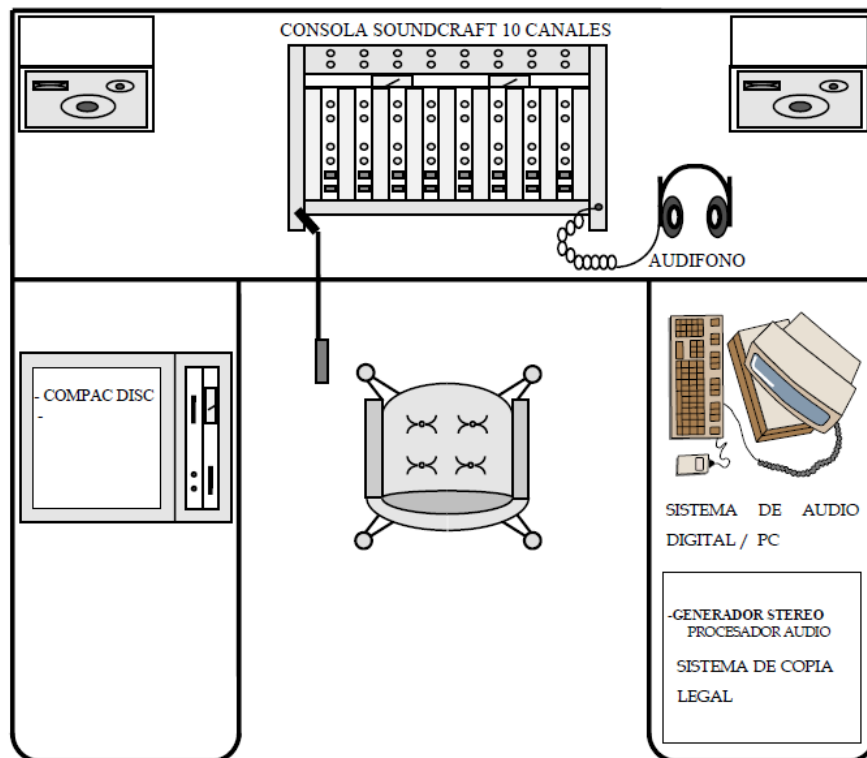
ESTUDIOS	LONGITUD	LATITUD	ALTITUD
Guaranda	79°00'00"W	01°35'48"S	2639m

**Fuente:** (Google Maps, 2019) . Elaborado por. Danny Lema; Alex Extrada

La cabina de locución está diseñada para un tiempo de reverberación de 0,55s con una señal de referencia de 512 Hz, las paredes de la cabina de locución y control master tienen un recubrimiento de pana o esponja en su interior, lo cual se consigue un buen aislamiento externo del sonido.

La cabina master del estudio tiene los siguientes equipos:

- 1 Generador/procesador de estéreo marca ORBAN, modelo 550
- 1 Consola estéreo marca Soundcraft, de 10 canales
- 1 Computadora con tarjeta de audio, software para administración de bibliotecas musicales, resolución y digitalización/conversión entre formatos de audio y respaldo legal
- 1 Compactera marca NUMARK
- 1 Micrófono central marca SHURE
- 1 Audífono estéreo, marca NAXA



*Figura 3.* Distribución de la cabina Master de la Radio. Elaboración: Propia

La sala de locución tiene los siguientes equipos:

- 1 Computadora que sirve de plataforma para hacer consultas o investigaciones de radio, la cual está dotada de internet
- 1 Mesa redonda para soporte de los micrófonos
- 4 Brazos mecánicos para los micrófonos
- 4 Micrófonos marca SHURE
- 4 Audífonos marca M-AUDIO.
- 1 Consola Tipo Regleta para conectar los audífonos



*Figura 4.* Distribución de la sala de locución de la Radio Elaboración: Propia

### **Sistema de transmisión**

#### **Ubicación Geográfica y altura**

El sistema de transmisión está ubicado en el cerro Susunga, que tiene los siguientes datos geográficos.

Para el enlace ESTUDIO- SUSANGA, tanto en transmisión como en recepción se usan antenas tipo Yagi Uda de 5 elementos marca ECUATRONIX, modelo EXYG-5, especificadas para la banda de 220-240 MHz con una ganancia de 8.11 dBd, además cabe indicar que la RADIO SURCOS no comparte infraestructura con otros sistemas de telecomunicaciones ni radiodifusión, posee caseta y torres propias.

### **Tabla 6**

*Descripción geográfica de las antenas de la radio*

<b>TRANSMISOR</b>	<b>LONGITUD</b>	<b>LATITUD</b>	<b>ALTURA</b>
-------------------	-----------------	----------------	---------------

Susanga	79°01'12"	01°40'25"S	2865m
---------	-----------	------------	-------

Fuente: (Google Maps, 2019): Elaboración propia

### Características Básicas del Transmisor

Para efectuar la transmisión desde el cerro Susanga se utiliza un transmisor marca db, modelo KA1000 de 1 KW de potencia de salida, compuesto por un excitador de 20W de potencia modelo PE20 y una etapa de amplificación final la cual entrega la potencia nominal de salida de transmisor.

A la salida del transmisor ubicada en el cerro Susanga, se utilizan un sistema radiante lineal formado por cuatro antenas radiadores FM de lata penetración, marca ECUATRONIX, modelo EXFM, especificados para cubrir toda la banda de FM (88-108MHz).

### Área de cobertura

Para determinar el área de cobertura se considera como parámetros fijos la potencia de salida del transmisor, altura efectiva, características de radiación e inclinación electrónica del sistema radiante en su respectivo sitio de transmisión

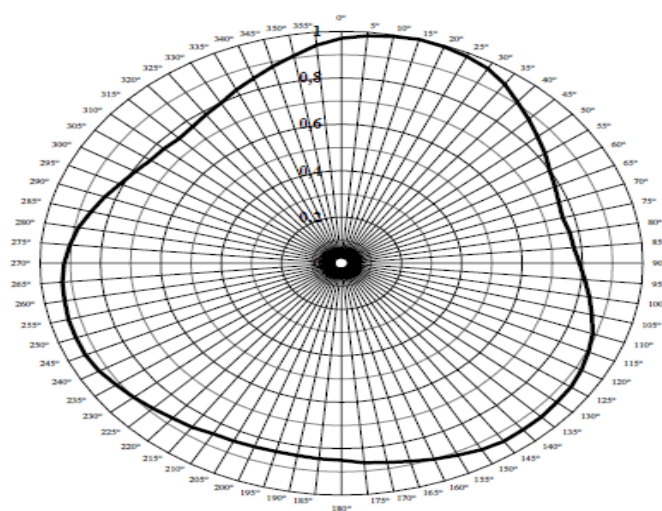


Figura 5. Diagramación de radiación horizontal de las antenas en el cerro Susanga Estudio técnico 2015



Figura 6. Área de cobertura TX-FM1 KW cerro Susanga. Estudio Técnico 2015

**Tabla 7**

*Cobertura de la radio*

COBERTURA	CANTONES
Declaración de los espacios territoriales a los que el medio llega con su señal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guaranda</li> <li>• Chimbo</li> <li>• San Miguel</li> </ul>

Elaboración: Propia

**Forma de recepción de la señal**

La señal de la radio se recibe en cerro Susanga, procedente de los Estudios Matriz, en base al enlace digital.

**Seguridad humana**

Para precautelar la seguridad de las personas, las instalaciones están ubicadas dentro de un cerramiento sin libre acceso, con la debida señalización a fin de evitar accidentes o daños.

**Frecuencia**

La frecuencia asignada y autorizada por el Consejo de Regulación y Desarrollo de Medios de Comunicación (CORDICOM) es la correspondiente a 97.5MHz para el servicio de la ciudad de Guaranda.



## **ESTADO ACTUAL**

La Radio Surcos 97,5 Fm, es la primera radio de la provincia Bolívar, fue creada por el Mons. Cándido Rada, y pertenece a la Diócesis de Guaranda, y siempre será administrada por un sacerdote que la comisión decida. La radio para su funcionamiento utilizaba fondos que era provistos por la Curia de Guaranda, tenía un direccionamiento netamente católico en sus programaciones y no tenían ingresos comerciales, pero con el pasar del tiempo y los avances tecnológicos se decidió enfocar a la radio a otro segmento de la población con música y programas más variados, la inclusión de más locutores ya que antes solo era música programada, pero se mantiene el tinte religioso de la institución, ya que sus programas van dirigidos a niños, jóvenes y adultos con temas enfocados a la familia, el bienestar social, el bienestar personal, la paz, la integración etc.

