

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMISORA ON LINE
JUVENIL “CASA BELÉN” DEL INSTITUTO DISTRITAL PARA LA PROTECCIÓN DE LA
NIÑEZ Y LA JUVENTUD - IDIPRON.

GERSON RAMIRO CARREÑO TOLOZA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

SEDE VIRTUAL Y A DISTANCIA

POSGRADOS

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS

BOGOTA D.C., COLOMBIA

2017

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMISORA ON LINE
JUVENIL “CASA BELÉN” DEL INSTITUTO DISTRITAL PARA LA PROTECCIÓN DE LA
NIÑEZ Y LA JUVENTUD - IDIPRON.

GERSON RAMIRO CARREÑO TOLOZA

Estudio de factibilidad

Director: WILSON CAMILO VARGA GUZMÁN

Magister en relaciones internacionales.

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

SEDE VIRTUAL Y A DISTANCIA

POSGRADOS

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS

BOGOTA D.C., COLOMBIA

2017

Resumen

El IDIPRON es la institución distrital encargada de garantizar el goce efectivo de derechos a niños, niñas, adolescentes y jóvenes en condiciones de vulnerabilidad social, que habitan la calle o están en riesgo de habitarla, su modelo de atención esta complementado con un modelo pedagógico que busca ofrecer a sus beneficiarios formación en escuela, colegio, técnica laboral y transversalmente formación en talleres culturales y artísticos.

El estudio de factibilidad para la creación de la emisora juvenil Casa Belén del IDIPRON, busca estudiar los requerimientos en cuanto a mercado, tecnología, estructura organizacional y financiera, que permita estructurar una propuesta innovadora que fortalezca el modelo pedagógico de la institución, incentivando la participación, la apropiación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación por parte de los jóvenes beneficiarios del instituto.

Palabras clave:

Radio On line, estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio financiero, Streaming, producción radiofónica, modelo pedagógico, jóvenes.

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

Uniminuto Virtual y a Distancia

Formulación y evaluación

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMISORA JUVENIL ON
LINE CASA BELÉN DEL INSTITUTO DISTRITAL PARA LA PROTECCIÓN DE LA NIÑEZ
Y LA JUVENTUD IDIPRON

Especialización en Gerencia de Proyectos –EGF–

Presenta:

GERSON RAMIRO CARREÑO TOLOZA

Línea de investigación en la que se inscribe el Proyecto

Educación, transformación social e innovación

Asesor tutor:

WILSON CAMILO VARGA GUZMÁN

Magister en relaciones internacionales.

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

SEDE VIRTUAL Y A DISTANCIA

POSGRADOS

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS

BOGOTA D.C., COLOMBIA

2017

Índice

Introducción.....	13
Planteamiento del problema	15
Problemática	15
Formulación del Problema.....	16
Pregunta	18
Justificación	19
Objetivos.....	21
Objetivo general	21
Objetivos específicos	21
Marco referencial.....	22
Marco teórico.....	22
Marco conceptual	31
Diseño metodológico de la investigación.....	34
Tipo de investigación	34
Procedimiento.....	35
1. ESTUDIO DE MERCADO.....	37
1.1 Inteligencia de mercados	37
1.1.1 Análisis del sector económico donde está el proyecto de empresa.	37
1.1.1.1 Generalidades del sector.....	38

1.1.1.2 Estadísticas IDIPRON 2016.	40
1.1.2 Análisis de la demanda.	40
1.1.2.1 Demanda potencial.	40
1.1.2.2 Mercado objetivo.	41
1.1.2.3 Perfil del consumidor.	41
1.1.3 Análisis de la oferta.	42
1.1.3.1 Factores que determinan la oferta.	42
1.1.3.2 Balance de oferta y demanda.	43
1.1.4 Mezcla de marketing.	44
1.1.4.1 Estrategias de Producto.	44
1.1.4.2 Promoción.	44
1.2 Estudio de mercados.	45
1.2.1 Demanda específica.	45
1.2.2 Modelo de encuesta.	45
1.2.3 Determinación de la muestra.	46
1.2.4 Análisis de resultados de la encuesta.	47
1.2.4.1 Proyección de la oferta y la demanda.	50
1.2.4.2 Proyección de la demanda.	50
1.2.4.3 Proyección de la oferta.	51
2. ESTUDIO TECNICO.	53
2.1 La localización.	53



2.1.1 Factores que determinan la localización del proyecto.....	53
2.1.2 Población atendida por el IDIPRON.	53
2.1.3 Capacidad tecnológica para la producción de radio en Casa Belén.	54
2.1.4 Cabina de producción.....	54
2.1.5 Mesa de trabajo.....	54
2.1.6 Método de localización.....	55
2.2 Ingeniería del proyecto.....	56
2.2.1 Descripción del proceso de transmisión On Line.....	57
2.2.2 Opciones para transmisión en línea.....	58
2.2.2.1 Acondicionar el computador como servidor.....	58
2.2.2.2 Utilizar para la transmisión un servidor gratuito.....	58
2.2.2.3 Contratar un servidor.....	59
2.2.2.4 Flujo de procesos.....	59
2.2.2.5 Formación para la producción de programas radiales.....	60
2.2.2.6 Transmisión On Line de los programas producidos en los talleres de formación....	60
2.2.3 Contenidos de los talleres básicos para la producción de radio.....	63
2.2.4 Análisis de recursos del proyecto.....	65
2.2.4.1 Especificaciones de los recursos requeridos para implementación y puesta en marcha de un proyecto de radio On Line.....	65
2.2.5 Esquema de una emisora On Line.....	68
2.2.6 Maquinaria herramienta y equipo necesario para el proyecto.....	69
2.2.6.1 Equipos que hacen falta para completar la emisora On Line.....	70

2.2.7 Definición de la inversión del proyecto.....	71
2.2.7.1 Costos del personal.....	71
2.2.7.2 Costos de los equipos tecnológicos y muebles para poner en marcha una emisora On Line.....	72
2.2.8 Tamaño del proyecto.	75
2.2.8.1 Tamaño del proyecto en relación con la capacidad de formación.....	75
2.2.8.2 Tamaño del proyecto en relación de la producción de propuestas de programa como resultado de los talleres de formación.	76
2.2.8.3 Tamaño del proyecto en función del streaming.....	77
3. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES.....	78
3.1 IDIPRON.....	78
3.1.1 Misión.....	78
3.1.2 Visión.	79
3.1.3 Objetivos estratégicos.....	79
3.1.4 Estructura organizacional IDIPRON.....	81
3.1.5 Mapa de procesos IDIPRON.....	81
3.1.6 Modelo pedagógico IDIPRON.....	82
3.2 Estructura organizacional emisora juvenil Casa Belén.....	82
3.2.1 Organigrama emisora Juvenil Casa Belén.....	83
4. ESTUDIO FINANCIERO.....	84

4.1 Fuentes de financiación	84
4.1.1 Evaluación del proyecto.	85
4.1.1.1 Criterios de evaluación.	85
4.2 Estructura del plan de desarrollo	85
4.2.1 Metas del proyecto 971 Calles alternativas, ficha básica de inversión distrital EBI-D.	86
4.2.2 Anualización de las magnitudes de metas proyecto 971 calles alternativas 2016-2020.	87
4.2.3 Evaluación del proyecto en relación del % de jóvenes beneficiados que hacen parte del modelo pedagógico del IDIPRON.....	87
4.2.4 Descripción del presupuesto asignado al proyecto 971 calles alternativas, ficha estadística básica de inversión distrital EBI-D.....	89
5. CONCLUSIONES.....	92
6. RECOMENDACIONES	94
REFERENCIAS	95

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Unidades de protección IDIPRON</i>	39
Tabla 2. <i>Estadísticas IDIPRON 2016</i>	40
Tabla 3. <i>Asistencia a las unidades de protección entre enero y febrero de 2017</i>	41
Tabla 4. <i>Análisis de resultados de la encuesta</i>	48
Tabla 5. <i>Proyección de la demanda</i>	51
Tabla 6. <i>Proyección de la oferta</i>	51
Tabla 7. <i>Ficha técnica de la encuesta</i>	51
Tabla 8. <i>Matriz de evaluación de alternativas de localización</i>	56
Tabla 9. <i>Transmisión On Line de los programas producidos - 1</i>	61
Tabla 10. <i>Transmisión On Line de los programas producidos - 2</i>	62
Tabla 11. <i>Modulo # 1 Creación de guiones para radio</i>	63
Tabla 12. <i>Modulo # 2 Géneros radiales</i>	63
Tabla 13. <i>Modulo # 3 Técnicas de expresión oral</i>	64
Tabla 14. <i>Modulo # 4 Construcción de historias</i>	64
Tabla 15. <i>Modulo # 5 Edición básica de audio</i>	64
Tabla 16. <i>Modulo # 6 Crear una propuesta de programa para la emisora</i>	65
Tabla 17. <i>Equipos con los que cuenta el laboratorio de saberes Casa Belén</i>	70
Tabla 18. <i>Equipos tecnológicos complementarios</i>	71
Tabla 19. <i>Honorarios contratistas</i>	72
Tabla 20. <i>Costos de los equipos tecnológicos y muebles</i>	72

Tabla 21. <i>Suma de costos del proyecto</i>	73
Tabla 22. <i>Costo total</i>	74
Tabla 23. <i>Costo total del proyecto al cabo de los 4 años</i>	74
Tabla 24. <i>Tamaño del proyecto en relación con la capacidad de formación</i>	75
Tabla 25. <i>Primeras seis semanas de formación</i>	76
Tabla 26. <i>Plan de desarrollo</i>	85
Tabla 27. <i>Ficha básica de inversión distrital EBI-D</i>	86
Tabla 28. <i>Anualización de las magnitudes de metas proyecto 971 calles</i>	87
Tabla 29. <i>Evaluación del proyecto en relación del % de jóvenes beneficiados</i>	87
Tabla 30. <i>Ficha estadística básica de inversión distrital EBI-D</i>	89
Tabla 31. <i>Evaluación de la inversión en relación con el presupuesto</i>	90



Lista de figuras

<i>Figura 1.</i> Mapa ubicación unidades de protección en la ciudad de Bogotá.....	39
<i>Figura 2.</i> Matriz de tamaños muestrales	47
<i>Figura 3.</i> Radios y TV On Line	57
<i>Figura 4.</i> Flujos de proceso.....	59
<i>Figura 5.</i> Esquema de una emisora On Line.	68
<i>Figura 6.</i> Estructura organizacional IDIPRON.....	81
<i>Figura 7.</i> Mapa de procesos IDIPRON	81
<i>Figura 8.</i> Organigrama emisora Juvenil Casa Belén.....	83
<i>Figura 9.</i> Jóvenes beneficiados respecto a la meta	88
<i>Figura 10.</i> Inversión respecto al presupuesto total.....	90



Introducción

El estudio de factibilidad para la creación de la emisora juvenil Casa Belén del IDIPRON, es un proyecto de investigación realizado para optar al título de especialista en gerencia de proyectos, se fundamentó en conocer la factibilidad que tiene el instituto distrital para la protección de la niñez y la juventud, de ampliar su propuesta pedagógica y de formación mediante el ejercicio comunicacional de una emisora On line.

La propuesta surge de la necesidad del instituto de ampliar su propuesta pedagógica con un servicio innovador destinado a formar jóvenes en la producción radial y la posterior trasmisión de los contenidos producidos, incentivando la creatividad y creando un espacio de participación en la esfera pública donde el joven se sienta reconocido como actor social.

El estudio de factibilidad está compuesto por un estudio de mercado que nos permitió conocer el sector donde se a realizar el proyecto de inversión, caracterizar la demanda y la oferta, conocer la intención de los jóvenes del instituto de participar en un proyecto de formación radial y establecer parámetros cuantitativos para definir los estudios complementarios, en el estudio técnico definimos los aspectos de ubicación del proyecto, ingeniería y tamaño, dando como resultado principal la estructura técnica y los procesos que tendrá el proyecto en su fase operativa y sus costos totales , el estudio legal y administrativo nos permitió conocer la estructura organizacional del IDIPRON y como el



Proyecto debe alinearse a esta estructura, por último se realizó el estudio financiero, donde se definió la procedencia de los recursos para su inversión, y se realizó una evaluación en función del aporte que el proyecto puede realizar al cumplimiento de las metas institucionales y la relación entre los costos del proyecto y el presupuesto destinado para el funcionamiento del IDIPRON.



Planteamiento del problema

Problemática

El instituto distrital para la protección de la niñez y la juventud IDIPRON es una entidad pública distrital descentralizada que trabaja en toda la ciudad Bogotá para garantizar el goce efectivo de derechos a niños, niñas, adolescentes y jóvenes en condición de vulnerabilidad, para cumplir este propósito dispone de 19 unidades de protección en las modalidades de internado y externado con un modelo pedagógico orientado a la formación académica, formación técnica para el trabajo, formación cultural, artística y espiritual con un enfoque de atención centrado en garantizar la inserción de los NNAJ en las dinámicas sociales y de ciudadanía.

Calles alternativas es el proyecto que enmarca todas las estrategias en atender niños, niñas, adolescentes y jóvenes entre los 8 a 28 años de edad y que fundamenta su acción en la reinserción a la sociedad y prevención de quienes habitan la calle o están en riesgo de habitarla. Esta estrategia contempla a nivel pedagógico el laboratorio de saberes conocido como Casa Belén, destinada por el instituto para formar y potenciar las actitudes artísticas de los jóvenes que hacen parte de sus unidades y con los que se trabaja en los territorios más vulnerables de la ciudad.

Entre los talleres que se han querido implementar en Casa Belén se encuentra el de producción de contenidos radiales, el laboratorio de saberes Casa Belén cuenta con una



infraestructura que en administraciones anteriores se gestionó y que consta de una sala de producción de radio y una mesa de trabajo, tener esta infraestructura ha motivado al instituto a promover la creación de una emisora On line que permita fortalecer el modelo pedagógico. En el IDIPRON el modelo pedagógico es fundamental en su estructura misional, por lo cual es de gran importancia para la institución enriquecer este modelo con propuestas innovadoras que le permitan a los NNAJ potenciar sus capacidades creativas en un entorno formativo favorable dentro de su contexto social.

Formulación del Problema

El modelo pedagógico del IDIPRON es un modelo alternativo de formación y que contempla para su ejecución una estructura funcional que se centra en la atención integral de niños, niñas, adolescentes y jóvenes entre los 8 y 28 años de edad, transversalmente está constituido por las etapas; encuentro, acogida, personalización, socialización, autonomía y autogobierno, para esto se disponen de 19 unidades de protección en las modalidades de internado y externado.

Actualmente según cifras de la oficina asesora de planeación el instituto atiende alrededor de 16.699 NNAJ, Cifras calculadas a diciembre de 2016, en las modalidades arriba mencionadas, según la caracterización de cada NNAJ que ingresa al programa de atención, se establece el nivel de formación requerido ya sea, escuela, colegio o formación técnica para el trabajo, paralelamente el modelo pedagógico contempla el reconocimiento de

habilidades artísticas que propicien en los beneficiarios del instituto un complemento en su proceso pedagógico.

Constantemente la institución busca enriquecer su modelo pedagógico con iniciativas innovadoras, en la institución son conscientes que involucrar a los jóvenes en procesos de aprendizaje a través del uso de medios de comunicación como la radio permite acercarlos a nuevas dinámicas de participación en la esfera pública y reconocerse como actores sociales.

