

**ASPECTOS DE LIDERAZGO APLICADOS EN LA CREACIÓN DE UN SISTEMA
NACIONAL DE RADIO EN 10 CIUDADES DE COLOMBIA**

PAULO MUÑOZ PATIÑO

**Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:
Especialista en Alta Gerencia**

**Asesora:
DRA. PAULA COLORADO ORDOÑEZ**

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
ESPECIALIZACION EN ALTA GERENCIA
BOGOTA, COLOMBIA
2016**

ASPECTOS DE LIDERAZGO APLICADOS EN LA CREACIÓN DE UN SISTEMA NACIONAL DE RADIO EN 10 CIUDADES DE COLOMBIA

Resumen

Este trabajo lustra las estrategias de liderazgo aplicadas en la creación de un sistema nacional de radio juvenil presente en 10 ciudades de Colombia, se consignan aquí las características primordiales del trabajo grupal, desempeño y formación de equipos con alto rendimiento. Se pretende demostrar como el acompañamiento a través de la gestión del talento, la asertividad, comunicación y motivación, entre otros aspectos, se convierten en prioridad para la formación de líderes y trabajadores comprometidos con el funcionamiento y crecimiento de la organización. Se abordan conceptos de formación y coaching del personal en los tiempos de hoy, donde el talento hace la diferencia y se convierte en un valor adicional de las empresas, en un mundo globalizado y altamente competitivo con una economía sin fronteras para los que quieren transformar el mundo.

Se describen aquí procesos vitales para la optimización de los recursos en las empresas radiales, manejo de personal, reclutamiento, formación y retención de talentos, además de la aplicación de las mejores prácticas para la transformación del conocimiento individual, en valiosos equipos de trabajo, todo con altos estándares de calidad y desempeño.

Sin dudas, un interesante viaje por la construcción de grupos de radio comprometidos y preparados para las exigencias actuales de la era digital, donde el talento y el conocimiento, deben ir de la mano para mantener vigentes a los medios de comunicación.

Palabras clave: Liderazgo, coaching, talento, desempeño, motivación, comunicación, conocimiento, formación, equipos, calidad, gestión.

Abstract

This paper illustrates the leadership strategies applied in the creation of a national youth radio present in 10 cities in Colombia, is entered here the key features of group work, and team performance in high yield. It is intended to demonstrate how this writing accompaniment through talent management, assertiveness, communication and motivation, among other things, become priority for the formation of leaders committed to the operation and growth of the organization workers. This work takes into account concepts of training and coaching of staff in today's times, where talent makes the difference and becomes an additional value of companies, in a globalized and highly competitive world with an economy without borders for which They want to transform the world.

Processes vital to the optimization of resources in the radio business, personnel management, recruitment, training and retention of talent are described here, along with the application of best practices for the transformation of individual knowledge into valuable teams, all with high standards of quality and performance.

Undoubtedly, an interesting trip through the construction of groups of committed and prepared for the requirements of the digital age, where talent and knowledge must go hand in hand to maintain in force the media to radio.

Keywords: leadership, coaching, talent, performance, motivation, communication, knowledge, training, equipment, quality management.

Introducción

Este trabajo recoge criterios, pensamientos y escritos de autores y líderes en la gestión organizacional, los cuales aportan su conocimiento en la formación y acompañamiento de talentos en las empresas, aplicados o adaptados al medio radial. De igual forma contempla herramientas fundamentales en la creación de equipos y personal calificado para desempeñarse en una emisora de radio.

Al indagar: ¿Qué proceso se debe seguir en la formación de equipos con alto desempeño y liderazgo en radio?, se tienen en cuenta conceptos como: Liderazgo, la forma como los líderes de hoy deben pensar y actuar en un entorno cambiante, exigente y altamente competitivo como el de los medios de comunicación, particularmente el de la radio; gestión de talento humano, crear estructuras mucho más flexibles en los equipos, mejorar la comunicación, apoyar la innovación, el crecimiento y liderazgo en el personal de radio; motivación personal, desarrollar un método de acompañamiento constante en los equipos de radio, generar confianza y apoyo permanente desde las cabezas de la organización, hacia los talentos en las ciudades y formación de equipos en alto desempeño, implementar una cultura de crecimiento y formación constante, buscando con ello la excelencia en el personal de radio, mejorar los procesos de gestión, contratación y retención de los mejores talentos.

