

# Observatorio Ciudadano de Medios Audiovisuales

María Isabel Galarza Soledispa <sup>1</sup>  
Alberto Chipantiza Mite <sup>2</sup>  
Priscilla Alexandra Mendoza Borbor <sup>3</sup>  
Gustavo Humberto Galio Molina <sup>4</sup>

<sup>1</sup> Licenciado en Sistemas de Información, 2006

<sup>2</sup> Licenciado en Sistemas de Información, 2006,

<sup>3</sup> Licenciado en Sistemas de Información, 2006,

<sup>4</sup> Director de Tópico, Dr., Magíster en Sistemas de Información Gerencial, ESPOL; Profesor de la ESPOL desde 1998.

## Resumen

*El Observatorio Ciudadano de Medios Audiovisuales del Ecuador es un espacio de información y opinión pública en Internet. El sitio Web es [www.ocma.com.ec](http://www.ocma.com.ec), el cual contiene encuestas predefinidas en las cuales la ciudadanía podrá expresar su opinión, sugerencias o comentarios acerca del contenido de la programación emitida por los medios de comunicación audiovisuales tales como TV, Radio y Cine para mejorar la calidad de los mismos.*

*Los objetivos principales son obtener la opinión de la ciudadanía dentro del sitio Web a través de estrategias publicitarias aplicadas a Internet y a la vez realizar estudios y análisis de esta información para generar informes estadísticos que ofreceremos como servicio principal a los medios de comunicación audiovisuales y entidades interesadas.*

*Este proyecto servirá como canal para mostrar los cambios que propongan los ciudadanos acerca de los programas a los medios de comunicación audiovisuales, lo que les facilitará mejorar la calidad, contenido, interés e imagen en sus programas o servicios que ofrecen. Este proyecto permitirá contribuir al desarrollo de la comunicación social y aportar a la cultura ecuatoriana.*

## Abstract

*The Citizen Observatory of Audiovisual Media of the Ecuador is a space of information and public opinion in Internet. The Web site [www.ocma.com.ec](http://www.ocma.com.ec) contains defaulted surveys in which the citizenship will be able to express its opinion, suggestions or comments about the content of the programming which are emitted by the audiovisual media as TV, Radio and Cinema to improve the quality of the same ones.*

*The main objectives are to obtain the opinion of the citizenship inside the Web site through strategies of publicity applied to Internet and at the same time to carry out studies and analysis of this information to generate statistical reports that we will offer as main service to the audiovisual media and interested entities.*

*This project will be a good medium for to show the changes that the citizens propose about the programs to the audiovisual media, this it will facilitate them to improve the quality, content, interest and image in programs or services that they offer. This project will allow contributing to the development of the social communication and the Ecuadorian culture.*

## 1. Introducción

El Observatorio Ciudadano de Medios Audiovisuales es un espacio de información y opinión pública en Internet, que permite a la ciudadanía expresar sus comentarios acerca de diversos temas como programas de televisión, radio y cine para mejorar la calidad de los mismos.

Los ciudadanos podrán opinar en el sitio Web [www.ocma.com.ec](http://www.ocma.com.ec), a través de encuestas predefinidas acerca de todos los programas de audiencia nacional de radio, televisión y cine.

El servicio principal que ofrecerá el Observatorio ciudadano de medios audiovisuales es la **entrega informes estadísticos** a los medios de comunicación y entidades interesadas, obtenidos a partir del ingreso de opiniones de los ciudadanos con la finalidad de aportar mejoras al contenido de los programas evaluados.

### 1.1 Misión

Construir un espacio público con el apoyo de la tecnología, donde la ciudadanía pueda expresar sus opiniones, sugerencias o comentarios acerca del contenido de la programación emitida por los medios de comunicación audiovisuales utilizando como medio la tecnología a través de un sitio Web.

Dar a conocer a los medios de comunicación audiovisuales todas las mejoras y cambios que propongan los ciudadanos acerca de sus programas con la finalidad de mejorar su calidad, interés y valor.

### 1.2 Visión

Ser un portal de libertad de expresión en Internet que contribuya al desarrollo de la comunicación social y aporte a mejorar la calidad y eficacia de la programación de los medios de comunicación audiovisuales a través de la búsqueda, seguimiento y análisis de la opinión de nuestros usuarios.

