

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICITARIO
LICENCIADO EN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**

TEMA

ESTUDIO TÉCNICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CANAL
DE CIRCUITO CERRADO DE TELEVISIÓN ESPOL TV

ESTUDIO TÉCNICO

AUTORES:

Tnlg. María Claudia Luque Gallardo
Tnlg. Raúl Xavier Torres García
Tnlg. Omar David Rodríguez Rodríguez

AÑO
2009

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por sus infinitas bendiciones.
A mi mamá, por su apoyo constante, amor incondicional
y ser dueña del consejo correcto en cada momento de mi vida.
Y a Edgar, mi esposo porque a tu lado, cada logro personal cobra un sentido único.

María Claudia Luque Gallardo

AGRADECIMIENTO

El presente documento es fruto del esfuerzo, la perseverancia, colaboración, cariño y apoyo que me han brindado mis padres a lo largo de mi carrera universitaria.
A ellos les estoy eternamente agradecido.

Omar David Rodríguez Rodríguez

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecer a Dios por sus bendiciones, a mis padres por su apoyo incondicional, sus consejos y valores que me han inculcado a lo largo de mi vida, a mis hermanos que han sido eternos colaboradores en todo momento y a mi esposa por su comprensión, amor e invaluable compañía

Raúl Xavier Torres García

DEDICATORIA

Dedico este documento a mi mamá, a mi esposo y a todas aquellas personas que aportaron con mi educación universitaria.

María Claudia Luque Gallardo

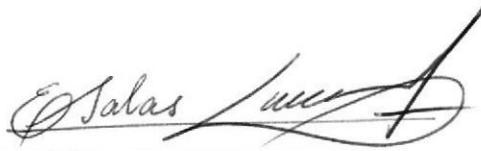
Dedico este documento a mis padres, a mis hermanos y a todas las personas que han contribuido a lo largo de mi carrera y mi vida.

Omar David Rodríguez Rodríguez

Dedico este documento a mis padres y hermanos que me han acompañado y apoyado a lo largo de mi carrera y mi vida.

Raúl Xavier Torres García

TRIBUNAL DE GRADUACION



Ing. Edgar Salas
Presidente del Tribunal



Lcdo. Alex Espinoza
Director de Seminario de Graduación

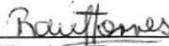
DECLARACIÓN EXPRESA

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

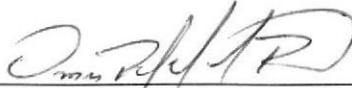
AUTORES



María Claudia Luque Gallardo



Raúl Xavier Torres García



Omar David Rodríguez Rodríguez

Resumen

A través de este trabajo, se relatará un estudio para la implementación de un canal de televisión para la Escuela Superior Politécnica del litoral, bajo una propuesta de comunicación formativa, contemplando los elementos y criterios que permiten una información veraz, oportuna y confiable. El canal de televisión de la ESPOL ofertará una programación coherente con la concepción de espacio audiovisual. Será una ventana abierta, a través de la cual el ciudadano aprenderá y disfrutará; una ventana que le revela y le descubre su país y el mundo en que vive, una televisión que transformará la percepción que existe entre los ciudadanos sobre la televisión educativa y que hará del conocimiento un relato visible a través de imágenes y sonidos. Las producciones del canal se deben aprovechar no solamente, como medio para transmitir contenido, sino como estrategias de conocimiento y como una tecnología que permite transmitir información de forma muy atractiva y didáctica.

Para la realización de este documento, fue necesario recurrir a varias de técnicas de investigación, como la entrevista, la encuesta, recopilación de datos, a través de varios canales de televisión de similares características a las que se quiere desarrollar en este proyecto. Se consultó a profesionales que laboran en canales de televisión, tanto en el área técnica operativa como administrativa y de personal. Se consultó a proveedores de equipos de broadcasting televisión tanto nacional como internacionalmente para la adquisición de equipos, así pudimos seleccionar los más adecuados para la operación del canal. Para la parte de personal se consultó con departamentos de recursos humanos de otros medios para saber las personas necesarias que requiere el canal para su óptimo funcionamiento. Finalmente se desarrolló un plan de marketing pauta para desarrollar un plan de negocios y hacer del canal un medio rentable y autosustentable.

El documento está desarrollado en 7 capítulos donde se amplía detalladamente los pasos a seguir para poder implementar un canal de televisión en la ESPOL.

En el capítulo 1, tendremos antecedentes de la televisión, y lo que implica tener un canal universitario, los tipos de tecnologías que se pueden utilizar en la implementación de la señal del canal y las características de cada una de éstas, además de experiencias de canales universitarios en otros países de Latinoamérica, y en el Ecuador.

En el capítulo 2 trataremos sobre la investigación de mercado, sus perspectivas, el planteamiento del problema y perfiles de los potenciales consumidores, para ello se desarrolló una encuesta, que fue aplicada a los estudiantes y profesores de la universidad, para saber si aprueban la creación del canal y otros aspectos que consideran necesarios tratar en la formación del mismo, obteniendo resultados positivos a favor de la instauración de la estación televisiva y otros datos que sirven para el correcto desarrollo del mismo.

En el capítulo 3 se desarrolla el plan de marketing que ayuda a desarrollar la implementación del canal como un producto que sea económicamente rentable para la ESPOL, el análisis F.O.D.A., y la segmentación del mercado al cual va dirigido el canal.

En el capítulo 4 se desarrolla el tema técnico, donde se detallan los equipos e implementos necesarios para llevar a cabo la operación del canal, desarrollado a través de investigaciones en medios especializados, y cotizaciones con distribuidores locales y extranjeros.

El capítulo 5 trata sobre el estudio administrativo y de personal. Se detalla quienes laborarán en la empresa y las funciones que realizarán. Este estudio está basado en experiencias con canales de televisión de igual tamaño al que se desea implementar en la universidad.

En el capítulo 6 se analiza el estudio financiero, donde se detalla los costos de inversión del personal y equipos, a través de esta evaluación financiera se conocerá si el canal es viable económicamente.

En el capítulo 7 se expondrá las recomendaciones y conclusiones para lograr que el canal vaya creciendo en un mediano plazo y de esta manera lograr la implementación de un canal de señal abierta, y hacerlo económicamente sustentable.

INDICE GENERAL

INTRODUCCION

CAPITULO I

1. Fundamentos Teóricos

1.1. Generalidades	2
1.2. Antecedentes	2
1.2.1. Radio Frecuencias	2
1.2.2. Televisión por Cable	3
1.2.3. IP TV	3
1.3. Canales de Televisión de Universidades en Latinoamérica	3
1.3.1. El Canal Universitario de Antioquia -Canal U-	4
1.3.1.1. Generalidades	4
1.3.1.2. Características	4
1.3.1.3. Historia	4
1.3.1.4. Público	5
1.3.1.5. Directivos	5
1.3.1.6. Forma de trabajo	6
1.3.2. XHUNAM-TV	6
1.3.2.1. Generalidades	6
1.3.2.2. Historia	7
1.3.3. XEIPN-TV	7
1.3.3.1. Generalidades	7
1.3.3.2. Historia	8
1.3.3.3. Reconocimientos	9
1.3.4. Uniacc TV	9
1.3.4.1. Generalidades	9
1.3.4.2. Historia	10
1.3.5. Televisión Universidad de Concepción	10
1.3.5.1. Antecedentes	10
1.3.5.2. Cobertura	10
1.3.5.3. Historia	10

1.3.6 .Televisión Universitaria	12
1.3.6.1. Generalidades	12
1.3.6.2. Objetivos	12
1.3.6.3. Producción	12
1.3.6.4. Infraestructura	13
1.3.7. ULA TV	13
1.3.7.1. Historia	13
1.4 Canales de televisión de Universidades en Ecuador	13
1.4.1. UTV Televisora Universitaria	13
1.4.1.1. Misión	14
1.4.1.2. Visión	14
1.5. Importancia del Estudio	14
1.6. Programación	14
1.7. Objetivo	15
1.7.1. Objetivo General	15
1.7.2. Objetivos Específicos	15

2. Investigación de Mercado

2.1. Perspectivas de la Investigación	18
2.2. Planteamiento del Problema	18
2.3. Objetivos de la Investigación de Mercado	19
2.4. Perfil del Consumidor	19
2.5. Plan de Muestreo	20
2.6. Diseño de la Encuesta	20
2.7. Presentación de Resultados	21
2.7.1. ¿Qué actividad realiza en la ESPOL?	21
2.7.2. ¿En qué facultad estudia?	22

2.7.3. ¿Estaría usted de acuerdo con realizar pasantías laborales dentro del canal de Televisión de la ESPOL?	23
2.7.4. ¿Está de acuerdo con la creación de un canal de la ESPOL?	24
2.7.5. ¿Ayudaría al canal ESPOL tener un staff de alumnos para su desarrollo tanto en la parte administrativa, operativa y de producción?	25
2.7.6. ¿Qué tipo de programación considera usted que debería tener el canal ESPOL?	26
2.7.7. ¿Quiénes deberían ser los conductores de los programas del canal de la ESPOL?	27
2.7.8. ¿Debería llamarse el canal de televisión de la universidad "ESPOL TV"?	28
2.7.9. ¿Conoce usted otra universidad en Ecuador que cuenta con un canal de televisión propio ya sea de abierto o de circuito cerrado?	29
2.7.10. ¿En qué partes del campus sería recomendable colocar una TV para ver el canal de la ESPOL?	30
2.7.11 Conclusiones	31

3. Plan de Marketing

3.1. Antecedentes	33
3.2. Objetivos del Plan de Marketing	33
3.2.1. Objetivos Financieros	33
3.2.2. Objetivos de Mercadotecnia	33
3.3. Análisis Estratégico	34
3.3.1. Análisis FODA.	34
3.3.1.1. Fortalezas (Empresa).	34

3.3.1.2. Oportunidades (Sector)	34
3.3.1.3. Debilidades (Empresa)	35
3.3.1.4. Amenazas (Sector)	35
3.4. Segmentación del Mercado	35
3.5. Mercado Meta	36
3.5.1. Macrosegmentación	36
3.5.2. Microsegmentación	36
3.5.2.1. Localización	36
3.5.2.2. Género	36
3.5.2.3. Edad	36
3.5.2.4. Actividad	36
3.5.2.5. Interés	37
3.6. Posicionamiento	38
3.7. Marketing Mix	38
3.7.1. Precio	38
3.7.2. Plaza	39
3.7.3. Producto	39
3.7.4. Promoción	39

4. Estudio Técnico

4.1. Antecedentes Económicos	41
4.2. Ingeniería de la Producción del Producto	41
4.3. Equipamiento Tecnológico	42
4.3.1. Modelos de transmisión	43
4.3.2. Listado de Equipos para estudio y Producción	44
4.3.3. Descripción detallada de equipos	45

4.4. Detalle de equipos	47
4.4.1 Cámara de Video	47
4.4.2 Video Player Recorder	48
4.4.3 Switcher Mixer de Video	49
4.4.4 Consola Mezcladora de Audio	50
4.4.5 Generador de Caracteres	51
4.4.6 Computadores Post-producción y Edición	52
4.5 Softwares y Licencias para los equipos de Post-producción	53
4.5.1 FINAL STUDIO 2	53
4.5.1.1 FINAL CUT PRO	54
4.5.1.2 Motion 3.	54
4.5.1.3 Soundtrack Pro 2	54
4.5.1.4 DVD Studio Pro 4	54
4.5.1.5 Compressor	54
4.5.2. ADOBE CREATIVE SUITE 4 PRODUCTION PREMIUM	55
4.5.2.1. Adobe After Effects CS4	55
4.5.2.2. Adobe Premiere Pro CS4	55
4.5.2.3. Adobe Photoshop CS4	56
4.5.2.4. Adobe Flash CS4	56
4.5.2.5. Adobe Illustrator CS4	56
4.5.2.6. Adobe OnLocation CS4	56
4.5.3. Cinema 4D	57

5. Estudio Administrativo

5.1. Trabajadores por área	59
5.1.1. Tabla de Presupuesto Mensual en Salarios	59
5.2. Detalle de funciones del Personal	60
5.2.1. Gerente General	60
5.2.2. Gerente de Producción	60
5.2.3. Productor	61
5.2.4. Anchor	62
5.2.5. Gerente de Operaciones	62
5.2.6. Camarógrafo de estudio y de campo	62
5.2.7. Director de Cámara	63
5.2.8. Tramoyista	63
5.2.9. Editor	63
5.2.10. Post-Productor y Promocionador	64
5.2.11. VTR.	64
5.2.12. Sonidista	64
5.2.13. Gerente Financiero	64
5.2.14. Continuidad y Pautaje	64
5.2.15. Ejecutivo de Ventas	64
5.3. Organigrama	65

6. Estudio Financiero

6.1. Presupuesto de Inversión, Costos y Gastos	67
6.2. Comercialización, Pautaje y Costos de tiempo de Programación.	68
6.2.1 Meta tentativa de venta [27]	68

6.3. Presupuesto del Proyecto de ESPOL TV	69
6.4. Presupuesto mensual en salarios.	71
6.5. Depreciación	72
6.6. Resultados y Situación Financiera	72
6.7. Evaluación, Económicas y Financiera	73

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones	76
7.2. Recomendaciones	77

Bibliografía	79
---------------------	----

Anexos

1. Ley de Radiodifusión y Televisión	82
2. Encuesta realizada a estudiantes y profesores de la ESPOL	84
3. Referencias Cámara de Video	87
4. Referencias Cámara de Video	88
5. Referencia VCR	89
6. Referencia Switcher	90
7. Referencia Consola Mezcladora de Audio	91
8. Referencia Consola Mezcladora de Audio	92
9. Referencia Software de edición	93
10. Referencia de software de Post-Producción	94
11. Referencia de software de Animación modelado 3D	95
12. Nómina de Personal ETV Telerama	96
13. Paquete Económico de Comerciales Daule TV	99
14. Depreciación	101

ÍNDICE DE TABLAS

		Pág
Capítulo 2		
Tabla 2.1	Cantidad de alumnos y profesores	20
Tabla 2.2	Estadísticas pregunta 1	21
Tabla 2.3	Estadísticas pregunta 2	22
Tabla 2.4	Estadísticas pregunta 3	23
Tabla 2.5	Estadísticas pregunta 4	24
Tabla 2.6	Estadísticas pregunta 5	25
Tabla 2.7	Estadísticas pregunta 6	26
Tabla 2.8	Estadísticas pregunta 7	27
Tabla 2.9	Estadísticas pregunta 8	28
Tabla 2.10	Estadísticas pregunta 9	29
Tabla 2.11	Estadísticas pregunta 10	30
Capítulo 4		
Tabla 4.1	Modelos de Transmisión	43
Tabla 4.2	Listado de equipos de estudio y producción.. . . .	44
Tabla 4.3	Descripción de equipos	46
Tabla 4.4	Software y licencias de equipos de postproducción	53

Capítulo 5

Tabla 5.1	Presupuesto mensual	59
Tabla 5.2	Organigrama del personal	65

Capítulo 6

Tabla 6.1	Ingresos	67
Tabla 6.2	Egresos	67
Tabla 6.3	Comercialización de espacios	68
Tabla 6.4	Meta tentativa de venta	68
Tabla 6.5	Presupuesto de proyecto de ESPOL TV	70
Tabla 6.6	Rol mensual de salarios	71
Tabla 6.7	Estado de Situación	70
Tabla 6.8	Estado de Resultado Proyectado a 5 años.	71
Tabla 6.9	Flujo de Caja	74
Tabla 6.10	Tasa del TIR Y VAN	74

ÍNDICE DE FIGURAS

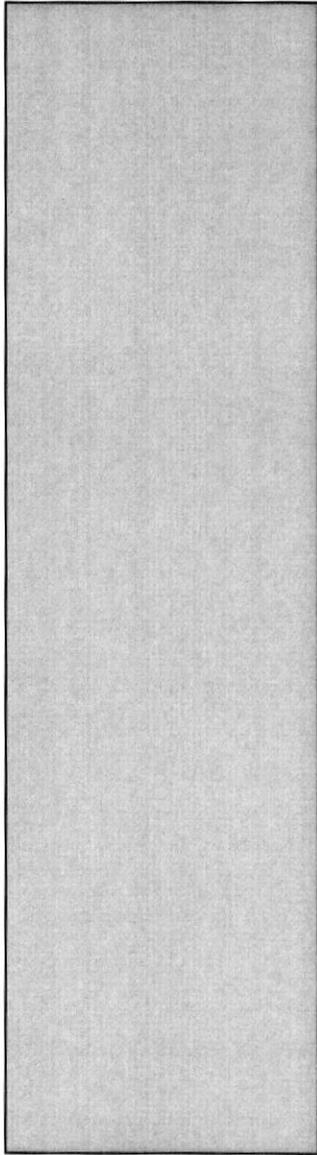
Capítulo 4

Figura 4.1	Cámara de video Handycam HDR-FX1000	47
Figura 4.2	Video Player Recorder HVRM15AU HDV VTR PRO DV recorder	48
Figura 4.3	Switcher Data Video Mixer SE800	49
Figura 4.4	Consola Mezcladora de Audio MAKIE 1604-VLZ3	50
Figura 4.5	AVID DEKO 1000	51
Figura 4.6	Computador MAC PRO	52
Figura 4.7	Pack Final Studio 2	53
Figura 4.8	Adobe Creative Suite 4 Production Premium	55
Figura 4.9	Cinema 4D	57

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Capítulo 2

Gráfico 2.1	Estadísticas pregunta 1	21
Gráfico 2.2	Estadísticas pregunta 2	22
Gráfico 2.3	Estadísticas pregunta 3	23
Gráfico 2.4	Estadísticas pregunta 4	24
Gráfico 2.5	Estadísticas pregunta 5	25
Gráfico 2.6	Estadísticas pregunta 6	26
Gráfico 2.7	Estadísticas pregunta 7	27
Gráfico 2.8	Estadísticas pregunta 8	28
Gráfico 2.9	Estadísticas pregunta 9	29
Gráfico 2.10	Estadísticas pregunta 10	30



CAPÍTULO 1

Fundamentos Teóricos

1. Descripción del Proyecto

1.1. Generalidades

El siguiente documento es realizado con el fin de presentar los recursos necesarios para la implementación de un medio de comunicación masivo accesible de circuito cerrado para el campus Gustavo Galindo de la Escuela Politécnica del Litoral, con todos los equipos y características necesarias para realizar producciones a nivel profesional adquiriendo o utilizando los recursos que actualmente dispone la Universidad dentro del Campus, para que los alumnos y profesores puedan difundir, informar, entretener, educar y exponer proyectos realizados en la Universidad.

