

UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y
PSICOLOGÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN.

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN



TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

RADIO COMUNITARIA: ALTERNATIVA DE
COMUNICACIÓN Y DESARROLLO EN EL CASO DE
DESASTRES NATURALES EN EL DISTRITO DE SAN JUAN DE
LURIGANCHO, LIMA.

AUTOR: ORLANDO ELEODORO MENÉNDEZ GALLEGOS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Comunicación en situaciones de crisis
Sublíneas. Desastres incendios actos terroristas casos de guerra conflictos sociales

LIMA, 2018

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	5
ABSTRACT	5
I. INTRODUCCIÓN	6
II. ASPECTOS DE LA REALIDAD EN ESTUDIO	8
2.1 Aspectos fundamentales sobre la realidad de estudio	8
2.2 Importancia del tema de estudio	8
2.3 Planteamiento del problema.....	8
2.4 Justificación.....	8
2.5 Formulación del Problema.....	8
2.5.1 Problema general	8
2.5.2 Problemas específicos	9
2.6 Objetivos de investigación.....	9
2.6.1 Objetivo general	9
2.6.2 Objetivos específicos.....	9
2.7 Operacionalización de las Variables	10
2.1 Limitaciones del estudio.....	10
2.2 .Formulación de la matriz de consistencia	11
III. EL MARCO TEÓRICO Y SU MODELO	12
3.1 Antecedentes.....	12

	3
3.2 Base teóricas	13
3.2.1 Preferencias radiales.....	13
3.2.2 Radios AM y FM	13
3.2.3 Preferencias de audiencia en FM	13
3.2.4 Alcance de la frecuencia AM	13
3.2.5 Selección de emisoras con música popular juvenil.....	13
3.2.6 Preferencias de emisoras en AM con música del recuerdo	13
3.3 Enfoque de la investigación	14
3.4 Selección y precisión de las variables	14
IV. PLANTEAMIENTO DE LA METODOLOGÍA	15
4.1 Tipo y nivel de estudios.....	15
4.2 Diseño del estudio	16
4.3 Universo.....	16
4.4 Unidad de estudios	16
4.5 Muestra	16
4.6 Método, Técnica e instrumentos de recolección de datos	17
4.7 Análisis de datos	17
V. RESULTADOS	41
5.1 Análisis de los resultados	41
CONCLUSIONES	42
RECOMENDACIONES	42

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 44

RESUMEN

El trabajo está enmarcado en la línea de investigación COMUNICACIONES EN SITUACIONES CRISIS y está enfocado al estudio del monitoreo, muestreo y análisis de las características de los medios informativos – musicales y la comunidad en situaciones críticas en el sector.

La conclusión redundará en beneficio de la comunidad ya que permitirá tener un orden adecuado en la población.

Se ha investigado a la población y a los medios radiales con la finalidad de mitigar y cumplir las características propias de la situación natural del país.

PARABRAS CLAVES

Radio, crisis, informativos, desastres, comunidad

ABSTRACT

Community Radio: alternative communication and development in the case of natural disasters in the District of San Juan de Lurigancho.

The work is framed in the line of research COMMUNICATIONS IN SITUATIONS OF CRISIS and focused on the study of monitoring, sampling and analysis of the characteristics of the media-music and the community in critical situations in the sector.

The conclusion is in the benefit of the community since it will allow an adequate order in the population.

Key Words

Radio, crisis, news, disasters, community

I. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación RADIO COMUNITARIA: Alternativas de Comunicación y Desarrollo en el Caso de Desastres Naturales en el Distrito de San Juan de Lurigancho Lima Metropolitana 2017” está enmarcado en la línea de investigación de COMUNICACIONES EN SISTEMAS DE CRISIS, enfocado al estudio del monitoreo, muestreo y análisis de las características de los medios informativos y la comunidad en situaciones críticas en el sector que redundará en beneficio de la comunidad en general al aplicar en otras poblaciones.

La realidad específicamente enfocada en la zona de SAN JUAN DE LURIGANCHO es tomada en este trabajo por la población mayoritaria en esta parte de la región y se está monitoreando y muestreando diariamente por lapsos de 5 días por semana, para un tiempo representativo de 3 meses y 15 días, cuyo inicio se ha dado el viernes 9 de febrero del 2018; Ya se cuenta con muestreo de personajes fundadores de la comunidad con los cuales se está realizando los estudios respectivos.

El trabajo es Descriptivo y Correlacionar.

Se pretende guiar a la población y a los medios radiales que coordinen un solo sentido de trabajo en casos eminentemente desastrosos, ya que siempre desarrollan acciones de manera independiente y con diferentes criterios en los momentos críticos.

Logrando sensibilizar a esta población eminentemente de origen provinciano, se lograría tomar un sentido unitario en todos los aspectos, en el caso propuesto con mayor razón.

Sobre todo empezar con las radios comunitarias, razón de nuestro trabajo.

El trabajo de investigación investigó las condiciones actuales de funcionamiento de los medios comunitarios y la legalidad de los mismos con la finalidad de mitigar y cumplir las características propias de la situación natural del país.

La población actual es de 3 millones de habitantes, quienes tienen comunicación continua sobre su problemática de manera desordenada sin previa coordinación, es decir, los dirigentes

informan hechos sin analizar directamente los puntos concretos que sean de beneficio general, y lo que es peor, al existir tres o más emisoras comunales legalmente constituidas no coordinan la información social en casos de crisis naturales que les permitiría llegar a la colectividad de manera ordenada, no se pide parametrar la información general, sino lo específicamente en CRISIS NATURALES, es esta la razón fundamental el tener INFORMACIÓN uniforme y COINCIDENTE en todo lo sucedido en todas las radios.

II. ASPECTOS DE LA REALIDAD EN ESTUDIO

2.1 Aspectos fundamentales sobre la realidad de estudio

La radio en el Perú cumple una función importante cuando se trata de frecuencias públicas; pero cuando se trabaja de manera comunitaria la figura cambia, porque son los elementos sociales internos los que definen las programaciones, por ello nos enfocamos en el presente trabajo en la producción de RADIOEMISORAS COMUNALES.

2.2 Importancia del tema de estudio

Es importante porque nos encontramos en zonas sísmicas con peligro latente para la comunidad, por lo tanto se requiere de medios de comunicación que tengan una llegada directa en las circunstancias peligrosas.

2.3 Planteamiento del problema

El problema existente en el Perú y específicamente en San Juan de LURIGANCHO es que existe población de diferente formación cultural lo que crea una crisis en comunicación.

2.4 Justificación

La razón fundamental del trabajo es que no existe un orden adecuado en comunicación en estos casos, ya que diferentes medios informan de acuerdo a su criterio, y se espera que con esta metodología sea una sola idea y una información ordenada.

2.5 Formulación del Problema

La formulación del problema es la siguiente:

2.5.1 Problema general

¿Cuál es la estrategia de comunicación de los programas radiales comunitarios en casos de desastres naturales en el distrito de San Juan de Lurigancho 2017?

2.5.2 Problemas específicos

- a) ¿Cuáles son los procedimientos de programación radial comunal en casos de desastres naturales en el distrito de San Juan de Lurigancho 2017?
- b) ¿Cuáles son los procedimientos de monitoreo de radio comunal en desastres naturales en el distrito de San Juan de Lurigancho, 2017?

2.6 Objetivos de investigación

2.6.1 Objetivo general

Determinar la estrategia de comunicaciones de los programas radiales comunales en caso de desastres naturales en el distrito de San Juan de Lurigancho 2107.

2.6.2 Objetivos específicos

- a) Determinar los procedimientos de programación radial comunal en casos de desastres naturales en el distrito de San Juan de Lurigancho 2017.
- b) Determinar los procedimientos de monitoreo de radio comunal en desastres naturales en el distrito de San Juan de Lurigancho 2017

2.7 Operacionalización de las Variables

En el siguiente cuadro mencionamos la operacionalización de la variable

Variable de Caracterización	Indicador	Unidades/ Categorías	Tipo de Variable
Comunicación	Radioyentes	porcentaje	Numérica
slogan	Concientización	Porcentaje	Numérica
Conferencias internas	Nº de conferencias al año	Unidades	Numérica discreta
Variable de interés	Indicadores	Valor final	Tipo de variable
Estrategia de comunicación de los programas radiales comunales	Políticas Motivos Capacitación	Existe o no existe Tipos Si o no	categoría

2.1 Limitaciones del estudio

Las principales limitaciones de la presente investigación son: la limitación para conseguir la información, los recursos económicos para conseguir los datos pertinentes de la población en estudio.

2.2 .Formulación de la matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Radio Comunitaria: Alternativa de Comunicación y Desarrollo en el caso de desastres Naturales en el Distrito de San Juan de Lurigancho-Lima, 2017					
Problema (1)	Objetivos (2)	Variables (3)	Dimensiones (4)	Índices (5)	Metodología(6)
<p>Problema General</p> <p>¿Cuál es la estrategia de comunicación de los programas radiales en radios comunitarias en casos de desastres naturales en el distrito de San Juan de Lurigancho 2017?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>¿Cuáles son los procedimientos en los programas de las radios Comunitarias en casos de desastres naturales en el distrito de San Juan de Lurigancho 2017?</p> <p>¿Cuáles son los procedimientos de monitoreo de los programas de las radios comunitarias en desastres naturales en el distrito de San Juan de Lurigancho, 2017?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la estrategia de comunicaciones de los programas radiales en caso de desastres naturales en el distrito de San Juan de Lurigancho 2107.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Determinar los procedimientos de programación radial en casos de desastres naturales en el distrito de San Juan de Lurigancho 2017.</p> <p>Determinar los procedimientos de monitoreo de radio comunal en desastres naturales en el distrito de San Juan de Lurigancho 2017.</p>	<p>Variable de Interés</p> <p>X: estrategia de comunicación radial</p>	<p>1. Política</p> <p>2. Medios</p> <p>3. Capacitación</p>	<p>Existen políticas de comunicación</p> <p>Si</p> <p>No</p> <p>Medios de transmisión</p> <p>Qué radio escucha</p> <p>% de capacitaciones al año</p> <p>Mala de 0-2</p> <p>Media de 3 a 5</p> <p>Alta 5 - más</p>	<p>Tipo de Investigación</p> <p>descriptiva</p> <p>Diseño de Investigación</p> <p>transversal</p>

III. EL MARCO TEÓRICO Y SU MODELO

3.1 Antecedentes

“Las inversiones, los esfuerzos de cobertura, el star – system, la importancia masiva de programas y el hard – sell publicitario han emigrado a la televisión, lo que ha desincentivado aún más al radiodifusor público y privado en términos de calidad y cultura” (ULCRA, 1989:17).

