

CAPITULO I.

ANTECEDENTES DE GRUPO UNIRADIO EN HERMOSILLO

En este primer capítulo se abordó la historia del GRUPO UNIRADIO en la ciudad de Hermosillo, Sonora; así como de su expansión en la entidad. Por otro lado se dará una descripción de cómo está organizado el grupo radiofónico y de los objetivos y metas que se ha planteado el presidente de UNIRADIO, Gustavo Astiazarán Rosas.

1.1-Historia de GRUPO UNIRADIO en Hermosillo, Sonora y Situación Actual de sus Estaciones.

En el año de 1969 a Gustavo Astiazarán Rosas, se le presentó la oportunidad de adquirir la concesión de una emisora de Amplitud Modulada (AM) en Tijuana Baja California, bajo las siglas XEMO, conocida en esa ciudad actualmente como La Poderosa, y su programación basada en *“música regional mexicana, para adultos entre 25 y 54 años de edad, la audiencia de esta estación el 50 por ciento son mujeres y la otra mitad hombres”*.*.

A raíz de esta primera adquisición y del éxito de la emisora, el presidente de GRUPO UNIRADIO, se planteo la posibilidad de expandirse; así en 1978 compró la concesión de una emisora de Frecuencia Modulada (FM) en la Ciudad de Hermosillo ubicada en el 100.3 del cuadrante radiofónico, actualmente conocida por los radioescuchas en la capital del Estado como Stereo 100; esta radio comercial maneja un formato denominado “Oldies”, según la clasificación de Carls Haousman en su libro Producción en la Radio Moderna.

* Información obtenida del Manual de Perfiles Programáticos de GRUPO UNIRADIO, el cual es utilizado en el área de ventas para dar a conocer a los anunciante los tipos de formato que tienen cada una de las estaciones y en base a esto elijan la de su preferencia para anunciar su producto o servicio.

Por lo anterior Stereo 100 es conocida en la Ciudad de Hermosillo como la estación de los clásicos, porque el cien por ciento de su programación se basa en *“clásicos de rock, Pop y balada en inglés y en español de la década de los 80’,90’ y éxitos de hoy”*.*

La audiencia de esta estación es primordialmente *“adultos contemporáneos de entre los 25 y 40 años de edad; el 65 por ciento de los radioescuchas son hombres y el 35 por ciento mujeres; la audiencia pertenece a los niveles socioeconómicos Alta, Medio Alto y Medio.”**

Al ver los buenos resultados obtenidos en la Ciudad de Tijuana Baja California con la Poderosa 860 AM, y en Hermosillo con Stereo 100, Gustavo Astiazarán Rosas decidió adquirir la segunda emisora FM del GRUPO UNIRADIO en la ciudad de Tijuana en el año de 1979 con las siglas XHFG-FM 107.3 Mhz, hoy conocida como Pulsar la número uno en éxitos, con un formato basado en *“música pop y balada juvenil dirigida a jóvenes entre los 13 y 34 años de edad, el 60 por ciento de sus radioescuchas son mujeres y el 40 hombres”* *.

En Hermosillo, Sonora la primera estación grupera de GRUPO UNIRADIO nació en junio de 1984 con las siglas XEHOS AM La Poderosa ubicada en el 1540 AM, con 5,000 watts de potencia. La radio ha manejado desde un principio un formato variado donde se incluye música norteña, romántica, solistas con mariachi y cumbias, actualmente continúa con esta misma programación.

* Información obtenida del Manual de Perfiles Programáticos de GRUPO UNIRADIO, el cual es utilizado en el área de ventas para dar a conocer a los anunciantes los tipos de formato que tienen cada una de las estaciones y en base a esto elijan la de su preferencia para anunciar su producto o servicio.

En 1987 el presidente del GRUPO UNIRADIO se fijó un nuevo proyecto, este consistía en atraer un tipo de audiencia que no cubría con las dos estaciones que ya tenía es decir “La Poderosa 1540 AM” y “Stereo 100”, por lo que decidió sumar a su grupo radiofónico una nueva estación, “La Z93” en el 93.9 FM con las siglas XHMY FM y con una potencia de 20,000 watts, con un formato de rock y balada en español.