Este trabajo invita a reflexionar, por qué la preparación, el acompañamiento, motivación, innovación, apoyo y crecimiento, deben ser políticas vitales de las empresas, a la hora de crear equipos de trabajo radial con un alto desempeño, aplicados en un mercado totalmente diferente al que siempre se enfrentó la industria de la radio.

Formación de equipos con alto desempeño

Dentro de las exigencias del mundo actual, se deben contemplar habilidades como conocimiento digital, manejo de redes sociales, edición y contenidos en la web, que años atrás, eran totalmente desconocidas en el entorno laboral, por ello se hace necesario una transformación o adaptación de las organizaciones a las necesidades de hoy, como lo menciona Andrés Muñoz, actual director general de emisoras musicales en Caracol, con talentos y conocimientos basados en la realidad de la era digital y economía, global sin fronteras. Estos equipos, deben tener una mentalidad abierta y un desempeño óptimo basado en las nuevas herramientas que exige el mercado laboral al que se enfrentan actualmente, estas habilidades, capacidades y fortalezas, deben estar guiadas por líderes flexibles y altamente preparados para optimizar y enfocar muy bien el talento de los nuevos creadores de recursos para las empresas. Es así como la formación de equipos con alto desempeño cobra vital importancia en este proceso de creación de un sistema radial nacional, pues de esta formación y capacitación, depende en gran medida el éxito del reto que se asume a la hora de construir una cadena de emisoras juveniles, en un mercado amenazado por la llegada inminente de la digitalización del negocio, en los medios de comunicación mundial.

Para ello, se debe tener en cuenta el crecimiento personal como lo expresa, Covey (2003), “la mejor inversión que se puede hacer, entonces, es en mejorarse a sí mismo desarrollando los hábitos que le harán mejor persona y mejor gerente”; en tal sentido, se puede asegurar entonces, que los hábitos van construyendo un carácter que termina influyendo en la personalidad del líder, por eso es importante crear bases sólidas de liderazgo participativo donde los talentos se involucren con sus jefes en búsqueda del crecimiento organizacional.

Teniendo en cuenta esto, se debe dar prioridad, al el hecho de formar eficazmente a cada uno de los directores, los cuales estarán al frente de los equipos radiales, siendo

vital para la formación y transformación de los talentos en la era digital. Pero no solo basta con elegir a los mejores líderes frente a los procesos radiales, también se debe tener en cuenta, una exhaustiva selección o búsqueda de los talentos para asumir el reto que impone el mundo actual dentro del negocio de los medios de comunicación, dicho esto, se debe profundizar en contar con un personal que tenga algunos conceptos básicos digitales, como manejo de redes, plataformas virtuales y presencia en la web.

Todo esto con el firme propósito de formar equipos de alto desempeño con los retos que tienen los medios de comunicación actualmente, se debe recordar lo que señalaba Curtain (2010) “las empresas triunfantes del futuro intentarán combinar esfuerzos y desarrollar nuevos productos y servicios mediante una organización innovadora del trabajo” (p.39); es decir, se deben implementar estilos diferentes dentro de la organización, los cuales busquen romper con viejos esquemas de las empresas, todo esto para poder incursionar en el mercado actual.

Partiendo de este principio básico de la reinención organizacional, se debe pensar cómo crear unas estructuras más dinámicas y acordes a las exigencias del mundo actual, para la radio no es fácil asumir este reto con talentos que crecieron con ideas que hoy en día son obsoletas y no se acomodan a los estilos de su audiencia, tales como el manejo de redes sociales, herramientas y conceptos de la web, pensando en esto, se propone una capacitación digital para los directores que sean adaptables al cambio y un cambio de directores en las ciudades donde se identifique resistencia al cambio, para modernizar su gestión. Sería entonces este el primer paso para sentar los cimientos de lo que debe ser la formación de equipos con alto desempeño en radio, saber quiénes pueden adaptarse rápidamente al cambio, y quienes definitivamente se resisten a hacerlo, un principio básico para empezar a diseñar estrategias conjuntas con personas dispuestas a asumir el reto de la transformación digital en los medios de comunicación.

Es así como se hace indispensable pensar en características especiales como “una fuerte presión competitiva para encontrar la estrategia más eficaz que reduzca costes y maximice la futura posición, adopción de las mejores prácticas mundiales, no sólo deseable sino necesaria para la supervivencia” (Curtain, 2010., p.36); en consecuencia, se deben considerar estas herramientas esenciales a la hora de pensar en la formación de talentos como respuesta a la globalización en el ámbito radial, tarea indispensable para la formación de los líderes y equipos que enfrentarán las duras exigencias de un mercado ágil y desconocido para muchos, el cual tendrán que enfrentar por el bienestar y sostenimiento de las empresas.

