

UNIVERSIDAD EVANGÉLICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
“LIC. MAURICIO ANTONIO BARRIENTOS MURCIA”



SEMINARIO DE PRE-ESPECIALIZACION

**TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA ORIENTADA AL MARKETING PARA EL
DESARROLLO DE RADIO ABC**

**INFORME DE INNOVACION PARA OPTAR: AL TITULO DE LICENCIATURA EN
MERCADOTECNIA**

PRESENTADO POR:

Camila Celina Morazán Muñoz

Alejandra María Sibrian Melchor

San Salvador, viernes 27 de mayo de 2022

UNIVERSIDAD EVANGÉLICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
“LIC. MAURICIO ANTONIO BARRIENTOS MURCIA”



**UNIVERSIDAD EVANGÉLICA
DE EL SALVADOR**

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

DRA. CRISTINA GLORIBEL JUÁREZ DE MAYA
RECTORA

DRA. MIRNA MARIEL GARCÍA DE GONZÁLEZ
VICERRECTORA ACADÉMICA

ING. SONIA CANDELARIA RODRÍGUEZ DE MARTÍNEZ
SECRETARIA GENERAL

MTRO. JOSÉ VICENTE PÉREZ CUBIAS
DECANO

LICDA. CARMEN IVETT ALVARENGA LAZO
COORDINADORA DE LICENTIATURA Y TÉCNICO EN MERCADOTECNIA

San Salvador, viernes 27 de mayo de 2022

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado, principalmente a Dios porque permitió que llegáramos a este último peldaño de la Universidad, que es importante para la formación académica y profesionalmente. Por habernos dado la guía, sabiduría, paciencia, fuerzas de seguir siempre adelante, pero sobre todo por la salud que nos brindó día a día.

Se dedica también el presente trabajo al Ing. Néstor Gamaliel González, quien fungió como nuestro ASESOR de la pre-especialización, en el cuál vimos reflejado su entrega, dedicación, esfuerzo y empeño día con día para guiarnos de la mejor manera y brindar de sus saberes con el equipo, lo cual fue una persona clave para poder llevar a cabo el trabajo de innovación, deseamos muchos éxitos y bendiciones sobre su vida

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, darle gracias a Dios por permitirnos culminar nuestra carrera, y darnos de su sabiduría y discernimiento en el camino por recorrer, también por la salud que nos dio para poder estar siempre día a día en las clases, asimismo darle la honra porque nos resguardo y cubrió con su manto protector de la Pandemia del COVID19.

También agradecemos a nuestros padres por su apoyo incondicional que nos han brindado en cada peldaño que hemos ido dando como estudiantes y ahora como profesionales, siendo que cada cosa sea posible con su amor, entrega, dedicación y esfuerzo. Pero sobre todo les agradecemos por guiarnos en el camino del bien y que seamos unas profesionales de éxito.

Finalmente agradecemos a la Universidad Evangélica de El Salvador, por su excelente enseñanza, por los Catedráticos/as que han compartido de sus conocimientos con gratitud, y que siempre sigan dejando huella en cada uno, y gracias por llegar hasta el final durante estos 5 años

INDICE

RESUMEN	VII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. NECESIDAD O ESTADO ACTUAL.....	2
1. Necesidades y Problemas Asociados	2
CAPÍTULO II. PROPUESTA DE INNOVACIÓN	3
2. Objetivos	3
3. Justificación	4
3.1 Design thinking	4
3.1.1 Empatía:	5
3.1.2 Definición	5
3.1.3 Ideación	11
4. Fundamentación Teórica.....	15
4.1 Tecnología utilizada	16
5. Power BI	16
6. Blockchain	16
7. Metaverso	17
8. Diseño de la Propuesta.....	17
8.1 Presentación de Prototipo	18
8.2 Evaluación de Prototipo	18
8.3 Mapa de valor	24
8.4 Matriz de feedback.	25
8.5 Matriz de hipótesis	25
9. Proceso de implementación.....	26
9.1 Organización para la ejecución	26
9.2 Metodología y estrategias	27
9.3 Monitoreo y Evaluación de KPI Balanced Scorecard	28
9.4 Recursos y Presupuestos	28
CAPITULO III. RESULTADOS ESPERADOS.	29
10 Resultados de corto, mediano y largo plazo, PBI.	29
11. Plan de socialización resultados	30
CAPITULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	31
RECOMENDACIONES	31

CONCLUSIONES	31
BIBLIOGRAFIA.....	32
ANEXOS	33

RESUMEN

La importancia del presente trabajo, sobre la innovación tecnológica orientada al marketing que permite dar a conocer la idea de negocio y motivar a las personas que puedan hacer uso de las diferentes plataformas digitales.

Radio ABC, es una emisora cuya función principal es mantener al oyente activo, y a la vanguardia de la música más top que va sonando, el motivo de este trabajo es la innovación de TWITCH, SPOTIFY con los Podcast y en vivos, los cuales permiten que el usuario pueda interactuar de una manera más cercana con los artistas Nacionales e Internacionales que sean convocados, y puedan escuchar sus canciones favoritas, de esta manera el oyente podrá escuchar sin interrupción de anuncios la música y lo más importante es que todo estará grabado lo que permitirá que puedan escuchar lo que deseen en el momento, la hora y el día que ellos deseen hacerlo.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere a la innovación de la transformación tecnológica orientada al marketing la cual se puede definir que es una modificación en el servicio que ofrece la RADIO ABC, la idea de introducir este nuevo elemento es lograr mejores resultados.

La investigación se caracteriza por la creatividad y la novedad, persiguiendo a la vez el objetivo de mejorar los resultados. El uso de las plataformas digitales es facilitar la ejecución de tareas, comunicación, entretenimiento, entre otros. La ventaja de un podcast es una herramienta de formato bajo demanda; el usuario lo escucha cuando desea hacerlo. Puede oírse en diversos dispositivos y esto ha ayudado a aumentar su popularidad, así como la plataforma de Twitch.

CAPÍTULO I. NECESIDAD O ESTADO ACTUAL

1. Necesidades y Problemas Asociados

En la actualidad las personas utilizan dispositivos móviles que les ayuda a facilitar una interacción y mejor cercanía con las personas que los rodean. La tecnología ha influido en los cambios estructurales de la sociedad tanto de forma negativa como de forma positiva pues tiene ventajas y desventajas. En 1876, Graham Bell fue el primer científico británico que descubrió que los sonidos podían ser escuchados a través de un cable. Pero no fue sino hasta el siglo XX, que Fleming y Fessenden lograron la transmisión de la voz humana, cuestión que originó el comienzo de ese medio. (ANDES, 2021) En 1983, el dial experimentó la salida de una nueva emisora: ABC, cuya misión en el 100.1 FM era entretener a una población juvenil influenciada por la violencia que acarreó la guerra civil de El Salvador. La emisora se estableció en un formato que pretendía abarcar sus horas de transmisión con versiones largas de los éxitos musicales del mundo. De tal forma que se presentaba como una alternativa en cuanto a las otras emisoras, con formatos juveniles, que ya existían en FM. (REYES, 2001) "Esa era una de las grandes características de la radio". Durante los últimos años, la estación radial se ha involucrado en promociones que ha introducido a sus radioescuchas en históricos conciertos.

Las personas que son amantes de la música, es uno de los principales pilares para la investigación, ya que se busca tener una diferencia de lo que la mayoría de personas están acostumbrados a escuchar.

Radio ABC, llegara con una alternativa innovadora, por medio de plataformas digitales como Twitch en el cual se realizarán en vivos, grabaciones de Podcast en Spotify, siendo esto, que se capte mayor audiencia, porque podrá ser escuchado en cualquier momento del día. Lo que se quiere abordar por medio de la innovación tecnológica de RADIO ABC, es que las personas que les gusta pasar tiempo en sus plataformas digitales, logren estar siempre conectados con la música, sin que tengan un horario específico, interacción de mensajes con los artistas nacionales que sean invitados a que realicen DUOS por medio de Twitch.

CAPÍTULO II. PROPUESTA DE INNOVACIÓN

2. Objetivos

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una propuesta innovadora de implementación de nuevas plataformas digitales creadoras de contenido como medio de comunicación en radio ABC.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Proponer una mejora Tecnológica y de Innovación para que la comunicación sea lo más estable y robusto al momento de hacer podcast en las diferentes plataformas digitales.

Definir los temas más relevantes para la audiencia de esa manera realizar los en vivos en la plataforma digital Twitch y grabaciones de podcast.

3. Justificación

Se busca una mejora en la comunicación, Twitch es una plataforma digital que permitirá emitir en directo algo que se está haciendo y, que otras personas, sin importar de dónde sean, tengan la posibilidad de verlo o escucharlo. Actualmente es considerada la plataforma de Streaming más popular y más grande alrededor del mundo, radio ABC al hacer uso de la plataforma lograra un plus y poder posicionarse en el territorio nacional, que ayudara a tener un equipo sólido y dinámico que trabajara día a día para dar una excelente cobertura, liderazgo en programaciones y animaciones enfocadas en audiencias, objetivos, veracidad, prontitud, estilo y peticiones de música y tablas de puntuaciones, todo para dar posibilidad de redefinirla experiencia de la transmisión, tanto si es Streaming o como un espectador.

(DIGITAL GUIDE IONOS , 2020)La audiencia podrá suscribirse de manera gratuita y conocer los últimos episodios de un podcast determinado y existen un sin fin de números de bases de datos y aplicaciones que ayudan a organizar los podcasts favoritos sin perder ningún capítulo.

3.1 Design thinking

Pensamiento de diseño, es una metodología o proceso que permite o facilita la solución de problemas, el diseño y desarrollo de productos y servicios de todo tipo y sectores económicos, utilizando para ello equipos altamente motivados, y la innovación y creatividad como motores o mantras. Y siempre teniendo al ser humano como el centro de atención. Es por ello que muchas veces también se conoce como: human-centered design (diseño centrado en lo humano). (ITMADRID, 2020)

Esta metodología gira alrededor de la experiencia del usuario. Su aplicación genera soluciones que de otro modo no se habrían podido implementar, permitiéndoles a los desarrolladores ponerse en los zapatos de sus propios clientes o usuarios.

