

CAPITULO IV

LA XEPA: FRENTE A LA RADIO DIGITAL

Este último capítulo, determina la situación operativa, técnica, organizacional y financiera de la radiodifusora independiente XEPA de amplitud modulada (AM) del Estado de Puebla, y analiza los retos y posibilidades, para afrontar el cambio tecnológico digital en su transmisión. La información que se presenta, fue obtenida de documentos internos de la XEPA, entrevistas con los empleados, archivos históricos y personales, etc.

Antecedentes de la XEPA.

La Secretaria de Comunicaciones y Transportes otorgó la Concesión a Salvador Martínez Aguirre, para instalar, operar y explotar comercialmente la frecuencia 1370 kc/s, con el distintivo de llamada XEPA-AM, con potencia de 5.0 kw-N, en Puebla, con vigencia de 25 años, contados a partir del día 9 de octubre de 1958 y vencimiento el 9 de octubre de 1983.

El 25 de octubre de 1958, se funda como la estación vanguardista, Don Salvador Martínez Aguirre, quien se asocia con Carlos Ferrais Matos, considerado el Zar de la radio en el Estado de Veracruz, inician transmisiones desde las instalaciones ubicadas en la 7 Poniente 102, Altos del Cine Puebla en el Centro de la ciudad de Puebla. Dentro de las instalaciones contaba con un teatro estudio, un

piano de cuarto de cola oficinas perfectamente adaptadas con la finalidad de encarecer el producto.

Fue inaugurada la XEPA-AM por el entonces Gobernador Don Fausto M. Ortega y por el ingeniero Don Eugenio Méndez Docurro en ese entonces el Director de Telecomunicaciones de la Secretaría de Comunicaciones Y Transportes.

Los aparatos receptores se encontraban en Rancho San José Xilotzingo, Puebla. La energía eléctrica para la planta transmisora se llevaba por cables y postes improvisados desde Mayorazgo.

Ante el impedimento de comunicación por líneas telefónicas se optó por el enlace radiofónico FM, constituyéndose en la primera estación que en el país operó con un enlace de frecuencia modulada de 88.2 MGZ, es así como inicia operando en AM Y FM, pero en ese entonces no existían receptores de FM.

En lo que es considerada la segunda etapa, el equipo de enlace estudio planta, contaba con un transmisor de marca Marti modelo_ STL-18, con potencia nominal de 150 Watts, con banda de frecuencia de operación de 216.075 MHZ con una antena Yqui de 3 elementos. El aparato transmisor de planta era un Gates de bulbos.

Como tercera etapa continuó con el equipo de enlace estudio planta transmisor marca Marti modelo_ STL-18, con potencia nominal de 150 Watts y un aparato transmisor de planta Collins de bulbos y transistores, en el 1370 KGZ.

En 1960, se hizo cargo únicamente de la estación el Señor Salvador Martínez Aguirre.

En 1964 fue una estación significativa en la vida política, ya que en la campaña para presidente de La Republica del PRI del Lic. Gustavo Díaz Ordaz fue designada coordinadora de radio y estación piloto para dicha campaña.

En Agosto de 1972, encabezó la ayuda para damnificados del temblor.

Al Fallecimiento de Don Salvador Martínez Aguirre, mediante un oficio el 10 de Marzo de 1977, se autorizó el cambio de titularidad de los derechos de concesión de la frecuencia, a favor de Margarita Duarte Calderón y Otros, para continuar operando y explotando comercialmente la frecuencia, con vigencia de 20 años, contados a partir del día 2 de julio de 1969 y vencimiento el día dos de julio de 1989. Este mismo año, se unió a Radio Oro en la Avenida Juárez 2108, 4 piso.

En Mayo de 1993, pasó a la 25 sur 304-5 piso, formando alianza con la XHPBA-FM en ese entonces Sí FM.

Posteriormente en 1994, se autoriza llevar a cabo la instalación y operaciones con un incremento de potencia a 10.0 kW-N y 1.0 kW-N; contando con un sistema radiador no direccional y un sistema de transmisión estereofónico en las instalaciones de Xilotzingo, Pue. Por el aumento de potencia fue necesario el cambio de equipo transmisor, instalándose un equipo Harris Mod. DX-10 digital como principal,

siendo estéreo y como equipos emergentes un Collins Mod. 828-E1 y un Gates Mod. BC-5P2.