“Estos servicios, casi gratuitos, si no se usan adecuadamente, corren el riesgo de convertir la emisora local en repetidora y sustituir la programación extranjera” (ALER, 1995: 14). Las radios de la región seleccionan los contenidos que merecen ser retransmitidos y buscan el justo equilibrio entre lo local, lo nacional e internacional.

Las aplicaciones de las radios escuelas comunitarias han brindado algunas aportaciones a la teoría y práctica de la comunicación educativa, como por ejemplo, el guion en la radio – interactiva debe tratar de romper con el carácter unisensorial que tiene la radio , provocando que el oyente “vea”, “toque”, “huela” y hasta “saboree” a través de los segmentos dramatizados. “Pero más que nada un guion para la radio- interactiva debe promover respuestas orales, mentales y motoras” (SEDLAK y DÍAZ, 1992: 226-227)

Según estos autores “esta metodología es la que más estimula la comunicación de retorno, en un medio técnicamente unidireccional. Su aplicación ha sido a nivel de niños, faltaría experimentar con grupos de adultos y comprobar si es posible el aprendizaje” (SEDLAK y DÍAZ, 1992: 228).

3.2 Base teóricas

Sobre las estrategias de comunicación tenemos referencias de locutores residentes y autores sobre estrategias de comunicación radial:

3.2.1 Preferencias radiales

La circunstancia de comunicación hoy por hoy según estudios realizados se concluye que las preferencias radiales se efectúan por las informaciones y temas musicales de actualidad (Guido Díaz Rivera. 1990)

3.2.2 Radios AM y FM

Las radios AM tuvieron impacto durante las décadas del 60 70 y 80 posteriormente la FM introdujo un nuevo estilo y calidad.

3.2.3 Preferencias de audiencia en FM

La juventud y las nuevas generaciones tienen otra manera de interpretar los mensajes radiales y al FM maneja justamente ese estilo.

3.2.4 Alcance de la frecuencia AM

La gran ventaja de la AM es que llega a los lugares más recónditos del país.

3.2.5 Selección de emisoras con música popular juvenil

La misma naturaleza y formación de las personas en los lugares de origen, permite que la juventud tenga sus propios gustos de selección musical.

3.2.6 Preferencias de emisoras en AM con música del recuerdo

Esta es una característica muy especial de las emisoras en AM porque programa justamente la música de las décadas de su auge es decir los 60-70 y 80 y tiene un público cautivo fijo.

3.3 Enfoque de la investigación

En el presente estudio se determina utilizar un enfoque mixto por lo cual se busca las preferencias en AM y FM

3.4 Selección y precisión de las variables

La variable en estudio es estrategias de comunicación radial y es la única por ser la investigación del nivel descriptivo

Definición de términos básicos

Frecuencia: Las frecuencias las determina EL MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES es la parte del espectro electromagnético que abarca los 3 kilohercios hasta 300 gigahercios, esto en AM. En cuanto a FM se le detalla como MUY ALTA FRECUENCIA.

Dial: Superficie graduada, señala o mide una determinada magnitud---INDICA LA FRECUENCIA-

Alcance: Determina nivel de audiencia tanto local como sub urbana.

Comunitario: Que es de servicio comunal

Desastres naturales: hechos fortuitos presentados repentinamente en determinado lugar.

AM Frecuencia radial (amplitud modulada)

FM Frecuencia radial (Frecuencia Modulada)

ESTRATEGIA.-Es una herramienta y metodología a emplearse de acuerdo a la problemática.

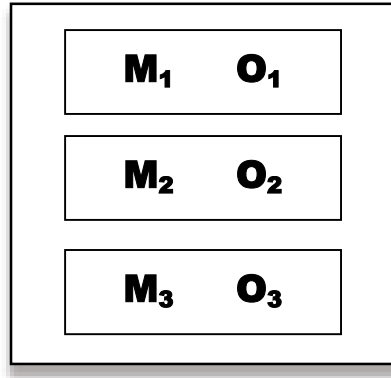
IV. PLANTEAMIENTO DE LA METODOLOGÍA

4.1 Tipo y nivel de estudios

Podemos señalar que el presente trabajo de investigación de acuerdo a la orientación es investigación aplicada, debido a que la investigación está orientada a lograr un nuevo conocimiento que es determinar las estrategias de comunicación y desarrollo de la Radio Comunitaria en el caso de desastres naturales en el distrito de San Juan de Lurigancho , 2017. De acuerdo a la técnica de contrastación es un estudio de nivel descriptivo, ya que se quiere identificar o describir algún fenómeno y además cuenta con una variable que es la estrategia de comunicación y se cuenta con una población que es el distrito de San Juan de Lurigancho. De acuerdo a la direccionalidad es una investigación retrospectiva porque se refiere a hechos que ocurrieron en el pasado y son motivos de estudio. De acuerdo con el tipo de fuente de recolección de datos es retro lectiva, debido a que la información se ha obtenido de fuente secundaria y se ha recurrido a información ya existente. De acuerdo con la evolución del fenómeno estudiado se considera transversal, debido a que la variable en estudio será medida en un momento dado por única vez. Y finalmente de acuerdo a la comparación de las poblaciones es descriptiva, debido a que cuenta con una población la cual se pretende describir en función de una variable que es la red de mercadeo.

4.2 Diseño del estudio

El diseño es descriptivo comparativo, ya que se recoge información en el momento para conocer una realidad dada (la estrategia de comunicación)



Donde:

M_{1, 2, 3} = Muestras

O_{1, 2, 3} = Información de interés de las diversas muestras

4.3 Universo

De acuerdo a nuestro objetivo de investigación, definimos que el universo de investigación son las radios comunitarias que existen en el distrito de San Juan de Lurigancho, 2017

4.4 Unidad de estudios

La unidad de estudios para la presente investigación fue cada una de las radios comunitarias del distrito de San Juan de Lurigancho

4.5 Muestra

La muestra será la población debido al pequeño número de radios comunitarias que existe en el distrito de San Juan de Lurigancho, 2017

4.6 Método, Técnica e instrumentos de recolección de datos

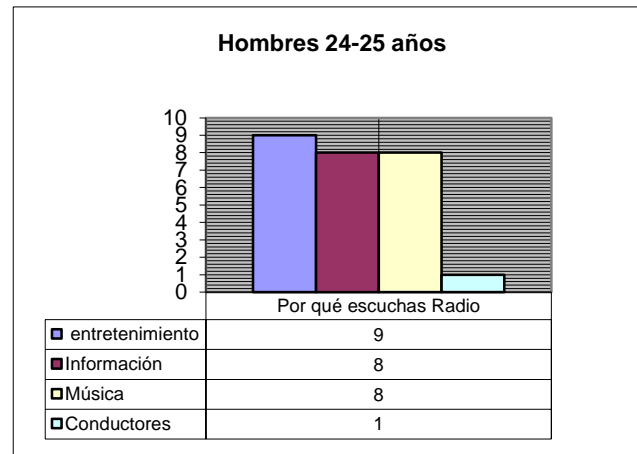
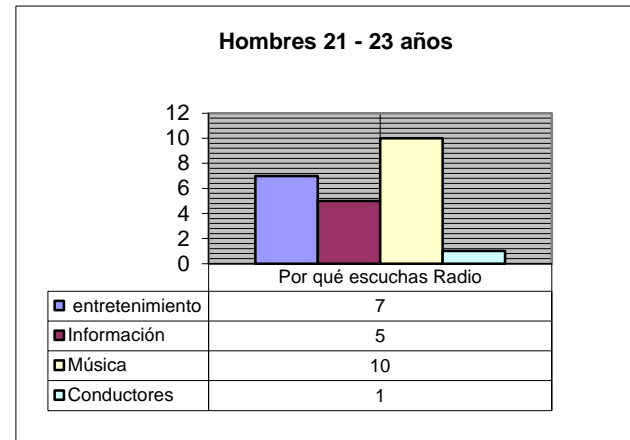
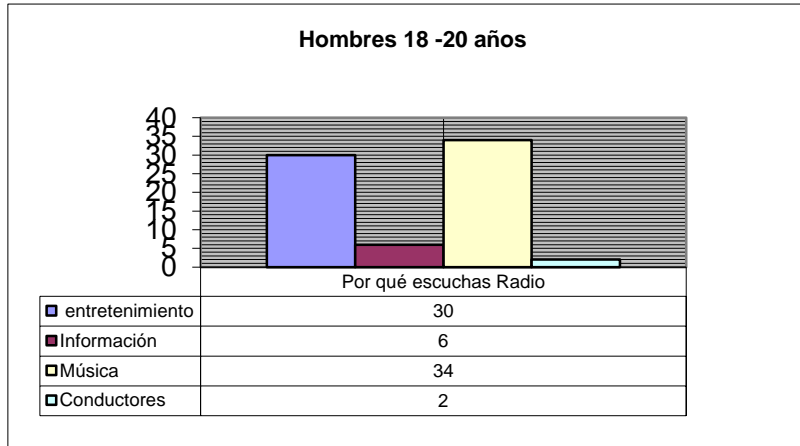
El método que se aplicó en la presente investigación es la encuesta, debido a que se aplicará a la población, la técnica fue la observación o el recojo de fuentes escritas o magnéticas o virtuales y el instrumento a aplicar será una guía de observación. Con el propósito de obtener toda la información necesaria y así asegurar una investigación exhaustiva se ha considerado las siguientes técnicas de recolección de datos:

