

LAB. 3 CREACIÓN DE NUEVOS FORMATOS Y TECNOLOGÍA PARA LA RADIO



BociNet

La ReDio de los emprendedores

PROYECTO

Diplomantes: Freddy Calle

Julio Fernandez

Selso Mamani Calizaya

Gonzalo Miranda

Lia Patiño

2022



INDICE

1. Resumen ejecutivo	2
2. Planteamiento del problema	3
3. Objetivos y retos	3
Objetivo	3
Retos	3
4. Estudio de preferencias o necesidades de la audiencia	3
5. Detalle del proceso de ideación y de la metodología utilizada.....	5
6. Plan de negocio o estudio de costo.....	6
7. Calidad de la idea.....	7
8. Calidad del proyecto	8

1. Resumen ejecutivo

En el presente documento se plasma el problema que tuvieron los emprendedores al momento de ofertar sus servicios y/o productos durante la pandemia, puesto que no contaban con información de cómo afrontar la situación.

Para tal efecto se realizó el proceso de empatización a través de encuestas y entrevistas a emprendedores donde nos dieron a conocer sus necesidades y la problemática por la que atravesaron y atraviesan al momento de ofertar sus servicios y/o productos.

Es de tal manera que nace el proyecto de implementar un espacio donde se pueda dar solución a este grupo social, para tal efecto proponemos implementar un espacio comunicacional como es el BociNet Redio, el cual nos permitirá llevar a la radio del estudio a diversas zonas donde lograremos estar en contacto directo con personas emprendedoras y personas que estén interesadas en emprender algún tipo de negocios ya sea ofertando servicios y/o productos.

BociNet Redio, es un espacio que estará estructurado de la siguiente manera:

- Llevar un emprendedor exitoso, en la cual pueda compartir su experiencia con los emprendedores que recién están iniciando o quieren iniciar.
- Tendremos el sector de radiodrama, el cual permitirá conocer la realidad que pasan los emprendedores que están iniciando al momento de vender u ofrecer sus servicios y/o producto a más personas.
- La población presente en la emisión del programa podrá interactuar directamente con el invitado que sería el emprendedor exitoso. Así mismo los radioescuchas podrán interactuar con el invitado a través del whatsapp y los que nos siguen por las plataformas digitales podrán participar a través de los mensajes en las redes sociales.

2. Planteamiento del problema

El problema nace a raíz de que los jóvenes que iniciaron algún emprendimiento ofertando servicios y productos durante la pandemia no contaban con medios y canales de información y comunicación para dar a conocer sus preocupaciones y necesidades como ser la identificación de mercados, el cual necesitaban recibir una capacitación, apoyo económico, legal y llegar a fortalecer su comunidad.

Es decir que los emprendedores tienen deficiencia con relación a la información de cómo saber utilizar las diversas estrategias de ventas digitales y de herramientas tecnológicas.

3. Objetivos y retos

Objetivo

- Promover un intercambio de experiencias entre emprendedores a través un contenido sonoro sobre conocimientos y prácticas en comercialización de productos o servicios.

Retos

¿Qué acciones de comunicación e información se pueden plantear para promover los servicios y productos de los emprendedores de 25 a 35 años de edad; y visibilizar sus demandas y/o necesidades en procura de consolidar sus negocios?

4. Estudio de preferencias o necesidades de la audiencia

En una primera instancia se comenzó con la idea de que nuestra comunidad necesitaba información sobre salud mental, esa era nuestra idea inicial.

Posterior a eso nuestro equipo de trabajo logro identificar de acuerdo a nuestras regiones 3 problemáticas importantes desde nuestras emisoras que fueron los siguientes:

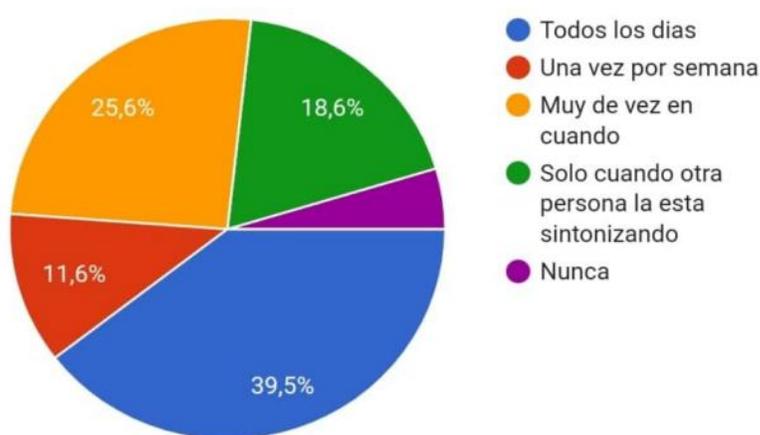
- La Bolsa de Trabajo a través del programa Mega Avisos de Radio Mega 89.8 F.M. de Oruro
- El tema de apoyos a emprendimientos, a través del sector de Emprendimientos Bolivianos que se difunde por Radio UPEA FM 100.0

- Asesoramientos Legales a emprendedores a través del programa Mundo Emprende de Radio Urbana 95.2 F.M. en Cochabamba.
- Apoyo a artistas nacionales una propuesta desde la ciudad de La Paz.