Actualmente La Z93 maneja un formato de adultos contemporáneos donde se *“incluye algunos éxitos actuales, llamados modernos, éxitos recientes, conocidas, desde luego, como oldies, o viejitas.”*^{*}

Para la empresa adulto contemporáneas son *“son los adultos que están al día que están actualizados que les gusta también lo de hoy entre estas cosas la música que va saliendo”*⁷

GRUPO UNIRADIO no solo cuenta con 3 estaciones de radio en la Ciudad de Hermosillo, sino también con una repetidora que es Radio Fórmula con las siglas XHYF-AM y con una potencia 1200 Mhz inició sus transmisiones en el mes de febrero del 2003 manejando un formato *“de programas hablados de contenido informativo y entretenimiento segmentado en barras, dirigidos adultos contemporáneos entre los 25 años de edad, el 60 por ciento de su audiencia son mujeres”*^{*}

El Gerente de Operaciones Fernández Cervantes García en una entrevista realizada para el desarrollo de esta investigación nos describió como funciona Radio Formula:

^{*} Información obtenida del Manual de Perfiles Programáticos de GRUPO UNIRADIO, el cual es utilizado en el área de ventas para dar a conocer a los anunciantes los tipos de formato que tienen cada una de las estaciones y en base a esto elijan la de su preferencia para anunciar su producto o servicio.

⁷ Entrevista a Luis Alberto, agente de ventas de GRUPO UNIRADIO.

“Es una repetidora la mayor parte de su programación es por vía satélite, y solamente de producción local es el noticiero Visión Informativa, que se transmite de 7 a 9 de la mañana”⁸

El noticiero Visión Informativa es transmitido por Radio Fórmula y es conducido por la comunicadora Ana Luisa Pacheco y Jesús Ruiz, el programa cuenta con *“un formato de entrevista y comentarios, así como de información local, nacional, de servicios públicos y políticos y lleva como objetivo orientar a la comunidad, que a su vez, debe de tomar decisiones respecto a la información”^{*}*

Si nos basamos en la descripción anterior se considera que Radio Fórmula, entra en el formato de Noticias y Comentarios; Carls Hausman lo catalogaría de la siguiente manera: *“Noticias y Comentarios interesa a un sector demográfico muy solvente, goza de gran aceptación sobre todo de gente de negocios”⁹*

Las 3 estaciones de GRUPO UNIRADIO y la repetidora de Radio Fórmula tienen un rango de cobertura total en Hermosillo; además de que la señal también se escucha en el vecino municipio de Ures. A continuación mencionaremos algunas de las comunidades donde también llega la señal de GRUPO UNIRADIO:

- San Pedro
- Poblado Miguel Alemán
- Bahía de Kino
- La Costa de Hermosillo

⁸ Entrevista realizada al Gerente de Operaciones de GRUPO UNIRADIO, Fernando Cervantes, Hermosillo Sonora Diciembre del 2004.

^{*} Información obtenida del Manual de Perfiles Programáticos de GRUPO UNIRADIO, el cual es utilizado en el área de ventas para dar a conocer a los anunciantes los tipos de formato que tienen cada una de las estaciones y en base a esto elijan la de su preferencia para anunciar su producto o servicio.

⁹ Housman, C., Benoit, P., & O'Domell, L. Producción en la radio moderna”.Thonson Learnig, pag. 339

Para Gustavo Astiazarán las 4 estaciones de Radio representan la base de GRUPO UNIRADIO en la capital del estado de Sonora; cada una de ellas esta destinada para llegar a un público en especial, de esta manera se busca lograr una cobertura completa y satisfacer el gusto de los radioescuchas.

En la ciudad de Hermosillo están ubicadas las oficinas centrales, donde se concentran los principales directivos y determinan cuales serán las acciones a realizarse en las estaciones pertenecientes al grupo y así mejorar el trabajo que se lleva a cabo.

GRUPO UNIRADIO, es una fuente de trabajo para una variedad de profesionistas de la comunicación y personas dedicadas a la administración de recursos humanos y financieros *“Hasta el 2004 Gustavo Astiazarán es propietario de 16 emisoras y da empleo a más de 150 personas”*¹⁰

Las emisoras se encuentran en la ciudad fronteriza de Tijuana y en el territorio de Sonora a continuación se muestra el listado de cada una de ellas y los lugares donde se encuentran ubicadas*:

¹⁰ Duarte, D. (2004). UNIRADIO UN EMPORIO. *Libre Empresa Pasión por los Negocio*, pp. 8,10,11.