En la actualidad la institución está dirigida por P. Fabián Lema que está como director durante 5 años, en la radio trabajan actualmente 11 personas de lunes a viernes con una duración máxima de 3 horas de trabajo sin relación de dependencia, además de estar en la radio algunos trabajan y otros estudian. En la parte económica se sustenta de forma autónoma, con recursos propios provenientes en su mayoría de la parte comercial de la institución, es decir de publicidades tanto locales como nacionales, y todo lo generado se invierte en los empleados, en gastos de servicios básicos y en sí para el funcionamiento de la radio.

En cuanto a la parte de gestión la radio nunca ha realizado un estudio de sostenibilidad en la cual estén inmersos factores importantes como lo social, económico, ambiental, político, tecnológico y legal, que permitirá direccionarnos hacia el futuro.

# CAPÍTULO III

## **DISEÑO METODOLÓGICO**

En la investigación se aplicarán métodos que fijen el camino hacia el objeto de investigación, conocer aspectos importantes de la institución, y además facilitara obtener información que responda al planteamiento del problema. (Hernandez, Méndez, Mendoza, & Cuevas, 2017).

La utilización del método científico permitirá estudiar nuevas teorías acerca de la sostenibilidad social, ambiental, económica, tecnológica y política-legal, con la cual obtendremos un conocimiento más profundo y general acerca del objeto en investigación.

## **TIPO DE INVESTIGACIÓN**

### **Cuantitativo**

La información que se obtenga durante el proceso de investigación será analizada mediante programas estadísticos como es el IBM SPSS (v 25) en el cual se obtendrá información para la generación de las conclusiones acerca del trabajo en estudio. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

### **Cualitativo**

Con la utilización de la investigación cualitativa permitirá realizar una indagación tanto interna como externa de la institución, con la finalidad de obtener criterios, observaciones, recomendaciones, puntos de vista de los trabajadores de la radio, su director y de los consumidores del servicio que en este caso son los oyentes. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

### **Exploratoria**

Admite conocer la realidad del problema que luego será estudiada en forma más profunda, además permite examinar con más detalle acerca del problema de investigación y así ampliar nuevas ideas del tema (Ferreira & Longhi, 2011).

## **Descriptivo**

Permite identificar características de un evento o una situación, es decir identifica aspectos relevantes de la realidad sobre el objeto de estudio o el problema de investigación (Ferreira & Longhi, 2011).

## **MÉTODOS**

### **Método Deductivo**

La implementación del método deductivo servirá para estudiar nuevos conceptos, normas, leyes, principios con la finalidad de extraer información particular y mediante las conclusiones de todas las premisas analizadas aplicarla a la investigación (Bernal, 2010).

### **Método Inductivo**

Permite profundizar en aspectos particulares más importantes de la investigación para así generar un nuevo conocimiento general que permitirá tener una visión más clara del tema en estudio. (Bernal, 2010).

### **Método Estadístico**

Con la utilización del método estadístico podremos analizar los datos que son arrojados por las encuestas que serán aplicadas en el Cantón Guaranda.

### **Método Dialectico**

Se utilizará para la recolección de información por medio de la entrevista que será realizada al director de la institución, la misma que ayudará a fundamentar la investigación (Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagomez, 2014).

## TÉCNICAS O INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

La aplicación de instrumentos de investigación ayudara a la obtención de información de relevancia para el trabajo en estudio.

### **Entrevista**

La entrevista es un dialogo entre el entrevistador (investigador) y el entrevistado, se aplica con la finalidad de obtener información por parte del sujeto entrevistado (Méndez, 2013).

La entrevista se realizará al director de la radio, en la cual se tratará temas como: los objetivos que persigue la institución, el crecimiento de la radio, existencia de planes de sostenibilidad económico, social, ambiental, político, tecnológico y lega. etc.

### **Encuesta**

Es un instrumento de recopilación de datos que se utiliza para recolectar información de la ciudadanía sobre temas puntuales que ayuden a dar respuestas al problema planteado de la investigación y su análisis se lo realiza utilizando el programa IBM SPSS (v25) (Valarino, Yáber, & Cemborain, 2012).

La encuesta se realizará a la ciudadanía del Cantón Guaranda, teniendo en cuenta el espectro Radial de la institución ya que son ellos quienes consumen el servicio, con la finalidad de obtener un juicio crítico acerca del funcionamiento de la radio.

### **Universo y muestra**

**Universo:** El grupo focal o audiencia objetivo total está concentrada en el Cantón Guaranda, por ende, la población de estudio será como lo indica la siguiente tabla debido a que el espectro radial cubre las siguientes Parroquias dentro del Cantón Guaranda.

**Tabla 8***Universo*

<b>Universo</b>	
San Simón	4867
Santa Fe	2029
San Lorenzo	2150
Julio Moreno	3414
Guaranda	64199
<b>Total</b>	<b>76659</b>

**Fuente:** Sistema Nacional de Información(SNI).

**Muestra:** En la investigación se utilizará el muestreo probabilístico, que ayudara a determinar el número de personas que se necesitaran encuestar del total de la población, para obtener un criterio general.

### **Calculo de la muestra**

#### **Formula**

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(E)^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

#### **Donde:**

**n** = Tamaño de la muestra

**N** = Población total

**Z**= Nivel de confianza o 95%=1,96

**p**= Probabilidad de éxito = 95%

**q**= Probabilidad de Fracaso= 5%

**E**= Nivel de error 5% (Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagomez, 2014, p. 249)

### Calculo

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(E)^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{76659 * (1,96)^2 * 0,95 * 0,05}{(0,05)^2 * (76659 - 1) + (1,96)^2 * 0,95 * 0,05}$$

$$n = \frac{13988,43}{191,83}$$

$$n = 73$$

En total se realizarán 73 encuestas, con la finalidad de obtener información.

# CAPÍTULO IV



## PROCESAMIENTO DE DATOS

### Tabulación

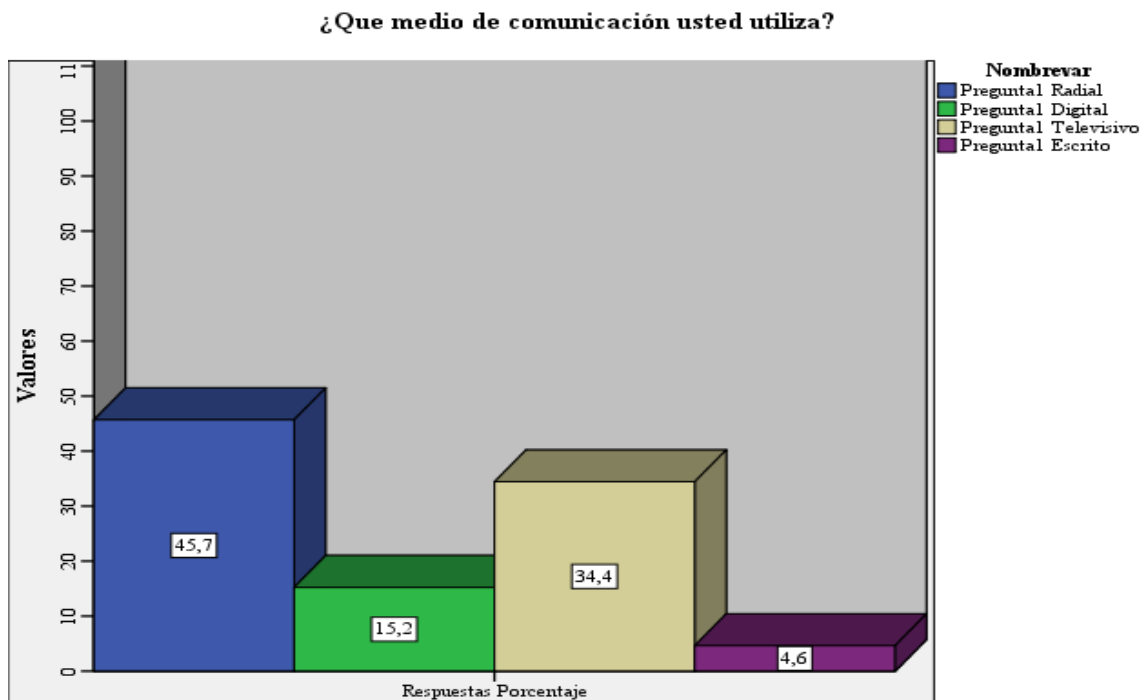
**Pregunta N° 1:** ¿Qué medios de comunicación usted utiliza?