El 4 de septiembre del 2000, cambia sus estudios de transmisión y se ubicó en la privada 7-B Sur 4105.

En 2005 se autorizó por La Secretaria de Comunicaciones y Transportes, el cambio de potencia de operación a 20 000 Watts, ya no estéreo y con dos equipos DX 10 Digital. Cambio de ubicación de la antena transmisora al municipio Coronango Puebla, modificación de sistema radiador y cambio de ubicación de estudios a San Judas Tadeo 4901 Santa Cruz Buenavista.

La XEPA ha ocupado el lugar número tres de las estaciones más antiguas de Puebla, la primera es la XEHR y la segunda es la XECD.

Los nombres de la estación han sido:

- **Radio Angelópolis – 1958.** Multiprogramática, se hacía mucha producción de radionovelas, gingles cantados. No se vendía por tiempo medido, los comerciales eran en vivo, como también la producción de sus programas. Contaba con la hora de los aficionados, el Mariachi Metepec y Javier Solis en el teatro.
- **Su Favorita – 1974.** Música Pop, programas rurales. Se transmitían dos radionovelas *Ojo de Vidrio* y *Aquí está Felipe Reyes*. Desde este momento La XEPA fue una estación regional donde la mayor parte de los radioescuchas eran de fuera de la ciudad. En esta época el *rating* no era tan importante, median la audiencia por medio de obsequios. Llegaba a un público, con

un mercado potencial de mujeres y hombres entre los 12 y 30 años.

- **Sonido 13.70 – 1975.** Música pop. Se centró a un público que se encuentra en centros de entretenimiento y comerciales, las radionovelas fueron eliminadas de la barra de programación. No se transmitían noticias. Y se incluyó un programa especial de Juan Manuel Serrat además de los partidos de fútbol, los cuales se transmitían en vivo. El logotipo de la estación se eligió mediante un concurso entre los radioescuchas.
- **La Poblanita – 1976.** Fue el cambio con Radio Oro, este grupo al tener estaciones en FM de género Pop, deciden cambiar el género de La XEPA a música Ranchera y Norteña. Aunque en un principio se dudaba del posible éxito, la estación se convirtió en todo un fenómeno, siendo la única estación en Puebla con ese formato. Cabe señalar que la XEPA desde este momento se caracterizó por ser una radio regional y estar en el número uno de rating. Por medio de la estación de radio los emigrantes mantenían comunicación con sus familiares en Puebla, enviando cartas a la estación y éstas eran leídas al aire, en esos momentos era su único medio de comunicación. Era una radio participativa con la sociedad e interactiva. Uno de los programas que causó gran impacto fue **La Hora del Itacate** con Otoniel. El público al que era dirigido era CD, con un mercado potencial de mujeres y hombres entre los 15 y 45 años.
- **La Grande – 1987. Tropical.** Iba a un mercado potencial de mujeres y hombres entre los 15 y 45 años. Se encontraba en el Lugar 10 del rating su principal competencia era La Tropical Caliente.
- **La Súper Fiera – 1994. Ranchero, Grupero.** Tenía concursos, iniciaron la organización de eventos masivos como estrategia

de ventas y para conocer su alcance, iniciaron una variada programación: noticias, entrevistas, éxitos y novedades, transmitiendo de lunes a domingo las 24 horas del día. Ocupaba el lugar 10 en la lista de Raiting, su competencia era La Radiante, La Tropical, La Tremenda y La Mera Mera.