* Información obtenida del Manual de Perfiles Programáticos de GRUPO UNIRADIO, el cual es utilizado en el área de ventas para dar a conocer a los anunciantes los tipos de formato que tienen cada una de las estaciones y en base a esto elijan la de su preferencia para anunciar su producto o servicio.

Estaciones de GRUPO UNIRADIO en la ciudad de Tijuana:

Estación	Siglas y Frecuencia	Slogan	Formato
Radio amor	XHA-FM 94.5 MHZ	Suave y Contemporánea	Música Romántica balada y pop.
Pulsar	XHFG-FM 107.3 MHZ.	No.1 Exitos.	Música Pop y balada juvenil.
La Poderosa	XEMO-AM 860 MHZ	La cumbia sonidera	Música Regional mexicana.
Radio Única	XERCN-AM 1470 MHZ	Donde usted escucha, opina y siempre se entretiene.	Hablada: Noticias, Deportes, y Comentarios.
La Invasora...	XHTY-FM 99.7 MHZ.	¡Puras buenas!	Música Rítmica regional mexicana.

Estaciones de GRUPO UNIRADIO en el estado de Sonora.

Estación	Siglas y Frecuencia	Slogan	Formato	Ciudad.
Stereo 100	XHSD-FM 100.3 MHZ	La estación de los clásicos	Clásico de rock, pop y balada de inglés y español de la década de los 80's, 90's y éxitos de hoy.	Hermosillo, Son.
La Poderosa	XEHOS-AM 1540 MHZ.	Puras Buenas	Éxitos clásicos de música norteña, banda y grupera.	Hermosillo, Son.
Z93	XHMOV-FM 93.09 MHZ.	La número 1 en éxitos.	Pop y Rock de los 90's hasta hoy.	Hermosillo, Son.

Propuesta para la Producción de Reportajes Especiales para el Noticiero Uniradio Informa

Radio Formula	XHYF-AM 1200 MHZ.	Su contacto con las grandes personalidades	Programas hablados de contenido informativo y entretenimiento segmentado en barras.	Hermosillo, Son.
La Invasora	XHFL-FM		Formato popular música de banda, grupera.	Obregón, Sonora.
Ke 980	XEKE-980 AM		Noticias, música romántica, géneros pop, gruperos y boleros	Navojoa, Sonora.
Z14	XENS-Z14 AM		Música pop juvenil.	Navojoa, Son.

Cronología de GRUPO UNIRADIO en la ciudad de Hermosillo

FECHA	EVENTO
1969	Gustavo Astiazarán Rosas, Propietario de GRUPO UNIRADIO Hermosillo, adquiere la concesión de una emisora de Amplitud Modulada, en Tijuana, fue la XEMO actualmente conocida en esa ciudad como La Poderosa. <i>“Lo mejor es que fue en cómodas mensualidades”¹¹</i>
1978	Se adquirió la primera emisora de Frecuencia Modulada en Hermosillo, en el 100.3 FM, actualmente Stereo 100
1979	Astiazarán Rosas adquiere la segunda emisora en Tijuana Baja California, Pulsar en el 107.3 FM con las siglas XHFG-FM
1984	Surge la XEHOS AM La Poderosa en 1540 AM. Estación de formato grupero.
1987	En junio de este año Nace XHMF FM, Z93 en 93.9 Mhz su programación es de música pop y va dirigida a un público de jóvenes y adultos entre los 16 y 35 años de edad.
2003	Inicia transmisiones Radio Fórmula.

¹¹ Duarte op. cit pàg. 10

1.2.- Misión, Visión y Filosofía de GRUPO UNIRADIO.

Para Harold Koontz Heinz (1992), es importante que una empresa tenga establecidos sus objetivos y metas esto le permite contar con un plan de trabajo y obtener los resultados deseados por los directivos de la organización, *“La planeación comprende seleccionar misiones y objetos y las acciones para alcanzarlos; se requiere tomar decisiones, es decir, seleccionar entre cursos de acción futuros alternativas. Por lo tanto, los planeas proporcionan un enfoque racional a objetivos preseleccionados”*¹²

Por lo tanto para GRUPO UNIRADIO es importante tener muy bien definidos los aspectos relacionados con la misión, las metas, objetivos y la filosofía de esta empresa radiofónica.

