

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**



**ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

**INFORME DE MATERIA DE GRADO**

**PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE:**

**ANALISTA DE SISTEMAS**

**TEMA:**

DESARROLLO E IMPLEMENTACION DE UN PORTAL WEB DE OPINIONES PARA EL  
CONTROL DE LA PROGRAMACION DE LOS MEDIOS RADIALES Y TELEVISIVOS

“ECUADOR OPINA”

**AUTORES:**

RONNY ENRIQUE SANTANA ESTRELLA  
VIVIANA ESTEFANIA SOLORZANO GRANDA  
GEOVANNY MANUEL DOMINGUEZ GRANDA

**DIRECTOR DE PROYECTO**

LCDO. ALEX DAVID ESPINOZA CARDENAS

**AÑO**

2009

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

También agradezco a mi familia ya que gracias a ellos soy lo que soy actualmente, porque ellos me han dado la fortaleza necesaria para seguir adelante y también agradezco a mi novia Shirley Reinoso ella también a sido una gran persona la cual me ha motivado a siempre salir adelante.

Ronny Enrique Santana E.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios y a nuestras familias por su apoyo incondicional, el mismo que nos ha otorgado las fuerzas suficientes para culminar con nuestra carrera, agradecemos también a nuestros profesores y compañeros, por los conocimientos y las experiencias que hemos recibido y hemos compartido con ellos a lo largo de estos años.

Viviana Estefanía Solórzano G.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios y a mis padres por haberme apoyado en todos los sentidos también expresamos nuestro sincero agradecimiento a todas y cada una de las personas que directa o indirectamente colaboraron para que este proyecto pueda llevarse a cabo.

Geovanny Manuel Domínguez G.

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a Dios por ser quien ha estado a mi lado en todo momento dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras que se me presenten.

Le agradezco a mi Mamá Laura Irene Estrella y a mi Abuelito Luis Estrella Pataron por ser el pilar fundamental en el desarrollo de toda mi carrera ya que gracias a ellos soy quien soy hoy en día.

Ronny Enrique Santana E.

## **DEDICATORIA**

A Dios por darme la fortaleza para seguir adelante y permitir ser acreedora de conocimientos útiles que utilizaré en mi vida profesional y que siempre pondré al servicio del bien, la verdad y la justicia.

A mi familia que por su afán y sacrificio fue posible la culminación de mi carrera universitaria.

Viviana Estefanía Solórzano G.

## **DEDICATORIA**

A Dios, a mi familia en especial, quienes me apoyaron a lo largo de este camino lleno de esfuerzo y sacrificio, el mismo que concluye con la entrega del presente trabajo y mi formación como profesional.

A mis compañeros quienes me brindaron su apoyo incondicional durante todo este tiempo, Gracias.

Geovanny Manuel Domínguez G.

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

(Reglamento de Graduación de la ESPOL)



## AUTORES DEL PROYECTO

---

Ronny Enrique Santana Estrella

---

Viviana Estefanía Solórzano Granda

---

Geovanny Manuel Domínguez Granda

# **TRIBUNAL DE GRADO**

---

**Lcdo. Alex Espinoza Cárdenas**  
**DIRECTOR DE PROYECTO**

---

**Mae. Enrique Salazar Meza**  
**DELEGADO DEL TRIBUNAL**

## INDICE GENERAL

<b>1. Capitulo 1 Descripcion Del Proyecto.....</b>	<b>1</b>
1.1. Generalidades .....	1
1.2. Antecedentes .....	2
1.3. Fundamentos Del Proyecto .....	2
1.4. Objetivos Del Proyecto.....	3
1.4.1. Objetivo General .....	3
1.4.2. Objetivos Especificos.....	3
<b>2. Capitulo 2 Analisis De Mercado.....</b>	<b>1</b>
2.1. Perspectivas De La Investigacion .....	1
2.2. Planteamiento Del Problema. ....	1
2.3. Metodología De Investigación .....	4
2.3.1. Diseño De La Investigacion.....	4
2.4. Objetivos De La Investigacion Del Mercado .....	5
2.5. Perfil Del Consumidor .....	5
2.6. Plan De Muestreo.....	5
2.7. Encuesta Piloto.....	7
2.8. Presentacion De Resultados (Encuesta Piloto) .....	8
<b>3. Capitulo 3 Plan De Marketing.....</b>	<b>1</b>
3.1. Analisis Estrategico.....	1
3.1.1. Analisis Foda.....	1
3.1.2. Fortaleza .....	1
3.1.3. Oportunidad .....	2
3.1.4. Debilidades.....	2
3.1.5. Amenazas .....	2
3.2. Segmentacion Del Mercado.....	2
3.3. Mercado Meta .....	3
3.4. Marketing Mix.....	3
3.4.1. Producto.....	3
3.4.2. Precio .....	5
3.4.3. Promoción .....	5
3.4.4. Publicidad.....	6

<b>4. Capitulo 4 Estudio Técnico O Ingeniería Del Proyecto.....</b>	<b>1</b>
4.1. Producto.....	1
4.1.1. Identificación.....	1
4.2. Herramientas De Diseño Y Desarrollo Para El Portal Web.....	2
4.2.1. Joomla.....	3
4.2.2. Dreamweaver Cs3.....	6
4.2.3. Php.....	6
Ventajas:.....	7
4.2.4. Flash.....	7
4.2.5. Servidor Apache.....	8
4.2.6. Mysql.....	8
4.2.7. Internet Explorer 7.0.....	9
4.2.8. E-Mail Marketing.Com.....	9
4.3. Ingeniería De La Produccion Del Producto.....	10
4.4. Diseño Del Modelo Entidad Y Relacion Del Portal.....	19
4.5. Diseño De La Estructura Del Portal:.....	20
4.6. Modelo Y Diseño De Página Web.....	22
4.7. Hosting.....	25
4.8. Guía De Diseño Del Material Gráfico.....	26
4.8.1. Manual De Identidad Corporativa.....	26
4.8.2. Desarrollo De La Marca.....	26
4.8.3. Logotipo.....	27
4.8.4. Versiones.....	27
4.8.5. Reducciones.....	28
<b>5. Capitulo 5 Equipo De Desarrollo.....</b>	<b>1</b>
5.1. Trabajadores Por Area.....	1
5.1.1. Director De Proyecto.....	1
5.1.2. Analista De Sistemas.....	1
5.1.3. Web Designer O Diseñador Web.....	2
5.1.4. Web Developer O Desarrollador Web.....	2
5.1.5. Web Market.....	3
5.2. Equipo De Trabajo.....	4

<b>6. Capítulo 6 Estudio Financiero.....</b>	<b>1</b>
6.1. Presupuestos De Inversión, Ingresos Y Egresos.....	1
<b>7. Capítulo 7 Conclusiones Y Recomendaciones.....</b>	<b>1</b>
7.1. Conclusiones.....	1
7.2. Recomendaciones .....	2
<b>8. Capítulo 8 Anexos .....</b>	<b>1</b>
8.1. Anexo 1.- Encuesta .....	1
8.2. Anexo 2.- Sección De Preguntas.....	5
8.3. Anexo 3.-Referencia De Páginas Web.....	6
<b>9. Capítulo 9 Bibliografía.....</b>	<b>1</b>
9.1. Bibliografía .....	1

## INDICE DE TABLAS

Capitulo 2 Tabla 2-1: Lugares donde se realizó las encuestas.....	6
Capitulo 2 Tabla 2-2: Punto de vista sobre el contenido de la programación.....	8
Capitulo 2 Tabla 2-3: Resultado acerca de las razones por las que eligió la respuesta anterior .....	9
Capitulo 2 Tabla 2-4: Resultado acerca de la calidad en estadios de radio.....	9
Capitulo 2 Tabla 2-5: Resultado acerca del conocimiento de la existencia de medios para expresar una opinión.....	10
Capitulo 2 Tabla 2-6: Resultado acerca de los medios sobre los cuales han expresado una sugerencia.....	11
Capitulo 2 Tabla 2-7: Resultado acerca de los medios a los que se le dedica más tiempo.....	12
Capitulo 2 Tabla 2-8: Resultado acerca de los lugares en los que ve o escucha la programación de un medio radial y televisivo. ....	13
Capitulo 2 Tabla 2-9: Resultado acerca del control del contenido de los programas de televisión y radio.....	14
Capitulo 2 Tabla 2-10: Resultado acerca de la calificación del control a los medios.....	14
Capitulo 2 Tabla 2-11 : Resultado acerca del nivel de acuerdo de la calidad actual de la programación en los medios.....	15
Capitulo 2 Tabla 2-12: Resultado acerca de los medio sobre los cuales se ha realizado una sugerencia.....	17
Capitulo 2 Tabla 2-13: Resultado acerca de las respuestas de quejas por parte de un medio radial y televisivo. ....	18
Capitulo 2 Tabla 2-14: Resultado acerca de la aceptación de un espacio fijo en la web para la evaluación.....	19
Capitulo 2 Tabla 2-15: Resultado acerca de los objetivos sugeridos para emplear la herramienta de evaluación.....	20
Capitulo 2 Tabla 2-16 : Resultado acerca del conocimiento de la existencia de una herramienta similar.....	20
Capitulo 2 Tabla 2-17: Resultado acerca de los medios más sintonizados por la ciudadanía.....	22
Capitulo 2 Tabla 2-18: Resultado acerca de la influencia de los medios en la vida de la ciudadanía.....	22

Capitulo 2 Tabla 2-19: Resultado acerca del deseo de la ciudadanía por formar parte del portal.....	23
Capitulo 3 Tabla 3-1: Precios por publicidad en el portal.....	5
Capitulo 4 Tabla 4-1: Aplicaciones necesarias para el desarrollo del portal.....	3
Capitulo 4 Tabla 4-2 Características del Web Hosting.....	26
Capitulo 6 Tabla 6-1 Tablas de inversiones.....	1
Capitulo 6 Tabla 6-2 Tabla de Ingresos.....	2
Capitulo 6 Tabla 6-3 Tabla de Gastos.....	2
Capitulo 6 Tabla 6-4 Flujo de Caja.....	3

## TABLA DE FIGURAS

Capitulo 2 Figura 2-1: Representación porcentual del Punto de vista sobre el contenido de la programación. ....	8
Capitulo 2 Figura 2-2: Representación porcentual de los resultados acerca de las razones por las que eligió la respuesta anterior. ....	9
Capitulo 2 Figura 2-3: Representación porcentual de los resultados acerca de acerca de la calidad en estadios de radio. ....	10
Capitulo 2 Figura 2-4: Representación porcentual de los resultados acerca del conocimiento de la existencia de medios para expresar una opinión ....	10
Capitulo 2 Figura 2-5: Representación porcentual de los resultados acerca de los medios sobre los cuales han expresado una sugerencia. ....	11
Capitulo 2 Figura 2-6: Representación porcentual de los resultados acerca de los medios que se le dedica más tiempo. ....	12
Capitulo 2 Figura 2-7: Representación porcentual de los resultados acerca de los lugares en los que ve o escucha la programación de un medio radial y televisivo. ....	13
Capitulo 2 Figura 2-8: Representación porcentual de los resultados acerca del control del contenido de los programas de televisión y radio. ....	14
Capitulo 2 Figura 2-9: Representación porcentual de los resultados acerca de la calificación del control a los medios ....	14
Capitulo 2 Figura 2-10: Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre el reflejo de la diversidad del País. ....	15
Capitulo 2 Figura 2-11: Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre el informe de manera veraz y objetivo. ....	16
Capitulo 2 Figura 2-12: Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre la fomentación de la educación en la familia. ....	16
Capitulo 2 Figura 2-13: Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre la fomentación de la educación por parte de la radio. ....	16
Capitulo 2 Figura 2-14: Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre el brindar recreación sana para toda la familia. ....	17
Capitulo 2 Figura 2-15 : Representación porcentual de los resultados acerca de los medio sobre los cuales se ha realizado una sugerencia. ....	18



Capitulo 2 Figura 2-16: Representación porcentual de los resultados acerca de las respuesta de quejas por parte de un medio radial y televisivo.....	19
Capitulo 2 Figura 2-17: Representación porcentual de los resultados acerca de la aceptación de un espacio fijo en la web para la evaluación. ....	19
Capitulo 2 Figura 2-18: Representación porcentual de los resultados acerca de los objetivos sugeridos para emplear la herramienta de evaluación. ....	20
Capitulo 2 Figura 2-19: Representación porcentual de los resultados acerca del conocimiento de la existencia de una herramienta similar.....	21
Capitulo 2 Figura 2-20: Representación porcentual de los resultados acerca de la influencia de los medios en la vida de la ciudadanía.....	22
Capitulo 2 Figura 2-21: Representación porcentual de los resultados acerca del deseo de la ciudadanía por formar parte del portal. ....	23
Capitulo 3 Figura 3-1: Modelo de camisetas para publicidad. ....	6
Capitulo 3 Figura 3-2: Modelo de gorra para publicidad.....	7
Capitulo 3 Figura 3-3: Modelo de bolígrafos para publicidad. ....	7
Capitulo 4 Figura 4-1: Posibles empresas interesadas en formar parte del portal. ....	15
Capitulo 4 Figura 4-2: Modelo de cámaras a sortear.....	16
Capitulo 4 Figura 4-4: Modelo de reproductores Mp3 a sortear. ....	17
Capitulo 4 Figura 4-5: Modelo de reproductores Mp4 a sortear. ....	17
Capitulo 4 Figura 4-6: Modelo de Pen Drives a sortear. ....	18
Capitulo 4 Figura 4-7: Estructura del portal.....	20
Capitulo 4 Figura 4-8: Página Principal del Portal web "Ecuador Opina" .....	22
Capitulo 4 Figura 4-9: Presentación del logo del portal. ....	27
Capitulo 4 Figura 4-10: Versión del logo del portal. ....	27
Capitulo 4 Figura 4-11: Reducciones del logo del portal. ....	28
Capitulo 5 Figura 5-1: Organigrama.....	4



## **CAPÍTULO 1**

### **DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

## **1. DESCRIPCION DEL PROYECTO**

### **1.1. GENERALIDADES**

El presente proyecto propone la elaboración de un portal en la web como alternativa para la recepción, seguimiento y evaluación de críticas, sugerencias y comentarios de los medios de comunicación, tanto radial como televisiva, con la finalidad de contribuir a la mejora de los contenidos de programación que imparten, y así contribuir al progreso, desarrollo intelectual, social y humano de los ecuatorianos; focalizándose en los programas educativos, culturales, sociales, con alto nivel de creatividad y originalidad.

Como proponentes de este proyecto, pretendemos ofrecer una alternativa más que viable y permita denotar el punto de vista de los ciudadanos, respecto a las emisiones radiales o televisivas, permitiendo así a los directivos de éstos, el acceder a información en el portal que les permita detectar cuáles son las áreas o franjas de programación en las que deben de mejorar.

Para todo lo expuesto anteriormente, el presente proyecto presenta un estudio de factibilidad que permita obtener la viabilidad financiera que detalle los costos para la creación y desarrollo del portal, y la forma de administración de los posibles ingresos, mediante la oferta de servicios varios de promoción virtual, a los diferentes medios, logrando así el sostenimiento en el largo plazo del portal.

Al final de este estudio se determinará, en base a las opiniones obtenidas de las encuestas, aspectos fundamentales de los niveles de información que deberá de manejarse previo a la implementación del portal. La evaluación estadística de las opiniones y comentarios de los ciudadanos, serán vía perfil de usuario, accedidas por los diferentes medios, para que realicen sus mejoras respectivas.

Ante la falta de originalidad, creatividad de los medios de comunicación para desarrollar programas que contribuyan al desarrollo intelectual y social de los ecuatorianos, se presenta el presente proyecto "Ecuador Opina", como una propuesta

que busca generar acciones que permitan mejorar, aún más, el nivel de creatividad y originalidad de estos medios, y convertirlos en fuentes de oportunidades para formar, informar y recrear.

## **1.2. ANTECEDENTES**

En la actualidad el Ecuador no cuenta con un Portal de Opiniones hacia medios de comunicación radial y televisiva para que el público en general pueda expresar su criterio acerca de su programación.

Por esta razón se le propone el uso de un Portal Web el cual permitirá a la ciudadanía evaluar y dar a conocer las opiniones y criterios sobre la programación de los diferentes medios de comunicación; y a su vez permitir a los directivos estar al tanto de las falencias de las emisiones.

## **1.3. FUNDAMENTOS DEL PROYECTO**

Actualmente las emisiones radiales y televisivas según Diario "El Universo"<sup>1</sup>, no enriquecen la cultura de los ecuatorianos, sino por el contrario han permitido que se pierda los principios y valores en la juventud.

Es por ello que la formación de la juventud a través de este entorno, como son las emisiones radiales y televisivas, deben empezar por la mejora de la calidad de la programación; dicho cambio empieza con el compromiso de los directivos, quienes también se encuentran involucrados en la formación de la juventud.

La mejora de calidad de programación de los medios de comunicación es posible mediante:

- La evaluación de los contenidos y percepción de la programación de los medios de comunicación por parte de la ciudadanía.
- La revisión de evaluaciones por la persona especializada en el tema o directivo, para su respectivo análisis, con la finalidad de mejorar su difusión y contenido.

---

<sup>1</sup> Publicado de [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com), edición de agosto 31 del 2008. (Ver anexo 3.1)

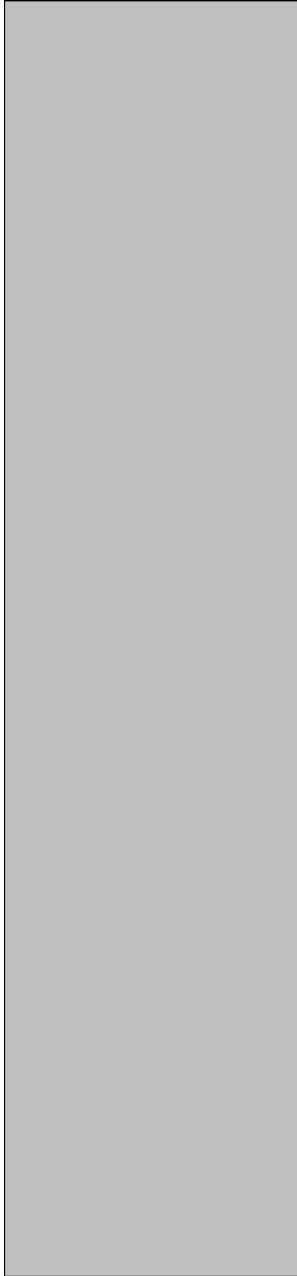
## **1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **1.4.1. OBJETIVO GENERAL**

- Mejorar el contenido de la programación de los medios de comunicación a través de las opiniones de los ciudadanos, con la finalidad de contribuir al progreso del desarrollo intelectual y social de los ecuatorianos, por medio de programas educativos, culturales, sociales, con alto nivel de creatividad y originalidad donde las emisiones radiales y televisivas sean una oportunidad para formar, informar y recrear.

### **1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Obtener cada una de las opiniones vertidas por el público para conocer el aspecto clave de la relación del oyente y televidente con las emisiones radiales y televisivas de estos medios.
- Conocer los tipos de programación que emiten cada uno de los medios de comunicación para dividir la programación por categoría de manera organizada y estructurada.
- Proporcionar los resultados de la evaluación de un programa determinado a los directivos pertinentes para su respectivo análisis, con la finalidad de mejorar su difusión y contenido para beneficio y desarrollo de la sociedad.
- Contribuir a la mejora de los contenidos de programación.
- Enriquecer la cultura de los ecuatorianos a través de programas de calidad



**CAPÍTULO 2**  
**ANÁLISIS DE MERCADO**

## 2. ANALISIS DE MERCADO

### 2.1. PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACIÓN

Con el apoyo de la tecnología para el desarrollo de productos en Internet, se busca desarrollar un Portal virtual que permita al público en general el expresar su opinión respecto a la programación que brindan los diversos medios de comunicación, a nivel del territorio ecuatoriano, permitiéndole al ciudadano poder expresarse libremente, mediante el posteo de queja, comentario, sugerencia u observación alguna respecto al contenido de la programación ofertada día a día por cada uno de estos medios.