El alto desempeño en radio

Actualmente se trabaja en procesos mucho más ágiles, exigentes y modernos, los cuales buscan identificar tempranamente las habilidades o características de los talentos radiales, esto para acompañarles en su crecimiento personal y acoplarlos con las áreas de producción en las compañías de radio. Anteriormente el proceso de selección, promoción o acompañamiento, iba muy ligado a los resultados de sintonía, criterio que manejaba Caracol Radio, lo que significaba, contar con muy buenos talentos al aire, pero sentados en escritorios sin tener habilidades directivas. Esta realidad viene cambiando últimamente y es común encontrarse en la actualidad, con personajes que fueron famosos en su momento al aire, pero ahora preparándose y creciendo para aportarles conocimiento y academia a la organización.

Tabla 1.
Modelo de evaluación cualitativa en radio.

Ciudad	Nombre	Desempeño.	Para Mejorar.	Evaluación Cuantitativa		Recomendaciones
Pereira	Jose Carlos Franco	Proactivo, popular y recursivo, propone muchas actividades, permanentemente tiene concursos y eventos al aire.	Más organización y constancia con su producto, ser más líder, confianza y motivación personal con su equipo. Su gente lo ve como el jefe no como el líder. No mira las oportunidades sino las ventajas de la competencia.	Actitud	2	Calificación muy baja para los propósitos de la compañía y el reto de la ciudad.
				Habilidades Operativas	2	
				Habilidades Gestión	2	
				Experiencia	5	
				Total	2,75	

Fuente: Caracol Radio, dirección nacional musical.

Liderazgo

Para crecer como individuo y aportar al crecimiento de una organización, el liderazgo debe ser considerado como parte fundamental del desarrollo dentro de las personas en los equipos de radio, este debe ser un principio básico a la hora de conducir equipos y talentos donde la orientación a resultados es factor determinante del éxito de un proyecto radial. Para cumplir con este proceso, se hace necesario contar con un modelo de capacitación y acompañamiento, de las personas que se considera, desarrollan destrezas como líderes e influyen positivamente en los demás, para ello es básico, no solo contar con las evaluaciones de desempeño anuales, sino también incluir planes de seguimiento y acompañamiento continuos, los cuales aparte de identificar los líderes, ayuden a su crecimiento y formación para la productividad de la empresa.

Estas empresas de radio deben contar con herramientas de seguimiento y control, las cuales ayuden a identificar tempranamente el liderazgo, si bien es sabido, “una persona proactiva es guiada por sus propios valores, a diferencia de la persona reactiva, quien entrega el control sobre sus decisiones, dejando que el comportamiento y las opiniones de los demás le digan cómo se deben sentir” (Covey, 2003, p.1); por lo tanto, se debe hacer un esfuerzo valioso, para contar con líderes auténticos y llenos de iniciativa en los procesos de radio, pues cada vez más el medio se verá condicionado por los presupuestos de sus proyectos y es allí donde debe aparecer el líder para motivar y optimizar los recursos en búsqueda de las metas trazadas. Un líder lleno de iniciativa y grandeza, no solo transmite claramente el propósito de la empresa, sino también ayuda a desarrollar las habilidades de cada miembro de su equipo, generando con ello, un valor agregado a los productos y empresas de radio, llevando consigo a su equipo a la consecución de las metas.

Este proceso de liderazgo, debe hacer tomar conciencia a las empresas de radio, pues “todos sabemos que un liderazgo efectivo es ahora más necesario que nunca y que la demanda de buenos líderes se ha disparado, es en las tormentas cuando los capitanes han de ser más hábiles y expertos” (Fernández., 2009., p.45); demostrando con esto, que para hacerle frente a la inminente realidad de la economía digital actual, se hace necesario no solo con contar, sino captar, retener y motivar a los líderes llamados a ser vistos de alguna manera como los salvadores de las organizaciones en los tiempos de cambio.