Esas fueron las problemáticas que desde nuestras regiones se identificaron y en las cuales se empezó a analizar e iniciar a empatizar con la población meta.

Es así que a raíz de lo planteado líneas arriba se inicia la empatización realizando primeramente una encuesta a nuestro universo, el cual nos permitió identificar a nuestra comunidad o publico meta, donde el tema que más les interesa fue el EMPRENDIMIENTO y el rango de edad de nuestra comunidad que fue de 25 a 35 años.

Una vez seleccionada e identificada nuestra comunidad como son los emprendedores, se llega a realizar un segundo diagnostico con este publico meta en la cual se les realizó una encuesta y entrevista el cual nos permitió conocer las necesidades, expectativas y hábitos de los emprendedores, cabe recordar que las encuestas y entrevistas se realizaron a emprendedores de las regiones de Tarija, Oruro, Cochabamba, Cobija y El Alto, el cual nos permitió conocer los siguientes resultados.



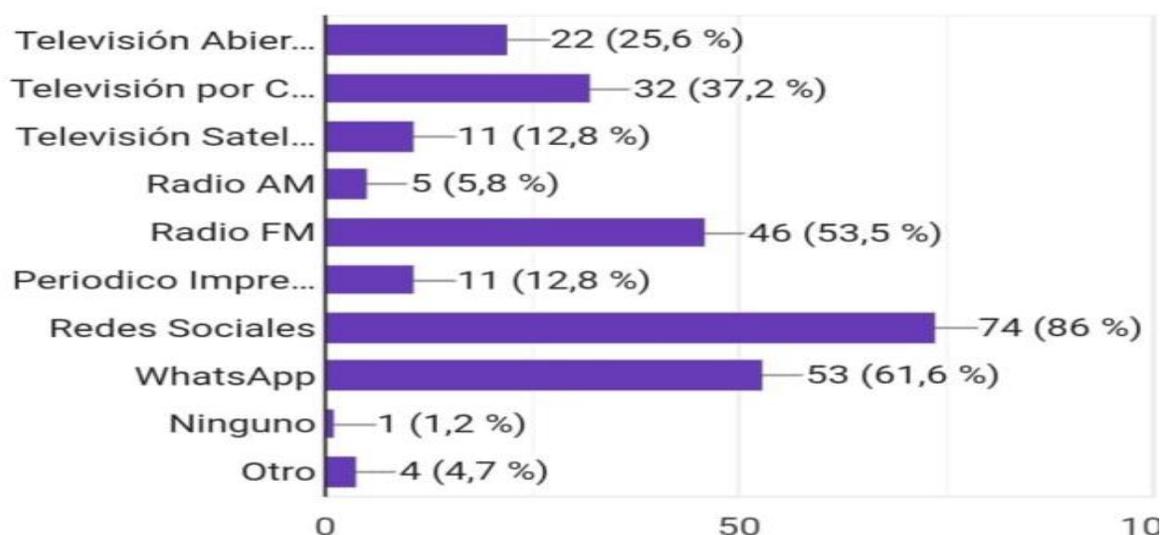
Fuente: elaboración propia envase a encuesta, 2022

Un 39,5% de las personas encuestadas refieren que escuchan todos los días la radio, seguido de un 25,6% que muy de vez en cuando escuchan la radio y un 18,6%

escucha solo cuando otra persona sintoniza la radio. Pero en síntesis la población directa o indirectamente escucha la radio en pleno siglo XXI.

Por otro lado se les consulto que tipos de medios de comunicación prefieren utilizar para consumir diversos contenidos sobre las necesidades y recabar información son los siguientes:

86 respuestas



Fuente: elaboración propia en base a encuesta, 2022

Los medios que los emprendedores prefieren son los siguientes: la radio en FM que representa el 53,5%, seguido por el uso de las redes sociales que representa el 86%.

5. Detalle del proceso de ideación y de la metodología utilizada

La técnica que se utilizó en la empatización fue la acción participativa donde el equipo de trabajo logro que nuestra población objetivo sea participe de la misma.