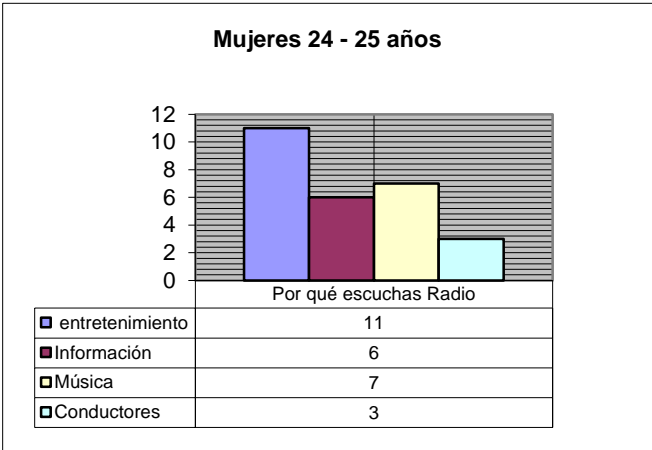
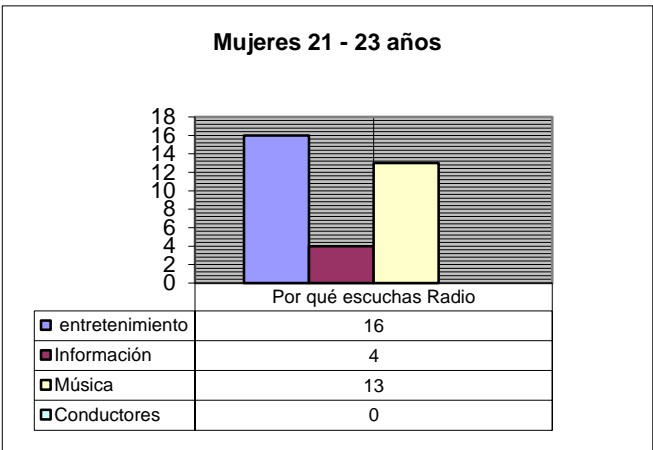
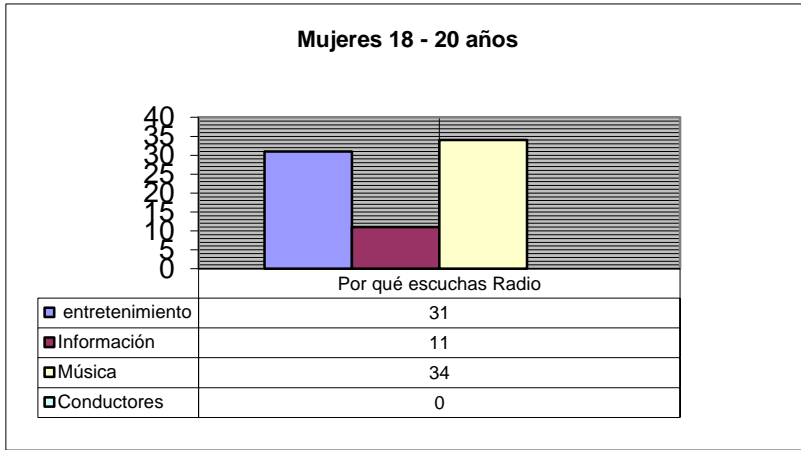
Se elaboró una guía de observación basada en la caracterización de la variable en estudio, el cual permitió recoger los datos para así lograr cumplimiento de los objetivos de la investigación.

4.7 Análisis de datos

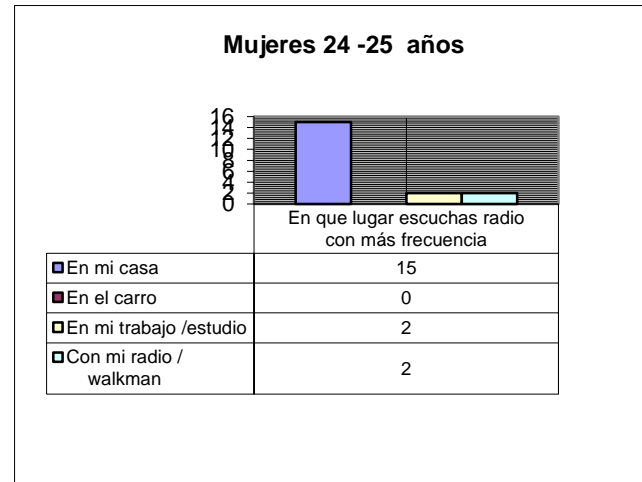
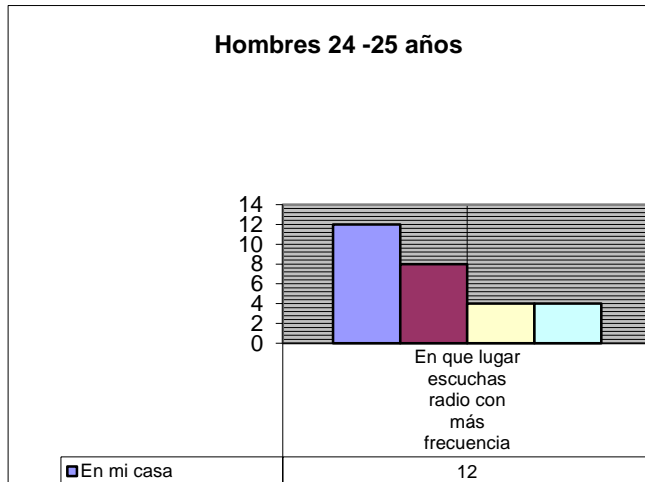
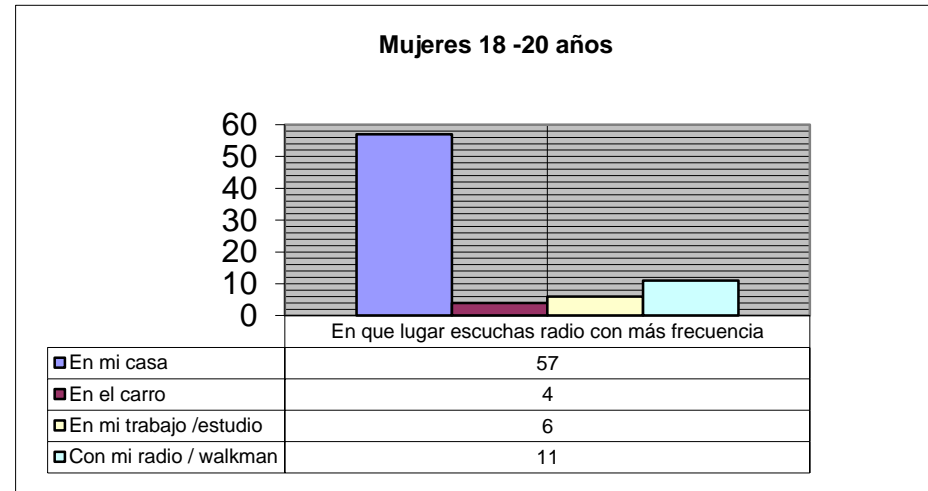
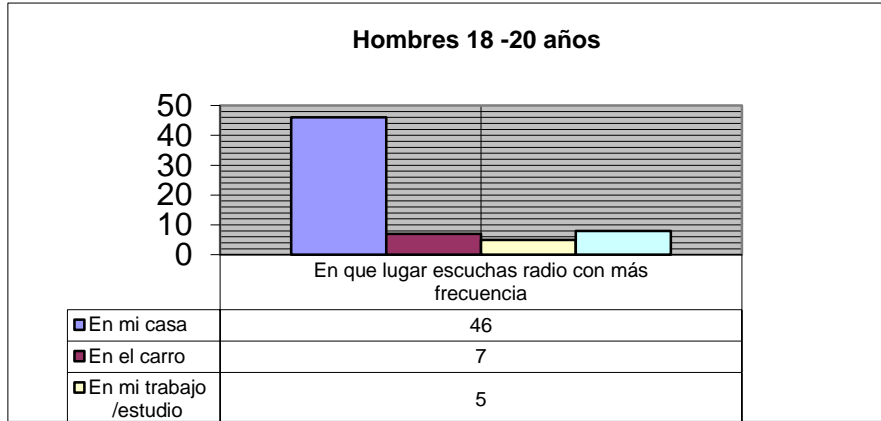
Para el procesamiento y análisis de datos numéricos, se utilizó la Hoja de Cálculo Excel dado que satisface completamente las necesidades como para generar informes tabulares, figuras y diagramas de distribuciones y tendencias, así como los estadísticos descriptivos, además es un software muy económico ya que viene dentro del Office, ello nos permitirá el cumplimiento de los objetivos.

1. ¿Por qué escuchas radio?