El portal tiene como principal objetivo, el receptar las opiniones y criterios de todas las personas respecto al contenido de los programas y almacenarlos en una base de datos en línea, con múltiples niveles de segmentación, a fin de lograr la estructuración de un espacio en línea con dinámica actualización, de opinión pública, que permita a los diversos medios de comunicación, obtener una herramienta de ayuda para lograr una mayor orientación y selectividad en su programación diaria, como medio para satisfacer necesidades de los radioescuchas y televidentes, lograr mayor rating y ampliar su portafolio de auspiciantes.

Además, de brindar información que permita detectar cuáles son las falencias y las oportunidades de mejora, este portal busca incrementar la cantidad de usuarios, segmentar opiniones y generar un tráfico en la web escalable.

### 2.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Los medios de comunicación del Ecuador transmiten ciertos programas que no cuentan con el apoyo de los ciudadanos debido a su falta de calidad y creatividad<sup>2</sup>. Actualmente las emisiones radiales y televisivas no enriquecen la cultura de los ecuatorianos, sino por el contrario han permitido que se pierda los principios y valores en la juventud<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> [www.ElDiario.com.ec](http://www.ElDiario.com.ec) publicado el 11-10-08 (Ver Anexo 3.2)

<sup>3</sup> [www.hoy.com.ec](http://www.hoy.com.ec) publicado el 21 - 06 -09 (Ver Anexo 3.3)

Es por ello que la ciudadanía necesita dar a conocer su opinión acerca de los diversos programas, para de esta manera ayudar a mejorar la calidad de los contenidos mediante la evaluación en las diferentes categorías, así se puede mencionar las falencias que existen en algunos programas:

- **PROGRAMAS DE DEBATES POLITICOS.**

Los programas de debates políticos sean estos transmitidos en medios radiales o televisivos no son conducidos con eficacia y calidad, ya que no existe un intercambio de opiniones óptimo donde se busque llegar a una solución sino por el contrario se desvían del problema objetivo a través de discusiones.

- **PROGRAMAS DE NOTICIAS**

Los noticieros actualmente están llenos de crónica roja debido a que se presenta la información no como realmente sucede, sino como la quiere o conviene presentarla el medio. (Ver Anexo 3,4)

Se debería incrementar las emisiones de noticias positivas donde se trate dignamente al oyente o televidente. Los ciudadanos necesitan también conocer cosas interesantes que se realizan en escuelas, centros deportivos, comunidades, eventos sociales, etc.<sup>4</sup>

- **PROGRAMAS INFANTILES:**

Algunos de los programas infantiles están llenos de violencia, entre los que se puede mencionar: Power Ranger, Dragon Ball Z, Simpsons, los cuales no fomentan el respeto ni tolerancia alguna. (Ver Anexo 3.2)

- **PROGRAMAS DE FARANDULA:**

El objetivo de los programas de farándula es dar a conocer acerca de la vida profesional de los famosos, pero no su vida personal. Lamentablemente estos programas son un centro de chismes, rivalidades donde se tergiversa la información obtenida.

---

<sup>4</sup> Red de la Iniciativa de Comunicación. (Ver Anexo 3.4)



Entre otros tipos de programas.

De esta manera se podrá calificar no solo al programa sino también al profesional que elabora un trabajo en un determinado medio de comunicación, ya que la mayoría de ellos proponen realizar esquemas con alto contenido de protervidad, enfocados en temas deshonestos e inmorales. Lamentablemente recurren a este tipo de proyectos por ganar audiencia radial o televisiva, precisamente porque cierto sector de la ciudadanía aprecia más estos tipos de programas.<sup>5</sup>

En la actualidad en el Ecuador no existe o no se conoce, de un Portal de Opiniones para medios de comunicación para que la gente pueda expresar su criterio acerca de los diversos temas como programas de Radio y TV para mejorar la calidad de los mismos.

El Portal Web surge como una iniciativa para evaluar los contenidos y percepción de la programación de los medios de comunicación como son: Estaciones de Radio y Estaciones Televisivas.

Hoy en día, los negocios y servicios se basan en la satisfacción del cliente, debido a que éste tiene muchas alternativas de selección al momento de adquirir algún producto o servicio. Es por esta razón que se pretende ser un espacio que recopile las ideas, criterios u opiniones de la persona que está escuchando la radio o frente al televisor con la finalidad de:

- Dar a conocer información necesaria a los medios de comunicación que los emiten para que sea utilizada en su propio beneficio.
- Mejorar la calidad de los programas, con las sugerencias más apropiadas que se ingresen en las encuestas del Portal Web.
- Aportar a la cultura ecuatoriana debido a que en algunos programas que se emiten contienen palabras que destruyen el léxico de los ecuatorianos.

---

<sup>5</sup> [www.eltelegrafo.com](http://www.eltelegrafo.com) publicado el 30-06-09 (Ver Anexo 3.5)

Es realmente importante que exista un espacio imparcial, libre de intereses particulares, pues se desea generar cambios positivos para la sociedad ya que muchos ciudadanos no forman su propio criterio por falta de información clara y sucede en muchos casos que las opiniones son ideas de otras personas y no contienen una base sólida para defender sus derechos

## **2.3. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

### **2.3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACION**

El método de investigación a aplicar es:

#### **La Investigación Motivacional:**

- **Encuestas**

El modelo de la investigación está basado en la investigación motivacional, la cual permitirá averiguar los puntos de vista de los ciudadanos acerca de las diferentes emisiones radiales y televisivas de los medios de comunicación.

Las encuestas permitirán recolectar datos externos partiendo de un cuestionario elaborado para el efecto. El cuestionario combina 2 tipos de preguntas:

- Abiertas
- Cerradas

Las preguntas abiertas permitirán conocer ampliamente la opinión de los ciudadanos y obtener conclusiones acerca de la aceptación del Proyecto. Mientras que las preguntas Cerradas permitirán obtener respuestas precisas y concisas acerca del tema en particular.

## 2.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION DEL MERCADO

- Conocer la perspectiva de los ciudadanos acerca de la programación de los medios de comunicación (Radio y Televisión)
- Conocer el nivel de aceptación del proyecto propuesto.
- Determinar si existen los motivos necesarios para ejecutar el proyecto.
- Determinar la existencia de otras tecnologías similares a la propuesta.

## 2.5. PERFIL DEL CONSUMIDOR

El público en general necesita expresar su inconformidad acerca de la programación de ciertos medios de comunicación coincidiendo en la falta de calidad y creatividad, es por ello que el Portal Web "Ecuador Opina", está dirigido a todas las personas que escuchen un programa radial o visualicen un programa televisivo.

## 2.6. PLAN DE MUESTREO

Para determinar el tamaño de la muestra, se seleccionaría a aquellos ciudadanos conscientes de la programación radial o televisiva que se emite en el País, así se podrá segmentar los lugares en donde se aplicaría la encuesta planteada:

No.	Lugar	Persona	Cantidad Encuestada
1	Escuela Superior Politécnica del Litoral (Campus Peñas)	Estudiantes universitarios de diferentes carreras.	19
2	Universidad de Guayaquil	Estudiantes universitarios de diferentes carreras y transeúntes.	19

3	Escuela Superior Politécnica del Litoral (Campus Gustavo Galindo)	Estudiantes universitarios de diferentes carreras y personal administrativo.	39
4	Personal Docente	Hospital de la Policía Nacional G-2	38

**Tabla 2-1:** Lugares donde se realizó las encuestas.

Con esta población a través del probabilístico uniforme tomando en cuenta asignaciones de error, niveles de confianza, probabilidad de éxito, probabilidad de fracaso, permitirán obtener la estimación del tamaño de la muestra, para lo cual se determina los siguientes porcentajes:

- Nivel de Confianza: 95%
- Probabilidad de Éxito: 50%
- Probabilidad de Fracaso: 50%
- Máximo error permisible: 5%

Se utilizará la siguiente fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra, la cual está basada en una población finita de 1'627.916 usuarios que acceden a internet en el Ecuador.

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 p \cdot q}$$

Donde:

- N = Cantidad de usuarios que acceden a Internet en el País -> 1'627.916
- Z = Porcentaje de datos que se alcanza dado un porcentaje de confianza del 95%.  
Según la Tabla de Muestreo corresponde a un porcentaje del 1.96
- Q = Es la probabilidad de Fracaso → 50%
- D = Máximo error permisible → 5%
- P = Probabilidad de éxito → 50%

$$\begin{aligned}
 & N = 3.84 (0.50*0.50*1627916) \\
 & \hline
 & (1627916)*0.0025) + (3.84 * 0.50*0.50) \\
 & \\
 & N = 1562799.36 \\
 & \hline
 & 4069.79 + 0.96 = 4070.75 \\
 & \\
 & N = 383.91
 \end{aligned}$$

La fórmula determina que se debe encuestar a un promedio de 383 personas en el País.

## 2.7. ENCUESTA PILOTO

Para determinar la encuesta piloto se tomó un 30% del tamaño de la muestra, lo cual dio como resultado 115 encuestas a realizar.

El modelo de cuestionario que se utilizó para llevar a cabo las encuestas se encuentra en anexos. **[Ver Anexo 1]**

## 2.8. PRESENTACION DE RESULTADOS (ENCUESTA PILOTO)

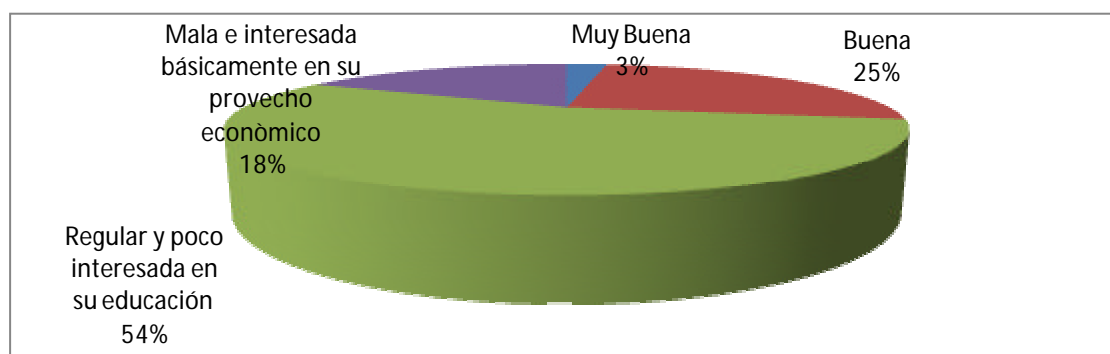
A continuación se detallará los resultados obtenidos en cada una de las preguntas planteadas de las encuestas realizadas.

### Pregunta 1

¿Desde el punto de vista de la educación considera usted que el contenido de la programación de canales de Televisión es?

Opciones	No. Personas
Muy Buena	3
Buena	29
Regular y poco interesada en su educación	62
Mala e interesada básicamente en su provecho económico	20

**Tabla 2-2:** Punto de vista sobre el contenido de la programación



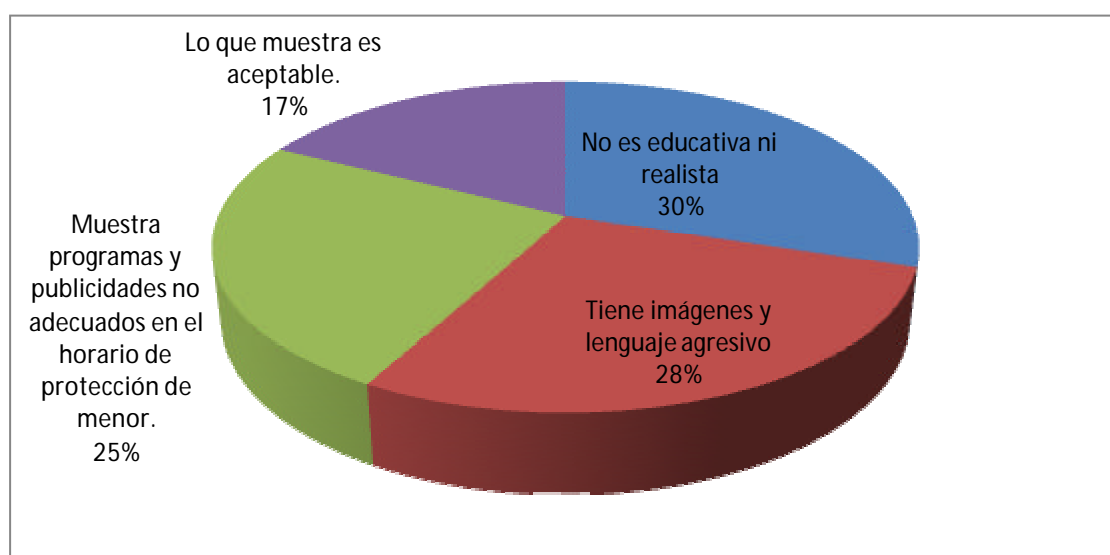
**Figura 2-1:** Representación porcentual del Punto de vista sobre el contenido de la programación.

**Pregunta 2**

¿Cuáles son las razones por las que usted eligió la respuesta anterior?

No es educativa ni realista	34
Tiene imágenes y lenguaje agresivo	32
Muestra programas y publicidades no adecuados en el horario de protección de menor.	28
Lo que muestra es aceptable.	20

**Tabla 2-3:** Resultado acerca de las razones por las que eligió la respuesta anterior



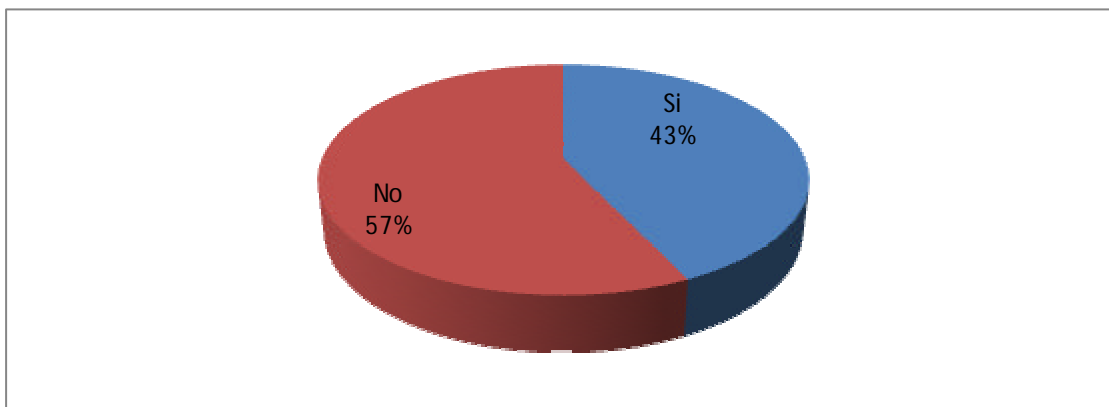
**Figura 2-2:** Representación porcentual de los resultados acerca de las razones por las que eligió la respuesta anterior.

**Pregunta 3**

¿Cree usted que existe calidad artística, moral, cultural en los programas de las estaciones de radiodifusión?

Si	23
No	91

**Tabla 2-4:** Resultado acerca de la calidad en estadios de radio.



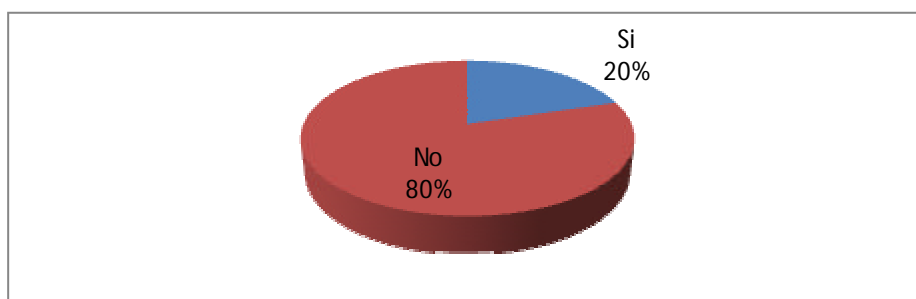
**Figura 2-3:** Representación porcentual de los resultados acerca de acerca de la calidad en estadios de radio

**Pregunta 4**

¿Conoce usted de algún medio por el cual pueda expresar su opinión sobre el contenido de la programación de los canales de televisión y radio?

Si	23
No	91

**Tabla 2-5:** Resultado acerca del conocimiento de la existencia de medios para expresar una opinión.



**Figura 2-4:** Representación porcentual de los resultados acerca del conocimiento de la existencia de medios para expresar una opinión

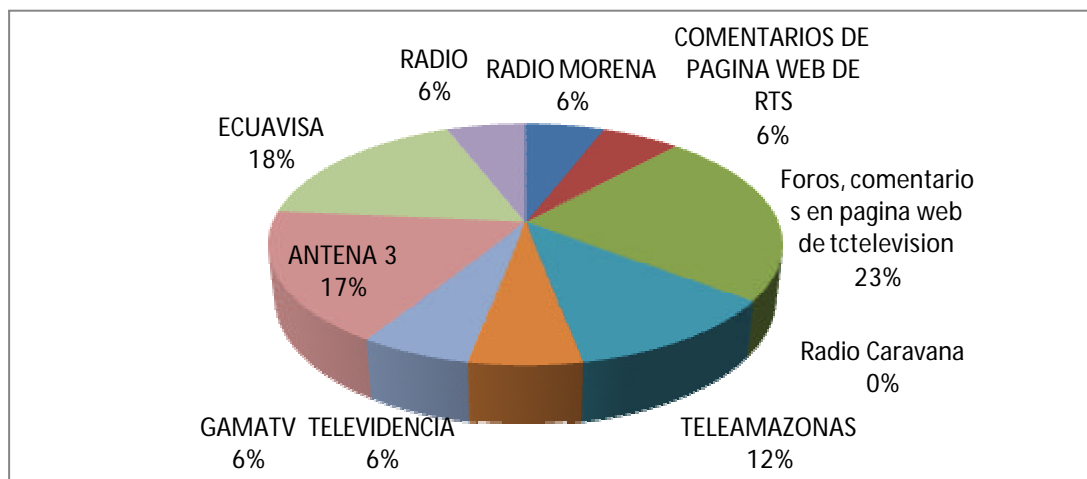


**Pregunta 5**

De la pregunta anterior, si su respuesta es Sí, favor especifique cuál es el medio en el que expresó alguna sugerencia, comentario o queja.

Radio Morena	1
Comentario de Pagina Web de RTS	1
Foros, comentarios en pagina web de TC Televisión	4
Radio Caravana	0
Teleamazonas	2
Televidencia	1
GamaTv	1
Radio Antena Tres	3
Ecuavisa	3
Radio	1

**Tabla 2-6:** Resultado acerca de los medios sobre los cuales han expresado una sugerencia.



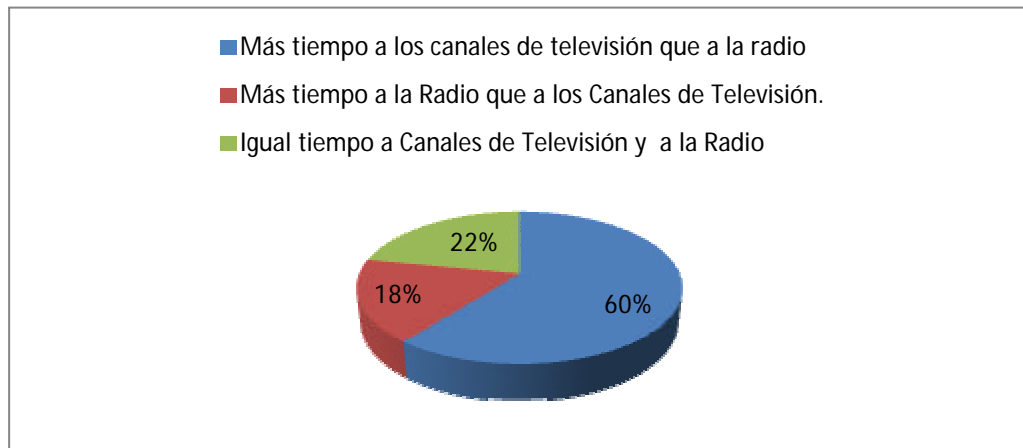
**Figura 2-5:** Representación porcentual de los resultados acerca de los medios sobre los cuales han expresado una sugerencia.