Crear la emisora juvenil es una prioridad para la institución, crear una herramienta innovadora que amplíe su modelo pedagógico, es un propósito que implica conocer las necesidades y requerimientos a nivel administrativo, tecnológico y financiero que dé como resultado una propuesta acorde con la misionalidad del instituto y logre cualificar las habilidades de los jóvenes con la ayuda de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.



Pregunta

¿Cuáles son los requerimientos que permitan estructurar una propuesta para la creación de una emisora On line que enriquezca el modelo pedagógico del instituto distrital para la protección de la niñez y la juventud IDIPRON?



Justificación

Este proyecto busca principalmente realizar un estudio de factibilidad que permita conocer las posibilidades que tiene el instituto distrital para la protección de la niñez y la juventud IDIRPRON de crear una emisora On line que permita difundir los contenidos producidos por sus jóvenes beneficiarios en el los talleres de producción realizados en su laboratorio de saberes Casa Belén, es importante para el instituto dentro de su modelo pedagógico y de atención que los jóvenes se sientan reconocidos en un espacio de participación como la radio y mediante este lograr que se proyecten en la esfera de lo público y la construcción de ciudadanía.

Este proyecto permitirá tomar una decisión frente a los requerimientos, de mercado técnicos, administrativos y financieros necesarios para poner en marcha el ejercicio radial On line, que con fines pedagógicos se ha pretendido realizar en otros momentos dentro del instituto y que por falta de planeación no se han podido realizar, es importante para la realización del proyecto la experiencia que se tiene dentro del laboratorio de saberes en la producción de radio y la infraestructura instala con al que se cuenta para la realización del ejercicio radial.

El IDIPRON es un instituto público distrital que trabaja para garantizar el goce efectivo de derechos a los niños, niñas, adolescentes y jóvenes es situación de vulnerabilidad bajo un modelo de atención pedagógico de inclusión social que se fundamenta en diferentes estrategias de formación y participación, tener un soporte investigativo para la creación de la emisora juvenil Casa Belén enriquecerá este modelo



Pedagógico y servirá de incentivo para que más jóvenes hagan parte de las propuestas de atención del instituto, estas características hacen que sea un proyecto innovador y de alto impacto social ya que a nivel local no se conocen experiencias de radios On line juveniles orientadas a garantizar la inserción de jóvenes con dinámicas sociales complejas y de bajos estratos socioeconómicos.



Objetivos

Objetivo general

Desarrollar el estudio de factibilidad para la creación y puesta en marcha de la emisora juvenil Casa Belén del instituto distrital para la protección de la niñez y la juventud IDIPRON.

Objetivos específicos

- Determinar los factores inherentes a la demanda, requerimientos del cliente y oferta del servicio mediante la realización de un estudio de mercado.
- Establecer mediante un estudio técnico, la localización, el tamaño y la ingeniería del proyecto.
- Definir los aspectos legales, administrativos y organizacionales del proyecto mediante la realización del estudio legal y administrativo.
- Determinar mediante el estudio financiero las fuentes de financiamiento del proyecto.



Marco referencial

Marco teórico

Historia de la comunicación

La comunicación es una necesidad fundamental de la humanidad desde su aparición sobre la Tierra. Con el surgimiento de las civilizaciones, los gobernantes requerían formas de comunicar sus decisiones y las noticias relevantes de su gestión a sus súbditos, mientras que la gente necesitaba conocer lo que ocurría en su sociedad. Las historias oficiales, edictos públicos y otra información, se publicaba en forma de dibujos, murales, esculturas, textos en tablillas, papiros, pergaminos, o tallados en paredes de templos y palacios, o era voceada por funcionarios públicos.

La escritura apareció alrededor del año 4000 a. C. en oriente medio y tomó forma de símbolos cuneiformes en Mesopotamia, jeroglíficos en Egipto y códigos en América. Mientras en el lejano oriente se desarrollaban los ideogramas, Egipto se inició el concepto de alfabeto, que fue desarrollado por poblaciones semíticas hacia 2000 a. C. El alfabeto latino, que los romanos extendieron por toda Europa, se convirtió en la base de la escritura de las lenguas occidentales como la nuestra, mientras que el alfabeto árabe, el alfabeto semítico más antiguo aún vivo, que los musulmanes extendieron por Asia, Oceanía y el norte de África, se convirtió en la base de la escritura de diversas lenguas orientales.

El papiro utilizado por los egipcios, hecho a partir de las hojas de la planta del mismo nombre, y el pergamino utilizado por los europeos, hecho a partir de pieles de



animales, fueron remplazados por el papel, desarrollado por los chinos y extendido por el mundo por los musulmanes, que lo conocieron en el siglo VIII. Mientras Europa se hallaba en el oscurantismo, sumida en constantes crisis y guerras, el mundo musulmán desarrolló los libros de papel, con páginas escritas por ambas caras, copiados a mano en grandes cantidades por “ejércitos” de copistas, generalmente mujeres que trabajaban en sus casas, y distribuidos por todo el territorio islámico. Los musulmanes llevaron el papel a Europa en el siglo XII, donde los libros eran copiados por los monjes en pequeñas cantidades y con gran variedad de diseños e iluminaciones, lo que hacía que cada libro tardara mucho tiempo en terminarse y tuviera un costo enorme.

Los científicos y pensadores que visitaban Al Ándalus (la España musulmana) veían calles enteras de librerías, algo impensables para la Europa de la época, y buscaron formas de llevar todo ese conocimiento a sus países. En España surgió la denominada Escuela de Traductores de Toledo, donde grupos de musulmanes, cristianos y judíos trabajaron juntos para verter del árabe al latín una gran cantidad de obras científicas, filosóficas, e incluso literarias. El rey Alfonso X fue el mayor patrocinador de esta actividad de traducción, al punto que se le conoce como “El Sabio” por todo el conocimiento que ayudó a introducir a Europa desde el mundo islámico. (El-Madkouri, 2006)

Ya en el siglo II a. C., los chinos habían inventado la primera forma de imprenta, pero no fue hasta 1450 que Johan Guttemberg, joyero alemán, ideó una imprenta con un sistema de tipos móviles, permitiendo la impresión de libros en grandes cantidades. (Navarro, 2005)



Con la imprenta surgieron nuevos formatos de comunicación y no tardaron en aparecer las primeras publicaciones periódicas, particularmente en Holanda y Alemania en 1605, y en Inglaterra en 1620. En Francia, en 1631, Théophraste Renaudot inició la publicación de La Gazette, el primer diario oficial del mundo, cuyo contenido era controlado por el cardenal Richelieu, poco a poco fueron apareciendo revistas y periódicos, que iban dirigidos a las élites y transmitían información económica y política.

Con la invención de la linotipia y la monotipia en el siglo XIX se redujo considerablemente el tiempo de producción de estas publicaciones, y así surgieron los primeros periódicos dirigidos a las grandes masas. No se trató solo del aumento en la cantidad de ejemplares por tiraje, sino de un cambio en su calidad y orientación. Los periódicos se enfocaban en un grupo grande e indiferenciado de personas, lo que se ha denominado como “masa”. Pero no fue hasta 1830 cuando los periódicos comenzaron a forjarse como empresas de lucro y no solo como instrumentos de acción política, tratando ya no de conectar con los partidarios de su línea política sino con las grandes masas urbanas. Para ello, se separó la noticia del comentario, y se puso a la noticia como el centro del género periodístico. Fue así como se fundó el periódico francés La Presse en 1836, que se vendía a la mitad del precio de los demás, y financiaba la diferencia con los ingresos que obtenía de la publicidad. Esta idea se reprodujo rápidamente en diarios sensacionalistas como New York Sun (1833), New York Herald (1835), y luego en periódicos más objetivos como New York Tribune (1841) y New York Times (1851). Nacieron así los medios masivos de comunicación. (Rost, 2006)



Con el desarrollo tecnológico en producción de tintas, impresión de gráficos, fabricación de papel, la primera rotativa de 1857, y el desarrollo de la fotografía, los periódicos llegaron al formato que conocemos hoy día, y con la ayuda del ferrocarril, introducido en 1814, se difundieron a un número cada vez mayor y más amplio de lectores.

La aparición de la radio a comienzos del siglo XX y de la televisión a mediados del mismo siglo, supusieron duros golpes para los medios escritos, al punto que muchos auguraron su desaparición. Sin embargo, la inclusión del color gracias al offset, la aparición de programas de edición de texto y preimpresión, la fotografía digital, la diferenciación entre prensa escrita y otros medios, y la aparición del periódico virtual, han logrado mantener vivo al periódico como medio de comunicación escrita.

La aparición de las emisoras virtuales

Si bien la aparición de la radio y la televisión significó un golpe a los medios de comunicación escrita, estos también buscaron formas de aprovechar las nuevas tecnologías para aumentar el número de suscriptores. En la década de 1970, apareció el audiotexto, un servicio prestado por los periódicos en el que un suscriptor llamaba por teléfono a un buzón de noticias y escuchaba información local, el informe del tiempo, avisos clasificados y otros.

La radio también incursionó en los medios escritos a en 1973 a través del teletexto, un servicio de radiodifusoras que transmitían, a través de un decodificador, información al



televisor del usuario, quien podía visualizar una pequeña cantidad de páginas a través de un teclado.

El primer sistema interactivo fue el videotex, que se utilizaba a través de línea telefónica con un decodificador y un módem que se conectaban al televisor. Permitía al usuario no solo recibir mucha más cantidad de información, sino comunicarse con otros usuarios y enviar mensajes sencillos al proveedor del servicio. Sin embargo tuvo poco éxito, solo en Francia obtuvo buena difusión. (Rost, 2006)

El problema con estos sistemas y con los computadores, es que eran costosos e incompatibles entre sí. Con la aparición del IBM PC esto cambió, pues era un computador de arquitectura abierta que permitió que muchos fabricantes crearan sus propios PC “compatibles con IBM”, haciendo que los computadores fueran mucho más baratos y disponibles a un público cada vez más amplio. Al mismo tiempo, ARPANET se desarrollaba y luego se convertía en Internet, y surgieron las redes comerciales en Estados Unidos, principalmente Copuserve, que apareció en 1979 y dominó el correo electrónico y el chat en la década de 1980, y America Online (AOL), que surgió en 1985 y fue la red líder durante la década de 1990. En 1991 aparece la Web, y con el surgimiento de los navegadores como Mosaic y Netscape, ésta se consolida en espacios no académicos y se forja el ciberespacio con acceso a todo tipo de usuarios.

Durante la primera década del siglo XXI, se masificó el servicio de Internet de banda ancha, reemplazando a la conexión por línea telefónica, y comenzó a difundirse



también el uso del internet móvil. Para 2010 la velocidad mínima de banda ancha en toda América, Europa y muchos países de Asia y Oceanía era 3 Mbps, e Internet alcanzaba 2.000 millones de usuarios. (Pingdom, 2011)

Los periódicos fueron los primeros en poner noticias en la red. Esto no es de extrañar, pues las empresas de periódicos ya tenían amplia experiencia en la búsqueda de alternativas mediáticas, pues crearon emisoras de radio en la década de 1930, prestaron servicios de teletexto y videotex en la década de 1980, cuando también entraron al negocio de la televisión por cable, y luego a la televisión digital en la década de 1990. (Rost, 2006)

La primera "estación de radio" por Internet (online), "Internet Talk Radio", fue desarrollada por Carl Malamud en 1993 en EE.UU. La estación de Malamud usaba una tecnología llamada MBONE. Malamud, comenzó la estación de radio produciendo programas de voz y distribuyéndolos por Internet en vez de emitirlas por frecuencias electromagnéticas que pretendía alcanzar a 14 millones de personas en 106 países. Lo que hizo fue producir un archivo que se pudiera copiar de computador a computador pudiéndolo convertir a diferentes formatos para PC y Macintosh. Pensó no solo en un archivo de audio, sino que incluyera imagen y texto para que los navegantes pudieran interactuar y hablar con la emisora mientras la escuchaban.

La CBC, Canadian Broadcasting Corporation, realizó un ensayo experimental para determinar si había demanda para la programación regular de la emisora distribuida como archivos de audio digitales en Internet. También quería averiguar, si la (CBC) estaba



dispuesta a distribuir la programación en este formato y qué implicaciones tendría este servicio. Una revisión de los comentarios arrojados por los usuarios demostró una demanda muy alta y un interés en este tipo de transmisiones por la red. CBC decidió adoptar el ensayo y comenzó un servicio permanente en Internet. Este ensayo demostró que había demanda para los programas de radio regulares distribuidos por la red y tal servicio podía tener valores agregados para una cadena tradicional.

En 1994 la Ciberestación, RT-FM, empezó a transmitir desde las Vegas. En el siguiente año, Austin Arts BBS, comenzó a proporcionar entrevistas pregrabadas, historias, trucos y música en la Radio Screenprinters para los miembros de la Austin, Texas Screenprinting BBS.

Para Latinoamérica, en marzo de 1996 la Agencia Informativa Púlsar, dio a conocer una iniciativa apoyada por la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) y el Centro de Educación Popular (CEDEP) de Ecuador, desde la que se empezó a ofrecer un resumen diario de noticias por Internet a 48 radios comunitarias e independientes de América Latina. Hoy en día la agencia cuenta con cinco servicios y más de 750 suscriptores en 46 países.

Radio en Internet vs Radio análoga

De acuerdo con lo planteado por Aguiar (2009) los siguientes aspectos son en los que se relacionan la radio en internet y la radio análoga, bien sea con similitudes o con diferencias.



Calidad de sonido: En la radio en Internet la calidad del sonido puede ser mejor, dependiendo de la calidad de emisión de la estación. Para que el oyente reciba una calidad superior a la de FM (128 KBPS) el usuario debe tener un buen ancho de banda. En la radio analógica siempre va ser la misma calidad de sonido. La diferencia está en el sistema AM o FM.

Reglamentación: La radio en Internet no tiene ninguna reglamentación para su puesta en funcionamiento. La radio analógica debe tener una licencia del estado para utilizar el espectro electromagnético. Ambas radios deben pagar derechos de autor para la reproducción de obras musicales a las sociedades de derechos colectivos.

Multimedia: La Radio en Internet tiene diferentes canales de interacción con el oyente. Se puede conocer en tiempo real la información de la música y del artista que está sonando. Se puede ver imagen y video de los locutores o artistas. La radio análoga no tiene interacción directa con el oyente.

Costos de montaje: Emitir radio a través de Internet se puede hacer con un computador con conexión a Internet y un micrófono. Por ello los costos son inferiores a lo que debe pagar una emisora por obtener una licencia de funcionamiento. Pero si se piensa en hacer radio profesional para la Internet los costos se incrementan por cada oyente nuevo que se conecte.

Integración de programas: En los sistemas de radio en Internet, es posible agrupar diversos programas de radio. Mediante esta tecnología, se puede cambiar de canal (a otro



canal del mismo portal), con un solo clic. Esto proporciona además, una mayor oferta, ya que donde analógicamente sólo cabía un programa de radio, con la tecnología digital, podemos incluir varios. Esto proporciona al usuario un abanico de posibilidades potencialmente mayor ya que la estación de radio puede incrementar el número de programas emitidos.

Flujo de datos variable: Otra técnica para optimizar el uso del ancho de banda, consiste en utilizar un ancho de banda variable. En terminología digital, se trata de un flujo de datos variable. De esta forma, aquellos programas que no necesiten una gran capacidad en kbps (principalmente aquellos que no incluyan música), ocuparán un menor espacio, permitiendo escoger la calidad dependiendo del ancho de banda contratado.