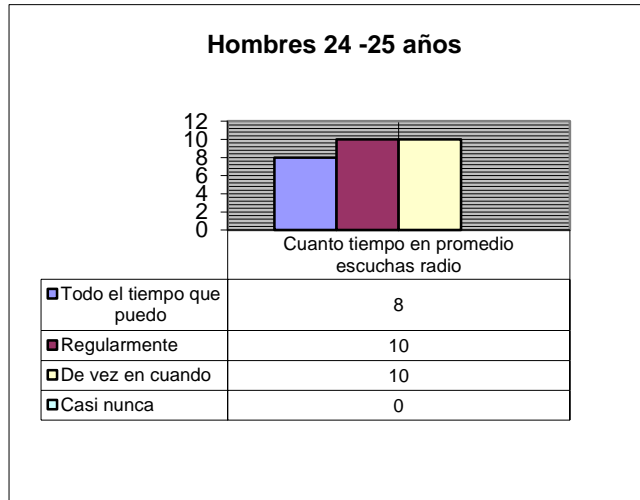
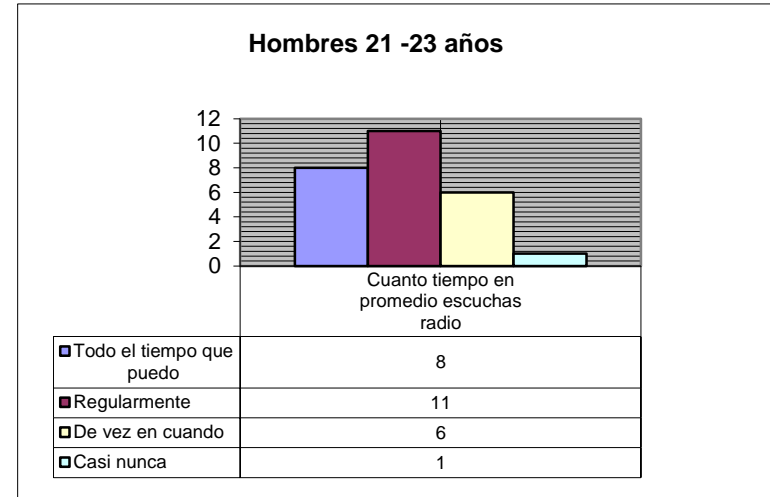
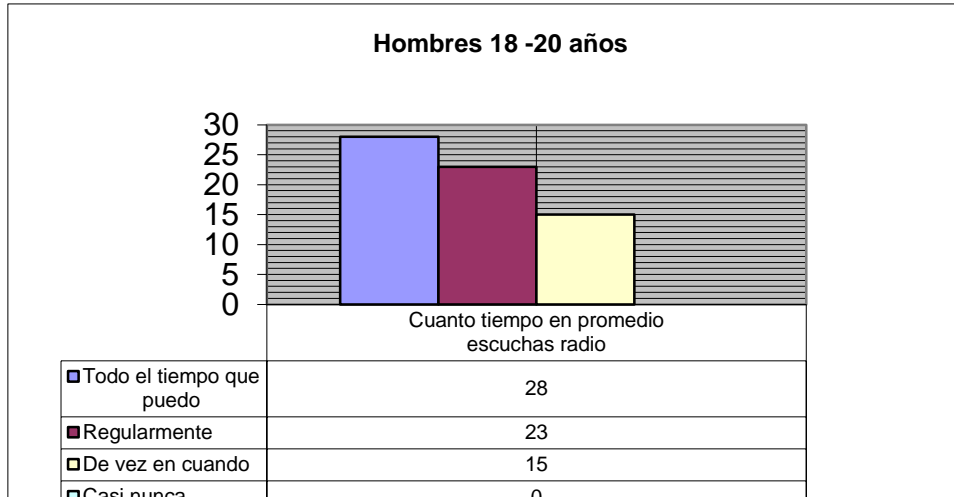




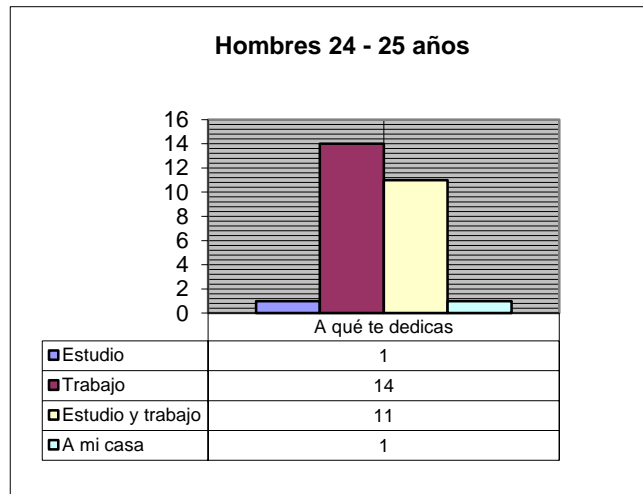
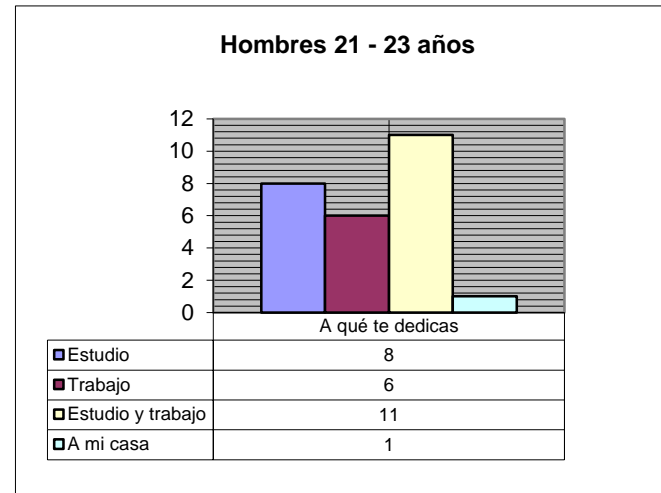
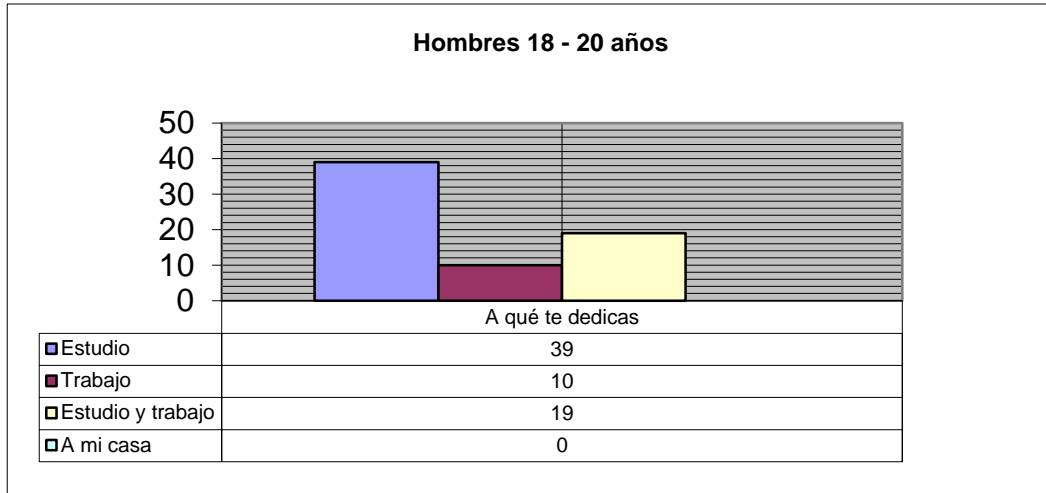
2. ¿En qué lugar escuchas radio con más frecuencia?

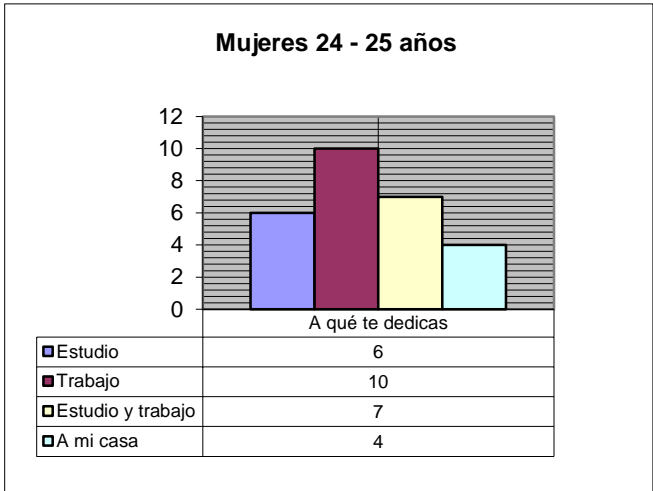
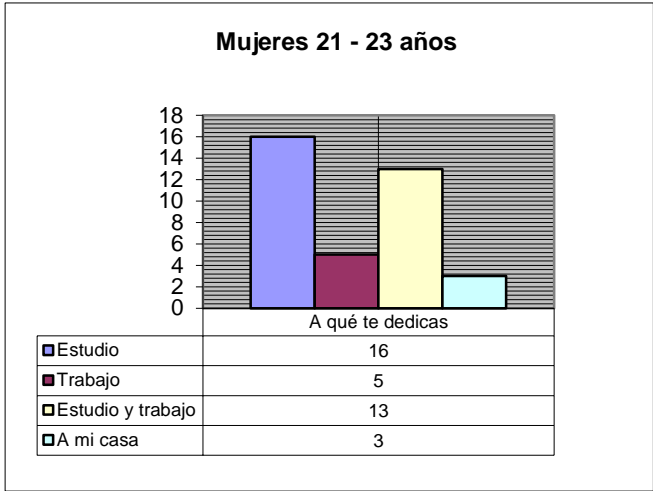
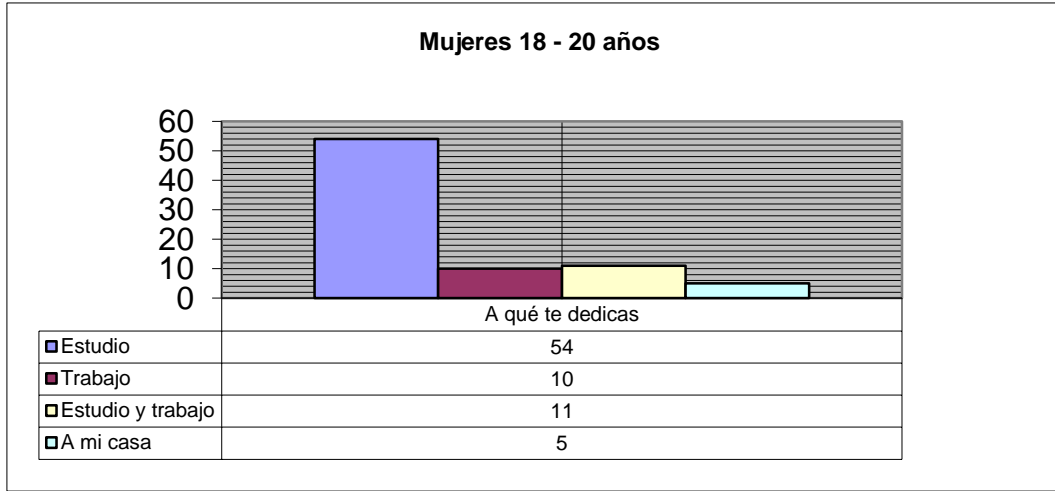


3. ¿Cuánto tiempo en promedio escuchas radio?