**Pregunta 6**

¿A cuál de los medios de comunicación radial y televisivo (Canal de Televisión o Radio) dedica usted más tiempo?

Más tiempo a los canales de televisión que a la radio	69
Más tiempo a la Radio que a los Canales de Televisión.	20
Igual tiempo a Canales de Televisión y a la Radio	25

**Tabla 2-7:** Resultado acerca de los medios a los que se le dedica más tiempo.



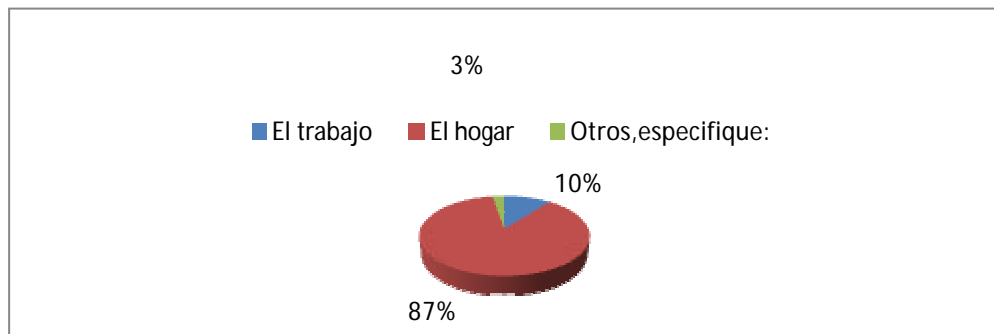
**Figura 2-6:** Representación porcentual de los resultados acerca de los medios que se le dedica más tiempo.

**Pregunta 7**

¿En qué lugar usted ve o escucha la programación de un canal de televisión o estación radial?

El trabajo	12
El hogar	99
Otros, especifique:	3

**Tabla 2-8:** Resultado acerca de los lugares en los que ve o escucha la programación de un medio radial y televisivo.



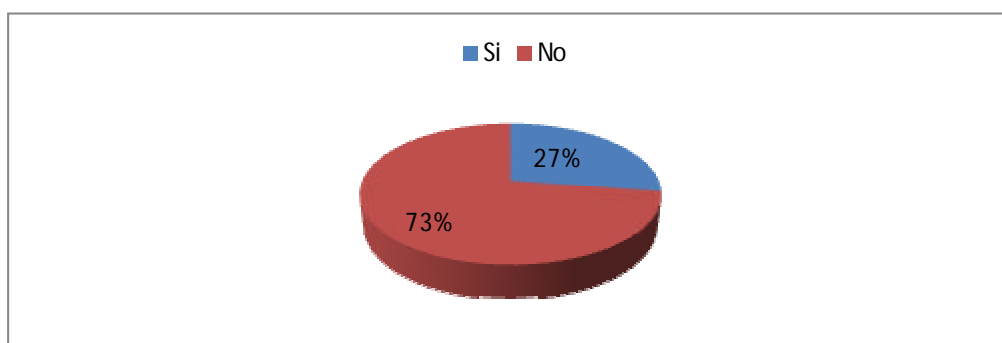
**Figura 2-7:** Representación porcentual de los resultados acerca de los lugares en los que ve o escucha la programación de un medio radial y televisivo.

**Pregunta 8**

¿Cree usted que se controla el contenido de los programas de televisión y radio en el País?

Si	31
No	83

**Tabla 2-9:** Resultado acerca del control del contenido de los programas de televisión y radio.



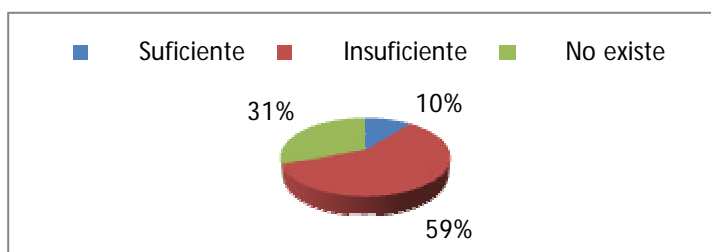
**Figura 2-8:** Representación porcentual de los resultados acerca del control del contenido de los programas de televisión y radio.

**Pregunta 9**

De la pregunta anterior, ¿Cómo calificaría usted aquel control?

Suficiente	12
Insuficiente	67
No existe	35

**Tabla 2-10:** Resultado acerca de la calificación del control a los medios.



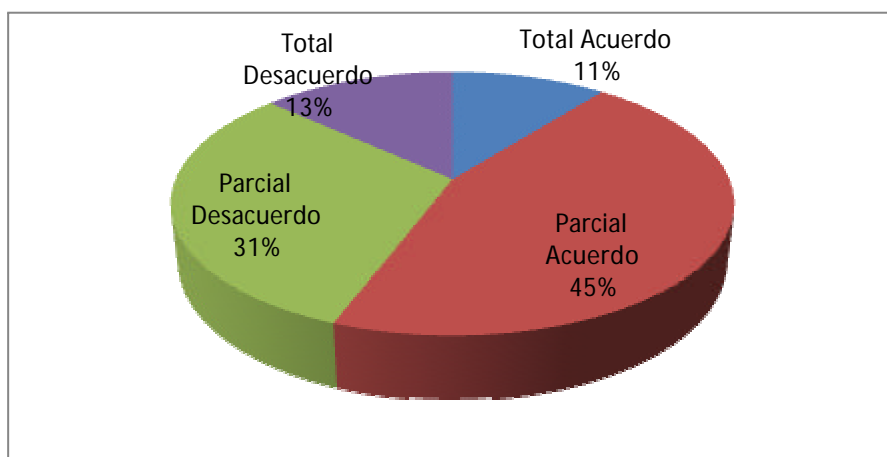
**Figura 2-9:** Representación porcentual de los resultados acerca de la calificación del control a los medios

**Pregunta 10**

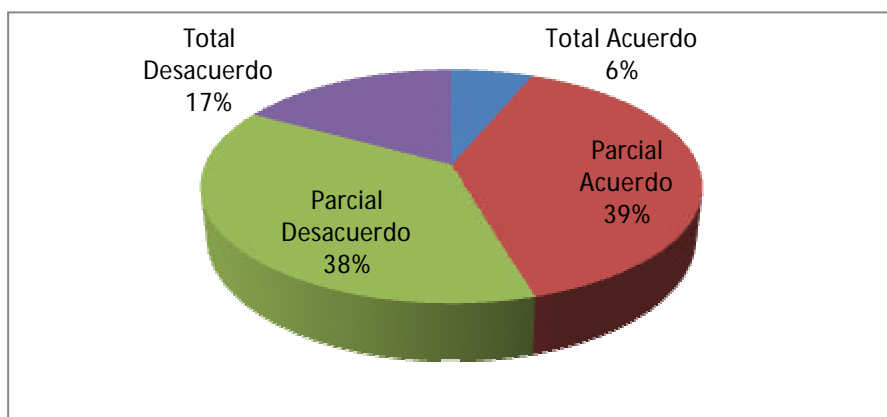
De las siguientes afirmaciones sobre la calidad actual de la programación en los medios de comunicación, indique su nivel de acuerdo o desacuerdo.

OPCIONES	Total Acuerdo	Parcial Acuerdo	Parcial Desacuerdo	Total Desacuerdo
Refleja la diversidad del País	12	51	35	15
Informa de manera veraz y objetiva	7	44	42	19
La televisión educa a toda la familia	2	26	52	31
La Radio educa a toda la familia	3	24	58	25
Brinda recreación de manera sana para toda la familia	1	39	48	24

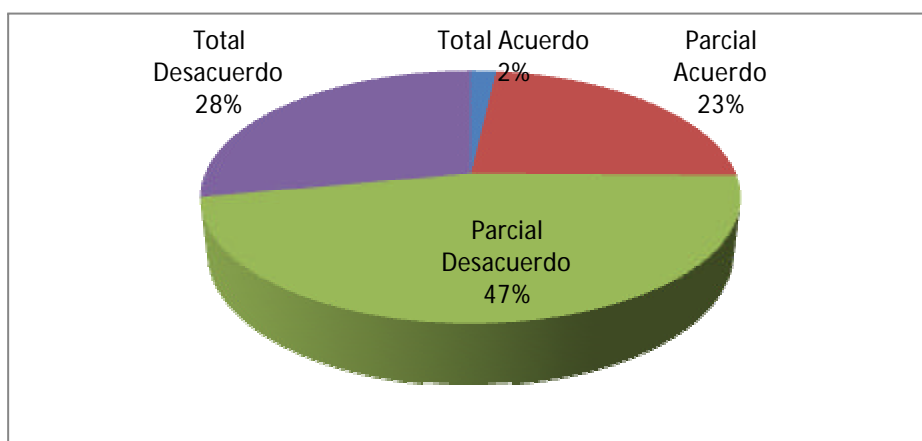
**Tabla 2-11** : Resultado acerca del nivel de acuerdo de la calidad actual de la programación en los medios.



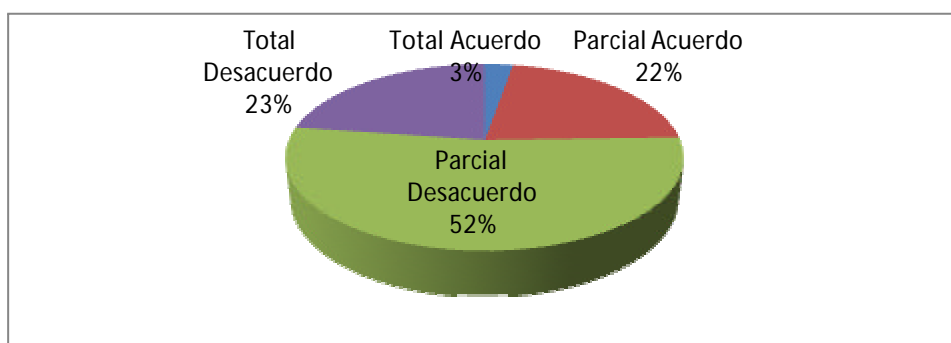
**Figura 2-10:** Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre el reflejo de la diversidad del País.



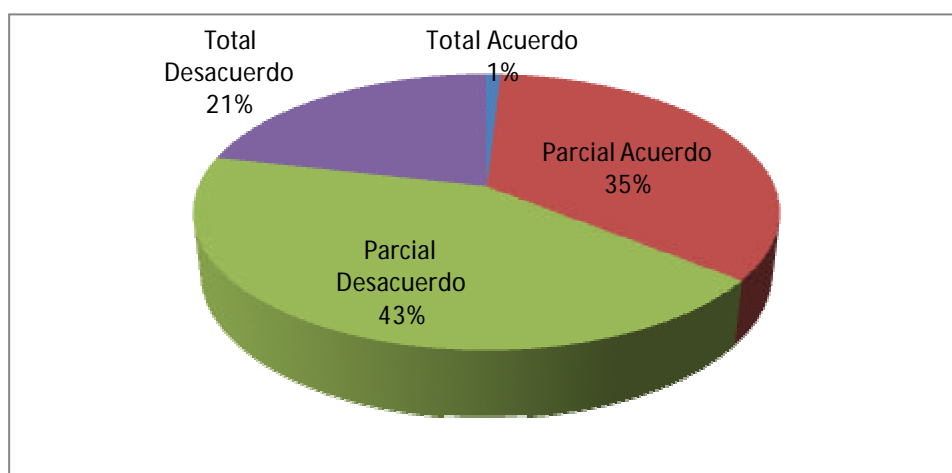
**Figura 2-11:** Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre el informe de manera veraz y objetivo.



**Figura 2-12:** Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre la fomentación de la educación en la familia



**Figura 2-13:** Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre la fomentación de la educación por parte de la radio.



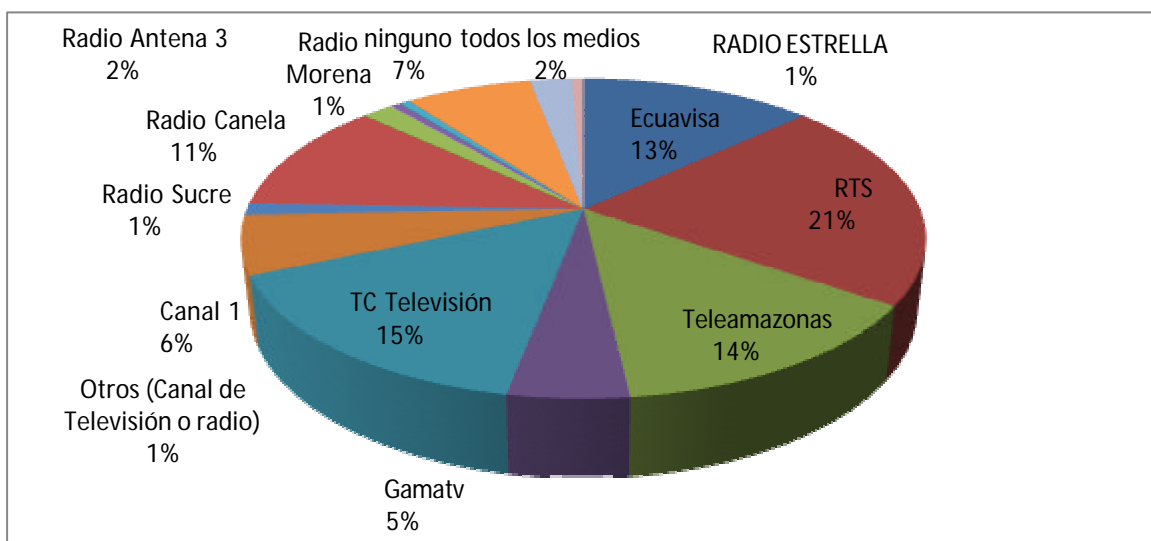
**Figura 2-14:** Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre el brindar recreación sana para toda la familia.

### Pregunta 11

¿Sobre qué medio radial y televisivo usted realizó su sugerencia?

Ecuavisa	22
RTS	36
Teleamazonas	23
GamaTv	8
TC Televisión	26
Canal Uno	10
Radio Sucre	2
Radio Canela	19
Radio Antena Tres	3
Otros (Canal de Televisión o Radio ),	1
Radio Morena	1
Ninguno	12
Todos los medios	4
Radio Estrella	1

**Tabla 2-12:** Resultado acerca de los medio sobre los cuales se ha realizado una sugerencia.



**Figura 2-15 :** Representación porcentual de los resultados acerca de los medio sobre los cuales se ha realizado una sugerencia

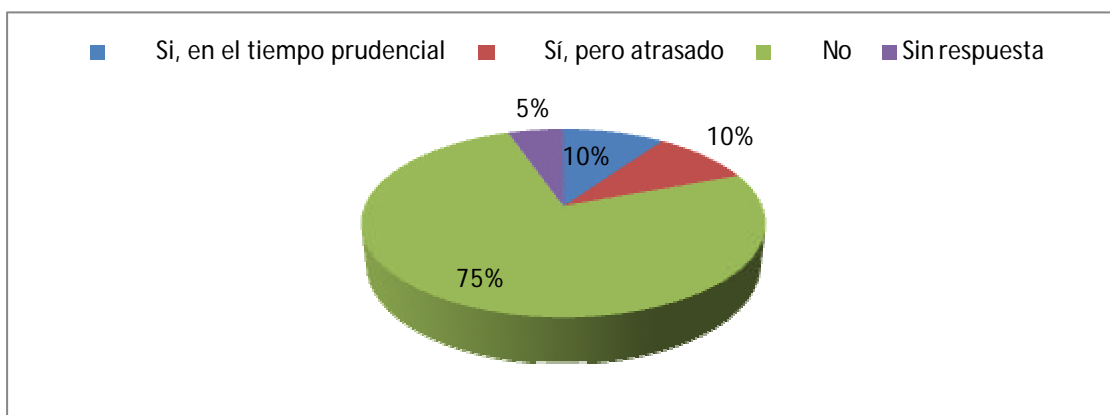
### Pregunta 12

¿Su queja, comentario, o sugerencia fue considerada y obtuvo respuesta alguna de aquel medio radial y televisivo, sea Canal de Televisión o Radio?

Si, en el tiempo prudencial	11
Sí, pero atrasado	11
No	86
Sin respuesta	6

**Tabla 2-13:** Resultado acerca de las respuestas de quejas por parte de un medio radial y televisivo.





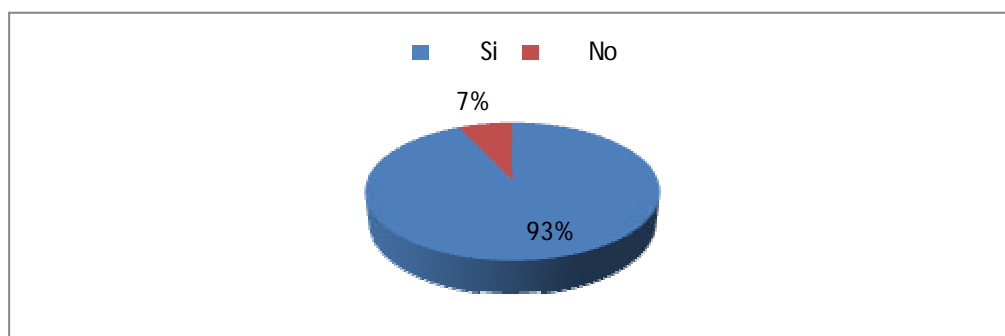
**Figura 2-16:** Representación porcentual de los resultados acerca de las respuesta de quejas por parte de un medio radial y televisivo.

### Pregunta 13

¿Gustaría usted de un espacio fijo en la web como alternativa para la recepción, seguimiento y evaluación de críticas, sugerencias y comentarios desde un medio de comunicación?

Si	106
No	8

**Tabla 2-14:** Resultado acerca de la aceptación de un espacio fijo en la web para la evaluación.



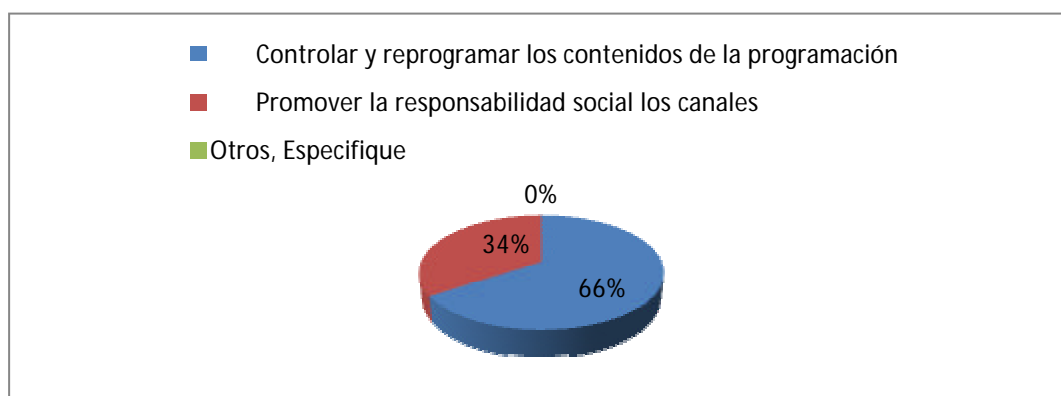
**Figura 2-17:** Representación porcentual de los resultados acerca de la aceptación de un espacio fijo en la web para la evaluación.

**Pregunta 14**

¿Con que objetivo usted sugeriría fuese utilizada la herramienta de evaluación?