### 1.3 Posicionamiento

“Primer espacio de libre opinión pública por Internet sobre el contenido y la calidad de la programación de los medios de comunicación”.

### 1.4 Promesa básica

“Impulsando comunicación con contenido de calidad”

## 2. Posibilidad de implementación y éxito del proyecto

Nuestro proyecto está desarrollado con un enfoque diferenciado respecto a la opinión libre y democrática

que pueden ejercer nuestros usuarios acerca de los programas o servicios que le ofrece algún medio audiovisual. Nuestro objetivo es ser un canal que transmita las recomendaciones efectuadas por:

Opiniones respecto a un tema en particular

Resultados de encuestas de opiniones realizadas a los ciudadanos

Consideramos que es importante conocer el criterio que tiene la ciudadanía respecto al contenido de los programas que emiten los medios de comunicación audiovisuales; debido a que ésta es la información es considerada importante por los medios de comunicación para realizar correctivos o mantener un nivel de satisfacción que favorezca a su audiencia.

Analizando esta tendencia de los medios que cada vez emiten mejores bienes y servicios, consideramos que la implementación de este portal tendrá una aceptación importante, no sólo de la audiencia, sino también de los propios medios.

### 2.1 Características diferenciadas

Nuestro proyecto cuenta con características diferenciadas como lo describimos a continuación:

Es el primer Observatorio con espacio de opinión pública para medios audiovisuales en el Ecuador.

Cuenta con espacios de participación ciudadana en Internet, a diferencia de otros observatorios en Sudamérica como son el de Colombia, Venezuela, México y Uruguay. Estos observatorios tienen un sitio Web, en los cuales muestran información estadística de audiencias y comentarios acerca de los medios de comunicación.

Disponemos de encuestas dirigidas a través de Internet, lo que permite ahorrar recursos que se generan cuando se realiza una encuesta tradicional, persona a persona.

Podemos abarcar más cantidad de personas y direccionar la muestra sin necesidad de estar físicamente en los lugares muy frecuentados.

Muchos ciudadanos quieren ser escuchados y plantean sus comentarios respecto a la calidad de programación que reciben.

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 queremos ser un espacio que recopile las ideas, criterios u opiniones de la persona que está frente al televisor, escuchando la radio o apreciando alguna película, con la finalidad de:

Dar a conocer esta información a los medios de comunicación que los emiten para que sea utilizada en su propio beneficio.

Mejorar la calidad de sus programas, con las sugerencias más apropiadas que se ingresen en las encuestas del sitio Web.

Aportar a la cultura ecuatoriana debido a que en algunos programas que se emiten contienen palabras que destruyen el léxico de los ecuatorianos.

Aportar con la mejora del contenido de la programación que emiten los medios de comunicación audiovisuales.

### 3. Objetivos del proyecto

Dar a conocer la opinión y sugerencias de los ciudadanos a los medios de comunicación., logrando aportar con la mejora del contenido de la programación que emiten los medios de comunicación audiovisuales.

Mejorar la calidad de sus programas, con las sugerencias más apropiadas que se ingresen en las encuestas del sitio Web.

Aportar a la cultura ecuatoriana.

### 4. Beneficios del proyecto

El Observatorio Ciudadano de Medios Audiovisuales es un servicio para todos los ecuatorianos y dentro de los beneficios que ofrece son:

#### 4.1. Para las empresas de medios audiovisuales

Información actualizada e historia disponible las 24 horas los 7 días de la semana.

Se evita hacer gastos en las encuestas o sondeos de opinión.

Permite segmentar el mercado con base en los datos de los usuarios.

Ofrece información precisa y detallada

Oportunidad de mejorar la retroalimentación como medio de obtener información de apoyo para la toma de decisiones.

#### 4.2. Para el ciudadano

Facilidad de opinar

Diversidad de temas

Oportunidad para exponer sus ideas.

### 5. Constitución del mercado

Un observatorio está formado por un grupo de personas dedicadas a explorar profundamente un área en particular. En la actualidad, ya existen observatorios con diferentes áreas de interés como lo citamos a continuación:

**Tabla 1 Observatorios en Sudamérica**

Tipo de Observatorio	Territorio	Web	Área
Servicios Públicos	Guayaquil	No	Servicios Públicos Agua
Observatorio de Medios	Ecuador Perú Venezuela	Sí Sí Sí	Comentarios acerca de los medios e ingreso de opiniones.