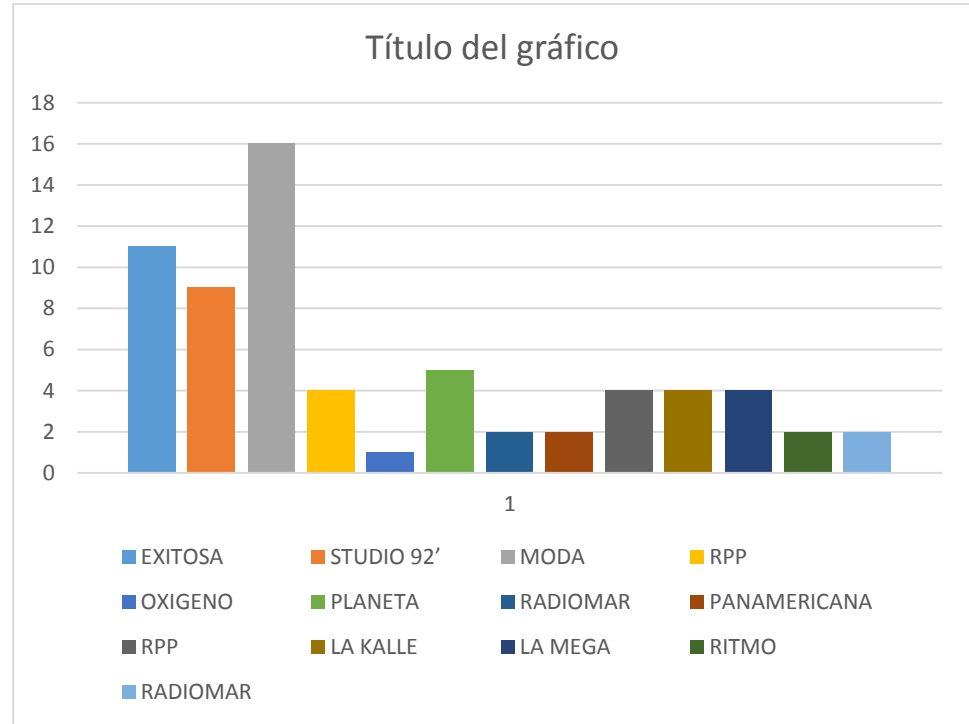
4. ¿A qué te dedicas?



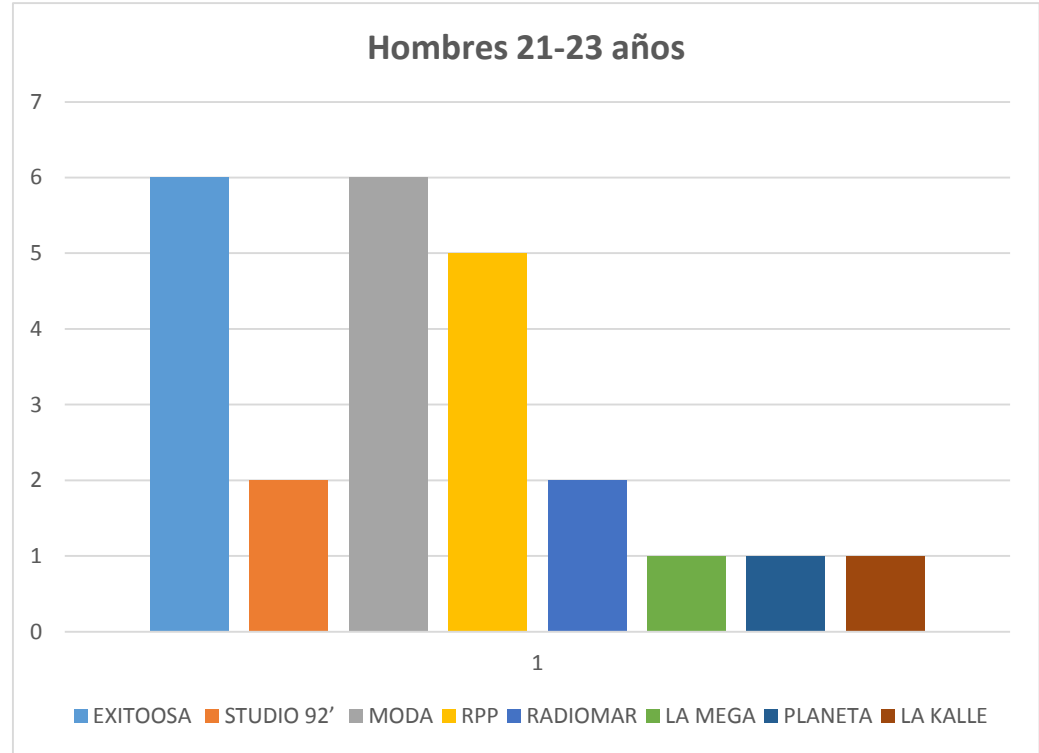


5. ¿Qué radio escuchas?

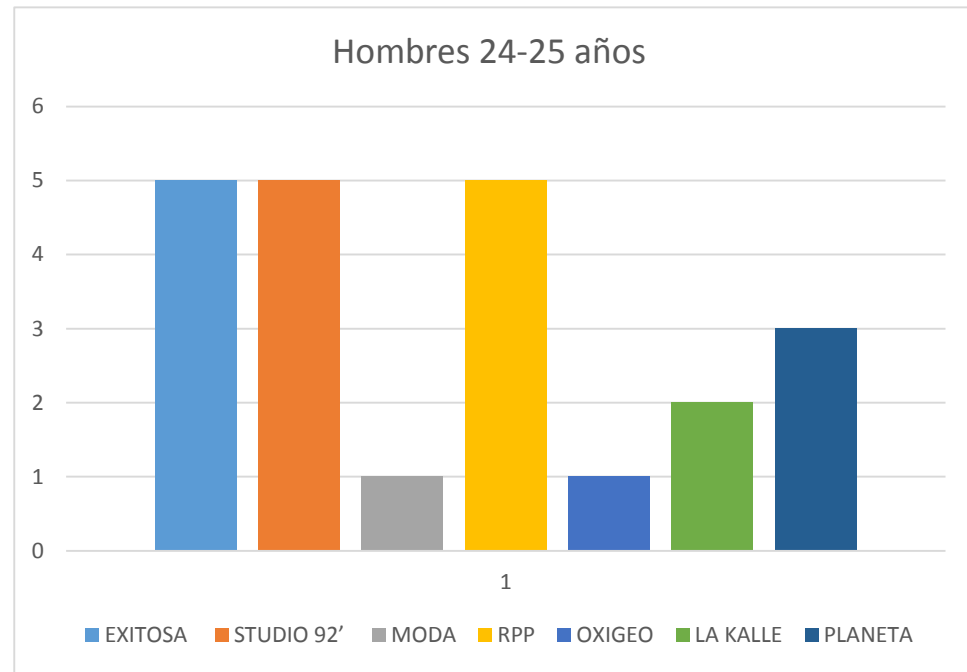
Hombres de 18-20 años	
EMISORAS	
EXITOSA	11
STUDIO 92'	9
MODA	16
RPP	4
OXIGENO	1
PLANETA	5
RADIOMAR	2
PANAMERICANA	2
RPP	4
LA KALLE	4
LA MEGA	4
RITMO	2
RADIOMAR	2



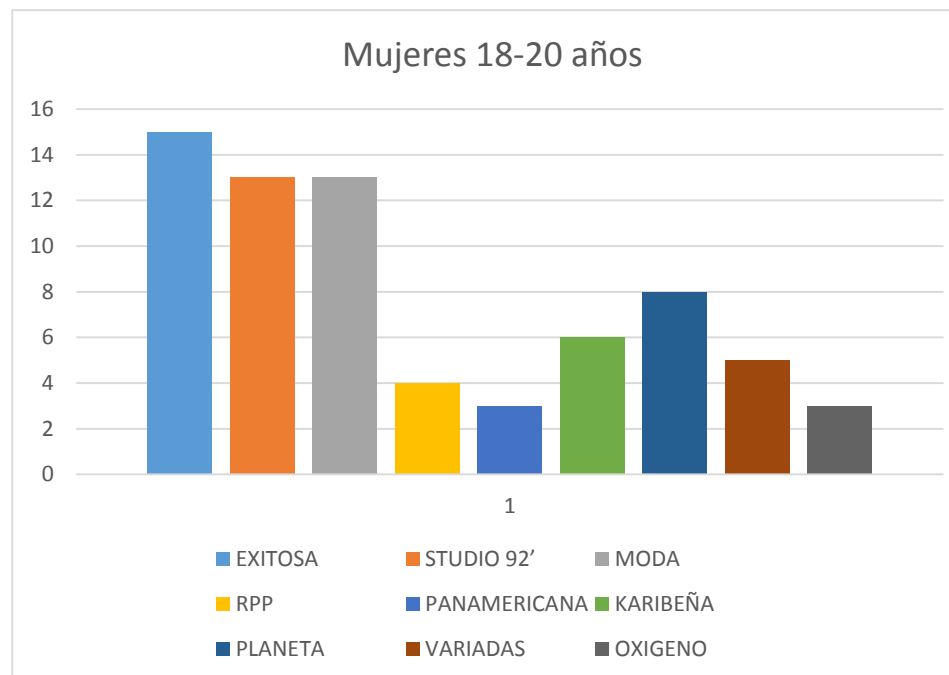
Hombres 21-23 años	
EMISORAS	
EXITOOSA	6
STUDIO 92'	2
MODA	6
RPP	5
RADIOMAR	2
LA MEGA	1
PLANETA	1
LA KALLE	1