A través de este método innovador se logró detectar con mayor facilidad la necesidad que el usuario tiene interés en la música electrónica, que desea escuchar y como le se le puede brindar soluciones ante sus necesidades, permite encontrar las herramientas

ya desarrolladas como redes sociales que fácilmente pueden ser aliadas y permitir la evolución como se menciona antes; de la radio tradicional a plataformas digitales.

3.1.1 Empatía:

El mapa de empatía es una herramienta que ayuda a que se pueda conocer todas las necesidades del usuario al que se quiere llegar, ya que se realiza un estudio profundo en dónde se puede notar las características psicográficas, en el cual nos ayuda a identificar a nuestros clientes, es decir, las personas a las que nos queremos dirigir, ponernos en la situación de las personas para entender sus necesidades reales.



(CUSTODIO, 2021)

Es por ello que Design *Thinking* es no dar por hecho que se sabe la solución a los problemas de los clientes (potenciales)

3.1.2 Definición

Se refiere al filtrado que se recopilo en el proceso de empatía dónde se descubre que necesidades tiene el usuario al que se desea llegar y en base a eso centrarse en un

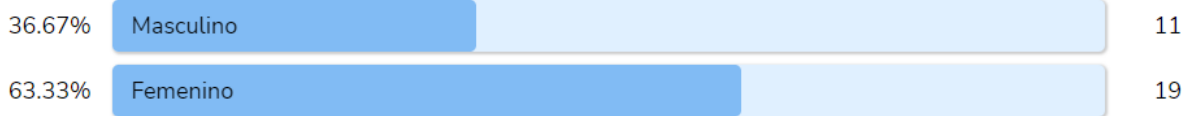
solo foco de acción y de esta manera poder hacer más enfocado el proyecto, llámese servicio o producto innovador que se desea crear.

1. Genero

Responses







2. ¿Cuál es tu edad?	Responses	Responses	Responses	Responses	Responses
Responses <input type="text" value="30"/>	25	40	25	53	32
	24	50	33	28	28
	29	36	24	55	53
	32	25	46	33	28
	26	19	51 años	18	55
	25	22	31	51	33
	23	45	27	19 años	18

3. ¿Cuál es tu ubicación?

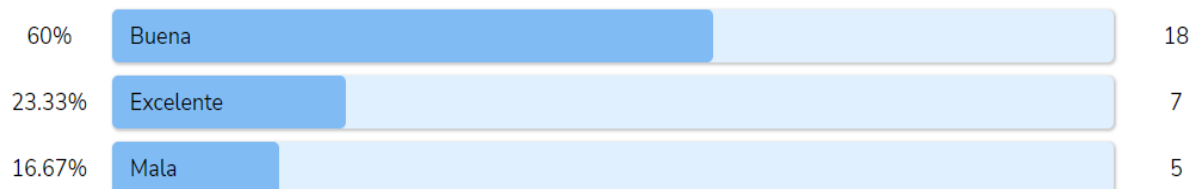
Responses



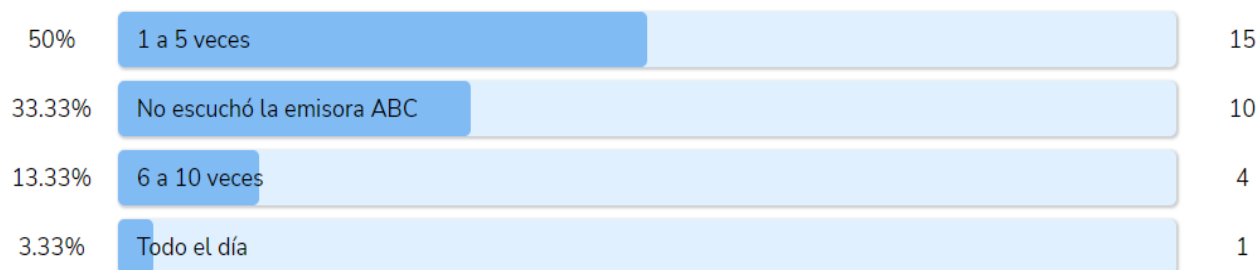




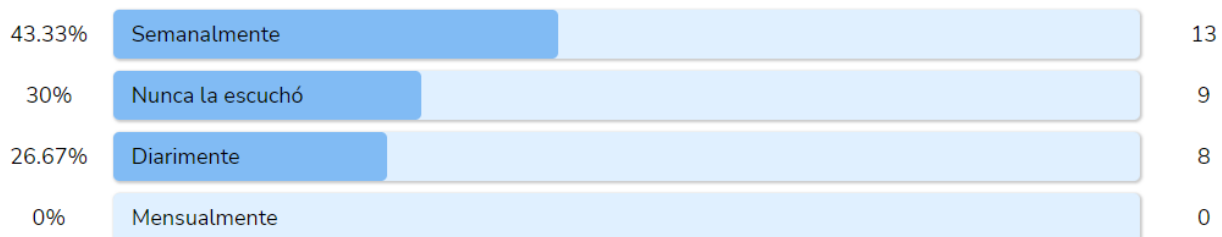
4. ¿Cómo calificaría su experiencia general con nuestro servicio de ra...



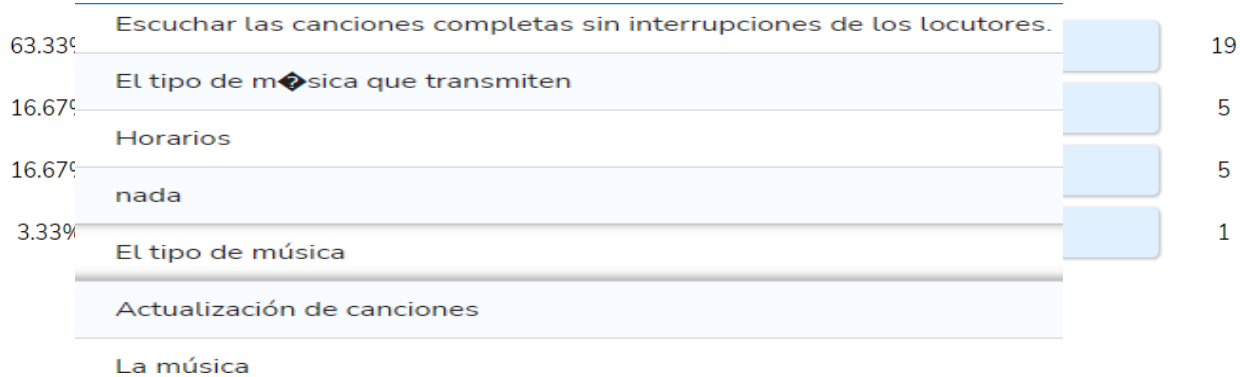
5. ¿Cuántas veces al día escuchas radio ABC?



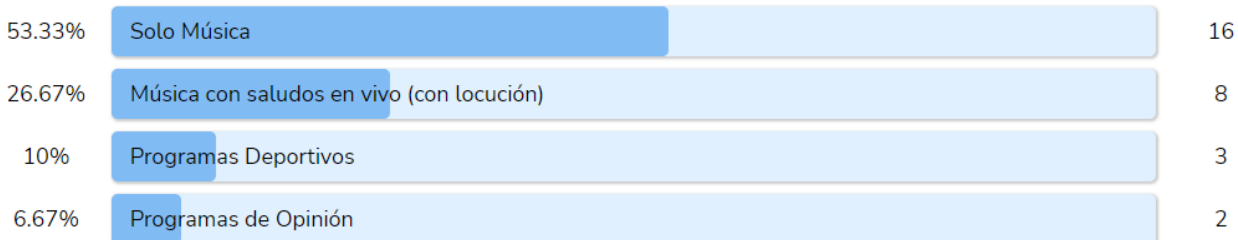
7. ¿Qué Tan frecuente escuchas radio ABC?



8. ¿(6. ¿Qué deberíamos cambiar para cumplir sus expectativas?



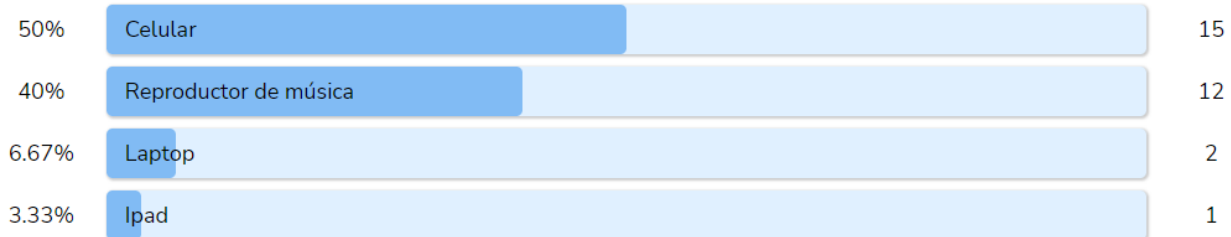
9. ¿Qué tipo de programas le llama la atención escuchar en una radio?