Es importante mencionar que la propuesta nació primero de ideas ya existente en las cuales se estaban experimentando, en cada una de nuestras regiones, pero para concretar dichas propuestas se llevó a cabo la validación de dichas ideas a través de encuestas y entrevistas, es de ahí que se consolida nuestra propuesta el de generar contenidos para los emprendedores.

Los aspectos que se rescataron fue la creatividad y la innovación, tal como nos propuso Ignacio Lopez Vigil en la charla que nos brindó refirió que se puede rescatar formatos, fusionar, no es bueno manejar como recetas a los formatos, se puede adaptar los formatos acorde a la necesidad que se tenga y eso fue lo que nuestro equipo lo que hizo, rescatar a la radio bocina como medio y trabajar el formato como el radio consultorio.

6. Plan de negocio o estudio de costo

- Cuánto cuesta nuestro proyecto

Alquiler de espacio en radio tradicional (mensual)	Bs.	1.200. –
Comunicación (internet, celulares, megas)	Bs.	500. –
Alquiler de equipos (bocinas y amplificación)	Bs.	1.000. –
Transporte	Bs.	600. –
Personal (presentador)	Bs.	1.000. –
Experto en RRSS y producción audiovisual	Bs.	<u>1.000.</u> –
		5.300. –

BociNet Redio, tiene previsto alianzas con las estaciones de radio local para que el espacio sea cedido sin costo. La emisora se beneficiará con un producto nuevo, refrescando su programación y podrá incluir publicidad en el programa

Los fundadores de BociNet Redio, otorgarán el mismo aporte. No cobrarán

Quedando como gastos mensuales fijos Bs. 2.100 (dos mil cien bolivianos)

- Tomaron en cuenta los costos reales. Alcanzaron el equilibrio

A la primera pregunta SI. Segundo, esperamos superar el punto de equilibrio con los ingresos que a continuación se detallan.

- Como piensan obtener ingresos

Patrocinio de BociNet Redio	Bs.	1.000. –
-----------------------------	-----	----------

Esperamos por lo menos 4 auspiciadores de entidades financieras, instituciones públicas, Fundaciones y Organismos no Gubernamentales. Un espacio y medio NUEVO con servicio disruptivo, que conozca a profundidad a su comunidad será del interés de todos.

Ingresos Mensuales	Bs.	4.000. –
--------------------	-----	----------

Gastos mes	Bs.	2.100. –
------------	-----	----------

RESULTADO A FAVOR	Bs.	1.900. –
--------------------------	------------	-----------------

7. Calidad de la idea

La propuesta que presentamos lo consideramos como una innovación, por lo siguiente:

Llevar a la radio del estudio a diversas zonas donde podamos tener un contacto directo con nuestros emprendedores y así lograr una interacción directa con ellos al cual le llamaremos BociNet Redio, puesto que a través de la misma se pretende producir un programa de radio con las siguientes características: se desarrollara un programa de radio en diversas zonas con mayor afluencia, utilizando como medio la BOCINA y como formato se empleara el radio consultorio, así mismo se generaran contenidos para las diversas plataformas digitales como el Facebook,

tiktok y otros. Por otra parte el programa se difundirá por las señales analógicas de una radio en Frecuencia Modulada.

La estructura del programa que proponemos será la siguiente:

- Llevar un emprendedor exitoso, en la cual pueda compartir su experiencia con los emprendedores que recién están iniciando o quieren iniciar.
- Tendremos el sector de radiodrama, el cual permitirá conocer la realidad que pasan los emprendedores que están iniciando al momento de vender u ofrecer sus servicios y/o producto a más personas.
- La población presente en la emisión del programa podrá interactuar directamente con el invitado que sería el emprendedor exitoso. Así mismo los radioescuchas podrán interactuar con el invitado a través del whatsapp y los que nos siguen por las plataformas digitales podrán participar a través de los mensajes en las redes sociales.

Por otro lado nuestra propuesta logra fusionar los contenidos en dos fenómenos que son la radio tradicional con las diversas plataformas digitales, todo esto parte desde las necesidades, problemas y expectativas que tienen los emprendedores

8. Calidad del proyecto

Consideramos que nuestra propuesta cuenta con los parámetros óptimos con relación a la generación de contenidos de calidad porque en ello contendrá los siguientes sectores de entrevista de expertos como son los emprendedores exitosos, radiodramas, interacción con nuestros internautas a través de las plataformas digitales y también nuestros invitados interactuarán con nuestro público asistente en el punto de transmisión que estemos.