Asimismo se debe señalar que los tiempos de cambio significan un reto para los medios de comunicación convencionales, particularmente la radio quien se ve amenazada con la llegada de nuevos competidores, mucho más dinámicos, económicos y modernos como es el entretenimiento a través de la web, una amenaza que cada vez más crece y se torna flexible, frente a la complejidad y altos costos que se generan con la radio, pues las plataformas digitales, emisoras web, redes sociales, servicios de

streaming y demás medios digitales, resultan mucho más prácticos a la hora de generar contenidos si los comparamos con los medios de comunicación tradicionales. Es aquí precisamente donde la empresa radial debe empezar a buscar un diferenciador y es el contenido junto a los talentos, un reto fácil si tenemos en cuenta que la “comunicación asertiva, puede lograr que su personal siempre se mantenga motivado y realice el trabajo en equipo (Pereda, 2000, p.128); un trabajo que sin lugar a dudas debe tener al frente, a un gran líder, altamente capacitado, preparado y motivado para hacer de su grupo, un equipo ganador que se adapte fácilmente a los cambios, y asuma con grandeza los retos que le impone el mercado actual.

Liderazgo en radio

Caracol Radio cuenta con el mayor número de líderes e influenciadores del medio radial actual, esto gracias a sus más de 60 años como la primera cadena radial, según todos los estudios de sintonía del Estudio de Radio Continua (ECAR) y Estudio General de Medios (EGM), hechos a lo largo de la historia radial Colombiana, como , este liderazgo le ha valido dominar el mercado en un más del 54 % de audiencia en Colombia, por este sistema radial han pasado décadas de conocimiento y talentos, quienes ayudaron a construir lo que hoy sigue siendo un gran emporio de raedio, gracias a su nombre y posicionamiento de marca, Caracol sigue vigente en la mente de los Colombianos. ¿Pero es suficiente contar solo con líderes de opinión y entretenimiento en una empresa de radio? No, detrás de estos talentos debe estar un gran equipo humano que acompañe, promocióne y consolide el trabajo de los talentos en radio, por esto se hace necesario pensar en liderazgo en radio desde todos los aspectos, comercial, estratégico, digital y humano. Un proceso que considere todos los mecanismos vitales dentro de la cadena de producción en radio.

Tabla 2.
Modelo plan de acción y seguimiento a directores de radio

PLAN DE ACCIÓN					
CIUDAD	TAREAS	SEGUIMIENTO	NOMBRE DEL RESPONSABLE	RESULTADO ESPERADO	FECHA DE EJECUCION
Armenia	Puesta al aire y personalidad de la emisora.		Carlos Motta	Crecer 60 mil oyentes.	28 de Septiembre 2015 al 02 de Octubre (2015)
	Ajustar relojes.				
	Revisar contenidos.				

Fuente: Caracol Radio, dirección nacional musical.

Gestión en talento humano

Dentro de los procesos radiales y la implementación de un sistema nacional de radio en 10 ciudades de Colombia: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Pereira, Manizales, Bucaramanga, Cúcuta, Armenia y Popayán, ciudades donde Caracol dispone de estas frecuencias juveniles, se propone diseñar un programa completo e íntegro de gestión del talento humano, el cual debe estar acompañado de un exigente accionar en el área de los recursos humanos, departamento que trabaja de la mano con el producto radial para hacer de las emisoras, unas grandes generadoras de talento y recursos invaluable para la compañía. Todo encaminado a medir, valorar, corregir y optimizar cada uno de los procesos aplicados en los productos radiales al aire, con esta práctica se garantiza trabajos óptimos y estandarizados con los ideales de la compañía, si bien es cierto el talento es la base del negocio radial, la gestión de este debe ser prioridad para la organización, más aun en tiempos de cambio donde la empresa está en constante transformación y aprendizaje de nuevos procesos.

Según lo anterior, se considera tan exigente la gestión del talento humano en radio, que la compañía se ve abocada a reorientar las funciones que son objeto de su gestión, considerando la gestión como “todo el conjunto de actividades que se llevan a cabo para el logro de los objetivos organizacionales” (Orozco y Arias, 2015, p.3); actividades que deben estar acorde frente a los retos que trae consigo el negocio de la radio en tiempos de transformación digital, es decir que los procesos de alguna manera deben reinventarse o cambiar significativamente de rumbo, si se pretende mantener a flote las organizaciones y hacer más competitivo el negocio, desde el recurso del talento humano.