Accesibilidad: La Radio en Internet, tiene problemas de accesibilidad, ya que el acceso a la red es de un mínimo porcentaje en la actualidad. La radio análoga es masiva y cualquier persona posee un receptor tanto fijo como portable y es fácil de llevar dentro del casco urbano de una ciudad.

Cubrimiento: La Radio en Internet, tiene un cubrimiento global, donde quiera que haya conexión a Internet se puede escuchar la emisora, así estemos lejos del país de origen de la señal. En la radio análoga, solo es posible escucharla en la ciudad de origen; ello depende la potencia de transmisión que se le haya concedido en su licencia de funcionamiento.



Marco conceptual

Aunque en el mundo moderno parece obvia la información sobre informática, existen términos que se usan de manera recurrente y que aun así no se tienen claros, aquí se presentan en brevedad, su significado y de donde provienen.

Interactividad

Rost (2006) señala que la interactividad es la relación que existe entre los usuarios y los sistemas informativos, es un proceso continuo y es señalado como la capacidad de respuesta de los computadores a los usuarios.

Existen tres niveles de interacción:

- Selectiva: cuando el usuario solo tiene opciones de seleccionar entre opciones preestablecidas.
- Transformativa: el usuario puede transformar contenidos.
- Constructiva: por medio de la interacción se construyen contenidos, transformando y añadiendo contenidos.

Hipertexto

El hipertexto es considerado un método de lecto escritura, donde una opción abre a varias y cada una de ellas a tantas otras, ramificándose. Su lectura es no secuencial, es decir que permite saltar de unos temas a otros en proporción a la correlación que tengan, es muy usado en la actualidad pues permite que el usuario lea a su gusto sobre los temas que le



interesan, en lugar de verse obligado a acabar con un texto siguiendo las directrices del autor.

Se usa mucho en contenidos multimedia y sobretodo en periódicos y revistas virtuales, pues mejora la experiencia del usuario, la interactividad y la comunicación, ya que permite una cercanía del lector con el contenido o con el autor que lo desarrolló, además de la conjunción de varios recursos como fotografías, videos o imágenes.

Multimedia

Aunque hoy en día se asocia con tecnología el término multimedia se empieza usando en las artes plásticas, donde hacía referencia al empleo de diferentes técnicas o materiales para lograr una obra, en especial performance en donde se reunían hasta elementos propios de otras artes como el teatro.

Hoy en día se reconoce como cualquier combinación de texto, arte, gráficos, fotografías, vínculos e hipervínculos, que están entrelazadas en torno a un eje común.

La multimedia puede ser interactiva, cuando el usuario puede intervenir y modificar su construcción, hoy en día los contenidos multimedia son altamente interactivos y están cambiando constantemente, lo que atrae al usuario que obtiene así una gran autonomía en lo que decide leer.

Casa Belén IDIPRON

Fue creada en 1969 para atender a los niños de la calle, pero después se hizo cargo de algunas personas con tendencia a integrar grupos delincuenciales. Su misión es



promover la formación integral del niño/a o joven, en situación de vida en calle, pandillero, en riesgo y en alta vulnerabilidad, así como su desarrollo físico, social y espiritual para que, en el marco de un profundo respeto por su libertad e individualidad, logre avanzar gradualmente e integrarse a la sociedad, al trabajo y mantenerse como ciudadano de bien, buscando desarrollar acciones preventivas de la problemática callejera que afecta a la población en situación de vulnerabilidad. Su visión es la de contar con la capacidad operativa y de infraestructura que permita la cobertura de la población de niños/as y jóvenes en alta vulnerabilidad para garantizarles el ejercicio pleno de sus derechos a través de métodos tecnificados que consulten con las exigencias del momento para su cabal inclusión social (Niño, 2009).



Diseño metodológico de la investigación

Tipo de investigación

Esta investigación es de carácter analítico por cuanto:

“consiste en identificar y reorganizar las sinergias de un evento en base a patrones de relación implícitos o menos evidentes, a fin de llegar a una comprensión más profunda del evento [...] (Hurtado, 2000, p.269)

“Toda investigación analítica requiere de una descripción previa sobre la cual se hace el análisis, es por ello que muchas investigaciones analíticas son de carácter documental. Sin embargo, cuando no hay descripciones previamente realizadas, es posible hacer investigaciones analíticas situacionales, cubriendo los estadios previos, particularmente el estadio descriptivo” (Hurtado, 2000, p.271)

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es recolectar datos (para los investigadores cuantitativos, medir; y para los cualitativos, recolectar información).

Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así (vélase la redundancia) describir lo que se investiga” (Sampieri et al. 2006: 119).



Así mismo, en el desarrollo de la investigación se empleará el método inductivo, ya que se analizarán los elementos de los componentes del sistema actual para lograr su comprensión y posteriormente serán los referentes desde los cuales parte la propuesta con los aspectos a tener en cuenta para mejorar la prestación del servicio.

Procedimiento

Para el desarrollo de este trabajo se llevará a cabo el siguiente procedimiento:

Estudio de mercado

Mediante la aplicación de un análisis de información y recolección de datos por medio de un instrumento y su posterior interpretación conoceremos las preferencias de los jóvenes del IDIPRON a la hora de escuchar radio y la intención de participar en un proyecto de formación radial.

Estudio técnico

Mediante el estudio técnico y teniendo como punto de partida la información que nos arroja el estudio de mercado estableceremos la ubicación del proyecto, su tamaño y la tecnología requerida para poner en marcha una emisora On Line.

Estudio organizacional

En el estudio organizacional determinaremos la estructura organizativa y legal necesaria para funcionamiento del proyecto



Estudio financiero

El estudio financiero nos permitirá conocer las fuentes de financiamiento y los recursos requeridos por el proyecto.



1. ESTUDIO DE MERCADO

Este estudio de mercado se realiza con la intención de conocer aspectos fundamentales para el proyecto, la emisora juvenil Casa Belén es un proyecto que pretende resolver una necesidad en el instituto distrital para la protección de la niñez y la juventud IDIPRON, que fundamenta su acción en garantizar el goce efectivo de derechos a niños, niñas, adolescentes y jóvenes de los sectores más vulnerables de la ciudad de Bogotá, en ese sentido la puesta en marcha de la emisora busca que bajo el modelo pedagógico los jóvenes en riesgo de habitar la calle a través de la producción y difusión de contenidos radiales puedan desarrollar actitudes y capacidades para cambiar su contexto social e insertarse en una dinámica de ciudadanía.

1.1 Inteligencia de mercados

1.1.1 Análisis del sector económico donde está el proyecto de empresa.

La emisora juvenil Casa Belén es un proyecto que se pretende realizar en el instituto distrital para la protección de la niñez y la juventud IDIPRON un instituto descentralizado que hace parte de del sector de integración social y que cuenta con autonomía directiva y financieramente funciona con recursos distritales, su misionalidad es garantizar el goce efectivo de derechos a niños, niñas, jóvenes y adolescentes en estado de vulnerabilidad de derechos.



1.1.1.1 Generalidades del sector.

El sector de integración social del distrito está compuesto por la secretaría de integración social y el instituto distrital para la protección de la niñez y la juventud IDIPRON, estos son los encargados de diseñar y establecer las políticas sociales que marcaran el rumbo de su trabajo durante el periodo de un programa de gobierno distrital, para él años 2016-2020 el programa de gobierno Bogotá Mejor Para Todos del alcalde Enrique Peñalosa estableció en su plan de gobierno 7 pilares fundamentales donde se establecen mediante ejes transversales las acciones en cada sector del distrito. El IDIPRON con base en estos ejes transversales diseña su plan de acción 2016-2020 con tres grandes proyectos que le apuntan a su misionalidad, estos son; Calles alternativas, Distrito joven y espacio de integración social.

Calles alternativas es el proyecto que busca brindar Atención integral a la niñez y juventud en situación de calle, en riesgo de habitabilidad en calle y en condiciones de fragilidad social, estas acciones se ejecutan bajo un modelo pedagógico integral por etapas definidas como; encuentro, acogida, personalización, autonomía y autogobierno, este modelo centra su trabajo en las 19 unidades de protección en modalidades de internado y externado y el trabajo en territorio o transformación territorial, que busca trabajar el fortalecimiento de derechos, fortalecer los vínculos familiares y potenciar el reconocimiento de habilidades.



Tabla 1. Unidades de protección IDIPRON

No.	NOMBRE UPI	MODALIDAD
1	FLORIDA	INTERNADO
2	EDEN	INTERNADO
3	LA VEGA	INTERNADO
4	LA 27	INTERNADO
5	SAN FRANCISCO	INTERNADO
6	ARCADIA	INTERNADO
7	OASIS 1	DORMIDA TRANSITORIA
	OASIS 1	EXTERNADO
8	OASIS 2	INTERNADO
	OASIS 2	EXTERNADO
9	RIOJA	INTERNADO
10	NORMANDIA	INTERNADO
11	ARBORIZADORA	EXTERNADO
12	BOSA	EXTERNADO
13	MOLINOS	EXTERNADO
14	PERDOMO	EXTERNADO
15	LA 32	EXTERNADO
16	LUNA PARK	EXTERNADO
17	STA LUCIA	EXTERNADO
18	SERVITA	EXTERNADO
19	FAVORITA - (LA 15)	EXTERNADO

Fuente: Oficina asesora de planeación.

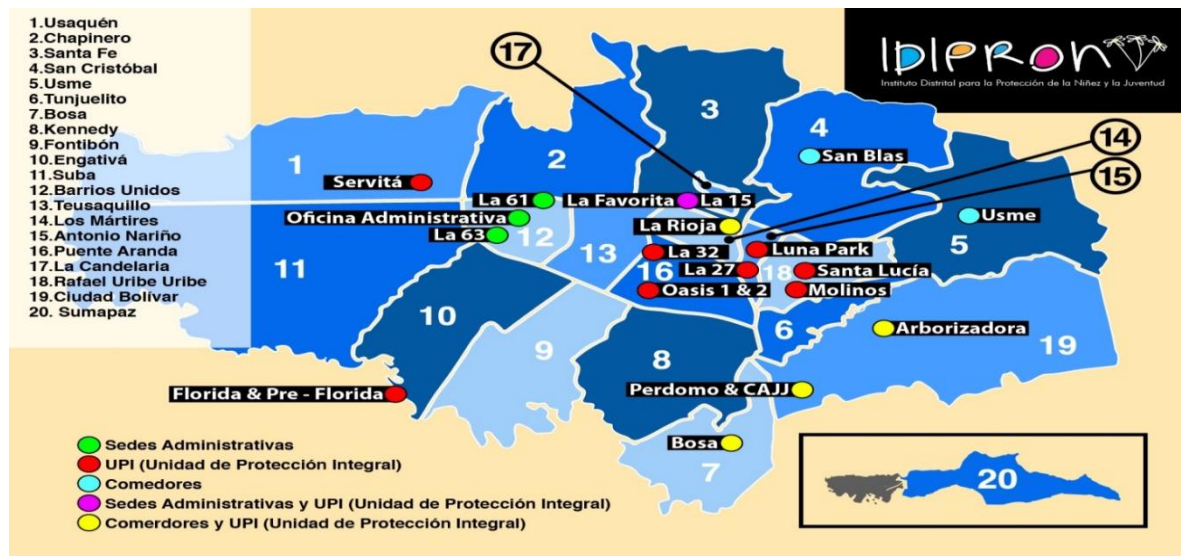


Figura 1. Mapa ubicación unidades de protección en la ciudad de Bogotá

Fuente: Información suministrada por la oficina asesora de planeación



1.1.1.2 Estadísticas IDIPRON 2016.

En el año 2016 el instituto atendió en sus 19 sedes en las dos modalidades de internado y externado y externado un total de 19.999 NNAJ, cifras suministradas por la oficina de asesora de planeación institucional.

Tabla 2. Estadísticas IDIPRON 2016

RANGO DE EDAD	GENERO	# DE VINCULADOS
8-28 años	Femenino	5.135
8-28 años	Masculino	11.864
TOTAL, BENEFICIARIOS		16.999 NNAJ

Fuente: Cifras suministradas por la oficina asesora de planeación institucional.

1.1.2 Análisis de la demanda.

Establecer la demanda potencial y real es fundamental para conocer aspectos importantes del proyecto en términos de inversión, tamaño, procesos y tecnologías a utilizar para la culminación del mismo.

1.1.2.1 Demanda potencial.

Para establecer la demanda potencial del proyecto se tomará como base de referencia las unidades de protección del instituto que tengan como beneficiarios jóvenes y adolescentes entre los 15 -28 años que estén vinculados en las modalidades de internado y externado y estén ubicadas en la zona donde se desarrolla el proyecto, las unidades seleccionadas son; La 32, La favorita, La Rioja, La 27.


Tabla 3. Asistencia a las unidades de protección entre enero y febrero de 2017

VUNIDAD DE PROTECCION	MODALIDAD	ASISTENCIA ENERO	ASISTENCIA FEBRERO	TOTAL
La 23	Externado	52	85	137
La favorita	Externado	50	58	108
La rioja	Internado	91	100	191
La 27	Externado	36	37	73
				509

Fuente: Autor, 2017.

Teniendo como punto de referencias las unidades que tienen beneficiarios entre los 15 y 28 años, su ubicación cercana donde se va a realizar el proyecto y las asistencias entre enero y febrero de 2017 nuestra demanda potencial se establece en 509 Jóvenes hombre y mujeres que podrían acceder al servicio.

1.1.2.2 Mercado objetivo.

El mercado objetivo son los jóvenes beneficiarios del IDIPRON que hacen parte de los diferentes programas atención en las modalidades de internado especialmente de las unidades ubicadas en las zona de influencia del proyecto, estas unidades son; La favorita, La rioja, La 27 y La 32.

1.1.2.3 Perfil del consumidor.

La emisora juvenil On line Casa Belén del IDIPRON es un servicio que hace parte de su propuesta pedagógica y está dirigido a sus beneficiarios, jóvenes en condición de



vulnerabilidad social inmersos en dinámicas de exclusión, drogadicción, en riesgo de habitabilidad en calle, de estratos socioeconómicos bajos 1 y 2. En una primera fase del proyecto los consumidores del servicios serán los beneficiarios de las unidades de protección ubicadas en la zona de influencia donde se realizará el proyecto, estas unidades son; La 32, La favorita, La rioja y La 27, a estas unidades asisten jóvenes en edades entre los 15 a 28 años que tendrán la posibilidad de acceder al servicio de manera gratuita como lo todos los servicios que ofrece el instituto.

1.1.3 Análisis de la oferta.

El proyecto emisora juvenil Casa Belén del IDIPRON es un proyecto innovador debido a sus características, no existe en la ciudad de Bogotá otra entidad de carácter público que trabaje por garantizar el goce efectivo de derechos a NNAJ en condición de vulnerabilidad, la emisora será un servicio más del IDIPRON y servirá como estrategia pedagógica, en ese sentido la oferta se determina en función del servicio que presta y no de la competencia con otras entidades públicas o privadas.

1.1.3.1 Factores que determinan la oferta.

Los factores que determina la oferta se enmarcan en;

- La necesidad del IDIPRON de incluir en su propuesta pedagógica una estrategia innovadora que permita el acercamiento a más jóvenes en condición de vulnerabilidad.