Los elementos del proyecto que fueron prototipado y testeados son, la presentación, el radio drama y la entrevista de un emprendedor exitoso.

Se eligió esos elementos porque son el eje central del proyecto que se pretende implementar con el programa, porque a través del radio drama nos permitirá conocer la realidad de los emprendedores en sus diversas temáticas, y con la entrevista del

emprendedor exitoso despejara todas las dudas que tenga el emprendedor o el que quiera iniciar un emprendimiento.

Para la realización del testeo, se tomó en cuenta a 21 emprendedores de las diversas regiones a la que representa cada integrante del equipo, el resultado que se obtuvo son los siguientes:

N°	INDICADORES DE VALORACION	ESCALA DE VALORACION 1 AL 10	NÚMERO DE PERSONA TESTEADAS
1	Novedad ¿Cuán novedoso es el proyecto?	8	21 personas
2	Utilidad ¿Cree que el proyecto es útil?	7	21 personas
3	Factibilidad ¿Cree que es posible implementar el proyecto?	7	21 personas

Según el testeo realizado el proyecto es viable porque hay gran aceptación por parte de los emprendedores, de los productos que se utilizó para el testeo correspondiente, así también fruto de la evaluación en los indicadores plasmados surgió recomendaciones y sugerencias para mejorar el producto que se quiere plasmar, que son los siguientes:

- Deberían priorizar a jóvenes que están empezando porque vienen a ofrecer sus productos a la tienda.
- Tienen que recoger las opiniones de los mismos vendedores para que mejoren su sector, eso es lo mejor, y también los que compran deberían intervenir si van a hablar de ventas.
- Vayan al mercado, es importante para las amas de casa y sería bueno amenizar con un grupo que ellas quieran o poner amplificación, la música es importante.
- Si van a llevar un experto que no solo sea para que de teoría. Por ejemplo: Este día vamos a vender fruta: señoras ofrezcan su producto.
- Deberían crear la estrategia de venta para cada sector ahí con los mismos emprendedores y su experto y luego dar un premio a la idea más creativa.

- Tienen que amenizar, compartir las experiencias y lo principal vender o sacar una oferta ese mismo día en el mismo programa para que la gente participe y vaya a comprar.
- Seleccionar nichos de emprendedores.
- Voces más alegres en la presentación del programa, es muy serio y un poco antiguo.
- Tienen que mejorar la imagen de su programa.
- Que toquen temas relacionados a financiamiento para iniciar nuevos negocios.
- Que cambien la música del programa.
- Que digan en qué radio se va escuchar.
- Usar más las redes sociales con lindos diseños.
- Realizar el radiodrama actuado en vivo.
- Presentar grupos musicales para que amenice antes de iniciar el programa.
- Sería interesante que nos hablen de la billetera móvil.
- la música empleada no ayuda.
- falta explicar el concepto de BoniNet Redio.
- Mejorar la producción, más dinamismo que sea más corto la presentación o el demo.
- Más dinamismo en los conductores.
- Sería mejor mostrar el proceso de producción y luego el proceso de venta del producto.

Los emprendedores de las diversas regiones que participaron en el testeó son los siguientes:

COBIJA – PANDO

- Jhonny Mercado 24 años venta de churrasquiños
- Juan Tirina 30 años artesano
- Ana Yubanera 35 años Venta de artesanías
- Cecilia Sanjinés 33 años centro de nivelación y preparación educativa
- Elba Mamani 31 años venta de Comida (Almuerzo y cena)

- Jose Luis Quenta 34 años Carpintería
- Sergio Yubanera 29 años arreglos para fiestas

ORURO

- Elizabeth Blanco (propietaria de tienda de barrio 60 años)
- Luis Patiño (CEO Think Social 25 años)
- Marcelo Ancalle (Director Colectivo Cultural Urus Delirium 26 años)
- Ángela Patiño (Propietaria de casa de cerámica La Boheme 32 años)

TARIJA

- Sebastian Humeres
- Guillermo Lema
- Ganadores de la beca Jala Software University

COCHABAMBA

- Remberto Cayzana A. (Sastre de 30 años de edad)
- Carmen Taquichiri D. (Repostera 45 años de edad)
- Amelia Cerrogrande M. (Repostera 40 años de edad)
- José Francisco Lázaro (Electricista 35 años de edad)
- Heydi Mendoza Salazar (Cocinera de 30 años de edad)

EL ALTO

- Franz Delgado Perez (Lavado de Autos de 25 años)
- Vicky Fernandez (Costurera de Polleras de 26 años)
- Ademar Huanca Cabrera (Filmacion de eventos sociales 28 años)