Además los alumnos de la ESPOL puedan realizar prácticas en un canal que emulará el trabajo de un canal real presentando una programación entretenida y educativa con documentales, entrevistas y noticias realizadas, producidas, administradas y dirigidas por alumnos y profesores y así dejar las bases para un canal de UHF.

1.2. Antecedentes

Un canal de televisión es un medio masivo de comunicación, el cual utiliza un sistema de telecomunicaciones, para la transmisión, retransmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido.

Dicha transmisión puede ser realizada a través de:

1.2.1 RADIO FRECUENCIAS

Este tipo de transmisiones se realizan a través de ondas de radio (radio frecuencias), que viajan desde un emisor hasta un receptor. Para esto es necesario poseer un transmisor y en el caso de poseer una frecuencia asignada es necesario poseer repetidora dependiendo de la cobertura de la señal. Dicha cobertura si no excede el rango de transmisión impuesto por la CONARTEL, no tiene costo de alquiler de frecuencia.

Ver anexo 1

1.2.2 TELEVISIÓN POR CABLE

Se realiza por medio de redes de cableado estructurado para la transmisión de dicha señal. Para esto es necesario poseer una infraestructura de cableado que lleve la señal a los diversos puntos donde va a ser recibida.

1.2.3 IP TV

Este tipo de televisión está basada en accesos de los clientes a internet, mediante ADSL o fibra óptica , que proporcionan gran ancho de banda, esto hace posible la distribución de dicha señal de televisión en forma digital, en forma de archivos mediante protocolos IP (televisión IP o IPTV).

Un canal de televisión en señal de circuito cerrado o de señal abierta, es un medio de difusión efectivo para que la universidad informe de las diversas actividades que esta realiza, tanto para docentes estudiantes y público en general.

Ya en nuestro medio varias universidades poseen canales de televisión en circuito cerrado y en algunos casos en señal abierta, que fomentan y fortalecen las carreras afines con la comunicación, diseño y telecomunicaciones.

1.3 Canales de Televisión de Universidades en Latinoamérica

A nivel latinoamericano, existen varios canales de televisión que pertenecen a Unidades Académicas, las cuales se han desarrollado con el apoyo del Gobierno para que a través de éstas se difundan y transmitan contenido audio-visual educativo, científico, cultural que ayude al desarrollo de la zona en la cual se encuentre dicho medio.

Países Latinoamericanos que poseen canales de televisión que pertenecen a Universidades, los cuales empezaron siendo canales de circuito cerrado para luego lograr su expansión en señal abierta:

1.3.1 El Canal Universitario de Antioquia -Canal U- [1]

1.3.1.1 Generalidades

El canal Universitario de Antioquia –Canal U- es un canal local sin ánimo de lucro de señal abierta, especializado en el público universitario, su sede se localiza en la ciudad colombiana de Medellín y desde el 4 de agosto de 1999, produce y emite televisión académica, científica, investigativa y cultural.

1.3.1.2 Características

El Canal Universitario de Antioquia es el primer canal local de televisión abierto especializado en el público joven. Cubre un área de diez municipios del Valle de Aburrá, incluida la ciudad de Medellín, lo cual significa que la señal llega a más de tres millones de habitantes.

El canal es original y de vanguardia, un modelo único en Colombia, pues reúne la producción académica, cultural y televisiva de cinco instituciones de educación superior públicas y privadas: Universidad de Antioquia, Universidad Nacional de Colombia (Sede Medellín), SENA (Regional Antioquia), Universidad de Medellín y Universidad Cooperativa de Colombia. El canal combina lo educativo y el entretenimiento, la programación está apoyada en los currículos universitarios, explora la vida cultural, deportiva y social de las universidades y la ciudad. La producción de los programas está a cargo de las instituciones socias y Canal U.

1.3.1.3 Historia

El **Canal U** cubre el Área Metropolitana del Valle de Aburrá

El Canal U presentó formalmente la solicitud de frecuencia ante la Comisión Nacional de Televisión de Colombia el diez de diciembre de 1997. La licencia del Canal Universitario de Antioquia fue aprobada en el mes de junio de 1998 para emitir su señal a todo el Valle de Aburrá. El 20 de mayo de 1999 el Canal U empezó a efectuar pruebas y el 4 de agosto del mismo año, se inició oficialmente la transmisión al aire.

En agosto de 2000 se realizó un concierto de rock por el primer aniversario, el cual reunió a más de ocho mil jóvenes y también realizaron la Carrera Atlética Canal U con

una participación de mil corredores. Cada aniversario el número de inscripciones aumenta en un promedio de 500 corredores.

En cada año se transmiten alrededor de 30 series televisivas producidas por el Canal U y sus cinco instituciones socias, más de 4.000 horas de programación anual, dentro de las cuales se cuentan unas 40 transmisiones especiales de eventos deportivos, culturales, académicos y musicales.

También, han realizado convenios con las embajadas de Alemania, Japón y Estados Unidos, Alianza Francesa, ATEI, Ministerio de Cultura de Colombia, Universidad Javeriana, Universidad del Valle, Universidad del Cauca, Convenio Andrés Bello, PCIN y Secretaría de Educación de Antioquia, para presentar programas que acerque más a los televidentes a otras culturas o países.

Entre las series destacadas desde 1999 encontramos Incultura, Profes, Bajo Palabra, Radio U, Botacorriente, Gente como Vos, Enfocados, Paso a Paso, Así Soy Yo, Cátedra Pedro Nel Gómez, Signos, El Ensayadero, Aplicados, Salud y Sazón, Conexión PC, Comunicarte, Ciudad Universitaria, Además, son la evidencia de que sí es posible crear televisión educativa que cautiva, formal y entretenida.

1.3.1.4 Público

El público está integrado especialmente por jóvenes entre los 15 y 35 años interesados en contar con una programación alternativa e inédita de la ciudad o con deseos de recibir conocimientos culturales, sociales y académicos. Son individuos urbanos, curiosos, activos, ansiosos por avanzar, con nivel de educación media o superior y perteneciente a todos los estratos socioeconómicos. Las investigaciones de audiencia han revelado que gracias a las temáticas locales y al lenguaje juvenil que usan, se presentan altos niveles de identificación con el estilo Canal U.

1.3.1.5 Directivos

Los rectores de las instituciones asociadas o sus representantes forman la junta de asociados, organismo máximo de la Corporación Canal Universitario. La Junta nombra al Director del Canal quien se encarga de coordinar la empresa como programadora y

productora. El Director tiene a su cargo las áreas de Programación, Producción, Tecnología, Administración, Comunicaciones y Mercadeo. El personal de planta está conformado por profesionales en Realización de Cine y T.V., Comunicación Social, Artes, Filosofía, Ingeniería y técnicos en Camarografía, Iluminación, Sonido y Edición. Todos ellos se apoyan en un equipo administrativo y logístico eficiente y responsable.

1.3.1.6 Forma de trabajo

- Trabajar en conjunto con los profesores universitarios. Así el conocimiento trasciende las aulas y se multiplica hacia toda la comunidad educativa del Valle de Aburrá.
- Transmitir la investigación, como pilar y fuente de conocimiento, a través de espacios académicos y de actualización.
- Introducirse en la vida académica, deportiva y cultural de las universidades para contarles a los habitantes de la ciudad lo que sucede dentro y fuera de los campus.
- Orientar a los bachilleres y brindarles elementos que apoyen su orientación vocacional. Compenetrarse con la ciudad para generar espacios de reflexión, convivencia y reconocimiento entre los habitantes del Valle de Aburrá.
- Ofrecer a los televidentes las herramientas necesarias para que asuman una actitud crítica y digna frente al medio televisivo.

1.3.2 XHUNAM-TV [2]

Canal 20 (digital), es una estación de televisión gratuita a la Universidad Nacional Autónoma de México, con 0.200 watts de potencia.

1.3.2.1 Generalidades

TV UNAM además de ser la productora de televisión de la Universidad Nacional Autónoma de México, el 24 de octubre de 2005 inicio transmisiones la señal de

televisión denominada TEVEUNAM con el lema el canal cultural de los universitarios que es el resultado de una sinergia entre TV UNAM y la Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE) la cual es responsable de la red de señales satelitales educativas Edusat. La señal de televisión se transmite por los sistemas de televisión de paga en el país, entre ellos están: el canal 411 de Cablevisión en el Valle de México y el canal 255 de SKY a nivel nacional.

1.3.2.2 Historia

XHUNAM-TV inicio sus transmisiones bajo un permiso de tipo experimental en el canal 60 de banda UHF con 0.500 watts de potencia, cubriendo Ciudad Universitaria.

El 30 de Noviembre de 2005, el permiso fue refrendado por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, pero ya no de carácter experimental sino para transmisiones regulares, pero ya no de tipo análogo sino digital siendo asignado el canal 20 de UHF en TDT con una potencia autorizada de 0.200 watts para cubrir Ciudad Universitaria.

El 12 de Noviembre de 2007, inicio transmisiones XHUNAM-TV Canal 20 como señal digital de prueba, aunque con una potencia limitada que restringe su cobertura en el sur del valle de México. Emite la misma programación de la señal de "teveunam" desde las instalaciones de TV UNAM.

1.3.3 XEIPN-TV [3]

1.3.3.1 Generalidades

Es una estación de televisión mexicana perteneciente al Instituto Politécnico Nacional (IPN). Es una televisora gubernamental de México, y la segundo (luego del Canal 7 de Argentina, que comenzó a transmitir en 1951) televisora gubernamental en América Latina, fundada en 1959.

Transmite directamente en el Valle de México (Distrito Federal y parte del Estado de México) a través de XEIPN-TV Canal 11, y por medio de sistemas de televisión de paga a todo el país. Su señal es también recibida en los Estados Unidos por medio de sistemas de televisión satelital.

La propuesta del canal ha ido evolucionando a lo largo de las décadas, puesto que ha pasado de ser exclusivamente un apoyo educativo a ser el medio de difusión más importante de la ciencia, el arte y la cultura, además se encuentra en un punto intermedio entre lo comercial y lo cultural por lo tanto, se ha diseñado una televisión entretenida e inteligente. El Canal presenta programas que retransmite de las más importantes televisoras culturales y comerciales del mundo como la BBC de Londres, Discovery Channel o National Geographic, pero lo relevante es que el Canal continuamente renueva sus producciones, las cuales son de origen nacional y concretamente realizadas por el propio canal que incluyen documentales y series de reportajes acerca de México y su gente. Es también creadora de programas infantiles de contenido formativo y de noticiarios de repercusión nacional, además se ha enfocado en su papel social que le da funcionamiento al IPN, porque ha permitido ser un medio de difusión del conocimiento en muchos temas tabú e informativo para que los televisores puedan tener una mejor calidad de vida.

El nombre del canal ha evolucionado con el tiempo, de ser simplemente **11**, pasó por el nombre de **Canal Once** y actualmente se le conoce como **Once TV México**.

Esta emisora está considerada la decana de las televisoras universitarias en Latinoamérica, iniciando sus transmisiones con equipos diseñados y construidos por el mismo instituto en 1959.

1.3.3.2 Historia

El **Canal 11** inicia transmisiones regulares el 2 de marzo de 1959 desde sus instalaciones ubicadas en el Casco de Santo Tomás.

Es la primera estación de televisión en México de tipo educativo y cultural sin fines comerciales; gracias a la iniciativa del Ingeniero Alejo Peralta y Díaz Ceballos, con el apoyo de Walter Buchanan y Eugenio Méndez Docurro.

El significado de las siglas de identificación de la estación **XEIPN-TV** es formado por:

XE, indicativo radiofónico asignado a México.

IPN, siglas del Instituto Politécnico Nacional, casa del canal.

El primer programa que se transmitió, fue una clase de Matemáticas la cual fue impartida por el Profesor Vianey Vergara para la cámara de televisión.

Al existir dificultades para recibir la señal del Canal 11, se decide trasladar el transmisor y la antena al Cerro del Chiquihuite para llegar a los hogares más apartados de la ciudad quienes no recibían la señal.

Para finales de la década de los 60s, el Canal 11 transmitió a colores, esto gracias al ingenio del personal de la emisora que convirtió el equipo y las cámaras en blanco y negro adquiridas para que pudieran transmitir a color.

En la actualidad, el **Canal 11** es llamado como **Once TV México**, y en Marzo de 2009 se cambia su imagen corporativa.

1.3.3.3 Reconocimientos

Mención aparte merecen los premios y reconocimientos a los que se ha hecho acreedora la televisora, y que le han valido el ser la televisora gubernamental más premiada de Latinoamérica.

Los premios recibidos por Once TV en festivales internacionales se deben a su imagen y a su programación, destacando en ésta la barra infantil, creada completamente por el canal.

Una lista completa de los últimos premios se puede consultar en el portal del canal.

1.3.4 Uniacc TV [4]

1.3.4.1 Generalidades

Uniacc TV es un canal de televisión privado chileno, perteneciente a la Universidad de Artes, Ciencias y Comunicación, UNIACC. Transmite a través de la **frecuencia 34** de la banda UHF, con una potencia que entrega una cobertura de 4 kilómetros a la redonda desde su punto de transmisión, ubicado en la *Sede Oriente* de la Universidad en

Avenida Salvador, comuna de Providencia.

1.3.4.2 Historia

Como proyecto, fue consolidado en el mes de diciembre de 1998, diseñándose y proyectándose como un canal de TV en la banda UHF de carácter universitario, para satisfacer las necesidades académicas y de desarrollo audiovisual que la Universidad requería.

Hoy, el Canal realiza el 70% de su programación en sus estudios, con programas realizados por alumnos, docentes y profesionales egresados de la Universidad.

1.3.5 Televisión Universidad de Concepción [5]

1.3.5.1 Antecedentes

Televisión Universidad de Concepción (más conocida por sus siglas TVU) es un canal de televisión regional perteneciente al holding Octava Comunicaciones S.A. de la Universidad de Concepción.

1.3.5.2 Cobertura

TVU transmite en señal abierta, bajo el canal 11, en toda la Provincia de Concepción y parte de la Provincia de Arauco.

1.3.5.3 Historia

Los rectores David Stichkin y Edgardo Henríquez iniciaron las gestiones para obtener una licencia de televisión. Pese a que esto no se pudo concretar, en 1977 se creó Televisión Educativa (TVE), una productora encargada de elaborar material académico y reportajes para otras emisoras. Entre sus programas se destacan *Campanil Universitario* (Canal 5 UC-TV), *Teletiempo Regional* (Canal 5 UC-TV), *Especial de la Octava Región* (TVN) y *Campus* (TVN).

El canal nació en 1989, cuando el rector Augusto Parra creó una comisión que evaluaría la posibilidad de instalar un canal propio. El 5 de septiembre de 1993 inició sus transmisiones TVU Cable como parte de la grilla que en ese entonces ofrecía Video

Cable Concepción, exclusivamente al Gran Concepción por la poca cobertura que tuvo dicha empresa en este servicio.

En esa época sus programas fueron Ventana Abierta, Bio Clip, Zona de Servicios, TVU Música, Kaleidoscopio, Papel Picado, Área Chica, A tu medida y La Revista, entre otros.

El 16 de mayo de 1995 se crea el Holding Octava Comunicaciones S.A., al cual pertenece el canal y otras entidades comunicacionales ligadas a la Universidad de Concepción.

Sólo el 4 de abril de 1997 pudo realizar su primera transmisión "autónoma" vía TV Abierta en la señal 11, en sus inicios a toda la Provincia de Concepción, la Provincia de Arauco y la costa de Ñuble (Coelemu, Trehuaco y Cobquecura). Los primeros siete días de transmisión en 1997 tuvo convenio con la ya desaparecida Radio Octava 680 AM, también perteneciente a Octava Comunicaciones S.A., sus transmisiones se iniciaban alrededor del mediodía y por las tardes los fines de semana.

Hasta fines de 2001 la sede del canal se encontraba en Chacabuco 1266, Concepción. Desde esa fecha su sede se encuentra en Victoria 541, en el Barrio Universitario de la ciudad.

En 2004, durante la fusión entre los operadores de cable VTR y Metrópolis, desapareció TVU Cable (que emitía 24 horas en VTR), continuando solo la señal normal que se emite en TV Abierta y Cable.

Durante abril de 2007 TVU celebra sus 10 años en la televisión abierta. El 23 de febrero de 2008, realizó una entrevista a raíz de del Primer encuentro de Wikipedistas en Concepción, siendo el primer canal de televisión en Chile en hacerlo.

1.3.6 Televisión Universitaria [6]

1.3.6.1 Generalidades

El centro de televisión de la Universidad Autónoma "Gabriel René Moreno" se creó en mayo de 1973, al amparo de disposiciones legales que facultan a la Universidad Boliviana a promover el desarrollo cultural, científico y tecnológico a través de estaciones de radio y televisión, con fines de extensión.

Esta decisión se inscribía dentro de un plan de mayor alcance impulsado por el Consejo Nacional de Educación Superior, cuyo objetivo era sentar las bases de un Sistema Nacional de Televisión Universitaria, cuyo proyecto alcanzó gran desarrollo en la década de los 70.