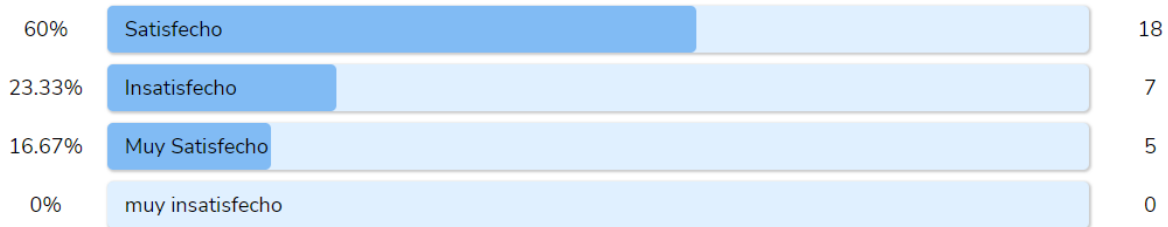
10. Encontrar lo que te gusta escuchar en radio ABC te ha Sido:



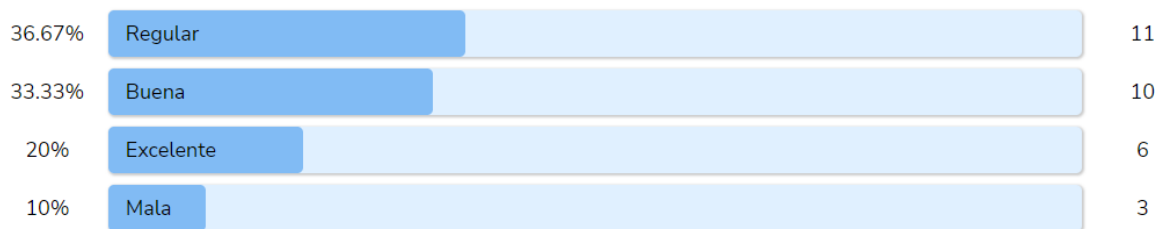
11. ¿Qué medios utilizas para escuchar Radio?



12. Calidad de audio y empatía con el público:



13. ¿Cuál es su calificación general para nuestra corporación?



14. ¿Cuáles son sus sugerencias para ayudarnos a mejorar?

Responses
Tener publicidad en más diferentes plataformas digitales
Tener una buena imagen comercial que capte la atención del público.
Mejora continua y creacion de una app
Responses
No tengo ninguna sugerencia
Ninguno
Que pongan música buena y sin tanta interrupcion
Contar con publicidad
un programa con música electrónica pero de años anteriores para revivir la nostalgia
Más variedad de música edad contemporanea
Contar con diferente contenido interactivo y constructivo

Los focos de acción obtenidos en la investigación son:

- Innovación en música
- Interacción con DJ nacionales e internacionales expertos en música electrónica y sus géneros.

El reto creativo obtenido es:

- ¿Cómo hacer para que nuestra audiencia realmente note la innovación en música?
- ¿Cómo realizar alianzas de colaboraciones con DJ nacionales e internacionales?

Obteniendo la información se hizo uso de la herramienta Afuera y Adentro dónde se observa de manera más clara y filtrada las dos acciones que se ejecutaran a la brevedad y lo que se dejará como proyección.



3.1.3 Ideación

Es un proceso creativo en donde el grupo de personas interesados en el proyecto puede aportar ideas innovadoras y pequeños cambios en el pensamiento que revolucionen en el mercado. Estas requieren de percepciones arraigadas. En esta etapa se realizó una lluvia de ideas dónde se pudo definir las ideas con más valor e innovación (SocioLab, 2018).

No	Ideas
1	Realizar un festival dónde podamos promover el cambio en la radio
2	Salir a las calles con regalías como audifonos para que puedan escuchar la radio
3	Reunir a los talentos de la radio en zonas claves para promocionar la radio
4	Crear una pagina web dónde la audiencia interactue con el locutor
5	Crear una app dónde la audiencia seleccione la musica que desea escuchar
6	Ser patrocinadores de festivales musicales de electronica
7	Tener alianzas con DJ nacionales
8	Hacer presencia de marca en discotecas o eventos especiales
9	Trasmitir desde lugares turisticos del país
10	Implementar trend en tiktoks con los talentos de la radio

Ideas	Éxito (Beneficio)					Factibilidad				
	Alejandra	Camila	Michelle	Gracia	Promedio	Alejandra	Camila	Michelle	Gracia	Promedio
Realizar un festival dónde podamos promo	8.00	9.00	8.00	9.00	8.50	9.00	8.00	9.00	8.00	8.50
Salir a las calles con regalías como audifon	8.00	9.00	9.00	5.00	7.75	6.00	7.00	8.00	7.00	7.00
Reunir a los talentos de la radio en zonas d	7.00	7.00	6.00	10.00	7.50	8.00	9.00	7.00	10.00	8.50
Crear una pagina web dónde la audiencia i	7.00	8.00	7.00	9.00	7.75	7.00	8.00	8.00	5.00	7.00
Crear una app dónde la audiencia seleccio	8.00	7.00	8.00	8.00	7.75	8.00	8.00	8.00	3.00	6.75
Ser patrocinadores de festivales musicales	7.00	8.00	9.00	7.00	7.75	10.00	9.00	9.00	10.00	9.50
Tener alianzas con DJ nacionales	9.00	9.00	8.00	9.00	8.75	7.00	7.00	6.00	8.00	7.00
Hacer presencia de marca en discotecas o e	6.00	6.00	8.00	9.00	7.25	9.00	8.00	8.00	7.00	8.00
Trasmitir desde lugares turisticos del país	8.00	9.00	9.00	8.00	8.50	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00
Implementar trend en tiktoks con los talent	7.00	6.00	9.00	6.00	7.00	8.00	8.00	9.00	9.00	8.50



De las ideas con más valoración por el equipo se realizó un filtrado para poderlas llevar a cabo y así especificar que otras ideas surgen para ejecutarlas ya seleccionadas tomando en cuenta el componente tecnológico y la innovación.

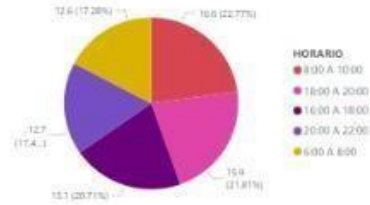
No	Ideas
1	TIKTOK DUOS CON MEZCLAS
2	PAGO DE PAUTAS EN SPOTIFY
3	INSTAGRAM DUOS (ENVIVOS)
4	CREACION DE APP PARA COLABORACIONES
5	Realización de envivos en twitch
6	Realización de campaña en verano con invitados especiales
7	Montaje de escenario en el salvador del mundo para toques
8	Publicidad con sonido y 3D en vallas publicitarias
9	Grabaciones de podcast
10	Creación de membresia para eventos especiales

Ideas	Éxito (Beneficio)			Factibilidad		
	Alejandra	Camila	Promedio	Alejandra	Camila	Promedio
TIKTOK DUOS CON MEZCLAS	8.00	8.50	8.25	9.00	8.00	8.50
PAGO DE PAUTAS EN SPOTIFY	8.00	8.50	8.25	7.00	7.00	7.00
INSTAGRAM DUOS (ENVIVOS)	8.00	8.50	8.25	8.00	9.00	8.50
CREACION DE APP PARA COLABORACIONES	7.00	7.00	7.00	7.00	8.00	7.50
Realización de envivos en twitch	8.00	7.00	7.50	8.00	8.00	8.00
Realización de campaña en verano con invitado	7.00	8.00	7.50	8.00	9.00	8.50
Montaje de escenario en el salvador del mundo	8.00	8.00	8.00	7.00	7.00	7.00
Publicidad con sonido y 3D en vallas publicitari	9.00	6.00	7.50	9.00	8.00	8.50
Grabaciones de podcast	8.00	9.00	8.50	9.00	9.00	9.00
Creación de membresia para eventos especiales	8.00	6.00	7.00	8.00	8.00	8.00

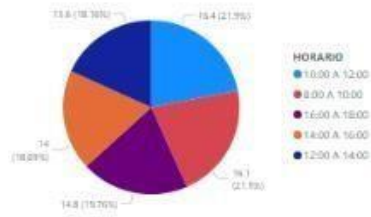


Se realizó un estudio para obtener gráficos con resultados que se puedan analizar, como, por ejemplo, horarios que en el que más se escucha la radio, días y edades.

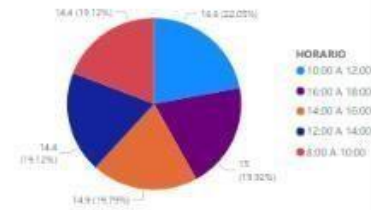
PDE AUDIENCIA L A V por HORARIO



PAUDIENCIA SAB por HORARIO



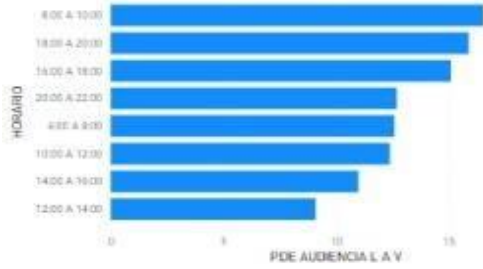
P. DE AUDIENCIA DOMIN por HORARIO



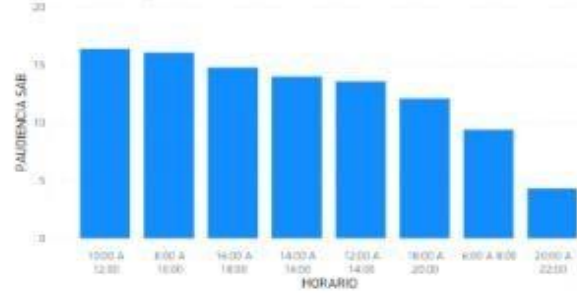
8

Recuento de HORARIO

PDE AUDIENCIA L A V por HORARIO



PAUDIENCIA SAB por HORARIO



P. DE AUDIENCIA DOMIN por HORARIO



4. Fundamentación Teórica

Un medio que se adapta a las tendencias es un salto al internet, la radio ha adoptado herramientas como los reproductores digitales y los podcasts para seguir ofreciendo contenidos que se adapten a las nuevas demandas del público. Estas exigencias incluyen poder escuchar una programación más especializada y personalizada a cualquier hora y en cualquier lugar a través de dispositivos móviles.

Eso ha llevado a las estaciones de radio a cambiar también su modelo de negocio a fin de producir contenidos que sean de interés para segmentos de mercado más exclusivos y concentrados, pero también más interesados en interactuar activamente.