**Tabla 9**

*Medios de comunicación*

<b>¿Qué medios de comunicación usted utiliza?</b>				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Pregunta 1 <sup>a</sup>	Radial	69	45,7%	94,5%
	Digital	23	15,2%	31,5%
	Televisivo	52	34,4%	71,2%
	Escrito	7	4,6%	9,6%
Total		151	100,0%	206,8%

**Fuente.** Elaboración propia



**Figura 7.** Medios de comunicación. Fuente: Elaboración propia

### ANÁLISIS

De las encuestas realizadas se determina que la radio es el medio de comunicación más utilizado por la ciudadanía, por lo general en la mañana escuchan la radio y por las noches miran televisión, por ende, es factible realizar el estudio de sostenibilidad en la radio.

**Pregunta N° 2:** ¿Usted escucha radio?

**Tabla 10**

*Sintonía Radial*

<b>¿Usted escucha la radio?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	69	94,5	94,5	94,5
	No	4	5,5	5,5	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

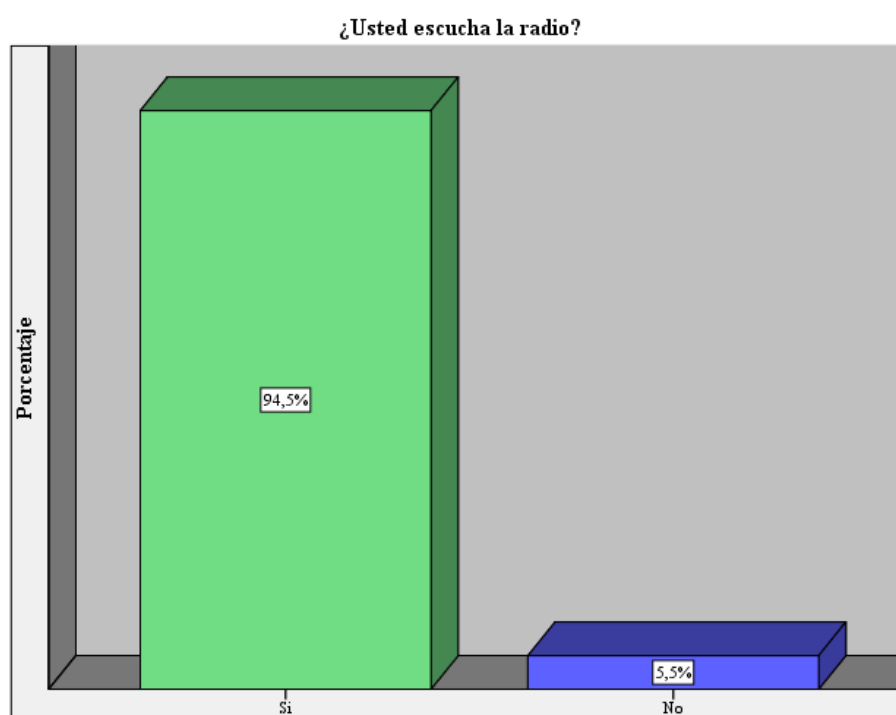


Figura 8. Sintonía Radial. Fuente: Elaboración propia

**ANÁLISIS**

La ciudadanía de Guaranda tiene como preferencia la radio, ya que es un medio de comunicación que les entretiene con sus programaciones variadas, tanto de entretenimiento como de música.

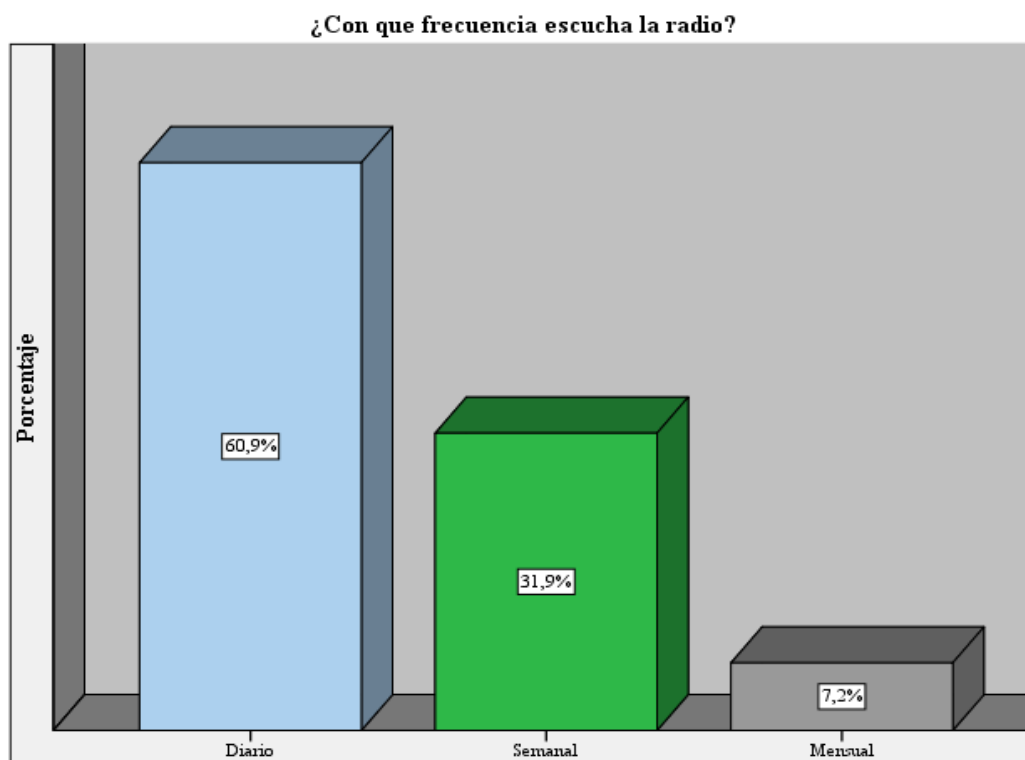
**Pregunta N° 3:** ¿Con que frecuencia escucha la radio?

**Tabla 11**

*Frecuencia radial*

<b>¿Con que frecuencia escucha la radio?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Diario	42	57,5	60,9	60,9
	Semanal	22	30,1	31,9	92,8
	Mensual	5	6,8	7,2	100,0
	Total	69	94,5	100,0	
Perdidos	Sistema	4	5,5		
Total		73	100,0		

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 9.** Frecuencia radial. Fuente: Elaboración propia

**ANÁLISIS**

Las personas encuestadas escuchan la radio de manera diaria, cuando están en casa, en su lugar de trabajo, conduciendo e inclusive cuando están realizando alguna actividad física, ya que es un medio de fácil acceso en la que se enteran de noticias locales, nacionales y escuchan música.