Por lo anterior, se deben buscar o actualizar métodos de control y evaluación en la gestión del talento humano en radio, con herramientas mucho más afines a las exigencias del mercado actual, incluyendo en ellas nuevas prácticas, procesos y habilidades modernas que deben desarrollar los equipos en los medios de comunicación, Según Huselid (1995) “a través de prácticas como el reclutamiento y la selección se obtiene influencia sustancial sobre la calidad y el tipo de habilidades de los nuevos empleados” (p.55). De acuerdo al autor, el trabajo de recursos humanos en las compañías, debe ir de la mano con los requerimientos de la radio, no solo buscando mejores empleados, sino talentos mejor preparados para hacerle frente a la nueva economía del mundo.

Por consiguiente, se percibe un mundo cada vez más exigente, dinámico, cambiante e impredecible, el cual se resiste a quedar estático como ocurría antes en la economía global, donde los cambios se daban, pero mucho más lento y con tiempo de reacción, diferente a lo que ocurre hoy con el talento, donde todo ocurre y cambia a la velocidad de la era digital. Debido a esto, se puede pensar entonces, que no solo basta con una muy buena gestión del talento humano, sino también una muy buena selección de los líderes que estarán al frente, evaluando, motivando y señalando el camino a seguir, para lograr las metas que se definen por parte de la organización.

Cabe destacar aquí lo que mencionaba el mismo autor, Huselid (1995), cuando un entrenador recibe la responsabilidad de guiar con éxito a un equipo, la primera pregunta que debe hacerse, desde el punto de vista psicológico, es ¿cómo soy? (García, 2001, p.53); a conocer con esto, como un entrenador, líder, evaluador o jefe, debe estar muy consciente de su trabajo y responsabilidad frente a lo que se busca en la empresa radial de hoy, dejando claro con este concepto, que no solo se busca mejorar en los procesos de gestión, sino también en las prácticas de evaluación, medición, control y seguimiento del principal intangible de las compañías como es el factor humano. Se trata entonces no solo de un cambio en la metodología, también de un cambio de mentalidad empresarial, la cual debe llevar a las organizaciones a replantear sus procesos y métodos de valoración, pensando en el mercado radial de hoy.

La gestión en radio

En la radio la gestión se realiza con un seguimiento minucioso a los productos sonoros, entendiéndose esto como chequeo a las emisoras, este seguimiento analiza detalles, contenidos, talentos, programación musical y puesta al aire, de acuerdo a parámetros establecidos por Caracol Radio. Dadas las condiciones actuales, donde solo se considera la voz como factor decisivo a la hora de una contratación, se hace necesario ampliar un poco más esta gestión, hasta llegar a los propios talentos y el desarrollo de sus nuevas habilidades, las cuales debe ir desde las radiales, emocionales y hasta digitales, de acuerdo las exigencias del mercado actual, quiere decir esto, que no solo basta con chequear las emisoras, sino también empezar a construir una cultura de crecimiento y transformación en los talentos, para poder adaptarse fácil y rápidamente al cambio.

ACOMPañAMIENTO CIUDADES

Supervisión y apoyo

El apoyo y supervisión que brindaremos constan de los siguientes puntos:

- Comités de programación.
- Monitoreo y chequeo de la programación musical y producto como tal.
- Visitas a las ciudades.
- Llamadas de respaldo o soporte.



Fuente: Caracol Radio, dirección nacional musical.

Figura 1. Diapositiva de supervisión y apoyo en gestión radial, modelo Caracol.

Motivación Personal

Nunca antes las empresas de radio se habían preocupado tanto por el factor humano como ahora, es evidente como se implementan acciones y campañas de motivación personal, las cuales buscan aparte de generar un buen ambiente laboral, crear sanas relaciones entre la empresa y los trabajadores, buscando con ello una mayor productividad y actitud frente a los procesos radiales. Dentro de estos procesos se debe reconocer a la motivación como pilar fundamental de los talentos a la hora de desarrollar sus oficios de entretenimiento, frente a los micrófonos y ahora con su presencia en redes

sociales, hacerlo significa aportar actitud para su trabajo desde el liderazgo, un oficio no muy fácil con los retos que enfrentan los medios actualmente.

Siendo así, se confirma como la motivación en los medios de comunicación se ve condicionada a los resultados de sintonía mensuales, informes que registran la aceptación o no de sus trabajos al aire en cada emisora, una tarea muy ardua si se tiene en cuenta que sin importar el resultado del rating, todos los días se debe emitir alegría sin importar su situación emocional. Para ellos compañías como Caracol Radio, maneja cierto tipo de estándares en la comunicación de resultados en sintonía, los cuales consisten en lo posible siempre de socializarlos después de los programas de la mañana, para que no afecten los contenidos al aire.