Controlar y reprogramar los contenidos de la programación	75
Promover la responsabilidad social los canales	39
Otros, Especifique	0

**Tabla 2-15:** Resultado acerca de los objetivos sugeridos para emplear la herramienta de evaluación.



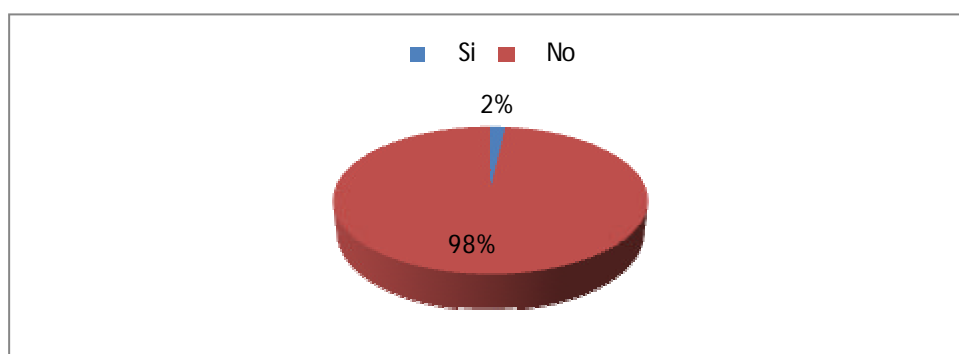
**Figura 2-18:** Representación porcentual de los resultados acerca de los objetivos sugeridos para emplear la herramienta de evaluación.

**Pregunta 15**

¿Conocía usted de alguna herramienta existente en la web similar?

Si	2
No	112

**Tabla 2-16 :** Resultado acerca del conocimiento de la existencia de una herramienta similar.



**Figura 2-19:** Representación porcentual de los resultados acerca del conocimiento de la existencia de una herramienta similar.

### Pregunta 16

¿Cuál es el medio de canal de televisión o radio que usted mas sintoniza?

Radio Canela	3
Radio Tropi Cálida	1
Radio Morena	1
Tc Televisión	26
Ecuavisa	32
Ninguno	1
Canal Uno	6
RTS	13
Teleamazonas	21
Radio Caravana	2
Ecuavisa Internacional	1
Radio 96.3	1

Radio Disney	2
Radio Punto Rojo	1
Radio Romance	1
Radio Rumba	1
Radio	0

GamaTv	3
Radio Onda Cero	1
Caravana Tv	1
Canal Ecuador	3
Radio Metro	1
Radio Antena Tres	1

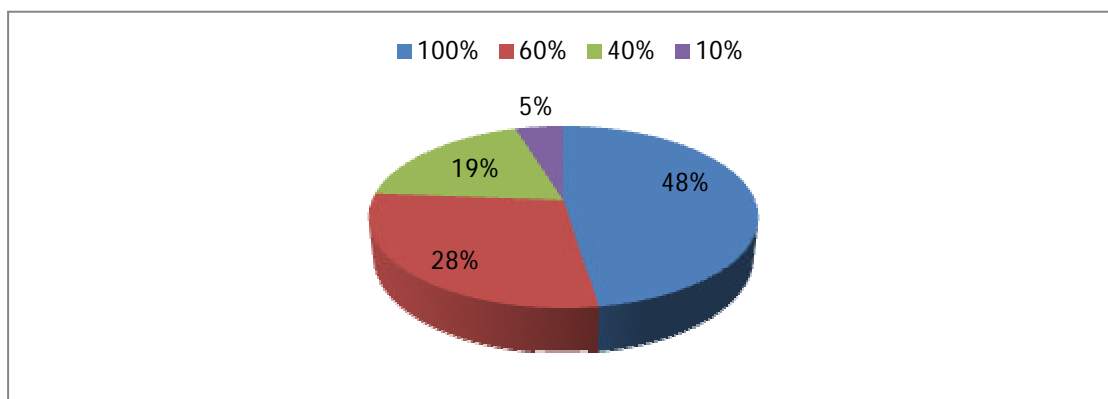
**Tabla 2-17:** Resultado acerca de los medios más sintonizados por la ciudadanía

### Pregunta 17

¿En qué porcentaje considera usted que influyen los programas de Canales de Televisión o radio en su vida diaria y en su familia?

100%	10
60%	47
40%	42
10%	15

**Tabla 2-18:** Resultado acerca de la influencia de los medios en la vida de la ciudadanía.



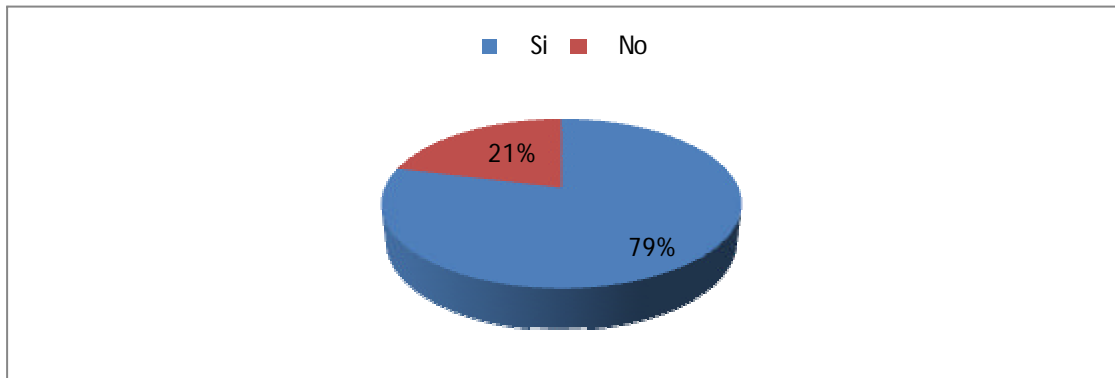
**Figura 2-20:** Representación porcentual de los resultados acerca de la influencia de los medios en la vida de la ciudadanía.

**Pregunta 18**

¿Desearía usted formar parte de nuestro portal para la mejora de la calidad de la programación en los medios, sean canal de televisión o radio?

Si	90
No	24

**Tabla 2-19:** Resultado acerca del deseo de la ciudadanía por formar parte del portal .



**Figura 2-21:** Representación porcentual de los resultados acerca del deseo de la ciudadanía por formar parte del portal.

### 2.9.1. RESULTADOS

Las tabulaciones de las encuestas permiten llegar a varias conclusiones concisas acerca del tema planteado, así se pueden detallar:

- Los ciudadanos consideran que el contenido de la programación de los medios de radio y televisión es regular y poco interesada en su educación.
- Además consideran que su contenido no es educativo ni realista, no existe calidad artística y moral.
- El 80% de los ciudadanos consideran que en el País no existe ningún medio por el cual puedan expresar sus opiniones acerca del contenido de la programación de los medios de radio de televisión.
- El 20% de los ciudadanos han expresado sus opiniones a través de foros, comentarios en las estaciones de radios.
- El 87% de los ciudadanos ven programas de televisión y escuchan programas radiales en sus hogares.
- La mayor cantidad de personas consideran que no existe control en los contenidos de la programación de estaciones televisivas y radiales, calificándolo al mismo tiempo como insuficiente.
- Existe un parcial desacuerdo entre los ciudadanos acerca de algunos criterios de evaluación en la programación de radio y televisión, así se puede mencionar:
  - Reflejar la diversidad del País
  - Informar de manera veraz y objetiva
  - La televisión y la radio educa a toda la familia.
  - Brindar recreación de manera sana para toda la familia.

- Las opiniones vertidas por los ciudadanos en los foros, entrevistas radiales, etc, no han sido tomadas en cuenta por parte de los directivos de un medio radial y televisivo determinado.
- El 93% de los ciudadanos están de acuerdo con la creación e implementación de un espacio fijo en la web que les permita expresar sus opiniones, quejas, sugerencias, comentarios, etc., con el objetivo de controlar y reprogramar los contenidos de la programación.
- El público en general no conoce de alguna herramienta similar en la web.
- Se pudo observar que el canal de Televisión más sintonizado es Ecuavisa, seguido de TC Televisión.
- Las personas consideran que los programas de televisión y radio influyen en un 60% en su vida diaria.
- El 79% de los ciudadanos desearían formar parte del Portal Web, pero existe un 21% que no lo desearía así, debido a ciertos factores como son:
  - No obtener respuesta alguna por parte de los directivos de los canales de televisión o estaciones de radio.
  - Manipulación del Gobierno Central en la programación de los canales.



### **CAPÍTULO 3**

## **PLAN DE MARKETING**



### **3. PLAN DE MARKETING**

#### **3.1. ANALISIS ESTRATEGICO**

##### **3.1.1. ANALISIS FODA**

El análisis FODA, (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades, Amenazas), es una herramienta que permite realizar un diagnóstico sobre el negocio, basándose en la información obtenida en un momento determinado, tanto de la empresa como del mercado.

De esta manera se podrá examinar la competencia de otros portales web investigando e identificando sus fortalezas y debilidades.

Los resultados a obtener a través de este análisis servirán para analizar correctamente al medio en el cual se va a desarrollar, con la finalidad de realizar las estrategias correctas para la implementación del portal.

Identificar los portales que permitan al ciudadano expresar su opinión hacia un determinado programa de un medio de comunicación no ha sido tarea fácil, ha conllevado muchos días de ardua investigación y búsqueda, es por eso que la elaboración de este proyecto tenga un gran alcance en la web.

##### **3.1.2. FORTALEZA**

- El primer Portal de Opiniones para medios radiales y televisivos existente en el Ecuador, en el cual los ciudadanos pueden expresar su criterio acerca de los diversos temas como programas de Radio y TV.
- El Portal se auto sustentará por la publicidad y uso de la herramienta, la cual proporcionará datos estadísticos actualizados sobre el nivel de aceptación de la programación de los medios de comunicación.
- El Internet se hace cada día más importante en la vida de las personas.
- Brindar un servicio de alta calidad a quienes requieran de la herramienta.

### **3.1.3. OPORTUNIDAD**

- En el País no existe un Portal Web dedicado a la evaluación y recepción de opiniones hacia la programación de los medios de comunicación.
- Crecimiento y desarrollo económico a corto y mediano plazo.
- Capacidad para un crecimiento expansivo, debido a que el público en general busca alternativas para expresar su inconformidad con ciertas emisiones radiales y televisivas.
- No existen competidores directos porque solo ciertos medios de comunicación poseen un Portal Web en el cual el ciudadano puede postear solo su sugerencia, pero no existe seguimiento de las mismas

### **3.1.4. DEBILIDADES**

- Que no se hayan explotado este tipo de Portales en el medio y es difícil percibir el grado de acogida que podría tener.

### **3.1.5. AMENAZAS**

- Que los portales existentes de los medios de comunicación implementen este tipo de herramienta para la evaluación de manera in-house.

## **3.2. SEGMENTACION DEL MERCADO**

Debido al gran número de internautas y a sus diferencias en necesidades y preferencias, no hay posibilidad de llegar a ellos.

Ecuador Opina debe definir los grupos en particular que quiere atraer y desarrollar las distintas propuestas para satisfacer las necesidades, ya que el segmento al cual se basa la aplicabilidad del presente proyecto, es hacia todas aquellas personas que desean participar en la mejora de la calidad de programación de los medios de comunicación.

### **3.3. MERCADO META**

El mercado meta son personas de ambos géneros, cuya edad este comprendida de los 16 años en adelante, y que tengan acceso a Internet es decir, que sean de un nivel socio económico medio, medio alto y alto, y que desean ser partícipes de la mejora en la calidad de programación.

### **3.4. MARKETING MIX**

Para el desarrollo del Marketing Mix de Ecuador Opina se ha considerado los siguientes factores:

- Menos de 1 año llegar abarcar un 20% del segmento.
- Recuperar la inversión en un corto plazo a través de los servicios brindados.
- Brindar cada día un mejor servicio.

#### **3.4.1. PRODUCTO**

- El portal se destacará por la imagen a proyectar, a través de un diseño atractivo donde las personas puedan dar su criterio y evaluación a los programas de los medio de comunicación.
- El registro para crear la cuenta del usuario será simplificado.
- La navegación en el portal será ágil a través de menús e íconos.

**Servicios que brindará el Portal "www.ecuadoropina.com":**

**1. Servicio para usuarios que ofrece el portal:**

- Evaluaciones en línea.
- Proporción de datos estadísticos a los clientes.

**2. Característica del portal:**

- Lista de medios radiales y televisivos del País.
- Opciones de evaluación a realizar sobre un determinado programa.
- Anuncios de promociones.
- Anuncios de ganadores de sorteos.

**3. Eventos:**

- Sorteos de cámaras web y digitales, celulares, reproductores mp3, mp4, pen drives u otros artículos.

**4. Publicidad dentro del Portal:**

- Se venderán espacios dentro del portal a empresas que estén interesadas en publicar.

### 3.4.2. PRECIO

Los costos del Portal, respecto a los diferentes servicios de publicidad que brindará, serán de un nivel atractivo que buscará el que las empresas, formen parte del portal contratando el servicio para promocionar el nombre de la empresa y los datos para contactos las 24 horas, durante un mes, llegando así a miles de personas.

A continuación se detalla la tabla de precios:

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL
<b><u>Ingresos Auspiciantes</u></b>	
Presencia del Logotipo del Auspiciante y enlace a su sitio web	\$ 200,00
Auspicio por línea de productos del Auspiciante	\$ 215,00
Informes Estadísticos de medios Radiales y Televisivos	\$ 250,00

**Tabla 3-1:** Precios por publicidad en el portal.

### 3.4.3. PROMOCION

#### Beneficios:

- Aumento de los niveles de confiabilidad y credibilidad de Ecuador Opina:

El portal ganará la confianza del usuario haciendo conocer a los diferentes medios de comunicación, las opiniones, observaciones, o evaluaciones efectuadas sobre las diferentes emisiones radiales y televisivas. De esta manera el usuario se convierte en un partícipe más en la mejora permanente de estos medios.

- Mejor Posicionamiento:

Se podrá conseguir, un mejor posicionamiento con respecto al de la competencia en caso de existir, a partir del que el usuario tenga en su mente

presente el portal, el cual se preocupa por mejorar el contenido de la programación de hoy en día.

#### 3.4.4. PUBLICIDAD

Los objetivos específicos de la publicidad que se quiere mostrar son los siguientes:

- Participar en los eventos públicos, promocionando a su vez el Portal Web, a través de invitaciones por medio de envíos de e-mails.
- Para el lanzamiento del portal se publicarán avisos de prensa.
- Se obsequiarán gorras, camisetas y bolígrafos con el logo de Ecuador Opina y la dirección web para poder promocionar el portal de opinión y evaluación pública.
- A través del envío de cartas de noticias o "newsletter" a los usuarios de nuestra base de datos que hayan aceptado recibir noticia, promociones, etc.

Los artículos que se sortearán al público se detallan a continuación:

- **Camisetas**



**Figura 3-1:** Modelo de camisetas para publicidad.

- **Gorras**

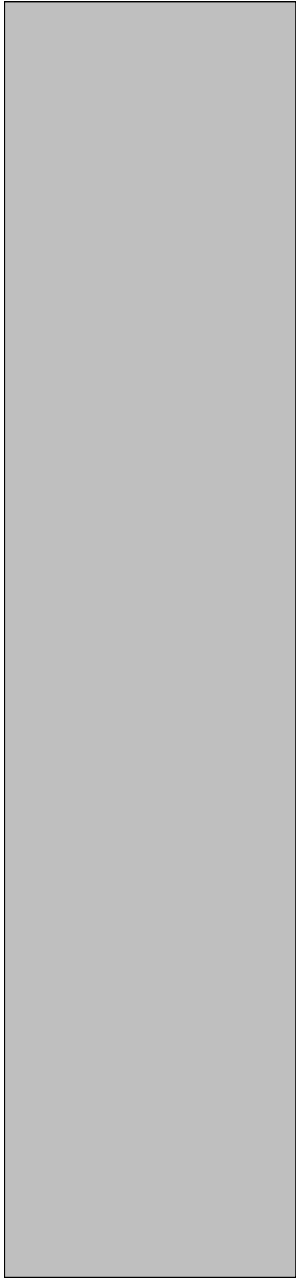


**Figura 3-2:** Modelo de gorra para publicidad.

- **Bolígrafos**



**Figura 3-3:** Modelo de bolígrafos para publicidad.



**CAPÍTULO 4**  
**ESTUDIO TÉCNICO**



## **4. ESTUDIO TÉCNICO O INGENIERIA DEL PROYECTO**

Para los efectos de presentación de la propuesta se ha elegido para el desarrollo, implementación y ejecución del Portal Web los siguientes puntos:

### **4.1. PRODUCTO**

El Portal Web se desarrollará con un Administrador de Contenidos Joomla, integrándolo con lenguaje de programación PHP V.5 y una base de datos My-SQL V.2.5.

Además se utilizará una estrategia de publicidad denominada "E – Mail Marketing", la cual es una forma de marketing directo que utiliza el correo electrónico como medio de comunicación comercial o comunicación de mensajes a una audiencia específica.

El principal objetivo por el cual se utilizará esta estrategia es fomentar la fidelidad de los clientes para que visiten el Portal, y al mismo tiempo ampliar nuestra base de nuevos clientes.

#### **4.1.1. IDENTIFICACIÓN**



[www.ecuadoropina.com](http://www.ecuadoropina.com), será el dominio con el cual se identificará el Portal Web, siendo un nombre fácil de recordar para todos los usuarios.

Seguidamente se presenta un breve Manual Corporativo, sobre el uso adecuado que se debe a las piezas gráficas, que se usarán para su promoción. Cabe acotar que la imagen es la carta de presentación de toda institución y su logotipo es el activo intangible de diseño básico de dicha entidad, por lo que mantiene igual importancia que su mismo nombre.

## 4.2. HERRAMIENTAS DE DISEÑO Y DESARROLLO PARA EL PORTAL WEB

Para el desarrollo y ejecución del Portal Web [www.ecuadoropina.com](http://www.ecuadoropina.com) se consideraron las siguientes aplicaciones:

Logo	Software	Descripción
	Administrador de contenidos	Para facilitar la tarea de la Administración del Portal Web.
	Dreamweaver CS3	Para la maquetación de las páginas hechas con código PHP.
	Flash Professional 8	Para la creación de animaciones del portal.
	PHP v 5.x	Programación del Portal Web
	MySQL v 2.5x	Base de datos
	Servidor Apache	Servidor para la publicación de las páginas.

	Internet Explorer 7.x	Visualización del Portal Web
	E-MAIL MARKETING.COM	Software para correos masivos.

**Tabla 4-1:** Aplicaciones necesarias para el desarrollo del portal.

#### 4.2.1. JOOMLA

Es un sistema de administración de contenidos de muy fácil administración de código abierto que permite realizar portales web profesionales en poco tiempo debido que cuenta con plantillas y un sin número de extensiones las cuales simplifica el trabajo al desarrollador y también se la puede integrar con código PHP.

Los portales web son recomendables para realizar páginas webs que requieran modificar sus contenidos muy a menudo, pues su gestor de contenidos hace que cualquier modificación en la estructura o en los contenidos sea muy rápido y sencillo, además de no precisar ningún software externo, sino que los cambios son hechos desde la propia página web introduciendo las debidas claves por parte del administrador del portal.

A los portales web también les llaman **CMS** o **gestores de contenidos**. Para la realización del proyecto propuesto "Ecuador Opina" se utilizará **Joomla** en un gestor de contenidos que permite crear portales web y otras potentes aplicaciones online

**Características Básicas de Joomla:****Organización del portal**

Organiza eficientemente los contenidos en secciones y categorías, lo que facilita la navegabilidad en el portal.

**Escalabilidad**

Instala y administra componentes y módulos como galerías de imágenes, foros, boletines, etc.

**Diseño y estética**

Cambia todo el aspecto del Portal Web con sólo un par de clicks, gracias al sistema de plantillas de diseño.

**Imágenes**

Posee una utilidad para subir imágenes al servidor y usarlas en todo el Portal Web.

**Feed de Noticias**

Incorpora un sistema de sindicación de noticias por RSS/XMS de generación automática.

**Estadísticas**

Con información de navegador, sistema operativo y detalles de las páginas más vistas.

**Publicación de Contenidos**

Crea páginas ilimitadas y haz cambios desde un editor. Los contenidos son totalmente editables y modificables.

**Usuarios**

Almacena datos de usuarios registrados, con la posibilidad de enviar e-mails masivos a todos los usuarios.

**Navegación y menú**

Totalmente editables desde el panel administrador

**Encuestas**

Sistema de votaciones y encuestas dinámicas con resultados en barras porcentuales

**Publicidad**

Es posible hacer publicidad en el portal usando un Administrador de Banners.