- La gratuidad del servicio, ya que su financiamiento se hará con recursos públicos distritales lo que permite se garanticen los recursos para sus funcionamiento.
- La aceptación y reconocimiento por parte de los jóvenes al trabajo que ha realizado el instituto durante muchos años por garantizar los derechos de los más vulnerables.
- La necesidad que tiene el instituto de fomentar nuevas estrategias que apunten al uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en función de las dinámicas juveniles actuales.
- La capacidad instalada a nivel tecnológico que posee el instituto ya que cuenta con una infraestructura aceptable para el desarrollo del proyecto.

1.1.3.2 Balance de oferta y demanda.

El balance de la oferta y la demanda en este proyecto depende de los lineamientos que determine el instituto a la hora de ofrecer el servicio y la capacidad tecnológica para atender la demanda, inicialmente la demanda estará constituida por los jóvenes de 4 unidades de protección ubicadas en la zona de influencia del proyecto, se espera que la demanda del servicio crezca a medida que se implementan los talleres de formación en jóvenes de otras unidades, este incremento de demanda debe estar determinado por la oferta y la capacidad tecnológica y de recursos, es decir el mismo instituto regula según la capacidad la oferta y la demanda requerida.



1.1.4 Mezcla de marketing.

1.1.4.1 Estrategias de Producto.

El IDIPRON busca con la emisora juvenil Casa Belén tener un producto innovador dirigido a los jóvenes beneficiarios de sus programas, enriquecer su propuesta pedagógica y hacerla más atractiva, es un producto innovador donde serán los mismos jóvenes los protagonistas y artífices del producto final comprometiendo su participación y fortaleciendo la misionalidad del instituto, no hay en la ciudad de Bogotá otra institución de carácter público que busque brindar a los jóvenes más necesitados oportunidades para proyectarse y darle un vuelco a su realidad social, en ese sentido el IDIPRON le da un valor agregado no solo a este producto sino a todos los servicios que ofrece. La emisora funcionara en el lugar de influencia de los jóvenes lo que hace más atractivo el proyecto para ellos ya que les permite estar en su territorio, incentivara la participación y fortalecerá su proceso formativo cultural y socialmente. La emisora será el lugar donde ellos por medio de los talleres de formación aprendan y adquieran los conocimientos técnicos para producir un programa de radio y su posterior emisión o publicación.

1.1.4.2 Promoción.

La promoción del producto se realizara por los canales institucionales del IDIPRON página web institucional, comunicados de prensa, carteleras informativas y por el voz a voz entre los directores de las unidades de protección, los facilitadores, docentes y personal que están todo el tiempo en contacto con los jóvenes, las redes sociales como Facebook serán



también una herramienta fundamental para la promoción del producto gracias a que es un medio efectivo entre los jóvenes.

1.2 Estudio de mercados

1.2.1 Demanda específica.

Para determinar la demanda específica entre los jóvenes de las unidades seleccionadas se diseñará y aplicará un instrumento que nos permita recolectar información de primera mano en cuanto a las preferencias de los mismos a la hora de escuchar radio, la modalidad en que la escuchan, si estarían dispuestos a participar en un proyecto de formación para producir radio, la preferencia de programas a la hora de escuchar radio y las impresiones de que el instituto tenga una emisora juvenil.

1.2.2 Modelo de encuesta.

Objetivo

Conocer las preferencias a la hora de escuchar radio y la intención de participar en la formación de colectivos radiales por parte del laboratorio de saberes Casa Belén del IDIPRON en los jóvenes de las unidades de protección; La 32, La favorita, La rioja y La 27

1 .Edad: _____

2 .Sexo: M _____ F _____

3. Escucha radio Sí _____ No _____ Si su respuesta es Sí continúe con la pregunta 4, si su respuesta es No pase a responder la pregunta 7



4. En que modalidad la escucha: Fm ____ Am ____ Internet ____

5. Cuando escucha radio en que horario lo hace.

En la mañana ____ En la tarde ____ En la noche ____

6. Cuando escucha radio que programas le gusta oír:

Informativos ____ Deportivos ____ Musicales ____ Culturales ____ Variedades ____

Juveniles ____

7. Ha oído hablar de la radio en internet: Sí No

8. Conoce emisoras en internet en la ciudad de Bogotá: Sí No

9. Estaría dispuesto a participar en talleres de formación para la producción de programas de radio dictados en el laboratorio de saberes Casa Belén del IDIPRON Sí No

10. Si el IDIPRON pusiera en marcha una emisora juvenil en internet que temáticas le gustaría que se trataran en esta emisora

Informativos ____ Deportivos ____ Musicales Culturales ____ Variedades ____

Juveniles ____

1.2.3 Determinación de la muestra.

Para determinar la muestra del estudio de mercado se utilizó la matriz de tamaños muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones finitas, las variables utilizadas para el cálculo de la muestra son; el universo que es el total jóvenes y adolescentes que han asistido a las unidades de

protección seleccionada durante enero y febrero de 2017 que fueron 509, con una probabilidad de ocurrencia de 0,5 y un error máximo de estimación de un 7,0%.

La aplicación de la fórmula arrojó que la muestra para la aplicación de la encuesta es 108 jóvenes y adolescentes distribuidos equitativamente en las 4 unidades de protección.

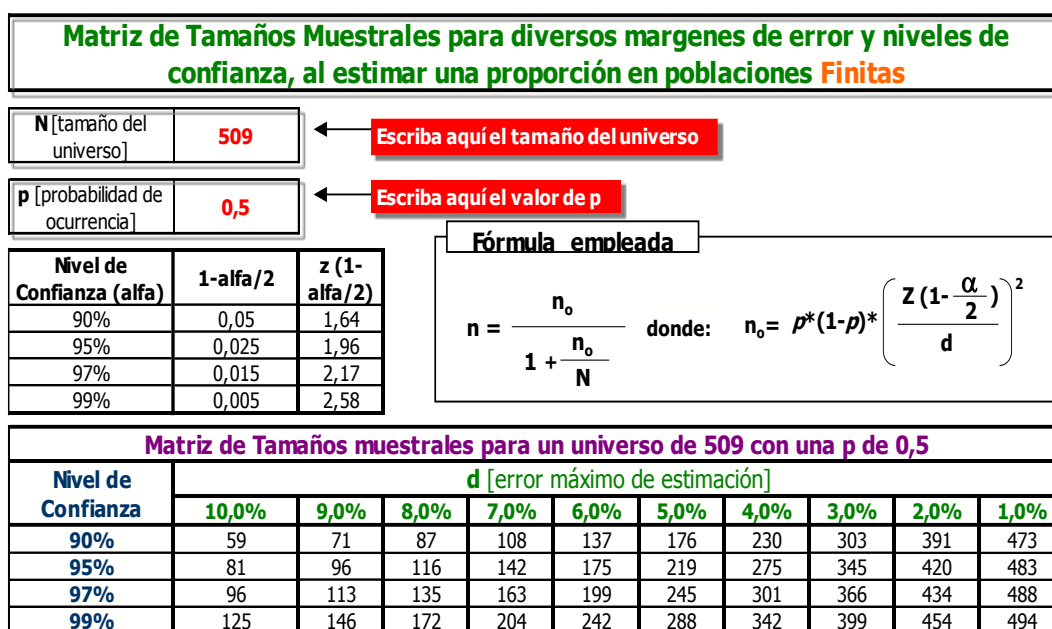


Figura 2. Matriz de tamaños muestrales

Fuente: Autor, 2017.

1.2.4 Análisis de resultados de la encuesta.

La encuesta se aplicó a 108 jóvenes beneficiarios del IDIPRON entre hombres y mujeres de las unidades de protección la Rioja, La favorita, La 32 y La 27 los resultados arrojados por la encuesta son los siguientes:


Tabla 4. Análisis de resultados de la encuesta

Total encuestas	108
Edades	15 -28 años
Sexo	Masculino : 49 Femenino:59
Escuchan radio	Si escuchan : 100 No escuchan : 8
Modalidad en la que escucha radio	FM: 79 Internet:8 AM : 2 FM- AM : 7 FM-Internet : 4
# De jóvenes que escuchan radio por jornada.	Tarde: 15 Mañana: 19 Noche:38 Tarde-noche : 6 Mañana-noche: 9 Mañana-tarde: 3 Durante todo el día: 10
Programas de preferencia a la hora de escuchar radio(Musical, Juvenil, cultural, deportivo, informativo, variedades)	MVJ= 9 VJ=2 CJ=4 MJ=15 MV=8 DMJ=2 MCJ=1 IV=3 IMJ=2 V=9 IMCV= 4 M=18 J=9 C=3 IMCJ= 3 MCVJ= 2 IV= 2 IM= 1 DMV=1 ID= 1 D= 2 I= 1
Han escuchado hablar de la radio en internet	SI : 78 NO: 30
Conocen emisoras en internet en la ciudad de Bogotá	SI: 52 NO: 56
Estaría dispuesto a participar en talleres de la producción de radio en internet dictado en Casa Belén IDIPRON	SI: 93 NO: 15
Si el IDIPRON pusiera en marcha una emisora juvenil en internet que programas le gustaría escuchar.	MVJ= 2 M= 14 MJ= 10 DM=1 IC= 1 MCJ= 10 MV= 8 VJ= 3 IV= 1 IDMCVJ= 10 J= 8 MCVJ= 2 CJ= 2 C= 2 IMCV= 3 IDMJ= 1 V= 11 DMJ= 3 IM= 2 IVJ= 1 IMVJ= 1 I= 1

Fuente: Autor, 2017.



De los 108 jóvenes encuestados el 92,5% de ellos manifestó escuchar radio, mientras un 7,4% no lo hace, de los 100 jóvenes que manifestaron escuchar radio el 15% lo hace en las horas de la tarde, el 19% en la mañana, el 38% por la noche, el 6% prefiere hacerlo alternando entre la tarde y la noche, el 9% alterna entre la mañana y la noche, entre la mañana y la tarde el 3% y el 10% lo hace alternando entre las tres jornadas.

Cuando los jóvenes escuchan radio el 79% sigue prefiriendo hacerlo en la modalidad convencional es decir escuchan emisoras en FM, solo el 2% lo hace en AM, de los encuestados solo el 8% escucha emisoras en internet u On line y el 4% alterna entre FM e internet.

Entre las opciones que daba la encuesta en cuanto a la programación que prefieren los jóvenes encuestados se destaca que 18 de ellos prefieren escuchar programas de solo música, 15 manifestaron la preferencia por los programas musicales con temáticas juveniles, 9 de ellos se inclinaron solo por la opción de programas juveniles, 9 por programas de variedades, 9 por variedades musicales y juveniles y 9 prefieren escuchar solo programas de variedades.

De los 108 jóvenes encuestados el 72,2% ha escuchado alguna vez hablar de las radio por internet, el 48,1% conoce emisoras en internet en la ciudad de Bogotá, mientras que el 51,8% no conoce ninguna emisora On line en la ciudad.

A la pregunta de si estarían dispuestos a participar en talleres de formación para la producción de programas de radio en internet dictados en el laboratorio de saberes Casa



Belén, de los 108 encuestados el 86.11% manifestó su interés de participar en los talleres de formación, mientras el 13,8% no están interesados participar. En cuanto a los programas que les gustaría escuchar en la emisora On line Juvenil Casa Belén del IDIPRON los encuestados manifestaron su preferencia por programas con temas musicales, musicales juveniles, de variedades y culturales.

La información arrojada por este análisis de mercado nos permitirá continuar con el diseño de los siguientes estudios, establecer el tamaño del proyecto, su ingeniería, ubicación y aspectos legales y administrativos y definir los recursos necesarios para su funcionamiento.

1.2.4.1 Proyección de la oferta y la demanda.

Para proyectar la oferta y la demanda se tiene en cuenta la cantidad de jóvenes que van a beneficiar del proyecto y el tiempo de duración de los talleres de formación en producción de radio.

1.2.4.2 Proyección de la demanda.

Según el instrumento aplicado en el estudio de mercado la muestra nos arrojó que de los 108 encuestados el 86,11% está dispuesto a participar de los talleres de formación, teniendo en cuenta que nuestro universo es de 509 jóvenes, el total de beneficiados es de 438 jóvenes. La demanda estará proyectada a los 4 años restantes del plan de gobierno.

Tabla 5. Proyección de la demanda

Periodos	2017	2018	2019	2020
Año de proyección	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Jóvenes Beneficiados	109	110	109	110

Fuente: Autor, 2017.

1.2.4.3 Proyección de la oferta.

Para proyectar la oferta de tiene en cuenta la demanda total del proyecto 438 jóvenes y estará determinada por la capacidad para realizar los talleres de formación y las emisiones On Line de los productos que resulten de estos talleres.

Tabla 6. Proyección de la oferta

Ciclos de formación	Duración de cada ciclo	Total
6 ciclos	6 semanas	36 semanas
Ciclos de formación	Resultado de propuestas de programas por ciclo	Total
6	4 propuestas por ciclo	24 propuestas de programa

Fuente: Autor, 2017.

Tabla 7. Ficha técnica de la encuesta

Objetivo	Conocer las preferencias a la hora de escuchar radio y la intención de participar en la formación de colectivos radiales por parte del laboratorio de saberes Casa Belén del IDIPRON en los jóvenes de las unidades de protección; La 32, La favorita, La rioja y La 27
Grupo objetivo	Jóvenes beneficiarios del IDIPRON de las unidades de protección La 32, La 27, La favorita y La rioja



Técnica	Encuesta estructurada con preguntas de selección.
Cubrimiento	Ciudad de Bogotá

Grupo etario	Jóvenes de sexo masculino y femenino entre los 15 y 28 años
Muestra	Se realizaron 108 encuestas
Margen de error	Error máximo de estimación 7%
Fechas de campo	16 y 17 de marzo de 2017
Realizado por	Gerson Carreño
Contrato por	Proyecto estudio de factibilidad para la puesta en marcha de la emisora juvenil Casa Belén del IDIPRON
Selección de entrevistados y muestreos	la matriz de tamaños muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones finitas

Fuente: Autor, 2017.



2. ESTUDIO TECNICO

2.1 La localización

En el caso del proyecto de la emisora juvenil Casa Belén del IDIPRON la localización está determinada por las características del proyecto, el instituto cuenta con 19 unidades de protección orientadas a la atención de la población vulnerable de la ciudad de Bogotá, y en su modelo pedagógico y de atención cuenta con Casa Belén constituida como un centro de saberes donde los jóvenes entre 17 y 28 años de edad atendidos por el instituto pueden realizar talleres orientados a la formación cultural, producción musical y contenidos radiales. Casa Belén cuenta los recursos técnicos y humanos para cumplir con este propósito.

2.1.1 Factores que determinan la localización del proyecto.

Los factores que influyen en la localización del proyecto están determinados desde el punto de vista geográfico de la población que atiende el IDIPRON y por la capacidad tecnológica y de equipos con los que cuenta Casa belén.

2.1.2 Población atendida por el IDIPRON.

El IDIPRON atiende a niños, niñas, jóvenes y adolescentes entre los 8 y 28 años en estado de vulnerabilidad, de los estratos socioeconómicos 1 y 2, en modalidad de internado, externado y trabajo territorial, obedeciendo a esta dinámica Casa belén se encuentra ubicada en la carrera 1 # 6d-88 del barrio Belén localidad de la candelaria, su ubicación es estratégica ya que los jóvenes que acceden a sus servicios hacen parte de los barrios que la circundan, como; Egipto, Las cruces, El guavio, Los laches, Lourdes,



Girardot, La pena, Buenos aires, El triunfo, El dorado, Turbay Ayala. A los servicios de Casa belén también acceden Jóvenes atendidos en las unidades de protección del IDIPRON como la 32, La favorita, La rioja, La 27.