El mercado en el que vamos a incursionar es un mercado incipiente. En el país no existen espacios de opinión pública por Internet, pero si empresas de medios de comunicación dedicadas a esta actividad. Algunas cuentan con espacios para los ciudadanos identificados así:

**Tabla 2 Espacios de Opinión en medios del Ecuador**

Medio	Área
TV	Espacios donde se pueden expresar sus reclamos.
Radio	Espacios en los programas para quejas del público
Diarios	Columnas semanales de opinión
Revistas	Espacios de opinión abierta al público.
Cine	No existen espacios de opinión
Internet	Existe un observatorio pero no es muy claro en contenido.

### 6. Percepción de la calidad del servicio que actualmente brindan las empresas.

Actualmente en nuestro país podemos ver que en ciertos medios de comunicación y prensa se están abriendo espacios de opinión pública. La TV está haciendo buenos esfuerzos y ha llegado a recibir buena aceptación por parte de los ciudadanos, pues ha sido un medio de generar soluciones.

Los medios han abierto espacios para denuncias de la comunidad en cuanto a servicios públicos deficientes o necesidades propias de una comunidad.

En Internet este tipo de servicio es muy poco relevante. Existen sitios Web que nos muestran opiniones personales, parciales o de intereses comunes, en los cuales las opiniones y sugerencias de la ciudadanía no son la prioridad principal debido a que sus objetivos están dirigidos a otros aspectos.

Es realmente importante que exista un espacio imparcial, libre de intereses particulares, pues queremos generar cambios positivos para nuestra sociedad ya que muchos ciudadanos no forman su

propio criterio por falta de información clara y sucede en muchos casos que nuestras opiniones son ideas de otras personas y no contienen una base sólida para defender sus derechos.

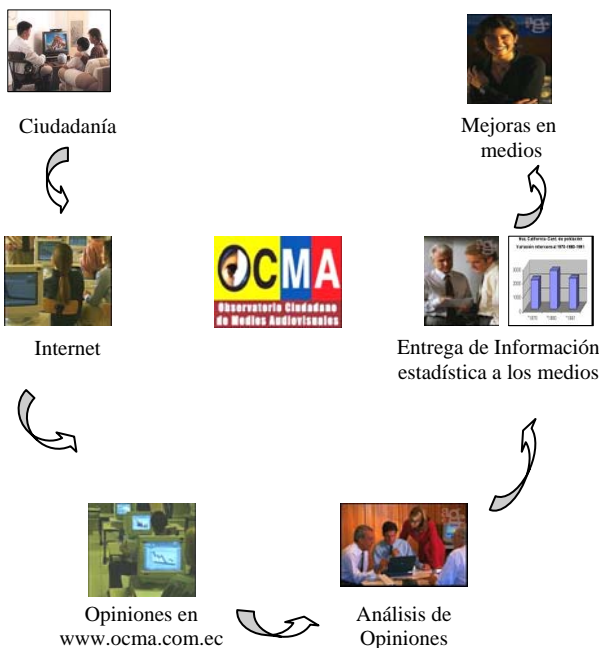
## 7. Producto / Servicio

[www.ocma.com.ec](http://www.ocma.com.ec) es un sitio Web que marca la pauta de la libertad de expresión de los ecuatorianos mediante Internet. Busca dar una opción para opinar acerca de la programación y el servicio que brindan medios audiovisuales como TV, Radio y Cine.

La programación que se emite en los medios no siempre encierra contenidos que aporten a la cultura, educación o ciertos temas que son importantes para que nuestro país se desarrolle.

El Observatorio Ciudadano de Medios Audiovisuales desea dar la oportunidad de opinar a los ciudadanos ecuatorianos con el objetivo de evaluar estadísticamente las opiniones y comentarios que serán luego entregadas a los medios que las emiten para que realicen las mejoras respectivas.

A continuación presentamos un gráfico que muestra la esencia de nuestro proyecto.