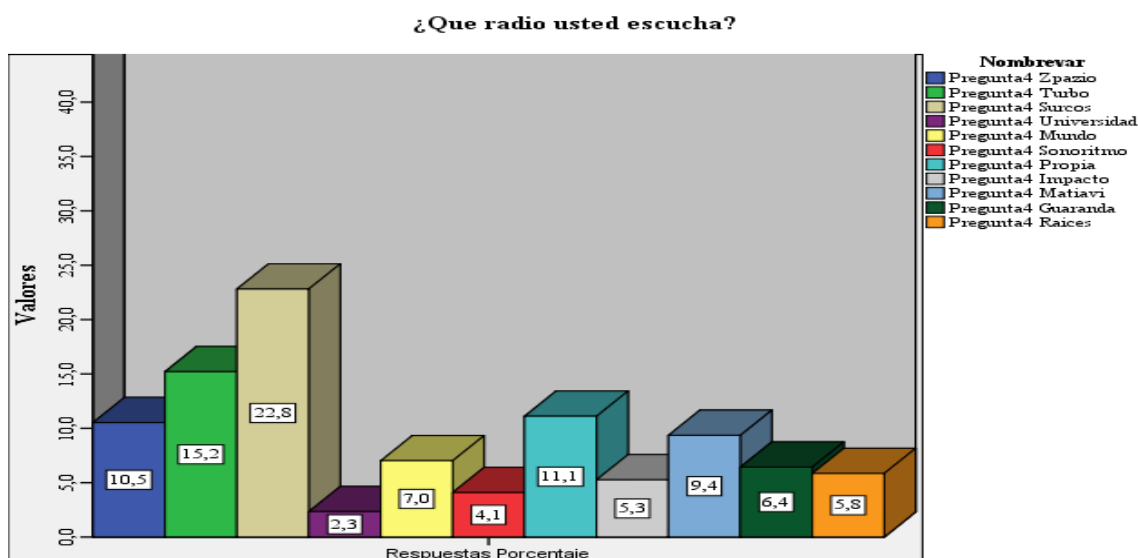
**Pregunta N° 4: ¿Qué radio usted escucha?**

**Tabla 12**

*Emisoras sintonizadas*

		<b>¿Qué radio usted escucha?</b>		
	Pregunta4 <sup>a</sup>	Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
	Zpazio	18	10,5%	26,1%
	Turbo	26	15,2%	37,7%
	Surcos	39	22,8%	56,5%
	Universidad	4	2,3%	5,8%
	Mundo	12	7,0%	17,4%
	Sonoritmo	7	4,1%	10,1%
	Propia	19	11,1%	27,5%
	Impacto	9	5,3%	13,0%
	Matiavi	16	9,4%	23,2%
	Guaranda	11	6,4%	15,9%
	Raíces	10	5,8%	14,5%
	<b>Total</b>	<b>171</b>	<b>100,0%</b>	<b>247,8%</b>

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 10.** Emisoras sintonizadas. Fuente: Elaboración propia

**ANÁLISIS**

Los ciudadanos de Guaranda no tienen definido una radio en especial, ellos escuchan diferentes radios del Cantón, ya que cada radio se identifica por algún programa que a la gente le agrada, la radio Surcos fue la radio más mencionada por todos los encuestados dando a entender que tiene poder en el mercado, pero la información es subjetiva ya que en ciertas horas la radio desciende en sintonía.

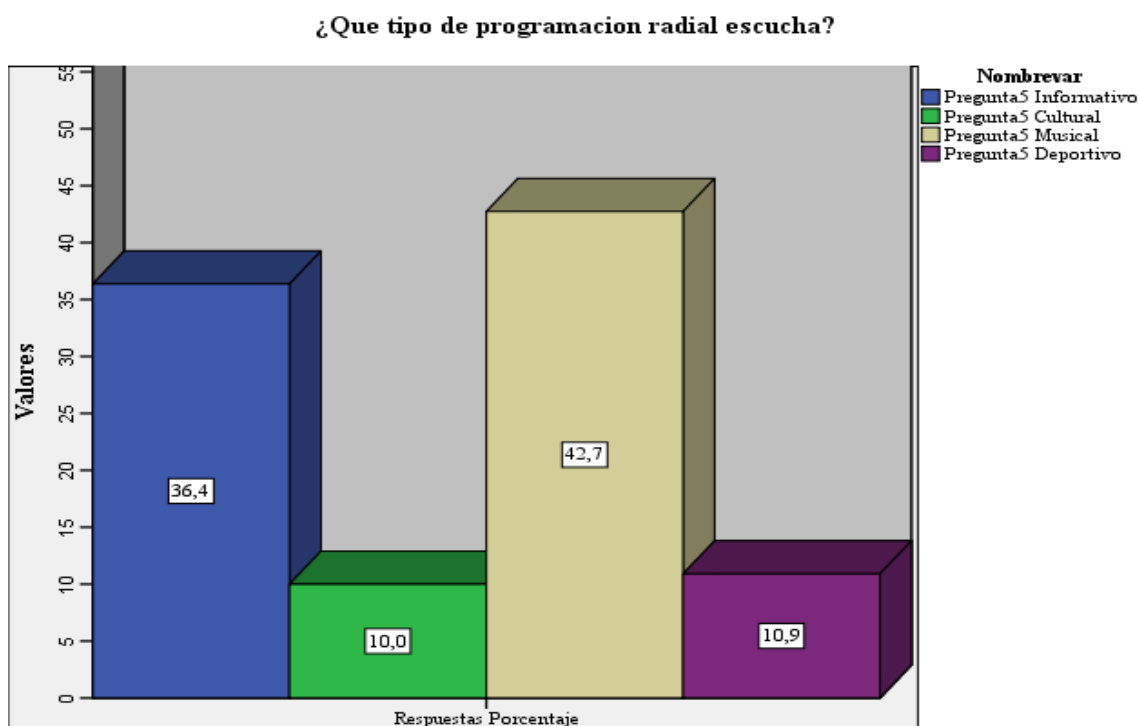
**Pregunta N° 5: ¿Qué tipo de programación usted escucha?**

**Tabla 13**

*Programas preferidos*

<b>¿Qué tipo de programación usted escucha?</b>				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Pregunta5 <sup>a</sup>	Informativo	40	36,4%	58,0%
	Cultural	11	10,0%	15,9%
	Musical	47	42,7%	68,1%
	Deportivo	12	10,9%	17,4%
Total		110	100,0%	159,4%

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 11** Programas preferidos. Fuente: Elaboración propia

**ANÁLISIS**

La población de estudio, se inclinan más por escuchar música en las radios existentes en la ciudad de Guaranda, obviamente en ciertos horarios, además los ciudadanos también optan por mantenerse siempre informados con noticias validadas de lo que sucede en la provincia y en el país en general.

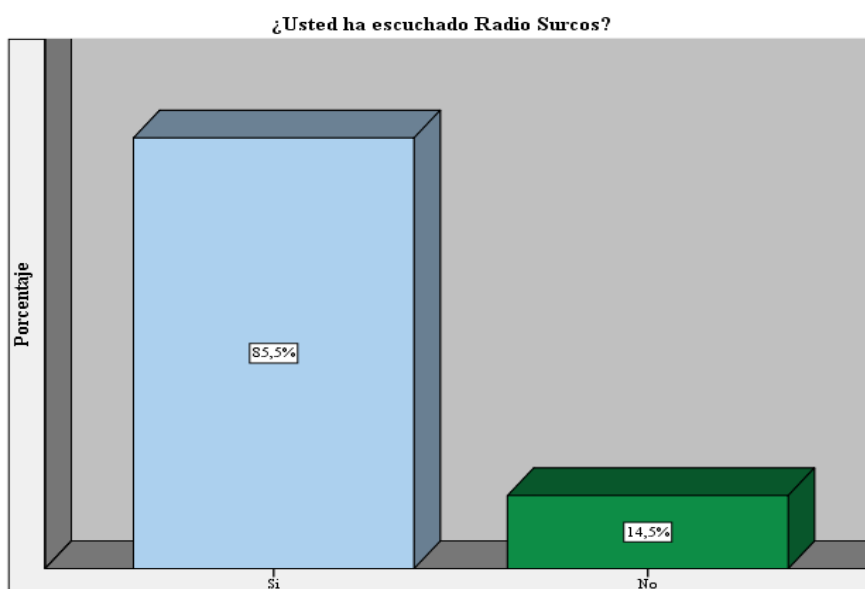
**Pregunta N° 6:** ¿Usted ha escuchado radio Surcos?

**Tabla 14**

*Audiencia de Radio Surcos en el Cantón Guaranda*

<b>¿Usted ha escuchado Radio Surcos?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	59	80,8	85,5	85,5
	No	10	13,7	14,5	100,0
	Total	69	94,5	100,0	
Perdidos	Sistema	4	5,5		
	Total	73	100,0		

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 12.** Audiencia de Radio Surcos en el Cantón Guaranda. Fuente: Elaboración propia

**ANÁLISIS**

La radio Surcos es un medio de comunicación que siempre está presente en las opiniones de las personas, gracias a su programación que está dirigido a los niños, jóvenes, adultos y sobre todo resaltando la música nacional.