(GARZA, 2018) De esta manera se lograría a su vez la información que aporte la audiencia a través de esa interacción, lograra afinar aún más las campañas radiales y mejorar la respuesta de la audiencia participativa; y por ende retorno de inversión. Los jóvenes que pasan horas delante de Twitch están dispuestos al consumo sincrónico siempre que valga la pena y hable en su mismo código cultural.

Los podcasts en la plataforma digital de Spotify perfeccionan su función de Group Session, a través de la cual los usuarios de Spotify Premium de todo el mundo pueden sintonizar la misma lista de reproducción o el mismo podcast simultáneamente. Es decir, la gran fortaleza ancestral de la radio en un escenario digital: todos escuchando y sintiendo lo mismo al mismo tiempo. (JULIA, 2020)

Para poder realizar un podcast interesante y enfocarse en un determinado tema para lograr desmenuzarlo y entregar un contenido que realmente le agregue valor al público, con las mejores canciones y los mejores participantes a nivel nacional con participación de artistas de otros países.

4.1 Tecnología utilizada

En el proyecto de radio ABC se utilizó la tecnología de redes sociales, se hace una fusión de transmisión FM tradicional a plataformas como TWICHT Y SPOTIFY dónde se transmiten los en vivos y podcast y esto permite que el usuario tenga una experiencia única, y con beneficios como, por ejemplo; puede escuchar el podcast de mayor interés o el en vivo con su artista favorito las veces que quiera, a la hora que quiera y de manera gratuita.

5. Power BI

Microsoft Power BI se utiliza para ejecutar informes basados en los datos de una empresa. Power BI puede conectarse a una amplia gama de conjuntos de datos, y «ordena» la información que se alimenta para que pueda ser mejor digerida y entendida. Los informes y visuales generados a partir de estos datos se pueden compartir con otros usuarios. Power BI está impregnado de capacidades de aprendizaje automático, lo que significa que puede detectar patrones en los datos y usar esos patrones para realizar predicciones informadas. Estas estimaciones permiten a los usuarios generar pronósticos y prepararse para satisfacer la demanda futura y otras métricas clave. (CAMPROVIN, 2019)

6. Blockchain

Lo verdaderamente novedoso es que la transferencia no exige un tercero que certifique la información, sino que está distribuida en múltiples modos independientes e iguales entre sí que la examinan y la validan sin necesidad de que se conozcan entre ellos. Una vez introducida, la información no puede ser eliminada, solo se podrá añadir nueva información, ya que los bloques están conectados entre sí a través de cifrado criptográfico, por lo que modificar datos de un bloque anterior a la cadena resulta imposible, ya que se tendría que modificar la información de los bloques anteriores. (CABRERA, 2019)

7. Metaverso

(FERNANDEZ) Los mundos virtuales no son nada nuevo, y existen una gran cantidad de ellos, sobre todo en el sector de los videojuegos. Tú te creas un personaje o avatar, y te adentras en ese mundo a vivir aventuras a través de tu ordenador. Sin embargo, el metaverso no busca ser un mundo de fantasía, sino una especie de realidad alternativa en la que podremos hacer las mismas cosas que hacemos hoy en día fuera de casa, pero sin movernos de la habitación.

En un futuro para radio ABC se puede definir el hacer conciertos usando esta técnica, dándoles así una experiencia innovadora nunca antes vista en El Salvador, de esta forma se puede posicionar de una mejor manera dicha radio y estar más conectados con el segmento que se ha seleccionado.

8. Diseño de la Propuesta

Storytelling: Este método se utiliza para tener un vínculo más estrecho con el segmento seleccionado, ya que se lanza una experiencia con la marca a través de un video. El storytelling va más allá de vender el servicio: vende emociones o sentimientos que hagan conectar al oyente con la marca.

Este enfoque permite al oyente posicionarse como el verdadero protagonista de la historia ya que el mensaje posee un significado que puede ser aplicado a la realidad de cada persona. (Ramos, 2022)

El storytelling sirve principalmente para tres cosas:

- Generar una idea positiva del protagonista de la historia en valores y que se puedan relacionar con la empresa, producto o servicio.
- Conseguir un vínculo con el receptor para que recuerde aún más el mensaje y sea más fiel a la marca.

- Empujar al consumidor del mensaje a que realice algo concreto, posiblemente una venta en un futuro.

Nombre del prototipo:	
Nombre	Envivos en twitch y grabaciones de podcast con temas relacionados a la musica
Descripción	Se presentara un storyboard mostrando el proceso que se seguira para implementar las grabaciones de podcast y envivos en twitch
Esquema, diseño	Storyboard
Elementos clave	Presentación de storyboard
Costos de hacer el prototipo	\$5.00 Internet
Dificultades de producir el prototipo	Complicaciones para reproducir el video, diseño del video poco entendible para la audiencia.
Aspectos legales	No aplica
Aspectos en contra del prototipo	Poco tiempo, poco conocimiento de diseño, poco conocimiento de programas gratuitos para storyboard

8.1 Presentación de Prototipo



8.2 Evaluación de Prototipo

La encuesta: Es una herramienta que se utiliza con el fin de obtener resultados para un fin, llámese buscar soluciones, ver la satisfacción del cliente, consta de preguntas abiertas, que sirven para obtener opiniones libres de las personas encuestadas.

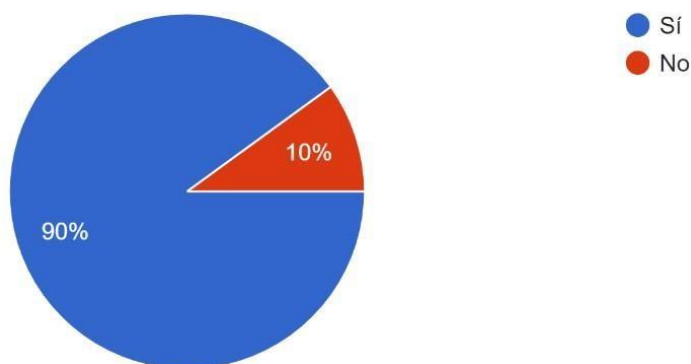
Donde nos dan a conocer sus puntos de vista y como puede generar una audiencia más visible e interacción más cercana que genera una emoción en cada uno de ellos.

Los resultados: Son los que se utilizan para poner el plan en acción de lo que se quiere lograr u obtener.

Muestreo: Puede ser cuantitativo o cualitativo, es la forma en la que se decide obtener la información necesaria. Se han encuestado 20 personas dentro del departamento de San, Salvador, que les gustara la música Electrónica.

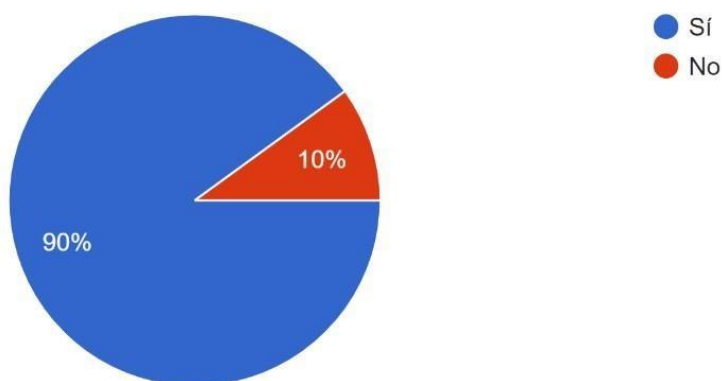
¿Piensas que implementar en vivos y grabaciones de podcast es innovador para la radio?

20 respuestas



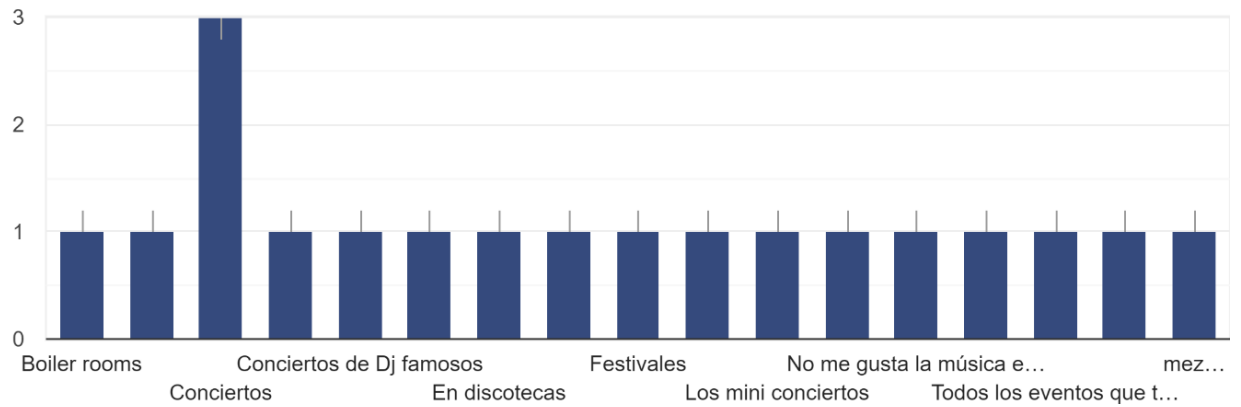
¿Te gustaría ver colaboraciones de DJ internacionales con nacionales?

20 respuestas



¿Qué tipo de eventos de música electrónica te llaman la atención?

19 respuestas



¿Qué aportes le darías a los en vivos y grabaciones de podcast?

20 respuestas

Que sean más emotivos.

Interacción

Que se hagan en redes votaciones de temas interesantes

Compartir con contactos

Aportes de como ha evolucionado la producción de los Djs, etc.