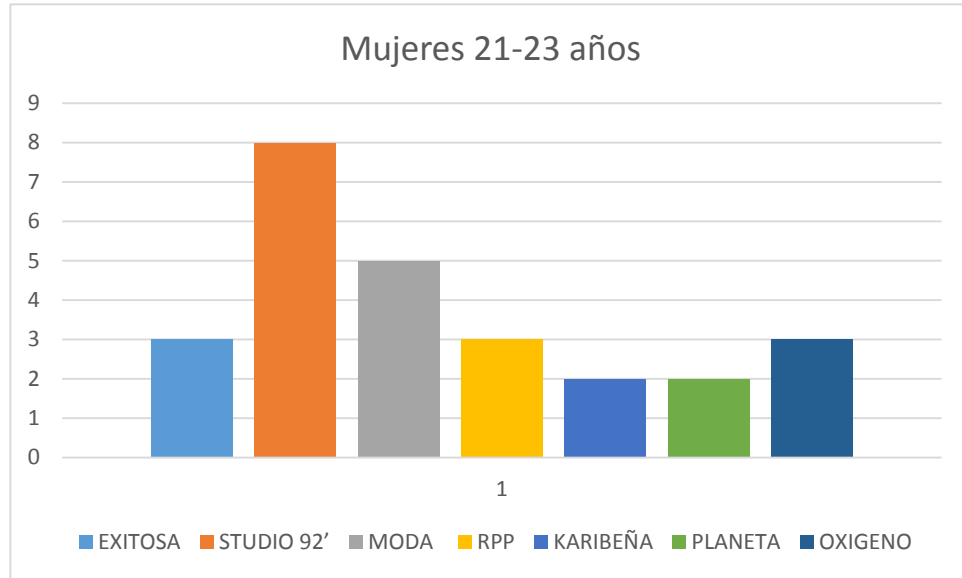
Hombres 24-25 años	
EMISORAS	
EXITOSA	5
STUDIO 92'	5
MODA	1
RPP	5
OXIGEO	1
LA KALLE	2
PLANETA	3



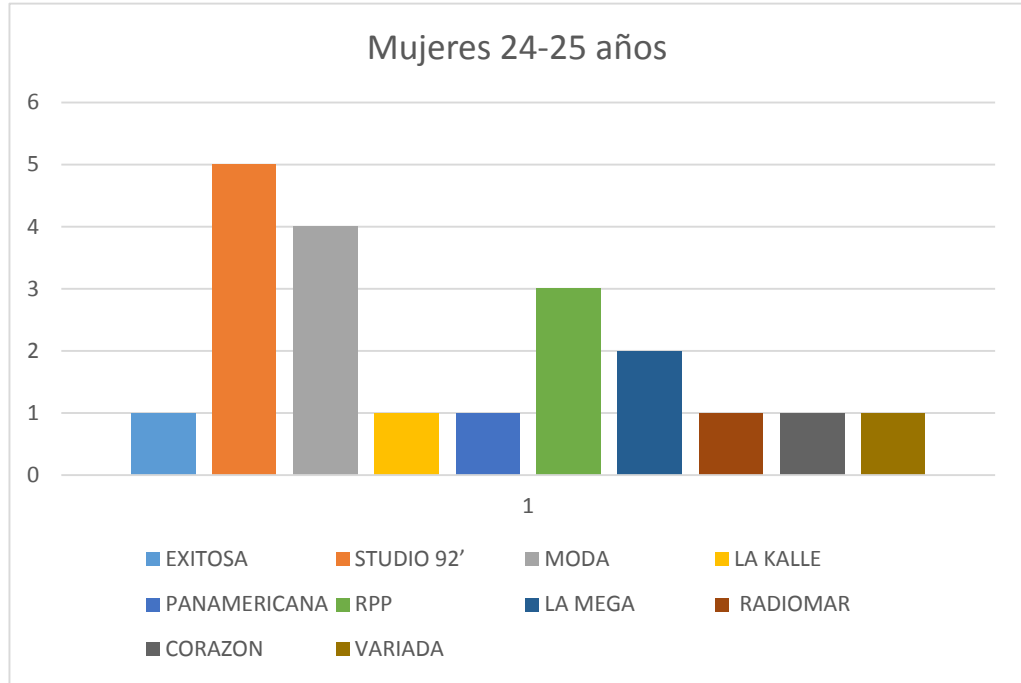
Mujeres 18-20 años	
EMISORAS	
EXITOSA	15
STUDIO 92'	13
MODA	13
RPP	4
PANAMERICANA	3
KARIBEÑA	6
PLANETA	8
VARIADAS	5
OXIGENO	3



Mujeres 21-23 años	
EMISORAS	
EXITOSA	3
STUDIO 92'	8
MODA	5
RPP	3
KARIBEÑA	2
PLANETA	2
OXIGENO	3



Mujeres 24-25 años	
EXITOSA	1
STUDIO 92'	5
MODA	4
LA KALLE	1
PANAMERICANA	1
RPP	3
LA MEGA	2
RADIOMAR	1
CORAZON	1
VARIADA	1



Los datos estadísticos, fuente propia

6. ¿Qué programa radial escuchas?

Hombres de 18 a 20 años

EXITOSA	11
STUDIO 92'	9
MODA	16
RPP	4
OXIGENO	1
PLANETA	5
RADIOMAR	2
PANAMERICANA	2
RPP	4
LA KALLE	4
LA MEGA	4
RITMO	2
RADIOMAR	2

La mayoría prefiere NINGUNA EN ESPECIAL , le siguen LA MÚSICA DE AYER

Hombres de 21 a 23 años

EXITOOSA	6
STUDIO 92'	2
MODA	6
RPP	5
RADIOMAR	2
LA MEGA	1
PLANETA	1
LA KALLE	1

La mayoría prefiere NINGUNA EN ESPECIAL , seguida de un empate entre ROMPE JAULA y el INFORMATIVO RPP

Hombres de 24 a 25 años

EXITOSA	5
STUDIO 92'	5
MODA	1
RPP	5
OXIGEO	1
LA KALLE	2
PLANETA	3

La mayoría prefiere NINGUNA EN ESPECIAL seguido de INFORMATIVO RPP Y en 3er lugar LOS CHISTOSOS

Mujeres de 18 a 20 años

EXITOSA	15
STUDIO 92'	13
MODA	13
RPP	4
PANAMERICANA	3
KARIBEÑA	6
PLANETA	8
VARIADAS	5
OXIGENO	3

La mayoría prefiere VARIADAS, le sigue AYER Y HOY

Mujeres de 21 a 23 años

EXITOSA	3
STUDIO 92'	8
MODA	5
RPP	3
KARIBEÑA	2
PLANETA	2
OXIGENO	3

La mayoría prefiere VARIADAS, en 2do lugar MUSICALES y en 3er lugar hay un triple empate entre AYER Y HOY

Mujeres de 24 a 25 años

Mujeres 24-25 años	
EMISORA	
EXITOSA	1
STUDIO 92'	5
MODA	4
LA KALLE	1
PANAMERICANA	1
RPP	3
LA MEGA	2
RADIOMAR	1
CORAZON	1
VARIADA	1

La mayoría prefiere VARIOS, en 2do lugar ROTATIVA DEL AIRE

7. ¿Qué tipo de programa radial te gustaría escuchar?

A).- Actualidad:

Un 42% de los hombres prefieren saber de economía, negocios y un 30% de actualidad y un 20% de ciencia y tecnología

A diferencia de un 81% de mujeres prefieren saber de Información , actualidad
Por la Política solo se inclinan un 8% de los hombres y un 19% las mujeres

B) Aficiones:

Hombres en su mayoría de 24 a 25 años prefieren deporte en un 81 % de 18 a 20 años en un 19% cine .Las mujeres cine y farándula en un 78%, 22% prefieren cocina

d) Biografía de cantantesmujeres 18 a 20 años en un 60%
prefieren saber de farándula

C) Cultural:

Las mujeres prefieren las expresiones artísticas...y magazines de 21 a 23 años en su mayoría en un 30%

Los hombres de 24 a 25 años en su mayoría prefieren el tema de salud en un 70% y educación en un 30%.....

8. ¿Qué temas te gustaría que se tratasen en la radio?

Hombres y mujeres de 18 a 20 años.....en su mayoría un 60 % prefieren que se aborde el tema de la sexualidad , las mujeres en un 40 % prefieren temas de sexualidad, juventud , actualidad

Hombres y mujeres de 21 a 23 años.....tienden a querer hablar de actualidad, no tienen una preferencia definida, quieren que se les hable de todo como una especie de magazin

Hombres y mujeres de 24 a 25 años.....un 50% aprox de hombres prefieren el deporte y un 50% de mujeres actualidad.

9. ¿Qué crees que les está faltando a los actuales programas de radio?

a).- Buenos programas.

Hombres de 18 a 20 años.....33
 Hombres de 21 a 23 años.....22
 Hombres de 24 a 25 años.....10
 Mujeres de 18 a 20 años.....34
 Mujeres de 21 a 23 años.....9
 Mujeres de 24 a 25 años.....11

b).- Mejores conductores

Hombres de 18 a 20 años.....10
 Hombres de 21 a 23 años.....11
 Hombres de 24 a 25 años.....7
 Mujeres de 18 a 20 años.....9
 Mujeres de 21 a 23 años.....6
 Mujeres de 24 a 25 años.....5

c).- Un guion adecuado

Hombres de 18 a 20 años.....15
 Hombres de 21 a 23 años.....3
 Hombres de 24 a 25 años.....4
 Mujeres de 18 a 20 años.....20
 Mujeres de 21 a 23 años.....10
 Mujeres de 24 a 25 años

d).- Buenos invitados

Hombres de 18 a 20 años.....9
 Hombres de 21 a 23 años.....3
 Hombres de 24 a 25 años.....7
 Mujeres de 18 a 20 años.....11

Mujeres de 21 a 23 años.....6
Mujeres de 24 a 25 años
Mujeres de 21 a 23 años.....6
Mujeres de 24 a 25 años

10. ¿Qué horario crees que te sería más conveniente para escuchar un programa?

Hombres de 18 a 20 años

Lun a Vie
Sap y Dom
Lun a Dom

Hombres de 21 a 23 años

Lun a Vie
Sap y Dom
Lun a Dom

Hombres de 24 a 25 años

Lun a Vie
Sap y Dom
Lun a Dom

Mujeres de 18 a 20 años

Lun a Vie
Sap y Dom
Lun a Dom

Mujeres de 21 a 23 años

Lun a Vie
Sap y Dom
Lun a Dom

Mujeres de 24 a 25 años

Lun a Vie
Sap y Dom
Lun a Dom

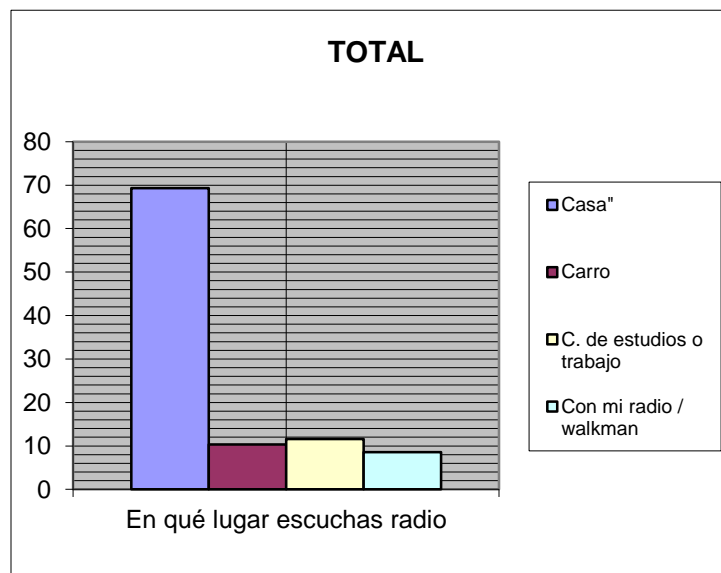
RESULTADOS GENERALES

1. ¿POR QUÉ ESCUCHAS RADIO?