Por lo tanto, esta es tan solo una de las tantas prácticas que se desarrollan para mantener motivadas a las personas de radio, principalmente cuando se manejan resultados intangibles que no son posibles de medir como un producto más, sino bajo el efecto de la recordación, siendo a veces injusto por la labor desempeñada por los directores, y castigada por la lectura que le hace un estudio de sintonía, aun así, en tal sentido, Harold Koontz, (1999), asegura que “la motivación es un término genérico que se aplica a una serie de impulsos, deseos, necesidades, anhelos y fuerzas similares” (p.501); Lo que quiere decir que muy aparte del rating, los talentos radiales se ven motivados por unas metas personales mucho más grandes que los resultados de sintonía, como son el orgullo, satisfacción y liderazgo, frente al trabajo realizado en un producto radial.

De acuerdo a esta apreciación, la motivación en la implementación de un sistema de radio nacional, debe ser un bastión primordial, considerando que se va a asumir un reto incierto que significa aventurarse a unos buenos o malos resultados dependiendo del rating obtenido en cada ciudad, teniendo en cuenta esto, se debe no solo recurrir a la motivación como un motor de actitud, sino a la vez como una herramienta vital para la

salud mental de los equipos radiales, como lo define Abraham Maslow, “constituye la tendencia del hombre a desarrollar sus propias potencialidades, puede ser expresada como el deseo de llegar a ser todo lo que uno es capaz, por ejemplo, desarrollo de ideas creativas e innovadoras, superación académica y profesional, etc” Bertolini., 2015., p.11); es la motivación, esa voz interior que te reta y te da la energía necesaria para alcanzar los logros que te propongas en la vida, la radio frente a esto no es indiferente y por eso se plantean acciones como charlas permanentes, teleconferencias, talleres y reuniones donde la motivación personal sea el tema central para que los talentos asuman como suya sin importar las circunstancias, pero teniendo siempre claro el camino y la meta a alcanzar.

Para hacerlo posible, se deben reforzar conceptos claros en la comunicación asertiva, lo cual “significa tener la habilidad para transmitir y recibir los mensajes, sentimientos, creencias u opiniones propios o ajenos de una manera honesta, oportuna y respetuosa para lograr como meta una comunicación que nos permita obtener cuanto queremos sin lastimar a los demás” (Pereda, 2000, p.1); un claro ejemplo de cómo se puede desde la motivación, transmitir un mensaje claro y contundente, que busque siempre exigir y hacer que los demás den lo mejor de sí, sin afectar, abusar, amenazar o condicionar a los equipos de trabajo.

Motivar al personal de radio, debe ser prioridad en estos tiempos donde el talento es uno de los mayores diferenciadores en los medios de comunicación, pues es su oficio principal animar, acompañar y alegrar a sus oyentes, pero esta motivación debe tener también un esquema definido dentro del plan de trabajo a desarrollar por parte de los directivos, este debe estar condicionado de alguna manera a un trato diferente de acuerdo a cada miembro del equipo, “de alguna manera todo el mundo necesita ser considerado de forma personal, diferenciándole del resto del equipo según la percepción individual de cada jugador con sus propias habilidades” (Garcia, 2001., p.42); En consecuencia, es algo que se debe manejar con mucha altura sin afectar el entorno

laboral, brindando a cada uno, su debido reconocimiento, motivación y afecto considerando la situación, personalidad y capacidades de cada miembro del equipo, es sin dudas un gran reto pero vale la pena asumir para transformar grupos en verdaderos equipos de alto rendimiento en radio.

Motivando a los motivadores

Parece curioso pero los talentos de radio deben siempre transmitir alegría, optimismo y positivismo sin importar las circunstancias personales, es así como su trabajo depende en gran medida de la actitud personal en todo momento, pero como se mantiene motivado a un motivador?, muy práctico, las empresas de radio deben incluir políticas de distracción, bienestar, recreación y entretenimiento con su personal, talleres, campañas o prácticas que vayan mucho más allá de un simple: lo estás haciendo bien. Estas acciones deben ir de la mano con los directores de cada ciudad, quienes se encargaran de replicarlas con sus equipos, para así lograr un mejor clima laboral y mayor productividad, no solo con el producto al aire, sino también en beneficios económicos para la compañía.