Que no se limiten a hablar solo de un genero

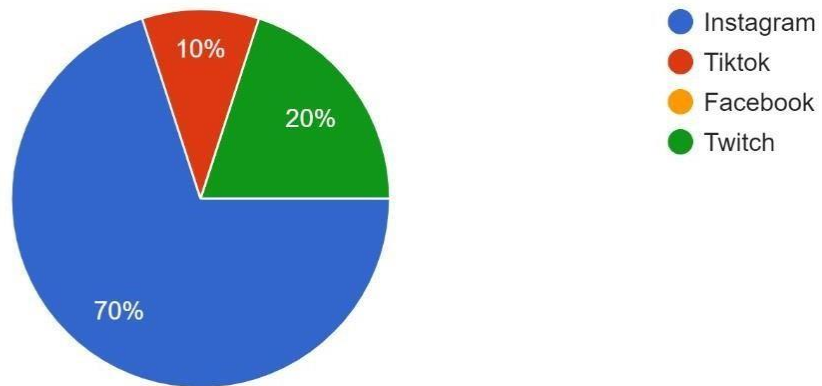
De por si lo podcast son en su mayoría de veces en vivos en diferentes plataforma das donde se reproducen

Que no solo sea de electronica, si no tambien de los subgeneros de la electronica

Que sean de artistas nacionales

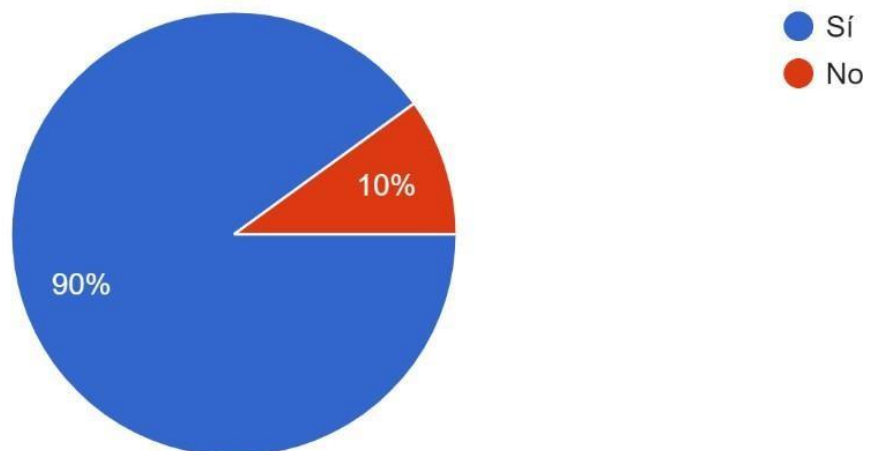
¿Además de twitch que otras redes nos recomiendas para ver envivos?

20 respuestas



¿Te interesan los podcasts con temas relacionados a la música?

20 respuestas



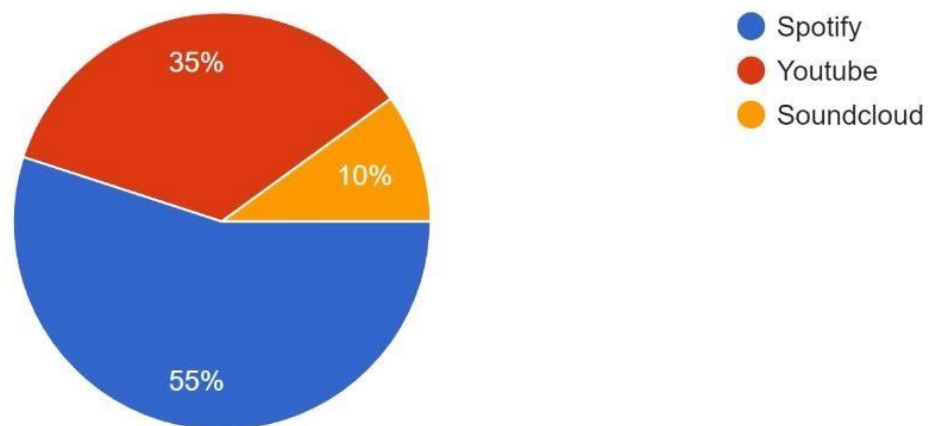
¿Qué temas propondrías para los podcast?

17 respuestas

Música electrónica
Música de los 90
Las canciones más famosas de todos los tiempos
Experiencias interesantes de dj en toques
Bass music en Centroamérica.
Historia de como agudizaron el oido para poder hacer las mezclas correctas
nacimiento de la musica
Música electrónica derivada de cumbias salvadoreñas
- Bass music en C.A - Productores salvadoreños.

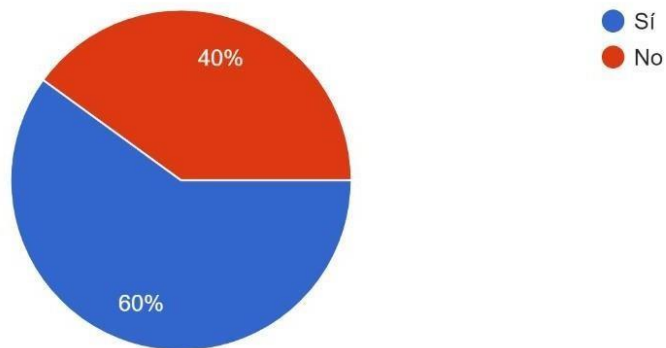
¿En qué red social te sientes más cómodo escuchando podcast?

20 respuestas



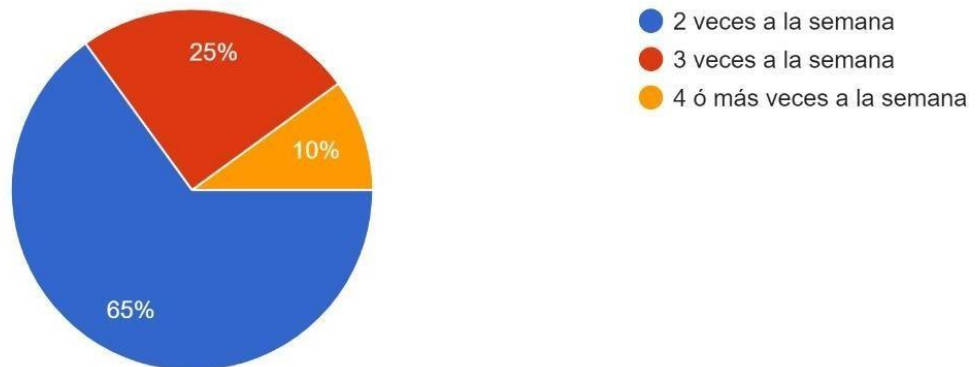
¿Te gustaría ser parte de las grabaciones en vivo?

20 respuestas



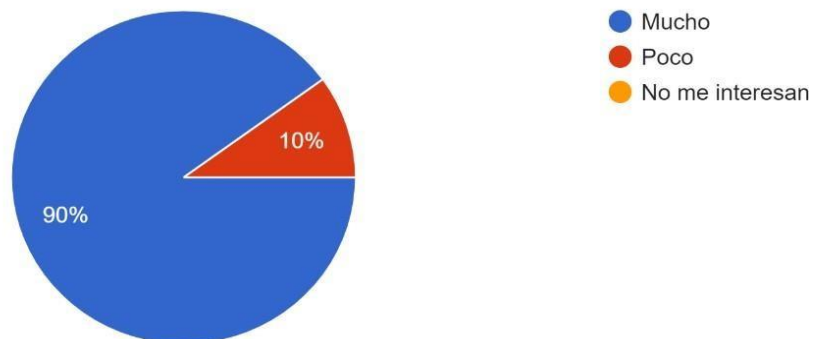
¿Cuántas veces a la semana te gustaría que se grabaran los podcast?

20 respuestas



¿Qué tanto llaman tu atención los envivos y podcast?

20 respuestas



8.3 Mapa de valor

<p>INFRAESTRUCTURA:</p> <p>Financiamiento de licencias para programas de edición de audios,</p> <p>Relación con inversionistas Nacionales.</p> <p>Financiamiento para publicidad.</p>
<p>RECURSOS:</p> <p>Personal</p> <p>Remuneraciones.</p> <p>Capacitaciones.</p>
<p>DESARROLLO TECNOLÓGICO:</p> <p>Diseño de Plataformas Digitales que ayuden con la innovación y de esa manera generar una audiencia oyente enfocada en la interacción cercana de en vivos y podcast.</p> <p>Investigación de mercado.</p>
<p>APROVISIONAMIENTO: Publicidad por medio de las redes sociales, equipo robusto.</p>

MARGEN

LOGÍSTICA DE ENTRADA	OPERACIONES	LOGÍSTICA DE SALIDA	MARKETING Y VENTAS	SERVICIO POST VENTA
Recepción de Firma de contratos con DJ Nacionales	Montaje de Escenarios.	Informe de audiencia mensual.	Publicidad por medio de Redes Sociales	Servicio de Atención al cliente.
Producción de videos en plataformas digitales (TWICH)	Invitación de DJ Internacionales	Servicio de atención a clientes por medio de llamadas Telefónicas.	Eventos sociales GIVEAWAY. Promoción de Marcas y líneas de Restaurantes.	

8.4 Matriz de feedback.

ENVIVOS EN TWITCH Y GRABACIONES DE PODCAST CON TEMAS RELACIONADOS A LA MÚSICA

CRÍTICAS CONSTRUCTIVAS QUE SUMAN Y APORTAN VALOR AL RESULTADO FINAL

- QUE SEAN TEMAS INTERESANTES
- QUE SEAN BREVES
- QUE SEAN INTERACTIVOS
- QUE SEAN FRECUENTES
- QUE SE HAGAN EN REDES
- VOTACIONES PARA LOS TEMAS A TOCAR
- QUE SE INCLUYAN SUBGÉNEROS DE LA ELECTRÓNICA

COSAS QUE MÁS AGRADAN AL USUARIO

- QUE SE UTILICE UNA PLATAFORMA DISTINTA PARA DISCUTIR DE LA MÚSICA
- QUE SE INCLUYAN DJ NACIONALES
- QUE PUEDAN PARTICIPAR EN LOS TEMAS QUE SE HABLARAN
- QUE PUEDAN TENER LA OPORTUNIDAD DE PODER SER PARTE DE LAS GRABACIONES

PREGUNTAS QUE SURGEN DURANTE EL PROCESO

- ¿SE TENDRÍA QUE PAGAR PARA VER LOS O ESCUCHAR LOS PODCAST?
- ¿SE TRANSMITIRÍAN POR LAS FRECUENCIAS DE LAS RADIOS LOS ENVIVOS Y COMO SERÍA?
- ¿PODRÍAN SUBIR LOS ENVIVOS EN OTRAS PLATAFORMAS DIGITALES?
- ¿QUE TIPOS DE DJ PIENSAN INVITAR?