- **La Prendida – 1998 Ranchero, Grupero, Tropical.** Espacios informativos entrevistas, de opinión y comentaristas de deportes. Transmitiendo de lunes a domingo las 24 horas del día.
- **KeBuena 1010 – 2000.** El horario de transmisión de la estación fue de las 6:00 am a las 24 horas del día. En la mayor parte de su programación contaba, con más espacios informativos y espacios dedicados para la denuncia de la sociedad para las autoridades. Se tenía enlace con el noticiero de Joaquín López Dóriga por las noches. Llegando a un mercado potencial de mujeres y hombres entre los 15 y los 45 años ofreciendo 100% música grupera y tropical. Sirvió de enlace con los mexicanos en los Estados Unidos por medio de otras estaciones para mantener contacto con sus familiares.
- **La Diez - 13 de Septiembre 2004.** El 70% de la programación era radio hablada de lunes a viernes y un 30% musical los sábados y domingos. Contaba, con 10 000 watts de potencia. En cuanto a la competencia, *La Diez* cuenta con periodistas poblanos y la información es regional del interés de la sociedad poblana. Sus competidores son Fórmula 11.70 y la HR de amplitud modulada, quienes ofrecen información más de nivel nacional que estatal. Se llevaban a cabo controles remotos y menciones al aire, permitiendo a sus clientes un lazo con el público. Actualmente es La Nueva Diez.

Equipamiento.

Se trabaja con sistema análogo:

- Consola Yamaha de 16 canales M61614
- Tascam DA-30
- DEC reproductor de cassette.
- Reproductor de CD Mitsui
- Amplificador Yamaha A 100a
- Computadora (Sistema Saw Plus, para la estructura de spot y el Sound forge para editar voz, Vegas 4.60).
- DINESAT, Sound Plus, Sistema de Programación.
- Para programación de continuidad, grabación y reproducción de audio, cuenta con un programa Hard Data Dinasty V8.

El equipo de Transmisión es:

- Consola de Aire Autogram serie 1325.
- Reproductor de DVD LG
- Consola micrófonos Shure FP410
- Computadora Digital Pantalla plana Accer
- Bocinas JBL
- Micrófono Shure SM7.
- Estudio de entrevistas 2 micrófonos Shure V63.1 y uno SM7

Cuarto de ingenieros:

- 1 Receptor de señales de radio CARVER TX-11b
- Amplificador ATI DA208

- Compresor APHEX modelo 723
- Enlaces Marti Modelo R10
- 2 reguladores SB modelo SR480.

Cobertura.

Actualmente la XEPA tiene una cobertura en 8 Estados:

- Puebla
- Tlaxcala
- Veracruz
- Oaxaca
- Guerrero
- Estado de México
- Morelos
- Hidalgo

Cultura Organizacional

Misión. Busca ser una radio abierta a todos los grupos de la sociedad poblana, una radio participativa, donde se encuentre un espacio de libre expresión. El respeto al radioescucha es nuestro compromiso primordial, ofrecer calidad en la información, con periodistas reconocidos ante la ciudad de Puebla.

Visión. Ser líderes de opinión en Puebla y la región, reconocidos por tener periodistas poblanos e información del interés de la sociedad poblana y regiones alternas, sin lineamientos a seguir o favoritismos

a ciertas ideologías, con el fin de tener credibilidad y hacer sentir que su opinión como público vale y fungir también como un puente de retroalimentación entre la sociedad y las autoridades. En cuanto a los clientes crear confianza de que La Diez, les ofrecerá beneficios únicos que les dará resultados a corto plazo.

Creencias. Dar la noticia veraz e inmediata al público. Ser los número uno en la información.

Valores.

- Respeto
- Objetividad periodística
- Veracidad
- Verdad
- Calidad
- Eficiencia
- Excelencia
- Pluralidad. (apertura a la sociedad)

Estructura Operativa y Organizacional

Salvador J. Martínez	Concesionario: Representante ante la SCT. Director General
Miguel Quiroz	Gerencia Administrativa: administra, paga a los empleados. Responde ante demandas etc.
Gerardo Grajales	Gerencia de Operación. Ocupa un cargo con distintas tareas como las ventas de publicidad y ver que todo funcione exitosamente dentro de los espacios