Así la alta calidad, y la comunicación con el fin de informar y entretener a la comunidad como contar con alta tecnología, que permita una mayor claridad y recepción de la programación de las estaciones de GRUPO UNIRADIO en el área urbana y rural de la capital de Sonora son algunos de los aspectos que se verán reflejados en lo que a continuación describiremos.

1.2.1.- Misión de GRUPO UNIRADIO en la ciudad de Hermosillo, Sonora.

Este conjunto radiofónico esta enfocado también en ser un medio de comunicación ideal para el sector comercial, porque GRUPO UNIRADIO ofrece una gran variedad de estrategias publicitarias, realizadas en el área de ventas de esta empresa pero para lograrlo ha tenido que trabajar en su misión la cual es:

“Desarrollar un medio de alta calidad, que incorpora tecnología de punta y los más altos standares y valores en la comunicación, para informar, entretener y comunicar a nuestra

¹² Koontz, Harold .Elementos de Administración, cuarta edición. México, 1992. pág. 48

comunidad, se enfoca ser una empresa competitiva, que ponga énfasis en satisfacer las necesidades de nuestros escuchas y anunciantes.”¹³

1.2.2.- Visión de GRUPO UNIRADIO en la Ciudad de Hermosillo, Sonora.

Como visión de la empresa, el propietario de GRUPO UNIRADIO, tiene establecido ser una industria radiofónica fuerte, y que permita abarcar a la comunidad en general, pero sobre todo tener gran penetración en el sector comercial del estado. Aunado también con el trabajo que se realiza en las distintas estaciones que se encuentran ubicadas en la Ciudad de Hermosillo, Obregón, y Navojoa (ver anexo No. 1) se pretende beneficiar a la audiencia.

“La visión de GRUPO UNIRADIO es lograr una empresa consolidada profesional y económicamente, con desarrollo continuo que apoye el crecimiento de nuestra comunidad, impulsando el desarrollo de las empresas e instituciones que eleven la calidad de vida de nuestra ciudad, nuestro estado y país.”¹⁴

GRUPO UNIRADIO a través de la gran variedad de su programación busca consolidarse en el gusto de la población en general, y lograr mantenerse como uno de los corporativos radiofónicos que ofrezcan mayor calidad en la producción y cobertura publicitaria.

1.2.3 Filosofía de GRUPO UNIRADIO.

Desde su inicio GRUPO UNIRADIO ha tenido como ideología apoyar a la comunidad a través de la programación de las distintas estaciones de radio que se encuentra distribuidas en el estado.

¹³ Información del manual de Área de Ventas de GRUPO UNIRADIO.

¹⁴ Ibidem.

Ser un medio de comunicación cercano a la gente que día a día está al tanto de las emisiones de GRUPO UNIRADIO.

“Servir a la comunidad con la más alta calidad de honestidad, entregando lo mejor de nosotros mismos en cada paso de nuestro trabajo, que se realiza en esta empresa.”¹⁵

Mantener a la audiencia bien informada de lo que acontece en su comunidad a través de sus noticieros, y por medio de estos ser un espacio donde los radioescuchas pueden emitir su opinión sobre los temas que consideren de su interés.

1.3 Concepto de GRUPO UNIRADIO.

GRUPO UNIRADIO para llegar a la población en general cuenta con distintos formatos, esto le permite satisfacer los gustos de los distintos radioescuchas. Para Carls Housman un formato de radio es *“En esencia, la organización de elementos de un programa a menudo de grabaciones musicales, en una secuencia que atraiga y mantenga la atención del segmento de la población al que una estación esta buscando”¹⁶*

La programación de cada una de las estaciones de GRUPO UNIRADIO tiene como finalidad llegar a un público específico, que se determina por las edades de los radioescuchas, en el nivel socioeconómico en el que se encuentran, y tipo de música que les gusta escuchar, y en ocasiones hasta el idioma (Stereo 100).