NUEVAS IDEAS QUE HAYAN SURGIDO DE LA ORIGINAL

- PENSAR EN EVENTOS UN POCO MÁS AMPLIOS PARA QUE LOS QUE DESEEN PUEDAN ESTAR PRESENTES
- UTILIZAR REDES SOCIALES PARA QUE SEAN LOS INTERESADOS QUIENES DEN OPCIONES DE TEMAS A TOCAR
- QUE SE PUEDAN INCLUIR INTERACCIONES EN LOS ENVIVOS COMO REGALIAS, ETC
- PREPARAR UN EQUIPO PARA HACER LAS TRANSMISIONES DE MANERA CREATIVAS

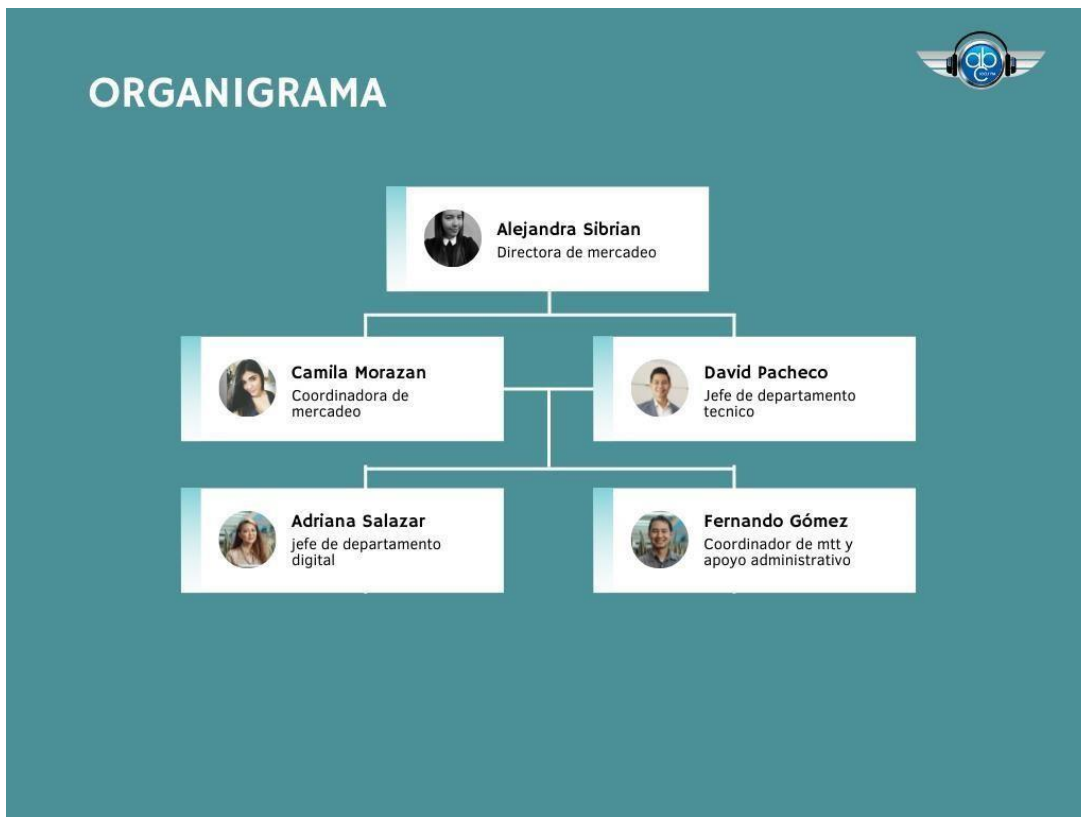
8.5 Matriz de hipótesis

HIPOTESIS	PROTOTIPO	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
¿La audiencia utilizará la plataforma digital para escuchar música?	En vivos en Twitch y grabaciones de Podcast.	-Aceptación de nuevas plataformas digitales. -Interés por conocer las apps.	-Rechazo de utilizar la red de Twitch o Spotify
¿La audiencia está interesada en escuchar Duos de artistas nacionales junto con Internacionales?	En vivos en Twitch y grabaciones de Podcast.	-Aceptación por parte de la audiencia que le gusta toda clase de música -Interés por la interacción cercana que logren tener con los artistas.	-Rechazo por parte de la audiencia por la clase de música. -Rechazo a no ser leídos por medio de los comentarios que pongan en la plataforma.
¿Los usuarios logran escuchar su música favorita sin interrupción de comerciales?	En vivos en Twitch y grabaciones de Podcast	-Interés por parte de la audiencia estar al pendiente de los toques por medio de la red social sin interrupción.	-Falta de interacción. -Desinterés por fallas de Internet. -Gasto de datos si no se cuenta con WIFI.

9. Proceso de implementación

9.1 Organización para la ejecución

A. Organigrama.



B. Salarios y tiempo de contratación.

NOMBRE	CARGO	SALARIO	TIEMPO DE CONTRATACIÓN
ALEJANDRA MARIA SIBRIAN MELCHOR	DIRECTORA DE MERCADEO	\$1,000	INDEFINIDO
CAMILA CELINA MORAZAN MUÑOZ	COORDINADORA DE MERCADEO	\$900	INDEFINIDO
DAVID ANTONIO PACHECO RAMIREZ	JEFE DE DEPARTAMENTO TECNICO	\$800	INDEFINIDO
ADRIANA MARIA SALAZAR CORTEZ	JEFE DE DEPARTAMENTO DIGITAL	\$650	INDEFINIDO
FERNANDO ALEJANDRO GOMEZ GONZALEZ	COORDINADOR DE MTT Y APOYO ADMINISTRATIVO	\$600	INDEFINIDO

C. Recursos

- Computadoras
- Formatos
- Internet
- Diseños.

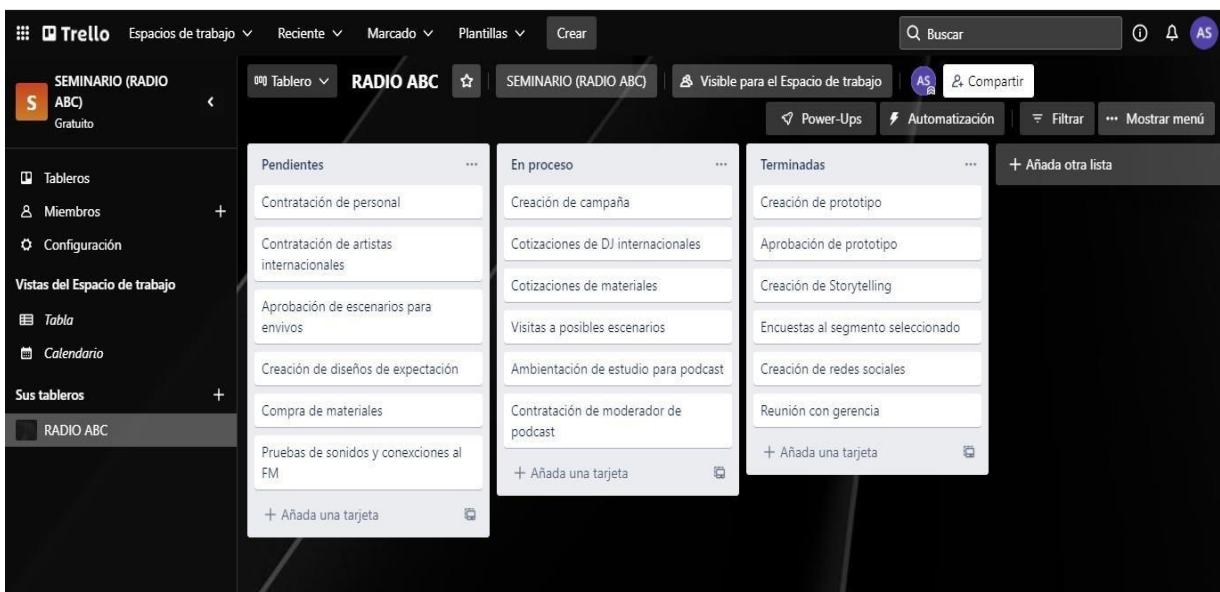
- Equipo para mezclas.
- Ambientación de estudio.

9.2 Metodología y estrategias

a. Kanban

(MARTINS, 2020) La metodología Kanban se implementa por medio de tableros Kanban. Se trata de un método visual de gestión de proyectos que permite a los equipos visualizar sus flujos de trabajo y la carga de trabajo. En un tablero Kanban, el trabajo se muestra en un proyecto en forma de tablero organizado por columnas. Tradicionalmente, cada columna representa una etapa del trabajo. El tablero Kanban más básico puede presentar columnas como Trabajo pendiente, En progreso y Terminado. Las tareas individuales —representadas por tarjetas visuales en el tablero— avanzan a través de las diferentes columnas hasta que estén finalizadas. Trello es un software de administración de proyectos con interfaz web y con cliente para iOS y android para organizar proyectos, es un tablón virtual en el que se pueden colgar ideas, tareas, imágenes o enlaces. Es versátil y fácil de usar pudiendo usarse para cualquier tipo de tarea que requiera organizar información. Para un mejor control de actividades se utilizó esta herramienta.