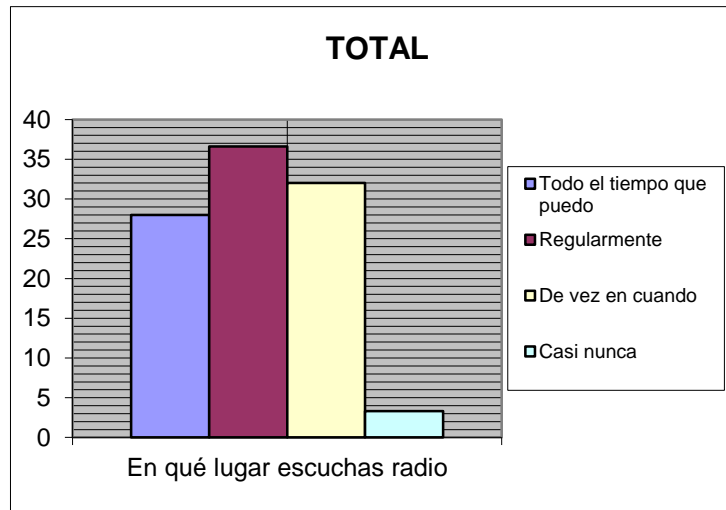
HOMBRE Y MUJER

POR ENTRETENIMIENTO	41.30%
POR INFORMACIÓN	14%
POR LA MUSICA	40.60%
POR LOS CONDUCTORES	4%

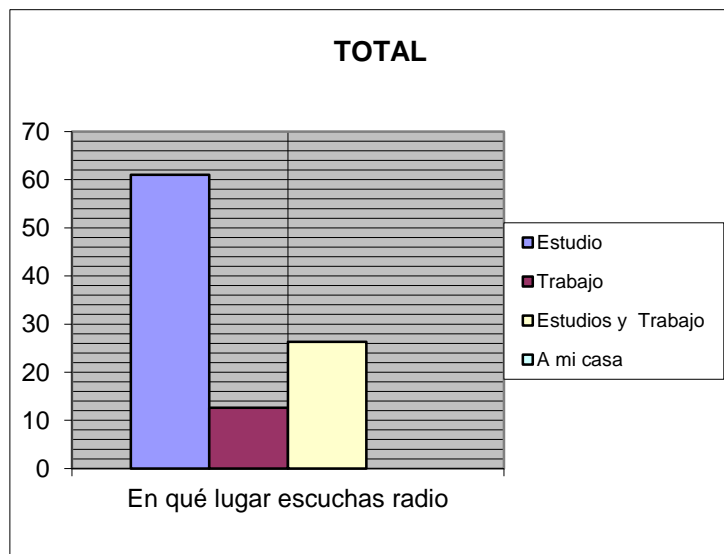
2. ¿EN QUÉ LUGAR ESCUCHAS RADIO CON MÁS FRECUENCIA



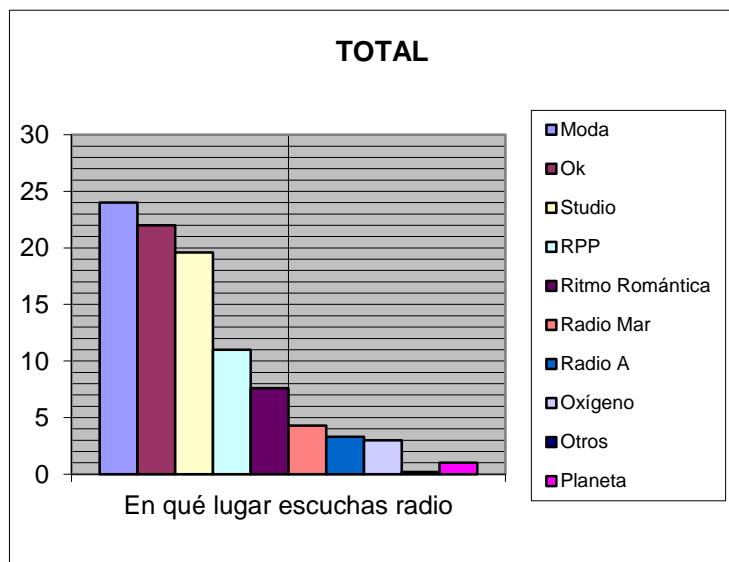
3. ¿CUANTO TIEMPO EN PROMEDIO ESCUCHAS RADIO?



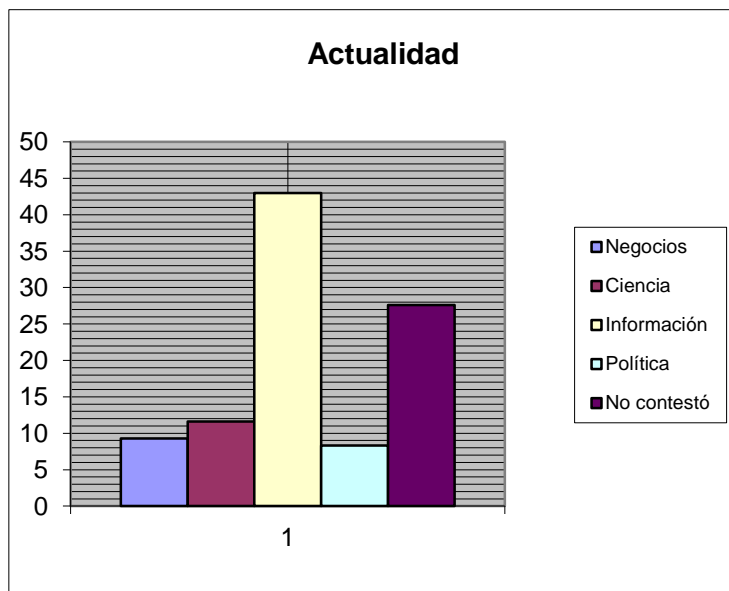
4. ¿A QUE TE DEDICAS?



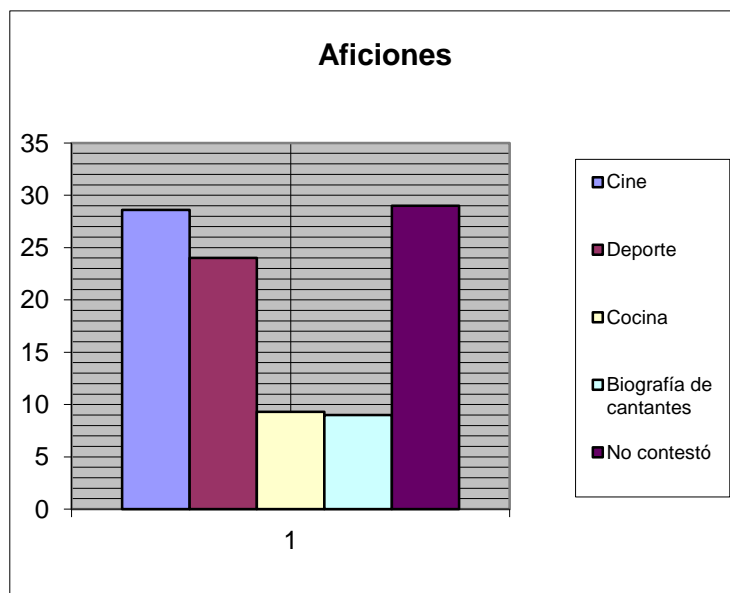
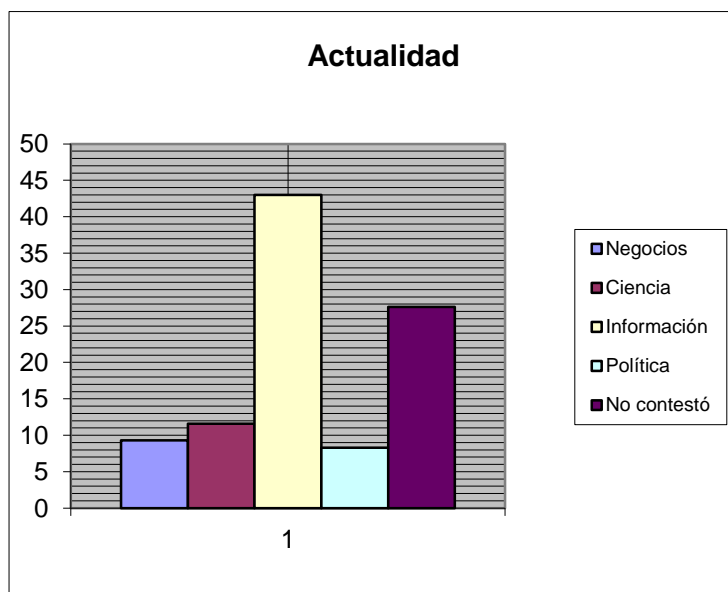
5. ¿QUÉ RADIO ESCUCHAS?