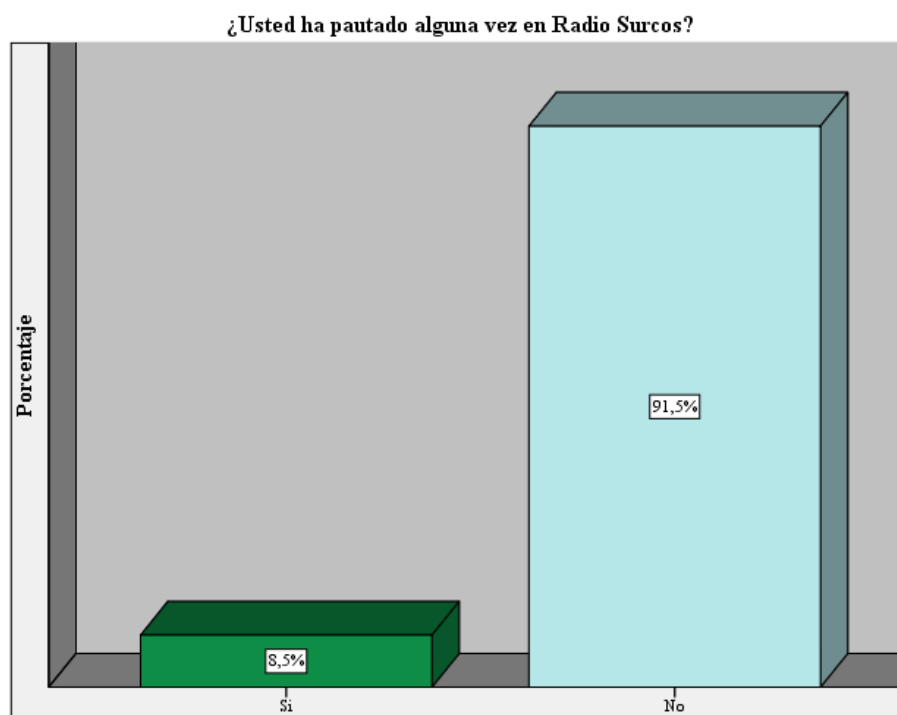
**Pregunta N° 7:** ¿Usted ha pautado alguna vez en radio Surcos?

**Tabla 15**

*Publicidad en radio Surcos*

¿Usted ha pautado alguna vez en Radio Surcos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	5	6,8	8,5	8,5
	No	54	74,0	91,5	100,0
	Total	59	80,8	100,0	
Perdidos	Sistema	14	19,2		
	Total	73	100,0		

Fuente: Elaboración propia



**Figura 13.** Publicidad en Radio Surcos. Fuente: Elaboración Propia

## ANÁLISIS

En cuanto a las publicidades de la radio es notorio identificar que es muy bajo en cuanto al pautaje de publicidad, pero cabe señalar que las encuestas no fueron específicamente realizada a las casas comerciales que pautan con la institución, el enfoque fue en obtener opiniones aleatorias para así tener mayor certeza en cuanto a la información.

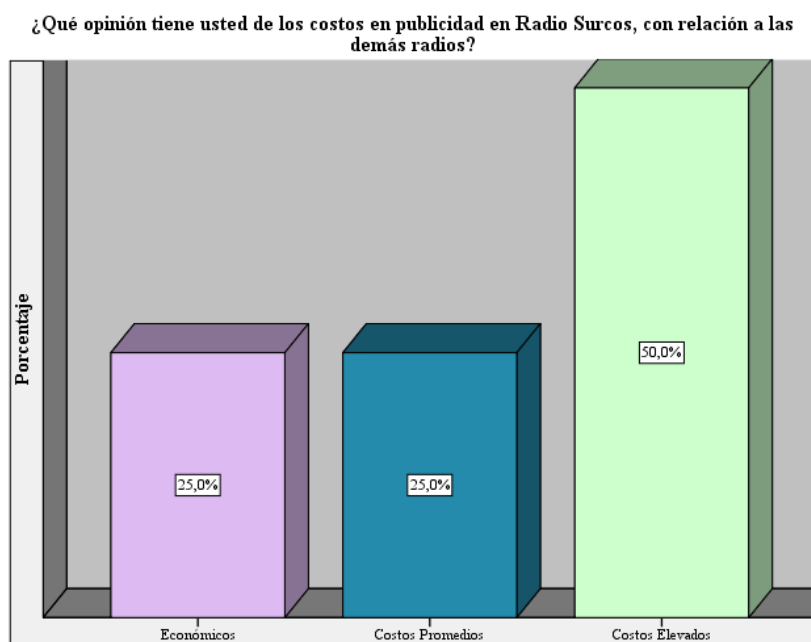
**Pregunta N° 8:** ¿Qué opinión tiene usted de los costos en publicidad en radio Surcos, con relación a las demás radios?

**Tabla 16**

*Opinión de los costos en Publicidad respecto a Radio Surcos.*

¿Qué opinión tiene usted de los costos en publicidad en Radio Surcos, con relación a las demás radios?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Económicos	1	1,4	25,0	25,0
	Costos Promedios	1	1,4	25,0	50,0
	Costos Elevados	2	2,7	50,0	100,0
	Total	4	5,5	100,0	
Perdidos	Sistema	69	94,5		
	Total	73	100,0		

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 14.** Opinión de los costos en publicidad respecto a Radio Surcos. Fuente: Elaboración propia

## ANÁLISIS

De las personas o locales comerciales que anunciaban en la radio manifestaron que los costos son elevados, pero esta opinión no es muy “creíble” ya que como dueño de un negocio es fácil decir que son los costos caros para que en una próxima ocasión el costo de las pautas baje.



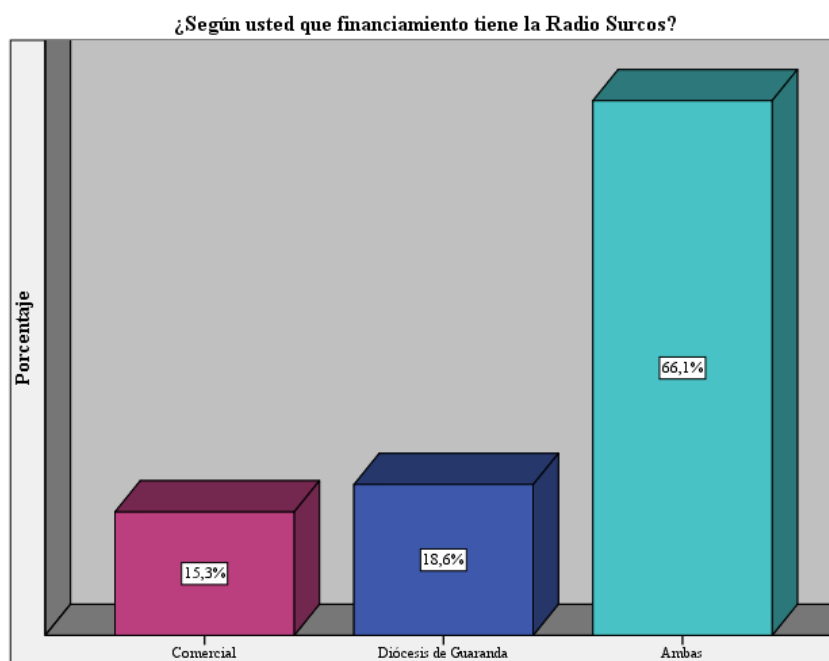
**Pregunta N° 9:** ¿Según usted que financiamiento tiene la radio Surcos?

**Tabla 17**

*Opinión respecto al financiamiento de la radio Surcos*

<b>¿Según usted que financiamiento tiene la Radio Surcos?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Comercial	9	12,3	15,3	15,3
	Diócesis de Guaranda	11	15,1	18,6	33,9
	Ambas	39	53,4	66,1	100,0
	Total	59	80,8	100,0	
Perdidos	Sistema	14	19,2		
	Total	73	100,0		

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 15.** Opinión respecto al financiamiento de Radio Surcos. Fuente: Elaboración propia

**ANÁLISIS**

Como la radio pertenece a la Diócesis de Guaranda entonces las opiniones de las personas iban enfocadas a que es la Diócesis la que financia a la institución y mencionan también que se mantienen con la parte comercial con pautas, donaciones, concursos, ayudas. Etc.