**Gráfico I Servicio de OCMA**

El Observatorio Ciudadano de Medios Audiovisuales está caracterizado por poseer diversas cualidades diferenciadas como son:

- Facilidad de acceso
- Diversidad de temas

- Imparcialidad en los contenidos
- Sucesos nacionales de gran importancia
- Diversidad de enfoque

## 7.1. Presentación del producto

El Observatorio Ciudadano de Medios Audiovisuales ofrecerá información estadística a sus clientes. Esta información se obtendrá mediante un sistema interno, el cual será manejado por el asesor externo y los asesores comerciales. Un modelo del tipo de información que comercializará OCMA es el siguiente:



**Gráfico II Informe estadístico**

## 7.2. Logotipo

El Observatorio Ciudadano de Medios Audiovisuales ha creado un logotipo que refleja en su diseño el objetivo de nuestra empresa. Está formado por los siguientes elementos:

- Iniciales del nombre de la empresa: OCMA
- Iniciales con los colores de la bandera del Ecuador: amarillo, azul y rojo para identificarnos como ecuatorianos.
- Lente de un telescopio: A la vez también representa la O de Observatorio.
- Contiene la imagen de un ojo que enfatiza la observación como característica de nuestro sitio.
- Nombre completo de la empresa en la parte inferior.



**Gráfico III Logotipo de O.C.M.A.**

## 7.3. Home Page

Para la publicación de nuestro sitio hemos diseñado 15 páginas con un estilo cuyo posicionamiento sea percibido como serio, imparcial, objetivo y con información de actualidad y temas de interés para los ciudadanos.



Gráfico IV Home page de O.C.M.A.

Espacios incluidos en la página principal

#### 7.4. Espacio para los medios audiovisuales y auspiciantes

Dentro del sitio Web, existirá en la parte inferior de la página una sección en la cual se desplazarán los logotipos de las empresas auspiciantes.

#### 7.5. Promociones

Las promociones de celulares u otros premios estarán visibles a través de un flash en esquina superior derecha de todas las páginas del sitio.

#### 7.6. Noticias

La sección de noticias estará ubicada en la parte derecha de la página principal, aparecerán los titulares de las noticias desplazándose de abajo hacia arriba. El usuario podrá dar clic en la noticia que sea de su interés para observar más detalles.

#### 7.7. Precios

Los precios han sido establecidos de la siguiente manera:

Tabla 3 Precios de Servicios

PRECIOS POR SERVICIO	Valor
Estudio Cualitativo de programas	200
Estudio Cualitativo Comparativo por Programas	160
Estudio de Imagen	160

Bases de Encuestas no exclusivas	300
Presencia de Logotipo y Enlace al sitio Web del auspiciante	200
Auspicio exclusivo por línea de producto de auspiciante	280

## 8. Servicio y valores agregados

### 8.1. Para el ciudadano

Participación en sorteos mensuales.  
Evento de e-mails con información estadística de interés público.

### 8.2. Para los medios de comunicación

La información que recibirá será de todos sus programas y servicios.

La información que ofreceremos será cualitativa; es decir que nuestro cliente conocerá características individuales de su público, logrando así direccionar de mejor manera sus estrategias publicitarias.

### 8.3. Para los anunciantes

Los anunciantes tendrán información de diversos programas o servicios de los medios de comunicación audiovisuales, lo misma que servirá para sustentar la forma en que pueda verse afectada la presencia de su producto y marca en un programa específico.

## 9. Identificación y segmentación del mercado

### 9.1. Mercado Primario

#### 9.1.1. Medios de comunicación audiovisuales

El Observatorio Ciudadano de Medios Audiovisuales tiene un grupo objetivo primario conformados por todas las empresas de medios audiovisuales como Radio, TV y Cine.

#### 9.1.2. Auspiciantes

Otro target que forma parte de nuestro grupo objetivo primario involucra a todos los anunciantes que ofrecen sus productos en los programas de los medios audiovisuales.

#### 9.1.3. Mercado Secundario

El Observatorio Ciudadano de Medios Audiovisuales estará focalizado y disponible para toda persona mayor de 12 años; que navegue en Internet y que desee aportar mediante su opinión; debido a que es quien recibe servicios e información de las entidades involucradas en los tópicos que se presentan



en el observatorio y será quien hará notar las falencias o fortalezas generadas al recibirlos.