**Publicación automatizada**

Las páginas y documentos pueden programarse con fecha de publicación y fecha de caducidad.

**Formatos de lectura**

**Archivo e historial**

Las páginas o publicaciones que hayan perdido vigencia pueden enviarse a un "archivo" de almacenamiento, sin necesidad de tener que eliminarlas.



Cada documento es generado automáticamente en formato PDF, en versión imprimible y en XML.

**Envío por e-mail**

Los usuarios de la web pueden enviar automáticamente cada documento publicado a un amigo vía email.

**Valoración**

Los visitantes del portal pueden valorar la calidad del contenido publicado.

**Características Avanzadas de Joomla**

Estas son funciones especiales que se pueden instalar en cualquier momento al Portal Web para dar mayores prestaciones.

**Foros**

Invita a los usuarios a compartir información sobre la temática del portal.

**Descargas**

Distribuye archivos a través de un sistema de descarga de archivos.

**CRM**

Ayuda a mejorar las relaciones con sus clientes conduciéndole a una mayor rentabilidad comercial.

**Galerías multimedia**

Crea galerías de imágenes, audio y/o video que enriquecen la experiencia de navegación.

**Blogs**

Espacio personal para usuarios del portal, cuyos contenidos

**Tienda online**

Puede funcionar como un catálogo o como una completa

también son incluidos en el buscador tienda online en donde se acepte tarjetas interno del portal. de crédito u otras formas de pago.

#### 4.2.2. DREAMWEAVER CS3

Es una aplicación en forma de estudio pero con más parecido a un taller destinado para la construcción y edición de portales y aplicaciones Web basados en estándares. Es el programa de este tipo más utilizado en el sector del diseño y la programación web, por sus funcionalidades, su integración con otras herramientas como Adobe Flash y, recientemente, por su soporte de los estándares del World Wide Web Consortium.

#### Características:

Tiene las funciones típicas de un editor de código fuente para la web:

- Un administrador de portales, para agrupar los archivos según el proyecto al que pertenezcan.
- Un cliente FTP integrado, que permite subir los archivos editados inmediatamente al portal en Internet.
- Función de autocompletar y resaltado de la sintaxis para instrucciones en HTML y lenguajes de programación como PHP, JSP o ASP.

#### 4.2.3. PHP

**PHP** es un lenguaje de programación interpretado, diseñado originalmente para la creación de páginas web dinámicas. Es usado principalmente en interpretación del lado del servidor (server-side scripting) pero actualmente puede ser utilizado desde una interfaz de línea de comandos o en la creación de otros tipos de programas incluyendo aplicaciones con interfaz gráfica usando las bibliotecas Qt o GTK+.

**Características:****Ventajas:**

- Es un lenguaje multiplataforma.
- Completamente orientado a la web.
- Capacidad de conexión con la mayoría de los motores de base de datos que se utilizan en la actualidad, destaca su conectividad con MySQL y PostgreSQL.

**4.2.4. FLASH.**

Es una aplicación en forma de estudio de animación que trabaja sobre "Fotogramas" destinado a la producción y entrega de contenido interactivo para diferentes audiencias alrededor del mundo sin importar la plataforma.

**Características:****ActionScript**

ActionScript es un lenguaje orientado a objetos que permite ampliar las funcionalidades que Flash ofrece en sus paneles de diseño y además permitir la creación de películas o animaciones con altísimo contenido interactivo. Provee a Flash de un lenguaje que permite al diseñador o desarrollador añadir nuevos efectos o incluso construir la interfaz de usuario de una aplicación compleja, puesto que está basado en el estándar ECMAScript. La versión 3.0 de ActionScript ha marcado un cambio significativo en este lenguaje, puesto que en esta versión prácticamente se ha decidido prescindir de los prototipos y se lo ha encaminado a ser un lenguaje orientado a objetos solamente a través de clases. También se han hecho grandes cambios en cuanto a la sintaxis del lenguaje.

#### 4.2.5. SERVIDOR APACHE

El Servidor Apache es un servidor HTTP de código abierto para plataformas Unix y Windows. En la actualidad, Apache es el servidor HTTP más usado y seguro en todo el mundo.

##### **Ventajas:**

- Es modular
- Código abierto
- Multi-plataforma
- Extensible

#### 4.2.6. MYSQL

MySQL es un sistema de gestión de base de datos relacional, multihilo y multiusuario con más de seis millones de instalaciones.

Las principales características por las que se selecciona MySql son:

- **Alto rendimiento.**  
Permite a los administradores de bases de datos configurar el servidor de base de datos.
- **Soporte transaccional robusto.**  
Ofrece uno de los motores de base de datos transaccionales más poderosos del mercado.



- **Fortalezas a nivel Web.**

Es el estándar para Portales Web de alto tráfico debido a su motor de búsqueda de alto rendimiento, a la capacidad de inserción de datos y al soporte para funciones específicas Web como búsquedas de texto completo.

- **Sólida protección de datos.**

Ofrece características de seguridad, que garantizan la protección de los datos.

- **Facilidad de administración.**

Proporciona un paquete de herramientas de migración y de administración gráfica que permite administrar, solucionar problemas y controlar el funcionamiento de muchos servidores MySQL desde una única estación de trabajo.

#### **4.2.7. INTERNET EXPLORER 7.0**

Es el navegador de Web, el cual permitirá visualizar el Portal Web.

#### **4.2.8. E-MAIL MARKETING.COM**

E-mail Marketing incluye un sistema de revisión que permite escanear la red para encontrar correos de las páginas web que coincidan con un criterio a indicar tal como funcionan los buscadores de Internet.

Un buscador que permite extraer e-mails en una localidad ya que soporta varios Países, también es capaz de extraer desde una dirección web URL que se le indique o extraer desde cualquier tipo de archivo de su PC, además tiene un servidor SMTP integrado que resuelve a través de DNS, por lo que posibilitará enviar de ahí mismo correos electrónicos a las listas de e-mails sin necesitar de ningún otro software, fue diseñado para ser lo más simple y fácil de usar.

El programa tiene soporte y puede ser utilizado por cualquier persona que viva en los principales Países con acceso a Internet.

Entre las principales ventajas se puede mencionar:

- Económico, su precio es de tan sólo 27 dólares americanos.
- Funcionalidad integrada, que permite extraer localmente, obtener correos de internet y enviarlos masivamente desde el mismo programa.
- Servidor de correo integrado, tal que no se necesita configurar absolutamente nada para empezar a trabajar, no necesita un servidor smtp o proveedor de hosting.
- Facilidad de uso.
- Diseño específico. A diferencia de otros, el programa será diseñado para el envío masivo de email por lo que hay códigos de funcionalidad especializados para ello como programación para que los mensajes puedan pasar filtrados, un motor de búsqueda que comienza arriba de los primeros 1000 resultados a efecto de obtener correos más actualizados, purgamiento automático de la salida de correo para que pueda enviar miles de emails en una sola exhibición y así otras técnicas ad hoc.

### **4.3. INGENIERIA DE LA PRODUCCION DEL PRODUCTO**

El Portal Web "Ecuador Opina" es un portal diseñado con el propósito de ofrecer al empresario de los medios radiales y televisivos obtener información valiosa sobre la calidad y aceptación de la programación de los mismos, a través de una evaluación realizada directamente por los usuarios.

A continuación se detalla el Menú Principal del Portal Web.

- **El Portal:** Permitirá a los usuarios y a las empresas afiliadas conocer acerca de la existencia y utilidad del Portal a través de 2 sub - opciones:
  - **Quienes Somos:** Información acerca de la misión, visión y objetivos del Portal Web a través del sub-menú"
  - **Beneficios del Portal:** El usuario podrá informarse acerca de los beneficios que tiene al visitar el Portal, los cuales se mencionan a continuación:
    - Ganar premios especiales y mensuales ya sea por invitar a más amigos al Portal o por la cantidad de opiniones que realice.
    - Dar ideas para la creación de nuevos programas de televisión.
    - Conocer noticias exclusivas sobre el programa favorito del visitante.

Las Empresas Afiliadas conocerán acerca del beneficio que obtendrá su entidad radial o televisiva al ser evaluada por los usuarios, para de esta manera cumplir con las expectativas del oyente o televidente.

- **Registro de Usuario:** Mediante esta opción los usuarios que deseen opinar deberán ingresar sus datos personales.
- **Opiniones:** Contiene 2 sub – opciones:
  - **Registrar Opinión:** Contiene las preguntas que se le realizará a los usuarios que deseen postear una queja, sugerencia o comentario de un programa en particular, perteneciente a un medio de comunicación determinado.

El usuario deberá seguir la siguiente estructura:

1. **Ingreso del usuario y clave:** Deberá ingresar el usuario y clave, lo cual le permitirá seguir al siguiente punto.
2. **Elección del tipo de medio de comunicación:** El usuario elegirá si desea postear su opinión acerca de un medio radial o televisivo.
3. **Elección del tipo de opinión:** El usuario elegirá entre:
  - Queja
  - Sugerencia
  - Comentario
4. **Elección de las secciones de preguntas:**

Si el usuario eligió el tipo de opinión "Queja" dispondrá de 3 tipos de secciones, creadas con la finalidad de segmentar los tipos de preguntas.

De esta manera el usuario tiene la libertad de dar su queja cerca de las 3 secciones o solo una de ellas.

A continuación se detallan las secciones:

- **Generalidades del programa**
- **Calidad del programa**
- **Personal que conduce programa**

Dentro de cada sección existirán un conjunto de preguntas de acuerdo al tipo de opinión antes seleccionado. [Ver Anexo 2]

5. **Elección del medio radial o televisivo:** Se mostrará todos los canales de televisión afiliados, siempre y cuando se haya elegido anteriormente como tipo de medio de comunicación "TV", caso contrario se visualizará las estaciones de radio.
6. **Elección del tipo de programa:** Muestra todos los programas pertenecientes a un tipo determinado emitido por los medio radiales o televisivos previamente elegido. A continuación se muestra un ejemplo:

#### **Canal de Televisión: Tc Televisión**

- **Informativos:**
  - Programas de Debates
  - Noticieros
  - Programas de Entrevistas
  - Otros
- **Deportivos:**
  - Noticieros Deportivos
  - Transmisiones de Futbol
  - Otros
- **Infantiles:**
  - De Concursos
  - Comics
  - Infantiles
- **Entretenimiento:**
  - Películas
  - Novelas
  - Programas de Concursos
  - Series de Televisión
  - Otros

- **Educativos:**

- Documentales
- Otros

**7. Elección del programa específico:** Muestra los programas que emite el medio radial o televisivo previamente elegido de acuerdo al tipo de programa antes seleccionado.

**Canal de Televisión: Tc Televisión**

- **Entretenimiento: Programas de concurso**

- Fama o Drama
- A Todo Dar
- Otros

- **Invitación a sus Amigos a Opinar:** Permitirá al usuario invitar desde 3 hasta 10 amigos para que visiten el Portal Web a través de su correo electrónico.

Además se dará a conocer que por cada 5 amigos que invite a visitar el Portal podrá ganarse un premio especial.

- **Empresas Auspiciantes**

- **Clientes:** Información acerca de las actuales empresas que se encuentran afiliadas al Portal Web "Ecuador Opina". Algunas empresas que les interesaría formar parte del Portal son:

**Medios Radiales**

**Medio Televisivos**

Empresa Afiliada	Empresa Afiliada
	
	
	
	

Figura 4-1: Posibles empresas interesadas en formar parte del portal.

- **Afiliación:** Información relevante acerca de la empresa que desee afiliarse a al Portal.
- **Ingreso al Sistema:** La empresa afiliada deberá ingresar con su usuario y clave previamente obtenido en su proceso de afiliación para de esta manera poder:

- Acceder a los resultados estadísticos obtenidos a través de las opiniones emitidas por los usuarios.
  - Comparar resultados ante las demás emisiones televisivas o radiales.
  - Tomar medidas para mejorar la satisfacción de los usuarios.
- 
- **Promociones**
    - **Sorteo de Productos:** Información acerca de la metodología del concurso para que pueda ser acreedor del premio especial o del premio mensual. Se muestra información de los productos a sortearse cada 2 meses, con sus respectivas características técnicas.

Inicialmente se sorteará los siguientes productos:

- **Cámaras web y digitales**



**Figura 4-2:** Modelo de cámaras a sortear.

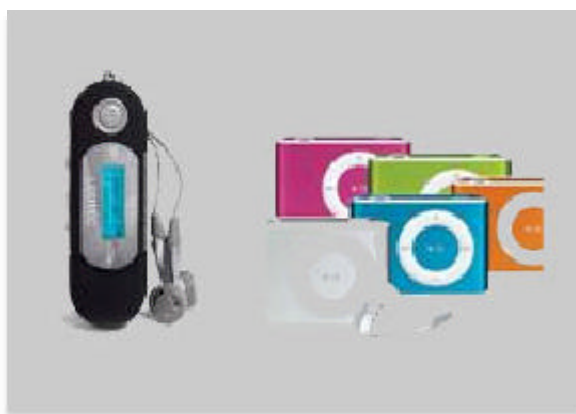


- **Celulares:**



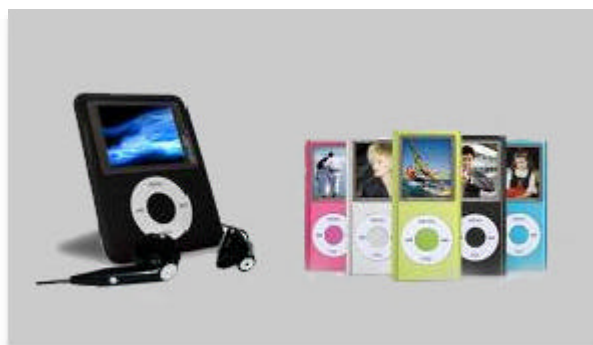
**Figura 4-3:** Modelo de celulares a sortear.

- **MP3**



**Figura 4-3:** Modelo de reproductores Mp3 a sortear.

- **MP4**



**Figura 4-4:** Modelo de reproductores Mp4 a sortear.

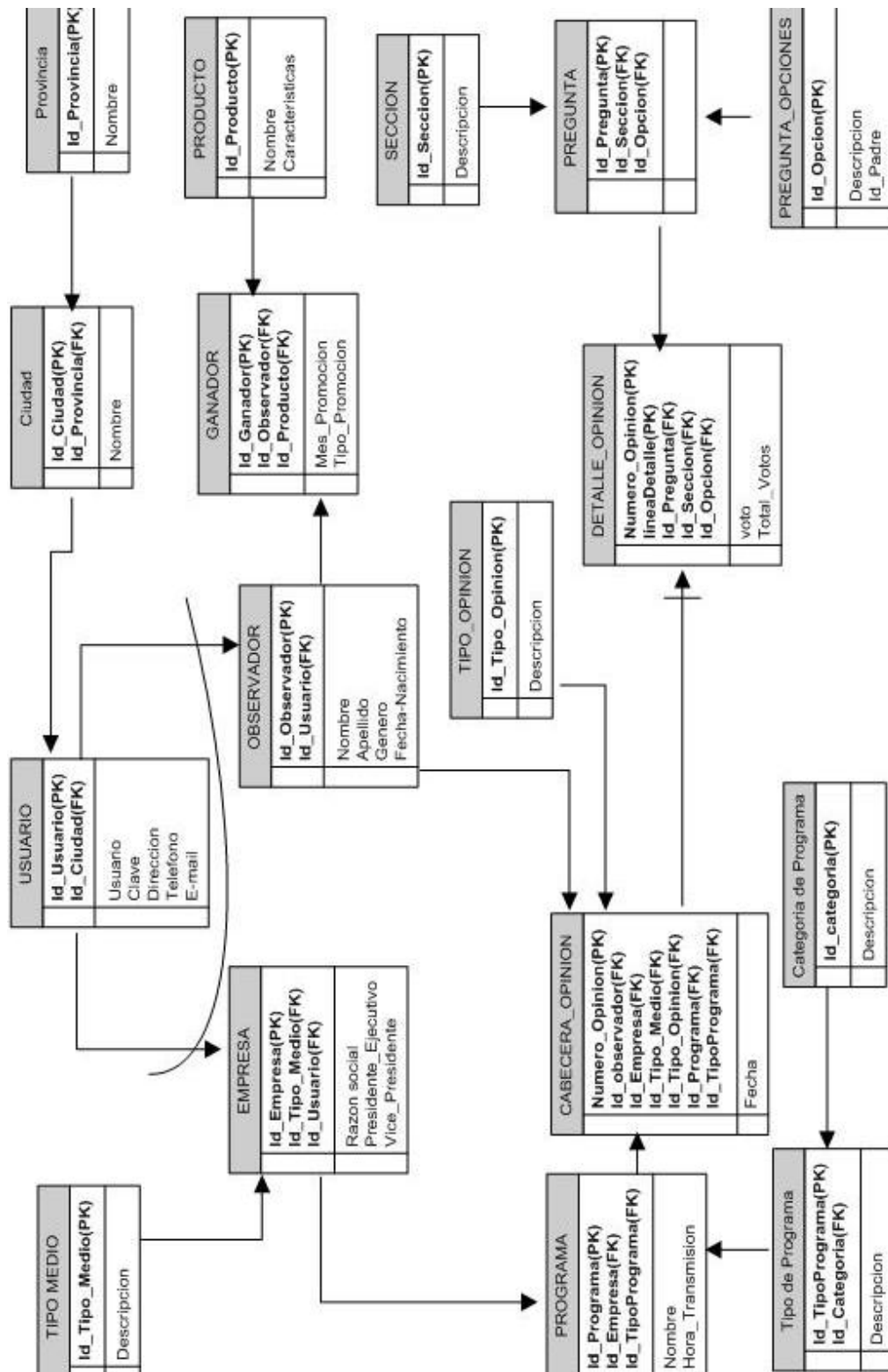
- **PEN DRIVES**



**Figura 4-5:** Modelo de Pen Drives a sortear.

- **Listado de Ganadores:** Muestra cuales han sido las personas acreedoras a los premios especiales o a los premios mensuales. La lista se muestra por mes y año junto con el producto asignado como premio.
  
- **Contáctenos:** Información acerca de los usuarios o empresas que deseen formar parte del portal.

#### 4.4. DISEÑO DEL MODELO ENTIDAD Y RELACION DEL PORTAL



**NOTA:** Arco Optativo utilizado por los Administradores de Base de Datos para el correcto Modelamiento de la misma, el cual define lo siguiente: El usuario puede ser una Empresa o un Observador, pero no las 2 entidades a la vez.

#### 4.5. DISEÑO DE LA ESTRUCTURA DEL PORTAL:

El esquema de diagramas de las pantallas permite ubicar los elementos de forma organizada.