2.1.3 Capacidad tecnológica para la producción de radio en Casa Belén.

A mediados del año 2013 se gestionó la obtención de equipos profesionales para la producción de radio gracia a un proyecto de participación juvenil liderado por el instituto y los gestores culturales de Casa belén, con los equipos adquiridos se adecuo la infraestructura de la casa y se estableció una cabina de producción y una mesa de trabajo.

2.1.4 Cabina de producción.

La cabina de producción cuenta con los siguientes equipos técnicos:

- Consola mixer o mezclador de 32 canales Allen and heath 2ED436
- Computador de mesa Hp con monitor de 14 pulgadas y procesador CORE i5

con capacidad de memoria de 600 megas

- 2 monitores de audio JBL
- Escritorios de soporte con don sillas
- Micrófono dinámico

2.1.5 Mesa de trabajo.

La mesa de trabajo es el área destinada a la creación de contenidos y cuenta con los siguientes equipos técnicos:



- Mesa de trabajo para 5 personas con sus sillas
- Cinco parales para micrófono
- Cinco micrófonos dinámicos
- Dos monitores de audio convencionales
- Cableado CANON para micrófonos

Esta localización es favorable para el proyecto ya que en cuanto a inversión no se requiere adquirir terrenos y hay una capacidad instalada que favorecen a su futura fase de ejecución, y se encuentra en la zona de influencia del trabajo que realiza el instituto con los jóvenes en territorio y es de fácil acceso a las unidades de protección presentes en las localidades del sector.

2.1.6 Método de localización.

Para definir la localización del proyecto se utilizará la metodología de localización por puntos, que nos permite evaluar alternativas de localización en función de variables o condicionantes presentes en el proyecto.

Tabla 8. Matriz de evaluación de alternativas de localización.

Factores		VÍAS DE ACCESO	INFLUENCIA DE LOS JÓVENES	CERCANÍA A OTRAS UNIDADES	TOTAL
Alternativas	CAPACIDAD INSTALADA				
Sede administrativa calle 63	0	5	2	2	9
UPI Perdomo	0	5	5	2	12
UPI La 32	0	5	4	4	13
UPI La favorita	0	5	4	4	13
UPI Servita	0	4	5	1	10
Casa Belén	5	5	5	5	20

Fuente: Autor, 2017.

Para el método de localización se establecieron varias alternativas entre sedes administrativas y unidades de protección en relación a 4 factores, que se ponderaron de 0 a 5 donde 0 era la menor ponderación y 5 la máxima, según estos factores el centro de saberes Casa Belén es el más adecuado para el proyecto.

2.2 Ingeniería del proyecto

Este capítulo tiene como finalidad determinar los aspectos técnicos y las características de operación y producción de una emisora On line.

2.2.1 Descripción del proceso de transmisión On Line.

La radio On Line es el proceso que consiste en transmitir contenido auditivo a través del internet, mediante un estreaming de audio, a diferencia de la radio tradicional que requiere de un despliegue tecnológico amplio la trasmisión por internet es sencilla y no requiere de grandes inversiones para su operación.

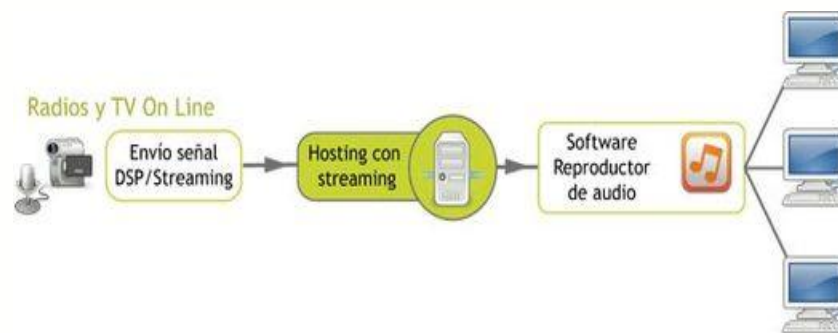


Figura 3. Radios y TV On Line

Fuente: Autor, 2017.

La tecnología que hace posible realizar trasmisiones de audio o video a través del internet es el streaming, permite que los oyentes en el caso de una emisora se conecten a un servidor y escuchen la programación en tiempo real.

El envío de la señal desde la computadora al servidor se realiza por medio de un DSP o procesador digital de la señal, un software que se encarga de recibir la señal de la tarjeta de audio y procesarla, luego se conecta con el servidor por Internet y va enviando nuestra voz y la música por pequeños paquetes digitales, el servidor recibe los datos y los va entregando a las personas que sintonizan nuestro programa.



Encontramos diferentes tipos de DPS durante mucho tiempo se utilizó el Shoutcas, actualmente el que más se instala en los servidores es Icecast que tiene como ventaja ser software libre, en el mercado se pueden encontrar otras opciones como Media Encoder compatible con sistema operativo Microsoft, QuickTime Streaming para sistema Apple y Real Producer.

2.2.2 Opciones para transmisión en línea.

2.2.2.1 Acondicionar el computador como servidor.

Una de las opciones es utilizar el computador para transmitir y a la vez como servidor, esta opción hace que los oyentes se conecten directamente al computador para oír nuestros programas, esta opción está limitada por el ancho de banda que se utilice, a diferencia de los servidores externos que utilizan amplias autopistas de banda las domesticas son muy limitadas, esto afectaría el proceso ya que no permitiría más de 5 personas conectadas al tiempo, otro problema de esta opción radica en la condición variable de las direcciones IP.

2.2.2.2 Utilizar para la transmisión un servidor gratuito.

Actualmente en el mercado se puede acceder a servicios gratuitos de streaming para video como para audio, entre las más importantes encontramos, listen2myradio.com, myradiostream.com, en estos sistemas de streaming el número de oyentes puede variar dependiendo del número de oyentes que tengan las otras radios con las que

compartimos plataforma, es recomendable para proyectos de radio en línea de tamaño mediano y es más efectivo que usar el propio computador como servidor.

2.2.2.3 Contratar un servidor.

Otra de las opciones es contratar un servidor, es una opción recomendable si lo que queremos es tener una transmisión 24 horas y el tamaño del proyecto en cuanto audiencia así lo requieren, se puede instalar el acceso a la emisora a una página web personal o institucional y el número de oyentes dependerá del ancho de banda contratado.

2.2.2.4 Flujo de procesos.

Para el proyecto se determinaron dos procesos, primero la formación de los jóvenes para la producción de programas de radio y segundo la transmisión vía On Line de los productos resultantes del proceso de formación de los jóvenes.

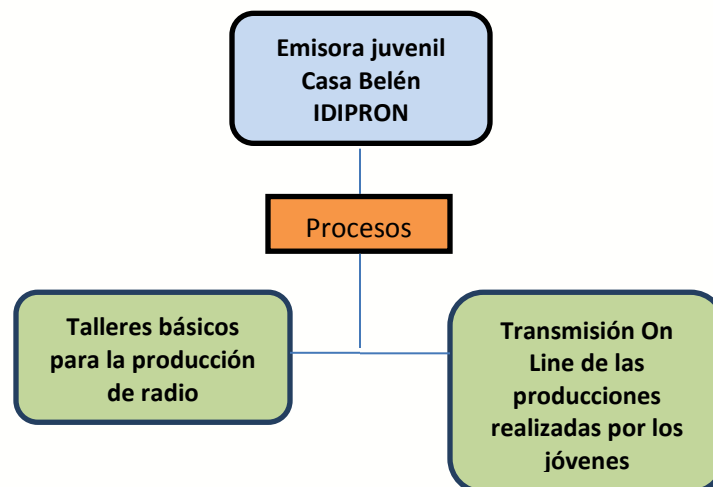


Figura 4. Flujos de proceso



2.2.2.5 Formación para la producción de programas radiales.

La formación de los jóvenes es uno de los procesos que se determinaron para el proyecto, este proceso es acorde con la propuesta pedagógica del instituto y busca que mediante talleres básicos de producción los jóvenes incrementen sus capacidades creativas y puedan por medio de estos talleres adquirir las competencias mínimas para producir sus programas de radio. Este proceso inicia con la intención del joven de participar de los talleres de formación, continua con la aplicación del taller que está constituido por módulos los cuales tendrán una semana de duración cada uno y en los cuales los jóvenes podrán adquirir los conocimientos prácticos necesarios para al finalizar entregar una propuesta de programa para la emisora.

2.2.2.6 Transmisión On Line de los programas producidos en los talleres de formación.

Este proceso constituye lo que será la emisora como tal y está diseñado para transmitir a través de internet los programas que realizan los jóvenes en los talleres de formación, para este proceso se deberá contar con la tecnología requerida para su funcionamiento e inicia con la solicitud de trasmisión y termina con la trasmisión del programa.

Tabla 9. Transmisión On Line de los programas producidos - 1

Flujograma del proceso	Descripción del proceso																						
	<p>Proceso</p> <p>Talleres básicos para la producción de radio</p> <hr/> <p>Responsable</p> <p>Director emisora Casa Belén, Coordinador de talleres y talleristas</p> <hr/> <p>Descripción del proceso</p> <p>El taller de formación básico para producir radio busca que los jóvenes adquieran las habilidades básicas para producir un programa de radio, está diseñado por módulos de duración de una semana cada uno y contempla desde la creación de guiones, géneros radiales, técnicas de expresión oral, construcción de historias, edición básica de audios y creación de una propuesta de programa para la emisora.</p> <hr/> <p>Paso a paso del proceso</p> <p>El proceso inicia con el diligenciamiento de la ficha de inscripción de los jóvenes interesados en los talleres de formación, el cupo máximo es de 15 y el mínimo de 10 jóvenes, los talleres no pueden iniciar hasta tener los cupos completos, si los cupos están completos se da inicio al taller y la aplicación de los módulos respectivos, el proceso termina con la culminación de los módulos y la elaboración de una propuesta de programa para la emisora.</p> <hr/> <table> <tr> <td>Ficha de inscripción</td> <td>Formato de propuesta</td> </tr> <tr> <td>Nombre: _____</td> <td><u>Descripción de la propuesta</u></td> </tr> <tr> <td>Apellidos: _____</td> <td>Género: _____</td> </tr> <tr> <td>Edad: _____</td> <td>Duración: _____</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Pregabado: _____</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Directo: _____</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Recursos : _____</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Formato de entrega: _____</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Responsables: _____</td> </tr> <tr> <td>UPI</td> <td>a la que</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Jornada _____</td> </tr> </table>	Ficha de inscripción	Formato de propuesta	Nombre: _____	<u>Descripción de la propuesta</u>	Apellidos: _____	Género: _____	Edad: _____	Duración: _____		Pregabado: _____		Directo: _____		Recursos : _____		Formato de entrega: _____		Responsables: _____	UPI	a la que		Jornada _____
Ficha de inscripción	Formato de propuesta																						
Nombre: _____	<u>Descripción de la propuesta</u>																						
Apellidos: _____	Género: _____																						
Edad: _____	Duración: _____																						
	Pregabado: _____																						
	Directo: _____																						
	Recursos : _____																						
	Formato de entrega: _____																						
	Responsables: _____																						
UPI	a la que																						
	Jornada _____																						

pertenecer:

Fecha inscripción: _____

Fuente: Autor, 2017.

Tabla 10. Transmisión On Line de los programas producidos - 2

Flujograma del proceso	Descripción del proceso
<pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> Solicitud[Solicitud de transmisión] Solicitud --> Formato[Formato de solicitud transmisión] Formato --> Decision{¿El formato cumple con los requerimientos?} Decision -- No --> Solicitud Decision -- Si --> Trámite[Se procede a darle trámite a la solicitud] Trámite --> Transmision[Transmisión de programa] Transmision --> FIN([FIN]) </pre>	<p>Proceso Transmisión On Line de las producciones radiales producidas por los jóvenes</p> <hr/> <p>Responsable Director emisora juvenil Casa Belén, productor.</p> <hr/> <p>DESCRIPCION DEL PROCESO</p> <p>El proceso de transmisión On Line de las producciones realizadas por los jóvenes es un proceso tecnológico de radio difusión vía internet, es una estrategia innovadora del IDIPRON para incentivar la participación de sus jóvenes en sus proceso de prevención y formación.</p> <hr/> <p>PASO A PASO DEL PROCESO</p> <p>Para que los programas producidos por los jóvenes sea transmitido por la emisora On Line es necesario diligenciar el formato de solicitud para transmisión, en este formato se especifica la duración, si el programa es en vivo o pregrabado, hora de transmisión, si el formato cumple con los requerimientos se procedes a hacer la transmisión vía internet del programa, si no cumple con los requerimientos se regresara la solicitud hasta que este correctamente diligenciada y cumpla con los requisitos, el proceso termina con la transmisión del programa.</p> <hr/> <p>FORMATO SOLICITUD TRANSMISION</p>



Solicitud de transmisión # : _____

Nombre: _____

Apellidos: _____

Descripción del programa:

Horario de transmisión : _____

Franja: _____

Responsable : _____

Recibido: _____

Fuente: Autor, 2017.

2.2.3 Contenidos de los talleres básicos para la producción de radio.

Tabla 11. Modulo # 1 Creación de guiones para radio

Modulo # 1 Creación de guiones para radio		
Contenido	Duración	Metodología
-la importancia del guion dentro de la estructura de un programa de radio -Definición de guion -Componentes -Estructura y contenido	1 Semana	Talleres prácticos presenciales

Fuente: Autor, 2017.

Tabla 12. Modulo # 2 Géneros radiales

Modulo # 2 Géneros radiales		
Contenido	Duración	Metodología
-La redacción en la radio -Tipos de géneros radiales -Narrativa radiofónica -Como contar nuestras historias en la radio	1 Semana	Talleres prácticos presenciales

Fuente: Autor, 2017.

Tabla 13. Modulo # 3 Técnicas de expresión oral

Modulo # 3 Técnicas de expresión oral		
Contenido	Duración	Metodología
-La respiración -Técnicas y ejercicios de vocalización -Manejo de escenarios -Proyección de la voz	1 Semana	Talleres prácticos presenciales

Fuente: Autor, 2017.

Tabla 14. Modulo # 4 Construcción de historias

Modulo # 4 Construcción de historias		
Contenido	Duración	Metodología
-Como contar una historia para radio -Adaptación de historias a la estructura de guion -Realización de entrevistas -Como hacer trabajo de campo	1 Semana	Talleres prácticos presenciales

Fuente: Autor, 2017.

Tabla 15. Modulo # 5 Edición básica de audio

Modulo # 5 Edición básica de audio		
Contenido	Duración	Metodología
-Plataformas de edición de audio -Mezcla básica de audios -Importar y exportar un audio -Efectos de sonido	1 Semana	Talleres prácticos presenciales

Fuente: Autor, 2017.



Tabla 16. Modulo # 6 Crear una propuesta de programa para la emisora.

Modulo # 6 Crear una propuesta de programa para la emisora.		
Contenido	Duración	Metodología
Se estructura una propuesta de programa para la emisora.	1 semana	Taller Practico presencial

Fuente: Autor, 2017.