“GRUPO UNIRADIO es uno de los grupos radiofónicos más fuertes del Noroeste del País por lo que han logrado penetrar a los segmentos de clase popular, media y alta por medio de una selecta variedad de perfiles musicales, programas especializados y noticieros.

¹⁵ Información del Manual del área de ventas de GRUPO UNIRADIO.

¹⁶ Hausman.op. cit pág. 5

El GRUPO UNIRADIO está comprometido en ofrecer la programación más variada, actual y original, conjugada con los mas altos estándares de calidad en producción y transmisión, así como de la audiencia y selectiva que gusta de la buena radio”¹⁷

Lo dicho anteriormente permite también que los anunciantes que compran publicidad, tengan bien claro el tipo de público al que esta dirigida la programación de cada una de las estaciones que conforman el grupo lo cual facilita que seleccionen en las estaciones adecuados para promocionar su producto o negocio.

1.4 Prospectiva de Desarrollo de GRUPO UNIRADIO.

Como parte de la prospectiva de desarrollo de GRUPO UNIRADIO se tiene contemplado la ampliación de la cobertura a Estados Unidos, lo que permitirá llegar no solo a los mexicanos que se encuentra en ese país sino también a los hispanos parlantes que gusten de la radio en español.

La meta que se ha planteado Gustavo Astiazarán, Propietario de GRUPO UNIRADIO, es trabajar en el sur de California, ya que esta considerado como un lugar productivo en lo que se refiere a la industria radiofónica, este proyecto repercutirá en las finanzas del corporativo, por medio de la entrada de divisas a través de la compra de publicidad en las estaciones de la ciudad de Tijuana Baja California.

Otro de los objetivos de Gustavo Astiazarán, es lograr que las 16 emisoras que conforman el corporativo, estén a la vanguardia en la nueva tecnología, para la producción y emisión de su programación.

“Queremos crecer tratar de adquirir muchas frecuencias más, pues el mercado crece en los puntos en que estamos presente, pero la parte fuerte del negocio ahora la vemos en Estados

¹⁷ Información del Manual del área de ventas de GRUPO UNIRADIO.

Unidos somos la cadena radiofónica de perfil hispano más grande del sur de California y eso es ya decir algo”¹⁸

Para lograr estos avances el corporativo, ha tenido que adquirir infraestructura, por ejemplo en San Diego California se estableció una oficina para atender a los anunciantes de esa ciudad, que compran espacios publicitarios en las estaciones de Tijuana Baja California. El Director General de GRUPO UNIRADIO, José Ignacio Miranda, resalto que principalmente los patrocinadores se anuncian en la Caliente estación que transmite en esa ciudad fronteriza.

Por su parte el presidente de GRUPO UNIRADIO, Gustavo Astiazarán Rosas considera un gran reto el consolidarse en Estados Unidos, por la gran competencia que enfrentara con las radiodifusoras de San Diego y Condado Orengo sin embargo es una meta que se ha planteado a corto plazo. Se considera que este objetivo del dueño de la empresa puede lograrse porque en Hermosillo se cuenta en una cartera amplia de clientes lo que permite que esta empresa continúe funcionando y se financien nuevos proyectos.

A continuación se presenta la relación de algunos de los clientes y los paquetes de publicidad que se ofrece UNIRADIO a sus anunciantes.

1.5 La cartera de clientes de GRUPO UNIRADIO en Hermosillo.

Como sabemos la Ley Federal de Radio y Televisión otorga concesiones “para usar comercialmente canales de radio y televisión, en cualesquiera de los sistemas de modulación, de amplitud o frecuencia se otorgaran únicamente a ciudadanos mexicanos o a sociedades cuyas socios sean mexicanos.”¹⁹

¹⁸ Duarte, Demian (2004). *Uniradio Imporio. Libre empresa pasión por los negocios*, pp.8,10, 11

¹⁹ <http://info4.juridicas.unam.mx/ijure/fed/116/15.htm>

|Una de las actividades fundamentales para mantener un medio electrónico activo es la venta publicidad. Las 16 emisoras del GRUPO UNIRADIO cuenta con una amplia lista en su cartera de clientes, estos anunciantes permiten que las estaciones se fortalezcan cada día.