RETO CARACOL: TROPICANA Y OXIGENO 2015 POR EL PRIMER LUGAR



22, 23 y 24 de Octubre de 2015



Fuente: Caracol Radio, dirección nacional musical.

Figura 2. Portada de taller motivacional talentos Caracol.

Conclusiones

Después de abordar diferentes conceptos, autores, libros, informes y recursos sobre liderazgo y formación en los equipos, se puede concluir como indispensable y casi obligatorio, implementar o mejorar las acciones encaminadas a la selección, retención o contratación de los talentos de radio, es apenas evidente como los tiempos han cambiado y el personal cada vez más requiere de nuevas y actualizadas habilidades para sus cargos, la radio no es ajena a esta realidad y por eso desde ya, se proponen planes actuales y dinámicos, los cuales busquen como primera medida mantener a flote a las organizaciones en tiempos de cambio y turbulencia.

Esto responde en parte a la pregunta sobre qué proceso se debe seguir en la formación de equipos con alto desempeño y liderazgo en radio, por ello se concluye:

1. El liderazgo en las organizaciones de radio debe ser tema bandera en tiempos de cambio, mantener una mentalidad abierta y contar con equipos altamente calificados, debe ser prioridad para los medios de comunicación, todo esto ante la llegada de nuevos, rentables y ágiles competidores, en la llamada era digital.
2. La formación de equipos con alto desempeño debe estar acompañada de un proceso serio, amplio y detallado buscando siempre la mejor preparación del personal para optimizar los procesos y mantener a las empresas de radio vigentes y estables frente a las amenazas del mercado, en lo posible esta formación debe ir de la mano con el conocimiento y herramientas prácticas que ofrece la tecnología actualmente.
3. Sobre la motivación personal, se puede concluir como vital desarrollar en las empresas radiales, programas o campañas que generen en los equipos un cambio de actitud frente a las transformaciones que la organización debe asumir para seguir haciendo de la radio un buen negocio, motivación que debe empezar desde los directores de las emisoras y ser transmitidos a todos los talentos que en ella laboran.
4. Frente a la gestión del talento en un proceso de formación y liderazgo en radio, se concluye realmente indispensable, realizar un mejoramiento continuo en las prácticas y procesos de gestión sobre el talento humano en el negocio del entretenimiento, este debe actualizarse y adaptarse rápidamente a las exigencias del entorno actual que trae consigo la digitalización o internet de las cosas.

Referencias

- Bertolini., G. (10 de Septiembre. de 2015.). *Curso: Administración y gestión en las empresas cooperativas*. Obtenido de www.coopaguamerlo.com.ar: http://www.coopaguamerlo.com.ar/descargas/cooperativismo/cursos/2008/capacitacionempleados/clase5_administraci%C3%B3n.pdf
- Castro, J. (2009). La Nueva Era Global. *Cromos*, 12-13.
- Claves Cortés, E., & Zaragoza Saéz, P. (2007). La dirección de recursos humanos en las organizaciones inteligentes. Una evidencia empírica desde la dirección del conocimiento. *Investigaciones Europeas De Dirección y Economía de la Empresa.*, 53.
- Covey, S. R. (2003). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*. Buenos Aires.: Paidós Plural.
- Curtain, R. (2010.). La empresa del futuro: sus implicaciones para la formación profesional. *Revista Europea.*, 35-40.
- Fernandez., G. (2009.). Buenas noticias para el desarrollo del talento. *Revista APD.*, 45.
- Garcia, A. (2001.). Veinte maneras de motivar a un equipo. *Cuadernos de Psicología del Deporte.*, 53.
- Koontz, H. (1999.). *Administración, una perspectiva global*. Mexico.: Mc Graw Hill.
- Orozco y Arias. (23 de 09 de 2015). Estado del arte en la medición de la gestión del talento humano. Manizales., Caldas., Colombia. Obtenido de <file:///C:/Users/paulocesar.munoz/Downloads/EI%20Arte%20De%20La%20Medi>

ci%C3%B3n%20En%20La%20Gesti%C3%B3n%20Del%20Talento%20Humano.
%20(1).pdf

Pereda, O. E. (2000). La Asertividad: modelo de comunicación en las organizaciones.
Revistas De Investigación UNMSM., 1.

Rojas. (2008). El arte de dirigir. *Pasamoda del mundo.*, 10-12.