2.2.4 Análisis de recursos del proyecto.

Para la creación de la emisora juvenil On Line Casa Belén del IDIPRON se requieren recursos de orden tecnológico, humano, físicos y financieros que garanticen el funcionamiento de la emisora en todas las fases previstas en su creación y funcionamiento.

2.2.4.1 Especificaciones de los recursos requeridos para implementación y puesta en marcha de un proyecto de radio On Line.

Recursos tecnológicos

La cabina de producción debe estar compuesta por:

- Consolamixer o mezclador de 8 o más canales
- Computador de mesa Hp con capacidad de memoria de 1 terabit

- 2 monitores de audio
- Un micrófono dinámico
- Un Interfax o digitalizador
- Audífonos de casco
- Servicio de estreaming
- Conectividad a internet

La mesa de trabajo debe estar compuesta por:

- Mesa de trabajo para 5 o personas
- 5 parales para micrófono
- 5 micrófonos condensador
- Monitores de audio
- Cableado para micrófonos
- Audífonos de casco

Recurso humano

Para el proyecto dependiendo del servicio y la demanda que se pretende atender según el estudio de mercado es necesario contar un recurso humano distribuido de la siguiente manera; un productor de radio, dos talleristas, un técnico electrónico.

Productor: es la persona que está a cargo de la coordinar la producción de contenidos en una emisora, establece las pautas de la producción, determina los contenidos,



establece los parámetros de participación y duración de los programas, debe estar al tanto de todo el proceso productivo y es el responsable de la programación en general de la emisora.

Talleristas: son las personas encargadas del proceso formativo de los jóvenes y deben estar en capacidad de enseñar los pasos para producir un programa de radio, construcción de guiones, vocalización, realización de entrevistas, construcción de historias.

Técnico electrónico: es la persona que debe estar en capacidad de conocer y manejar todos los aspectos técnicos de la producción de radio en internet, debe garantizar la conexión de los equipos, el buen funcionamiento de los mismos, debe realizar mantenimiento de los equipos, manejar las plataformas de streaming y solucionar los problemas técnicos que se presenten durante la transmisión.

Recursos físicos: Los recursos físicos del proyecto hacen referencia a la locación donde estará ubicado el proyecto, como ya se definió en la localización, el proyecto se llevara a cabo en el centro de saberes Casa Belén, una edificación de dos plantas que cuenta con todos los recursos físicos para el proyecto, energía eléctrica, servicio de agua potable, alcantarillado y acueducto y lo más importante tiene las adecuaciones para el funcionamiento de la emisora, físicamente cuenta con un espacio para la cabina de producción y uno para la mesa de trabajo .

Recursos financieros: Los recursos financieros tienen gran importancia ya que de su disponibilidad se puede o no ejecutar el proyecto, dependiendo de su disponibilidad se

puede hacer la inversión requerida en equipos y personal para las diferentes fases del proyecto, al ser un proyecto que se realizara en una entidad pública distrital estos recursos deben estar justificados y ajustarse a los proyectos que tiene planteados el IDIPRON en su plan de acción para la presente vigencia.

2.2.5 Esquema de una emisora On Line.

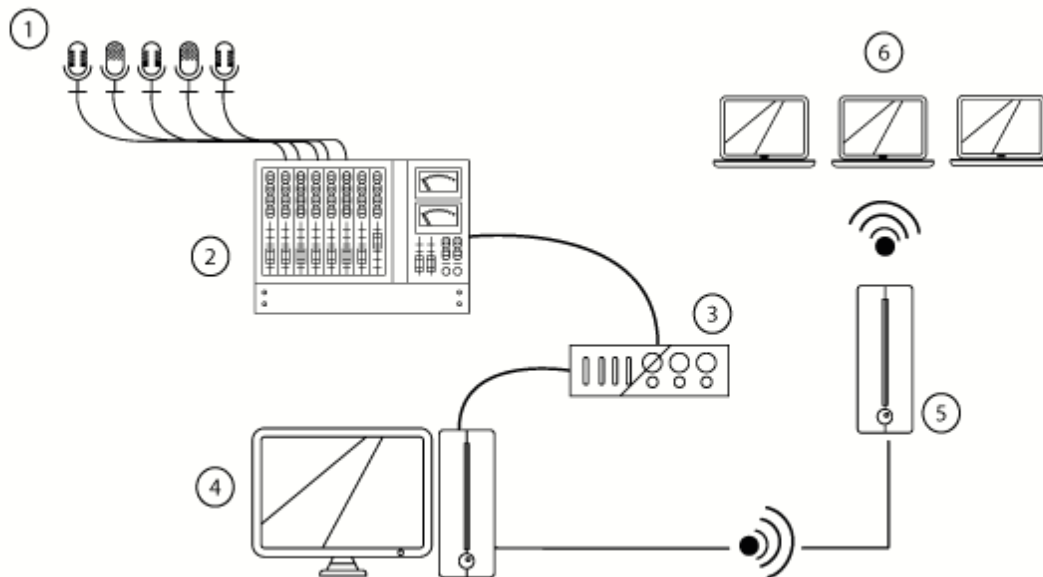


Figura 5. Esquema de una emisora On Line.

Fuente: Autor, 2017.

1. Micrófonos condensadores de gran diafragma



2. Consola de audio o mixer, de 6 o más canales
3. Interfax Audio Box conector USB (Convertor de señal análoga a digital)
4. Computador de mesa convencional con procesador Core i7
5. Servicio de streaming (Puede ser un servidor gratuito o contratado)
6. Computadores receptores señal.

2.2.6 Maquinaria herramienta y equipo necesario para el proyecto.

A continuación se hace la relación de equipos que se requieren para el funcionamiento de la emisora, teniendo en cuenta los procesos resultantes; la formación básica en producción de radio por medio de talleres y la trasmisión de los programas que resulten del proceso de formación de los jóvenes.

El laboratorio de saberes Casa Belén del IDIPRON cuenta con una capacidad instalada que hace referencia a equipos de producción de radio que con anterioridad y gracias a gestiones de otras administraciones se adquirieron, factor que disminuye considerablemente los equipos tecnológicos que se requieren para atender la demanda especificada en el estudio de mercado y los dos procesos resultantes para los servicios que se van a ofrecer con el funcionamiento de la emisora. A continuación reseñaremos los equipos con los que se cuenta y los que hacen falta para el proyecto.

Tabla 17. Equipos con los que cuenta el laboratorio de saberes Casa Belén

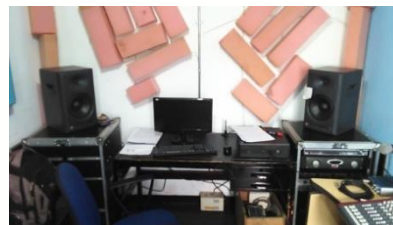
Consola de audio o mixer de 32 canales Allen and Head 2ED436



Mesa de trabajo para cinco personas equipada con 5 micrófonos y sus soportes



Computador de mesa HP con procesador CORE i5, con dos monitores de audio y un micrófono dinámico.



Fuente: Autor, 2017.

2.2.6.1 Equipos que hacen falta para completar la emisora On Line.

A continuación relacionaremos los equipos tecnológicos complementarios para la transmisión y producción de radio On Line.

Tabla 18. Equipos tecnológicos complementarios

Interfaz de audio – Audio box, permite convertir la señal analógica en digital



Conectividad a internet por medio de un sistema inalámbrico o Mifi



Servicio de Streaming y servidor. Tecnología que permite transmitir datos a través de internet



Fuente: Autor, 2017.

2.2.7 Definición de la inversión del proyecto.

Para definir la inversión del proyecto se establecieron los costos del personal requerido para el funcionamiento del proyecto y los equipos tecnológicos necesarios para el funcionamiento de la emisora On Line.

2.2.7.1 Costos del personal.

Para calcular estos costos se tomó en cuenta la tabla de horarios para contratistas del IDIPRON, esta tabla esta por dada por la resolución interna No 17 de 2017, en al cual se establecen los honorarios para los contratistas según su escalafón y nivel de formación.

Tabla 19. Honorarios contratistas

Perfil	Categoría	Honorario mes	Tiempo de contratación	Honorarios total
Productor	Profesional 2	\$ 3.432.000	10 meses	\$ 34.320.000
Tallerista	Profesional 2	\$ 3.432.000	9 meses	\$30.888.000
Tallerista	Profesional 2	\$ 3.432.000	9 meses	\$30.888.000
Técnico electrónico	Técnico 2	\$ 2.287.000	10 meses	\$22.870.000
				\$ 118.966.000

Fuente: Autor, 2017.

2.2.7.2 Costos de los equipos tecnológicos y muebles para poner en marcha una emisora On Line

Para calcular los costos de los equipos que hacen falta para poner en marcha la emisora On Line tomamos como base las cotizaciones solicitadas en empresas que ofrecen estos equipos en la ciudad de Bogotá.

Tabla 20. Costos de los equipos tecnológicos y muebles

Equipo	Cantidad	Características	Valor unitario	Valor
Interfax de audio – Audio box Presonus USB	1	Interfax que permite convertir la señal de audio analógica en digital	\$ 543.830	\$ 543.830
Servicio de Streaming	1	Servicio de streaming para difundir señal de audio en internet, 320 Kbps, contratado por un	\$ 240.000	\$ 240.000

		año		
Servicio de internet	1	Servicio portable de internet o mifi de 10 megas, contratado por un año.	\$140.000	\$ 1.680.000
Computador de mesa HP con procesador CORE i5	1	Computador de mesa HP con procesador CORE i5, 4 gigas de RAM, 650 megas de memoria interna	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
micrófonos dinámicos	6	Micrófonos dinámicos	\$441.490	\$2.648.940
Brazos para micrófonos	6	Brazos sujetadores ajustable para micrófono	\$198.730	\$1.192.380
Consola de audio o mixer de 32 canales Allen and Head 2ED436	1	Mezclador de audio multicanal.	\$2.225.300	\$2.225.300
Audífono de casco	6	Audífono de casco Shure	\$182.070	\$ 1.092.420
Monitores de audio	4	Monitores de audio	\$610.470	\$ 2.441.880
Mesa de trabajo con 5 puestos	1	Mesa de trabajo con 5 puestos	\$ 450.000	\$450.000
Escritorio de soporte para computador	1	Escritorio de soporte para computador	\$ 180.000	\$180.000
			Total	\$14.194.750

Fuente: Autor, 2017.

La suma de costos del proyecto resulta de los costos del personal y equipos tecnológicos, muebles y servicios de streaming e internet.

Tabla 21. Suma de costos del proyecto

Costo total personal	\$ 118.966.000
Costo total equipos	\$14.194.750
	\$ 133.150.000

Fuente: Autor, 2017.



\$ **135.800.570** sería la inversión del proyecto si el IDIPRON no contara con una capacidad instalada en equipos tecnológicos para la producción de radio, para conocer la inversión real en el primer año del proyecto sumamos los costos de los recursos humanos más los requerimientos tecnológicos faltantes para el proyecto.

Tabla 22. Costo total

Costo total personal	\$ 118.966.000
Costo total equipos faltantes para el proyecto; Interfax, servicio de Streaming, servicio de internet.	\$ 2.463.830
	\$ 121.429.830

Fuente: Autor, 2017.

Para calcular el valor de la inversión del primer año se sumó el costo del personal requerido más el costo de los equipos faltantes y los servicios de streaming e internet, para los años 2, 3,4 el cálculo se realizó teniendo en cuenta la misma base de personal y servicios de streaming e internet con un incremento del 4% teniendo como base la tasa de inflación del banco de la república de 3% + - 1 p.p.

Tabla 23. Costo total del proyecto al cabo de los 4 años.

Inversión año 1	\$ 121.429.830
Inversión año 2	\$ 125.721.440



Inversión año 3	\$ 130.750.297
Inversión año 4	\$ 135.980.308
Costo total proyecto	\$ 513.881.875

Fuente: Autor, 2017.

2.2.8 Tamaño del proyecto.

El tamaño del proyecto estará definido por la capacidad de formación de los jóvenes en talleres de producción radial según la demanda proyectada, la producción de propuestas de programas para la parrilla de programación y la proyección de oyentes conectados a la transmisión en función a la capacidad del sistema estreaming que se decida contratar por parte del proyecto.

2.2.8.1 Tamaño del proyecto en relación con la capacidad de formación.

El estudio de mercado nos arrojó como resultado un total de 438 jóvenes que se podrían beneficiar del proyecto, la proyección de la demanda se estableció a cuatro años, año 1, 109 jóvenes, año 2, 110, año 3, 109 y año 4, 110, los ciclos de formación serán de 6 semanas, la formación no será simultánea sino por grupos que se conformaran equitativamente hasta cumplir el total de jóvenes para cada año.

Tabla 24. *Tamaño del proyecto en relación con la capacidad de formación*

Ciclos de formación	Cantidad jóvenes	Duración taller formación
Primer ciclo	22	6 semanas
Segundo ciclo	22	6 semanas
Tercer ciclo	22	6 semanas
Cuarto ciclo	22	6 semanas
Quinto ciclo	21	6 semanas
Total ciclos = 5	Total Jóvenes= 109	Total semanas = 30



Fuente: Autor, 2017.

Tamaño del proyecto en relación con la capacidad de formación:

- 30 semanas de duración.
- 6 ciclos, cada uno de 6 semanas.
- 109 jóvenes beneficiados.

2.2.8.2 Tamaño del proyecto en relación de la producción de propuestas de programa como resultado de los talleres de formación.

Al culminar el taller se establece que los jóvenes por grupos elaboren una propuesta de programa que alimentara la parrilla de programación de la emisora On Line, al cabo de las primeras 6 semanas se tendrán mínimo 4 propuestas de programa para la emisora.

Tabla 25. Primeras seis semanas de formación

Primeras seis semana de formación			
Primer grupo de 22 jóvenes	1 grupo de 6 integrantes	1 Propuesta de programa	Al cabo de las primeras seis semanas se formara el primer grupo de 22 jóvenes que producirán 4 propuestas de programa para la emisora On line.
	1 grupo de 6 integrantes	1 Propuesta de programa	
	1 grupo de 5 integrantes	1 Propuesta de programa	
	1 grupo de 5 integrantes	1 Propuesta de programa	

Fuente: Autor, 2017.



En cada ciclo de formación de 22 jóvenes que dura 6 semanas se producirán 4 propuestas de programa para transmitir en la emisora On Line, al finalizar las 30 semanas se habrán producido 24 propuestas de programa.

2.2.8.3 Tamaño del proyecto en función del streaming.

Servicio de streaming gratuito

Para el proyecto se puede optar por plataformas gratuitas de streaming como Listen2myradio.com, al ser un servicio gratuito tendrá algunas limitaciones, normalmente esta plataforma garantiza entre 50 y 70 oyentes de manera simultánea, un limitante en su tamaño si a futuro crece la demanda del proyecto.

Servicio de streaming contratado

Si se decide por parte del proyecto contratar un servicio de streaming con una de las empresas prestadoras de este servicio, la capacidad de oyentes conectados varía dependiendo del plan que se contrate, según la plataforma Virtualtronic que presta servicios profesionales tecnológicos, los valores de su plan varían entre 120 y 240 mil pesos al año, el plan de 120 mil pesos tiene una calidad de audio de 128Kbps estéreo y garantiza una capacidad de 3000 oyentes conectados simultáneamente, el plan de 240 mil pesos tiene una calidad de audio de 320 Kbps estéreo y garantiza una capacidad de 6000 oyentes simultáneamente.



3. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES

Los aspectos legales y administrativos del proyecto están definidos por la estructura legal y administrativa de la institución en que se lleva a cabo el proyecto, el proyecto en sí no crea una nueva empresa, sociedad o institución sino que hace parte a nivel administrativo, estratégico y funcional de la estructura del instituto distrital para la protección de la niñez y la juventud IDIPRON.

3.1 IDIPRON

El Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud, es una Entidad de naturaleza pública descentralizada, con personería jurídica y autonomía administrativa. Creada mediante el Acuerdo No. 80 de 1967 del Concejo de Bogotá y que funciona desde 1970. Con la expedición del Acuerdo 257 de 2006 sobre reforma administrativa, el IDIPRON conforma con la SDIS, el Sector de Integración Social.

3.1.1 Misión

IDIPRON es la entidad Distrital que a través de un modelo pedagógico basado en los principios de afecto y libertad, atiende las dinámicas de calle y trabaja por el goce pleno de derechos de la Niñez, Adolescencia y Juventud en situación de vida en calle, en riesgo de habitarla o en condiciones de fragilidad social, desarrollando sus capacidades para que se reconozcan como sujetos transformadores y ciudadanos que ejercen sus derechos y deberes para alcanzar una vida digna y feliz.



3.1.2 Visión.

IDIPRON en el 2025 será la entidad referente a nivel latinoamericano experta en la atención y prevención de las diversas dinámicas de la calle, generando conocimiento y teniendo presencia en todas las localidades y zonas (urbanas y rurales) con estrategias efectivas que contrarresten las amenazas de quienes viven en fragilidad social y logrando que quienes viven en situación de calle superen su condición en la ciudad de Bogotá, evidenciando que al menos el 60% de quienes entraron al modelo pedagógico evolucionaron en su restablecimiento y goce pleno de derechos.

3.1.3 Objetivos estratégicos.

- Implementar una cultura institucional enfocada en la atención inmediata efectiva y Eficiente en el restablecimiento de los derechos de todos los NNAJ de IDIPRON y reforzar Sus redes de apoyo.
- Idear modelos de formación que permitan educar y desarrollar competencias laborales y ciudadanas a los NNAJ, en el territorio, unidades y todo espacio determinado al alcance del Instituto para el 2019.
- Desarrollar acciones afirmativas de enfoque diferencial e inclusión a todos los grupos priorizados dentro de la población objetivo del IDIPRON.
- Diseñar estrategias y tácticas efectivas y eficientes para que en cinco 5 años no haya un solo menor de edad habitante de calle en la ciudad de Bogotá.



- Construir entornos protectores, afectivos y dignos, enfocados a brindar calidad de vida con estándares de satisfacción (>75%) para los NNAJ.
- Implementar acciones que minimicen las posibilidades de vinculación/continuidad en redes ilegales de los NNAJ, así como el desarrollo de sus habilidades para el manejo del conflicto por vías pacíficas y afectivas.
- Desarrollar una experticia en las problemáticas de las dinámicas de la calle, de modo que en 4 años sea el referente principal a nivel nacional.
- Ofrecer en todos los tipos de intervención del IDIPRON (Territorio, Externado e internado) espacios y programas que incentiven la participación de los NNAJ en diversos campos de las artes.
- Diseñar programas efectivos de sensibilización y prevención de la ESCNNA, donde se disminuya la naturalización del delito.

3.1.4 Estructura organizacional IDIPRON.

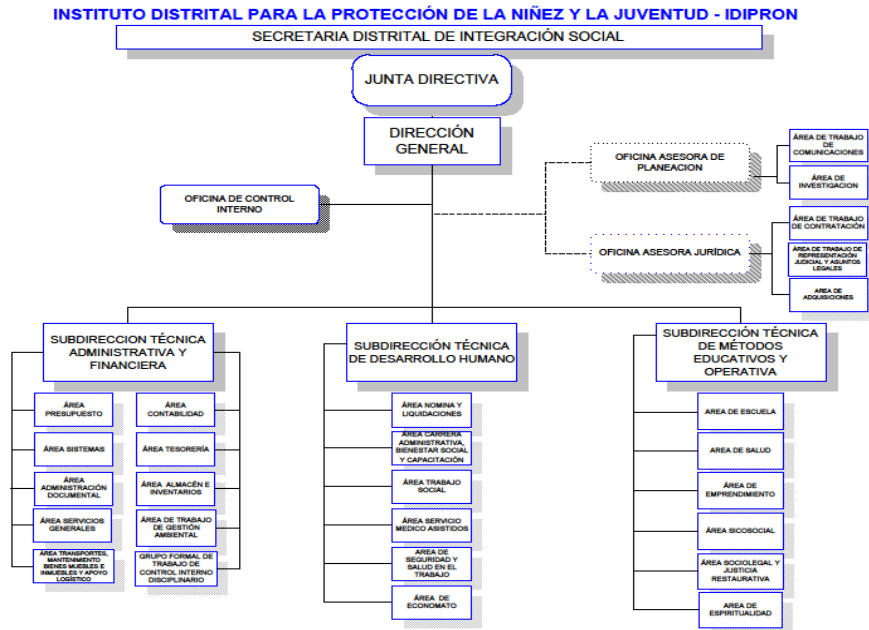


Figura 6. Estructura organizacional IDIPRON.

3.1.5 Mapa de procesos IDIPRON.

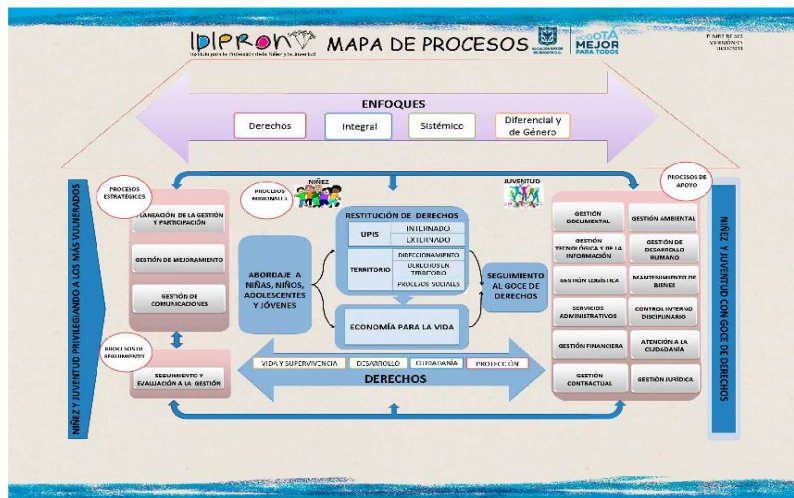


Figura 7. Mapa de procesos IDIPRON

Fuente página web institucional

3.1.6 Modelo pedagógico IDIPRON.



Fuente oficina asesora de planeación

3.2 Estructura organizacional emisora juvenil Casa Belén

Teniendo en cuenta la estructura organizacional del IDIPRON, su mapa de procesos y modelo pedagógico, para el proyecto de la emisora se definirá una estructura organizativa en función de los procesos definidos en el estudio técnico y que se alinean a la misionalidad y objetivos estratégicos del instituto.

A nivel de procesos el proyecto hace parte de los procesos misionales, que contempla el trabajo directo en prevención a NNAJ en las unidades de protección o territorio, estas acciones se atienden dentro del plan institucional denominado; Calles alternativas, y a nivel de estructura organizativa se alinea a la subdirección técnica de

Métodos y operativa, quien es la que se encarga a nivel administrativo de orientar los procesos misionales de la institución.

3.2.1 Organigrama emisora Juvenil Casa Belén.

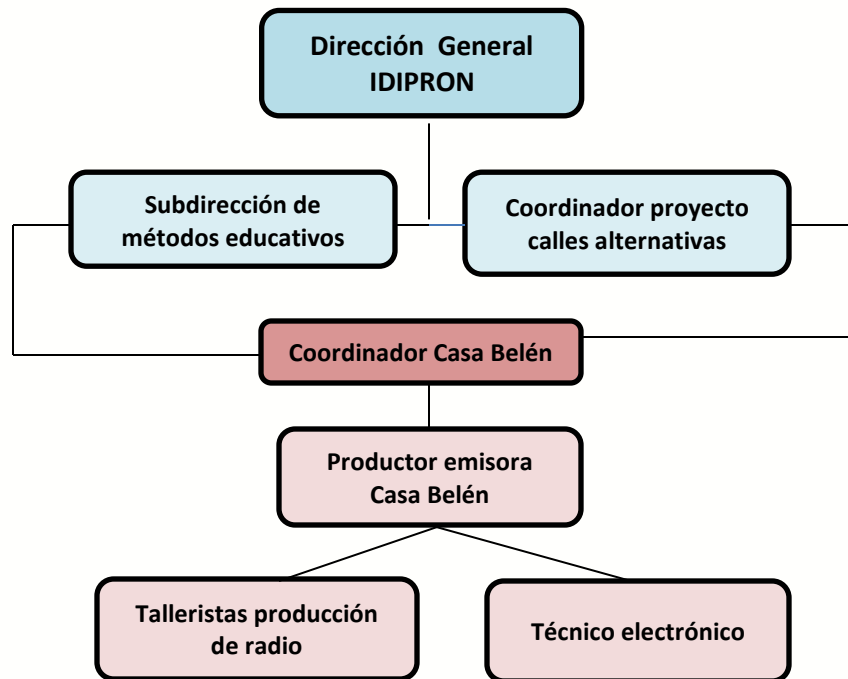


Figura 8. Organigrama emisora Juvenil Casa Belén.

Fuente: Autor, 2017.



4. ESTUDIO FINANCIERO

4.1 Fuentes de financiación

Las fuentes de la financiación del proyecto están dadas por la estructura de inversión del IDIPRON y se ajustan a la metodología utilizada por el instituto para la asignación del presupuesto de sus proyectos estratégicos. El IDIPRON es una institución pública descentralizada que hace parte del sector de integración social del distrito y se financia con recursos públicos de orden distrital. Los recursos asignados para el cumplimiento de su misionalidad y cumplimiento de su plan de acción durante el programa de gobierno, Bogotá mejor para todos, se distribuyen en el IDIPRON en tres grandes proyectos que son:

- **971Calles alternativas:** Atención integral a niñez y juventud en situación de calle, en riesgo de habitabilidad en calle y en condiciones de fragilidad social.
- **1104Distrito joven:** Desarrollo de competencias laborales a jóvenes con derechos vulnerados.
- **1106Espacios de Integración social:** fortalecimiento de infraestructura social, tecnológica y administrativa.

Teniendo en cuenta que el proyecto busca ofrecer un servicio que enriquezca el modelo pedagógico del instituto y los beneficiarios directos del mismo son los jóvenes que hacen parte de sus programas, el proyecto se puede financiar de los recursos destinados al proyecto de inversión institucional 971 Calles alternativas.



4.1.1 Evaluación del proyecto.

El proyecto emisora juvenil Casa Belén del IDIPRON es una propuesta innovadora que busca enriquecer el modelo pedagógico institucional, por lo tanto la evaluación financiera de este proyecto estará ajustada a los criterios de evaluación institucionales, que se enmarcan en la Ficha de Estadística Básica de Inversión Distrital , EBI-D.

4.1.1.1 Criterios de evaluación.

- Que el proyecto aporte al cumplimiento de las metas establecidas en el proyecto estratégico institucional
- Disponibilidad de recursos para la inversión en relación con los costos del proyecto

4.2 Estructura del plan de desarrollo

Tabla 26. Plan de desarrollo

Plan de desarrollo	Pilar o eje	Programa	Entidad	Proyecto estratégico	Proyecto de inversión
Bogotá Mejor Para Todos	Igualdad de calidad de vida	Desarrollo integral para la felicidad y ejercicio de la ciudadanía	IDIPRON	Calles alternativas	971 Calles alternativas

Fuente: Autor, 2017.



4.2.1 Metas del proyecto 971 Calles alternativas, ficha básica de inversión distrital EBI-D.

Tabla 27. Ficha básica de inversión distrital EBI-D

7. METAS				
(La programación de la meta se encuentra en el Plan de Acción - Componente de inversión de la Entidad)				
No.	Proceso	Magnitud	Unidad de medida	Descripción
Meta(s) del Plan de Desarrollo vigente (ver ítem 2. Clasificación)				
1	Vincular al modelo pedagógico a	23,685.00	niños, niñas, adolescentes y jóvenes	en situación de calle, en riesgo de habitabilidad en calle y en condiciones de fragilidad social, para la protección y restitución de sus derechos.
2	Restablecer derechos al	100.00	por ciento de niñas, niños y adolescentes	victimias de explotación sexual y comercial, que reciba el IDIPRON (estimado en 130 NNA)
3	Atender Integralmente a	900.00	niñas, niños y adolescentes	en riesgo de explotación sexual comercial se vinculan a la oferta del IDIPRON.
4	Atender a	1,440.00	niñas, niños y adolescentes	en riesgo de estar en conflicto con la ley se vinculan a la oferta preventiva del IDIPRON
5	Vincular	195.00	Mujeres madres de NNAJ	Que hacen parte del modelo pedagógico a procesos de corresponsabilidad.

Fuente: Planeación distrital, 2017.

El proyecto 971 Calles alternativas tiene fijadas 5 metas para el periodo 2016-2020, el proyecto emisora juvenil casa Belén le apunta a la meta número 1, vincular al modelo pedagógico a **23.585** niños, niñas, adolescentes y jóvenes en situación de calle, en riesgo de habitabilidad en calle, y en condiciones de fragilidad social, para su protección y restitución de derechos.

4.2.2 Anualización de las magnitudes de metas proyecto 971 calles alternativas 2016-2020.

Tabla 28. Anualización de las magnitudes de metas proyecto 971 calles

	2016	2017	2018	2019	2020	Total
23.685 niños, niñas, adolescentes y jóvenes en situación de vida de y en calle, se vinculan a la oferta del IDIPRON. <i>Meta de tipo Suma</i>	16.900	2.279	2.279	2.227		23.685
Vincular al modelo pedagógico a 23,685 niños, niñas, adolescentes y jóvenes en situación de calle, en riesgo de habitabilidad en calle y en condiciones de fragilidad social, para la protección y restitución de sus derechos. <i>Meta de tipo Creciente</i>	16.900	19.179	21.458	23.685	23.685	23.685

Fuente: Autor, 2017.

4.2.3 Evaluación del proyecto en relación del % de jóvenes beneficiados que hacen parte del modelo pedagógico del IDIPRON.

Tabla 29. Evaluación del proyecto en relación del % de jóvenes beneficiados

	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Meta		2.279	2.279	2.227	23.685
Jóvenes beneficiados por año en el proyecto		109	110	109	110
%		4,78%	4,83%	4,89%	0,46%

Fuente: Autor, 2017.

La relación entre jóvenes beneficiados por el proyecto y las metas proyectadas por el IDIPRON indica que para el año 2017 es de 4,78%, para el 2018 es de 4,83%, para el 2019 4,89% y para el 2020 0,46%.

