

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN

PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE:

**LICENCIADO EN DISEÑO WEB Y APLICACIONES
MULTIMEDIA**

TEMA:

DESARROLLO DE UN PORTAL WEB DE OPINIONES PARA
MEDIOS RADIALES Y TELEVISIVOS
“OPINAMEDIOS.COM”

AUTORES:

RONNY ENRIQUE SANTANA ESTRELLA
GEOVANNY DANIEL CHOEZ CAJAMARCA

DIRECTOR DE PROYECTO

LSI. ANGEL VELOZ

AÑO

2010

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 mis hermanos Dennica y Roger los cuales me han motivado para salir adelante asimismo a mi enamorada Shirley Reinoso.

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 compartido a lo largo de estos años.

Geovanny Daniel Chóez C.

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.

Geovanny Daniel Chóez C.

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.

AUTORES DEL PROYECTO

Ronny Enrique Santana Estrella

Geovanny Daniel Chóez Cajamarca

TRIBUNAL DE GRADO

Lsi. Ángel Veloz Rodríguez
DIRECTOR DE PROYECTO

Ing. Edgar Salas Luzuriaga
DELEGADO DEL TRIBUNAL

INTRODUCCIÓN

Actualmente, gran parte de las emisiones televisivas y radiales no enriquecen la cultura de los ecuatorianos, sino por el contrario han permitido que se pierda los principios y valores en la juventud.

Los padres de familia se encuentran preocupados por los programas que escuchan o ven sus hijos, los cuales no aportan a mejorar su nivel de educación. Su personalidad debe estar bien formada por la educación que reciben en sus respectivas escuelas y colegios, las normas de la familia y el entorno; parte de este entorno son las emisiones televisivas y radiales, de los cuales ellos aprenden una variedad de entes positivas y negativas.

El público en general a través de ciertos programas radiales y de TV, redes sociales, foros de discusión, prensa escrita, etc., expresa su inconformidad con ciertos medios de comunicación audiovisuales coincidiendo en la falta de calidad y creatividad en sus programaciones.

El Portal Web surge como una iniciativa para evaluar los contenidos y percepción de la programación de los medios de comunicación audiovisual. En la actualidad el Ecuador no cuenta con un Portal de Opiniones para que la gente pueda expresar su criterio acerca de los diversos temas relacionados con su programación para mejorar la calidad de los mismos.

Se realizará personalmente la presentación del portal a las empresas de medios de comunicación y servicios, con la finalidad de obtener contratos de auspicios publicitarios a través de los cuales generaremos los ingresos necesarios para la ejecución de todos los objetivos planteados en este proyecto.

El Portal Web dispondrá de encuestas directas, lo cual permitirá ahorrar recursos que se generan cuando se realiza una encuesta tradicional, persona a persona, consiguiendo así aumentar la cantidad de personas que se registran con el objetivo de opinar.

Los beneficios que van a tener los ciudadanos son: facilidad de opinar, oportunidad de exponer sus ideas, acceso a la información de interés personal. Adicional a esto, el incentivo de participar en sorteos mensuales de teléfonos celulares, cámaras digitales y dispositivos flash memory.

INDICE GENERAL

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	2
1.1. GENERALIDADES	2
1.2. ANTECEDENTES	3
1.3. FUNDAMENTOS DEL PROYECTO	3
1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO	3
1.4.1. OBJETIVO GENERAL	3
1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	4
2. ANÁLISIS DE MERCADO	6
2.1. PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACIÓN	6
2.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
2.3. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	9
2.3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	9
2.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DEL MERCADO	9
2.5. PERFIL DEL CONSUMIDOR	9
2.6. PLAN DE MUESTREO	10
2.7. ENCUESTA PILOTO	11
2.8. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS (ENCUESTA PILOTO)	12
3. PLAN DE MARKETING	26
3.1. ANÁLISIS ESTRATEGICO	26
3.1.1. ANÁLISIS FODA	26
3.1.2. FORTALEZA	26
3.1.3. OPORTUNIDAD	27
3.1.4. DEBILIDADES	27
3.1.5. AMENAZAS	27
3.2. MERCADO META	27
3.3. MARKETING MIX	27
3.3.1. PRODUCTO	28
3.3.2. PRECIO	30
3.3.3. PROMOCIÓN	30
3.3.4. PUBLICIDAD	32
4. ESTUDIO TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO	34
4.1.1. PRODUCTO	35
4.1.2. IDENTIFICACIÓN	35

4.2.	HERRAMIENTAS DE DISEÑO Y DESARROLLO PARA EL PORTAL WEB	36
4.2.1.	CMS JOOMLA V.1.5.20	37
4.2.2.	ADOBE DREAMWEAVER CS5	40
4.2.3.	PHP V 5.3.3	40
4.2.4.	ADOBE FLASH CS5.	40
4.2.5.	SERVIDOR APACHE V. 2.2.15.....	41
4.2.6.	MYSQL V 5.1.48.....	41
4.2.7.	INTERNET EXPLORER 8.0	42
4.2.8.	SENDBLASTER 2.0	42
4.3.	INGENIERÍA DE LA PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO	43
4.4.	DISEÑO DE LA PÁGINA PRINCIPAL DEL PORTAL:	49
4.5.	HOSTING	54
4.6.	GUÍA DE DISEÑO DEL MATERIAL GRÁFICO.....	55
4.6.1.	MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA	55
4.6.2.	DESARROLLO DE LA MARCA.....	55
5.	EQUIPO DE DESARROLLO	57
5.1.	TRABAJADORES POR AREA	57
5.1.1.	DIRECTOR DE PROYECTO	57
5.1.2.	ANALISTA DE SISTEMAS	57
5.1.3.	WEB DESIGNER O DISEÑADOR WEB	57
5.1.4.	WEB DEVELOPER O DESARROLLADOR WEB.....	58
5.1.5.	WEB MARKET.....	58
5.2.	EQUIPO DE TRABAJO	59
6.	ESTUDIO FINANCIERO	61
6.1.	PRESUPUESTOS DE INVERSIÓN, INGRESOS Y EGRESOS	62
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	66
7.1.	CONCLUSIONES	66
7.2.	RECOMENDACIONES	67
8.	ANEXOS	69
8.1.	ANEXO 1.- ENCUESTA.....	69
8.2.	ANEXO 2.-REFERENCIA DE PÁGINAS WEB	79
9.1	BIBLIOGRAFÍA.....	87

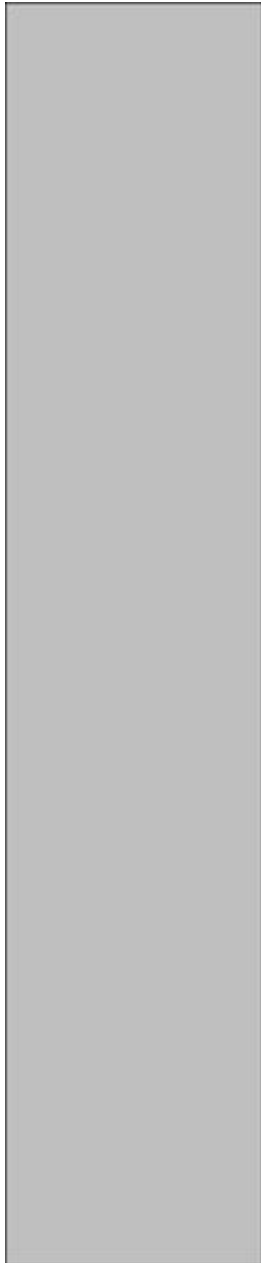
INDICE DE TABLAS

Tabla 2-1: Lugares donde se realizó las encuestas.....	10
Tabla 2-2: Punto de vista sobre el contenido de la programación.....	12
Tabla 2-3: Resultado acerca de las razones por las que eligió la respuesta anterior.....	12
Tabla 2-4: Resultado acerca de la calidad en estadios de radio.....	13
Tabla 2-5: Resultado acerca del conocimiento de la existencia de medios para expresar una opinión.	14
Tabla 2-6: Resultado acerca de los medios sobre los cuales han expresado una sugerencia.	14
Tabla 2-7: Resultado acerca de los medios a los que se le dedica más tiempo.....	15
Tabla 2-8: Resultado acerca de los lugares en los que ve o escucha la programación de un medio radial y televisivo.....	16
Tabla 2-9: Resultado acerca del control del contenido de los programas de televisión y radio.....	16
Tabla 2-10: Resultado acerca de la calificación del control a los medios.....	17
Tabla 2-11: Resultado acerca del nivel de acuerdo de la calidad actual de la programación en los medios.	17
Tabla 2-12: Resultado acerca de la aceptación de un espacio fijo en la web para la evaluación.	19
Tabla 2-13: Resultado acerca de los objetivos sugeridos para emplear la herramienta de evaluación.....	20
Tabla 2-14 :Resultado acerca del conocimiento de la existencia de una herramienta similar... ..	20
Tabla 2-15: Resultado acerca de los medios televisivos más sintonizados por la ciudadanía	21
Tabla 2-16: Resultado acerca de la influencia de los medios en la vida de la ciudadanía.....	22
Tabla 2-17: Resultado acerca del deseo de la ciudadanía por formar parte del portal.	22
Tabla 3-1: Precios por publicidad e informes estadísticos del portal.....	30
Tabla 4-1: Aplicaciones necesarias para el desarrollo del portal.....	36
Tabla 4-2 Características del Web Hosting.....	54
Tabla 6-1 Tablas de inversiones.....	62
Tabla 6-2 Tabla de Ingresos.....	63
Tabla 6-3 Tabla de Gastos.....	63
Tabla 6-4 Flujo de Caja.....	64

TABLA DE FIGURAS

Figura 2-1: Representación porcentual del Punto de vista sobre el contenido de la programación.....	12
Figura 2-2: Representación porcentual de los resultados acerca de las razones por las que eligió la respuesta anterior.....	13
Figura 2-3: Representación porcentual de los resultados acerca de acerca de la calidad en estadios de radio.....	13
Figura 2-4: Representación porcentual de los resultados acerca del conocimiento de la existencia de medios para expresar una opinión.....	14
Figura 2-5: Representación porcentual de los resultados acerca de los medios sobre los cuales han expresado una sugerencia.	15
Figura 2-6: Representación porcentual de los resultados acerca de los medios que se le dedica más tiempo.	15
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.	16
Figura 2-8: Representación porcentual de los resultados acerca del control del contenido de los programas de televisión y radio.....	16
Figura 2-9: Representación porcentual de los resultados acerca de la calificación del control a los medios.....	17
Figura 2-10: Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre el reflejo de la diversidad del País.....	18
Figura 2-11: Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre el informe de manera veraz y objetivo.....	18
Figura 2-12: Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre la fomentación de la educación en la familia.....	18
Figura 2-13: Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre la fomentación de la educación por parte de la radio.....	19
Figura 2-14: Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre el brindar recreación sana para toda la familia.....	19
Figura 2-15: Representación porcentual de los resultados acerca de la aceptación de un espacio fijo en la web para la evaluación.....	20
Figura 2-16: Representación porcentual de los resultados acerca de los objetivos sugeridos para emplear la herramienta de evaluación.	20
Figura 2-17: Representación porcentual de los resultados acerca del conocimiento de la existencia de una herramienta similar.....	21
Figura 2-18: Representación porcentual de los resultados acerca de los medios televisivos más sintonizados.....	21
Figura 2-19: Representación porcentual de los resultados acerca de la influencia de los medios en la vida de la ciudadanía.....	212
Figura 2-20: Representación porcentual de los resultados acerca del deseo de la ciudadanía por formar parte del portal	21
Figura 3-1: Modelo de cámaras a sortear.	30
Figura 3-2: Modelo de celulares a sortear.....	31
Figura 3-3: Modelo de reproductores Mp3 a sortear.....	31
Figura 3-4: Modelo de reproductores Mp4 a sortear.....	31
Figura 3-5: Modelo de Pen Drives a sortear.....	32
Figura 3-6: Modelo de camisetas para publicidad.	33