La creación del Centro de T.V. Universitaria de Santa Cruz tuvo respaldo legal universitario y aprobación gubernamental para emitir un circuito abierto, decisión recomendada, además por las modernas corrientes de "enseñanza-aprendizaje" expuesta en congresos, conferencias y seminarios internacionales, que desde hace más de una década vienen interesándose en su ampliación generalizada en América Latina.

1.3.6.2 Objetivos

Este medio de comunicación nació con independencia ideológica para difundir, defender y ofrecer una programación integral e imparcial.

El Canal 11 defiende los intereses regionales y nacionales y sirve como instrumento de difusión de las actividades académicas, administrativas y estudiantiles de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno.

1.3.6.3 Producción

T.U. (Televisión Universitaria) de Santa Cruz cuenta con un equipo de prensa que produce el informativo central y noticias universitarias. En la programación del Canal 11 se presentan programas deportivos, culturales, educativos y de entretenimiento.

1.3.6.4 Infraestructura

El edificio del Canal 11 está ubicado en el Campus Universitario y cuenta con todas las dependencias de un medio de comunicación: estudio, gabinete de prensa, oficina de producción, videoteca, sala pedagógica, sala de emisiones y oficinas administrativas.

1.3.7 ULA TV[7]

ULA TV (acrónimo de **Universidad de Los Andes Televisión**) es un canal regional venezolano de carácter educativo y es manejada por la Universidad de Los Andes, con sede en la ciudad venezolana de Mérida por la frecuencia UHF en el canal 22, la señal alcanza casi por todo el País.

1.3.7.1. Historia

La Universidad de Los Andes, ha tratado de establecer comunicaciones con CONATEL para crear un canal desde 1993, teniendo éxito en 1998, para poder establecer su señal en el canal 22 de la frecuencia UHF para la ciudad de Mérida, capital del Municipio Libertador y también del estado venezolano de Mérida. Año después, El 2 de octubre de 1999 el canal 22 inicia sus transmisiones con barras y 23 días más tarde, el 25 de octubre, con pruebas de video. Los estudios del Canal se ubicaron en diferentes partes de la ciudad de Mérida. Actualmente su señal sigue cubriendo la misma ciudad, su logo televisivo ha cambiado relativamente de manera constante, llamándose desde Aula 22, canal universitario, hasta ULA TV, que sigue actualmente.

1.4.1 UTV Televisora Universitaria [8]

UTV es como se conoce a la Televisora de la Universidad Técnica del Norte (Ibarra - Ecuador) Es la primera televisora pública del Ecuador y la primera administrada por una Universidad estatal ecuatoriana.

Sus transmisiones oficiales iniciaron en julio de 2006 Su programación es de preferencia educativa. Transmite en el canal 24 de televisión abierta, cubriendo los cantones de Antonio Ante, Cotacachi, Ibarra y Otavalo en la provincia de Imbabura. También llega a varios centros poblados en las provincias de Carchi y Pichincha. En los próximos meses se instalarán repetidoras para ampliar su señal a los demás cantones de las provincias de Imbabura y Carchi a los cuales por razones geográficas no llegaba aún

su señal. Para esto, la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones SENATEL y el Consejo Nacional de Telecomunicaciones CONATEL han dado las legales autorizaciones. Es una de las tres televisoras de señal gratuita que emiten desde la provincia de Imbabura - Ecuador, y la única de esta provincia que no mantiene nexos con grupos religiosos

1.4.1.1 Misión

La producción audiovisual de UTV genera una programación innovadora que propende a la formación cultural, axiológica y de identidad de los habitantes de la región.

1.4.1.2 Visión

U.TV., Televisión Universitaria es un medio de comunicación social alternativo, comprometido con el desarrollo de la educación, la cultura y la identidad de los pueblos de la región norte del Ecuador.

1.5 Importancia del Estudio

La Escuela Superior Politécnica del Litoral, posee varias carreras afines o que se relacionan con este medio, Ingenierías, Licenciaturas, Tecnologías, etc., donde se puede favorecer tanto al conocimiento de los estudiantes, y la puesta en práctica de todo lo aprendido además de ser una ventana de la Universidad, hacia la sociedad, ayudando e impulsando la filosofía que la universidad predica.

También en un futuro cercano podría ser una importante fuente de generación de material audio visual de contenido educativo y cultural, sin dejar de lado el interés comercial de estos espacios.

1.6 Programación

Se debe llegar a brindar una programación que incluya los temas fundamentales de la cultura y el pensamiento y todos los géneros en los que se expresa la creación artística, la investigación científica a lo largo de su transmisión continua. Danza, teatro, cine, literatura, filosofía, historia, arqueología y música son algunas de las disciplinas que tienen lugar destacado a través de programas unitarios, perfiles de creadores, grandes conciertos, series documentales y ciclos de cine de grandes autores. Así mismo, la

ciencia, las nuevas tecnologías, la información cultural y las principales actividades culturales de la ESPOL.

La programación del canal se debe nutrir en un principio de un 60% de material adquirido por convenios con otras universidades, casas musicales, embajadas, y material educativo que se encuentre disponible gratuitamente para la difusión, material de empresas, fundaciones sin fines de lucro y a otras emisoras latinoamericanas y al Public Broadcasting System de los Estados Unidos, luego de un tiempo se deberá lograr invertir en la adquisición de programas y documentales educativos pagados. El 40% restante es de producción propia. El propósito final es revertir estos porcentajes y en el mediano plazo llegar a producir un 70% y comprar un 30%. A lo largo de las 24 horas, la señal estrena programas durante cuatro horas, que luego se repiten a lo largo del día. Una de las características de los de los programas de producción del canal es que estará a cargo de profesores y alumnos de la Institución.

1.7 Objetivos

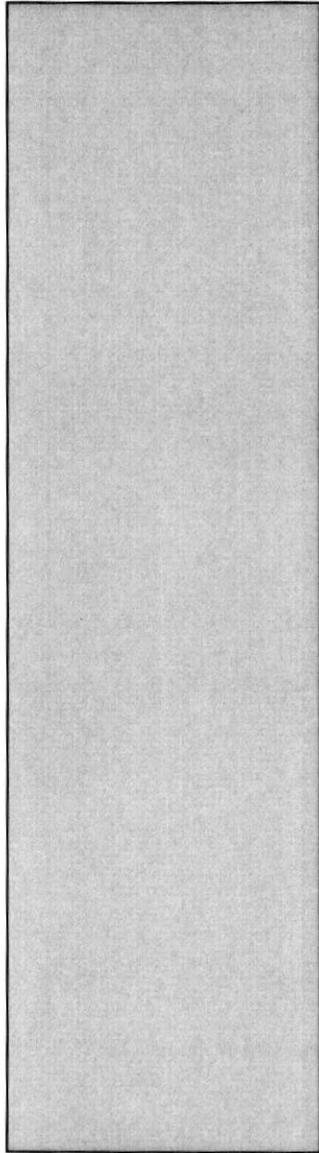
1.7.1 Objetivo General.

Crear un medio de comunicación para la universidad que sirva tanto de herramienta de prácticas para los estudiantes de diversas materias afines a este y ser un generador de productos audiovisuales que vayan acorde con la filosofía de la Universidad.

1.7.2 Objetivos Específicos

1. Crear un vínculo comunicacional entre los estudiantes y la sociedad politécnica.
2. Crear un contenido comunicacional visualmente agradable que vaya acorde con las políticas de la Universidad.
3. Entregar a los estudiantes de carreras afines a la comunicación, un medio donde puedan poner en práctica todos los conocimientos adquiridos a lo largo de su carrera universitaria.

4. Determinar todas las herramientas y material humano para que la Politécnica realice la implementación y puesta en marcha de un canal de televisión.
5. Entregar una guía con todos los requerimientos operativos para el funcionamiento efectivo del mismo.
6. Otorgar una guía completa del perfil profesional que deben tener las personas que integren las diferentes áreas del canal, tanto a los estudiantes que laboren en el medio televisivo como al personal profesional contratado



CAPÍTULO 2

Investigación de Mercado

2. Investigación de Mercado

2.1. Perspectivas de la Investigación

Por medio de la investigación de mercado se lograra recaudar datos valiosos sobre una muestra de la comunidad Politécnica para saber si consideran viable y necesario la creación de un canal de circuito cerrado de la Escuela Superior Politécnica del Litoral en donde tanto ésta como sus integrantes saquen el mayor provecho a este proyecto.

La opinión de los mismos nos proporcionará datos para saber si el proyecto es aceptado dentro de la comunidad Politécnica.

2.2. Planteamiento de Problema

Los medios de comunicación se han convertido en un eslabón importante en el desarrollo de toda sociedad, tanto para informar, entretener y educar a toda una población; además de difundir ideas y alternativas culturales que expresen los principios del emisor y a su vez informe e influya al receptor, y lo ayude a la comprensión de los diversos temas que afectan e influyen a la comunidad a la cual pertenecen.

Por lo tanto la implementación de un medio de comunicación masivo como lo es un canal de televisión ayudará a la difusión de las políticas, ideas y pensamientos que van acorde con la filosofía de la Universidad. Ayudará a la comunidad Politécnica a mantenerse informado de las diversas actividades que la universidad como institución realiza.

A su vez la Politécnica posee diversas carreras que van afines con medios de comunicación; el cual fortalecería a éstas teniendo un lugar donde poner en práctica todo lo aprendido a través de los estudios universitarios.

Otro punto importante es que la Universidad fortalecerá su imagen como institución por medio de campañas comunicacionales dentro del canal. Aprovechando a su vez la mano de obra que tiene disponible en sus alumnos y personal docente.

2.3. Objetivos de la Investigación de Mercado

- Analizar la aceptación de la población politécnica con respecto a la implementación del canal de circuito cerrado de televisión de la universidad.
- Conocer si los estudiantes están dispuestos a realizar prácticas laborales y ayudar en la implementación y desarrollo del canal.
- Estar al tanto de qué tipo de programación es la que tendría mayor aceptación dentro de la comunidad Politécnica y desarrollar un modelo de continuidad.
- Conocer si los estudiantes tienen conocimientos de lo que implica tener un canal de televisión dentro de la universidad.
- Tener un referente de donde serían los lugares más adecuados en donde colocar los monitores de difusión de la señal del canal.

2.4. Perfil del Consumidor

Hay dos perfiles definidos dentro de los posibles consumidores y espectadores del canal: los cuales son los estudiantes y el personal administrativo y académico.

Los estudiantes los cuales representan la mayoría de la población politécnica son jóvenes que sus edades fluctúan entre 17 y 28 años, los cuales no poseen independencia económica y ocupan la mayor parte de su tiempo en actividades universitarias y ocio dentro del Campus Politécnico.

En el caso del personal docente su población es menor a la anterior presentada pero igualmente considerable, sus edades fluctúan desde los 27 a los 60 años y su presencia en la mayoría de los casos está supeditada a sus horarios de clase.

2.5. Plan de Muestreo [9]

La población que se ha considerado para el cálculo de la muestra está comprendida entre los estudiantes y docentes activos, que pertenecen la Universidad Politécnica del Litoral.

Gracias a datos proporcionados por la Universidad tenemos las siguientes cifras:

Categoría	Cantidad
Profesores	684
Estudiantes	10143
Total	10827

Tabla 2.1, Estudiantes y docentes activos de la Universidad Politécnica del Litoral

2.6. Diseño de la Encuesta

Ver Anexo 1

2.7. Presentación de Resultados [10]

2.7.1. ¿Qué actividad realiza en la ESPOL?:

El resultado de la encuesta realizada, nos indica que las personas encuestadas son en su mayoría estudiantes con **85%** y en menor proporción el personal docente con el **15%**, de un total de cien encuestas realizadas en la universidad personalmente y vía e-mail.

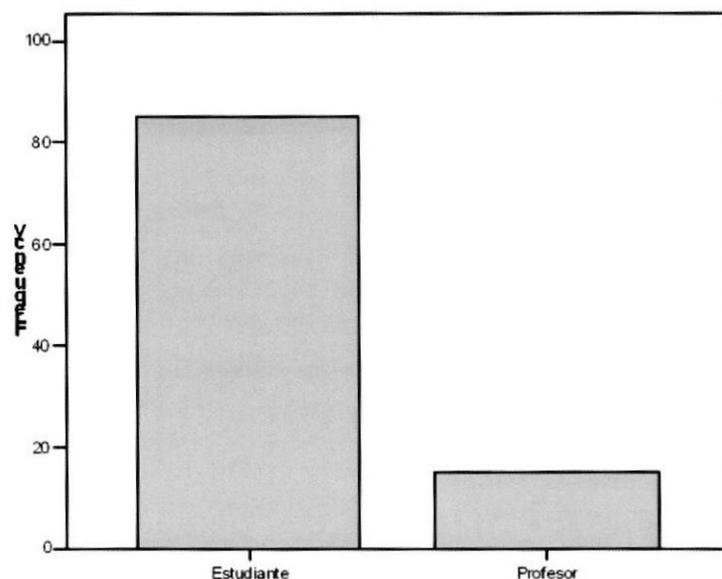


Gráfico 2.1 Porcentaje de entrevistados según su actividad en la ESPOL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Estudiante	85	82,5	85,0	85,0
	Profesor	15	14,6	15,0	100,0
	Total	100	97,1	100,0	
Missing	System	3	2,9		
Total		103	100,0		

Tabla 2.2 Porcentaje de entrevistados según su actividad en la ESPOL

2.7.2. ¿En qué facultad estudia?

En la encuesta la mayoría de personas encuestadas pertenecen a la EDCOM con un **63%** del total, seguido por la de Economía y Negocios con un **15%**, la Facultad de Electricidad y Computación con **9%**, Mecánica y Producción con **8%** y la Facultad de Tecnologías con el **5%**, en la encuesta y resultados se encuentran tanto personal docente como estudiantes indistintamente.

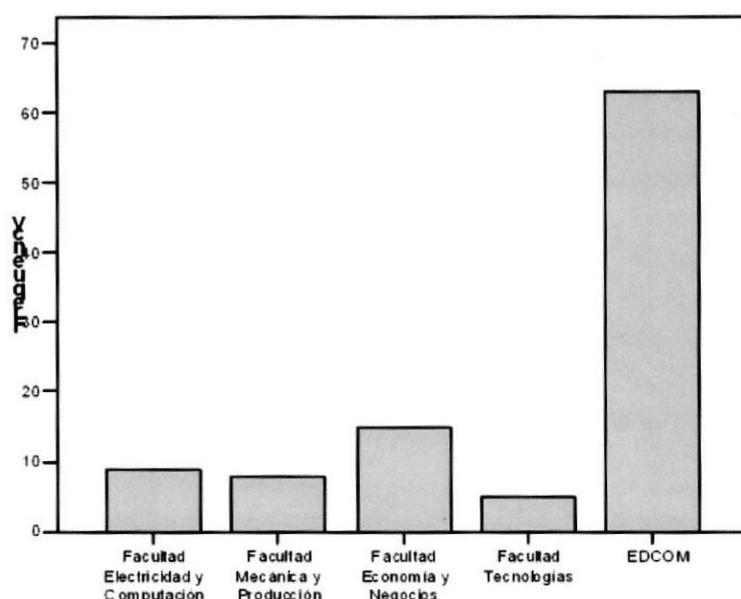


Gráfico 2.2 Porcentaje de entrevistados según la facultad a la que pertenecen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Facultad Electricidad y Computación	9	8,7	9,0	9,0
	Facultad Mecánica y Producción	8	7,8	8,0	17,0
	Facultad Economía y Negocios	15	14,6	15,0	32,0
	Facultad Tecnologías	5	4,9	5,0	37,0
	EDCOM	63	61,2	63,0	100,0
	Total	100	97,1	100,0	
Missing	System	3	2,9		
Total		103	100,0		

Tabla 2.3 Porcentaje de entrevistados según la facultad a la que pertenecen

2.7.3. ¿Estaría usted de acuerdo con realizar pasantías laborales dentro del canal de Televisión de la ESPOL?

En la pregunta realizada. ¿Estaría usted de acuerdo con realizar pasantías laborales dentro del canal de Televisión de la ESPOL? De un total de 100 personas encuestadas el 79% si está de acuerdo con realizar pasantías laborales dentro del canal, mientras el 21% no está de acuerdo en realizar pasantías laborales en un canal de televisión.

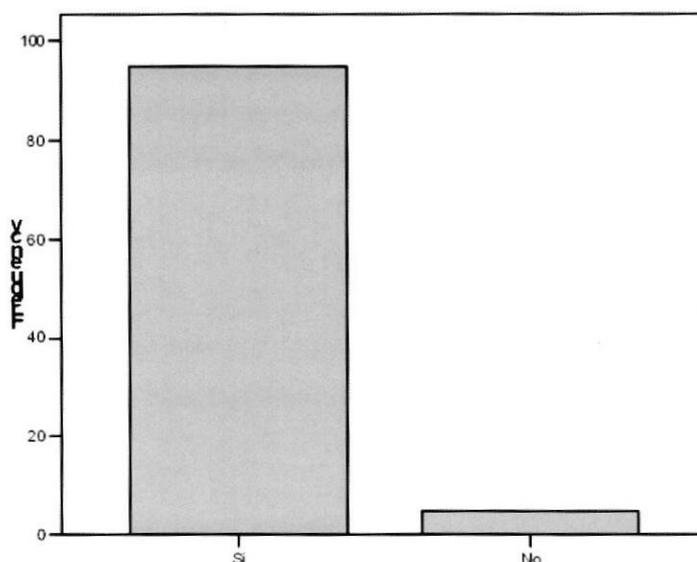


Gráfico 2.3 Porcentaje de aceptación para participar en pasantías laborales

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	79	76,7	79,0	79,0
	No	21	20,4	21,0	100,0
	Total	100	97,1	100,0	
Missing	System	3	2,9		
Total		103	100,0		

Tabla 2.4 Porcentaje de aceptación para participar en pasantías laborales

2.7.4. ¿Está de acuerdo con la creación de un canal de la ESPOL?