## 10. Cuantificación del mercado

El mercado al que se dirigirá nuestra empresa comprende:

**Mercado primario:** Empresas de medios de comunicación audiovisuales

**Tabla 4 Medios de Comunicación en Ecuador**

<b>Radiodifusoras</b>	<b>A.M.</b>	<b>F.M.</b>	<b>A.M. y F.M.</b>
Guayas	51	114	165
Pichincha	59	95	154
Los Ríos	7	33	40
Azuay	19	63	82
Otras provincias	169	574	743
<b>Total país</b>	<b>305</b>	<b>879</b>	<b>1,184</b>
<b>Canales de TV</b>			
	<b>Cant.</b>	<b>Cines</b>	
Guayas	17	3	
Pichincha	16		
Los Ríos	7		
Azuay	21		
Otras provincias	161		
<b>Total país</b>	<b>222</b>	<b>3</b>	

**Mercado secundario:** Habitantes del Ecuador conformado por ciudadanos mayores de 12 años con instrucción secundaria o superior que naveguen en Internet.

**Tabla 5 Habitantes del Ecuador con instrucción secundaria o superior**

<b>Guayas</b>	<b>Pichincha</b>	<b>Los Ríos</b>	<b>Azuay</b>
874,000	644,089	129,592	115,054
<b>Otras provincias</b>	<b>Total/país</b>		
964,889	2,727,624		

## 11. Objetivos mercadológicas

### 11.1. Objetivos a corto plazo

Ser reconocidos como el sitio Web donde el público pueda expresar sus opiniones acerca de la programación de TV, Radio y Cine ecuatoriano.

Obtener el auspicio mínimo de 5 anunciantes que actualmente realizan inversiones publicitarias en las

diferentes estaciones de TV, Radio y Cine durante el primer año y mínimo de 8 durante el segundo y tercer año.

Obtener contratos con 10 empresas de medios audiovisuales.

Establecer foros de discusión sobre la temática de programación que aporten a nivel social y cultural a través de encuestas o cuestionarios por categorías.

Posicionarse como un medio de influencia para mejorar la calidad de programación en las estaciones de TV, Radio y Cine.

Ser reconocidos por el 4 % de la población ecuatoriana como un sitio imparcial y objetivo.

Obtener la participación de la opinión del 3 % de nuestro target poblacional.

### 11.2. Objetivos a mediano plazo

Incurtionar en otras ciudades del país como Quito, Cuenca y Machala.

Ser conocidos por el 7 % de la población ecuatoriana.

Obtener la participación de opinión del 6 % de nuestro target poblacional

Obtener el auspicio de 10 anunciantes a nivel nacional.

### 11.3. Objetivos a largo plazo

Incurtionar en países latinoamericanos y convertirnos en el observatorio con mayor trayectoria en opinión ciudadana.

Obtener el auspicio de 5 anunciantes latinoamericanos.

Constituirse en una fuente de consulta e información sobre diversos temas de opinión pública que favorezca al desarrollo de un pensamiento crítico más adecuado de nuestra sociedad, logrando así mejorar la comunicación en Latinoamérica.

### 11.4. Objetivos financieros

Recuperar la inversión del proyecto en un año y obtener utilidades al primer semestre del segundo de año de inicio de operaciones.

## 12. Estrategia de Comercialización

Nuestro producto se dará a conocer a los medios de comunicación audiovisuales y empresas que realicen publicidad en estos medios a través de:

Internet: [www.ocma.com.ec](http://www.ocma.com.ec)

Propuestas dirigidas a los gerentes de mercadeo de las empresas vía e-mail.

En ambos medios encontrará la siguiente información:

Características del producto.

*Beneficios.*

*Es importante mencionar que existen empresas que proveen información cuantitativa a nuestros clientes, pero es necesario recalcar que nuestra empresa le ofrecerá información cualitativa, lo cual permite conocer al público que tienen y cómo orientar la atención de aquellos que no están de acuerdo con alguno de sus programas o servicios.*

*Especificaciones de costos.*

*En esta sección se hará énfasis en la diversidad de información que se pueda obtener. Por ejemplo con un valor único, el cliente podrá tener la opinión de todos sus programas clasificados por categorías.*

*Además le mostraremos todos los modelos de informes que ofrecemos, y que ayuden a dar una visión general del impacto de su programación.*

### **13. Estrategia Publicitaria**

*Para dar a conocer nuestro sitio Web utilizaremos una estrategia de comunicación por Internet, el **E-mail marketing** que consiste en el envío de información mediante correo electrónico cuyo contenido está elaborado bajo normas internacionales.*