Trello



9.3 Monitoreo y Evaluación de KPI Balanced Scorecard

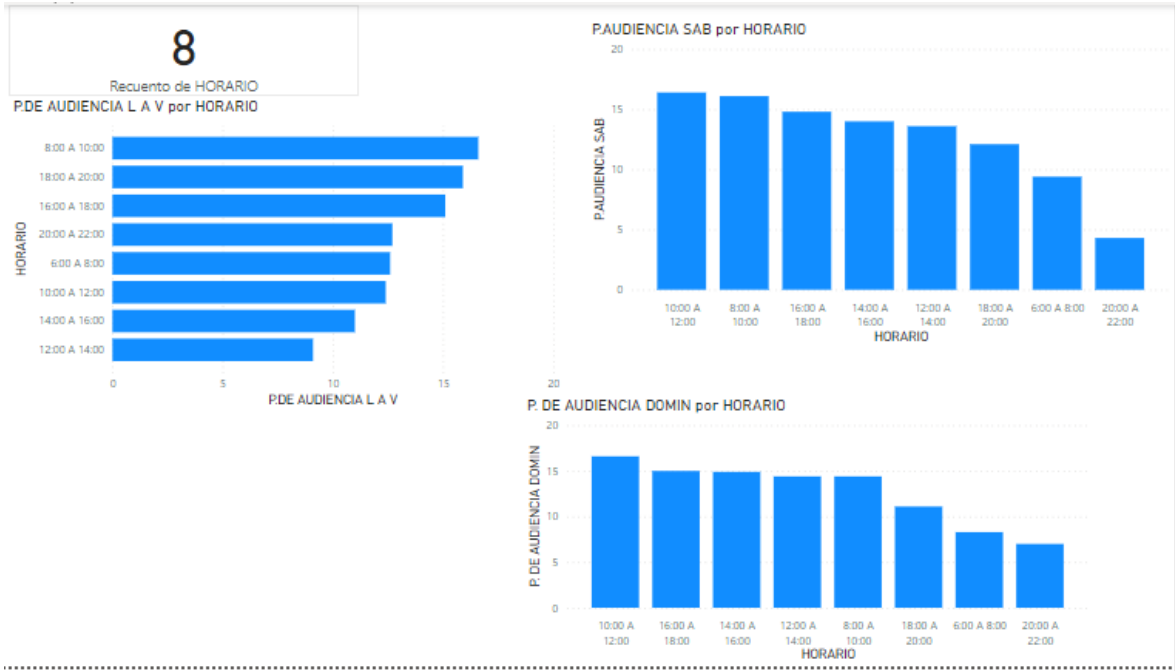
FINANCIERO	TARGET	CURRENT	TO TARGET	CRECIMIENTO DE NEGOCIO	TARGET	CURRENT	TO TARGET		
	Reduccion de rotacion de empleados	80%	0		65%	Retencion de mas audiencia	65%	0	30%
	Diversificar y aumentar las fuentes de ingresos	85%	0		70%	Firma de contratos con cantantes Nacionales	100%	0	20%
	Un balance de presupuesto	100%	0		45%	Uso de Plataforma de twich	Todos los dias	0	3 veces a la semana
SATISFACCION DEL CLIENTE	TARGET	CURRENT	TO TARGET	OBJETIVOS INTERNOS	TARGET	CURRENT	TO TARGET		
	Fidelizacion de audiencia antigua	1000K	0		10%	Tiempos de inactividad del proceso (cuánto tiempo se pierde debido a tiempos de inactividad, problemas de personal/técnicos, etc.)	60%	0	15%
	Costo de adquisición de nuevos clientes	4000	0		50%	Nuevas Innovaciones.	100%	0	30%
	Chatbots diseñado para ofrecer un experiencia positiva.	Todos los dias	0		24/7/	Minimizar los riesgos de inversión.	80%	0	25%

9.4 Recursos y Presupuestos

RECURSOS / PRESUPUESTO	
PERSONAL	\$ 10,000.00
INFRAESTRUCTURA	\$ 5,000.00
EQUIPO TECNOLOGICO	\$ 2,000.00
SOCIAL MEDIA	\$ 500.00
CAPACITACIONES	\$ 250.00
GASTOS FIJOS (AGUA Y ENERGÍA ELECTRICA)	\$ 1,300.00
TOTAL	\$ 19,050.00

CAPITULO III. RESULTADOS ESPERADOS.

10 Resultados de corto, mediano y largo plazo, PBI.



11. Plan de socialización resultados

NOMBRE	“ABC POR TODOS LADOS”
DESCRIPCIÓN	La estrategia se basa en crear una incertidumbre de lo nuevo que trae la radio, para tener la atención de los usuarios y que al momento del lanzamiento se tenga un mayor alcance.
DESARROLLO	<p>Se desarrollarán artes con contenido atractivo y referido a la campaña, se publicarán a las redes sociales de todas las corporaciones, haciendo la campaña aún más fuerte, además se gestionará el apoyo de todos los talentos de la corporación para que dichos artes sean también publicados en sus redes sociales personales. El contenido será fechas, imágenes de los DJ invitados, y todo lo que tenga relación a en vivos y grabaciones de podcast.</p> <p>Se estima que el lanzamiento sea 18 de noviembre 2022, por lo que se creará un canal de Spotify y uno de twitch para realizar dinámicas al aire para poder ganarse el acceso al primer en vivo que será grabado en El Estadio Cuscatlán con más de 5 DJ internacionales y 5 DJ nacionales.</p> <p>El día previo al en vivo se anunciarán los DJ invitados, para así mantener el misterio y captar mucho más la atención de todos los interesados. Esto será anunciado en playa El Tunco y se regalarán audífonos de marcas aliadas a la campaña para que todos puedan escuchar el primer en vivo y el primer podcast que se realizará el 8 de diciembre 2022.</p> <p>Esto permitirá que los amantes de la música electrónica tengan un acercamiento más estrecho con la radio, la marca pueda posicionarse de una mejor manera y la campaña tenga mucha más captación.</p>
UBICACIÓN GEOGRAFICA	El Salvador (Paracentral, Oriente y Occidente)
TIEMPO	La estrategia se desarrollará del 5 de noviembre 2022 al 17 de noviembre 2022
MEDIOS	Instagram, Facebook

CAPITULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

Se recomienda que radio ABC garantice una buena experiencia de los invitados especiales, dentro de sus instalaciones, que permitan el buen desenvolvimiento en grabaciones musicales y generar una buena impresión e imagen.

Se recomienda crear campañas que ayuden al posicionamiento de la marca, para poder tener mayores visitas en las plataformas digitales las cuales ayudaran a tener una buena expectativa de lo que ofrece Radio ABC.

Creación de alianzas estratégicas, que permitan llevar el máximo potencial a la ventaja competitiva, para un objetivo en común.

CONCLUSIONES

Luego de realizar las investigaciones correspondientes se determinó que RADIO ABC, debe posicionarse en las redes sociales, ya que ahora no solo sirven para una mejor comunicación sino también influyen para hacer negocios, la cual pueden utilizar para su marketing.

Twitch aparte de ser una plataforma digital se está convirtiendo en una competencia directa de YOUTUBE, la cual genera una ventaja para realizar sus videos en vivos con artistas nacionales, las grabaciones de PODCAST y las personas puedan ver y escuchar su música favorita, en cualquier hora y momento del día, a través de radio ABC

BIBLIOGRAFIA

ANDES, A. D. (FEBRERO de 2021). DIA MUNDIAL DE LA RADIO . ANDES.

CABRERA, M. G. (20 de MAYO de 2019). Obtenido de <https://www.bbva.com/es/mx/dia-del-internet-cual-es-panorama-en-mexico/>

CAMPROVIN, C. (27 de JUNIO de 2019). Obtenido de <https://www.ibermatica365.com/todo-lo-que-siempre-quisiste-saber-sobre-microsoft-power-bi/>.

CUSTODIO, M. (22 de FEBRERO de 2021). MAPA DE EMPATIA. Obtenido de <https://www.rdstation.com/es/blog/mapa-de-empatia/>

DIGITAL GUIDE IONOS . (30 de 04 de 2020). Obtenido de <https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/vender-en-internet/que-es-un-podcast/#:~:text=Un%20podcast%20es%20un%20blog,m%C3%B3vil%20o%20en%20el%20ordenador>

FERNANDEZ, Y. (s.f.). WEBDIA. Obtenido de <https://www.xataka.com/basics/que-metaverso-que-posibilidades-ofrece-cuando-sera-real>

GARZA, C. (2 de AGOSTO de 2018). GRUPO ACIR Obtenido de <https://grupoacir.com.mx/blog/publicidad-en-radio-importancia-de-segmentar-tu-publico-meta/>

ITMADRID. (6 de FEBRERO de 2020). ITMADRID DIGITAL SCHOOL . Obtenido de <https://www.itmadrid.com/que-es-y-para-que-sirve-design-thinking/>

JULIA. (15 de OCTUBRE de 2020). INDUSTRIA MUSICAL. Obtenido de <https://industriamusical.com/spotify-permitira-poner-musica-en-podcasts-dentro-de-la-plataforma/>

MARTINS, J. (11 de NOVIEMBRE de 2020). ASANA. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/what-is-kanban>

Ramos, R. (2022). AGENCIA DE MARKETING. Obtenido de <https://soyrafaramos.com/que-es-el-storytelling/>

REYES, A. (SABADO 22 de SEPTIEMBRE de 2001). ABC SIGUE SIENDO HISTORIA. pág. <http://archivo.elsalvador.com/noticias/2001/9/22/ESCENARIOS/escen2.html>.