Figura 3-7: Modelo de gorra para publicidad.....	33
Figura 3-8: Modelo de bolígrafos para publicidad.	33
Figura 4-1: Posibles empresas interesadas en formar parte del portal.....	47
Figura 4-2: Página Principal del Portal web “Opinamedios.com”	49
Figura 4-3: Página de Catálogo de Empresas Auspiciantes	50
Figura 4-4: Página de Selección del Medio Audiovisual.....	50
Figura 4-5: Página de Registro de Opinión.....	51
Figura 4-6: Página de Ganadores de Premios.....	51
Figura 4-7: Página de Informe Estadístico.....	52
Figura 4-8: Presentación del logo del portal.....	55
Figura 5-1 Organigrama.	59



CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1. DESCRIPCIÓN 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 viabilice 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 “Opinamedios.com”, 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"¹, no enriquecen la cultura de los ecuatorianos, sino por el contrario han permitido que se pierda los principios y valores en la juventud y en muchos casos de estos provocan un rechazo total por parte del televidente al no transmitir un programa determinado respetando su horario como en el caso del canal TC Televisión.

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.

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

¹ Publicado de www.eluniverso.com, edición 06 de junio del 2010. (Ver anexo 2)

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 DEL MERCADO

2. ANÁLISIS 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 creatividad². 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 juventud³.

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:

² www.ElDiario.com.ec publicado el 11-10-09 (Ver Anexo 2)

³ www.hoy.com.ec publicado el 08-08-10 (Ver Anexo 2)

- **PROGRAMAS DE DEBATES POLÍTICOS.**

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 2)

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.⁴

- **PROGRAMAS INFANTILES:**

Algunos de los programas infantiles están llenos de violencia, entre los que se puede mencionar: PowerRanger, DragonBall Z, Simpsons, los cuales no fomentan el respeto ni tolerancia alguna.(Ver Anexo 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. 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.⁵

⁴Red de la Iniciativa de Comunicación. publicado el 25-03-10 (Ver Anexo 2)

⁵www.eltelegrafo.com publicado el 28-06-10 (Ver Anexo 2)

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.

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 INVESTIGACIÓN

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 INVESTIGACIÓN 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 "Opinamedios.com", 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	Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional-SECAP	Personal Docente Área de computación.	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 infinita de 2'594.863 usuarios que acceden a internet en el Ecuador datos actualizados hasta el año 2010.

Para poblaciones infinitas más de 100.000 habitantes.

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{E^2}$$

Dónde:

- N = Cantidad de usuarios que acceden a Internet en el País → 2'594.863
- 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%

$$N = \frac{(1.96)^2 \times (0.50 \times 0.50)}{(0.05)^2}$$

$$N = \frac{0.96}{0.0025}$$

$$N = 384.16$$

La fórmula determina que se debe encuestar a un promedio de 384 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. PRESENTACIÓN 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	4
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

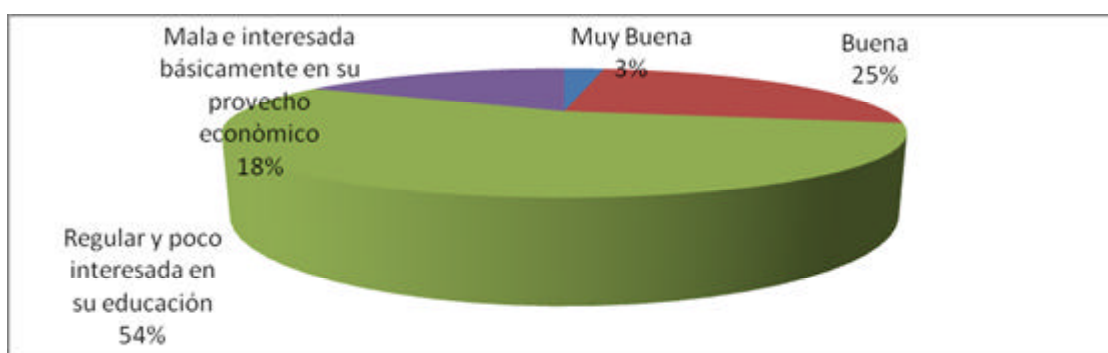


Figura 2-1: Representación porcentual del Punto de vista sobre el contenido de la programación.

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.	21

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

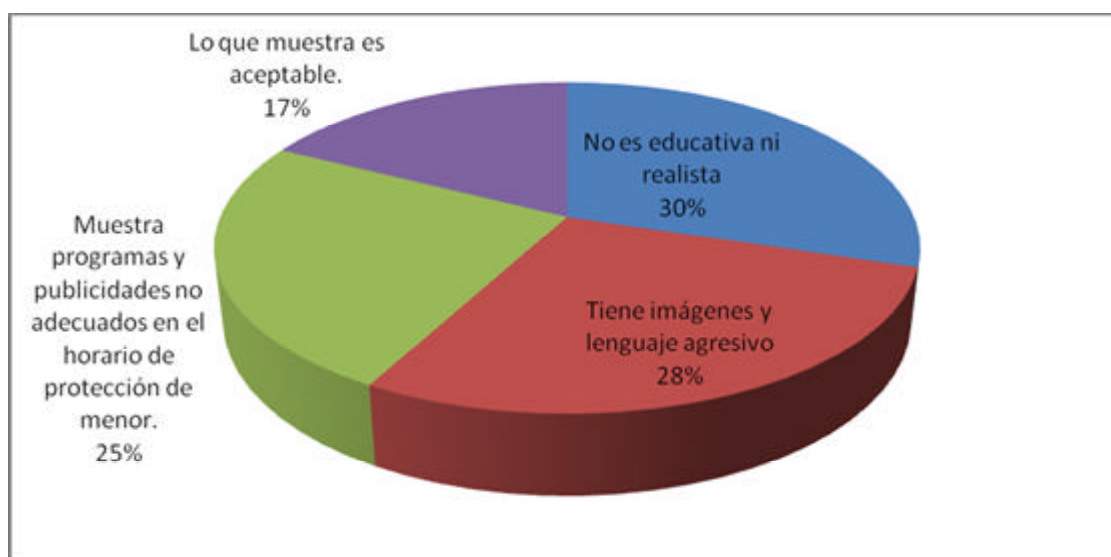


Figura 2-2: Representación porcentual de los resultados acerca de las razones por las que eligió la respuesta anterior.

Pregunta 3

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

Si	24
No	91

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

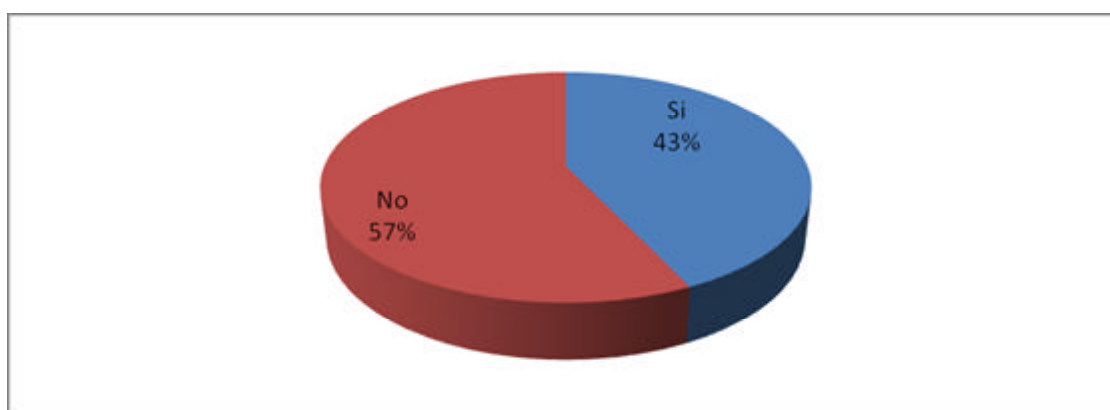


Figura 2-3: Representación porcentual de los resultados acerca de la calidad en estadios de radio

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	24
No	91

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

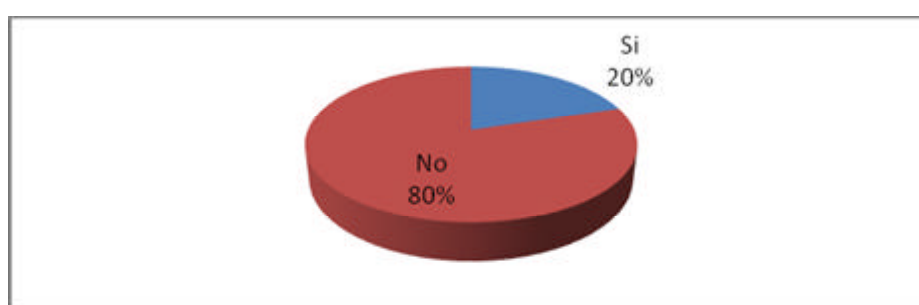


Figura 2-4: Representación porcentual de los resultados acerca del conocimiento de la existencia de medios para expresar una opinión

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 AntenaTres	3
Ecuavisa	3
Radio	1

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

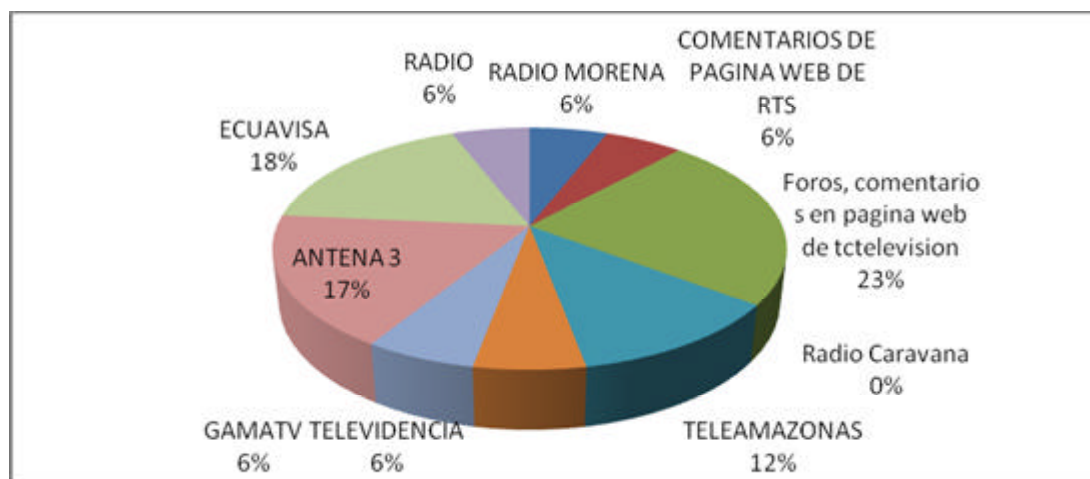


Figura 2-5: Representación porcentual de los resultados acerca de los medios sobre los cuales han expresado una sugerencia.