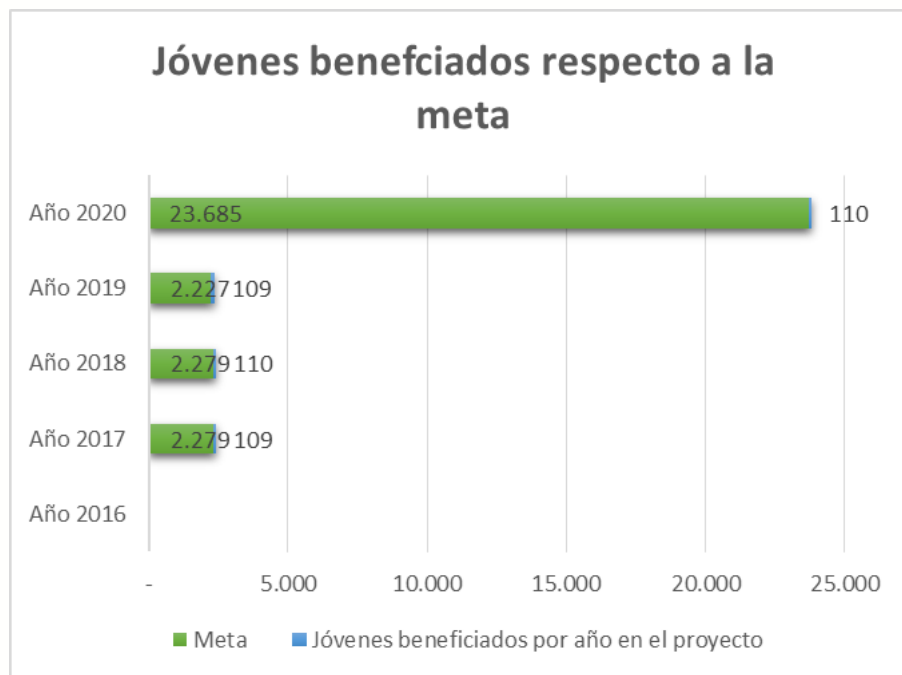


Figura 9. Jóvenes beneficiados respecto a la meta

Fuente: Autor, 2017.



**4.2.4 Descripción del presupuesto asignado al proyecto 971 calles alternativas,
 ficha estadística básica de inversión distrital EBI-D.**

Tabla 30. Ficha estadística básica de inversión distrital EBI-D

8. COMPONENTES						
Descripción	Presupuesto					MILLONES DE PESOS DE 2016
	2016	2017	2018	2019	2020	Total
Contratación talento humano de capacitación, educación especial formal e informal y servicios alimentarios	12,172	15,059	14,118	14,628	17,150	73,127
Suministro de elementos, materiales, insumos, equipos, instrumentos y servicios para talleres educativos, escuelas, bibliotecas, insumos de atención alimentaria, dotación de trabajo social y varios	7,415	8,662	8,579	8,855	10,220	43,731
Adquisición de insumos de personalización-vestuario y aseo-, estímulos y bonificaciones, servicios de trabajo social, documentación, apoyo y aseguramiento, servicios de motivación, desintoxicación e integración	1,643	2,592	1,349	1,393	1,607	8,584
Contratación de talento humano necesario, elementos e insumos, servicios de mantenimiento baños y estímulos económicos temporales a mujeres madres	1,110	0	0	0	0	1,110

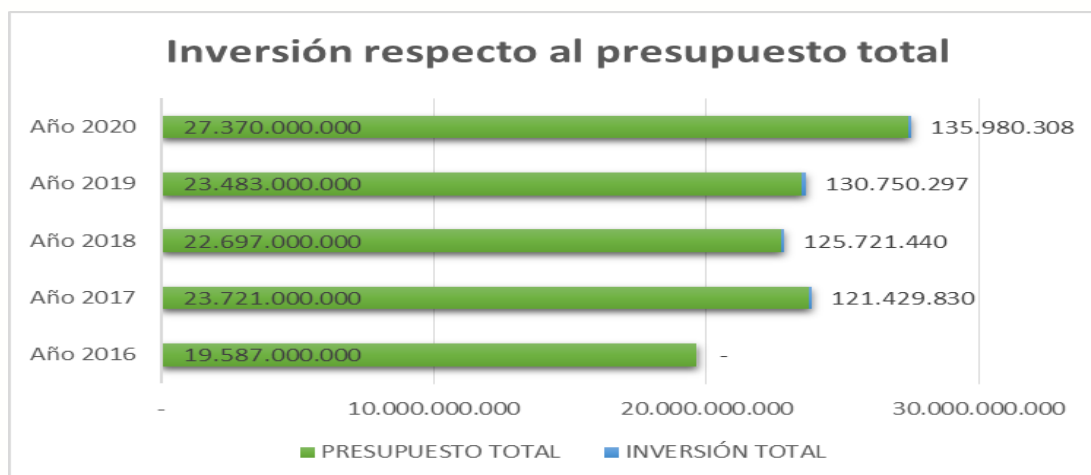
9. FLUJO FINANCIERO						
Ejecutado Planes anteriores	CIFRAS EN MILLONES DE PESOS DEL AÑO 2016					HORIZONTE REAL DEL PROYECTO (años) 5
	2016	2017	2018	2019	2020	Total Proyecto
\$0	\$22,340	\$26,313	\$24,046	\$24,876	\$28,977	\$126,552

Fuente: Planeación distrital, 2017.

Tabla 31. Evaluación de la inversión en relación con el presupuesto
EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN EN RELACIÓN CON EL PRESUPUESTO

Descripción del rubro	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Contratación talento humano de capacitación, educación formal e informal y servicios alimentarios	12.172.000.000	15.059.000.000	14.118.000.000	14.628.000.000	17.150.000.000
Inversión en personal	-	118.966.000	123.724.640	128.673.625	133.820.570
% que representa la inversión en relación con presupuesto	0,00%	0,79%	0,88%	0,88%	0,78%
Suministro de elementos, materiales, insumos, equipos, instrumentos y servicios para talleres educativos, escuela, biblioteca, insumos de atención alimentaria, dotación de trabajo social y varios	7.415.000.000	8.662.000.000	8.579.000.000	8.855.000.000	10.220.000.000
Inversión en bienes y servicios	-	2.463.830	1.996.800	2.076.672	2.159.738
% que representa la inversión en relación con el presupuesto.	0,00%	0,03%	0,02%	0,02%	0,02%
PRESUPUESTO TOTAL	19.587.000.000	23.721.000.000	22.697.000.000	23.483.000.000	27.370.000.000
INVERSIÓN TOTAL	-	121.429.830	125.721.440	130.750.297	135.980.308
%	0,00%	0,51%	0,55%	0,56%	0,50%

Fuente: Autor, 2017.


Figura 10. Inversión respecto al presupuesto total

Fuente: Autor, 2017.



En cuanto a la relación entre la inversión requerida para el proyecto y el presupuesto destinado para el IDIPRON se puede analizar que la inversión está en rangos de 0,50% y el 0,56%, lo que hace totalmente viable la financiación del proyecto en relación de la inversión y el impacto que tiene en la meta misional para los 4 años.



5. CONCLUSIONES

En cuanto al estudio de mercados

El estudio de mercado nos permite concluir:

- Que los jóvenes beneficiarios del IDIPRON demandan la implementación de propuestas innovadoras en su modelo pedagógico.
- Los jóvenes que participaron en la encuesta demostraron gran interés en el proyecto y manifestaron en su mayoría querer participar en el mismo.
- El IDIPRON está en capacidad de garantizar la oferta del servicio en caso de que se ejecute el proyecto

En cuanto al estudio técnico

El estudio técnico nos permite concluir:

- EL IDIPRON cuenta con la mayoría de equipos técnicos para poner en marcha la emisora lo que hace favorable la ejecución del proyecto.
- Los requerimientos tecnológicos complementarios son de fácil acceso en el mercado nacional.
- Las emisoras On line pueden ser operadas sin restricciones de licencias y no requieren un gran número de personal para su funcionamiento.
- La ubicación del proyecto es favorable en términos de acceso e infraestructura para la ejecución del proyecto.



- El procesos tecnológico se ajusta con facilidad al modelo pedagógico y funciona como propuesta de formación para los jóvenes

En cuanto al estudio organizacional

El estudio organizacional nos permite concluir:

- El proyecto se ajusta al modelo pedagógico del IDIPRON
- La estructura organizacional de la emisora y sus procesos se deben corresponder a la estructura orgánica del IDIPRON.
- Las decisiones son de orden jerárquico y se ajustan a la dirección general y la subdirección técnica de métodos educativos.

En cuanto al estudio financiero

El análisis financiero nos permite concluir:

- Que los costos del proyectos en relación con el presupuesto son bastante bajos lo que hace muy factible su financiación
- Que el IDIPRON es una institución pública que tiene garantizado la asignación de presupuesto para el periodo de duración del proyecto.
- Por ser un proyecto en una entidad pública la evaluación financiera estuvo orientada a analizar el impacto en las metas institucionales en relación con el presupuesto asignado para el proyecto.



6. RECOMENDACIONES

- Este proyecto fue elaborado con el propósito de construir una propuesta de inversión en una institución de carácter público, por lo cual es recomendable en caso de que se decida por parte de la institución ejecutar la propuesta contar con el aval del proponente y su criterio para la etapa de implementación
- Este proyecto estuvo orientado a diseñar una emisora juvenil que enriqueciera el modelo pedagógico del IDIPRON, está diseñado para los jóvenes, pero puede servir de insumo para el diseño de propuestas posteriores encaminadas a consolidar un medio de comunicación de proyección institucional.
- Este proyecto está diseñado para beneficiar solo a 4 unidades de protección de las 19 con las que cuenta el IDIPRON, es recomendable en etapas posteriores del proyecto diseñar los mecanismos necesarios que permitan ofrecer este servicio a la totalidad de niños, niñas, adolescentes y jóvenes beneficiarios del IDIPRON.

REFERENCIAS

Aguiar, C.F. (2009). Al aire web®, tú la creas, tú la programas, tú la escuchas. Bogotá: Universidad Javeriana.

Anderson, Paul (2007). Entiende la Web 2.0 y sus principales servicios. Eduteka. Recuperado en septiembre de 2015 de www.eduteka.org/Web20Intro.php

Aula Magna (2015b). ¿Buscas empleo o prácticas en empresa? Entra en nuestro portal de empleo universitario. Recuperado en septiembre de 2015 de www.aulamagna.com.es/buscas-empleo-o-practicas-en-empresa-entra-en-nuestro-portal-de-empleo-universitario.

Aula Magna (2015c). Completa tu formación con los cursos, talleres y grados de Aula Forma. Recuperado en septiembre de 2015 de www.aulamagna.com.es/completa-tu-formacion-con-los-cursos-talleres-y-grados-de-aula-forma.

Brito, Jeidi (2015). Historia de las interfaces de usuario. Jeidi en Wordpress. Recuperado en septiembre de 2015 de <https://jeidienwp.wordpress.com/2015/02/09/historia-de-las-interfaces-de-usuario-gui>

Dans, Enrique (2009). Microblogging, medios y redes sociales. En: Cuadernos de comunicación Evoca, No. 1, la revolución de la prensa digital. Evoca comunicación e imagen. Madrid, España.



Egui, Verónica (2011). El Community Manager, un profesional subestimado todavía por los medios. En: Reflexiones, periodismo y redes sociales. Clases de Periodismo. Perú. Disponible en www.clasesdeperiodismo.com/ebooks

El-MadkouriMaataoui, Mohamed (2006). Escuelas y técnicas de traducción en la edad media. Revista electrónica de estudios filológicos, No. 11. Universidad Autónoma de Madrid.

García Romero et al. (2015). Análisis del mejoramiento de la comunicación interna de Universitaria de Colombia. Institución Universitaria de Colombia. Facultad de Comunicación Social. Bogotá, D. C. Colombia.

Hurtado, J. (2000). Metodología de la investigación holística. Venezuela: Sypal.

Informática hoy. ¿Qué es Web 2.0? Recuperado en septiembre de 2015 de www.informatica-hoy.com.ar/internet/Que-es-Web-2.0.php

Iribar, Alexander (2008). Historia de la computación. Introducción al ordenador. Universidad de Deusto. Recuperado en septiembre de 2015 de http://paginaspersonales.deusto.es/airibar/Ed_digital/INF/Intro/Historia.html

Jané, Carmen (2009). RayTomlinson envió el primer correo electrónico en 1971. El Periódico. España. Recuperado en septiembre de 2015 de www.elperiodico.com/es/noticias/ciencia-y-tecnologia/20090617/ray-tomlinson-envio-primer-correo-electronico-1971/113183.shtml



La fábrica de los libros. Una breve historia del libro. Asturias, España. Recuperado en septiembre de 2015 de <http://lafabricadelibros.com/pdf/Historia.pdf>

Lamarca, María Jesús. (2013) Hipertexto: El nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. España.

Leiner, Barry et al. (2012). Breve historia de internet. Internet Society. Recuperado en septiembre de 2015 de www.internetsociety.org/es/breve-historia-de-internet

López García, Juan Carlos. (2006). Elaboración de periódicos digitales. Periódicos escolares digitales. Recuperado en septiembre de 2015 de www.eduteka.org/PeriodicoEscolarDigital.php.

Microsoft (2013). Historia de Windows. Recuperado en septiembre de 2015 de <http://windows.microsoft.com/es-CO/windows/history#T1=era0>

MicroTecnologías (2009). Deleite Retro: Galería de los primeros computadores. Recuperado en septiembre de 2015 de microtecnologias.wordpress.com/2009/12/14/deleite-retro-galeria-de-los-primeros-computadores-1940-1960.

Navarro, Ernesto (2005). Historia de la comunicación. Documenta. catedu.es.

Niño, K. (2009). IDIPRON Unidad Educativa Belén. Recuperado de: <http://procinvestigacion.blogspot.com.co/2009/10/idipron-unidad-educativa-belen.html>



Otero, José (2012). Un poco de historia: cableros y banda ancha. El Economista. México.

Recuperado en septiembre de 2015 de

[http://eleconomista.com.mx/columnas/columna-invitada-](http://eleconomista.com.mx/columnas/columna-invitada-empresas/2012/01/26/poco-historia-cablers-banda-ancha)

[empresas/2012/01/26/poco-historia-cablers-banda-ancha](http://eleconomista.com.mx/columnas/columna-invitada-empresas/2012/01/26/poco-historia-cablers-banda-ancha)

Pichiua, Sofía (2011). Google + y cómo los medios pueden aprovechar su potencial en 2012. En: Reflexiones, periodismo y redes sociales. Clases de Periodismo. Perú.

Disponible en www.clasesdeperiodismo.com/ebooks

Pingdom (2011). El año 2010 en Internet. Xmundonetworks. Recuperado en septiembre de

2015 de <http://blog.xmundo.net/el-2010-en-internet-estadisticas>

Ponce, Isabel (2012). Monográfico: Redes sociales. Observatorio Tecnológico. Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y Formación del Profesorado. España.

Rost, Alejandro (2006). La interactividad en el periódico digital. Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Comunicació. Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació. España.

Sääksjärvi, Markku y Teemu Santonen (2002). Evolution and success of online newspapers. Helsinki School of Economics. Department of Management. Finland.

Sampieri Hernández, R. Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Rucio. (2006) Metodología de la investigación. McGraw Hill Interamericana. México.



Universidad de Salamanca. Historia del libro y las bibliotecas antes de la aparición de la imprenta. Recuperado en septiembre de 2015 de <http://sabus.usal.es/docu/pdf/Histlib.PDF>

Universidad Nacional de Colombia (2015b). Carta Universitaria. Unidad de Medios de Comunicación. Recuperado en septiembre de 2015 de www.cartauniversitaria.unal.edu.co.