En esta pregunta que se refiere a si está o no de acuerdo con la creación de un canal de tv de circuito cerrado para la ESPOL, la gran mayoría de la comunidad politécnica está de acuerdo con la creación del mismo con un **95%** a favor de su creación y apenas un **5%** está en desacuerdo con la creación del canal.

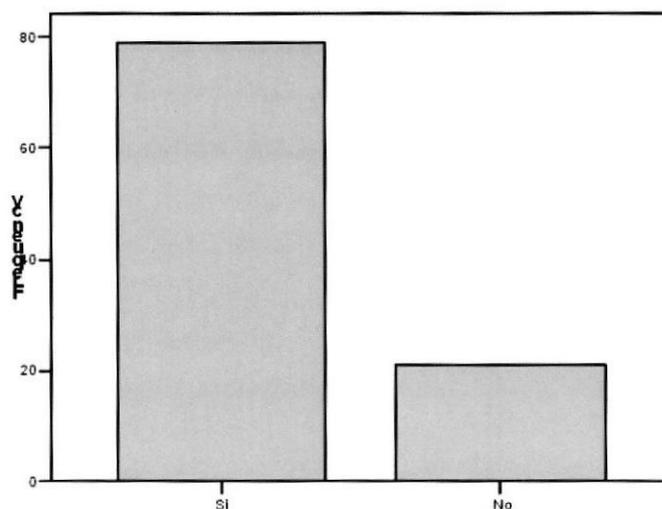


Gráfico 2.4 Porcentaje de aceptación del canal ESPOL TV

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	95	92,2	95,0	95,0
	No	5	4,9	5,0	100,0
	Total	100	97,1	100,0	
Missing	System	3	2,9		
Total		103	100,0		

Tabla 2.5 Porcentaje de aceptación del canal ESPOL TV

2.7.5. ¿Ayudaría al canal ESPOL tener un staff de alumnos para su desarrollo tanto en la parte administrativa, operativa y de producción?

En las repuestas de esta pregunta el 91% de las personas encuestadas considera apropiado tener un staff de alumnos que ayuden al desarrollo del canal en sus diferentes áreas y un 9% de las personas encuestadas lo considera innecesario o poco prudente que se utilice alumnos como personal dentro del canal.

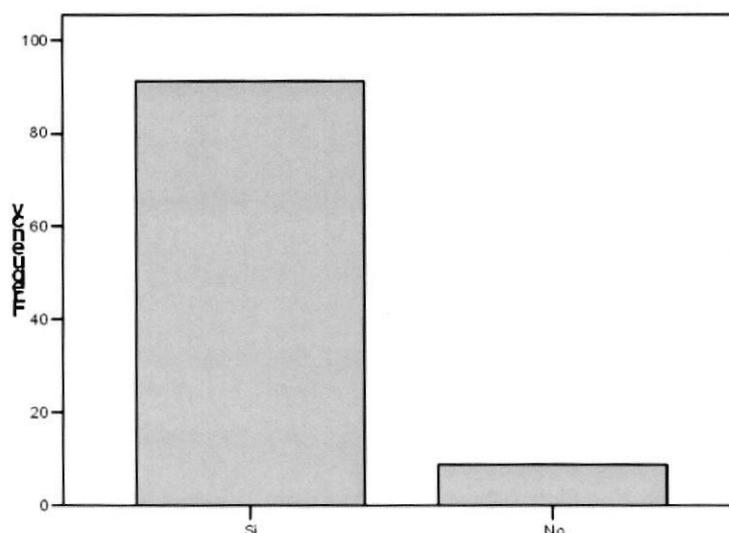


Gráfico 2.5 Porcentaje de aceptación de staff con alumnos de la ESPOL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	91	88,3	91,0	91,0
	No	9	8,7	9,0	100,0
	Total	100	97,1	100,0	
Missing	System	3	2,9		
Total		103	100,0		

Tabla 2.6 Porcentaje de aceptación de staff con alumnos de la ESPOL

2.7.6. ¿Qué tipo de programación considera usted que debería tener el canal ESPOL?

En qué tipo de programación debe tener el canal la respuesta con más aceptación fue la que contiene todos los ítems, una programación variada con un **57%**, seguida por una programación educativa con el **25%**, de variedades y música con el **6%**, otras con el **2%** y noticias con el **1%**.

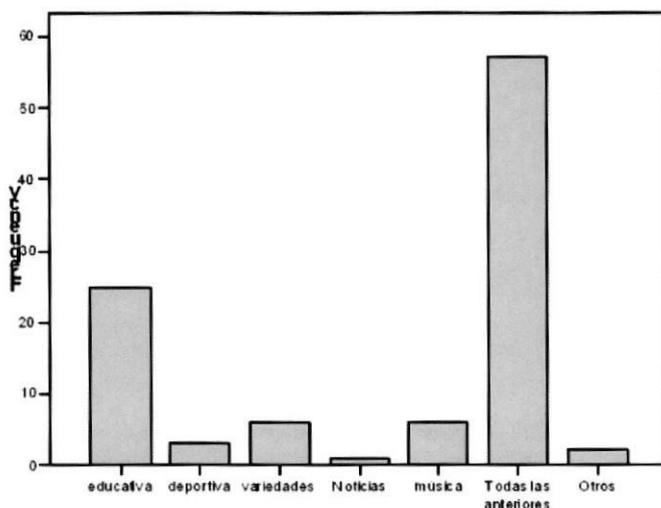


Gráfico 2.6 Porcentaje de tipo de programación del canal ESPOL TV

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	educativa	25	24,3	25,0	25,0
	deportiva	3	2,9	3,0	28,0
	variedades	6	5,8	6,0	34,0
	Noticias	1	1,0	1,0	35,0
	música	6	5,8	6,0	41,0
	Todas las anteriores	57	55,3	57,0	98,0
	Otros	2	1,9	2,0	100,0
	Total	100	97,1	100,0	
Missing	System	3	2,9		
Total		103	100,0		

Tabla 2.7 Porcentaje de tipo de programación del canal ESPOL TV

2.7.7. ¿Quiénes deberían ser los conductores de los programas del canal de la ESPOL?

La respuesta más aceptada en la pregunta quienes deberían ser los conductores fueron las siguientes: alumnos con un **52%**, seguida por profesores y alumnos juntos con **23%**, luego personal contratado fuera de la ESPOL con **9%**, solo profesores **6%** y profesores con alumnos por separado **5%**

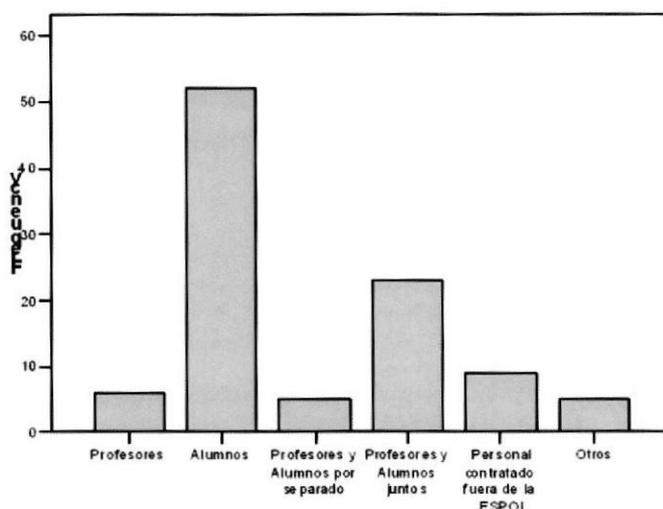


Gráfico 2.7 Posibles conductores de los programas de ESPOL TV

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Profesores	6	5,8	6,0	6,0
	Alumnos	52	50,5	52,0	58,0
	Profesores y Alumnos por separado	5	4,9	5,0	63,0
	Profesores y Alumnos juntos	23	22,3	23,0	86,0
	Personal contratado Fuera de la ESPOL	9	8,7	9,0	95,0
	Otros	5	4,9	5,0	100,0
	Total	100	97,1	100,0	
Missing	System	3	2,9		
Total		103	100,0		

Tabla 2.8 Posibles conductores de los programas de ESPOL TV

2.7.8. ¿Debería llamarse el canal de televisión de la universidad "ESPOL TV"?

La mayoría de la comunidad politécnica está a favor que el nombre del medio de comunicación sea ESPOL TV con un **88%** de aceptación y el **12%** en contra que se utilice este.

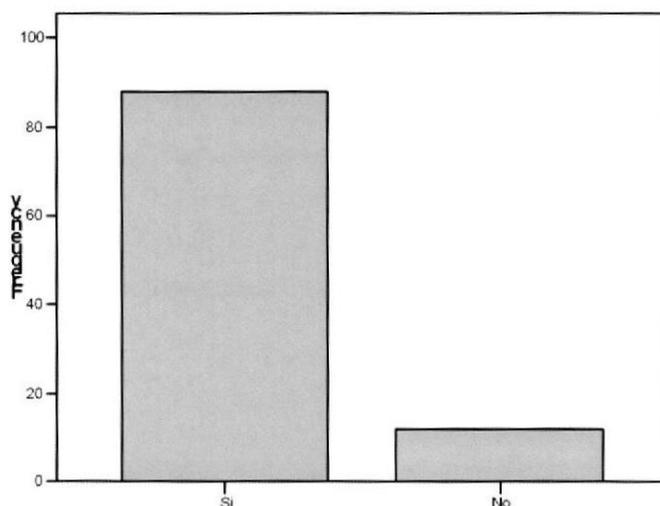


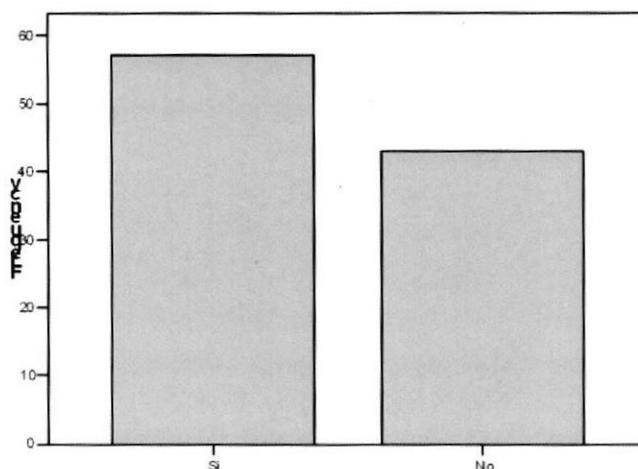
Gráfico 2.8 Aceptación del nombre del canal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	88	85,4	88,0	88,0
	No	12	11,7	12,0	100,0
	Total	100	97,1	100,0	
Missing	System	3	2,9		
Total		103	100,0		

Tabla 2.9 Aceptación del nombre del canal

2.7.9. ¿Conoce usted otra universidad en Ecuador que cuenta con un canal de televisión propio ya sea de abierto o de circuito cerrado?

En cuanto a si sabían o conocían la existencia de otro canal de tv que perteneciera a otra universidad; los resultados son los siguientes: un **57%** si conoce la existencia de otras universidades que poseen un canal y un **43%** desconoce o no sabe la existencia de otras universidades que posean un canal de tv.



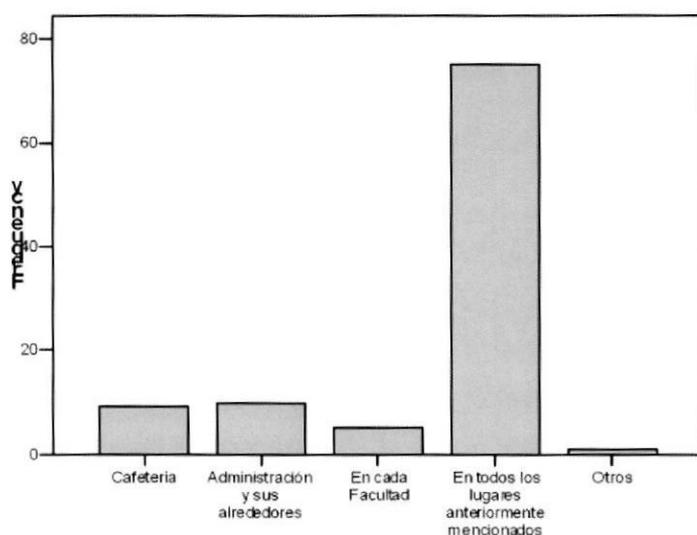
Gráfica 2.9 Universidades en Ecuador con canal propio

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	57	55,3	57,0	57,0
	No	43	41,7	43,0	100,0
	Total	100	97,1	100,0	
Missing	System	3	2,9		
Total		103	100,0		

Tabla 2.10 Universidades en Ecuador con canal propio

2.7.10. ¿En qué partes del campus sería recomendable colocar una TV para ver el canal de la ESPOL?

En esta pregunta se sugirieron algunos lugares donde podrían ser colocados televisores transmitiendo el canal ESPOL TV. Estos son: Cafetería 9%, Administración y sus alrededores 10%, en cada facultad 5% y como última opción, en todos los lugares anteriormente mencionados, siendo esta la opción con mayor porcentaje de aprobación el 72,8%.



Gráfica 2.10 lugares tentativos de ubicación de televisores dentro del Campus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cafetería	9	8,7	9,0	9,0
	Administración y sus alrededores	10	9,7	10,0	19,0
	En cada Facultad	5	4,9	5,0	24,0
	En todos los lugares anteriormente mencionados	75	72,8	75,0	99,0
	Otros	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	97,1	100,0	
Missing	System	3	2,9		
Total		103	100,0		

Tabla 2.11 lugares tentativos de ubicación de televisores dentro del Campus

2.7.11 Conclusiones

Los datos otorgados por el software SPSS de las encuestas realizadas a los alumnos, profesores, y personal administrativo nos muestran una clara tenencia de aceptación de los mismos a proyecto de la creación de un canal de televisión en circuito cerrado en la ESPOL, con la intención de que en un futuro cercano se convierta en un canal de señal abierta.

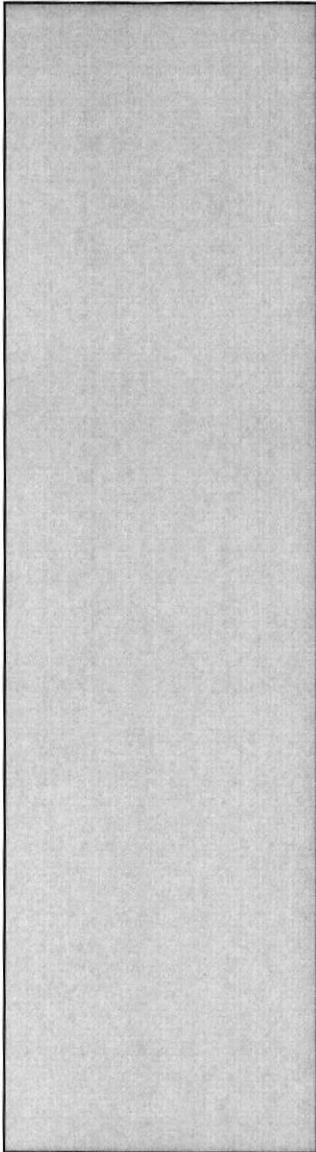
Existe también una clara tendencia de apoyo a la propuesta de aportar con pasantías laborales del alumnado en el canal lo cual beneficia económicamente al proyecto, además de ser una forma efectiva de obtener experiencia en este campo laboral para los estudiantes.

También a través de estos resultados se puede conocer donde colocar los puntos de proyección del canal, que fueron consultados en la encuesta realizada, siendo los alumnos los mejores conocedores de los puntos estratégicos en donde colocarlos, pues por ser ellos los que deambulan por estos lugares y saben donde se produce la mayor concentración de estudiantes y docentes en las diversas facultades que posee la universidad, esta información es importante pues serán ellos mismos los potenciales telespectadores del canal universitario.

También fueron consultados otros aspectos de menor relevancia pero igualmente importantes; quienes serían los conductores que les gustaría ver, siendo los alumnos y profesores los de mayor aceptación lo cual nos muestra otro punto a favor, pues le da oportunidades a los estudiantes de poder expresarse, y a su vez reduce el costo de salarios a posibles presentadores.

El nombre ESPOL TV para el canal, también fue consultado obteniendo gran aceptación entre la comunidad politécnica.

Como conclusión final se puede demostrar que el proyecto goza de gran aceptación por parte de las personas que integran la universidad.



CAPÍTULO 3

Plan de Marketing

3. Plan de Marketing

3.1. Antecedentes

Con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a la comunidad politécnica, hay una clara tendencia de aceptación a la creación de un canal. Teniendo aceptación del potencial televidente, se convertiría en un medio de difusión efectivo para que la universidad difunda, transmita y posicione su imagen institucional. Al tener una teleaudiencia cautiva el producto Canal ESPOL TV será atractivo para potenciales clientes que deseen pautar sus cuñas televisivas.

3.2. Objetivos del Plan de Marketing

3.2.1 Objetivos Financieros

1. Recuperar el monto de inversión inicial en el menor tiempo posible.
2. Obtener ingresos que sean mayores a los costos y gastos producidos, para que el canal sea un producto rentable con autonomía financiera así lograr la expansión y el crecimiento del canal, para que en un futuro cercano conseguir una frecuencia de señal abierta.
3. Obtener flujos de caja positivos que sean mayores a los negativos.