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.	21
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.

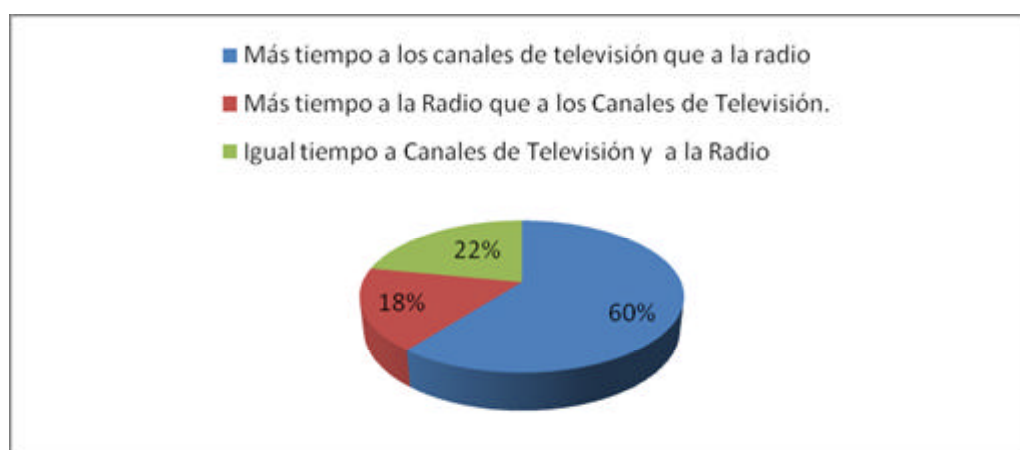


Figura 2-6: Representación porcentual de los resultados acerca de los medios que se le dedica más tiempo.

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:	4

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

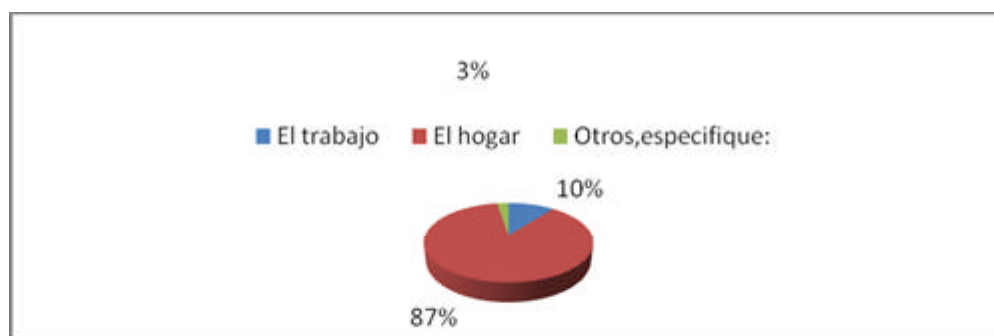


Figura 2-7: Representación porcentual de los resultados acerca de los lugares en los que ve o escucha la programación de un medio radial y televisivo.

Pregunta 8

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

Si	32
No	83

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

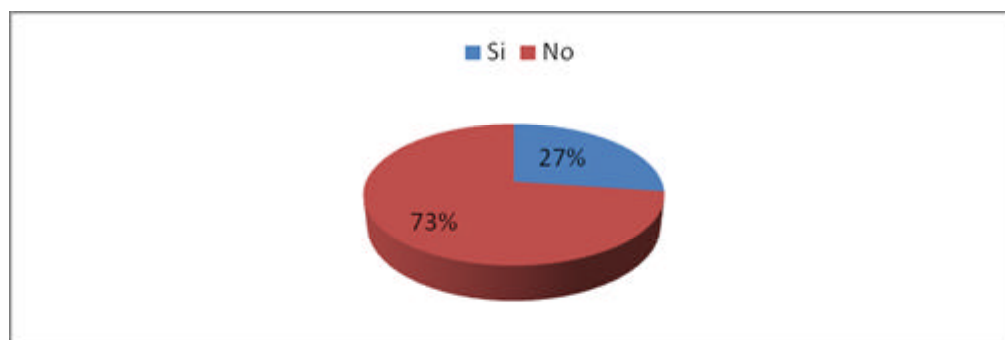


Figura 2-8: Representación porcentual de los resultados acerca del control del contenido de los programas de televisión y radio.

Pregunta 9

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

Suficiente	13
Insuficiente	67
No existe	35

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

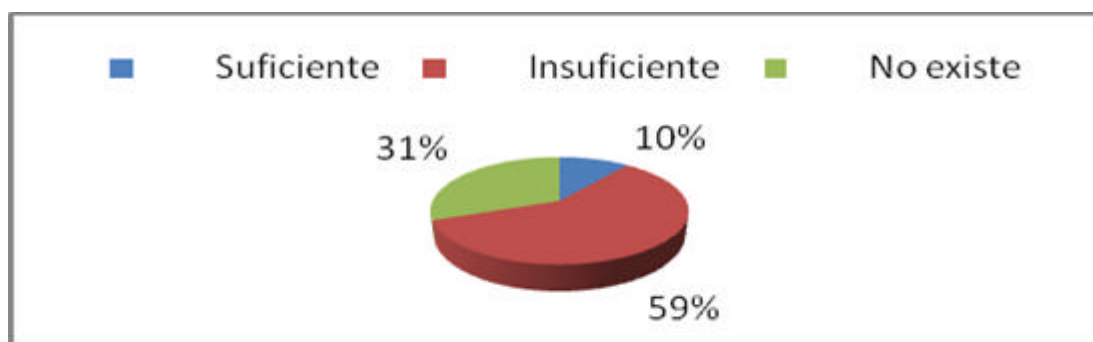


Figura 2-9: Representación porcentual de los resultados acerca de la calificación del control a los medios

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	13	51	35	16
Informa de manera veraz y objetiva	8	44	43	20
La televisión educa a toda la familia	3	27	53	32
La Radio educa a toda la familia	5	25	59	26
Brinda recreación de manera sana para toda la familia	2	41	48	25

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

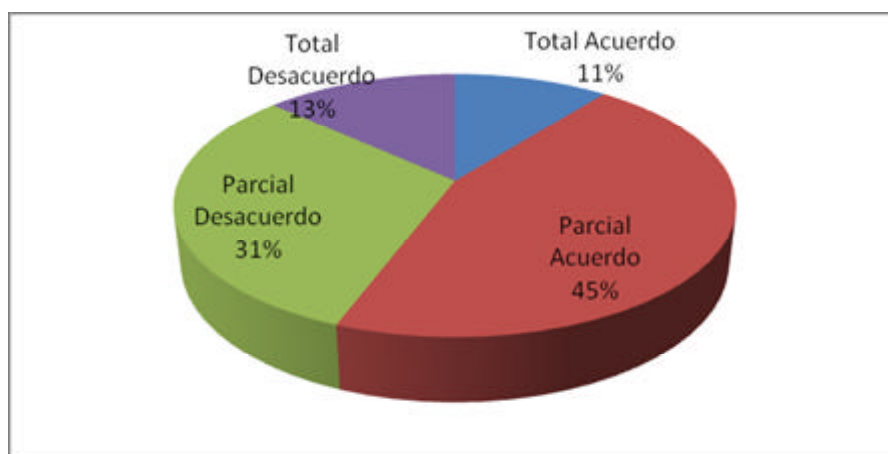


Figura 2-10: Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre el reflejo de la diversidad del País.

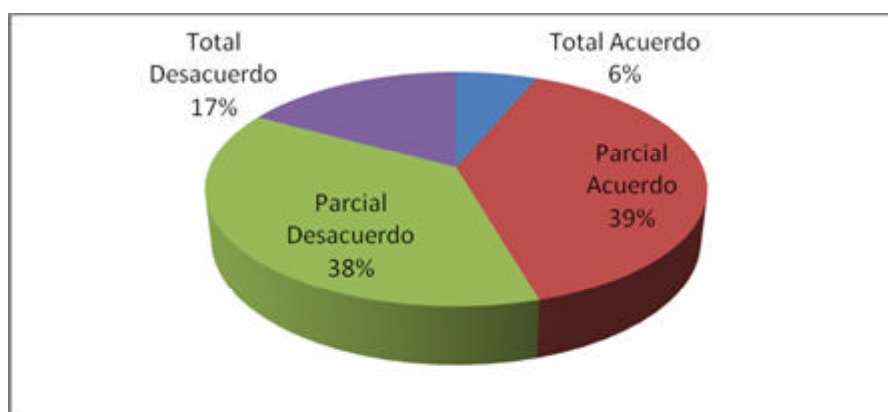


Figura 2-11: Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre el informe de manera veraz y objetivo.

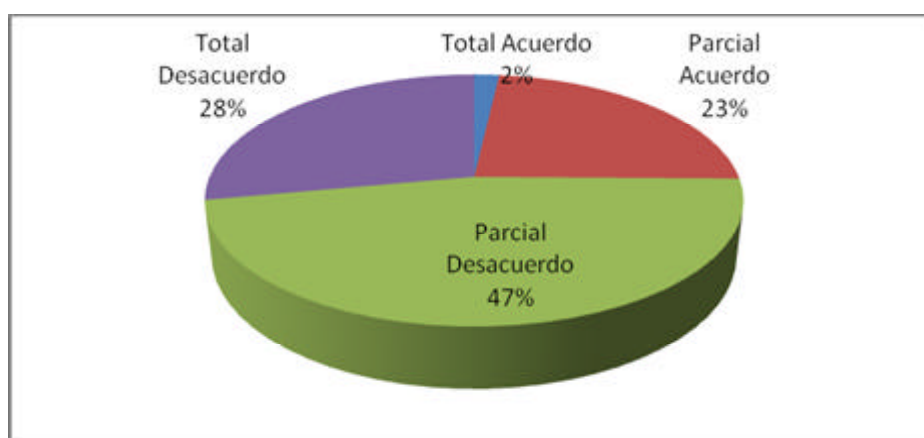


Figura 2-12: Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre la fomentación de la educación en la familia

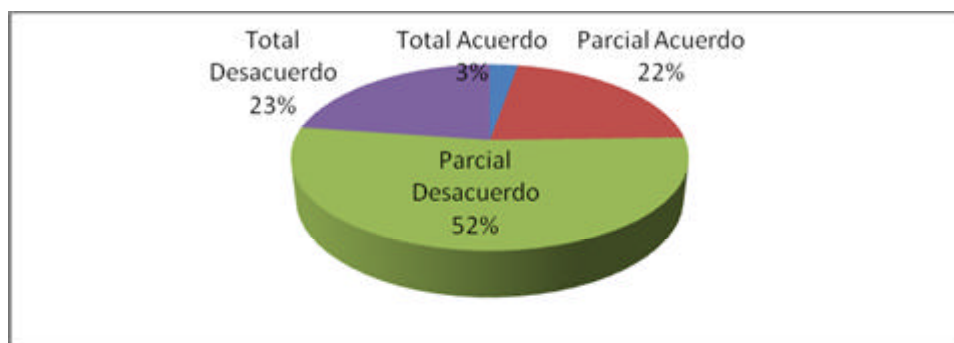


Figura 2-13: Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre la fomentación de la educación por parte de la radio.