En GRUPO UNIRADIO Hermosillo se cuenta con departamento de ventas, los asesores de ventas, son quienes se encargan de los clientes, y ofrecen los paquetes de publicidad que se acomodan a sus posibilidades e intereses. Las emisoras donde son transmitidos los spot son: Stereo 100, Z93, La Poderosa y Radio Formula.

LISTA DE ANUNCIANTES DE GRUPO UNIRADIO POR EL GIRO DE LA EMPRESA:

MUEBLERÍAS	HOTELES	FARMACIAS	TIENDAS DE AUTOSERVICIO	UNIVERSIDADES
Apodaca COPPAL Famsa	Fiesta Americana Holiday Inn AeroMéxico	Benavides Farmacias VH	Casa ley Soriana Oxxo Super del Norte	Universidad de Sonora Universidad Kino Universidad Tecnológica de Hermosillo
REFRESQUERAS	AUTOMOTRIZ	PIZZERÍAS	TELEFONIA	OTROS:
Coca-Cola Pepsi-Cola	Nissan Chevrolet	Fábula Domino's	Telcel Movistar	Café Combate La Rumba Pescadería Álvarez

Fuente: Manual del Departamento de ventas de GRUPO UNIRADIO.

TARIFAS DE PUBLICIDAD LOCAL DEL 2004 DE GRUPO UNIRADIO.

En el área de ventas se maneja paquetes publicitarios donde los clientes tienen la opción de transmitir sus anuncios en una o en todas las estaciones de GRUPO UNIRADIO, además a los clientes se le ofrece distintos productos como son spot, comentarios durante los programas, entrevistas, control remoto y promocionales.

Los costos más altos de publicidad son durante los noticieros porque se encuentran en el horario triple A el cual es catalogado como el más importante para la empresa.

Por Estación:

Stereo 100 (XHSD.FM)

Z93 (XHMV-FM)

DURACIÓN	HORARIO NORMAL	HORARIO ESPECIAL	NOTICIERO
10"	72.00	105.00	145.00
20"	125.00	150.00	230.00
30"	160.00	190.00	295.00
40"	185.00	240.00	345.00
50"	230.00	290.00	425.00
60"	290.00	340.00	470.00

Por Estación:

**La Poderosa (XEHOS)
Radio Fórmula (XEYF 1200)**

DURACIÓN	HORARIO NORMAL	HORARIO ESPECIAL	NOTICIERO
10"	65.00	80.00	105.00
20"	95.00	135.00	190.00
30"	130.00	160.00	240.00
40"	145.00	185.00	270.00
50"	185.00	230.00	325.00
60"	200.00	270.00	370.00

1.6 Estructura Organizacional de GRUPO UNIRADIO.

GRUPO UNIRADIO es una empresa que está conformada por profesionistas de la comunicación, así como por una gran variedad de personal, como contadores, administradores, ingenieros en electrónica, etc.