S.L.U., I. C. (2022). Digital Guide. Obtenido de IONOS Cloud S.L.U.: <https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/vender-en-internet/que-es-un-podcast/#:~:text=Un%20podcast%20es%20un%20blog,m%C3%B3vil%20o%20en%20el%20ordenador>

SocioLab, C. (22 de NOVIEMBRE de 2018). Obtenido de <https://blog.socialab.com/fases-del-proceso-creativo-en-innovacion/>

ANEXOS

UNIVERSIDAD EVANGELICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
“LIC. MAURICIO ANTONIO BARRIENTOS MURCIA”



TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA ORIENTADA AL MARKETING
PARA EL DESARROLLO DE DE RADIO ABC

MONOGRAFÍA DE GRADUACIÓN PARA OPTAR: AL TITULO DE
LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

18 DE MAYO 2022
SAN SALVADOR, EL SALVADOR.

PRESENTADO POR:
CAMILA CELINA MORAZÁN MUÑOZ
ALEJANDRA MARÍA SIBRIAN MELCHOR

SAN SALVADOR, 20 DE MAYO DE 2022

INDICE

03 RESUMEN

04 INTRODUCCIÓN

05 HISTORIA

06 METODOLOGIA

07 METOLOGIA

08 METODOLOGIA

09 INTERPRETACIÓN

10 CONCLUSIÓN

11 RECOMENDACIÓN

12 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

RESUMEN

Un medio que se adapta a las tendencias es un salto al internet, la radio ha adoptado herramientas como los reproductores digitales y los podcasts para seguir ofreciendo contenidos que se adapten a las nuevas demandas del público. Estas exigencias incluyen poder escuchar una programación más especializada y personalizada a cualquier hora y en cualquier lugar a través de dispositivos móviles.

Se busca una mejora en la comunicación, twitch y spotify son plataformas digitales que permitirán emitir en directo algo que se está haciendo y, que otras personas, sin importar de dónde sean, tengan la posibilidad de verlo o escucharlo. Actualmente son consideradas las plataformas de streaming más populares y más grandes alrededor del mundo, radio ABC al hacer uso de las plataformas lograran un plus y poder posicionarse en el territorio nacional, con la ayuda de un equipo sólido y dinámico que trabajara día a día para dar una excelente cobertura.

Summary

A medium that adapts to trends is a leap to the internet, radio has adopted tools such as digital players and podcasts to continue offering content that adapts to the new demands of the public. These demands include being able to listen to more specialized and personalized programming anytime, anywhere via mobile devices.

We are looking for an improvement in communication, twitch and spotify are digital platforms that will allow to broadcast live something that is being done and, that other people, no matter where they are from, have the possibility to see or hear it. Currently they are considered the most popular and largest streaming platforms around the world, ABC radio by making use of the platforms will achieve a plus and be able to position itself in the national territory, with the help of a solid and dynamic team that will work every day to provide excellent coverage.

Palabras claves:

Medio, Internet, Radio, Twitch, Spotify, Público, Plataformas Digitales, Podcast, En vivo

keywords

Media, Internet, Radio, Twitch, Spotify, Audience, Digital Platforms, Podcast, Live

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere a la innovación de la transformación tecnológica orientada al marketing la cual se puede definir que es una modificación en el servicio que ofrece la RADIO ABC, la idea de introducir este nuevo elemento es lograr mejores resultados.

La investigación se caracteriza por la creatividad y la novedad, persiguiendo a la vez el objetivo de mejorar los resultados.

El uso de las plataformas digitales es facilitar la ejecución de tareas, comunicación, entretenimiento, entre otros. La ventaja de un podcast es una herramienta de formato bajo demanda; el usuario lo escucha cuando desea hacerlo. Puede oírse en diversos dispositivos y esto ha ayudado a aumentar su popularidad así como la plataforma de Twitch..

MÚSICA



RADIO

HISTORIA

En 1983, el dial experimentó la salida de una nueva emisora: ABC, cuya misión en el 100.1 FM era entretener a una población juvenil influenciada por la violencia que acarrió la guerra civil de El Salvador.

La emisora se estableció en un formato que pretendía abarcar sus horas de transmisión con versiones largas de los éxitos musicales del mundo. De tal forma que se presentaba como una alternativa en cuanto a las otras emisoras, con formatos juveniles, que ya existían en FM.

05

METODOLOGÍA

La innovación en modelo de negocios es de suma importancia para las empresas. Cada negocio se debe asegurar de que los consumidores de sus productos o servicios se lleven una experiencia diferente.

La metodología utilizada en la presente investigación es cuantitativa ya que de esta manera se puede recolectar la información de manera precisa y concisa con la ayuda de la herramienta innovadora insight Thinking que permite comprender las necesidades específicas del usuario/cliente.

Población

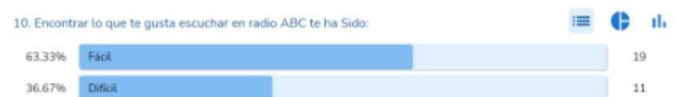
Jovenes y jovenes adultos que están interesados en la música electronico y que viven conectados a las redes sociales en sus tiempos libres.

MUESTRA

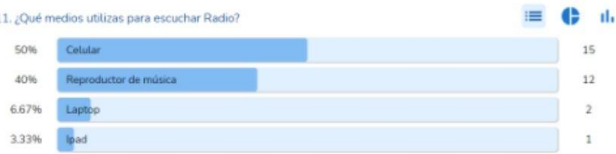
Se tomo como muestra a 30 jovenes y jovenes adultos que tienen un mayor interes en temas musicales esepificamente en el genero de electronica, para poder segmentar de una mejor manera el proyecto.

Resultados

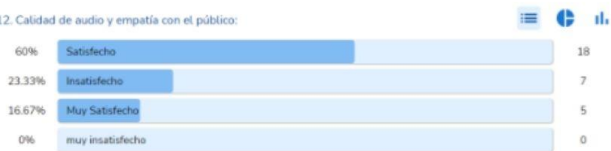
2. ¿Cuál es tu edad?	Respuestas	Respuestas	Respuestas	Respuestas	Respuestas
Respuestas <input type="text" value="30"/>	25	40	25	53	32
	24	50	33	28	28
	29	36	24	55	53
	32	25	46	33	28
	26	19	51 años	18	55
	25	22	31	51	33
	23	45	27	19 años	18



11. ¿Qué medios utilizas para escuchar Radio?



12. Calidad de audio y empatía con el público:

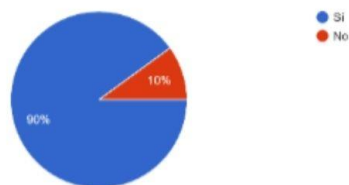


Responses
Tener publicidad en más diferentes plataformas digitales
Tener una buena imagen comercial que capte la atención del público.
Mejora continua y creación de una app
ninguna
Mayor Publicidad
Deben actualizarse
No Answer

Responses
no tengo ninguna sugerencia
Ninguno
Que pongan música buena y sin tanta interrupcion
Contar con publicidad
un programa con música electrónica pero de años anteriores para revivir la nostalgia
Más variedad de música edad contemporanea
Contar con diferente contenido interactivo y constructivo

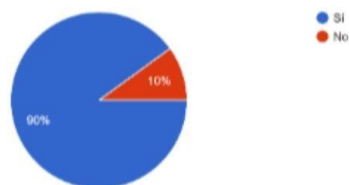
¿Piensas que implementar en vivos y grabaciones de podcast es innovador para la radio?

20 respuestas



¿Te gustaría ver colaboraciones de DJ internacionales con nacionales?

20 respuestas



INTERPRETACIÓN

A TRAVEZ DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS SE DETERMINO QUE PARA LOS INTERESADOS ES IMPORTANTE REALIZAR INNOVACIÓN TECNOLÓGICA COMO LO ES LA FUSIÓN DE RADIO TRADICIONAL A PLATAFORMAS DIGITALES Y ADEMÁS REALIZAR COLABORACIONES DE DJ NACIONALES CON INTERNACIONALES PARA DE ESTA MANERA TENER UN MEJOR POSICIONAMIENTO.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- ANDES, A. D. (FEBRERO de 2021). DIA MUNDIAL DE LA RADIO . ANDES.
- CABRERA, M. G. (20 de MAYO de 2019). Obtenido de <https://www.bbva.com/es/mx/dia-del-internet-cual-es-panorama-en-mexico/>
- CAMPROVIN, C. (27 de JUNIO de 2019). Obtenido de <https://www.ibermatica365.com/todo-lo-que-siempre-quisiste-saber-sobre-microsoft-power-bi/>.
- CUSTODIO, M. (22 de FEBRERO de 2021). MAPA DE EMPATIA. Obtenido de <https://www.rdstation.com/es/blog/mapa-de-empatia/>
- DIGITAL GUIDE IONOS . (30 de 04 de 2020). Obtenido de <https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/vender-en-internet/que-es-un-podcast/#:~:text=Un%20podcast%20es%20un%20blog,m%C3%B3vil%20o%20en%20el%20ordenador>
- FERNANDEZ, Y. (s.f.). WEBDIA. Obtenido de <https://www.xataka.com/basics/que-metaverso-que-posibilidades-ofrece-cuando-sera-real>
- GARZA, C. (2 de AGOSTO de 2018). GRUPO ACIR. Obtenido de <https://grupoacir.com.mx/blog/publicidad-en-radio-importancia-de-segmentar-tu-publico-meta/>
- ITMADRID. (6 de FEBRERO de 2020). ITMADRID DIGITAL SCHOOL . Obtenido de <https://www.itmadrid.com/que-es-y-para-que-sirve-design-thinking/>
- JULIA. (15 de OCTUBRE de 2020). INDUSTRIA MUSICAL. Obtenido de <https://indusriamusical.com/spotify-permitira-poner-musica-en-podcasts-dentro-de-la-plataforma/>
- MARTINS, J. (11 de NOVIEMBRE de 2020). ASANA. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/what-is-kanban>
- Ramos, R. (2022). AGENCIA DE MARKETING. Obtenido de <https://soyrafaramos.com/que-es-el-storytelling/>
- REYES, A. (SABADO 22 de SEPTIEMBRE de 2001). ABC SIGUE SIENDO HISTORIA. pág. <http://archivo.elsalvador.com/noticias/2001/9/22/ESCENARIOS/escen2.html>.
- S.L.U., I. C. (2022). Digital Guide. Obtenido de IONOS Cloud S.L.U.: <https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/vender-en-internet/que-es-un-podcast/#:~:text=Un%20podcast%20es%20un%20blog,m%C3%B3vil%20o%20en%20el%20ordenador>
- SocioLab, C. (22 de NOVIEMBRE de 2018). Obtenido de <https://blog.socialab.com/fases-del-proceso-creativo-en-innovacion/>