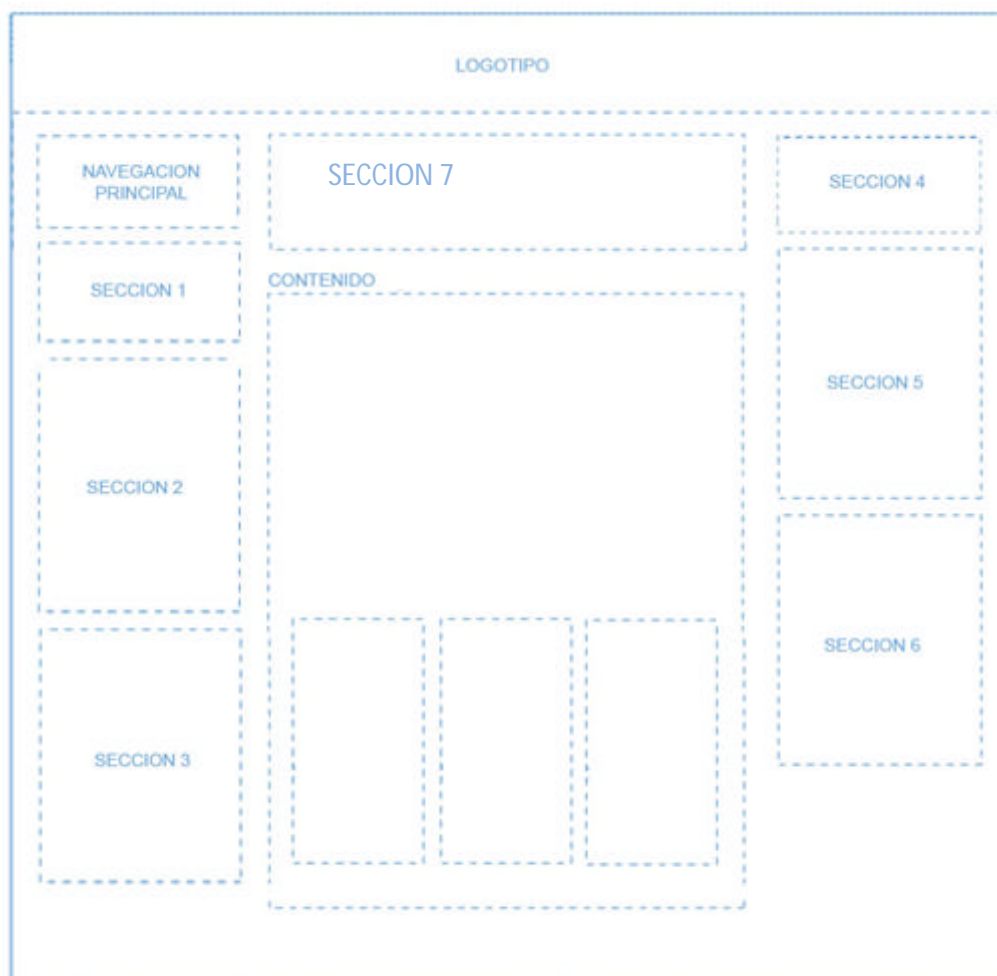


Figura 4-7: Estructura del portal.

El uso de este esquema permitirá establecer la funcionalidad del Portal para luego profundizar en temas más importante como son las descripciones de las páginas web de principal interés para el usuario.

### **Elementos permanentes del Portal**

Los elementos permanentes del portal son:

#### **Logotipo**

Permanece en todas las pantallas de interfaces, representa la imagen corporativa del Portal.

#### **Navegación Principal:**

Permanece en todas las pantallas de interfaces, permite el enlace a todas y cada una de las áreas del portal.

#### **Estructura de pantalla de Inicio**

**Sección 1:** Sección de ingreso (usuario y clave). Permite al usuario Acceder rápidamente al Portal para proceder a registrar su opinión.

**Sección 2, 3 y 6:** Llevan contenido publicitario de anunciantes contratados por nuestro portal.

**Sección 4 y 5:** Llevan contenido interno del Portal. Encuesta y Calendario

**Sección 7:** Publicidad dinámica de nuestros clientes, sean estos medios radiales y televisivos.

**Contenido:** Especificaciones del objetivo del portal y acceso para la evaluación – queja, comentario o sugerencia.

## 4.6. MODELO Y DISEÑO DE PÁGINA WEB

- PÁGINA PRINCIPAL:



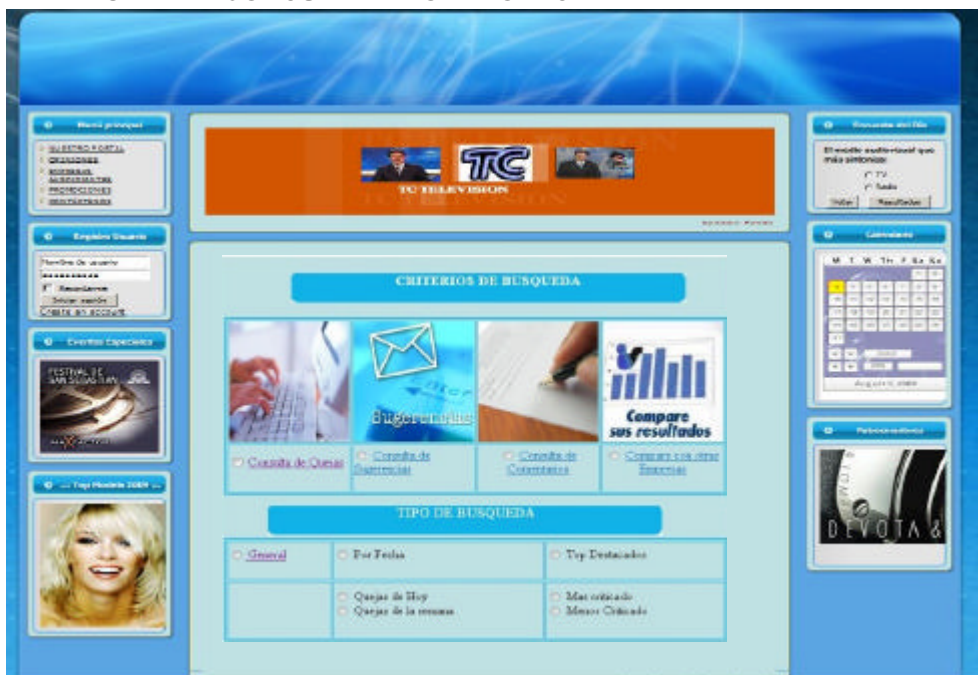
Figura 4-8: Página Principal del Portal web "Ecuador Opina"



- **PAGINA DE REGISTRO DE OPINION:**



- **PAGINA DE CONSULTA DE OPINIONES**



## **Valoración Cromática y Visual**

El portal está diseñado de tal manera que tenga un alto nivel de aceptación para todos los usuarios. Se ha utilizado como color principal el azul combinado con variaciones del color celeste.

El fondo o background de la parte central es color celeste claro, el cual permitirá tener una mejor visualización de su contenido.

## **Contenido destacado del Sitio**

### **EcuadorOpina.com**

- Registro de Usuarios para todo tipo de personas que deseen otorgar su opinión.
- Los usuarios tendrán la oportunidad de otorgar su opinión a 3 de las siguientes secciones: Quejas, Sugerencias y Comentarios.
- Encuestas elaboradas con diversas preguntas de acuerdo al tipo de opinión elegido.
- Anuncio de los premios sorteados mensualmente.
- Anuncio de ganadores de sorteos
- Consulta de las opiniones de los usuarios segmentadas por el medio radial o televisivo, tipo de opinión, tipo de programa, tipo de preguntas.
- Consultas resumidas: El medio radial o televisivo más criticado, el programa más criticado, la sugerencia más destacada, comentario más destacado del día, mes o año.
- Gráficos estadísticos segmentados por los criterios antes mencionados.
- Comparaciones con otros medios radiales o televisivos segmentados por los criterios antes mencionados.
- Área publicitaria de nuestros clientes con enlaces a sus respectivas páginas web.



## 4.7. HOSTING

Para el alojamiento del Portal Web se utilizará Ecuahosting, empresa que nos proveerá por un valor de \$59 anuales con los siguientes servicios:

Servicios	Capacidad o Característica
Almacenamiento HD de Espacio	20.000 Mb
Transferencia mensual	100.000 Mb
Precio Anual	\$199 x año
Registro del dominio .com .net .org	\$11
Dominios Adicionales	3 Dominios
<b>Servicios</b>	
Velocidad de Servidores(mínimo)	6100 MHz
Server –Memoria(mínimo)	8GB
Sistema Operativo	Centos
<b>Correo Electrónico</b>	
Consultas para Soporte Técnico(Vía Telefónica)	Ilimitadas
Cuentas POP3 / FTP	Ilimitadas
Bloqueo de Correo (Spam)	Si
<b>Otras Características</b>	
Uso del FTP	Ilimitado
Flash	Si
Base de Datos MySql 4.5	Si
Protección con Contraseña	Si
Soporte vía Help Desk 24/7	Si
<b>Características Avanzadas</b>	
99.9% Uptime	Si
Soporta Php 4 .5	Si
Estadística de Acceso	Si

Servidor de Apache	Si
Sendmail	Si
Perl	Si
Backups auto administrados	Si
Instalación en 24 horas	Si

**Tabla 4-2** Características del Web Hosting

## 4.8. GUÍA DE DISEÑO DEL MATERIAL GRÁFICO

### 4.8.1. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

El manual de Identidad Corporativa presenta los usos correctos del logotipo.


Incluye dos capítulos: El primero incluye los identificadores básicos, el segundo la papelería. Siguiendo estos parámetros no se distorsionará la imagen.

Todas las reproducciones que se hagan de los diferentes elementos del manual deberán ser siempre copia fiel del original y de sus posibles versiones, y habrán de ir siempre con la mejor calidad de impresión.

### 4.8.2. DESARROLLO DE LA MARCA

#### 4.8.3. LOGOTIPO

Se usa solo logotipo porque se desea resaltar el nombre del Portal Web, que sea de fácil lectura y recordación por los usuarios.

En la parte final del logotipo se resalta el símbolo  que va a identificar la voz de los usuarios, es decir lo que ellos quieran expresar por medio del Portal Web, el cual también es como un símbolo de propagación de la información de los medios radiales y televisivos.

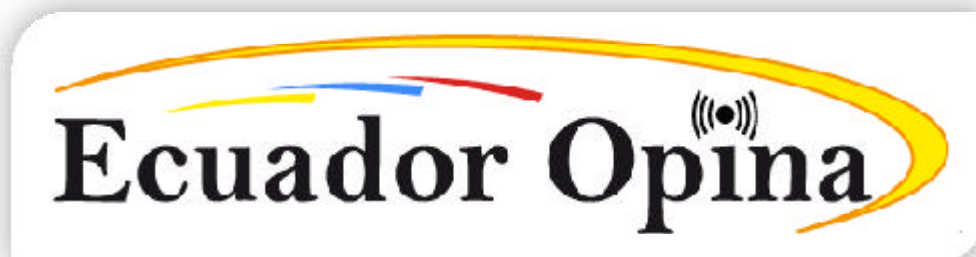
La variedad de diseños de tipografía crea diferentes efectos en la percepción mental de las personas, entonces para cada tipografía se asocia una personalidad distinta, en esta muestra se expone lo divertido de la profesión que se representa; es un título legible que facilita la recordación del espectador.



**Figura 4-9:** Presentación del logo del portal.

#### 4.8.4. VERSIONES

Esta es la única versión disponible.



**Figura 4-10:** Versión del logo del portal .

#### 4.8.5. REDUCCIONES

- Se fija el mínimo al cual puede llegar a reducirse el logotipo, a fin de mantener la armonía en el conjunto, las proporciones y la finalidad de su perfecta visualización.
- Los otros ejemplos de mayor tamaño sirven como referencia o en su caso modelo.
- No hay un tamaño máximo del logotipo ya que dependerá de su aplicación.



**100%**



**75%**



**50%**



**25%**

**Figura 4-11:** Reducciones del logo del portal.



## **CAPÍTULO 5**

**EQUIPO DE DESARROLLO**

## **5. EQUIPO DE DESARROLLO**

### **5.1. TRABAJADORES POR AREA**

#### **5.1.1. DIRECTOR DE PROYECTO**

El Director de Proyecto se encargará de dirigir el proyecto en todos los aspectos técnicos, sean estos: diseño, tecnología a usar, programación, etc.

Las funciones del Director de Proyecto se detallan a continuación:

- Gestionar con liderazgo al equipo de trabajo
- Administrar los recursos necesarios para el desarrollo del proyecto
- Conocer el la funcionalidad de los sistemas
- Establecer buenas relaciones con los auspiciantes

#### **5.1.2. ANALISTA DE SISTEMAS**

El Analista de Sistemas será el profesional encargado de la infraestructura técnica del Portal Web.

Las funciones del Analista de Sistemas se detallan a continuación:

- Responsable de la funcionalidad de los requerimientos necesarios para el desarrollo del portal.
- Encargado de la programación bajo el código fuente basado en las interfaces establecidas por los desarrolladores.
- Trabajo en conjunto con el desarrollador web.
- Realizar las pruebas necesarias para descartar errores en la funcionalidad del portal.
- Encargado de la administración de la base de datos del sistema.

### **5.1.3. WEB DESIGNER O DISEÑADOR WEB**

Es el profesional encargado del diseño del portal, se encargará de la parte visual y grafica del mismo, haciéndolo más atractivo.

Las funciones del Desarrollador Web se detallan a continuación:

- Se encargará del desarrollo del logotipo del portal el cual lo identificará.
- Tratamiento y edición de imágenes
- Diseño de animaciones y banners interactivos.
- Estructuración de plantillas del portal, bajo los parámetros que implica el diseño de un Portal Web: colores, ubicación de iconos, etc.
- Crear un entorno grafico que atraiga a nuevos usuarios.

### **5.1.4. WEB DEVELOPER O DESARROLLADOR WEB**

Es el profesional encargado de la funcionalidad de las páginas web, se encargará del desarrollo de las páginas.

Las funciones del Desarrollador web se detallan a continuación:

- Programar en HTML, php, Java Script.
- Programar en MySql

### 5.1.5. WEB MARKET

Será el profesional encargado de realizar las actividades necesarias para incrementar el número de visitantes en el portal web; consiste en la actividad de marketing estratégico relativa a las actividades comerciales y a la comunicación publicitaria en la web.

Las funciones del Mercado web se detallan a continuación:

- **Analizar el posicionamiento del portal sobre los motores de búsqueda**

Procederá con la elección de las palabras clave con una verificación de los términos más utilizados en los motores de búsqueda en relación a los contenidos del portal web a posicionar.

- **Realizar newsletter**

Se encargará de realizar mensualmente newsletter on-line para poder realizar distribuciones de forma masiva.

- **Definir banners y enlaces para la publicidad.**

Se responsabilizará de la planificación de espacios publicitarios en el portal web y de la realización gráfica de banners.

- **Monitorizar posibles competencias**

Analizará a los posibles competidores del portal en la web y monitorizará el estado de adelanto de estos.



## 5.2. EQUIPO DE TRABAJO

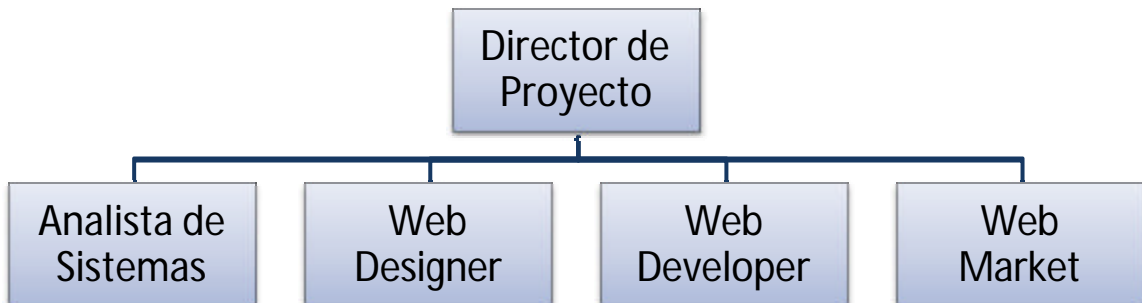


Figura 5-1: Organigrama.

### PERFIL DEL DIRECTOR DE PROYECTO.

- Poseer conocimientos de los requerimientos necesarios para el desarrollo del portal.
- Proactivo y ente motivador para el equipo de desarrollo.
- Capacidad de liderazgo.

### PERFIL DEL ANALISTA DE SISTEMAS.

Para el desarrollo de aplicaciones web:

- Interés de aprendizaje y habilidad para el desarrollo e implementación de portales y sistemas.
- Analítico y capacidad para resolver problemas.
- Conocimiento en lenguajes de programación como: XHTML, XML, JSP, ASP, PHP; y administración de base de datos como: MySql.
- Conocimiento de manejo y configuraciones de servidor Apache.

## **PERFIL DEL DISEÑADOR WEB.**

Para el diseño del Portal web:

- Ser creativo para la elaboración y diseño de un Portal Web.
- Dominio en manejo de programas como: Flash, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Dreamweaver.
- Dominio en el manejo del Gestor de Contenidos Joomla.

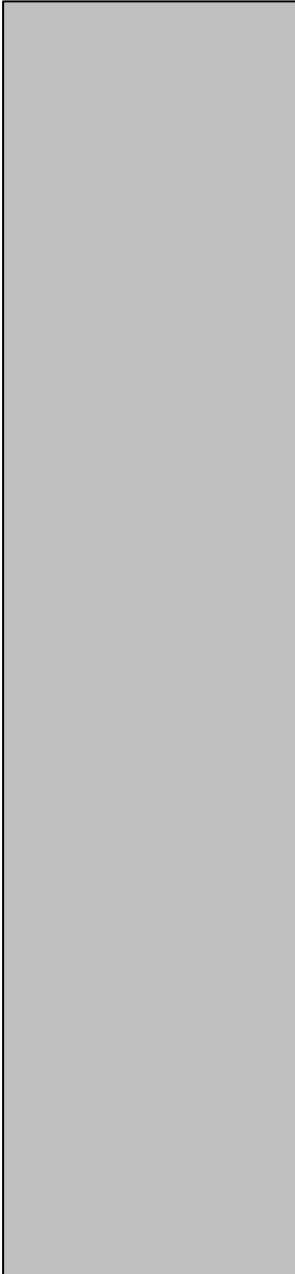
## **PERFIL DEL DESARROLLADOR WEB.**

Para el desarrollo de diseño web:

- Ser creativo para la elaboración y diseño de un Portal Web.
- Dominio en programación en PHP, HTML, JavaScript, MYSQL.

## **PERFIL DEL WEB MARKET.**

- Dominio en el Software E-Mail Marketing.com.
- Investigador y analítico.
- Capacidad para resolver problemas.



## **CAPÍTULO 6**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

## 6. ESTUDIO FINANCIERO

### 6.1. PRESUPUESTOS DE INVERSIÓN, INGRESOS Y EGRESOS

Para iniciar con el proyecto se necesita una inversión que incluye lo siguiente:

#### INVERSION DEL PORTAL WEB

##### INVERSIÓN INICIAL DEL PORTAL WEB

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL	TOTAL ANUAL
<b>Inversión de la Imagen Corporativa y Portal Web</b>		-
<b>Imagen Corporativa</b>		<b>\$ 600,00</b>
Diseño de Imagen corporativa	\$ 400,00	
Afiches, Volantes	\$ 200,00	
<b>TOTAL INVERSIÓN DEL PORTAL WEB</b>		<b>\$ 600,00</b>

#### INVERSION POR PREMIOS

##### INVERSIÓN POR PREMIOS

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
<b>Inversión por Premios</b>				
Pen Drives	\$ 10,00	5	\$ 50,00	\$ 600,00
Cámara Web	\$ 25,00	1	\$ 25,00	\$ 300,00
Cámara Digital	\$ 130,00	1	\$ 130,00	\$ 1.560,00
Celulares	\$ 150,00	2	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Mp3	\$ 20,00	2	\$ 40,00	\$ 480,00
Mp4	\$ 40,00	2	\$ 80,00	\$ 960,00
<b>TOTAL INVERSIÓN POR PREMIOS</b>			<b>\$ 625,00</b>	<b>\$ 7.500,00</b>

Tabla 6-1 Tablas de inversiones.

**INGRESOS**

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	N.- EMPRESAS AUSPICIANTES ANUAL	TOTAL ANUAL
<b>Ingresos Auspiciantes</b>			
Presencia del Logotipo del Auspiciante y enlace a su sitio web	\$ 200,00	60	\$12.000,00
Auspicio por línea de productos del Auspiciante	\$ 215,00	48	\$10.320,00
Informes Estadísticos de medios Radiales y Televisivos	\$ 250,00	48	\$12.000,00
<b>TOTAL ANUAL INGRESOS</b>			<b>\$34.320,00</b>

Tabla 6-2 Tabla de Ingresos.