	publicitarios. Tiene a su cargo personal como vendedores, chofer, recepcionista y secretaria. Toda la información la maneja junto con el director Artístico. Tiene a su cargo también, la programación de la estación y los contenidos al aire.
Laura Rosas	Jefe de Administración: Atiende todas las situaciones de la dirección de la empresa y asiste al área administrativa y de ventas.
Mary Chuy Ponce	Jefe de producción: Tiene a su cargo todos los spots publicitarios, se le facilitan para su ordenamiento y estructura. El personal a su cargo son locutores, productor, continuista y operadores grabadores.
Connie Castillo	Recepcionista: Atiende llamadas y a las personas que acuden a sus servicios y las hace llegar a las personas indicadas.
Raúl Muñoz	Gerencia de ventas: se encarga de comercializar la radio.
Alejandro López	Ingeniero
Leonardo Dircio	Responsable del Transmisor (SCT)
PLANTILLA DE EMPLEADOS SINDICALIZADOS:	
Lourdes Gonzáles	Continuista: Se encarga de distribuirlos spots durante las 18:00 hrs., que duran la transmisiones.
Miguel Ángel Sánchez	Operador /Grabador: Su función es producir los spots de las órdenes de publicidad que pasan del departamento de ventas.

Remigio Rosas	Misceláneo: se encarga de la limpieza de las instalaciones y otras tareas de mantenimiento.
Alberto Arellano Valencia Benito Santiago Jorge Luis Vera Hugo Rodríguez	Locutores: Tienen la responsabilidad de todo lo que se diga al aire, mantener la imagen de la empresa y de mantener a la audiencia en sintonía a través de la creatividad de cada uno
Berta Pérez	Locutora Suplente
Carlos Ocoté	Vigilante de Planta: se ubican en la planta, son los encargados de vigilar que los aparatos de transmisión tengan un buen funcionamiento y les dan mantenimiento.
OPERACIÓN PLANTA:	
Sergio Valencia	Vigilante: Mantener el orden y la seguridad de la empresa.
Jorge Moreno Sanchez	Vigilante de planta

Operación.

La radiodifusora trabaja 18 horas diarias, los turnos de cabina se dividen en dos, tres horas por cada locutor. Estos tienen suplentes para los días de descanso y vacaciones.

La estación empieza a trabajar a las 6:00 y termina a las 24:00 hrs. en cabina. El horario de oficina es de 9:30 a 13:30 y de 16:00 a 20:00 hrs. (Continuista, director artístico, director de noticias, Misceláneo, operador, grabador, ventas y recepcionista).

La continuista se encarga de distribuir los spots durante las 18:00 horas que dura la transmisión.

La gerencia de ventas se encarga de recopilar clientes para transmitir spots, una vez contratados pasa la información a la dirección artística para la producción de mensajes comerciales y de su transmisión al aire.

El director artístico selecciona según los clientes y las disqueras los contenidos tanto de música como de entretenimiento para su programación y transmisión.

El director de noticias supervisa y decide la información que deberá ser transmitida en cuanto a noticias y opiniones se refiere así como a supervisar la operación y administración general de la empresa.

El operador/grabador produce los spots de las órdenes de publicidad que vienen del departamento de ventas y una vez grabados se pasan a la continuista para que realice su función.

El departamento de ventas se encarga de comercializar.

La recepcionista se encarga de que las llamadas lleguen a las personas indicadas

La secretaria se encarga de las situaciones de la dirección de la empresa así como asistir a las gerencias.

El misceláneo se encarga de mantener las instalaciones limpias. Los vigilantes de planta transmisora, se ubican en el

municipio de Coronado Puebla, se encargan de supervisar el funcionamiento de los aparatos de transmisión.