*Utilizaremos el correo electrónico para enviar información como:*

*Invitaciones para motivar el uso del sitio Web y participar con su opinión.*

*Publicidad para el sorteo del mes*

*La base de datos de las personas que recibirán los correos está estructurada por nuestros contactos personales y la obtenida por los usuarios que se registran en el sitio Web.*

*Este método ha demostrado ser muy efectivo en diversas empresas; sin embargo tiene sus riesgos, pues puede convertirse en **spam**; es decir en un correo electrónico no deseado por el usuario que lo recibe en su buzón de mensajes. Para evitar este inconveniente lo haremos bajo los siguientes parámetros:*

*Enviaremos correos con frecuencia de una vez al mes.*

*El título del primer mensaje que recibirá el usuario contendrá una palabra estratégica que motive e impulse a abrir y leer el contenido.*

*En el mes de diciembre, los usuarios reciben muchos correos con publicidad y esto puede incomodarle, pues cuentan con poco tiempo para leerlo y en nuestro caso, es posible que el ingreso de usuarios a nuestro sitio Web disminuya. Por esta razón enviaremos el correo correspondiente a este mes solo a aquellos que ya están registrados.*

*El tamaño del archivo será de máximo 35 Kbytes para evitar el rechazo y la sobrecarga de su buzón de mensajes y no contendrá imágenes para evitar su bloqueo.*

*Los mensajes serán claros, precisos y con un lenguaje agradable al usuario; pues el objetivo es persuadirlo a que visite nuestro sitio y sobre todo hacerle comprender lo importante que es su opinión y los beneficios que tendrá derecho cuando se registra u opine.*

*Respecto a la ley de correo electrónico, hemos considerado lo siguiente:*

*Se solicitará el consentimiento del usuario para el envío de publicidad de nuestro sitio a través del envío de un correo electrónico en el cual el usuario confirme su aceptación o rechazo.*

*Así mismo existirá la opción de revocación si el cliente ya no desea recibir publicidad e información de nuestros servicios, a través de un enlace.*

*Los resultados que obtendremos mediante el uso efectivo del E-mail marketing son los siguientes:*

*Acceso a nuestro sitio Web.*

*Registro de nuevos usuarios.*

*Incremento en el TOP of mind (recordación de marca).*

*Participación activa de nuestros usuarios.*

### **14. Estrategia Promocional**

*Las estrategias promocionales que realizará nuestra empresa, permitirán que nuestros clientes, reciban más beneficios al adquirir la información que ofrecemos y así aumentar el nivel de satisfacción.*

#### **14.1 Sorteos**

*Mensualmente habrá sorteos de diversos productos como cámaras digitales, celulares y productos que venden nuestros auspiciantes. Al participar se generará un número para el usuario que aporta con su opinión, el número ganador será aquel que coincida con los 5 dígitos sorteados la segunda y cuarta semana de cada mes, los números ganadores serán los 5 primeros premios de los sorteos que realiza la Lotería Nacional.*

#### **14.2. Encuestas para productos de nuestros auspiciantes**

*El Observatorio Ciudadano de Medios Audiovisuales, además de las encuestas de los programas y servicios de los medios, está en capacidad de generar encuestas de otros productos.*

*Esta cualidad, permitirá que nuestros clientes tengan la ventaja de solicitar encuestas de diversos productos a menor costo. Es decir que mientras más productos deseen evaluar, menor es el costo por encuesta de un producto.*

## 15. Estrategia de distribución

El envío de nuestro producto se realizará principalmente por medio de correo electrónico.

El cliente también puede acceder desde el sitio Web y descargarlo en la opción de **Informes estadísticos** y bajar los informes disponibles.

## 16. Políticas de servicios

El servicio que ofrece el Observatorio Ciudadano de Medios Audiovisuales está definido por las siguientes políticas:

### 16.1. Calendario y horario de atención

El servicio está disponible las 24 horas, los 7 días de la semana en el sitio Web.

El horario de atención en la oficina es de lunes a viernes, de 09H00 a 17H00.

### 16.2. Entrega de Información

La información de las encuestas solicitadas deberá ser requerida al observatorio mediante correo electrónico, previo pago del servicio.

Las encuestas disponibles se entregan al usuario una vez que se haya registrado. En caso de la elaboración de informes adicionales el periodo de entrega es de dos días hábiles. Será necesario que el usuario realice el pago previamente.

La entrega de los informes estadísticos de las encuestas se hará a través de siguientes medios electrónicos:

Correo electrónico.