**GASTOS FIJOS**

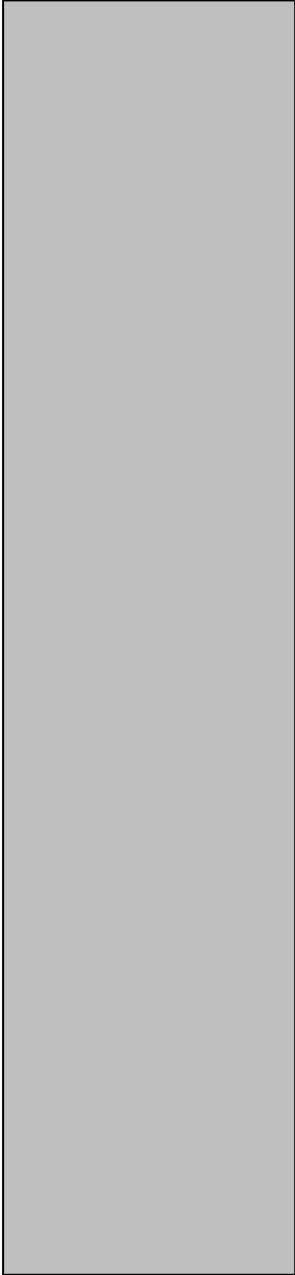
DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	TIEMPO EN MESES	COSTO TOTAL	TOTAL ANUAL
<b>Gastos Generales</b>				<b>\$ 931,00</b>
Hosting y Dominio(Anual)	-	-	\$ 211,00	-
Internet Banda Ancha	\$ 30,00	12	\$ 360,00	
Imprevistos	\$ 30,00	12	\$ 360,00	
<b>Honorarios Profesionales durante el Desarrollo del Portal Web</b>			<b>\$ 13.100,00</b>	
Director de proyecto	\$ 800,00	5	\$ 4.000,00	
Analista de Sistemas	\$ 700,00	5	\$ 3.500,00	
Web Designer	\$ 500,00	3	\$ 1.500,00	
Web Developer	\$ 400,00	5	\$ 2.000,00	
Web Market	\$ 700,00	3	\$ 2.100,00	
<b>Honorarios Profesionales durante la Implementación del Portal Web</b>			<b>\$ 9.300,00</b>	
Director de proyecto	\$ 800,00	2	\$ 1.600,00	
Analista de Sistemas	\$ 700,00	7	\$ 4.900,00	
Web Market	\$ 700,00	4	\$ 2.800,00	
<b>Total de Honorarios Profesionales</b>				<b>\$ 22.400,00</b>
<b>Marketing y Publicidad</b>				<b>\$ 510,00</b>
Lapices y Plumas	\$ 25,00	2	\$ 50,00	
Gorras	\$ 30,00	2	\$ 60,00	
Camisetas	\$ 100,00	2	\$ 200,00	
Promotoras	\$ 200,00	1	\$ 200,00	
<b>TOTAL ANUAL GASTOS FIJOS</b>				<b>\$ 23.841,00</b>

Tabla 6-3 Tabla de Gastos.

**FLUJO DE CAJA**

MES/SES	FLUJO DE CAJA												Totales Anuales	
	DESARROLLO DEL PORTAL						IMPLEMENTACION DEL PORTAL							
MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12		
Inversión Inicial	\$ 8.100,00													
<b>Ingresos por Presencia de Logotipo</b>														
Puede: Número de Auspiciantes por Mes	2	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60		
Tarifa mensual del Logotipo del Auspiciante y enlace a su sitio web	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00	\$ 3.000,00	\$ 4.000,00	\$ 5.000,00	\$ 6.000,00	\$ 7.000,00	\$ 8.000,00	\$ 9.000,00	\$ 10.000,00	\$ 11.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	
<b>Ingresos por Arreglos de lista de Proveedores del Auspiciante</b>														
Puede: Número de Auspiciantes por Mes	4	8	12	16	20	24	28	32	36	40	44	48		
Tarifa mensual del Logotipo del Auspiciante y enlace	\$ 360,00	\$ 1.720,00	\$ 2.920,00	\$ 3.440,00	\$ 4.360,00	\$ 5.160,00	\$ 6.020,00	\$ 6.880,00	\$ 7.740,00	\$ 8.600,00	\$ 9.460,00	\$ 10.320,00	\$ 10.320,00	
<b>Ingresos por Informes Estadísticos</b>														
Puede: Número de Auspiciantes por Mes	4	8	12	16	20	24	28	32	36	40	44	48		
Tarifa mensual de informes de medios Sociales y Televisión	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00	\$ 3.000,00	\$ 4.000,00	\$ 5.000,00	\$ 6.000,00	\$ 7.000,00	\$ 8.000,00	\$ 9.000,00	\$ 10.000,00	\$ 11.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	
<b>Total de Ingresos por Mes</b>	<b>\$ 2.860,00</b>	<b>\$ 5.720,00</b>	<b>\$ 8.920,00</b>	<b>\$ 11.440,00</b>	<b>\$ 14.360,00</b>	<b>\$ 17.160,00</b>	<b>\$ 20.020,00</b>	<b>\$ 22.880,00</b>	<b>\$ 25.740,00</b>	<b>\$ 28.600,00</b>	<b>\$ 31.460,00</b>	<b>\$ 34.320,00</b>	<b>\$ 34.320,00</b>	
<b>Egresos Fijos</b>														
<b>Egresos Generales</b>														
Internet Banda Ancha	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	
Electricidad y Domestica	\$ 211,00													
Imprevistos	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	
<b>Insumos Profesionales</b>														
Director de proyecto	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	
Analista de Sistemas	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	
Web Designer	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	
Web Developer	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	
Web Market	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	
<b>Marketing y Publicidad</b>														
Logos y Plantas	\$ 25,00	\$ 25,00												
Grupos	\$ 30,00	\$ 30,00												
Comisetas	\$ 100,00	\$ 100,00												
Promociones	\$ 200,00													
<b>Total de Egresos por Mes</b>	<b>\$ 3.026,00</b>	<b>\$ 2.015,00</b>	<b>\$ 3.180,00</b>	<b>\$ 2.600,00</b>	<b>\$ 2.660,00</b>	<b>\$ 2.260,00</b>	<b>\$ 2.280,00</b>	<b>\$ 1.460,00</b>	<b>\$ 1.460,00</b>	<b>\$ 790,00</b>	<b>\$ 790,00</b>	<b>\$ 790,00</b>	<b>\$ 23.841,00</b>	
<b>Utilidad Bruta por Mes</b>	<b>(\$ 166,00)</b>	<b>\$ 3.105,00</b>	<b>\$ 5.420,00</b>	<b>\$ 8.780,00</b>	<b>\$ 11.640,00</b>	<b>\$ 14.900,00</b>	<b>\$ 17.740,00</b>	<b>\$ 21.420,00</b>	<b>\$ 24.280,00</b>	<b>\$ 27.810,00</b>	<b>\$ 30.760,00</b>	<b>\$ 33.560,00</b>	<b>\$ 33.560,00</b>	
<b>Utilidad Bruta</b>													<b>\$ 10.470,00</b>	

Tabla 6-4 Flujo de Caja.



## CAPÍTULO 7

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## **7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1. CONCLUSIONES**

Al concluir la investigación del proyecto, se tendrá la satisfacción de ayudar a 3 grupos en diferentes aspectos, como se pueden mencionar:

#### **1.-) La Ciudadanía:**

Las opiniones que emitirán los ciudadanos serán atendidas por los directivos principales de los medios de comunicación, ganando de esta manera elevar su nivel de calidad a través de programas sociales y culturales.

#### **2.-) Los Medios de Comunicación radiales y televisivos:**

Las opiniones recibidas por parte del usuario ayudarán a acrecentar la audiencia radial o televisiva optimizando la calidad de los programas.

#### **3.-) El País:**

La regeneración de los programas radiales y televisivos ayudará al crecimiento y al progreso educativo, social y cultural de cada ecuatoriano, disminuyendo de esta manera el alto grado de desinformación de ciertos temas.

Además los medios de comunicación obtendrán los siguientes beneficios:

- Conocer el punto de vista de los ciudadanos acerca de las emisiones radiales y televisivas.
- Mejorar el contenido de las emisiones radiales y televisivas.
- Obtener información clara y concisa a través de reportes estadísticos eficaces.
- Estar al tanto de las falencias que afectan a un programa determinado.
- Tener la capacidad de clasificar y aumentar la audiencia de los medios de comunicación.



El público en general obtendrá los siguientes beneficios:

- Facilidad de opinar.
- Oportunidad de exponer ideas.
- Acceso a la información de interés personal.
- Realización de sorteos mensuales de celulares, cámaras digitales y flash memory.

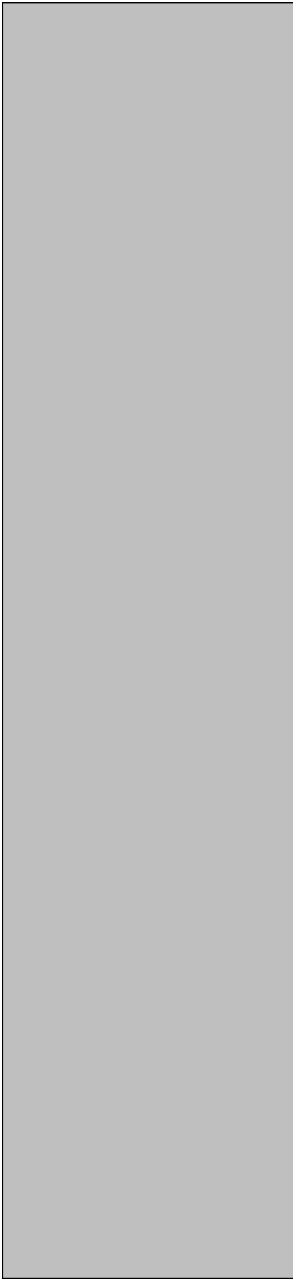
Las encuestas realizadas y los beneficios antes mencionados permiten concluir que el proyecto será de total aceptación de los ciudadanos y de los medios de comunicación, puesto que se puede visualizar que se beneficiará a ambas partes, antes, durante y después de la implementación del proyecto.

## **7.2. RECOMENDACIONES**

La implementación del proyecto será novedosa e importante para los ciudadanos, sin embargo se espera que después de su implementación, la ciudadanía y los medios de comunicación continúen interesados en acceder al Portal Web "Ecuador Opina", para ello se debe tener en consideración lo siguiente:

- Estructurar una base de datos sólida, que permita asignar una opinión determinada al directivo de un medio de comunicación pertinente, para que sea atendida lo más pronto posible.
- Dar a conocer personalmente el Portal Web a las empresas de medios de comunicación y servicios, con la finalidad de obtener contratos de auspicios publicitarios a través de los cuales se generará los ingresos necesarios para la ejecución de todos los objetivos propuestos.
- Controlar que los directivos de los medios de comunicación atiendan las sugerencias, quejas, comentarios, etc., de los usuarios del portal.

- Mantener conversaciones anuales con los medios de comunicación para conocer la existencia de alguna irregularidad o alguna idea novedosa que requiera implementar dentro del portal.
- Realización de sorteos mensuales de celulares, cámaras digitales y flash memory.
- Tener un espacio extra dentro del portal en el que el usuario pueda dar nuevas ideas o dar opciones que desearía se contemplen dentro del portal.



**ANEXOS**  
**ANEXO1.- ENCUESTAS**

## 8. ANEXOS

### 8.1. ANEXO 1.- ENCUESTA

#### ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



#### ENCUESTA: "PORTAL WEB DE OPINIONES SOBRE EL CONTENIDO DE PROGRAMACION DE LOS MEDIOS RADIAL Y TELEVISIVOS"

El ánimo de esta encuesta es únicamente la de transmitir a través suyo, su valiosa e imparcial opinión sobre la implementación del Portal Web "Ecuador Opina" para así contribuir con la mejora de la calidad de programación de los medios audiovisuales.

Es muy importante para nosotros, por lo que rogaríamos que nos ayudara brindando toda la información para beneficiarle con este servicio.

¿Sabe usted de algún medio por el cual pueda expresar su opinión acerca del contenido de programación de los canales de televisión y radio?

¿Sabía usted que ahora podrá expresar sus opiniones acerca del contenido de la programación de los canales de televisión y radio a través de un Portal Web?

#### Encuesta autorizada por:

**ESPOL-EDCOM:**

**Lcdo. Alex Espinoza**

---

**Realizada por:**

**Ronny Santana E.**

---

**Viviana Solórzano G.**

---

**Geovanny Domínguez G.**

---

**SECCIÓN 1. INFORMACIÓN GENERAL.**

**Marque con una X su respuesta a las siguientes preguntas.**

1) Desde el punto de vista de la Educación, considera usted que el contenido de la programación de Canales de Televisión es:

- Muy Buena
- Buena
- Regular y poco interesada en su educación
- Mala e interesada básicamente en su provecho económico.

2) ¿Cuáles son las razones por las que usted eligió la respuesta anterior?

- No es educativa ni realista
- Tiene imágenes y lenguaje agresivo
- Muestra programas y publicidades no adecuados en el horario de protección de menor.
- Lo que muestra es aceptable.

3) ¿Cree usted que existe calidad artística, moral, cultural en los programas de las estaciones de radiodifusión?

- Si
- No

4) ¿Conoce usted de algún medio por el cual pueda expresar su opinión sobre el contenido de la programación de los canales de televisión y radio?

- Si
- No

5) ¿De la pregunta anterior, si su respuesta es Sí, favor especifique cuál es el medio en el que expresó alguna sugerencia, comentario o queja?

---

6) ¿A cuál de los medios de comunicación radial y televisivo (Canal de Televisión o Radio) dedica usted más tiempo?

- Más tiempo a los canales de televisión que a la radio
- Más tiempo a la Radio que a los Canales de Televisión.
- Igual tiempo a Canales de Televisión y a la Radio

7) ¿En qué lugar usted ve o escucha las programaciones de los medios radiales y televisivas (Canales de Televisión o radio)?

- El trabajo
- El hogar
- Otros, especifique: \_\_\_\_\_

8) ¿Cree usted que se controla el contenido de los programas de televisión y radio en el País?

- Si
- No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

9) De la pregunta anterior, ¿Cómo calificaría usted aquel control?

- Suficiente
- Insuficiente
- No existe

10) De las siguientes afirmaciones sobre la calidad actual de la programación en los medios de comunicación, indique su nivel de acuerdo o desacuerdo.

	Total Acuerdo	Parcial Acuerdo	Parcial Desacuerdo	Total Desacuerdo
Refleja la diversidad del País	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informa de manera veraz y objetiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La televisión educa a toda la familia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La Radio educa a toda la familia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Brinda recreación de manera sana para toda la familia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11) ¿Sobre qué medio radial y televisivo usted realizó su sugerencia?

- Ecuavisa
- RTS
- Teleamazonas
- Gamatv
- TC Televisión
- Canal 1
- Radio Sucre
- Radio Canela
- Radio Antena 3
- Otros (Canal de Televisión o Radio ),  
Especifique: \_\_\_\_\_

12) ¿Su queja, comentario, o sugerencia fue considerada y obtuvo respuesta alguna de aquel medio radial y televisivo, sea Canal de Televisión o Radio?

- Sí, en el tiempo prudencial
- Sí, pero atrasado
- No

## SECCIÓN 2. SOBRE EL PORTAL "OPINA ECUADOR" APLICADO A LA EVALUACIÓN DE MEDIOS RADIALES Y TELEVISIVOS.

Marque con una X su respuesta a las siguientes preguntas

13) ¿Gustaría usted de un espacio fijo en la web como alternativa para la recepción, seguimiento y evaluación de críticas, sugerencias y comentarios desde un medio de comunicación?

- Sí
- No

(En caso de ser afirmativa su respuesta anterior)

14) ¿Con que objetivo usted sugeriría fuese utilizada la herramienta de evaluación?

- Controlar y reprogramar los contenidos de la programación
- Promover la responsabilidad social los canales
- Otros,

Especifique \_\_\_\_\_

15) ¿Conocía usted de alguna herramienta existente en la web similar?

- Sí ¿Podría mencionarla? \_\_\_\_\_
- No



### SECCIÓN 3. SOBRE EL CIUDADANO.

**Escriba su respuesta a las siguientes preguntas:**

16) ¿Cuál es el medio de canal de televisión o radio que usted mas sintoniza?

\_\_\_\_\_

17) ¿En qué porcentaje considera usted que influyen los programas de Canales de Televisión o radio en su vida diaria y en su familia?

100%

60%

40%

10%

18) ¿Desearía usted formar parte de nuestro portal para la mejora de la calidad de la programación en los medios, sean canal de televisión o radio?

Si

No

#### **Comentarios**

Si desea opinar algo más acerca de la implementación del portal cuyo objetivo es el receptor su opinión y criterio, Agradecemos sus comentarios

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Su aporte es muy importante para nosotros; para mantenerlo más informado, por favor de manera voluntaria escriba sus datos solicitados a continuación:**

**Nombre:** \_\_\_\_\_

**Edad:** \_\_\_\_\_

**Teléfono (Opcional):** \_\_\_\_\_ **Correo:** \_\_\_\_\_

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.**

• **SECCION: GENERALIDADES DEL PROGRAMA**

**TIPO DE OPINION: QUEJAS**

**1.- ¿Cuál es la frecuencia en la que ve usted el programa?**

- Todos los días
- 5 o 6 días
- 4 a 3 días
- 2 días
- Ocasionalmente

**2.- ¿Cuál es el tiempo que considera usted que debe ser transmitido el programa "Nombre del Programa"?**

- 30 minutos
- hora
- más de 1 hora

**3.- ¿Considera usted que el horario en que se transmite el programa "Nombre del Programa" es el adecuado?**

- Si
- No

**4.- ¿Le gustaría que este programa sea transmitido en otro horario?**

- Si
- No

**5.- De la pregunta anterior, por qué lo considera así?**

- Es inadecuado para los niños
  - Es correcto el horario.
  - Otros(Especifique)
-

**6.- ¿Cuál es el horario que usted sugiere transmitir el programa?**

- |                                | Desde                | Hasta                |
|--------------------------------|----------------------|----------------------|
| <input type="radio"/> Mañana : | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="radio"/> Tarde:   | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="radio"/> Noche    | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

**7.- ¿Considera usted que la cantidad de publicidad que se muestra cuando se transmite el programa es?:**

- Normal
- Poca
- Muy Poca
- Demasiada

Si su queja no ha sido considerada dentro de las preguntas establecidas anteriormente, favor mencionar su queja solo acerca de las Generalidades del Programa (Horario, Publicidad, Duración, etc.).

• **CALIDAD DEL PROGRAMA:**

**1.- ¿Considera usted que la calidad del programa "Nombre del Programa" desde el punto de vista educacional es?:**

- Muy bueno
- Bueno
- Aceptable
- Regular
- Mala

**2.- ¿Cuál es la razón por la cual usted consideró la respuesta anterior?**

- No es educativa ni realista
- Tiene imágenes y lenguajes obscenos
- Regular y poco interesada en su educación.
- El programa es aceptable.

**3.- Desde el punto de vista de la Educación y la salud emocional de los niños, ¿Cómo señalaría usted a este programa?**

- Sano y positivo
- Grosero y negativo
- Otros ( Especifique) \_\_\_\_\_

**4.- Considera usted que el programa contiene:**

- Secciones Negativas**

	Poco	Muy Poco	Normal	Demasiado
• Vulgaridad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Lenguajes Obscenos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Violencia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Personas semidesnudas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- |  |                          |                          |                          |                          |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| • Humor mal intencionado                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| • Chismes  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| • Sensacionalismo                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| • Sexualidad                                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| • Copia de otro programa                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ○ <b>Secciones Positivas</b>                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| • Cultura  |                          |                          |                          |                          |
| • Objetividad y veracidad<br>en temas planteados | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**5.- ¿Cuál de los siguientes puntos, considera usted que le falta al programa?**

- Originalidad
- Promover Valores Morales
- Informar con veracidad
- Incrementar Noticias Positivas
- Variedad con otros temas culturales, científicos.
- Otros(Especifique) \_\_\_\_\_

Si su queja no ha sido considerada dentro de las preguntas establecidas anteriormente, favor mencionar su queja solo acerca de la calidad del Programa.