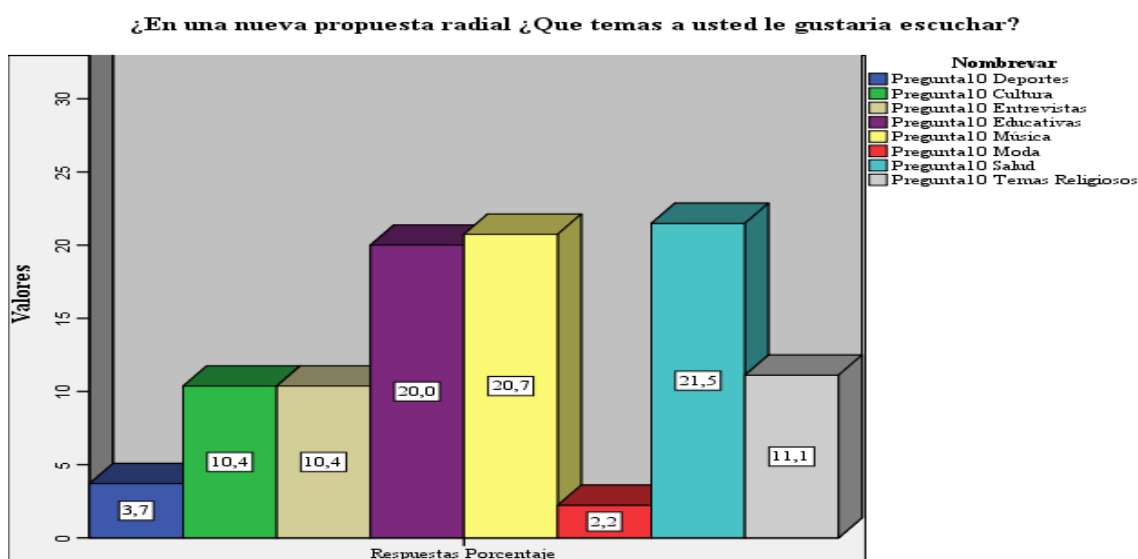
**Pregunta N° 10:** En una nueva propuesta radial ¿Qué tema a usted le gustaría escuchar?

**Tabla 18**

*Propuesta Radial*

<b>En una nueva propuesta radial ¿Qué temas a usted le gustaría escuchar?</b>				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Pregunta 10 <sup>a</sup>	Deportes	5	3,7%	8,5%
	Cultura	14	10,4%	23,7%
	Entrevistas	14	10,4%	23,7%
	Educativas	27	20,0%	45,8%
	Música	28	20,7%	47,5%
	Moda	3	2,2%	5,1%
	Salud	29	21,5%	49,2%
	Temas Religiosos	15	11,1%	25,4%
	<b>Total</b>	<b>135</b>	<b>100,0%</b>	<b>228,8%</b>

**Fuente:** Elaboración Propia



**Figura 16** Propuesta radial Fuente: Elaboración Propia

## ANÁLISIS

A pesar de que la mayoría de las emisoras en la ciudad de Guaranda tiene como prioridad la música, a los ciudadanos también les interesa que incluyan en sus programaciones temas relacionados con la salud de las personas ya que son temas necesarios que la ciudadanía quiere conocer.

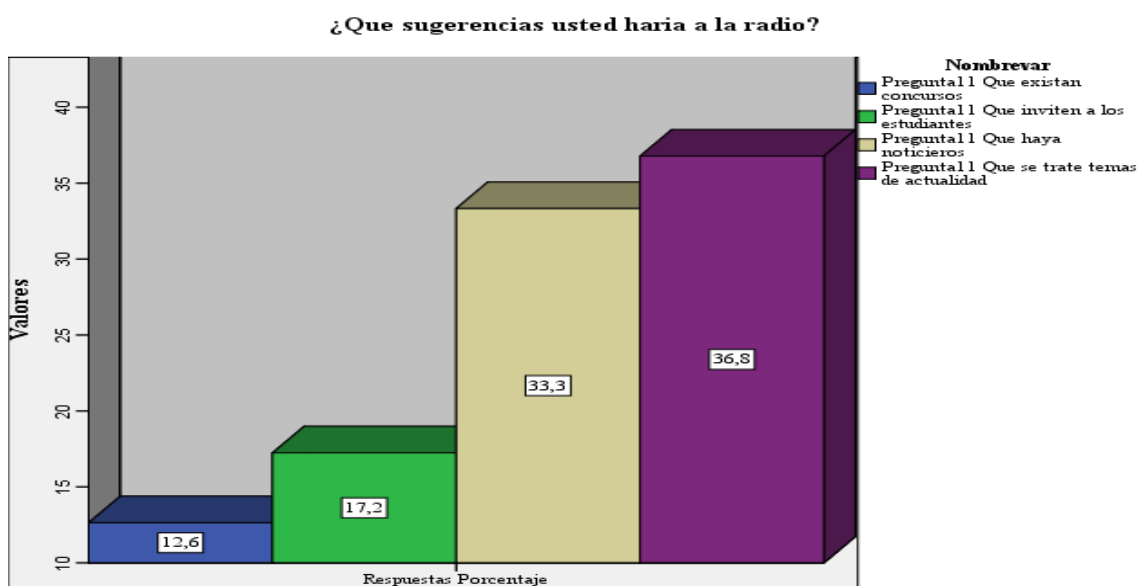
**Pregunta N° 11: ¿Qué sugerencias usted haría a la radio?**

**Tabla 19**

*Sugerencias Radiales*

<b>¿Qué sugerencias usted haría a la radio?</b>				
	Respuestas	Porcentaje de		
		N	casos	
Pregunta 11 <sup>a</sup>	Que existan concursos	11	12,6%	18,6%
	Que inviten a los estudiantes	15	17,2%	25,4%
	Que haya noticieros	29	33,3%	49,2%
	Que se trate temas de actualidad	32	36,8%	54,2%
	Total	87	100,0%	147,5%

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 17.** Sugerencias Radiales. Fuente: Elaboración Propia

**ANÁLISIS**

Los encuestados en su gran mayoría sugieren a la radio que se trate temas de actualidad y exista noticieros, en el cual se cuente con información validada y de interés social para estar comunicados y capacitados a la vez.

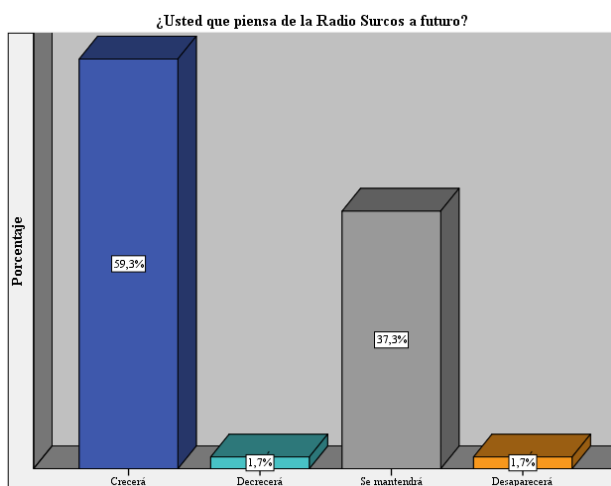
**Pregunta N° 12:** ¿Usted qué piensa de la radio Surcos a futuro?

**Tabla 20**

*Radio Surcos a futuro*

<b>¿Usted qué piensa de la Radio Surcos a futuro?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Crecerá	35	47,9	59,3	59,3
	Decrecerá	1	1,4	1,7	61,0
	Se mantendrá	22	30,1	37,3	98,3
	Desaparecerá	1	1,4	1,7	100,0
	Total	59	80,8	100,0	
Perdidos	Sistema	14	19,2		
	Total	73	100,0		

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 18.** Radio Surcos a futuro. Fuente: Elaboración propia

**ANÁLISIS**

Las personas encuestadas tienen un criterio aceptable acerca de la radio a futuro ya que la mayoría direccionan o perfilan a que la institución obtendrá un crecimiento notorio, debido a que la administración actual le ha dado un giro importante con respecto a la programación radial, pero sin perder su tinte religioso.