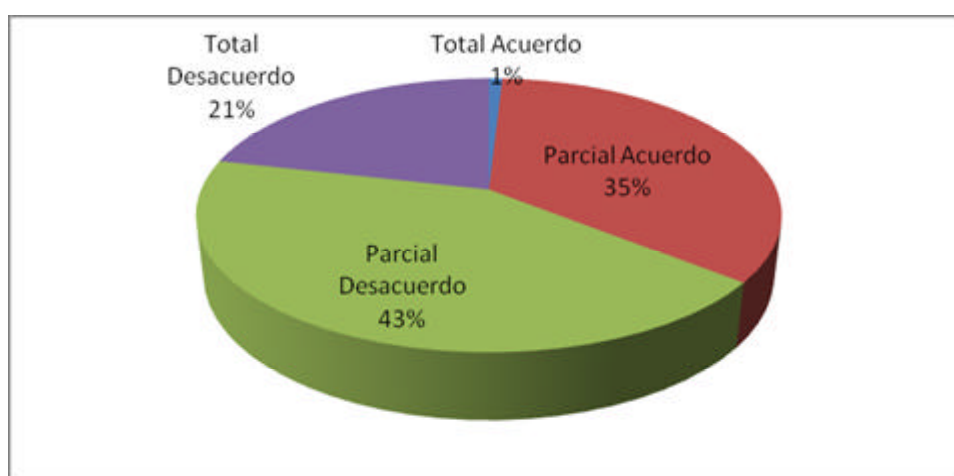


Figura 2-14: Representación porcentual de los resultados acerca del nivel de acuerdo sobre el brindar recreación sana para toda la familia.

Pregunta 11

¿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	9

Tabla 2-12: Resultado acerca de la aceptación de un espacio fijo en la web para la evaluación.

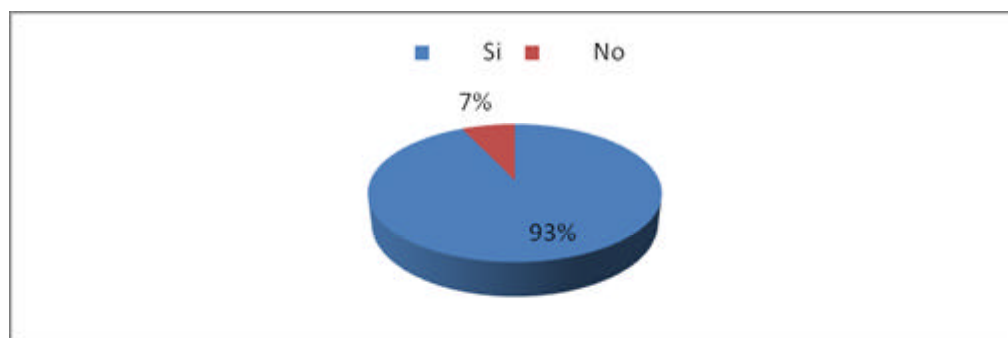


Figura 2-15: Representación porcentual de los resultados acerca de la aceptación de un espacio fijo en la web para la evaluación.

Pregunta 12

¿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	40
Otros, Especifique	0

Tabla 2-13: Resultado acerca de los objetivos sugeridos para emplear la herramienta de evaluación.



Figura 2-16: Representación porcentual de los resultados acerca de los objetivos sugeridos para emplear la herramienta de evaluación.

Pregunta 13

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

Si	3
No	112

Tabla 2-14 : Resultado acerca del conocimiento de la existencia de una herramienta similar.

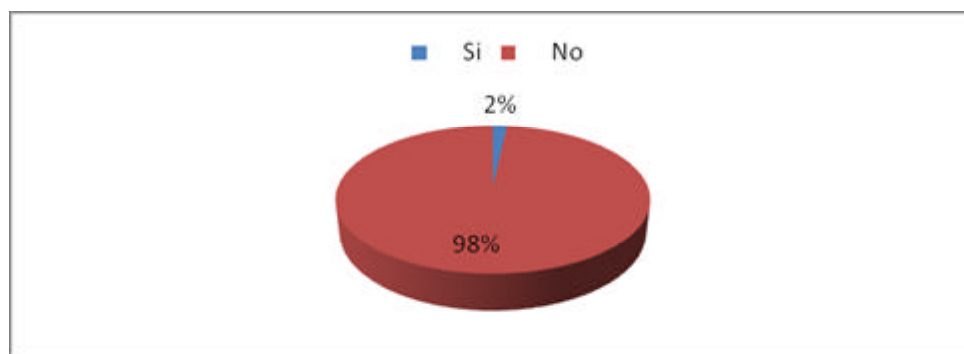


Figura 2-17: Representación porcentual de los resultados acerca del conocimiento de la existencia de una herramienta similar.

Pregunta 14

¿Cuál es el medio televisivo que más sintoniza?

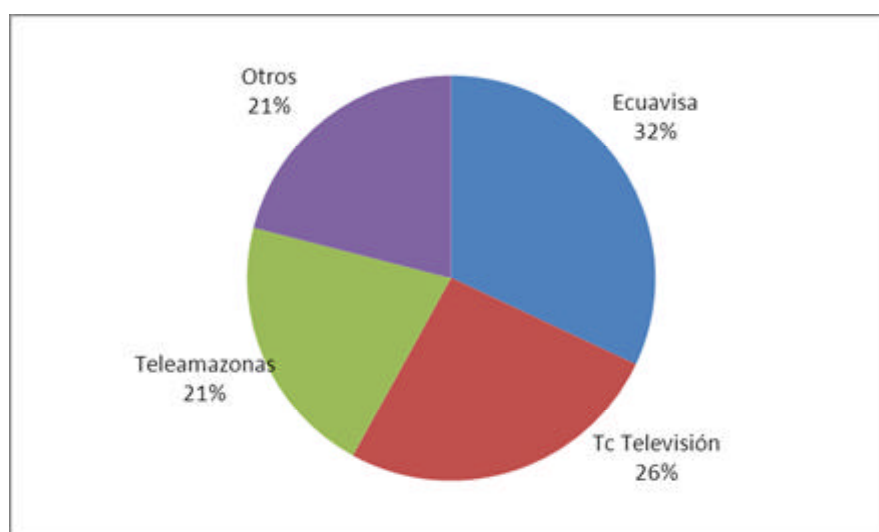


Figura 2-18: Representación porcentual de los resultados acerca de los medios televisivos más sintonizados.

Ecuavisa	32
Tc Televisión	26
Teleamazonas	21
Otros	21

Tabla 2-15: Resultado acerca de los medios televisivos más sintonizados por la ciudadanía

Pregunta 15

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

Mucho	20
Bastante	37
Poco	42
Nada	15

Tabla 2-16: Resultado acerca de la influencia de los medios en la vida de la ciudadanía.

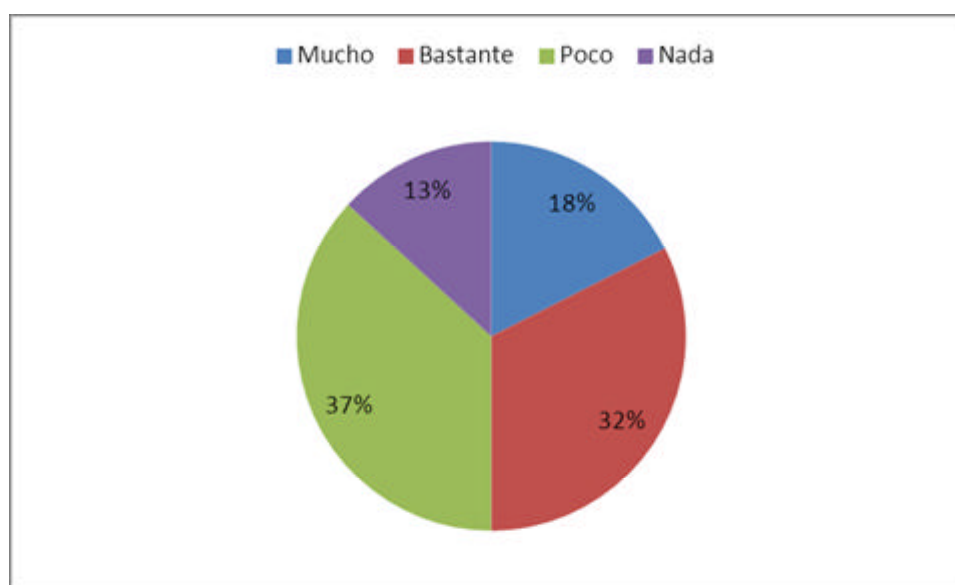


Figura 2-19: Representación porcentual de los resultados acerca de la influencia de los medios en la vida de la ciudadanía.

Pregunta 16

¿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	25

Tabla 2-17: Resultado acerca del deseo de la ciudadanía por formar parte del portal.

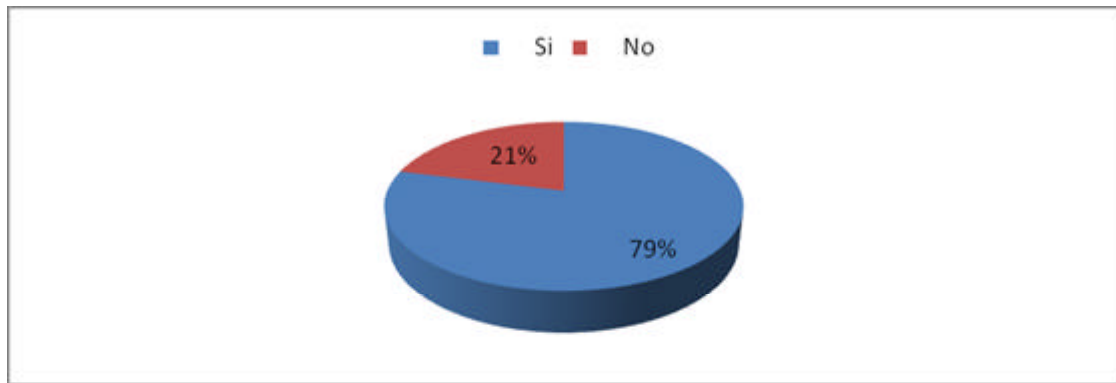


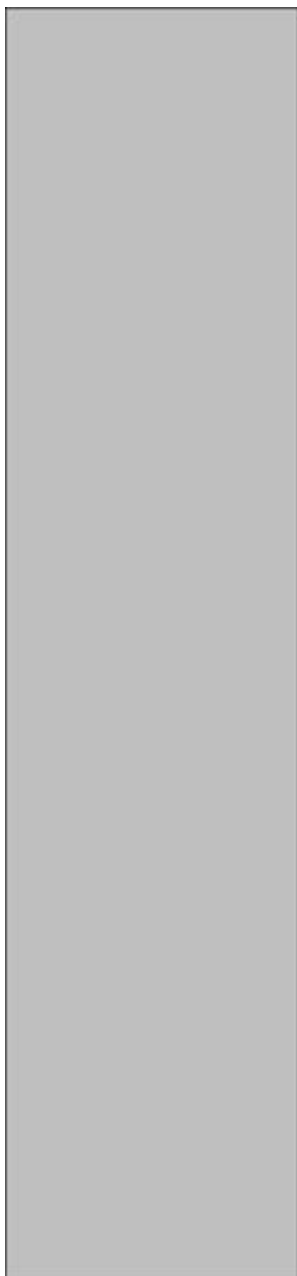
Figura 2-20: Representación porcentual de los resultados acerca del deseo de la ciudadanía por formar parte del portal.

