

**UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**



**TRABAJO DE GRADUACIÓN**

**TESIS:**

**“DISEÑO DE UNA GUÍA DE RELACIONES PÚBLICAS PARA MEJORAR LA  
IMAGEN INSTITUCIONAL DE LAS RADIOS LOCALES Y/ O REGIONALES  
ESTABLECIDAS EN EL MUNICIPIO DE SANTA ANA”**

**PRESENTADO POR:**

**MIRIAM LORENA GRANDE SANTILLANA**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**

**LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIONES**

**Santa Ana, 09 de diciembre de 2006**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**



**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**ING. MARIO ANTONIO RUÍZ RAMÍREZ  
RECTOR**

**LICDA. TERESA DE JESÚS GONZÁLEZ DE MENDOZA  
SECRETARIA GENERAL**

**LIC. ADALBERTO ELÍAS CAMPOS BATRES  
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA**



UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA.  
REGISTRO ACADÉMICO.  
UNIDAD DE EGRESADOS.  
SECCIÓN DE GRADUACIÓN.

ACTA DE LA DEFENSA DE TRABAJO DE GRADUACION

ACTA FINAL No. 29

En la Sala de Sesiones de la Universidad Francisco Gavidia, a las catorce horas del día 09 de diciembre de 2006; siendo estos el día y la hora señalados para la defensa del Trabajo de Graduación:

**"Diseño de una guía de relaciones públicas para mejorar la imagen institucional de las radios locales y/o regionales establecidas en el municipio de Santa Ana."**

Presentado por el estudiante:

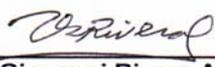
↓ **Miriam Lorena Grande Santillana**

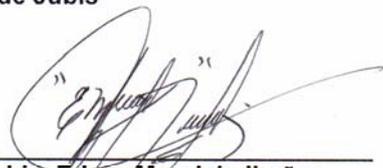
De la Carrera de Lic. en Relaciones Públicas y Comunicaciones

Y estando presentes los interesados y el Jurado Examinador, se procedió a dar cumplimiento a lo estipulado en los Arts. Nos 37, 42 y 43 del Nuevo Reglamento de Graduación: habiendo llegado los miembros de este Jurado, después del interrogatorio y las deliberaciones correspondientes, a pronunciarse por este fallo: Aprobado

Santa Ana, nove de diciembre de 2006

Presidente.   
**Licda. Leyla Samira Recinos de Jubis**

Vocal   
**Lic. Víctor Giovanni Rivera Alarcón**

Vocal   
**Lic. Edgar Mauricio Ibañez**

Alumna:   
**Miriam Lorena Grande Santillana**

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A Dios**

Por haberme permitido culminar uno de mis sueños, por guiar mi vida, por darme sabiduría, seguridad, perseverancia, por iluminarme día con día en mi camino. Gracias mi señor por todo tu amor. Te amo

### **A mi madre Maria**

Por siempre interceder en mis peticiones, gracias por ser mi madre que siempre esta cuidándome, protegiéndome y rezando por mí. Te amo

### **A mi Papá**

Que desde el cielo me estas cuidando, por ser mi ángel de la guardia que me da todo su amor, por siempre estar conmigo. Este triunfo es para ti con todo mi amor. Te amo mucho papá.

### **A mi mamá**

Gracias por ser la mejor madre del mundo, por estar siempre conmigo en todo momento, por darme ese apoyo incondicional, por que gracias a ti logre terminar este sueño. Gracias mamá. Te amo mucho.

### **A mi hermana**

Por todo su amor, su comprensión. Por ese apoyo incondicional, por sus consejos, por ser una excelente hermana. Te amo con todo mi corazón.

### **A mi asesor**

Gracias por compartir sus conocimientos, por el apoyo, la confianza, los consejos que me brindo.

### **A mi familia y amigos**

Por siempre estar conmigo, por su apoyo incondicional, por sus oraciones y su cariño.

# ÍNDICE

	<b>Página</b>
Introducción.....	i
 <b>CAPITULO I</b>	
<b>ASPECTOS GENERALES DE LAS RADIOS LOCALES Y/O REGIONALES ESTABLECIDAS EN EL MUNICIPIO DE SANTA ANA</b>	
A. Generalidades.....	1
1. Antecedentes de la radio a nivel mundial.....	1
1.1 Principales pioneros de la radio.....	2
1.2 Evolución de la radio como medio de comunicación masiva.....	7
1.3 Comercialización de la radio.....	8
1.4 Mejoramiento de aparatos receptores.....	10
1.5 Surgimiento de cadenas radiofónicas.....	11
1.6 Nacimiento de frecuencia modulada.....	13
B. Historia de la radio en El Salvador.....	14
1. Radios establecidas en el municipio de Santa Ana.....	21
C. Concepto de radio.....	25
1.1 Radio interactiva.....	26
1.1.1 Radio Parlante.....	26
1.2 Clasificación de las radios en El Salvador.....	27
1.3 Principales características de la radio como medio de comunicación social.....	28
1.4 Importancia de la radio desde diferentes perspectivas.....	31
1.4.1 Responsabilidad Social.....	32
1.4.2 Perspectiva Económica.....	33
1.4.3 Perspectiva Cultural.....	34
D. Situación actual de la radio.....	35
E. Marco legal.....	36