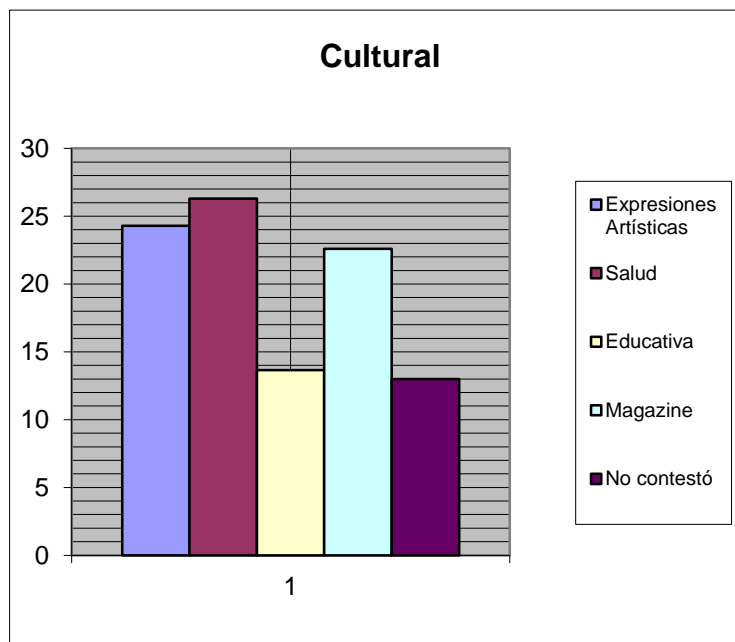


6. ¿QUÉ PROGRAMA RADIAL ESCUCHAS?

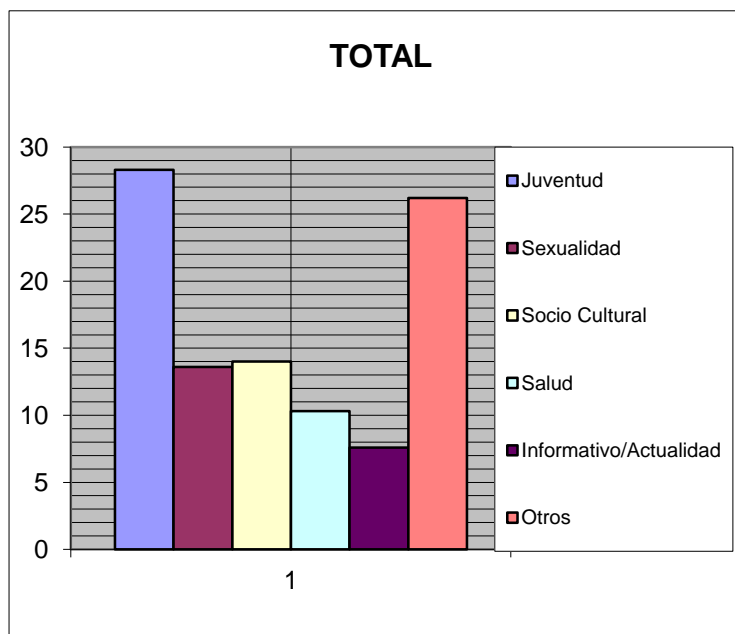


7. ¿QUÉ TIPO DE PROGRAMA RADIAL TE GUSTARÍA ESCUCHAR?

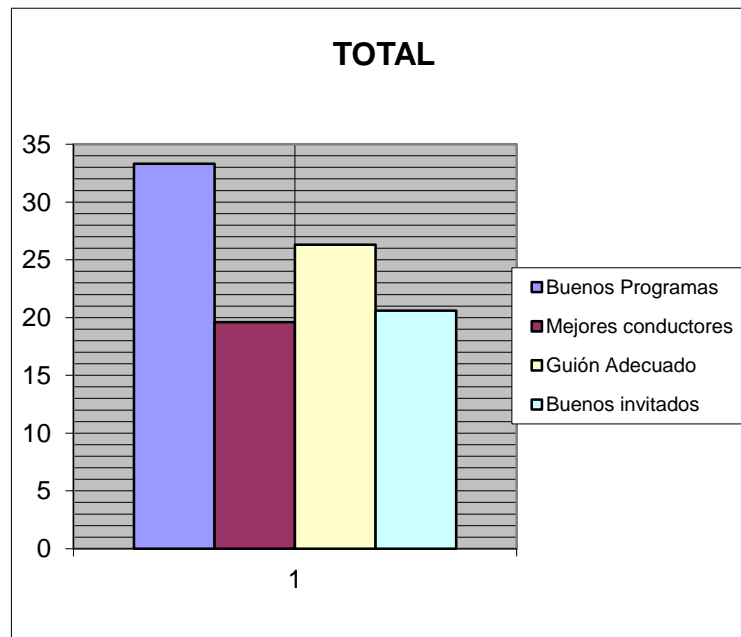




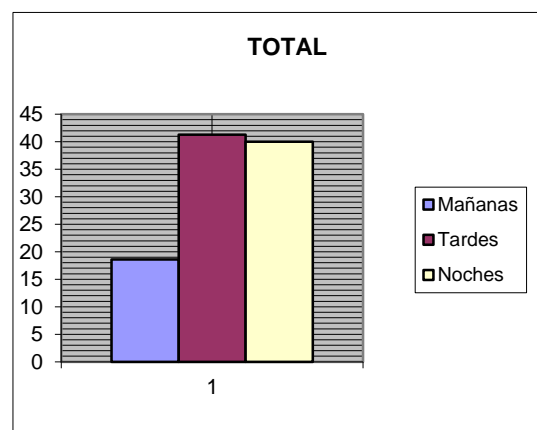
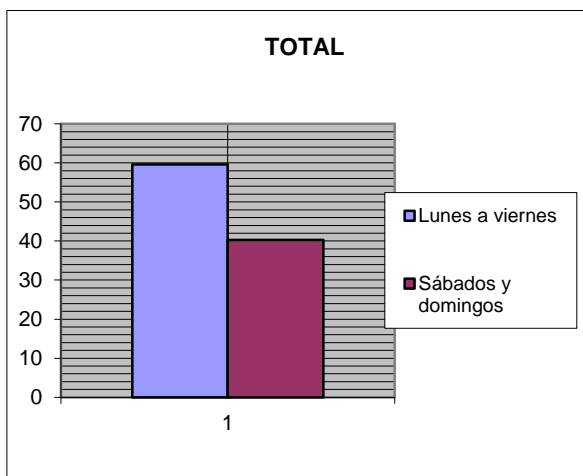
8. ¿QUÉ TEMAS TE GUSTARÍA QUE SE TRATASEN EN RADIO?



9. ¿QUÉ CREEES QUE LES ESTÁ FALTANDO A LOS ACTUALES PROGRAMAS DE RADIO?



10. ¿QUÉ HORARIO CREEES QUE TE SERÍA MÁS CONVENIENTE PARA ESCUCHAR UN PROGRAMA DE RADIO?



V. RESULTADOS

5.1 Análisis de los resultados

La población escucha radio con programación musical en su mayoría

No existe una audiencia en materia de información y cultural

PROPUESTA

En consecuencia se propone que se instituya una emisora comunal que se programan de manera exclusiva de ediciones sobre prevención de circunstancias y hechos fortuitos y se convienen con actividades sociales y música regional

“Radio Comunitaria en San Juan de Lurigancho

Los programas radiales serán transmitidos:

De 6.a.m. a 8.00 a.m.

De lunes a sábados

El objetivo central será mostrar a los oyentes las REGLAS BÁSICAS DE SEGURIDAD, según los acontecimientos naturales o circunstanciales que atenten contra la seguridad social e individual.

Dos locutores (varón y dama) hablan a dos voces, desarrollando los temas de manera dialoal.

Los sábados se efectuarán programas con participación directa de los protagonistas (vecinos), quienes aportarán las deficiencias que pudieran existir en determinados lugares cercanos a sus viviendas.

En la programación mensual se incluirá en determinada fecha el SIMULACRO de un desastre natural con la participación de todos los medios radiales y la comunidad.

CONCLUSIONES

Luego de las investigaciones *in situ* se llegó a la conclusión que los habitantes en su mayoría de San Juan de Lurigancho no tienen conocimientos didácticos sobre radio -difusión ni empresarial para la constitución de empresas de esta índole es decir en la especialidad de radio difusión comunal.

Sin embargo se ha podido detectar que sí existe un grupo de dirigentes que están dispuestos a asumir las responsabilidades y conformar empresas radiales comunales, sobre todo conociendo que no es mucho la inversión que se requiere para la instalación de este tipo de emisoras y que existen frecuencias libres a un costo de bajo economía según licitaciones que oferta el Ministerio de Transporte y Comunicaciones

RECOMENDACIONES

Ante las circunstancias que podrían presentarse en desastres naturales en la región indicada, específicamente en el distrito de San Juan de Lurigancho, se sugiere:

- a. Constituir una pequeña empresa de radio comunal con la participación directa del Gobierno Regional de Lima, Municipio, la Policía Nacional, la Brigada de bomberos y los principales dirigentes de las bases de los Asentamientos Humanos.
- b. Solicitar el apoyo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Psicología, de la Universidad Peruana de Las Américas, para efectos de capacitación.

- c. Por otro lado es importante la participación masiva de los grupos empresariales acentuados en dicho lugar, ya que no solamente que con su aporte económico se lograría el objetivo, si no por el contrario, la infraestructura y material físico que tienen permitirá crear un bloque de unificación y servicio social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arellano, A. & Burgos, D. (2003). *Ciudad de los Reyes, de los Chávez, de los Quispe*: EPENSA.
- Booth, J. (1994). *El Medio Invisible*. Canadá.
- Escobar de la SERNA, L. (1978). *Comunicación de masas y cultura*. Instituto Nacional de Publicidad. Madrid
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Marketing*. La edición del milenio: Prentice Hall, México.
- Londoño H. (2007). *Marketing Radial*. RCN radio - Ed. Mc GrawHill.
- Marín, O. (2003). *Lectura de Parrillas Emisoras AM y FM*. Ministerio de Cultura- Dirección de Comunicaciones. Bucaramanga, Colombia.
- Mata M. (2004). *Públicos y Consumos Culturales en Córdoba*: Espasa Calpe
- Radiodifusión (2004). *Políticas para la Radiodifusión en Colombia*, Documento de política sectorial. Bogotá – Colombia. Stanton, et. al. (1999). *Fundamentos de Marketing*. Ed. Mc GrawHill, México
- Trout & Rivkin. (1996). *El nuevo posicionamiento*: Limusa, México.