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.



CAPÍTULO 3

PLAN DE MARKETING

3. PLAN DE MARKETING

3.1. ANÁLISIS ESTRATEGICO

3.1.1. ANÁLISIS 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. MERCADO META

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

3.3. MARKETING MIX

Para el desarrollo del Marketing Mix de Opinamedios.com se ha considerado los siguientes factores:

- Recuperar la inversión en un corto plazo a través de los servicios brindados.
- Brindar cada día un mejor servicio.

3.3.1. PRODUCTO

Los ingresos que generarán la utilidad de nuestro modelo de negocios serán obtenidos mediante los siguientes servicios:

1. Estudios estadísticos cualitativos del contenido de la programación de los medios radiales y televisivos.

Este servicio está orientado a proveerles a las emisoras radiales y los canales de televisión la información detallada obtenida de las opiniones enviadas por los usuarios de nuestro portal, información que les servirá para conocer más a fondo el pensamiento del público, permitiéndoles de esta manera a los medios de comunicación buscar formas de mejorar la calidad de su programación.

2. Servicio de e-marketing a las proveedoras de televisión pagada.

Les presentaremos nuestro portal a las proveedoras de televisión pagada (TV Cable, Univisa, DirecTV y Telmex) para brindarles el servicio de mercadeo directo a todas las personas registradas en nuestro portal, valiéndonos de la insatisfacción del público con respecto a la programación abierta. Mediante este servicio daremos a conocer planes de televisión pagada y daremos relevancia a las ventajas que tendrán los usuarios de nuestro portal al obtener televisión con calidad que se diferencian de los programas de televisión abierta, además daremos a conocer sobre descuentos y promociones especiales que obtendrán sus clientes potenciales por estar afiliados a nuestro portal.

3. Servicio de estudio cualitativo de medios dirigido a agencias de publicidad.

Este servicio va dirigido a estudios de diseño y agencias de publicidad que no dispongan de un área especializada en estudio de medios, dándoles a conocer en qué programas y en qué canales colocar la publicidad de sus clientes para que no solo se basen en ratings, sino también en las cualidades y percepción que genera determinado programa en la mente del consumidor.

4. Servicio de estudio cualitativo para empresas que auspician medios.

Este servicio está dirigido a empresas que cuentan con un Departamento de Publicidad in-house y que negocian directamente los auspicios con los programas de radio y tv.

5. Servicio a la Entidad Estatal Reguladora de Medios.

Le daremos el servicio a la Entidad Estatal que regule los contenidos y supervise el cumplimiento de la Ley de Comunicación que actualmente se encuentra en proceso de aprobación en la Asamblea Nacional. A esta entidad le brindaremos informes detallados y completos de todas las opiniones recopiladas en el portal acerca de la totalidad de los medios. Esto le servirá para tener un control más minucioso de medios y vigilar el cumplimiento de las leyes.

6. Servicio de estudios a productoras independientes.

Mediante nuestros estudios las productoras independientes podrían determinar las preferencias y pensamiento del público respecto a diferentes tipos de programas, lo que les serviría para crear nueva programación para ofrecerle a los distintos medios de comunicación, así como para mejorar las propuestas existentes.

7. Publicidad dentro del Portal

Se venderán espacios dentro del portal a empresas que estén interesadas en publicitar sean estas las empresas de los medios radiales, televisivos u otras.

3.3.2. PRECIO

A continuación se detalla la tabla de precios:

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL
<u>Ingresos Auspiciantes</u>	
Presencia del Logotipo del Auspiciante y Línea de Productos	\$ 250,00
<u>Ingresos E-mail Marketing</u>	
Servicio de Email Marketing	\$ 215,00
<u>Ingresos Informes Estadísticos</u>	
Informes Estadísticos de medios Radiales y Televisivos	\$ 250,00
Informes Estadísticos para la Entidad Estatal Reguladora de Medios	\$ 500,00

Tabla 3-1: Precios por publicidad e informes estadísticos del portal.

3.3.3. PROMOCIÓN

Inicialmente se sorteará los siguientes productos:

- Cámaras web y digitales



Figura 3-1: Modelo de cámaras a sortear.

- **Celulares:**



Figura 3-2: Modelo de celulares a sortear.

- **MP3**

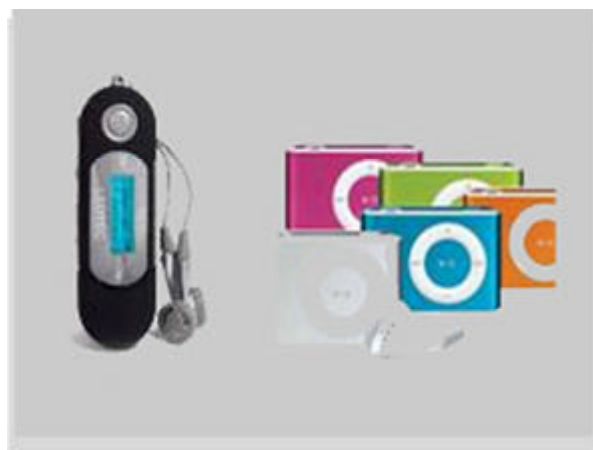


Figura 3-3: Modelo de reproductores Mp3 a sortear.

- **MP4**

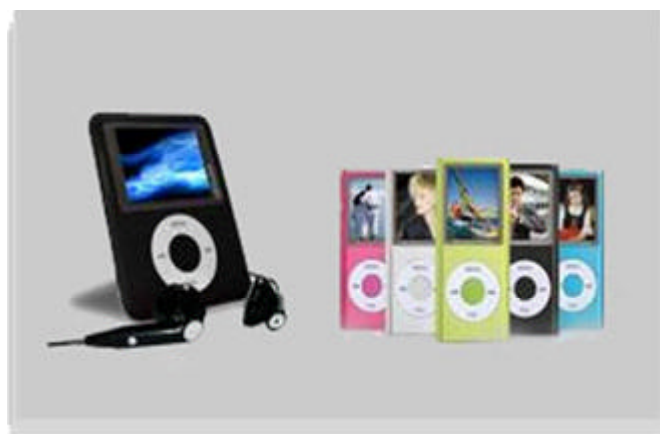


Figura 3-4: Modelo de reproductores Mp4 a sortear.

•PEN DRIVES

Figura 3-5: Modelo de Pen Drives a sortear.

3.3.4. PUBLICIDAD

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

- Se hará marketing viral a través de redes sociales, principalmente Facebook y Twitter, con el fin de darnos a conocer e informar constantemente sobre las novedades de nuestro portal.
- 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 Opinamedios.com 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.

Otros artículos que se obsequiarán al público se detallan a continuación:

- **Camisetas**



Figura 3-6: Modelo de camisetas para publicidad.

- **Gorras**

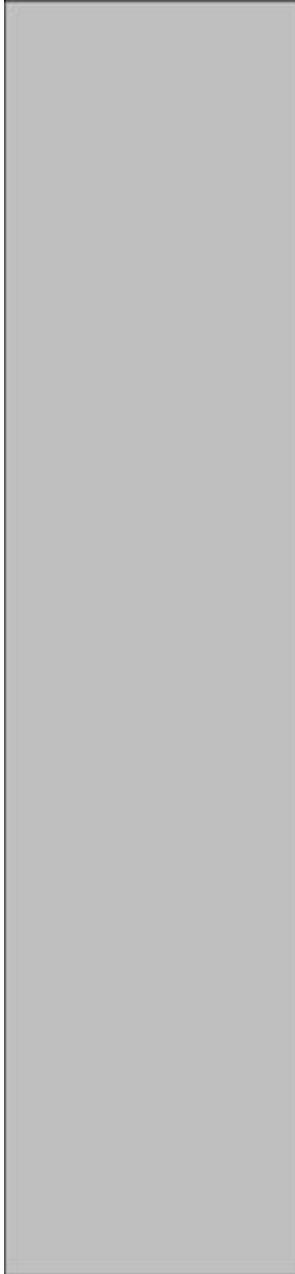


Figura 3-7: Modelo de gorra para publicidad.

- **Bolígrafos**



Figura 3-8: Modelo de bolígrafos para publicidad.



CAPÍTULO 4

ESTUDIO TÉCNICO

ESTUDIO TÉCNICO O INGENIERÍA 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:

4.1.1. PRODUCTO

El Portal Web se desarrollará con un Administrador de Contenidos Joomla V.1.5.20 estable, integrándolo con lenguaje de programación PHP V 5.3.3 y una base de datos My-SQL V 5.1.48

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.

4.1.2. IDENTIFICACIÓN

www.opinamedios.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.opinamedios.com se consideraron las siguientes aplicaciones:

Logo	Software	Descripción
	CMS Joomla V.1.5.20 estable	Para facilitar la tarea de la Administración del Portal Web.
	Adobe Dreamweaver CS5	Para la maquetación de las páginas hechas con código PHP.
	Adobe Flash Professional CS5	Para la creación de animaciones del portal.
	PHP v 5.3.3	Programación del Portal Web
	MySQL v 5.1.48	Base de datos
	Servidor Apache V 2.2.15 Estable	Servidor para la publicación de las páginas.
	Internet Explorer 8	Visualización del Portal Web.
	SendBlaster Pro v 2.0	Software para envío de correos masivos.

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

4.2.1. CMS JOOMLA V.1.5.20

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 "Opinamedios.com" se utilizará **Joomla**, 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.

Archivo e historial

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

Formatos de lectura

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 también son incluidos en el buscador interno del portal.

Tienda online

Puede funcionar como un catálogo o como una completa tienda online en donde se acepte tarjetas de crédito u otras formas de pago.

4.2.2. ADOBE DREAMWEAVER CS5

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 v 5.3.3

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+.

- 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. ADOBE FLASH CS5.

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, ya 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 V. 2.2.15

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 V 5.1.48

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 8.0

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

4.2.8. SENDBLASTER 2.0

SendBlaster 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:

- 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. INGENIERÍA DE LA PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO

El Portal Web "Opinamedios.com" 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 sus opciones:
 - **Quiénes Somos:** Información acerca de la misión, visión y objetivos del Portal Web.