## **ENTREVISTA DIRIGIDA AL DIRECTOR DE LA INSTITUCIÓN.**

### **1. Cuantos trabajadores existen en la radio actualmente**

En la actualidad en la institución trabajan 11 personas de las cuales son 3 mujeres y 8 hombres, además trabaja dos personas con capacidades especiales, dando así cumplimiento a la inclusión de las personas sin discriminación alguna, los trabajadores no reciben un sueldo fijo, son ellos quienes deben buscar publicidades y ganarse su propio sueldo, los empleados trabajan un máximo de 3 horas diarias.

### **2. Cada que tiempo se realizan reuniones con los locutores para revisar aspectos de la radio como: renovación de programación**

Las reuniones se los realiza cada 6 meses, en la cual tratan temas concernientes a las programaciones, las funciones del empleado, organización de eventos, las nuevas producciones, además los planes de capacitación, etc.

### **3. Se han implementado mecanismos para medir la audiencia de la radio.**

Para medir la sintonía de la radio en si poco, se realizan estudios en cada programa para así medir la participación de los oyentes.

### **4, Se promueve la imagen institucional de la radio en otros sectores para darse a conocer**

Para promover la imagen de la radio se lo hace mediante publicaciones en las redes sociales, realización de calendarios, participación en eventos, videos promocionales tanto de la institución como de los locutores.

### **5. Dentro de la programación de la radio existen programas que permitan la interacción con la sociedad**

Si, se lo realiza en ocasiones especiales como en, navidad, San Valentín, día de la madre, día del padre, en el aniversario de la radio, fin de año etc. En ellas se da apertura para que la sociedad, los oyentes interactúe con la radio, se realizan concursos en la cual tienen participación las casas comerciales que trabajan con la institución.

#### **6. Que radio es la más competitiva desde su punto de vista**

Desde mi punto de vista las radios más competitivas son: la radio Zpacio de la ciudad San Miguel ya que es una radio regional que tiene más cobertura y por consiguiente más audiencia.

Otra radio es la Turbo ya que tiene variedad de géneros musicales en sus programaciones.

#### **7. La radio se solventa económicamente para cubrir todas las necesidades de la radio**

En la actualidad la radio Surcos se solventa sola, no percibe ingresos ni ayuda de la Diócesis de Guaranda, todos los ingresos son provenientes de la parte comercial, gracias a los convenios con las casas comerciales de la localidad y las agencias de publicidad del Ecuador.

#### **8. Cuáles son las fuentes de ingresos económicos de la Radio Surcos**

La principal fuente de ingresos de la radio es a través de las publicidades tanto locales como publicidades nacionales que se trabajan con agencias de publicidad.

## **Conclusión de la entrevista**

La entrevista fue dirigida al director de la radio Surcos el P. Fabián Lema que está a cargo de la institución desde hace 5 años, del dialogo establecido se puede concluir que la radio Surcos es una institución que apoya a la inclusión ciudadana, ya que en el medio laboran tanto mujeres, hombres y personas con capacidades especiales, todos ellos trabajan sin relación de dependencia, su sueldo dependen de los convenios que ellos realizan con las casas comerciales, la radio ofrece 2 capacitaciones al año a todos sus empleados con la finalidad de mantenerlos actualizados y así lograr un mejor desempeño laboral, durante su tiempo al aire la radio ha implementado programas y concursos que le permiten acaparar más audiencia y a la misma vez sirve como estrategia para medir la sintonía, sus principales ingresos y fuentes de financiamiento provienen de la cooperación con las casas comerciales de la localidad y además trabaja con publicidades provenientes de agencias de publicidad con las cuales la radio tiene convenios. Para el director de la institución, la radio aún no ha tenido un crecimiento convincente, llegando a manifestar que se está trabajando para lograr ese propósito, según su criterio las radios más competitivas son la radio Zpazio por su área de cobertura a nivel regional y la Turbo por la variedad en cuanto a los géneros musicales que ofrecen en sus programaciones.

## Análisis FODA

**Tabla 21**

*Análisis Institucional*

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
Radio Inclusiva	Área de cobertura limitada
Tecnología Actualizada	Inexistencia de mecanismos para medir la audiencia Radial
Disponibilidad de locutores	Escasos convenios publicitarios
Radio más sintonizada en Guaranda	No lleva Contabilidad
Apoyo a la música Nacional	Incumplimiento de los planes de capacitación
Institución Autónoma	Costos elevados en publicidad
Difusión de la imagen institucional	
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
Aumento de audiencia	No Calificar en el nuevo concurso de frecuencias
Expandirse a nuevos mercados	Repotenciación de otras emisoras
Implementar nuevas programaciones y segmentos	Surgimiento de nuevas radios
Incrementar las publicidades Radiales	Cambios en la Normativa regulatoria para medios de comunicación
Surgimiento de nuevas tecnologías para transmisión y difusión de radio	

**Fuente:** Elaboración propia

### **Conclusión del análisis FODA**

Según el análisis FODA se pudo determinar que las fortalezas más importantes de Surcos 97,5 Fm, es ser la radio con mayor audiencia en el Cantón Guaranda debido a la variedad de programas musicales en el cual resalta la música nacional y además es una radio inclusiva ya que apoya tanto a hombres, mujeres y personas con capacidades especiales en igualdad de condiciones.

Las debilidades más importantes de la radio es su área de cobertura limitada, ya que no cuenta con un amplio espectro radial, la cual le limita en audiencia; otra debilidad



trascendental son los escasos convenios publicitarios que tiene la radio tanto a nivel nacional como local, por falta de acercamiento y alianzas estratégicas con las casas comerciales y agencias de publicitarias del país; además la institución no lleva contabilidad, lo cual no le permite determinar con exactitud sus ingresos y sus gastos institucionales; y significativamente la inexistencia de mecanismos para medir la audiencia radial, hace que la radio no sepa cuál es público que mayormente le sintoniza y que programas son los que más le agrada a la gente.

Las oportunidades más importantes es el surgimiento de nuevas tecnologías para transmisión y difusión de la radio, ya que puede mejorar la calidad de sonido, alcanza nuevos mercados y a su vez contribuye a mejorar su identidad corporativa; otra oportunidad sustancial es el crecimiento a nivel de audiencia debido a la diversidad de programación y el incremento de segmentos de interés social.

La amenaza más importante es no calificar en el nuevo concurso de frecuencias radiales, lo que conllevaría a la pérdida de la frecuencia y al cierre de la radio; además otra amenaza de consideración es el cambio en la normativa regulatoria para medios de comunicación, la cual podría afectar considerablemente a la programación radial establecida por la institución.

## MARCO ADMINISTRATIVO

### UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA INGENIERÍA COMERCIAL

ACTIVIDADES/MES	DICIEMBRE																																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
Asesoría de tesis																																	
Selección del tema de investigación																																	
Presentación de la Denuncia del tema																																	
ACTIVIDADES	ENERO																																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
Aprobación del Tema de investigación																																	
Aprobación del Director y pares académicos																																	
	FEBRERO																																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28					
Presentación con los pares académicos																																	
Elaboración del proyecto																																	
Antecedentes																																	
Problema																																	
Presentación de avances al Director y Pares académicos																																	



# **ANEXOS**



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN**  
**EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

Encuesta dirigida a la población del Cantón Guaranda

**Objetivo:** Obtener información que permita conocer la sostenibilidad de Radio Surcos.

**Instrucción:** Coloque una X en la opción que usted crea conveniente.

**1. ¿Qué medios de comunicación usted utiliza?**

Radial                       Televisivo

Digital                       Escrito

**2. ¿Usted escucha la radio?**

Sí                       No

**3. ¿Con que frecuencia escucha la radio?**

Diario

Semanal

Mensual

**4. ¿Qué radio Usted escucha?**

Zpazio                       Sonoritmo                       Raíces

Turbo                       Propia

Surcos                       Impacto

Universidad                       Matiavi

Mundo                       Guaranda

**5. ¿Qué tipo de programación radial escucha?**

Informativo     Cultural     Musical.     Deportivo

**6. ¿Usted ha escuchado Radio Surcos?**

Si                      No

**7. ¿Usted ha pautado alguna vez en Radio Surcos?**

Sí                  No   

**8. ¿Qué opinión tiene usted de los costos en publicidad en Radio Surcos, con relación a las demás radios?**

Económicos                  Costos promedios                  Costos elevados   

**9. ¿Según usted que financiamiento tiene la Radio Surcos?**

Comercial                  Diócesis de Guaranda                  Ambas   

**10. En una nueva propuesta radial ¿Qué temas a usted le gustaría escuchar?**

Deportes	<input type="checkbox"/>	Música	<input type="checkbox"/>
Cultura	<input type="checkbox"/>	Moda	<input type="checkbox"/>
Entrevistas	<input type="checkbox"/>	Salud	<input type="checkbox"/>
Educativas	<input type="checkbox"/>	Temas religiosos.	<input type="checkbox"/>