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO SOBRE EL DISEÑO, GUÍAS, RELACIONES PÚBLICAS, IMAGEN INSTITUCIONAL, IDENTIDAD CORPORATIVA**

A. Diseño.....	37
1. Concepto de diseño.....	37
1.1 Importancia de diseño.....	38
1.2 Tipos de diseño.....	38
B. Guías.....	40
1. Concepto de guías.....	40
1.1 Tipos de guías.....	41
1.2 Importancia de guías.....	43
1.3 Elaboración de guías.....	43
C. Relaciones Públicas.....	43
1. Concepto de Relaciones públicas.....	44
1.1 Importancia de Relaciones Públicas.....	44
1.2 Función de Relaciones Públicas.....	45
1.3 Objetivos de Relaciones Públicas.....	46
1.4 Públicos de Relaciones Públicas.....	47
1.4.1 Públicos internos.....	48
1.4.2 Públicos externos.....	48
1.5 Planeación en las Relaciones Públicas.....	49
D. Imagen Institucional.....	50
1. Concepto de imagen institucional.....	50
1.1 Objetivos de imagen institucional.....	51
1.2 Importancia de la imagen institucional.....	52
1.3 Características de la imagen institucional.....	53
1.4 Niveles de la imagen institucional.....	54
E. Identidad corporativa.....	55
1. Concepto de identidad corporativa.....	55
1.1 Relevancia de la identidad corporativa.....	56

1.2 Elemento de la identidad corporativa.....	56
1.3 Relación entre imagen institucional e identidad.....	60
1.4 Análisis FODA.....	61
1.4.1 Análisis de los factores internos y externos.....	62

### **CAPITULO III**

## **INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE EL DISEÑO DE UNA GUÍA DE RELACIONES PUBLICAS QUE MEJORE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LAS RADIOS LOCALES Y/O REGIONALES ESTABLECIDAS EN EL MUNICIPIO DE SANTA ANA.**

A. Generalidades.....	63
B. Objetivos de la investigación.....	64
1. General.....	64
2. Específicos.....	64
C. Metodología de la investigación.....	64
1. Identificación de fuentes de información.....	65
1.1 Fuentes primarias.....	65
1.2 Fuentes secundarias.....	65
2. Ámbito de la investigación.....	65
3. Determinación del universo o población.....	66
3.1 Marco muestral.....	66
3.2 Distribución muestral.....	68
4. Diseño de herramientas de investigación.....	69
4.1 Cuestionario estructurado.....	69
5. Prueba piloto.....	72
6. Administración de la encuesta.....	72
6.1 Matriz vaciado de datos .....	72
6.2 Tabulación y análisis de la información.....	73
7. Conclusiones y recomendaciones.....	145

## **CAPITULO IV**

### **PROPUESTA DE UN DISEÑO DE UNA GUÍA DE RELACIONES PUBLICAS PARA MEJORAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LAS RADIOS LOCALES Y/O REGIONALES ESTABLECIDAS EN EL MUNICIPIO DE SANTA ANA**

A. Generalidades.....	149
B. Objetivos.....	150
1. General.....	150
2. Específicos.....	150
C. Importancia y beneficios de la propuesta.....	150
1. Para las radios.....	151
2. Para los radioescuchas .....	151
3. Para los anunciantes.....	151
D. Alcance de la propuesta.....	152
E. Diseño de una guía de Relaciones Públicas para mejorar la imagen institucional de las radios locales y/o regionales establecidas en el municipio de Santa Ana.....	153
1. Esquema de Diseño de una Guía de Relaciones Públicas para mejorar la Imagen Institucional de las Radios locales y/o regionales establecidas en el Municipio de Santa Ana.....	153
2. Objetivos.....	154
2.1 General.....	154
2.2 Específicos.....	154
3. Desarrollo del diseño de una guía de Relaciones Públicas para mejorar la imagen institucional de las radios locales y/o regionales establecidas en el municipio de Santa Ana.....	154
3.1 Fase de diagnóstico y planeación.....	154
3.1.1 Factores internos y externos de las radios locales y/o regionales establecidas en el municipio de Santa Ana.....	155
3.1.2 Elaboración y administración de encuestas para determinar la imagen de la radio ante sus públicos.....	156
3.1.3 Formato propuesto de encuesta para medición de ranking, rating	