- **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:**

- **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:
 - o Queja
 - o Sugerencia
 - o 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 1]

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 medios radiales o televisivos previamente elegido. A continuación se muestra un ejemplo:

Canal de Televisión: Tc Televisión

- **Informativos:**
 - o Programas de Debates
 - o Noticieros
 - o Programas de Entrevistas
 - o Otros

- **Deportivos:**
 - o Noticieros Deportivos
 - o Transmisiones de Futbol
 - o Otros
- **Infantiles:**
 - o De Concursos
 - o Comics
 - o Infantiles
- **Entretenimiento:**
 - o Películas
 - o Novelas
 - o Programas de Concursos
 - o Series de Televisión
 - o Otros
- **Educativos:**
 - o Documentales
 - o 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**
 - o La guerra de los sexos
 - o Haga negocio conmigo
 - o 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 “Opinamedios.com”. Algunas empresas que les interesaría formar parte del Portal son:

Medios Radiales

Empresa Afiliada





Medio Televisivos

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.
- **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.
- **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 DE LA PÁGINA PRINCIPAL DEL PORTAL:

- PÁGINA PRINCIPAL:



Figura 4-2: Página Principal del Portal web "Opinamedios.com"

- **PÁGINA DE CATÁLOGO DE EMPRESAS AUSPICIANTES:**



Figura 4-3: Página de Catálogo de Empresas Auspiciantes

- **PÁGINA DE SELECCIÓN DEL MEDIO AUDIOVISUAL:**



Figura 4-4: Página de Selección del Medio Audiovisual

- **PÁGINA DE REGISTRO DE OPINIÓN:**

The screenshot shows the Opinamedios.com website with the navigation bar: HOME, CATALOGO CLIENTES, REGISTRA TU OPINIÓN, INFORMES ESTADÍSTICOS, SORTEO DE PREMIOS, GALERIA, CHAT, and CONTACTENOS. The main heading is "Dejanos tu opinión y participa en el sorteo de premios". Below it, a section titled "¿Sobre qué deseas opinar?" contains several checkboxes: "Horario, duración y frecuencia en que se transmite.", "Contenido del programa.", "La publicidad que se transmite durante el programa.", "Personal que conduce el programa.", and "Otros Temas (Redactar opinión personalizada)." which is checked. A text area for "Favor detallenos su opinión respecto a algun otro tema que no haya sido mencionado anteriormente" contains a suggestion about the program's content. A "Enviar Opinión" button is at the bottom. On the right, a sidebar titled "Linea de Productos Auspiciantes" shows logos for "La Taxisista", "La Noticia", and "La Pareja Feliz".

Figura 4-5: Página de Registro de Opinión

- **PAGINA DE GANADORES DE PREMIOS:**

The screenshot shows the Opinamedios.com website with the navigation bar. The main heading is "Los Ganadores del Mes!!!". Below it, a section titled "Ganadores de Sorteos" lists winners for two categories: "Ganador de Cámara Digital" (Adriana Escobar, Guayaquil) and "Ganador de Teléfono Celular" (Juan José Calderón, Cuenca). Below this, a section titled "Los Ganadores Opinamedios" lists winners for various prizes: "Cámara Web" (Diego Fernández - Quito), "MP3" (Alberto Zambrano - Cuenca), "Camisetas" (10 winners from various cities), "PenDrives 2 Gigas." (Cynthia Maiza - Quevedo, David Paredes - Guayaquil, Andrés Mejía - Quito, Carlos Mora - Quito), "Gorras" (10 winners from various cities), and "T-shirt" (1 winner from Quito). On the right, a sidebar titled "Linea de Productos Auspiciantes" shows logos for "La Taxisista", "La Noticia", and "La Pareja Feliz".

Figura 4-6: Página de Ganadores de Premios

- PAGINA DE INFORME ESTADÍSTICO:



Figura 4-7: Página de Informe Estadístico.

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 naranja combinado con variaciones de amarillo y rojo

Contenido destacado del Sitio Opinamedios.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.

4.5. HOSTING

Para el alojamiento del Portal Web se utilizará Ecuahosting, empresa que nos proveerá los siguientes servicios:

Servicios	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
Servicios	
Velocidad de Servidores(mínimo)	6100 MHz
Server –Memoria(mínimo)	8GB
Sistema Operativo	Centos
Correo Electrónico	
Consultas para Soporte Técnico(Vía Telefónica)	Ilimitadas
Cuentas POP3 / FTP	Ilimitadas
Bloqueo de Correo (Spam)	Si
Otras Características	
Uso del FTP	Ilimitado
Flash	Si
Base de Datos MySql 4.5	Si
Protección con Contraseña	Si
Soporte vía HelpDesk 24/7	Si
Características Avanzadas	
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

4.6. GUÍA DE DISEÑO DEL MATERIAL GRÁFICO

4.6.1. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

El manual de Identidad Corporativa presenta los usos correctos del logotipo. Siguiendo estos parámetros no se distorsionará la imagen.

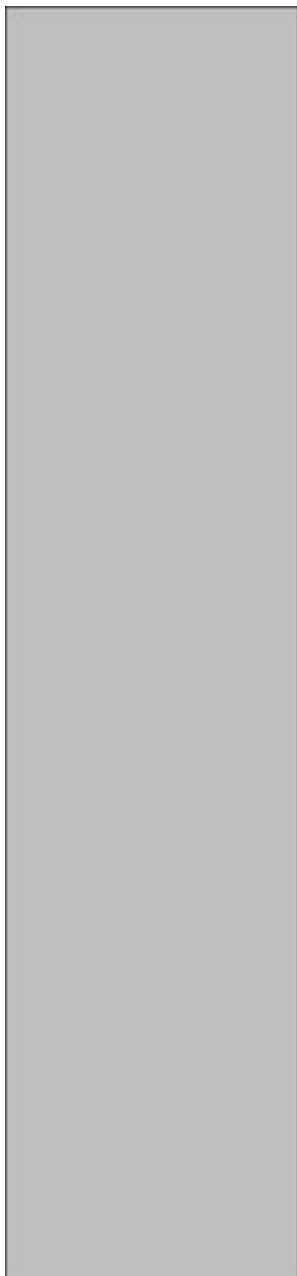
Todas las reproducciones que se hagan de los diferentes elementos del manual deberán ser siempre copia fiel del original y de sus posibles versiones, y habrán de ir siempre con la mejor calidad de impresión.

4.6.2. DESARROLLO DE LA MARCA

El isotipo que identificará el Portal Web será de fácil recordación por los usuarios. El iconotipo se resalta el símbolo que representa la voz de los usuarios, así como el eco que genera cada una de estas opiniones en las demás personas, este es también como un símbolo de propagación de la información de los medios radiales y televisivos. El logotipo (o tipografía) fue creado a partir de formas muy similares al símbolo del iconotipo.



Figura 4-8: Presentación 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:

- Planificar, organizar, coordinar y controlar al equipo de trabajo.
- Fijar los objetivos y metas al equipo de trabajo.
- Liderar y motivar al equipo de trabajo.
- Administrar los recursos necesarios para el desarrollo del proyecto.
- Realizar el seguimiento al progreso del proyecto.
- Conocer la funcionalidad de los sistemas.

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 web.
- 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 Portal.

5.1.3. WEB DESIGNER O DISEÑADOR WEB

Es el profesional encargado del diseño del portal, se encargará de la parte visual y gráfica 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.
- Realizará el tratamiento y edición de imágenes.
- Encargado del 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, JScript, Ajax y php,
- Trabajar con Xml y Web Services.
- Integrar el CMS Joomla con paginas desarrolladas en php.
- Gestionar la base de datos MySQL.
- Encargado de la publicación del Site en el Servidor Web.

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 Web Market 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.

- **Encargado de la Campaña de E-mail Marketing.**

Se encargará mensualmente de crear y difundir Newsletter, eCards, noticias, alertas, promociones, ofertas, novedades, suscripciones y eventos distribuyendo toda la información necesaria 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 y Segmentar a los clientes.**

Analizará a los posibles competidores del portal en la web y monitorizará el estado de evolución de estos y también será el encargado de segmentar a todos los clientes del portal web.

5.2. EQUIPO DE TRABAJO

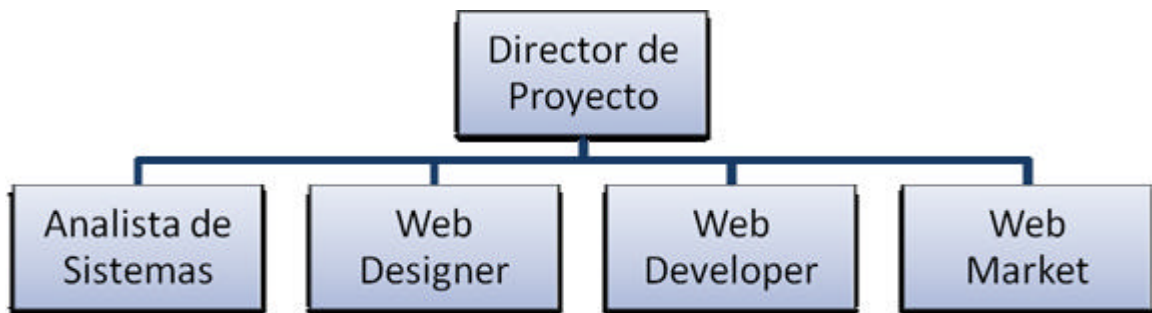


Figura 5-1 Organigrama.

PERFIL DEL DIRECTOR DE PROYECTO.

- Poseer conocimientos de los requerimientos para el desarrollo del portal.
- Proactivo y ente motivador para el equipo de desarrollo.
- Poseer habilidad para la toma de decisiones.
- Debe ser entusiasta y convincente.
- Tener 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, JSCRIPT, XML, PHP y administración de base de datos 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: Adobe Flash, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Dreamweaver.
- Dominio en el manejo del Gestor de Contenidos Joomla.

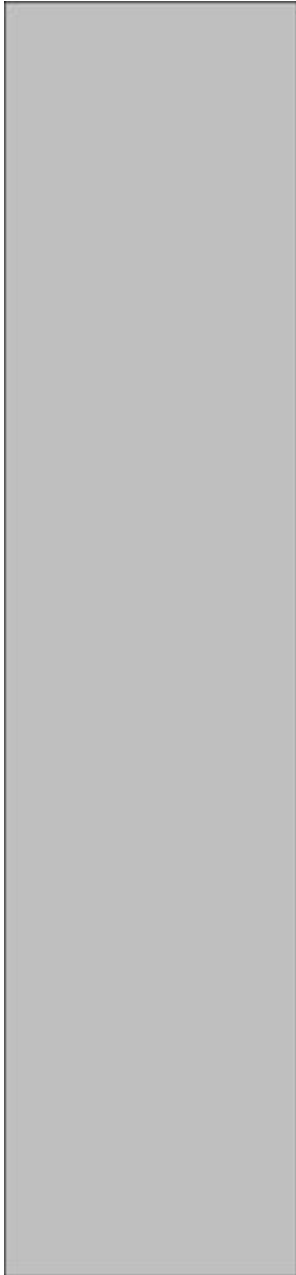
PERFIL DEL DESARROLLADOR WEB.

Para el desarrollo de diseño web:

- Ser creativo para la elaboración y diseño de un Portal Web.
- Dominio en programación en HTML, JScript, Ajax y php.
- Dominio de estructuras Xml y Web Services.
- Amplio conocimiento del CMS Joomla.
- Dominio de la base de datos MySQL.

PERFIL DEL WEB MARKET.

- Creativo, analítico e investigador.
- Conocimientos de SEO (Optimización para motores de búsqueda).
- Conocimiento de Google Analytics,
- Dominio en el Software SendBlaster.
- Conocimientos de Blogs y Redes Sociales.
- Capacidad para resolver problemas.