3.2.2 Objetivos de Mercadotecnia

1. Lograr introducir ESPOL TV en la comunidad politécnica, como único medio de difusión televisiva con el que contará la universidad, y sirva como fuente de información y nexo entre la universidad como institución y la comunidad politécnica.
2. Obtener una creciente teleaudiencia dentro de la comunidad politécnica y lograr que el canal sea el líder del mercado objetivo.
3. Obtener una afinidad por parte del público hacia ESPOL TV

3.3 Análisis Estratégico

3.3.1 Análisis FODA

3.3.1.1 Fortalezas (Empresa)

- Una red de comunicación interna para la ESPOL.
- Amplia mano de obra disponible.
- Comunicación directa, masiva y simultánea para la ESPOL.
- Un espacio de entretenimiento y comunicación positiva para toda la comunidad politécnica.
- Tenemos un grupo de espectadores cautivos.

3.3.1.2 Oportunidades (Sector)

- Muchas marcas van a estar interesadas en pautar teniendo un nicho de mercado tan atractivo.
- El Gobierno Nacional, está brindando apoyo al desarrollo de proyectos que vayan en pro de la educación, lo cual es una oportunidad para solicitar inversiones a través del gobierno para este proyecto.
- Los estudiantes de todas las carreras tendrán la oportunidad de realizar las pasantías laborales dentro del canal, esto es una oportunidad por que ahorraría egresos económicos en la contratación de personal fuera de la institución.

.3.1.3 Debilidades (Empresa)

- Poca experiencia del manejo de un canal de televisión.
- Poca disponibilidad inicial para conseguir financiamiento para proyectos del departamento de producción.
- Escasa programación disponible de bajo costo en su inicio.
- Pocos puntos de difusión del canal.
- Programación en horarios limitados.

3.3.1.4 Amenazas (Sector)

- El interés de los televidentes puede perderse fácilmente, si no se presenta una propuesta de programación que vaya acorde con el target.
- Existen Otros canales universitarios ya instaurados y mejor distribuidos.
- La gran cantidad de aparatos electrónicos que puedes desviar la atención de los potenciales televidentes.
- El internet.

3.4. Segmentación del Mercado

ESPOL tiene aproximadamente una población de 10827 entre estudiantes y profesores de personas de los cuales el 1,5% son profesores y personal administrativo y el 98.5% son estudiantes, entre los cuales oscilan entre clase baja, media y media alta que fluctúan entre las edades de 17 años a 28 años, lo cual nos muestra un mercado bastante atractivo para potenciales clientes que deseen pautar.

Queremos posicionarnos como un canal donde no sólo los potenciales clientes sean los que pauten dentro de él, sino también brindar el espacio para estudiantes que deseen promocionar algún producto o servicio a manera de clasificados.

3.5. Mercado Meta

3.5.1 Macrosegmentación

ESPOL TV, cubrirá un área hasta ahora explotada, donde se puede sacar réditos económicos y fomentar la institucionalidad de la ESPOL. También crear un medio donde potenciales clientes pauten y anuncien sus productos que sean de interés.

Esto se realizará a través de puntos estratégicos previo a estudios realizados en áreas de mayor concurrencia tanto del personal administrativo como estudiantes, donde la exposición de la señal tendrá la mayor cantidad de público cautivo.

Los potenciales compradores de los espacios publicitarios, serán marcas y productos que estén plenamente identificados con nuestro mercado, como lo serían productos alimenticios, bebidas refrescantes, productos informáticos, tecnológicos, servicios, entre otros. Además de ser un espacio donde la universidad promocioe las diferentes alternativas académicas que esta posee como Diplomados, Postgrados, Masterados y Cursos de Capacitación.

3.5.2 Microsegmentación

3.5.2.1 Localización: Personas de estrato social, medio alto, medio y bajo.

3.5.2.2 Género: La mayoría de la población politécnica es de sexo masculino y en una cantidad menor sexo femenino.

3.5.2.3 Edad: 17 a 28 años

3.5.2.4 Actividad: La mayor parte de la población politécnica son estudiantes que sólo se dedican a actividades académicas, en un porcentaje menor encontramos estudiantes en cursos superiores que poseen que se desempeñan en actividades laborales.

3.5.2.5 Intereses: Superación académica, investigación científica, eventos sociales, actividades recreativas.

- Superación académica: los estudiantes politécnicos siempre se han caracterizado por su excelencia académica y su constancia en superar nuevas metas en el ámbito estudiantil.
- Investigación científica: La ESPOL, es un referente nacional en el campo investigativo, siempre apoyando a proyectos nuevos, que busquen el bienestar de la sociedad y el avance tecnológico de la misma.
- Eventos sociales: La comunidad Politécnica, siempre en búsqueda de la integración de todos sus miembros, realizan constantemente diversos actos sociales dentro y fuera de la institución; las cuáles tienen buena acogida por parte de los estudiantes.
- Actividades recreativas: La universidad, constantemente realiza eventos y actividades deportivas.

3.6. Posicionamiento

Alta **PRECIO**

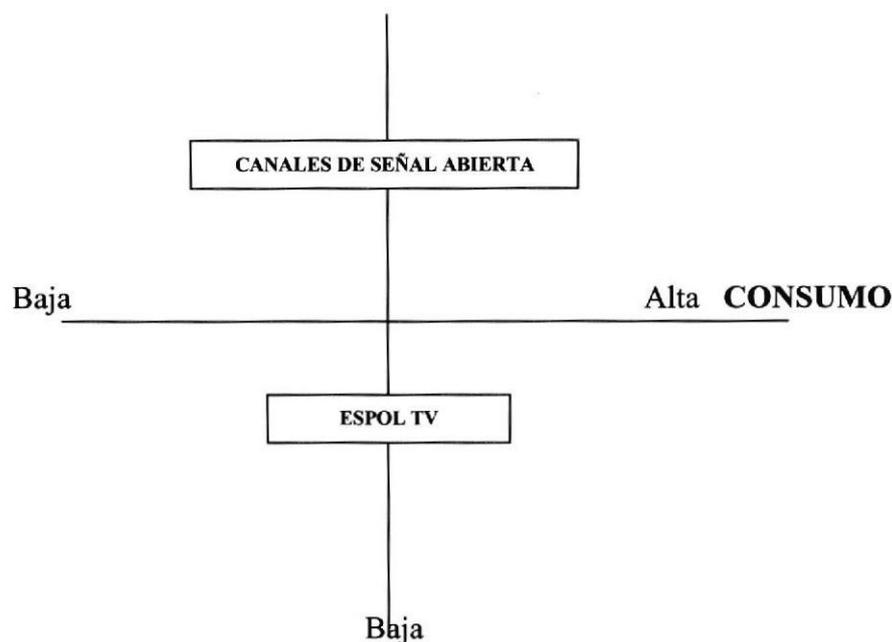


Gráfico 3.1, Posicionamiento de Mercado

En la gráfica se demuestra el posicionamiento del canal en el mercado en relación a nuestros más cercanos competidores, que serían los canales de señal abierta. En el cual se demuestra que se encuentra en el mismo rango de estrato social pero aun menor costo, siendo una inversión más económica y con alta difusión.

3.7 Marketing Mix

3.7.1 Precio

A las marcas se les armaría combos mensuales de pauta que incluyen cuñas, menciones, y sobreimposiciones.

Se venderán espacios publicitarios por días o franjas horarias selectos. Los horarios más costosos serían durante las horas cercanas al almuerzo y ocio.

3.7.2 Plaza

Habría puntos en los siguientes lugares del Campus Prosperina:

- Rectorado
- Área de descanso de Biblioteca
- Cafetería del FEN
- Nuevos Edificios del FEN
- Zona de descanso del Básico
- Área de laboratorios
- Zona de descanso de Ingeniería Eléctrica
- Bar de Facultad de mecánica
- Bar de Ingeniería industrial
- Restaurante de Naval
- Facultad Naval
- Zona de descanso de Tecnologías
- Área de Recreación de la Politécnica frente a tecnologías

3.7.3 Producto

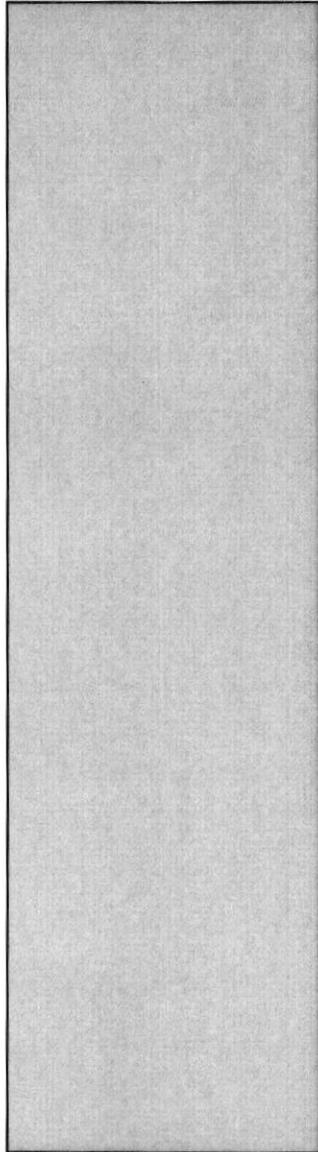
Canal de Televisión de Circuito Cerrado para el campus Prosperina de la ESPOL.

3.7.4 Promoción

La audiencia del canal será una audiencia cautiva la cual tendrá el acceso exclusivo al canal desde su lanzamiento, sin opción a zapping.

Habría un grupo de ejecutivo de cuentas que visitarán empresas y agencias de medios para venderles los distintitos combos del canal.

A las agencias de medios se les dará su comisión respectiva.



CAPÍTULO 4

Estudio Técnico

4. Estudio Técnico

4.1. Antecedentes Económicos

La implementación y puesta en marcha de una canal de televisión requiere de una fuerte inversión inicial para adquirir los equipos necesarios y poner en marcha las operaciones del canal, esta inversión sólo se realizará al comienzo de la creación de ESPOL TV.

Los altos costos de estos equipos son retribuidos con la calidad de los mismos, puesto que todos son equipos profesionales que están diseñados para sacarle el máximo provecho a todas sus funciones y ser operados en condiciones de alta demanda.

Los honorarios profesionales que recibirán el personal de ESPOL TV, están evaluados según el grado de responsabilidades y a la jerarquía a la que pertenecen y dentro de los parámetros que se manejan canales con similares características a los que posee ESPOL TV.

4.2. Ingeniería de la Producción del Producto

- Para la implementación y puesta en funcionamiento de ESPOL TV, se realizará determinados pasos que conllevarán a la creación exitosa del medio de comunicación. Los cuales son:
- Investigar qué tipo de tecnologías de transmisión hay disponibles en nuestro medio, sus costos y beneficios.
- Cotizar los equipos necesarios para la implementación de un estudio de grabación.
- Cotizar equipos para la realización de producción y postproducción.
- Cotizar equipos de oficina, necesarios para la parte administrativa del canal.
- Realizar una nómina del personal necesario junto con sus salarios mensuales

- Creación de organigrama del personal.
- Crear la imagen de ESPOL TV (Logo)
- Crear un spot de identificación del canal.

4.3. Equipamiento Tecnológico

A continuación se detalla las diferentes propuestas técnicas para la distribución del canal teniendo en cuenta que esta inversión tomará una futura expansión del canal hacia una señal abierta.

Sin embargo cada propuesta debe tomar en cuenta la estructura actual existente para aprovechar la misma y por ende aminorar los costos.

4.3.1 Modelos de transmisión [11]

<p>Propuesta 1</p> <p>Radio Frecuencia:</p> <p>Costo aproximado de 300.000 a 500.000 dólares.</p> <p>Propuesta Sugerida</p>	<p>Transmisor de radio frecuencia, utilizable tanto para señal de radio (AM y FM), audio y video (Televisión, o video conexiones), y otras aplicaciones adicionales.</p> <p>Antena multipropósito, infraestructura metálica, para la colocación de repetidoras y transmisores, aplicable también para muchas funcionalidades.</p> <p>Repetidora, equipo de amplificación de señal para dar más cobertura a un transmisor.</p>	<p>Ventajas:</p> <p>Esta tecnología también puede ser utilizada, en el caso de que se le asigne una señal abierta a la ESPOL.</p> <p>Puede cumplir otras funciones adicionales a la transmisión de las frecuencias de televisión.</p>
<p>Propuesta 2</p> <p>Conexión punto a punto:</p> <p>Costo Aproximado: \$100.000 a \$ 200.000</p>	<p>Un transmisor de radio frecuencia asignada: Sirve para emitir la señal de audio, video, radio e internet. Opera como un Router</p> <p>Antenas Receptoras: Sirven para captar la señal emitida por el transmisor.</p>	<p>Ventajas:</p> <p>Es de fácil montaje y no requiere mayor infraestructura.</p> <p>La desventaja de esta aplicación es utilizable para un solo propósito.</p>
<p>Propuesta 3</p> <p>Costo Aproximado: \$100.000 a \$ 200.000</p>	<p>Televisión por cable: Se realiza a través de una red tendida de cable coaxial, que lleva la señal a los diferentes puntos a los que se quiere llegar.</p>	<p>Ventajas:</p> <p>La red de cables puede ser utilizada para otros propósitos como la transmisión de datos adicionales al de la televisión.</p> <p>La desventaja es que la red de cableado podría resultar antiestética.</p>

Tabla 4.1, Propuestas de sistemas de transmisión

4.3.2 Listado de Equipos para estudio y Producción [12]

Equipos para Estudio y Producción	
1	Set de Iluminación
3	Cámara de estudio Sony HDR-fx1000
2	Cámaras de exteriores Sony HDR-fx1000
5	Trípode Sony
3	Paneles para escenografía
Equipos de control Máster	
5	monitores
1	Switcher Analog Way – cbrx2
3	CSU
1	TVC Esemble Design
1	TVC Prime Image Penta
1	Consola de audio de 24 canales
3	Equipos de VCR DV
1	Generador de Caracteres
1	Logo Motion - Burts Electronic
1	Intercom System 6 puntos de comunicación y ruteador
3	Micrófono corbatero inalámbrico
2	Micrófono de mano
Edición y Postproducción	
2	Equipos de VCR
1	Computador para Edición no lineal
1	Computador para postproducción
1	Consolas de Audio de 4 canales
Equipos de Oficina	
8	Computadoras
8	Escritorio
8	Sillas
1	Camioneta

Tabla 4.2

4.3.3 Descripción detallada de equipos [13]

Set de Iluminación	Consiste en un juego de luces fresnel, reflectores, y deflatores con una parrilla para montar en el estudio.
Cámaras de Estudios	Son cámaras de video especialmente diseñadas para trabajos en estudio, cuentan con su dolly y trípode.
Paneles para Escenografía	Paneles de madera para montaje de escenografías en estudio, uno de estos tiene que estar asignado para trabajos en croma.
Switcher	Equipo que sirve para dirigir las cámaras de estudio tanto para programas grabados o programas en vivo y de los diversos programas que tenga el canal.
CSU	Equipo que controla la calibración de las diferentes cámaras que hay en un estudio
TVC	Equipo que sirve para diferentes funciones de video necesarias en la grabación y emisión en vivo de los diferentes programas.
Consola de audio	Equipo que sirve para administrar las diferentes líneas de audio que se utilicen en la grabación o emisión de un programa.
Equipos de VCR DV	Máquinas que sirven para la grabación y reproducción de Audio y Video.
Generador de Caracteres	Máquina computador utilizado para sobreimposiciones generadores y demás piezas gráficas que se utilizan en tiempo real.

Logo Motion	Dispositivo electrónico que sirve para sobre imponer el logo del canal al aire y en tiempo real
Sistema de Intercomunicación	Sirve para que el personal de estudio se comunique con las personas de control Máster. Director de Cámara, Etc.
Computador para Edición no lineal	Computador con las características necesarias para el trabajo en Audio y Video.

Tabla 4.3 descripción de equipos

4.4 Detalle de equipos

A continuación se presenta el detalle de los equipos que se sugiere sean adquiridos, para poner en funcionamiento el canal. Se puso en consideración el precio, características y funcionalidad para que vaya acorde con las necesidades de la ESPOL.

4.4.1 Cámara de Video [14]

El aparato ofrece grabación 1080 Full HD en cinta HDV y incorpora sensor CMOS 3 ClearVid y una lente Sony G Lens panorámica de 29.5mm, equivalente a una 35mm, que será ideal a la hora de grabar paisajes y espacios cerrados con poco espacio entre la cámara y el objeto.

Por otro lado, la *HDR-FX1000* graba a una frecuencia de 25p (progressive scan) y convierte el vídeo mediante interpolación a 50p antes de grabarlo en la cinta. El objetivo proporciona un zoom óptico de 20x, ampliable hasta 30x mediante el zoom digital que proporciona la tecnología Digital Extender

Para terminar, la cámara nos ofrece tecnología Optical SteadyShot como estabilizador de imagen y una pantalla semipanorámica Xtra Fine LCD de 3.2 pulgadas. La batería Stamina asegura hasta 7 horas y media de grabación y puedes optar por usar una batería alternativa opcional NP-F970, solamente para la reproducción del vídeo una vez se ha grabado.



Figura 4.1 - Handycam HDR-FX1000 de Sony
Ver Anexos 3 y 4

4.4.2 Video Player Recorder [15]

HVR-M15U. Esta nueva VTR características HDV nativo capacidad de formato progresivo, proporcionando una impresionante imagen de 1080i-p a 24, 25 o 30 fotogramas por segundo. Es compatible con el estándar y mini-casetes, que extendió hasta los tiempos de grabación a 276 minutos. El HVR-M15AU está optimizado para su uso con sistemas de edición no lineal debido a su gran tamaño compacto y la facilidad de operación.



Figura 4.2 HVRM15AU HDV VTR Pro DV Recorder

Ver Anexo 5

4.4.3 Switcher Mixer de Video [16]

Stwitcher de 4 entradas. Entrada conmutable selecciona desde DV25, video por componentes Y:U:V, Súper video o video compuesto. Conversor digital/ analógico integrado. Corrección de color RGB con memoria. Más de 100 efectos digitales y 30 teclas de reproducción instantánea. Entrada video compuesto.