CD-ROM.

Opciones para descargar desde el sitio Web

La entrega de información en CD-ROM, será en casos excepcionales cuando la empresa tenga algún inconveniente para proveer todos los informes a través del sitio o el cliente lo solicite por algún problema.

### 16.3. Formatos de la información

Los formatos de archivos que se utilizarán para presentar los informes estadísticos son:

PDF (Portable Document File)

Es responsabilidad del cliente mantener segura la información que le proveamos.

### 16.4. Tipos de Informes

Los archivos que resultarán de las encuestas tendrán diferentes formas y criterios de presentación como lo presentamos a continuación:

### 16.5. Gráficos Estadísticos

**Por encuesta:** En este tipo de informe el cliente podrá visualizar todas las preguntas de una encuesta

junto con las respuestas representadas en un gráfico estadístico de un programa específico.

**Por programa:** En este tipo de informe el cliente podrá visualizar todos los programas de un medio de comunicación y la opinión ciudadana reflejada en un gráfico estadístico. En este informe es necesario especificar un criterio de consulta. Por ejemplo: Calificación del programa.

### 16.6. Obligaciones de OCMA

El Observatorio Ciudadano de Medios Audiovisuales se obliga a proporcionar a los clientes la siguiente información:

Nombre de la encuesta.

Datos de la institución o empresa

Preguntas aplicadas.

Acceso a auditoría a la información recopilada

Además publicará toda información de carácter público.

### 16.7. Políticas de comercialización

Para realizar un contrato con nuestra empresa, el cliente debe registrarse a través del sitio Web

El cliente debe respetar y no alterar el contenido original del estudio.

El cliente no deberá vender la información a terceras personas.

El cliente debe especificar las fechas que desea y el tipo de informe o estudio.

La información estará disponible al segundo día de inicio de cada mes en el sitio Web.

Para los estudios o informes exclusivos, el cliente recibirá los resultados en máximo tres días después de la solicitud mediante correo electrónico.

Cuando los usuarios externos como estudiantes, investigadores soliciten resultados de encuestas, éstas serán presentadas solo con los datos globales y en formatos gráficos.

## 17. Herramientas

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

Tabla 6 Software

<b>SOFTWARE</b>	<b>DESCRIPCION</b>
PHP	Diseño y programación del sitio Web
Apache	Servidor para la publicación de las páginas.
MySQL v. 2.5	Base de datos
Visual Studio v. 6.0	Interfaz para el análisis estadístico.
Crystal Report v. 8.0	Generador de Reportes



Microsoft Windows XP	Sistema Operativo
Internet Explorer 6.0	Visualización del sitio Web

El servicio del Observatorio Ciudadano de Medios Audiovisuales se podrá ejecutar a través de dos herramientas muy importantes:

Sitio Web de OCMA

Software estadístico interno

El sitio Web ha sido desarrollado en lenguaje de programación PHP V.4 con base de datos My-SQL V.2.5. El software estadístico utiliza como interfaz Visual Studio 6.0.

## 18. Software Estadístico Interno

La información estadística que ofrece nuestra empresa, es generada por un software interno desarrollado en Visual Basic 6.0, el cual posee las opciones para emitir los informes en formatos pdf y Excel. Esta herramienta será de uso exclusivo para el asesor externo, el Web master y el asesor comercial, quien va a definir y emitir los informes para cada cliente.

Gráfico V Home page de O.C.M.A.

### Sistemas de control y seguridad

El sitio Web cuenta con una opción de administración la cual permite realizar mantenimientos de:

Programas

Usuarios

Parámetros del Sitio

Noticias

Encuestas

Temas de foros

Información manejada exclusivamente por el Observatorio

El ingreso al sitio de administración es a través de un inicio de sesión a los usuarios autorizados.

El respaldo de la información se realiza diariamente, el cual es programado en nuestro Web hosting de Ecuahosting.

El servidor se encuentra bloqueado, sólo los usuarios administradores podrán iniciar.

El servidor está protegido ante hackers, virus por medio del firewall que la empresa proveedora de servicio de Web hosting utiliza llamado Internet Security Acceleration de Microsoft.

Los reportes disponibles para los clientes están en formato PDF no editable, lo que evitará alteraciones en el archivo original.