Programación Actual

HORARIO	LUNES A VIERNES	HORARIO	SÁBADO	HORARIO	DOMINGO
06:00-06:15	PROGRAM. NORMAL	06:00-07:00	PROGRAM. NORMAL	06:00-07:00	PROGRAM. NORMAL
06:15-06:30	ENCUENTRO	07:00-08:00	AMIGOS DE FE	07:00-08:00	PROGRAM. NORMAL
06:30-08:30	PROGRAM. NORMAL	08:00-09:00	PROGRAM. NORMAL	08:00-09:00	AMIGOS DE FE
08:30-10:00	PROGRAM. NORMAL	09:00-11:00	REFLEXIONES DESDE TEPEACA	09:00-10:00	PROGRAM. NORMAL
10:00-11:00	PROGRAM. NORMAL	11:00-12:30	PROGRAM. NORMAL	10:00-11:00	PROGRAM. NORMAL
11:00-13:30	PROGRAM. NORMAL	12:30-14:00	DIMENSIÓN ESPIRITUAL	11:00-12:00	PROGRAM. NORMAL
13:30-14:30	PROGRAM. NORMAL	14:00-15:00	AMIGOS DE FE	12:00-13:00	PROGRAM. NORMAL
14:30-14:55	PROGRAM. NORMAL	14:00-15:00	PROGRAM. NORMAL	13:00-14:00	PROGRAM. NORMAL
14:55-15:00	PROGRAM. NORMAL	15:00-20:30	PROGRAM. NORMAL	14:00-15:30	PROGRAM. NORMAL
15:00-16:00	PROGRAM. NORMAL	20:30-21:00	PROGRAM. NORMAL	15:30-16:00	PROGRAM. RELIGIOSO
16:00-19:00	PROGRAM. NORMAL	21:00-00:00	PROGRAM. NORMAL	16:00-17:00	PROGRAM. NORMAL
19:00-20:00	MICRÓFONO 10			17:00-18:00	PROGRAM. NORMAL
20:00-20:30	PROGRAM. NORMAL			18:00-19:00	PROGRAM. NORMAL
20:30-21:00	PROGRAM. NORMAL			19:00-20:00	PROGRAM. NORMAL
21:00-22:00	PROGRAM. NORMAL			20:00-21:00	PROGRAM. NORMAL
22:00-22:30	AMIGOS DE FE			21:00-22:00	PROGRAM. NORMAL
22:30-00:00	PROGRAM. NORMAL			22:00-23:00 23:00-00:00	HORA NACIONAL PROGRAM. NORMAL

Público y Audiencias

Actualmente *La Nueva Diez* no conoce su público objetivo y no lo encuentra bien definido, debido al reciente cambio y reestructuración de su programación. La empresa ha decidido continuar con las metas ya alcanzadas buscando fórmulas nuevas.

Por muchos años su público fueron los segmentos populares de la región llegando en su mayoría a mercados, tianguis, unidades habitacionales y al medio rural. Hoy en día busca atraer a las clases socioeconómicas altas por medio de contenidos casi en su totalidad informativos con un periodismo poblano de calidad.

De acuerdo con los datos proporcionados por la INRA (2006) los niveles de audiencia y el *rating* de la estación, son los siguientes:

INRA: MARZO 2006
MEDIÓMETRO XEPA. ESTADO DE PUEBLA
SOBRE UNA POBLACIÓN DE 1.287,942
(HOMBRES Y MUJERES. EDADES DE LOS 8 A LOS 54 AÑOS)
TODAS LAS EMISORAS (6:00 A 24:00 Hrs. DE LUNES A VIERNES)

EMISORA	SIGLAS	BANDA	RATING	AUDIENCIA	SHARE	ALCANCE	ALCANCE Per.
LA NUEVA DIEZ	XEPA	AM	0.133	1,707	1.10%	1.217	15,676
TOTAL	TOT	AGRUP	0.133	1,707	1.10%	1.217	15,676

De acuerdo con esta información, la XEPA tiene una audiencia de 1707 radioescuchas, respecto a los 8,236 de Grupo Formula, 5,626 de la Bonita, 4,180 de Radio Felicidad, 3,640 de la Ley, 3,623 de Grupo Acir y 1,811 de la Movidita. Estas cifras, la colocan en el lugar número siete, de la frecuencia Amplitud Modulada (AM) con mayores audiencias. Mientras que posee un alcance, en cuanto a la sintonización de su estación de 15,676 posibles radioescuchas. Pese a estos datos, el nivel de audiencia puede considerarse como bajo, y en ese sentido es importante que la estación analice cuidadosamente, qué formatos radiofónicos será conveniente incluir o sustituir.