Entrada súper video. Entrada de video por componentes. Entrada video DV. 4 formatos de entrada de video opcional. Una salida de video con opciones de compuesto, súper video, video de componentes, DV y DI. Entrada de audio (video source A to D). Entrada de audio (music). Entrada de audio (auxiliar). Entrada de micrófono estéreo. Salida de audio principal. Salida auriculares con control de volumen.



Figura 4.3 - Switcher Data Video Mixer SE 800

Ver Anexo 6

4.4.4 Consola Mezcladora de Audio [17]

El Mackie 1604-VLZ3 contiene muchas características superiores en cada canal: Filtros de corte de graves de 75 Hz, cuatro envíos auxiliares, inserciones, alimentación fantasma, controles de panorama con volumen constante, pilotos de presencia de señal y indicador OL (sobrecarga), botones de asignación a mezcla principal y el sub-mix, función "Solo" asignable a AFL/PFL (ante-atenuador/poste-atenuador). Y porque es imposible tener sobre-abundancia de salidas, hemos incluido una matriz de fuente para auriculares y sala de control, un sección de master auxiliar que le permite mandar efectos a la salida monitor, salidas para máquinas de cinta, un amplificador de auriculares poderoso y salidas balanceadas XLR y TRS.

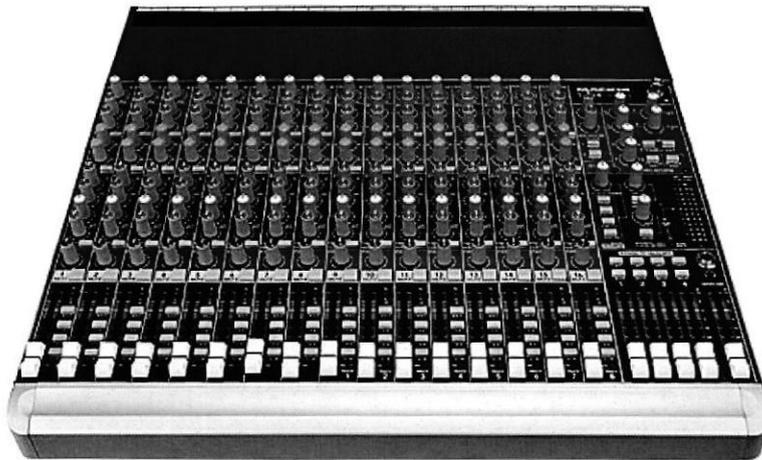


Figura 4.4,

VLZ3
Ver Anexo 7

Mackie 1604-

4.4.5 Generador de Caracteres [18]

Gráficos HD y SD para emisiones, e imagen de marca broadcast en tiempo real.

Objetos visuales en tiempo real de imagen perfecta. Fiabilidad sin rival en las emisiones. Herramientas avanzadas de diseño y composición. Todos los elementos con un proceso de trabajo optimizado para la realidad del universo broadcast. Avid Deko 1000 es el único sistema capaz de ofrecer estas prestaciones a precios de gama media, así como efectos de página de vídeo digital 2D y animaciones de gráficos de capas 2D con títulos rodantes, deslizables, revelaciones lentas, efectos push, de deslizamiento y cortinillas. Deko 1000 es la solución idónea para producciones en directo y salas de redacción de broadcast. Es lo suficientemente flexible como para adaptarse a cualquier entorno con definición estándar, alta definición o ambas.



Figura 4.5, Avid Deko 1000

Ver Anexo 8

4.4.6 Computadores Post-producción y Edición [19]

Siguiendo el estándar que se utiliza en la realización de material infográfico, las máquinas con mejores características y desempeño tanto por su software como su hardware y garantía son las Apple Machintosh Mac Pro. Máquinas en la cual se puede realizar todo tipo de trabajos en postproducción y edición de manera rápida y eficaz.

La máquina recomendada posee las siguientes características.

- Procesadores Intel Xeon con doble núcleo a 2,66 GHz
- GB de RAM.
- 1 Disco Duro de 250 GB.

Tarjeta Gráfica NVIDIA GeForce 7300GT con 256 MB de memoria.
Unidad Óptica SuperDrive a 16x de doble capa

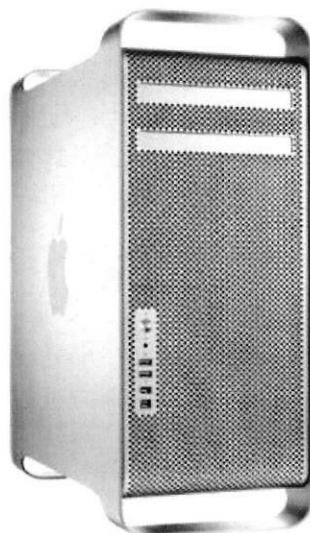


Figura 4.6 Mac Pro computadores de Post-producción

4.5 Software y Licencias para los equipos de Post-producción [20]

Software y Licencias		
2	FINAL STUDIO 2	1.300,00
2	ADOBE CREATIVE SUITE 4 PRODUCTION PREMIUM	1.700,00
1	Cinema 4d	685,00

Tabla 4.4

4.5.1 FINAL STUDIO 2 [21]

Final Cut Studio 2 incluye Final Cut Pro 6, Motion 3, Soundtrack Pro 2, Compressor 3, DVD Studio Pro 4 y Color, la aplicación de gradación cromática profesional



Figura 4.7, Packaging del Software Final Studio

Ver anexo 9

4.5.1.1 FINAL CUT PRO

Final cut estudio Edita virtualmente cualquier formato de vídeo, incluso metraje rodado con multicámara, en tiempo real. Mezcla y encaja formatos de vídeo y frecuencias de fotogramas en la misma línea de tiempo.

Consigue calidad de vídeo HD sin compresión con tamaños de archivos de SD gracias al nuevo formato de postproducción ProRes 422 creado por Apple.

4.5.1.2 Motion 3

Software de gráficos 3D y 2D en movimiento en tiempo real de Apple, Motion combina herramientas 3D y avanzadas funciones de procesamiento de imágenes con un motor de diseño en tiempo real que consigue un rendimiento impensable en un ordenador de sobremesa.

4.5.1.3 Soundtrack Pro 2

Edita, repara y da forma al audio en proyectos de vídeo usando un interfaz depurado que permite a los clientes centrarse en el sonido.

4.5.1.4 DVD Studio Pro 4

Desarrollador de DVD authoring de formato profesional, desde entregas diarias en DVD a títulos comerciales altamente interactivos que usan un interfaz sencillo e intuitivo que guía a los usuarios a través de la creación de un DVD desde proyectos SD o HD.

4.5.1.5 Compressor

Codifica simultáneamente un proyecto y prepara archivos para DVD, la web, iPod, Apple TV, y aparatos móviles. Iguala y corta imágenes, y añade marcas de agua y de línea de tiempo a los archivos de salida.

4.5.2 ADOBE CREATIVE SUITE 4 PRODUCTION PREMIUM [22]

Adobe® Creative Suite® 4 Production Premium combina magníficas herramientas de vídeo, audio y diseño, con funciones de integración que contribuyen a ahorrarle valioso tiempo de producción en todas las fases del proceso.

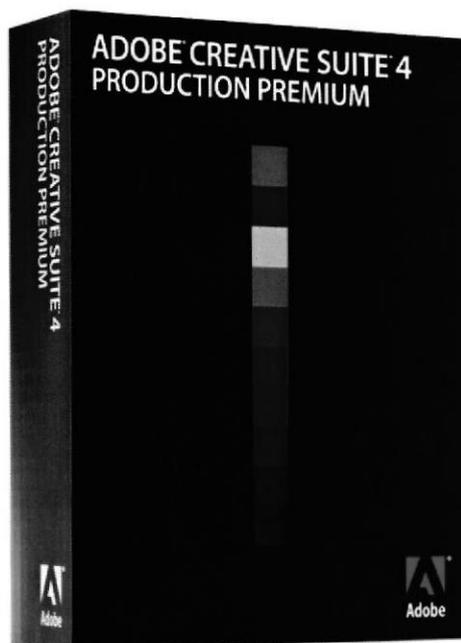


Figura 4.8, Packaging del software Adobe Creative Suite 4

Ver anexo 10

4.5.2.1 Adobe After Effects CS4, Animaciones y efectos visuales

Software que consigue controlar el proceso de creación para la práctica total de los elementos de la producción en el potente entorno de composición y animación en 2D y 3D de Adobe After Effects® CS4.

Maneja con facilidad una amplia gama de tareas de posproducción (desde la incrustación y el control de animación hasta la corrección del color y la rotoscopia, entre otros) mediante herramientas flexibles en una interfaz de usuario optimizada para ahorrarle tiempo.

4.5.2.2 Adobe Premiere Pro CS4, Edición de vídeo en tiempo real

Software de edición de video que trabaja en múltiples formatos, desde DV y HD hasta 4K, y muchos más. La compatibilidad de Adobe Premiere® Pro CS4 con los estándares del sector facilita el intercambio con otras herramientas estándar.

Posee potentes y flexibles herramientas de edición que le ayudan a ahorrar tiempo. Aprovecha las posibilidades que le ofrecen los flujos de trabajo sin cintas para conseguir nuevos niveles de eficacia.

4.5.2.3 Adobe Photoshop CS4, Edición de imágenes

Herramienta estándar en medio gráfico, que sirve para en la manipulación de imágenes y retoque fotográfico. También para la creación de piezas gráficas a través de sus múltiples herramientas que ayudan a su creación.

4.5.2.4 Adobe Flash CS4 Sofisticado contenido interactivo

Amplíe los límites de las posibilidades creativas gracias a una potente serie de herramientas de diseño interactivas, de animación y dibujo. Anima objetos en 2D en el espacio 3D con traslación y rotación en 3D. Utiliza la herramienta de huesos para crear con facilidad efectos de cadena o formas distorsionadas.

Posee funciones de vídeo avanzadas, que incluyen puntos de referencia incrustados, compatibilidad con canales alfa y códecs de vídeo de alta calidad. Utiliza el componente de vídeo optimizado, que incorpora funciones de contenido codificado, además de compatibilidad con archivos de vídeo descargados de forma progresiva y con reproducción de flujo continuo.

4.5.2.5 Adobe Illustrator CS4, Gráficos vectoriales

Adobe Illustrator posee las herramientas de dibujo estándar del sector y los potentes efectos le permiten conseguir justo lo que quiere experimentando con libertad y rapidez en la creación de gráficos vectoriales e ilustraciones.

4.5.2.6 Adobe OnLocation CS4, Potentes opciones de grabación

Software que optimiza los recursos en la captura e importación de material de video, tanto en cintas magnéticas como en memorias rígidas.

Capture secuencias en DV, HDV y DVCPRO HD directamente en disco, y empiece a editar antes que nunca, gracias a la eliminación del tedioso proceso de captura.

4.5.2 Cinema 4D [23]



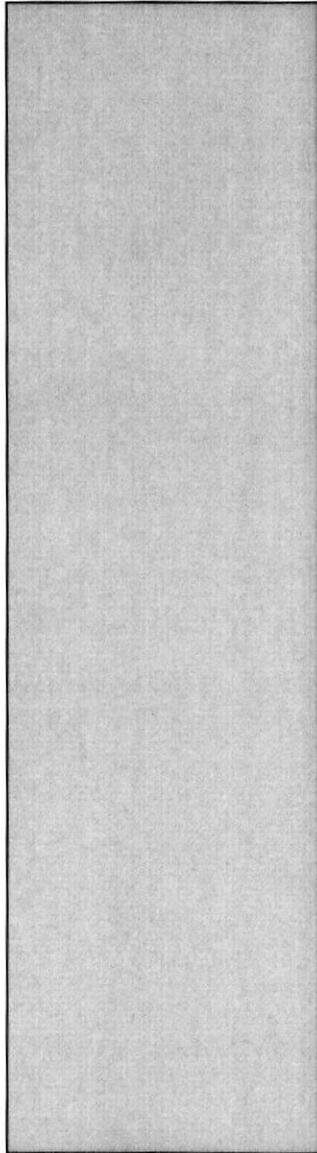
Figura 4.9, Packaging del software Cinema 4D
Ver anexo 11

Es un programa de creación de gráficos y animación 3D desarrollado por Maxon. Permite modelado (primitivas, splines, polígonos), texturación y animación.

CINEMA 4D es una herramienta que permite modelar, visualizar y realizar animaciones profesionales de máxima calidad, de forma muy rápida.

El programa dispone de un potente modelador y de una amplia gama de funciones y efectos especiales para la presentación de proyectos de arquitectura e ingeniería, el diseño en 3D a cualquier nivel, la animación fotorrealista, la simulación científica, el desarrollo de entornos virtuales y la realización de efectos especiales para el cine y la televisión.

CINEMA 4D está basado en nuevos y exclusivos algoritmos de cálculo que le dotan de una incomparable velocidad de renderizado, y que unidos a un intuitivo sistema de modelado, convierten al programa en una herramienta de muy alto rendimiento.



CAPÍTULO 5

Estudio Administrativo

5. Estudio Administrativo

5.1. Trabajadores por área

En ésta nómina se detalla las funciones de cada puesto laboral, para el correcto funcionamiento del canal de televisión. Está elaborada para abarcar tres programas iniciales, sin embargo este número puede crecer, a medida que va creciendo el canal.

5.1.1 Tabla de Presupuesto Mensual en Salarios [24]

Presupuesto Mensual en salarios			
1	Gerente General	\$1500	\$1500
	Dpto. de Producción		
1	Gerente de Producción	\$800	\$800
	basado para dos programas.		
1	Productor	\$500	\$500
2	Asistentes	\$218	\$436
2	Anchors (Presentadores)	\$500	\$1000
3	Personal de pantalla (reporteros, animadores, conductores)	\$300	\$900
	Departamento de Operaciones		
1	Gerente de Operaciones	\$800	\$800
1	Camarógrafo de estudio	\$300	\$300
2	camarógrafos de campo	\$300	\$600
1	Director de cámara	\$480	\$480
1	Técnico	\$400	\$400
1	Tramoya	\$218	\$218
1	Editor	\$400	\$400
1	Postproductor y Promocionador	\$600	\$600
1	Sonidista	\$300	\$300
1	mensajero / conserje	\$218	\$218
	Departamento de Ventas y Finanzas		
1	Gerente Financiero	\$800	\$800
1	Persona encargada de continuidad y Pautaje	\$400	\$400
2	Ejecutivo de Ventas	\$400	\$800
	Presupuesto Mensual en salarios		\$11452

Tabla 5.1 Nómina de personal, Presupuesto Mensual

5.2 Detalle de funciones del Personal [25]

5.2.1 Gerente General

El término gerente general (en inglés: general manager) es un término descriptivo para ciertos ejecutivos en una operación de negocios. Es también un título formal para ciertos ejecutivos de negocios, aunque las labores de un gerente general varían según la industria en la que se desarrolle su empresa.

Entre sus funciones pueden estar:

1. Contratar todas las posiciones gerenciales.
2. Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
3. Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
4. Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están llevando correctamente.
5. Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
6. Lograr que las personas quieran hacer lo que tienen que hacer y no hacer lo que ellas quieren hacer

5.2.2 Gerente de Producción

Es la persona encargada de supervisar que dentro del canal, se cumpla con los objetivos y con el plan de producción de cada programa, dando soluciones a problemas presentados a la mayor brevedad posible garantizando que los productores y personas relacionadas con el canal se comprometan con sus funciones, y las cumplan a cabalidad.

También se encarga de revisar la calidad del contenido de cada producción y preproducción, verificando si es viable tanto en lo económico, como en la línea que lleva el canal de televisión.

5.2.3 Productor

En el mundo del espectáculo y la comunicación, un **productor** es la persona que se encarga de la realización de una obra audiovisual o radiofónica, de encontrar los lugares, hacer los contactos, buscar la financiación y, en general, de conseguir todas las herramientas y medios necesarios para la realización de un determinado proyecto.

El productor es una pieza clave dentro de un proyecto, pues es quien define el tiempo y los elementos técnicos y humanos requeridos para llevarlo a cabo, a la vez que aclara, desde un principio, lo que es y lo que no es viable; es decir, tiene una visión general de todos y cada uno de los elementos que han de conjugarse para llevar a feliz término una producción.

El puesto de trabajo de productor de televisión consiste básicamente en la realización de tareas de coordinación y planificación, presupuestación, grabación y postproducción, para la elaboración de un programa o serie de ellos, gestiona y facilita los recursos humanos y técnicos necesarios para la consecución de los objetivos marcados.

La secuencia que sigue en su trabajo es la que a continuación se desarrolla de manera esquemática.

1. Desde que se incorpora a un programa concreto, convoca y asiste a todas las reuniones que son necesarias para la planificación. En estas reuniones se termina de diseñar en todos y cada uno de los aspectos el programa o serie de programas que es necesario producir.
2. A continuación, se elabora un calendario de producción que determina las fechas y periodos que abarcan los tres bloques de trabajo que todo producto audiovisual conlleva: preproducción, producción y postproducción.

3. En el caso de programas cuya emisión resulta ser regular configura la organización del trabajo que permite mecanizar las tareas y así dar continuidad a la emisión sin grandes esfuerzos.
4. Es frecuente que el productor a veces sea asistido por sus ayudantes, se encargue de los desgloses, localizaciones, planes de trabajo y presupuestos que son consustanciales a toda producción, dependiendo de la complejidad del proyecto se verá en la necesidad de coordinar unos equipos más o menos numerosos.

5.2.4 Anchor

Un presentador (en algunos países conductor, anfitrión o animador) es una persona que presenta o conduce un programa de radio o televisión (noticieros, concursos, magazines), así como algunos eventos públicos o privados (como una entrega de premios).