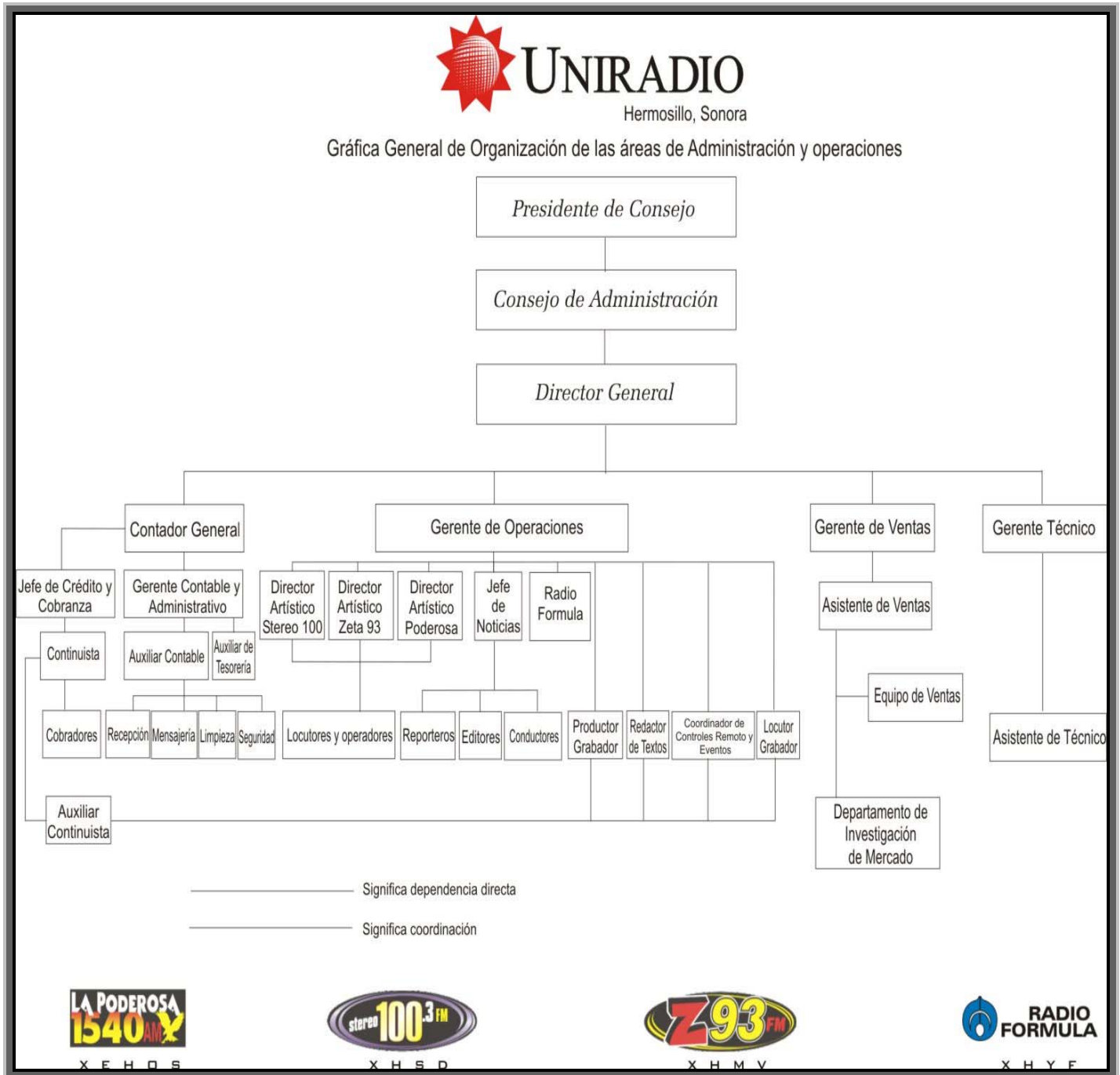
En cada uno de los departamentos se llevan a cabo funciones específicas, por ejemplo:

- **Área de noticias.-** Producción del noticiero UNIRADIO INFORMA.
- **Continuidad.-** Monitoreo de la publicidad transmitida y realización de las pautas para ésta.
- **Gerencia de Ventas.-** Autorización de las órdenes de transmisión de la publicidad.
- **Contabilidad.-** Administración de recursos humanos y financieros.
- **Crédito y Cobranza.-** determina si se da crédito a los anunciantes

GRUPO UNIRADIO cuenta con una estructura organizada, lo que permite designar las obligaciones y responsabilidades de cada uno de los departamentos o áreas que la conforman. En su conjunto estas actividades es lo que permite que la empresa continúe activa en el mercado.

Por lo dicho anteriormente a continuación se presenta el organigrama de la empresa donde se muestra la estructura del grupo radiofónico y cada uno de los departamentos que la integran.

ORGANIGRAMA DE GRUPO UNIRADIO.



En este capítulo se pudo conocer la historia de GRUPO UNIRADIO, en la ciudad de Tijuana Baja California y en el estado de Sonora, además el desarrollo que han tenido las estaciones que conforman este grupo radiofónico.

Como conclusión de este apartado consideramos que los directivos tienen como objetivo llegar a un público en especial con sus estaciones, esto se demuestra a través de los distintos formatos utilizados en las estaciones, por ejemplo en la Z93 se programa música pop.

Para el buen funcionamiento del GRUPO UNIRADIO se tiene claramente establecido cuales son las políticas de trabajo, el personal deben de tomarlas en cuenta para llegar a las metas, las cuales son principalmente aumentar el número de anunciantes de las distintas estaciones.