Situación Financiera

Desde el año 2000, la situación financiera de la radiodifusora XEPA, se encuentra en punto de equilibrio, es decir, que los gastos están igualados con los ingresos, y en ese sentido, no hay utilidades pero tampoco pérdidas. Sin embargo, el estancamiento financiero de la radiodifusora, se explica inicialmente por la decadencia que vive la frecuencia de Amplitud Modulada (AM) en el estado de Puebla y en toda la República Mexicana. Las mayores audiencias de la Frecuencia Modulada (FM), el atractivo de sus bloques y programación radiofónica de esta última, la calidad en su señal y sonido, han sido factores para fomentar el mayor interés y preferencia en el público radioescucha.

Panorama y escenarios posibles de la XEPA, frente a la digitalización radiofónica

Si bien es cierto, que la radiodifusora XEPA ha ido transformándose producto de los diversos escenarios que han marcado la modernidad de la radio en el país, al ir adquiriendo equipos y tecnología más reciente, esto no permitirá enfrentar en el mediano plazo, la aplastante competencia de los grandes Grupos radiofónicos, siendo que definitivamente han acaparado la mayor parte de las audiencias del país.

Por otro lado, ellos (los grupos radiofónicos), se han adelantado a este cambio tecnológico digital, por que es de suponer, que (Grupo Formula, Acir, Grupo Radio Centro, NRM Comunicaciones, IMER, entre otros) han invertido importantes recursos financieros, que los

coloca un paso adelante, sobre todas las demás radiodifusoras que operan en México.

Como un dato verídico de esta situación, se puede constatar, su transmisión vía internet, satelital y su reciente incorporación a la televisión por cable, además de su señal radiofónica en AM y FM, es decir, estos monstruos radiofónicos no tiene fronteras para difundir su señal, y eso se explica, por la simple razón de que ya cuentan con la tecnología digital necesaria, para incursionar en este tipo de transmisión.

Bajo este panorama, para los grupos radiofónicos citados, no puede ni debe existir pérdida de audiencias, por lo que su mercado se ha extendido a las plataformas antes mencionadas (internet, satelital, televisión por cable, y radio en las bandas AM y FM).

Si bien es factible suponer, que independientemente del sistema digital que decida adoptar el Estado mexicano (*IBOC, Eureka o DRM*), esto implicará realizar importantes adecuaciones en los equipos de transmisión de la XEPA, lo que significa erogar recursos financieros adicionales, estamos hablando aproximadamente, entre 50,000 y 100,000 dólares. El cambio digital, permitirá a todas las estaciones que operarán en el país trabajen en igualdad de circunstancias.

Por otra parte, la radiodifusora XEPA, necesariamente deberá buscar mayores audiencias, analizando primordialmente los públicos jóvenes, quienes buscan alternativas mediáticas y son un público cada vez más exigente. No está por demás señalar, que el formato

noticioso y hablado, a pesar de su relevancia, no es del interés ni del atractivo de este segmento de la población.

Así, deberán ponerse en discusión otras variantes, que adjudiquen calidad y un *plus* adicional a la estación. Segmentando aún más el mercado radial. Esto debido a que existe radio para todo tipo de públicos con una amplia cantidad de formatos.

Probablemente una de las posibilidades, será voltear la vista hacia las clases populares. Por ejemplo, las audiencias y *rating* de la XEQR 107.3 de frecuencia modulada la ZETA en el D.F., son incuestionables, y aunque su formato, tal vez resulte inatractivo y de poco gusto para un cierto sector, esto no es así, para la mayoría de la población. Tal vez la respuesta no esté en atacar la clase alta ni las medias.

Igualmente, es importante destacar, que para la XEPA el otorgamiento de una frecuencia *combo*, se complica día a día, por las circunstancias que se han venido plasmando a lo largo de la presente investigación. Ante tales escenarios, la tarea primordial de la XEPA será orientarse al análisis del mercado local y nacional, tanto cuantitativamente como cualitativamente, y buscar en la medida de sus posibilidades, transformar su tecnología existente o adquirir la necesaria, con el fin de contar en el mediano plazo, con todo el equipo básico, para transmitir óptima y confiablemente bajo la plataforma digital.