**11. ¿Qué sugerencias usted haría a la radio?**

Que existan concursos                     

Que inviten a los estudiantes             

Que haya noticieros                             

Que se trate temas de actualidad             

**12. ¿Usted qué piensa de la Radio Surcos a futuro?**

Crecerá                     

Decrecerá                     

Se mantendrá                     

Desaparecerá                     

**Gracias**

## **LA ENTREVISTA DIRIGIDA AL DIRECTOR DE LA INSTITUCIÓN.**

- 1. Cuantos trabajadores existen en la radio actualmente**
- 2. Cada que tiempo se realizan reuniones con los locutores para revisar aspectos de la radio como: renovación de programación**
- 3. Se han implementado mecanismos para medir la audiencia de la radio.**
- 4, Se promueve la imagen institucional de la radio en otros sectores para darse a conocer**
- 5. Dentro de la programación de la radio existen programas que permitan la interacción con la sociedad**
- 6. Que radio es la más competitiva desde su punto de vista**
- 7. La radio se solventa económicamente para cubrir todas las necesidades de la radio**
- 8. Cuáles son las fuentes de ingresos económicos de la Radio Surcos**

## FOTOS







## BIBLIOGRAFÍA

- Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones. (2018). *Radiodifusión sonora y Televisión abierta*. Obtenido de <http://www.arcotel.gob.ec/radiodifusion-sonora-y-television-abierta2/>
- Asamblea Nacional. (2019). *LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN*. Quito: Lexis Finder.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Tercera ed.). Bogotá: Pearson Educación.
- Busines at Speed. (2019). *Busines at Speed*. Obtenido de Que Indicadores miden la sostenibilidad de tu empresa: <https://www.phcsoftware.com/es/business-at-speed-es/indicadores-sostenibilidad-empresa/>
- Cantú, J. (2011). *Desarrollo de una cultura de calidad* (Cuarta ed.). México DF, México: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V.
- Chuquicondor, M. (2017). *Incidencia de la Situación Ambiental, social y económica en la sostenibilidad de las microempresas de Echeandía*. Tesis de Pregrado, Echeandía.
- Coloma, P., & Paredes, G. (2014). *Programación en la calidad informativa de la radio comunitaria "El Salinerito" de la parroquia Salinas, en el año 2014*. Tesis de Pregrado, Universidad Estatal de Bolívar, Guaranda.
- Consejo de Regulación, D. y. (2019). *Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación*. Obtenido de Registro Público de Medios 2018: [http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/rpm\\_2018/resultados\\_programacion\\_contenidos.html](http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/rpm_2018/resultados_programacion_contenidos.html)
- Coronel, G. (2018). *SOSTENIBILIDAD DEL BOSQUE SECO INTERANDINO EN AREAS DE CONSERVACIÓN CIUDAD DEL CONOCIMIENTO YACHAY*. Tesis Postgrado, Ibarra. Recuperado el 24 de Abril de 2019
- Corporación Myl. (2016). *Constitución de la Republica del Ecuador*. Quito: Ediciones Legales.
- Delfín, A., Jiménez, R., Maldonado, U., & González, A. (2016). La antología digital online en la educación superior: una propuesta innovadora para el desarrollo sustentable en los académicos del Área Comunitaria de la Facultad de Pedagogía-Xalapa, Escolarizado. *Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*, 3(5), 1-14.
- Dess, G., & Lumpkin, T. (2003). *Dirección Estratégica: Creando Ventajas Competitivas* (Primera ed.). España: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S.A.U.
- Ferreira, A., & Longhi, A. D. (2011). *Metodología de la investigación I* (Primera ed.). Argentina: Encuentro.

- Franklin, E., & Krieger, M. (2011). *Comportamiento Organizacional; Enfoque para America Latina* (Primera ed.). México DF, México: Pearson Educacion de México S.A. de C.V.
- Google Maps. (2019). Recuperado el 11 de Marzo de 2019, de <https://www.google.com/maps/place/1%C2%B040'24.9%22S+79%C2%B001'12.6%22W/@-1.6735886,-79.0223557,745m/data=!3m2!1e3!4b1!4m6!3m5!1s0x0:0x0!7e2!8m2!3d-1.6735936!4d-79.0201667>
- Google Maps. (2019). *Google Maps*. Recuperado el 11 de Marzo de 2019, de <https://www.google.com/maps/place/1%C2%B035'49.5%22S+79%C2%B000'01.7%22W/@-1.5970663,-79.0015583,18z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x0:0x0!7e2!8m2!3d-1.5970686!4d-79.0004639>
- Guizar, R. (2013). *Desarrollo Organizacional, principios y aplicaciones* (CUARTA ed.). México DF, México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A DE C.V.
- Gutierrez, E. (2010). *Competencias Gerenciales* (Primera ed.). Bogotá, Colombia: Eco Ediciones.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernandez, R., Méndez, S., Mendoza, C., & Cuevas, A. (2017). *Fundamentos de Investigación* (Primera ed.). México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hiru.eus. (2018). *Historia de la Radio*. Obtenido de <https://www.hiru.eus/es/medios-de-comunicacion/historia-de-la-radio>
- Méndez, C. (2013). *Metodología diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales* (Cuarta ed.). México: Editorial limusa, S.A. DE C.V.
- Movistar. (2015). *Movistar*. Recuperado el 2 de junio de 2019, de *Cómo promover la sostenibilidad empresarial*: <https://destinonegocio.com/co/economia-co/claves-para-la-sostenibilidad-empresarial/>
- Munch, L. (2012). *Administración de capital humano: la gestión del activo mas valiosos de la organización* (Primera ed.). México DF, México: Trillas, S.a de C.V.
- Naciones Unidas. (2019). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Recuperado el 3 de junio de 2019, de OBJETIVOS DE DESARROLLO

SOSTENIBLE: <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

- Nelson, & Quick. (2013). *CORG: Comportamiento Organizacional* (Tercera ed.). Santa Fé, México: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.
- Newstron, J. (2011). *Comportamiento Humano en el trabajo* (Decimotercera ed.). México DF, México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A DE C.V.
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagomez, A. (2014). *Metodología de la investigación: cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis* (Cuarta ed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- Palacios, L. (2015). *Estrategias de Creación Empresarial* (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda.
- Ramos, C. (2013). *Responsabilidad Social Empresarial: Una Herramienta para crear Sostenibilidad Económica, Social y Ecológica en las Empresas que Operan en el Ecuador*. Universidad San Francisco de Quito, Quito.
- Rivillas, S., Gutierrez, C. I., & Walter. (2016). Sostenibilidad de los emprendimientos: Un análisis de los factores determinantes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 33-49.
- Saavedra, R. I. (2010). *Introducción a la Sostenibilidad y la RSC*. España: Netbiblo, S. L. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=bWQH0yhF\\_W8C&printsec=frontcover&dq=sostenibilidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwitnKP-nsbiAhXN1VvKkHVDqBR0Q6AEIMjAC#v=onepage&q=sostenibilidad&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=bWQH0yhF_W8C&printsec=frontcover&dq=sostenibilidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwitnKP-nsbiAhXN1VvKkHVDqBR0Q6AEIMjAC#v=onepage&q=sostenibilidad&f=false)
- Sanchez, Y., & Amparo, M. (2016). *Responsabilidad social de las organizaciones* (Primera ed.). Colombia: Alfaomega Colombiana.
- Tarapuez, E., & Lima, C. (2013). *Creatividad Empresarial* (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Valarino, E., Yáber, G., & Cemborain, M. (2012). *Metodología de la Investigación: paso a paso* (Primera ed.). México: Trillas.
- Velazco, A. R. (16 de abril de 2013). *Escuela de Organización Industrial*. Obtenido de Master Executive en Gestión de las Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información: <https://www.eoi.es/blogs/mtelcon/2013/04/16/%C2%BFque-es-el-desarrollo-sostenible/>