Los archivos en Excel tendrán clave de acceso para que puedan ser leídos o modificados y la base de datos será administrada por nuestro Web master con el respectivo permiso.

## 19. Análisis Financiero

El Observatorio Ciudadano de Medios Audiovisuales cuenta con un capital de trabajo como se detalla a continuación:

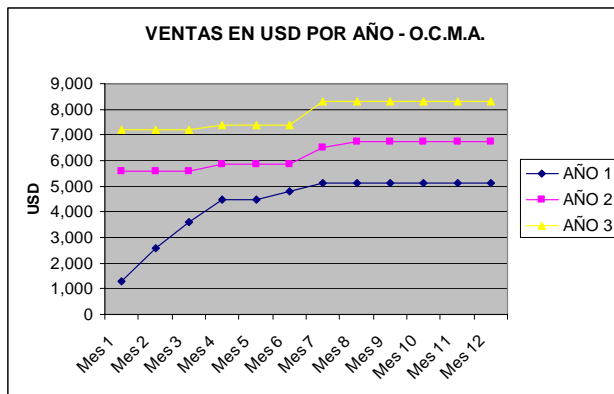
Tabla 7 Inversión del proyecto

Aporte de socios	Valor
<b>Total</b>	<b>1,800.00</b>
<b>Préstamo Bancario</b>	<b>14,200.00</b>
Meses Finan.	12
Interés nominal	15%
Interés mensual	1.25%
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>16,000.00</b>

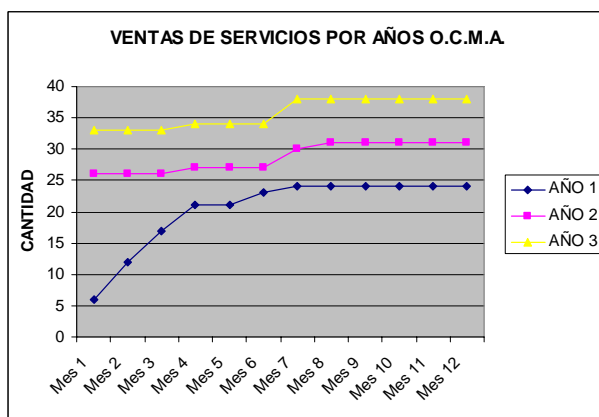
Total de compra de activos      **6,055.00**

## 20. Presupuestos de ingresos

Las ventas han sido consideradas de acuerdo a nuestro target. A continuación se presentan gráficos con las proyecciones de ventas estimadas para los 3 primeros años. Los detalles de las ventas y precios por servicios están detallados en los anexos de este documento.



**Gráfico VI ventas en dólares**



**Gráfico VII Ventas en cantidad de clientes**

## 21. Evaluación del proyecto

VAN (Valor actual neto)	<b>6,421.65</b>
TIR (Tasa interna de retorno)	<b>31%</b>

## 22. Conclusiones

A través de los estudios realizados para este proyecto hemos logrado conocer las estrategias de marketing más apropiadas para alcanzar los objetivos planteados. Además de conocer las herramientas que nos ofrece la tecnología actual y tener una perspectiva clara de la administración de los negocios.

## **Referencias**

- a) Superintendencia de Telecomunicaciones, 2006, <http://www.supertel.gov.ec/>
- b) Instituto de Estadísticas y Censo, 2006, <http://www.inec.gov.ec/default.asp>
- c) Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2006, <http://www.iess.gov.ec/>
- d) Servicio de Rentas Internas, 2006, <http://www.sri.gov.ec/>
- e) Canal Ecuavisa, 2006, <http://www.ecuavisa.com/>
- f) Canal Rts, 2006, <http://www.rts.com.ec/>
- g) Canal Teleamazonas, 2006, <http://www.teleamazonas.com/>
- h) Canal Gamavisión, 2006, <http://www.gamavision.com/>
- i) Canal Tc televisión, 2006, <http://www.tctelevision.com/>
- j) Canal Uno, 2006, <http://www.canal1tv.com/>
- k) Revista Chasqui, 2006, [www.dlh.lahora.com.ec/paginas/chasqui/paginas/chasqui531.htm](http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/chasqui/paginas/chasqui531.htm)
- l) El Universo, 2006, <http://www.eluniverso.com/>
- m) Universidad de Guayaquil, 2004, *Manual del Seminario de Finanzas para Ingenieros Comerciales*