Normalmente, el presentador es un comunicador, un periodista, un locutor o alguien con alguna profesión afín, escogido por ciertas cualidades (buena dicción, carisma, conocimientos). Al igual que sucede con los presentadores de noticias, muchos presentadores son contratados casi exclusivamente por su apariencia física, especialmente en televisión.

5.2.5 Gerente de Operaciones

Es la persona encargada de todo el aspecto técnico y administración de equipos operativos del canal y que disponibilidad hay de los mismos.

5.2.6 Camarógrafo de estudio y de campo

El operador o camarógrafo es el encargado de manejar la cámara y sus ópticas en un rodaje. Debe llevar a imágenes el guión técnico, en el que se especifican los planos y la duración de los mismos dentro de una determinada escena.

Se trata del operador principal de cámara. De él dependen funciones como el emplazamiento de la cámara, los movimientos con o sin desplazamiento y la correcta utilización de la imagen a través de los distintos tipos de óptica y sistemas de captura.

Además desde la cámara (o la imagen de ésta) el director se entera con la información del camarógrafo, de cualquier anomalía en la imagen. Ya sea un farol que se ve en cuadro, un cable o un brillo indeseado en el lente, etc. Los movimientos de cámara tienen que ser fluidos para no crear molestia en el espectador. Ya que generalmente se trata de que haya una armonía general tanto en el trabajo del camarógrafo.

Suele tener un focuista trabajando con él, que se encarga de hacer las correcciones de foco necesarias para que aquello que el espectador debe ver esté nítido.

En televisión, el camarógrafo es el encargado de la captura de la imagen, comunicándose con ayuda del director de cámaras (en operaciones broadcasting), desde el switcher (controles), el director se encarga de seleccionar las cámaras e indica que planos obtener. La diferencia del operador de cámaras de Televisión, con respecto al de cine, es que éste debe tener cierta agilidad, versatilidad y dinámica, para trabajar en todo tipo de circunstancias y en general trabajar con enlaces en vivo, lo cual necesita de precisión, pues las tomas no pueden ser editadas ni repetirlas.

5.2.7 Director de Cámara

Operador del switcher y equipos del control máster cuando se hacen grabaciones o programas en vivo.

5.2.8 Tramoyista

Se le llama *tramoyista* a la persona que atiende la tarea del manejo de la tramoya que es el conjunto de máquinas e instrumentos con los que se efectúan, durante la representación teatral, los cambios de decorado y los efectos especiales.

5.2.9 Editor

Es el encargado de la **edición de vídeo** que es un proceso mediante el cual se elabora un trabajo audiovisual a partir de las imágenes obtenidas de una cinta de vídeo grabada previamente. Para ello se necesita reproducir la cinta y realizar un troceado de la misma. Una vez hecha la revisión de la cinta se seleccionan los fragmentos de vídeo y audio que formarán parte del montaje. Con el desarrollo tecnológico que ha experimentado la

industria del vídeo profesional, han aparecido nuevos sistemas de adquisición de vídeo en formatos diferentes a la cinta, tales como el P2 de Panasonic o el XDCAM de Sony.

Existen dos tipos de edición de vídeo, la lineal o analógica y la no lineal o por ordenador.

5.2.10 Post-Productor y Promocionador

Persona encargada de realizar todo el material gráfico para los diferentes programas y el canal, también la realización de las diversas promociones e identificación de los diferentes programas.

5.2.11 VTR

Persona que opera los equipos que ponen la programación al aire

5.2.12 Sonidista

Persona encargada de todo el sistema de audio utilizado en el estudio

5.2.13 Gerente Financiero

El gerente financiero mide el desempeño del canal en cuanto a lo económico y determina cuales serán las consecuencias financieras de las diferentes actividades que realiza el canal y recomienda la manera como se debe utilizar los activos que se posean.

5.2.14 Continuidad y Pautaje

Se encarga de realizar la continuidad o programación diaria del canal y pautar en la misma las diferentes promociones y comerciales que deberán salir al aire en las horas determinadas

5.2.1.5 Ejecutivo de Ventas

Persona encargada de conseguir potenciales clientes para que pauten en canal.

5.3. Organigrama [26]

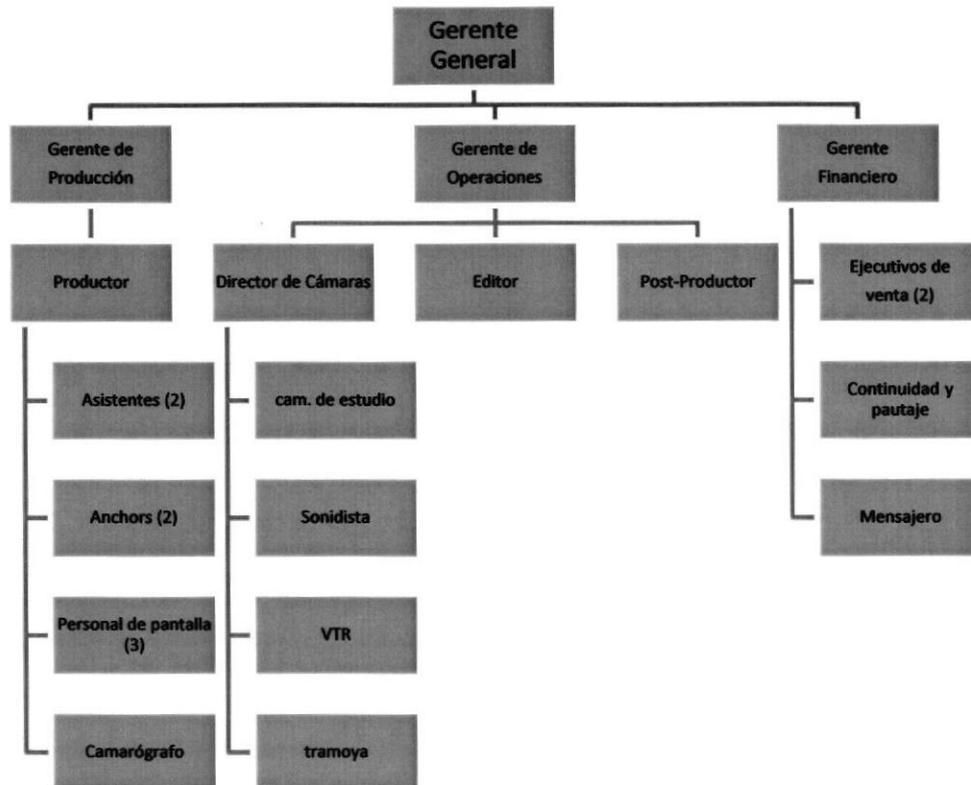
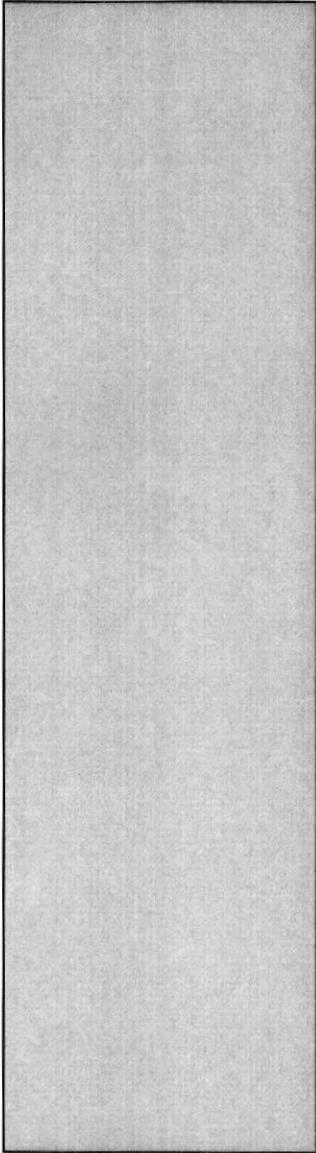


Tabla 5.2
Ver anexo 12



CAPÍTULO 6

Estudio Financiero

6. Estudio Financiero

A continuación detalla los valores que la universidad deberá invertir para implementar el canal de circuito cerrado, además las proyecciones económicas para ver si el proyecto es económicamente sustentable, presupuesto de la nomina salarial de los empleados, costos de equipos necesarios para operación del canal.

6.1. Presupuesto de Inversión, Costos y Gastos

La inversión inicial con la que la ESPOL deberá presupuestar inicialmente para el inicio de operaciones del canal es el siguiente:

ORD	CONCEPTO	
	Ingresos (Aporte de la ESPOL)	\$397.380,00

Tabla 6.1, Ingresos

ORD	CONCEPTO	
	Egresos	\$397.380,00
1	Equipamiento	\$385.928,00
2	Personal	\$11.452,00

Tabla 6.2, Egresos

6.2 Comercialización, Pautaje y Costos de tiempo de Programación.

A continuación se detalla una tentativa de costos de Publicidad, Pautaje y clasificados, basados en un promedio de los costos que otros canales de circuito cerrados y de señal abierta.

Detalle	Costo/ Unidad
Cuñas Simples 30"	USD\$ 15
Publireportajes (15 min)	USD\$40
Alquilar la hora del canal	USD\$100
Paquetes de 10 cuñas diarias por un mes	USD\$3000
Clasificados 10" 1 sola vez	USD\$1

Tabla 6.3, Comercialización de espacios

Ver anexo 13

6.2.1 Meta tentativa de venta [27]

Para realizar el estado de resultados proyectado a cinco años se realizó una meta de venta mensual que el departamento de ventas pueda realizar, sin mucha dificultad.

	Costo/ U	cantidad estimada de ventas al mes	Total
Cuñas Simples 30"	\$15	\$100	\$1500
Publireportajes (15 min)	\$40	\$5	\$200
Alquilar la hora del canal	\$100	\$5	\$500
Paquetes de 10 cuñas diarias por un mes	\$3000	\$8	\$24000
Clasificados 10" 1 sola vez	\$1	\$100	\$100
Total			\$26300

Tabla 6.4, Meta tentativa de venta

6.3. Presupuesto del proyecto de ESPOL TV

La siguiente tabla detalla los implementos operativos que requiere la Universidad para la operación del canal tanto en el área administrativa y de oficina como en la de operaciones. Estos equipos han sido cotizados en distribuidores de broadcasting televisión, tanto a nivel nacional como a nivel internacional y locales que se dedican a la venta y confección de implementos de oficina.

Algunos de estos equipos, la universidad, podría conseguirlos a través de convenios o canjes, que se desarrollarán cuando el canal entre en operaciones. También algunos equipos que la universidad posee, podrían ponerse a disposición para la utilización del canal.

Las cotizaciones de estos equipos se han realizado en el transcurso de la elaboración del documento.

**Estudio técnico para la implementación de un canal de circuito cerrado de televisión
ESPOL TV**

ORD	CONCEPTO	CANT	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	EQUIPAMIENTO			\$385.928,00
1.1	Equipos para estudio y producción			\$21.170,00
1.1.1	Set de Iluminación	1	\$600,00	\$600,00
1.1.2	Cámara de estudio Sony HDR-fx1000	3	\$3.900,00	\$11.700,00
1.1.3	Cámaras de exteriores Sony HDR-fx1000	2	\$3.900,00	\$7.800,00
1.1.4	Tripode Sony	5	\$124,00	\$620,00
1.1.5	Paneles para escenografía	3	\$150,00	\$450,00
1.2	Equipos de control Master			\$35.678,00
1.2.1	Monitores	5	\$400,00	\$2.000,00
1.2.2	Switcher Analog Way – cbrx2	1	\$3.600,00	\$3.600,00
1.2.3	CSU	3	\$2.400,00	\$7.200,00
1.2.4	TVC Esemble Design	1	\$950,00	\$950,00
1.2.5	TVC Prime Image Penta	1	\$5.000,00	\$5.000,00
1.2.6	Consola de audio de 24 canales	1	\$1.100,00	\$1.100,00
1.2.7	Equipos de VCR DV	3	\$3.000,00	\$9.000,00
1.2.8	Generador de Caracteres	1	\$4.000,00	\$4.000,00
1.2.9	Logo Motion - Burts Electronic	1	\$700,00	\$700,00
1.2.10	Intercom System 6 puntos de comunicacion y ruteador	1	\$1.800,00	\$1.800,00
1.2.11	Microfono corbatero inalámbrico	3	\$76,00	\$228,00
1.2.12	Micrófono de mano	2	\$50,00	\$100,00
1.3	Edición y Postproducción			\$17.670,00
1.3.1	Equipos de VCR	2	\$3.000,00	\$6.000,00
1.3.2	Computador para Edición no lineal	1	\$2.000,00	\$2.000,00
1.3.3	Computador para postproducción	1	\$2.000,00	\$2.000,00
1.3.4	Consolas de Audio de 4 canales	1	\$300,00	\$300,00
1.3.5	Final Cut Studio	2	\$1.300,00	\$2.600,00
1.3.6	Adobe Creative Suit Production Premium	2	\$1.700,00	\$3.400,00
1.3.7	Cinema 4D	2	\$685,00	\$1.370,00
1.4	Radio Frecuencia			\$300.000,00
1.4.1	Antena y transmisor (llave en mano)	1	\$300.000,00	\$300.000,00
1.5	Equipos de Oficina			\$3.200,00
1.5.1	Computadoras	8	\$400,00	\$3.200,00
1.6	Mobiliario			\$1.360,00
1.6.1	Escritorio	8	\$120,00	\$960,00
1.6.2	Sillas	8	\$50,00	\$400,00
1.7	Vehículos			\$6.850,00
1.7.1	Camioneta	1	\$6.850,00	\$6.850,00

Tabla 6.5 Presupuesto del proyecto del circuito cerrado de TV

6.4 Presupuesto Mensual en Salarios

Los presupuesto de personal que se detallan a continuación corresponden a un mes de nomina laboral, con sus respectivos aportes patronales al IESS y decimos terceros otorgados por ley a los trabajadores. Estos sueldos están basados en relación a sueldos prorrateados en otros medios de similares características al que se quiere implementar en la universidad.

ORD	CONCEPTO	Cant	Unit	Total	Aporte Patronal	Décimo Cuarto
					\$0,1135	\$218
2	PERSONAL			\$11.452,00	\$1299,802	\$5450
2.1	Personal Administrativo			\$2.518,00		
2.1.1	Gerente General	1	\$1.500,00	\$1.500,00		\$218
2.1.2	Gerente Financiero	1	\$800,00	\$800,00		\$218
2.1.3	mensajero / conserje	1	\$218,00	\$218,00		\$218
2.2	Personal Operativo			\$8.934,00		0
2.2.1	Gerente de Producción	1	\$800,00	\$800,00		\$218
2.2.2	Productor	1	\$500,00	\$500,00		\$218
2.2.3	Asistentes	2	\$218,00	\$436,00		\$436
2.2.4	Anchors (Presentadores)	2	\$500,00	\$1.000,00		\$436
2.2.5	Personal de pantalla (reporteros, animadores, conductores)	3	\$300,00	\$900,00		\$654
2.2.6	Gerente de Operaciones	1	\$800,00	\$800,00		\$218
2.2.7	Camarógrafo de estudio	1	\$300,00	\$300,00		\$218
2.2.8	camarógrafos de campo	2	\$300,00	\$600,00		\$436
2.2.9	Director de cámara	1	\$480,00	\$480,00		\$218
2.2.10	Técnico	1	\$400,00	\$400,00		\$218
2.2.11	Tramoya	1	\$218,00	\$218,00		\$218
2.2.12	Editor	1	\$400,00	\$400,00		\$218
2.2.13	Postproductor y promocionador	1	\$600,00	\$600,00		\$218
2.2.14	Sonidista	1	\$300,00	\$300,00		\$218
2.2.15	Persona encargada de continuidad y Pautaje	1	\$400,00	\$400,00		\$218
2.2.16	Ejecutivo de Ventas	2	\$400,00	\$800,00		\$436

Tabla 6.6, Presupuesto mensual en sueldos y salarios

6.5 Depreciación

A continuación se detallan la depreciación que sufren los equipos expresados en valores económicos, según las características y utilización de los mismos, para así poder proyectar los ingresos y egresos que tendrá el canal a mediano y largo plazo.

Ver anexo 14

6.6 Resultados y Situación Financiera

La siguiente tabla detalla en costos los activos y pasivos que poseerá en canal, sus valores y depreciación de los mismos, el costo de inversión final al primer mes de funcionamiento.

Estado de Situación

ACTIVOS		PASIVOS	
Disponible	\$2057,28		
Bancos	\$2057,28		
Fijos	\$380.077,28	Total Pasivo	
Bienes Muebles	\$385.928,00	PATRIMONIO	
		Patrimonio de la	
Equipos	\$377.718,00	ESPOL	\$380.077,28
Mobiliario	\$1.360,00	Utilidad del Ejercicio	\$2.057,28
Vehículos	\$6.850,00		
(-)Depreciación	\$5.850,72		
Dep. Ac. Eq.	\$5.737,77		
Dep. Ac. Mb.	\$10,20		
Dep. Ac. Veh.	\$102,75	Total Patrimonio	<u>\$382.134,56</u>
Total Activos	<u>\$382.134,56</u>	Total Pas y Patrimonio	<u>\$382.134,56</u>

Tabla 6.7 Estado de Situación

6.7 Evaluación, Económicas y Financiera

A continuación se realizó la proyección a 5 años de los ingresos y egresos que tendrá el canal, utilizando valores de venta de publicidad, con costos que van acorde con el mercado y aplicados en nuestro caso, sugiriendo una determinada cantidad de potenciales clientes que pautaran en el canal.