CAPÍTULO 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
<u>Inversión de la Imagen Corporativa y Portal Web</u>		
Imagen Corporativa		\$ 600,00
Diseño de Imagen corporativa	\$ 400,00	
Afiches, Volantes	\$ 200,00	
TOTAL INVERSIÓN DEL PORTAL WEB		\$ 600,00

INVERSION POR PREMIOS

INVERSIÓN POR PREMIOS

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
<u>Inversión por Premios</u>				
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
TOTAL INVERSIÓN POR PREMIOS			\$ 625,00	\$ 7.500,00

Tabla 6-1 Tablas de inversiones.

INGRESOS

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	N.- EMPRESAS AUSPICIANTES ANUAL	TOTAL ANUAL
Ingresos Auspiciantes			
Presencia del Logotipo del Auspiciante y enlace a su sitio web	\$ 250,00	60	\$15.000,00
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
Informes Estadísticos para la Entidad Estatal Reguladora de Medios	\$ 500,00	9	\$4.500,00
TOTAL ANUAL INGRESOS			\$41.820,00

Tabla 6-2 Tabla de Ingresos.

GASTOS FIJOS

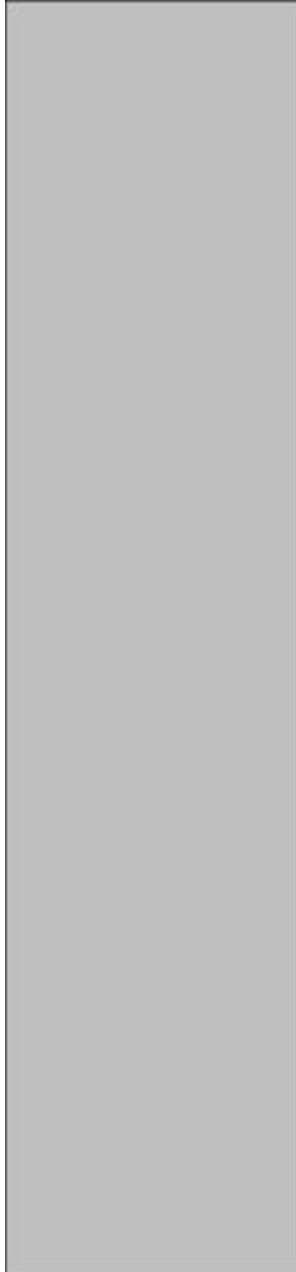
DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	TIEMPO EN MESES	COSTO TOTAL	TOTAL ANUAL
Gastos Generales				\$ 931,00
Hosting y Dominio(Anual)			\$ 211,00	
Internet Banda Ancha	\$ 30,00	12	\$ 360,00	
Imprevistos	\$ 30,00	12	\$ 360,00	
Honorarios Profesionales durante el Desarrollo del Portal Web				\$ 12.450,00
Director de proyecto	\$ 1150,00	3	\$ 3.450,00	
Analista de Sistemas	\$ 800,00	3	\$ 2.400,00	
Web Designer	\$ 650,00	3	\$ 1.950,00	
Web Developer	\$ 800,00	3	\$ 2.400,00	
Web Market	\$ 750,00	3	\$ 2.250,00	
Honorarios Profesionales durante la Implementación y Mantenimiento del Portal Web				\$ 13.950,00
Web Developer	\$ 800,00	9	\$ 7.200,00	
Web Market	\$ 750,00	9	\$ 6.750,00	
Total de Honorarios Profesionales				\$ 26.400,00
Marketing y Publicidad				\$ 410,00
Lápices y Plumas	\$ 25,00	2	\$ 50,00	
Gorras	\$ 30,00	2	\$ 60,00	
Camisetas	\$ 100,00	1	\$ 100,00	
Impulsadoras	\$ 200,00	1	\$ 200,00	
TOTAL ANUAL GASTOS FIJOS				\$ 27.741,00

Tabla 6-3 Tabla de Gastos.

FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA													
MESES	DESARROLLO DEL PORTAL			IMPLEMENTACIÓN Y MANTENIMIENTO 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												
INGRESOS POR AUSPICIANTES													
Possible Número de Auspiciantes por Mes					5	10	15	20	25	30	40	50	60
Presencia de Logotipo y línea de productos		-	-	-	\$ 1,250.00	\$ 2,500.00	\$ 3,750.00	\$ 5,000.00	\$ 6,250.00	\$ 7,500.00	\$ 10,000.00	\$ 12,500.00	\$ 15,000.00
INGRESOS POR SERVICIO DE E-MAIL MARKETING													
Possible Número de Empresas por Mes					4	8	12	16	20	24	32	40	48
Servicio de E-mail Marketing		-	-	-	\$ 860.00	\$ 1,720.00	\$ 2,580.00	\$ 3,440.00	\$ 4,300.00	\$ 5,160.00	\$ 6,880.00	\$ 8,600.00	\$ 10,420.00
INGRESOS POR INFORMES ESTADÍSTICOS A MEDIOS RADIALES Y TELEVISIVOS													
Possible Número de Auspiciantes por Mes					4	8	12	16	20	24	32	40	48
Informes Estadísticos de Medios Radiales y Televisivos		-	-	-	\$ 1,000.00	\$ 2,000.00	\$ 3,000.00	\$ 4,000.00	\$ 5,000.00	\$ 6,000.00	\$ 8,000.00	\$ 10,000.00	\$ 12,000.00
INGRESOS POR INFORMES ESTADÍSTICOS A ENTIDAD REGULADORA DE MEDIOS													
Informes Estadísticos para la Entidad Estatal Reguladora de Medios		-	-	-	\$ 500.00	\$ 1,000.00	\$ 1,500.00	\$ 2,000.00	\$ 2,500.00	\$ 3,000.00	\$ 3,500.00	\$ 4,000.00	\$ 4,500.00
TOTAL DE INGRESOS POR MES					\$ 3,610.00	\$ 7,220.00	\$ 10,830.00	\$ 14,440.00	\$ 18,050.00	\$ 21,660.00	\$ 28,380.00	\$ 35,100.00	\$ 41,820.00
EGRESOS FIJOS													
EGRESOS GENERALES													
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
Hosting y Dominio		\$ 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
HONORARIOS PROFESIONALES													
Director de proyecto		\$ 1,150.00	\$ 1,150.00	\$ 1,150.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Analista de Sistemas		\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Web Designer		\$ 650.00	\$ 650.00	\$ 650.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Web Developer		\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00
Web Market		\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00
MARKETING Y PUBLICIDAD													
Lapices y Plumas		-	-	-	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Gorras		-	-	-	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Camisetas		-	-	-	\$ 100.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Impulsadoras		-	-	-	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
TOTAL DE EGRESOS POR MES		\$ 4,421.00	\$ 4,210.00	\$ 4,210.00	\$ 1,965.00	\$ 1,865.00	\$ 1,610.00	\$ 1,610.00	\$ 1,610.00	\$ 1,610.00	\$ 1,610.00	\$ 1,610.00	\$ 1,610.00
UTILIDAD BRUTA POR AÑO													\$ 27,741.00
													\$ 14,079.00

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.

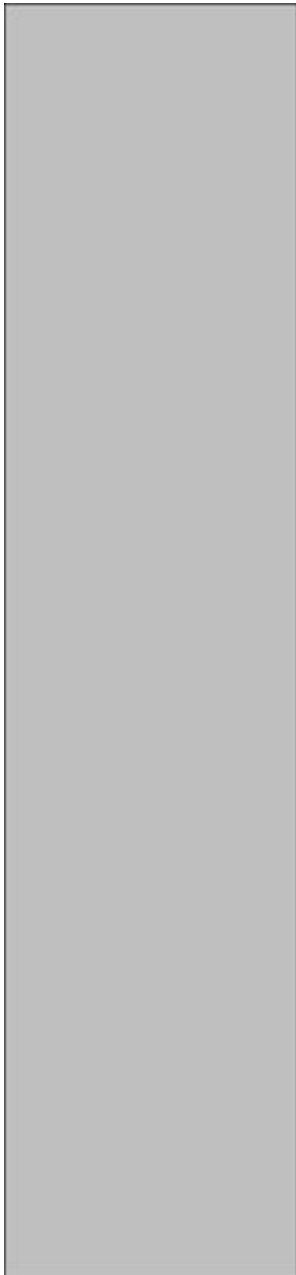
- Realización de sorteos mensuales de celulares, cámaras digitales y flash memory.

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 "Opinamedios.com", para ello se debe tener en consideración lo siguiente:

- Brindar un servicio de primer nivel, haciéndole llegar 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.
- Hacer un seguimiento a los medios de comunicación a medida que 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.
- Variar e incrementar los sorteos mensuales de premios.
- 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.



CAPITULO 8

ANEXOS

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 recopilar su valiosa e imparcial opinión sobre la implementación del Portal Web "Opinamedios.com" 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.

Encuesta autorizada por:

ESPOL-EDCOM:

Lsi. Ángel Veloz

Realizada por:

Ronny Santana E.

Geovanny Chóez C.

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	Parcial	Parcial	Total
	Acuerdo	Acuerdo	Desacuerdo	Desacuerdo
Refleja la diversidad del País	☐	☐	☐	☐
Informa de manera veraz y objetiva	☐	☐	☐	☐
La televisión educa a toda la familia	☐	☐	☐	☐
La Radio educa a toda la familia	☐	☐	☐	☐
Brinda recreación de manera sana para toda la familia	☐	☐	☐	☐

SECCIÓN 2. SOBRE EL PORTAL "OPINAMEDIOS.COM" APLICADO A LA EVALUACIÓN DE MEDIOS RADIALES Y TELEVISIVOS.

Marque con una X su respuesta a las siguientes preguntas

11) ¿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
- No

(En caso de ser afirmativa su respuesta anterior)

12) ¿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_____

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

- Si ¿Podría mencionarla?_____
- No

SECCIÓN 3. SOBRE EL CIUDADANO.

Escriba su respuesta a las siguientes preguntas:

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

15) ¿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%

16) ¿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 receptar 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 |
|--------------------------------|----------------------|----------------------|
| ☐ Mañana : | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| ☐ Tarde: | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| ☐ 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	☐	☐	☐	☐
• Lenguajes Obscenos	☐	☐	☐	☐
• Violencia	☐	☐	☐	☐
• Personas semidesnudas	☐	☐	☐	☐
• Humor mal intencionado	☐	☐	☐	☐
• Chismes	☐	☐	☐	☐
• Sensacionalismo	☐	☐	☐	☐
• Sexualidad	☐	☐	☐	☐
• Copia de otro programa	☐	☐	☐	☐
☐ Secciones Positivas	☐	☐	☐	☐
• Cultura				

- Objetividad y veracidad en temas planteados ☐ ☐ ☐ ☐

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 2.-REFERENCIA DE PÁGINAS WEB

Página web del universo donde se expresa acerca de la falta de seriedad de la programación del canal TC Televisión.

Según Ricardo Rivadeneira Carbo trabajador de RadioCity dice:

TC Televisión testea nuestra paciencia al entregarnos solo 15 minutos de la novela Rosario Tijeras. El resto de su tiempo se divide en promocionales para sus transmisiones del Mundial de Fútbol, comerciales, y adelantos de la telenovela Doña Bella. En estos escasos momentos trato de no aburrirme con la lentitud que avanza la trama de este dramatizado, el cual intenta de varias maneras, lograr aquella controversia que genere audiencia.