• **PERSONAL QUE CONDUCEN EL PROGRAMA**

**1.- ¿Cuál es la persona que usted considera evaluar?**

- Gabriela Pazmiño
- Cinthya Coppiano

**2.- ¿Cómo calificaría usted la forma en el que la(s) persona(s) (conduce, anima, actúa) en el programa?**

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular

**3.- De la pregunta anterior, por qué lo considera así?**

- No presenta noticias en forma clara, precisa y concisa
- Realiza una pobre animación
- Presenta las notas con demasiado sensacionalismo
- Realiza comentarios inadecuados.
- No es creativa
- Es excelente
- Otros

(Especifique) \_\_\_\_\_

**5. ¿Considera usted que esta persona debe continuar conduciendo (animando o actuando) en el programa?**

- Si
- No

Si su queja no ha sido considerada dentro de las preguntas establecidas anteriormente, favor mencionar su queja solo acerca de los conductores, animadores, actores del programa.

### TIPO DE OPINION: SUGERENCIA

#### 1.- ¿Sobre cuál de los siguientes puntos usted desea postear su sugerencia?

- Horario
- Conductores
- Animadores
- Creación de nuevas ideas para el programa
- Creación de nuevos programas
- Valores culturales, sociales, artísticos del programa

#### 2.- De la pregunta anterior, si usted eligió la opción "Creación de Nuevos programas", seleccione a continuación, ¿Cuál es el tipo de programa que usted sugiere crear?

- Informativos
- Talk Show
- Reality Show
- Programas educativos
- Programas infantiles
- Programa de entrevistas
- Programas de concursos
- Programas religiosos
- Documentales

**3.- De la pregunta 1, si usted No eligió la opción "Creación de Nuevos Programas", favor escriba su sugerencia acerca del punto que usted eligió en la pregunta 1?**

---

---

**TIPO DE OPINION: COMENTARIO.**

**1.- ¿Sobre cuál de los siguientes puntos usted desea postear su comentario?**

- Horario del programa
- Conductores
- Animadores
- Contenido del Programa
- Valores Morales que contiene el programa
- Otros(Especifique)\_\_\_\_\_

**2.- De la pregunta anterior, Según el punto que usted seleccionó favor detalle su sugerencia.**

---

---



## 8.2. ANEXO 3.-REFERENCIA DE PÁGINAS WEB

### 3.1 Página web del universo donde se expresa acerca de la falta de creatividad de la programación del canal televisivo ECTV.

¿Qué esperar de la televisión pública? Lo primero y básico, es que la televisión comercial le habla a consumidores y la televisión pública se dirige a los ciudadanos. Esta distinción nos marca el ámbito sobre el cual se definen los objetivos, los criterios de programación y la línea editorial de uno u otro canal.

Pensar en ciudadanos implica trabajar sobre valores, educación, convivencia, información, identidad, mejorar la vida de las personas. Pero no podemos olvidar que estamos hablando de televisión, y al final (o al principio) todo se reduce a un control remoto y un dedo que aprieta un número.

Jesús Martín Barbero, Germán Rey y Omar Rincón, destacados críticos, escribieron una declaración de principios para la televisión pública. Resalto algunos puntos:

-La televisión pública debe formar a los televidentes en los ámbitos de la lectura crítica de las imágenes y del control ciudadano sobre los mensajes audiovisuales que se exhiben en toda la televisión

-La televisión pública debe ampliar las posibilidades simbólicas de representación, reconocimiento y visibilidad para la construcción de ciudadanía, sociedad civil y democracia.

-La televisión pública debe recuperar lo gozoso, divertido, significativo, seductor y afectivo que promueve la televisión, la cultura y la educación.

¿Necesitamos televisión pública en Ecuador? Tunga tutunga, Marián se opera otra vez, a la bailarina se le ven los calzones, no soy tu madre, soy tu hermano y tu hermano es tu hijo... tunga tutunga, ¡que pase la amante!, le falta sangre, el que grita más fuerte tiene la razón... Sí, definitivamente se necesita más cabezas, que además de pensar en vender jabones, asuman la responsabilidad y la posibilidad que ofrece la pantalla de televisión para mejorar la vida de las personas.

Es la búsqueda de una nueva manera de generar sentido reflejando la cultura que la produce. Un espacio para construir identidad nacional a partir de los relatos locales, no de los estereotipos. Las expectativas son de una pantalla que llene ciertos vacíos, que presente una oferta diferente, pero condicionada por lo que uno busca cuando ve TV: pasarlo bien.

**EL UNIVERSO** DOMINGO | 31 de agosto del 2008 | Guayaquil, Ecuador

Ediciones Anteriores Entrar | Regístrate

eluniverso.com Suplementos Especiales Servicios Clasificados Publicidad

Portada Política Economía Sucesos Migración El País Internacionales Deportes El Gran Guayaquil Vida **En escena** Religiosa y Obituarios **Opiniones** Editorial Columnistas Cartas al Director **Temas** Fotogalerías Agropecuario Un día como hoy Cuéntamelo todo El Alquimista The New York Times Eloisa dice **Suplementos**

*En ECTV faltan espacios que creen identidad nacional*

## Televisión pública sin público

Agosto 31, 2008

Enrique Rojas | rojas.tv@gmail.com

*Pensar en ciudadanos implica trabajar sobre valores, educación, convivencia, información, identidad, mejorar la vida de las personas.*

Con el eslogan 'A partir de ahora la televisión ya es de todos' inició las transmisiones el primer canal de televisión estatal, ECTV en la frecuencia 48 UHF. Han pasado cinco meses y parece que la televisión pública tiene inconvenientes con el público, lo que nos lleva al verdadero problema, la televisión.

¿Quién ve ECTV? ¿Quién sabe en qué canal encontrarlo? ¿Quién está al tanto de qué dan y a qué hora? Lamentablemente Ecuador TV todavía

ampliar imagen

ENRIQUE ROJAS

El logotipo de la estación televisiva ecuatoriana ECTV, que se sintoniza en el canal 48 UHF.

imprimir enviar

**Agenda**  
Guayaquil  
Yoga  
La Asociación de Escuela de Auto-realización (AEA) iniciará cursos de yoga y cristianismo. Informes al 263-1839 y (09)632-3104.  
[Más Actividades](#)

3.2 Página web [www.Eldiario.com.ec](http://www.Eldiario.com.ec) donde se expresa un artículo acerca de la "Violencia en la Televisión" publicado el 11 de Octubre del 2008.

Fecha: Portoviejo, 11-10-2008 Fuente: Eldiario.com.ec

ANÁLISIS

## Violencia se impone en programas de TV

Niños y jóvenes que acudieron al lanzamiento del libro "La violencia en la televisión" piden que programas como Power Ranger y Dragon Ball Z salgan del aire.

Este pedido lo hicieron tras la proyección de videos infantiles que reflejan la violencia a nivel nacional.

El libro "La violencia en la televisión" fue preparado por el INFA junto con Participación Ciudadana para mostrar lo que realmente consumen, piensan, opinan y proyectan los niños, niñas, padres y maestros acerca de la programación televisiva nacional.

Jésica González, comunicadora social del INFA, dijo que el libro pretende encontrar los puntos de inicio que buscan normar las programaciones en la televisión.

Sin embargo, Carlina Baque, promotora comunitaria del INFA, aseguró que la importancia del libro no es sólo responsabilizar a los medios, sino también a los padres al educar a sus hijos.

Recomendar esta Noticia Imprimir

**DETALLE DEL ARTÍCULO SOBRE LA "VIOLENCIA DE LA TELEVISIÓN."**

Niños y jóvenes que acudieron al lanzamiento del libro "La violencia en la televisión" piden que programas como Power Ranger y Dragon Ball Z salgan del aire.

Este pedido lo hicieron tras la proyección de vídeos infantiles que reflejan la violencia a nivel nacional.

El libro "La violencia en la televisión" fue preparado por el INFA junto con Participación Ciudadana para mostrar lo que realmente consumen, piensan, opinan y proyectan los niños, niñas, padres y maestros acerca de la programación televisiva nacional.

Jésica González, comunicadora social del INFA, dijo que el libro pretende encontrar los puntos de inicio que buscan normar las programaciones en la televisión.

Sin embargo, Carlina Baque, promotora comunitaria del INFA, aseguró que la importancia del libro no es sólo responsabilizar a los medios, sino también a los padres al educar a sus hijos

**COMENTARIOS**

Con respecto al contenido del libro, Baque señaló que éste es significativo porque refleja y analiza la programación violenta que ofrece la televisión.

Pablo Ramos, comunicador cubano, indicó que la clave será rediseñar el contenido de la televisión acompañado de la educación desde la casa y la escuela, pues es el propio espectador quien elige la programación a partir de una conciencia crítica.

El libro recoge información de padres e hijos de Quito, Guayaquil, Manta, Riobamba, Ambato y Cuenca, donde los consultados coincidieron en que los programas más violentos son Power Rangers (23%), Simpson (17%), Máximo riesgo (9%), Dragon Ball Z (6%), Futurama (5%), entre otros.

Novelas

perjudiciales

El estudio también precisa que las telenovelas y los noticieros alcanzan el 3% de violencia, además el contenido de los culebrones (mentira, celos, infidelidad, abandono de hogar, asesinatos, sexo, avaricia, entre otros) incide aún más en la desvalorización de la televisión como tal.

### 3.3 Página web [www.hoy.com.ec](http://www.hoy.com.ec) donde se conoce las críticas emitidas por el diario y la ciudadanía acerca de la programación de los canales de televisión.



#### ARTÍCULO DETALLADO DE LA PÁGINA WEB "ELDIARIO.COM.EC"

Este domingo termina Bailando por un sueño. Es la tercera versión nacional al hilo y la cuarta si es que se contabiliza la competencia "mundial". Y se nota. La producción del Reality emitido por Gama TV es una afinada máquina, en la que todos, presentadores, jurados, presentadores y hasta público, son viejos conocidos que saben perfectamente cómo trabajan en equipo.

Eso que, en principio, ser bueno también contiene el agotamiento de la idea del programa. ¿Por qué? Porque el factor sorpresa ya no existe. Si se vió el programa de semifinales, los resultados eran absolutamente predecibles y estaban los viejos conocidos de siempre: Paloma Fiuza, Juancho, etc.

Habrá que seguir con atención qué sucede en el futuro.

### 3.4 Página web de la Red de Iniciativa de la Comunicación para América Latina y el Caribe donde se expresa:

**Observamos que:**

En la TV y la Radio hay contenidos positivos y educativos, que permiten defender nuestros derechos, promueven valores, muestran la cultura de otros países, nos permiten estar informados, etc. pero también observamos con desagrado que en muchos casos:

- Se estimula la violencia Intrafamiliar y social.
- En las novelas se presenta una mala imagen de la familia. Madres que no son madres, padres que dejan a las mujeres por otras más bonitas, parejas que son infieles.
- El machismo, la mujer superficial y frívola es común en la programación.
- Los programas amarillistas solo presentan lo malo y feo que está pasando en el país.
- En los programas donde se presentan problemas familiares, se abusa de la gente, se les irrespetan, se burlan y agrede a los participantes.
- Los programas humorísticos caen en la chabacanería, utilizando palabras de doble sentido y promoviendo malos ejemplos.
- Violencia en las novelas, comerciales, comics, canales de cable y nacionales.
- La sexualidad no es tratada de forma saludable y pedagógica.
- Se transmite maltrato, vicios, mala educación, uso irresponsable de la sexualidad. Estos factores influyen en nuestras vidas.
- La violencia en la calle es consecuencia de los ejemplos de los contenidos de la mala programación.
- Se presenta la realidad como dos posiciones: los que están con el gobierno y los que están en contra y entonces se manipula la información dependiendo del bando donde estés. **Exigimos que:**
  
- Los comics creados para niñas y niños sean aptos para esta población.
- La TV y la radio sigan el norte del aprendizaje, el desarrollo, el respeto, la tolerancia.
- La sexualidad debe ser tratada de forma adecuada y pedagógica.
- Se creen espacios para la participación de las niñas, los niños, la y la y adolescentes dentro de los medios.
- Se realicen foros con mayor cantidad de personas para seguir dialogando acerca de la actuación de los medios de comunicación.
- Queremos que los padres y madres se solidaricen con esta realidad.
- No sigamos divirtiéndonos con las tragedias de los demás.
- No se manipule la información presentando la realidad no como sucede sino como la quiere o conviene presentar el medio.

**PÁGINA WEB:**

The screenshot shows the website 'Red de La Iniciativa de Comunicación'. The header includes the site logo, the name 'Red de La Iniciativa de Comunicación', and the tagline 'Donde la comunicación y los medios son parte esencial del desarrollo social y económico de América Latina y el Caribe'. There is a search bar with the text 'Buscar' and 'Búsqueda avanzada' and a 'No ha ingresado' message. A navigation menu lists topics: 'Temas: Gestión del Riesgo, Infancia, Juventud, Niñez, Juventud, VIH SIDA, Red Salud, TV de Calidad'. A sidebar on the left lists 'Secciones' such as 'Becas', 'Calendario de Eventos', 'Capacitación', 'Cursos Universitarios', 'Enlaces', 'Entrevistas', 'Evaluación', 'Experiencias', 'Financiación', 'Materiales', 'Modelos de Planeación', 'Pensamiento Estratégico', 'Premios', 'Tendencias', and 'Teorías de Cambio'. Below this are 'CEA - Boletines electrónicos' and 'Son de Tambora'. The main content area shows a breadcrumb trail 'Principal > Vista > La Iniciativa de Comunicación >'. It features a rating of 'Average Rating: 2.06 out of 5 (18 ratings submitted)'. Below the rating are icons for 'enviar un enlace', 'versión impresa', 'revise esta página', and 'lea reseñas'. The article title is 'Pronunciamiento de Niñas y Adolescentes sobre la radio y la TV por los Derechos de la Niñez y Adoles'. The text below the title reads: 'Los niños, niñas y adolescentes presentan su posición frente a la radio y tv que tenemos y la que queremos. Febrero 2002'. The section is titled 'Preámbulo' and contains the text: 'Setenta (70) niñas, niños y adolescentes, representantes de 16 (dieciséis) centros formativos del Distrito Metropolitano y del Estado Vargas, realizamos un encuentro, bajo la coordinación de CECODAP, en la sala B del Aterneo de Caracas el día 15 de febrero de 2000, sobre "La Radio y Televisión que Tenemos y la que Queremos". A continuación presentamos los resultados de nuestras deliberaciones y recomendaciones:'. The page ends with a double asterisk '\*\*'.

### 3.5 Página web del diario "El Telégrafo" donde expresa acerca de los programas juveniles de las estaciones de radio.

#### Artículo Detallado

De Cabas a los viejos éxitos ochenteros de Madonna; de concursos ligeros a chistes subidos de tono. De confesiones de vidas privadas (realities auditivos) a sorteos de CDs' de moda. La mayoría de los programas "juveniles" de la radio nacional se mueve entre la delgada línea de lo provocador y lo pueril; lo escandaloso y lo light. Cuando no de largos segmentos con música de moda, sin comentarios especializados, pero sí con toneladas de publicidad... dirigida a los jóvenes.

Mucho ha cambiado en Latinoamérica la manera de hacer radio desde que el teórico Alphonse Silberman escribiera su célebre libro, *La música, la radio y el receptor*, en donde explicaba el rol decisivo que tuvo este medio en Europa como formador de melómanos. No había (años 50) el Iphone, ni el IPod, ni alguno de esos métodos para bajar todo tipo de música, y los locutores orientaban el gusto.

Lo de hoy es otro cantar. Si antes los oyentes se enteraban de las novedades discográficas del mundo por los programas de radio, actualmente tienen muchas otras formas de hacerlo. Por eso, la música ya no es la única estrategia para enganchar.

Entonces, ¿cuál es? La farándula, las bromas jocosas al aire, las llamadas, los "concursos" y las dádivas, en programas que ocupan franjas aproximadamente desde las 09:00 y hasta el mediodía.

Para Juan Carlos Cedeño, locutor de Punto Rojo, emisora juvenil, "por la política que tiene nuestra radio, los locutores no utilizamos términos de doble sentido, como lo hace Canela, que es el vivo ejemplo de lo que no se debe hacer en un medio de comunicación porque en vez de dar cultura a la gente la hace zángana".

Haciendo un poco de za-pping radial descubrimos que en la 91.7 la pregunta del día es: ¿a qué le tienes más miedo a pesar de que ya eres un adulto? Si nos pasamos a la 92.1, nos enteramos que Barek estará actuando en la discoteca Beso. Entre saluditos y burlas comienzan a preguntar ¿por qué las moscas no andan entre las piernas de una mujer?

¿Quieren la respuesta: prohibida para menores de 18. ¿Alguien puede decirnos si hay algún menor escuchando?

En la 90.5 (Radio Canela) juegan con el choteo y el relajo subido de tono, hablan de un sitio donde le dan lo que usted quiera: los 3 platos. "Pedí una tarrina y cuando me di cuenta se me salió el morocho", dice uno de los locutores.

## PÁGINA WEB:

## Programas juveniles, cenicienta de la radio

En el dial nacional no hay una línea clara para los oyentes de menos edad.

De Cabas a los viejos éxitos ochenteros de Madonna; de concursos ligeros a chistes subidos de tono. De confesiones de vidas privadas (realities auditivos) a sorteos de CDs de moda. La mayoría de los programas "juveniles" de la radio nacional se mueve entre la delgada línea de lo provocador y lo pueril; lo escandaloso y lo light. Cuando no de largos segmentos con música de moda, sin comentarios especializados, pero sí con toneladas de publicidad... dirigida a los jóvenes.

Mucho ha cambiado en Latinoamérica la manera de hacer radio desde que el teórico Alphonse Silberman escribiera su célebre libro, *La música, la radio y el receptor*, en donde explicaba el rol decisivo que tuvo este medio en Europa como formador de melómanos. No había (años 50) el iPhone, ni el iPod, ni alguno de esos métodos para bajar todo tipo de música, y los locutores orientaban el gusto.

Lo de hoy es otro cantar. Si antes los oyentes se enteraban de las novedades discográficas del mundo por los programas de radio, actualmente tienen muchas otras formas de hacerlo. Por eso, la música ya no es la única estrategia para enganchar.

Entonces, ¿cuál es? La farándula, las bromas jocosas al aire, las llamadas, los "concursos" y las dádivas, en programas que ocupan franjas aproximadamente desde las 09:00 y hasta el mediodía.

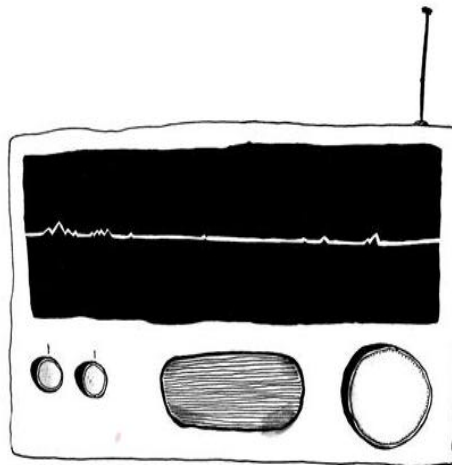


IMAGEN: Jaime Nuñez del Arco  
Ilustración.



Descargar Edición  
Impresa en PDF

Canales RSS  
disponibles





**CAPÍTULO 9**  
**BIBLIOGRAFIA**

## 9.1 BIBLIOGRAFÍA

- **Páginas web de los medios de comunicación televisivos.**

[www.tctelevision.com.ec](http://www.tctelevision.com.ec)

[www.canaluno.com](http://www.canaluno.com)

[www.etvtelerama.com](http://www.etvtelerama.com)

[www.rts.com.ec](http://www.rts.com.ec)

- **Páginas web de los medios de comunicación radiales.**

[www.radiocaravana.com.ec](http://www.radiocaravana.com.ec)

[www.radiocanela.com.ec](http://www.radiocanela.com.ec)

- **Foros de discusión**

[www.yahoo.com](http://www.yahoo.com)

- **Páginas web y medios de comunicación escritos**

[www.Eldiario.com.ec](http://www.Eldiario.com.ec)

[www.eluniverso.com.ec](http://www.eluniverso.com.ec)

[www.Eldiario.com.ec](http://www.Eldiario.com.ec)

[www.elTelegrafo.com.ec](http://www.elTelegrafo.com.ec)