e imagen para la radio audiencia.....	157
3.1.4 Revisión de identidad institucional.....	159
3.2 Fase de ejecución.....	159
3.2.1 Estrategia de identidad institucional.....	160
3.2.2 Estrategia de comunicación interna y externa.....	165
3.2.2.1 Manual de políticas de comunicación interna y externa.....	170
3.2.3 Sondeos de opinión e imagen internas y externas.....	202
3.2.4 Estudios de ranking y rating.....	206
3.2.5 Estrategias promocionales.....	208
3.3 Fase de control.....	210
3.3.1 Evaluación de desempeño de personal.....	210
3.3.2 Evaluación de resultados.....	211
F. Acciones complementarias a la propuesta o plan de implementación.....	211
1. Objetivos.....	212
1.1 General.....	212
1.2 Específicos.....	212
2. Plan de acción o detalle de acciones.....	213
3. Determinación de responsabilidades.....	217
4. Cronograma de actividades.....	219
5. Presupuesto para la implementación.....	220
Bibliografía	
Glosario de términos	
Anexos	

## **RESUMEN (ABSTRACT)**

El presente trabajo de investigación titulado Diseño de una guía de Relaciones Públicas para mejorar la imagen institucional de las radios locales y/o regionales establecidas en el Municipio de Santa Ana esta conformado por cuatro capítulos en los cuales se detalla antecedentes históricos de las radios locales y/o regionales establecidas en el municipios de Santa Ana, marco teórico sobre las principales variables del tema de investigación, metodología de la investigación que se utilizo para el desarrollo del trabajo y la propuesta del diseño de una guía de Relaciones Públicas.

El diseño de una guía de Relaciones Públicas esta estructurado en 3 fases las cuales contienen cada las herramientas necesarias para su aplicación en los diferentes departamentos de las radios.

La fase de planeación esta compuesta por el análisis foda, elaboración y administración de encuestas y revisión de identidad institucional.

La fase de ejecución esta conformado por estrategias de identidad institucional, estrategias de comunicación interna, estrategias de comunicación externa, sondeos de opinión, internos y externos, estudios de ranking y rating y estrategias promocionales.

La fase de control esta conformada por el plan de implementación, evaluación de desempeño de personal y evaluación de resultados.

El diseño de una guía de Relaciones Públicas tiene como objetivos el mejoramiento de la imagen institucional de las radios locales y/o regionales establecidas en el municipio de Santa Ana; el fortalecimiento de las relaciones públicas, así como propiciar que las radios generen una mayor identificación de sus públicos hacia ellas.

## INTRODUCCIÓN

Este documento contiene el desarrollo del trabajo de tesis para optar al grado de Licenciatura en Relaciones Públicas y Comunicaciones, cuya finalidad es la de presentar un "Diseño de una guía de Relaciones Públicas para mejorar la imagen institucional de las radios locales y/o regionales establecidas en el municipio de Santa Ana"; contribuyendo de esta manera, al mejoramiento y fortalecimiento de la imagen institucional por medio de las herramientas y estrategias que en el Diseño de la guía de Relaciones Públicas se presentan.

El capítulo I, "Aspectos generales de las radios locales y/o regionales establecidas en el municipio de Santa Ana", comprende una descripción de los aspectos generales de los mismos, tales como: antecedentes históricos, evolución, situación actual, importancia, características, clasificación de las radios, y aspectos legales.

El capítulo II, "Marco teórico sobre el diseño, guías, relaciones públicas, imagen institucional, identidad corporativa"; contiene el marco teórico conceptual sobre diseño, guía, Relaciones Públicas, imagen institucional e identidad corporativa; presentándose conceptos, importancia, clasificación, objetivos, funciones, entre otros, de cada uno de ellos; los cuales sirvieron de base para elaborar la propuesta.

El capítulo III, " Investigación de campo sobre el diseño de una guía de Relaciones Públicas que mejore la imagen institucional de las radios locales y/o regionales establecidas en el municipio de Santa Ana"; presenta la metodología de la investigación de campo utilizada para la recolección de datos e información de las radios locales y/o regionales establecidas en el municipio de Santa Ana; donde se plantean generalidades, objetivos, fuentes de información ,ámbito y alcance de la investigación, instrumento a utilizar, prueba piloto, recolección, tabulación, análisis y cuadros resúmenes de la información; así mismo, las conclusiones y recomendaciones.

El capítulo IV," Propuesta de un Diseño de una guía de Relaciones Públicas para mejorar la imagen institucional de las radios locales y/o regionales establecidas en el municipio de Santa Ana"; constituye la parte final del documento, el cual contiene la presentación de la guía de Relaciones Publicas con sus objetivos, importancia, estrategias, metas y actividades a ejecutar para su implementación, presupuesto y cronograma de actividades a ejecutar.