El problema más grave del programa es cómo la atención termina enfocándose en el resto de personajes que van llenando espacios en frente y en el fondo de la pantalla. La novela debería comenzar centrándose en el desarrollo de la protagonista principal Rosario, interpretada con cierta gracia por la colombiana María Fernanda Yepes. Comenzamos su época colegial y casi al instante nos presentan su rebeldía, fiereza y todas aquellas características que la hacen diferente. Pero rápidamente la historia comienza a divagar y se centra en el resto del elenco.

Si bien es verdad, muchos de estos terminarán formando parte del universo de Rosario en un futuro cercano, pero debido a estos 15 minutos de novela, el televidente comienza a desesperarse. No veo movimiento ni dinámica interpretativa por ningún lado, solo me encuentro, de manera dispersa, con los típicos estereotipos colombianos, que las novelas de ese mismo país, se han encargado de proyectar.

Si bien se toman estas ideas de la cinta, el argumento cambia lo suficiente y algunos de los personajes también. Si bien, el personaje de Rosario da la talla para el medio, pocos sobresalen en su interpretación. Su hermano ficticio, Jhonefe, interpretado por Juan David Restrepo, entrega un personaje repleto de clichés acostumbrados en este tipo de producción, pero con ciertas matices que lo convierten en una agradable adición al elenco.

La novela en sí sufre de fallas técnicas en su edición y musicalización. En sus primeros dos capítulos el televidente fue partícipe de una edición sucia y remendada, cuyo trabajo pareció haber sido realizado por un pasante amateur del canal RCN. A esto se le sumaba una sobre utilización de una música cansina que intentaba a como dé lugar dotar a la entrega telenovelesca de un feeling urbano.

Al final, el poco tiempo que nos entregan para poder disfrutar de este producto importado, es uno de los principales villanos. La imposibilidad de sentarse a deleitarse de este dramatizado sin las constantes interrupciones es desafortunado y por momentos suma aún más negatividad a aquella desesperación presente desde un principio. Cambiaré de canal por el momento hasta que dejen que la señorita crezca y se convierta en esa desalmada asesina que todos quieren ver. Por el momento, Rosario utiliza tijeras que no cortan.

Ingresar | Registrarse

EL UNIVERSO Domingo 6 de junio del 2010 Guayaquil, Ecuador Hora Local 15:35

Ediciones Anteriores | Clasificados | Servicios

Noticias Opinión Guayaquil Deportes Entretenimiento Vida Fotogalerías

Gente Arte y cultura **Cine y TV** Tiempo Libre Cartelera de Cines

Domingo 06 de junio del 2010 Cine y TV

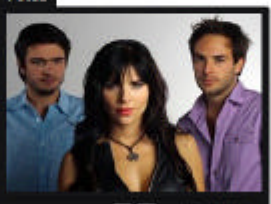
Crítica de televisión: Tijeras que no cortan

Ricardo Rivadeneira Carbo | rrivadeneira@radiocity.com

TC Televisión testa nuestra paciencia al entregarnos solo 15 minutos de la novela Rosario Tijeras. El resto de su tiempo se divide en promocionales para sus transmisiones del Mundial de Fútbol, comerciales, y adelantos de la telenovela Doña Bella. En estos escasos momentos trato de no aburrirme con la lentitud que avanza la trama de este dramatizado, el cual intenta de varias maneras, lograr aquella controversia que genere audiencia.

El problema más grave del programa es cómo la atención termina enfocándose en el resto de personajes que van llenando espacios en frente y en el fondo de la pantalla. La novela debería comenzar centrándose en el desarrollo de la protagonista principal Rosario, interpretada con cierta gracia por la colombiana María Fernanda Yepes. Comenzamos su época colegial y casi al instante nos presentan su rebeldía, fiereza y todas aquellas características que la hacen diferente. Pero rápidamente la historia comienza a divagar y se centra en el resto del elenco.

Fotos



Andrés Sandoval (l.), María Fernanda Yepes y Sebastián Martínez, actores de la telenovela colombiana Rosario Tijeras que en Ecuador se transmite por TC Televisión.

En esta sección

GENTE

Top 5: Web Kaviendes y los festejos de goles más destacados del Mundial

- Primer libro de Alfonso Gramas V.
- Crítica de televisión: Tijeras que no...
- Malestar por cambios en las horas de da...

Ahora en portada



Lady Mina en desierto cercano a Las Vegas

Página web www.Eldiario.com.ec donde se expresa un artículo acerca de la "Violencia en la Televisión" publicado el 11 de Octubre del 2009.

eldiario.ec manabita de libre pensamiento

>> Jueves 19 de agosto de 2010

Ediciones impresas: (nuevo) Ver nuestros ediciones impresas en línea. El Diario La Manabita

Inicio Tema del día Portaviejo Manta Crónica Manabí Ecuador Mundo Opinión Vida Acción

Manabita en vivo | Escucha Radio Amiga Online | Día 7 Haznos tu página de inicio | Archivo digital | Clasificados | Buscar en: Noticias

Manta

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.

Además

En esta sección:

TV + Internet de Telmex www.telmex.com
Tu eliges cuantos Canales y que Velocidad Quieres. Todo con Telmex!

Administración de datos www.LogMeIn.co
Simplifique sus procesos de soporte Prueba gratis de LogMeIn Central

Consultar Vuelos? www.Travelocity.com/la

Multimedia



Pedidos de revocatoria de mandato-Noticias 19082010

Pedidos de revocatoria de mandato-Noticias Pantallas destruidas y otras noticias 19082010 Ejército col. escribe a ci

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 PowerRanger y DragonBall 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 PowerRangers (23%), Simpson (17%), Máximo riesgo (9%), DragonBall 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.



ARTÍCULO DETALLADO DE LA PÁGINA WEB "HOY.COM.EC"

La mayoría de discursos acerca de la televisión giran acerca de la relación niños y TV. Lo paradójico es que esa relación sigue siendo una terra incognita dónde prevalece el prejuicio y el desconocimiento. Sin embargo, la TV, a veces, también puede volverse adulta.

Sony Channel cumple 15 años y el spot institucional es muy decidor. Las puertas se abren y en las primeras secuencias se ven candorosas escenas tipo Friends o Seinfeld. Luego las puertas se siguen abriendo pero ahora vemos parejas de todas las composiciones en subidas escenas de cama.

Cuando la tele puede hablar y mostrar con naturalidad, sin rubor y hasta con humor de sexualidad en todas sus formas, estamos claramente ante un producto para adultos.

En ese subgénero nada ha ido más lejos que la serie "Spartacus Blood & Sand" que para América Latina se emite a través de Movie Channel, todos los domingos a las 23:00.

Espartaco sangre y arena es producida por Robert Tapert, Sam Raimi, Josh Donen y Sarah Lazarova. Se estrenó el 22 de enero de 2010 y es interpretado por Andy Whitfield. Espartaco es un retrato de la era romana en clave hiperrealista inspirado en el filme 300 (basado en la novela gráfica de Frank Miller).

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.



[Ejé un sitio](#)
[Global](#)
[Latin America](#)
[Africa](#)
[Policy Blogs](#)
[Classifieds](#)
[Networks](#)

[Búsqueda en](#)
[No ha ingres](#)

Red de La Iniciativa de Comunicación

Donde la comunicación y los medios son parte esencial del desarrollo social y económico de América Latina y el Caribe

[Niñez, Juventud, VIH/SIDA](#)
[Red Salud](#)
[Juventud](#)
[TV de Calidad](#)
[Gestión del Riesgo](#)
[Infancia](#)

Secciones

- Becas
- Calendario de Eventos
- Capacitación
- Cursos Universitarios
- Enlaces
- Entrevistas
- Evaluación
- Experiencias
- Financiación
- Material
- Modelos de Planeación
- Pensamiento Estratégico
- Premios
- Tendencias
- Teorías de Cambio
- TODAS las secciones

CILA - Boletines electrónicos

- Son de Tambora

Socios



Home » Iniciativa Comunicación »

Average Rating: 2.06 out of 5 (18 ratings submitted)

[email a link](#)
[print version](#)
[review this page](#)
[read reviews](#)

Pronunciamento de Niñas y Adolescentes sobre la radio y la TV por los Derechos de la Niñez y Adoles

Los niños, niñas y adolescentes presentan su posición frente a la radio y tv que tenemos y la que queremos.

Preámbulo

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 Ateneo de Caracas el día 15 de febrero de 2009, sobre "La Radio y Televisión que Tenemos y la que Queremos". A continuación presentamos los resultados de nuestras deliberaciones y recomendaciones:

Consideramos que:

1. La regulación de la programación en el horario destinado a la niñez, siempre ha sido y es una de las preocupaciones de las niñas, los niños y adolescentes en los foros, asambleas, parlamentos, cabildos, talleres
2. La Convención sobre los Derechos del Niño establece: "Los Estados Partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán porque el niño tenga acceso a información y material procedente de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tenga por finalidad promover su bienestar social, apoyando la identidad cultural del niño y su familia."

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.

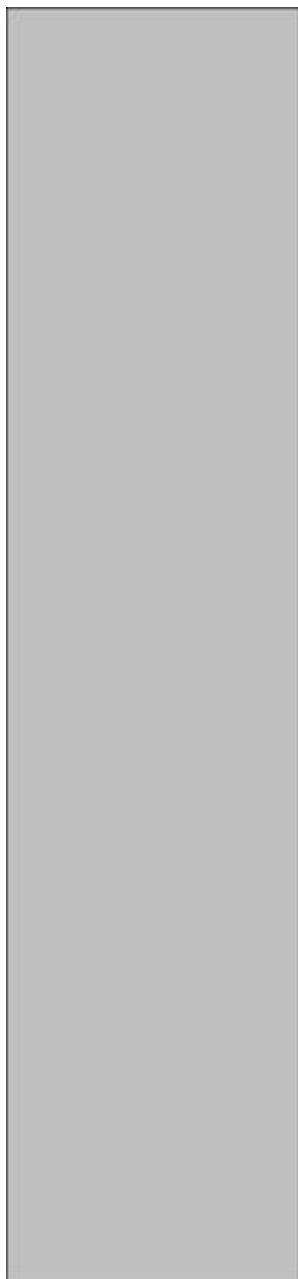
Entonces, ¿cuál es? La farándula, las bromas jocosas al aire, las llamadas, los "concursos" y las dádivas, en programas que ocupan franjas aproximadamente desde las 09:00 y hasta el mediodía.

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 zapping 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?

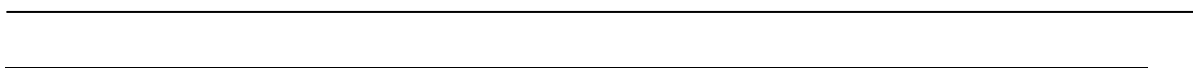
¿Quieren la respuesta? prohibida para menores de 18. ¿Alguien puede decirnos si hay algún menor escuchando?

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.



CAPÍTULO 9

BIBLIOGRAFIA



9.1 BIBLIOGRAFÍA

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

www.radiocaravana.com.ec

www.radiocanela.com.ec

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

www.tctelevision.com.ec

www.canaluno.com

www.etvtelerama.com

www.rts.com.ec

- **Foros de discusión**

www.yahoo.com

www.foros.net

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

www.Eldiario.com.ec

www.eluniverso.com.ec

www.Eldiario.com.ec

www.elTelegrafo.com.ec