ESPOL - TV						
Estado de Resultado Proyectado						
	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	26.300,00	315.600,00	331.380,00	347.949,00	365.346,45	383.613,77
Publicidad	26300	315.600,00	331.380,00	347.949,00	365.346,45	383.613,77
(-) EGRESOS	22.046,02	264.552,24	284.718,42	294.460,53	304.711,13	315.497,57
Sueldos	11.452,00	137.424,00	144.295,20	151.509,96	159.085,46	167.039,73
Aporte Patronal	1.299,80	15.597,60	16.377,48	17.196,35	18.056,17	18.958,98
Décimo Tercero	954,33	11.452,00	12.024,60	12.625,83	13.257,12	13.919,98
Décimo Cuarto	454,17	5.450,00	5.940,50	6.475,15	7.057,91	7.693,12
Fondos de Reserva			11.452,00	12.024,60	12.625,83	13.257,12
Agua	40,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00
Energía Eléctrica	1.200,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00
Telecomunicacion						
es	125,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Combustible	120,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Utiles de Oficina	100,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Mant. Vehículo	100,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Mant. Equipos	350,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Depreciación	5.850,72	70.208,64	70.208,64	70.208,64	70.208,64	70.208,64
= UTILIDAD	4253,98	51047,76	46661,58	53488,471	60635,3207	68116,2025
Renovación Equipos				\$3.500,00		
Vehículo						\$18000
Saldo				\$49.988,47		\$50.116,20

Tabla 6.8 Estado de Resultado Proyectado a 5 años

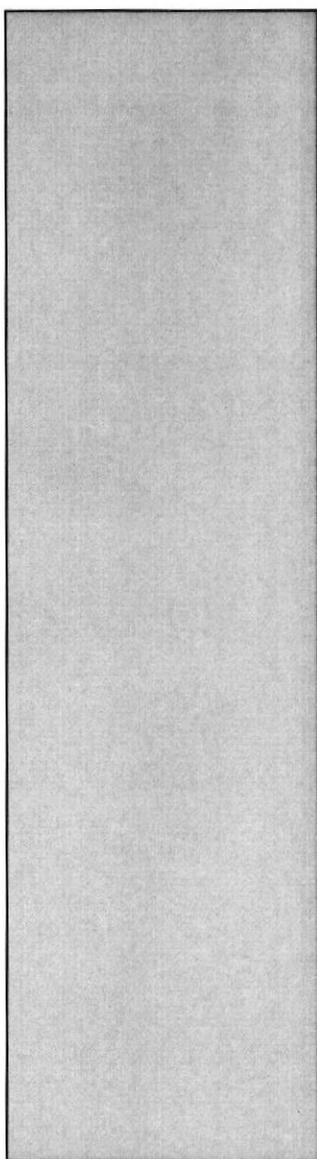
Estudio técnico para la implementación de un canal de circuito cerrado de televisión
ESPOL TV

ESPOL - TV						
Flujo de Caja						
Proyectado						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		315.600,00	331.380,00	347.949,00	365.346,45	383.613,77
(-) EGRESOS		264.552,24	284.718,42	-294.460,53	-304.711,13	-315.497,57
Depreciación		70.208,64	70.208,64	70.208,64	70.208,64	70.208,64
Flujo Neto	\$-385928	\$121256,4	\$116870,22	\$123697,111	\$130843,961	\$138324,842

Tabla 6.9 Flujo de Caja

Tasa	6%
TIR	18%
VAN	\$ 143.342,43

Tabla 6.10 TIR, VAN



CAPÍTULO 7

Conclusiones y Recomendaciones

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones

1. La implementación de un canal de TV de circuito cerrado en la ESPOL ayudará al fortalecimiento de la imagen de la universidad como institución ante la comunidad politécnica y ocasionales visitantes.
2. Facilitará la comunicación entre la institución y la comunidad politécnica ayudando a la difusión de diversas actividades que la universidad realiza.
3. Con el fin de que la ESPOL mejore el nivel académico de sus estudiantes en sus diversas carreras, es recomendable que la universidad cuente con un medio en donde sus estudiantes realicen pasantías laborales y pongan en práctica todo lo aprendido.
4. Fomentará el desarrollo y la creación de material audiovisual educativo y científico, siendo la ESPOL una fuente de conocimiento que favorezca a la sociedad.
5. Al ser un medio masivo que mantiene a su teleaudiencia cautiva sin opción a zapping es potencialmente rentable.
6. Ayudará a la difusión de los diversos cursos de capacitación, diplomado, maestrías y postgrados que la universidad posee, enganchado a los estudiantes que serán los potenciales televidentes
7. La ESPOL cuenta con todas las facilidades en el ámbito personal laboral, donde aprovechara al máximo las capacidades de sus estudiantes y personal docente en la elaboración del material audiovisual.

8. Con la infraestructura armada en el canal de circuito cerrado servirá también en un futuro próximo en el caso de que el canal se pase a una señal abierta si le es asignada alguna frecuencia.

7.2. Recomendaciones

1. Al ser un canal que represente a la ESPOL como institución, su programación debe reflejar la ideología que siempre ha tenido la ESPOL. (Impulsando la sociedad del conocimiento).
2. El material que los estudiantes y el personal realice puede ser facilitado a otros medios e incluso estudiantes, para su difusión.
3. Con los equipos disponibles se pueden realizar reportajes, de las actividades que la ESPOL genere como noticia y facilitárselas a otros medios de comunicación y así tener al tanto de los avances y logros que la universidad tenga y que en mucho de los casos pasan desapercibidos.
4. Crear paquetes publicitarios que incluyan a todos los medios que la ESPOL poseen, la revista, la web y el canal para que cada una de estas sea fortalecida con la otra y hacerla mucho más atractivo para potenciales clientes.
5. Fomentar a los estudiantes a realizar material audiovisual, transmitiendo sus trabajos a través del canal, siempre y cuando cumplan con las normas de calidad que la universidad imponga.

6. Además de la emisión de programas ESPOL TV podría ofrecer servicios de una productora de medios audio-visuales en donde se ofrezca material de calidad elaborada por estudiantes o por el personal que labora en el mismo, como:

- Documentales
- Comerciales
- Videos Institucionales
- Grabación y Producción de Programas
- Promocionales
- Microprogramas
- Publiirreportajes

7. Se podría ofrecer el alquiler de los equipos y servicios a personas particulares e instituciones, como:

- Alquiler de Cámaras
- Alquiler de estudio de grabación
- Alquiler de equipos de edición

Bibliografía

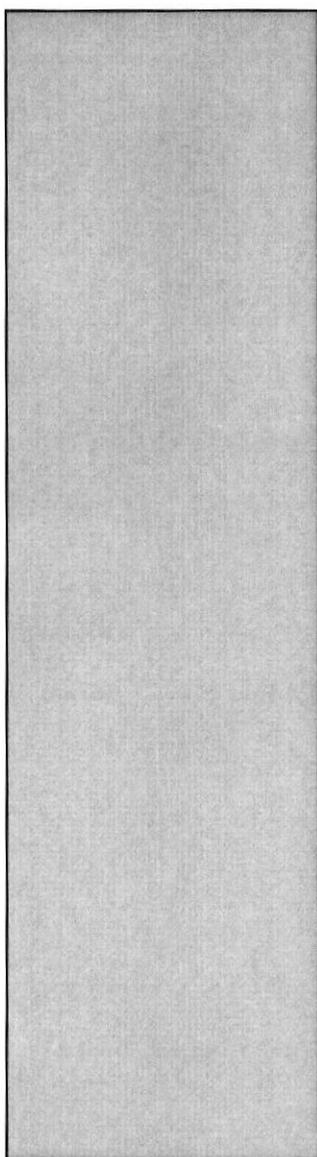
- [1] Fuente: <http://www.canalu.com.co/>, Canal Universitario de Antioquía, Canal U, 2009.
- [2] Fuente: <http://www.teveunam.tv/>, XHUNAM-TV, 2009
- [3] <http://oncetv-ipn.net/index.php>, XEIPN-TV, 2009
- [4] Fuente: <http://unimedia.uniacc.cl/>, Uniacc TV, 2009
- [5] <http://www.tvu.cl/>, Televisión Universidad de Concepción, 2009
- [6] <http://www.uagrm.edu.bo/> Televisión Universitaria Autónoma “Gabriel René Moreno”, 2009
- [7] <http://www.tv.ula.ve/principal/historia/historia.htm>, Universidad de Los Andes Televisión, 2009.
- [8] [http://www.utn.edu.ec/utv/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=1 &Itemid=14](http://www.utn.edu.ec/utv/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=1&Itemid=14), Televisora de la Universidad Técnica del Norte (Ibarra – Ecuador), 2009
- [9] Información proporcionada por el Departamento de Personal de la ESPOL, 2009
- [10] Datos obtenidos a través del software Spss
- [11] Precios otorgados por Telecuador. Cda. Kennedy Calle Miguel H. Alcivar, Torres del Norte, Torre B. Piso 5 Of. 503, 2009
- [12] Listado realizado según investigación en los departamentos técnicos a canales de televisión con similares características (DV TV, Mundo Canal), 2009
- [13] Información obtenida de DV TV, Mundo Canal, canal 24, ETV Telerama, 2009
- [14] Fuente: Dv vigital video magazine, edición 15 mes diciembre del 2008.
- [15] Fuente: Dv vigital video magazine, edición 15 mes diciembre del 2008.
- [16] Fuente: Digital video DV Magazine Edic enero 2009 Para el switht datvideo, 2009
- [17] <http://www.mackie.com/index.html?e=404&u=products/reviews/mackie>, 2009
- [18] <http://www.avid.es/es/products/deko-1000/>, 2009
- [19] Fuente: Información obtenida de ISTORE, 2009
- [20] Información obtenida de www.adobe.com, www.maxon.com, www.apple.com, 2009
- [21] www.apple.com, 2009
- [22] www.adobe.com, 2009
- [23] www.maxon.com, 2009

[24] Fuente: Salarios investigados en los departamentos financieros de canales de televisión con similares características (DV TV, Mundo Canal), 2009

[25] Basado en la recopilación de datos obtenida a través de las entrevistas realizadas a diversos gerentes y de Jefes de Personal de varios medios de comunicación. (ETV Telerama, Lcdo. Andrés Uribe, Gerente Nacional de Producción, DVTV, Lcdo. Andrés Vera, Vicepresidente, Mundo Canal, Lcda. Sandra Chiquito, Gerente General), 2009

[26] Organigrama basado en la nómina de personal de canales con similares características como: Mundo Canal, ETV Televisión Telerama Guayaquil, 2009

[27] Basado en recopilación de datos obtenida a través de canales de similares características, MetroVisión, canal de circuito cerrado y Daule TV.



ANEXOS

Anexo 1 Ley de Radiodifusión y Televisión

LEY DE RADIODIFUSIÓN Y TELEVISIÓN

(Decreto Supremo No. 256-A)
General Guillermo Rodríguez Lara,
PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA,

Considerando:

Que el país requiere de un ordenamiento legal para la televisión y radiodifusión, para su superación técnica, económica y cultural, de conformidad con los imperativos del desarrollo nacional y la evolución tecnológica universal; Que las características peculiares de la televisión y la radiodifusión y la función social que deben tener, demandan del Estado un conjunto de regulaciones especiales que, sin perjuicio de la libertad de información, armonice los intereses propios de aquella con los de la comunidad; Que es necesario fomentar y garantizar el desarrollo de todas las actividades económicas, técnicas y culturales del país conexas con la televisión y la radiodifusión, para que constituyan una auténtica expresión del espíritu nacional; y, Que se deben proteger los derechos de los trabajadores de todos los niveles profesionales de la televisión y de la radiodifusión, con el objeto de lograr la formación de un personal altamente calificado; En uso de las atribuciones de que se halla investido, Expide:

LA SIGUIENTE LEY DE RADIODIFUSIÓN Y TELEVISIÓN

Capítulo V
DE LA POTENCIA

Art. 28.- De acuerdo a su potencia y a la frecuencia, las estaciones de onda media se clasifican en nacionales, regionales y locales.

Las nacionales deben tener potencia mínima superior a 10 kilovatios; las regionales un mínimo superior a 3 kilovatios y un máximo de 10 kilovatios; y las locales, 3 kilovatios como máximo.

Art. 29.- Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo anterior, el mínimo de potencia de las estaciones de onda media locales de capitales de provincia y de otras ciudades cuya población pase de cincuenta mil habitantes, será de un kilovatio.
El mínimo de potencia de las estaciones de ciudades cuya población no llegue a dicha cantidad, será de quinientos vatios.

Art. 30.- Las estaciones de onda corta para la zona tropical, cualquiera que sea el lugar en que se ubiquen, tendrán una potencia mínima de un kilovatio y una máxima de diez kilovatios. Cualquier incremento sobre este máximo, quedará sujeto a los reglamentos o convenios internacionales vigentes.

Las estaciones de onda corta internacional u ondas cortas decamétricas tendrán una potencia mínima de diez kilovatios.

Art. 31.- La potencia mínima de las estaciones de frecuencia modulada será, en general, de 250 vatios, con excepción de las que se ubiquen en ciudades cuya población exceda de doscientos mil habitantes, en las que será de quinientos vatios.

Art. 32.- (Reformado por el Art. 16 de la Ley s/n, R.O. 691, 9-V-95).- El rango de potencia en el que puedan operar las estaciones de televisión, será determinado por el Consejo, sobre la base de estudios técnicos de interferencia y calidad de servicios en el área de cobertura.

Art. 33.- La potencia de las estaciones repetidoras estará de acuerdo al área a cubrirse y a la banda en la que se asignen los canales.

Art. 34.- (Reformado por el Art. 34 de la Ley s/n, R.O. 691, 9-V-95).- Sin perjuicio de su clasificación, toda estación puede disponer de equipo de reserva para suplir provisionalmente al equipo transmisor principal, cuando éste debe ser reparado o en determinadas horas del día.

En el primer caso, el equipo de reserva tendrá una potencia mínima de 10% en relación al principal, y, en el segundo, el 30%. En este caso, además la Superintendencia de Telecomunicaciones deberá autorizar su instalación y funcionamiento.

Art. 35.- (Reformado por la Disposición Final de la Ley 89-2002, R.O. 699, 7-XI-2002).- El Plan Nacional de Distribución de Frecuencias para Radiodifusión y Televisión será aprobado por el Consejo Nacional respectivo. En este documento constarán los canales o frecuencias concedidos y los que estuvieren disponibles, de acuerdo con las asignaciones que correspondan al Ecuador en las diferentes bandas en el Plan Nacional de Frecuencias como signatario de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y de otros convenios internacionales.

La Superintendencia de Telecomunicaciones informará periódicamente, al Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión, la disponibilidad de todos los segmentos del espectro radioeléctrico que no se hallen utilizados, correspondientes a radiodifusión y televisión, para que los asigne conforme a esta Ley y, además, le suministrará a este organismo toda la información y colaboración técnica y administrativa que requiera para cumplimiento de sus funciones y responsabilidades.

Anexo 2 Encuesta realizada a estudiantes y profesores de la ESPOL

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL (EDCOM)
- Canal de televisión ESPOL TV de circuito cerrado -
Encuesta: "Canal ESPOL TV"**

El ánimo de esta encuesta es conocer la opinión de los alumnos y profesores de la ESPOL campus Prosperina sobre el proyecto de crear un canal de televisión de circuito cerrado en el campus Gustavo Galindo. Este canal será realizado por sus profesores y alumnos, de carreras relacionadas a todo lo que respecta a un canal de televisión.

Es muy importante para nosotros conocer su punto de vista ya que el canal va dirigido a usted, por lo que rogaríamos que nos ayudara brindando toda la información posible.

Agradecemos de antemano la información proporcionada.

"¿Sabía usted que la ESPOL cuenta con un canal por internet llamado IP/TV que arrancó en mayo del 2006?"

"¿Sabía usted que la mayoría de alumnos graduados de la Licenciatura en Producción Audiovisual y Diseño tienen muchas dificultades de encontrar trabajo en la TV debido a la falta de prácticas durante sus estudios?"

Encuesta autorizada por:

ESPOL-

EDCOM: _____

Realizada por:

D.G.

Luque _____

Claudia

D.G.

Torres _____

Raúl

D.G.

Rodríguez _____

Omar

Sección 1: Conformación del Canal

Marcar con una X su respuesta a las siguientes preguntas:

1.- ¿Qué actividad realiza en la ESPOL?:

- Estudiante
- Profesor

2.- ¿En qué facultad estudia o labora usted?

- Facultad de Ciencias de la Tierra
- Facultad de Electricidad y Computación
- Facultad de Marítima y Ciencias del Mar
- Facultad de Mecánica y Producción
- Facultad de Economía y Negocios
- Facultad de Tecnologías
- Edcom

3.- ¿Está de acuerdo con la creación de un canal de televisión de circuito cerrado para la ESPOL del campus Gustavo Galindo?

Circuito cerrado, comprende una señal de televisión que abarca el Campus Gustavo Galindo.

- Si.
- No

4.- ¿Estaría usted de acuerdo con realizar pasantías laborales dentro del canal de televisión de la ESPOL?

- Si.
- No

5.- ¿Ayudaría al canal ESPOL tener un staff de alumnos para su desarrollo tanto en la parte administrativa, operativa y de producción?

- Si.
- No

Sección 2: Características del Canal.

Marcar con una X su respuesta a las siguientes preguntas:

6.- ¿Qué tipo de programación considera usted que debería tener el canal ESPOL?

- Educativa
- Deportiva
- Variedades

- Noticias
- Música
- Todas las anteriores
- Otros: _____

7.- ¿Quiénes deberían ser los conductores de los programas del canal de la ESPOL?

- Profesores
- Alumnos
- Profesores y Alumnos por separado
- Profesores y Alumnos juntos
- Personal contratado fuera de la ESPOL
- Otros: _____
-

8.- ¿Debería llamarse el canal de televisión de la universidad “ESPOL TV”?

- Si.
- No ¿Como debería llamarse?: _____

Sección 3: Información general

Marcar con una X su respuesta a las siguientes preguntas:

9.- ¿Conoce usted otra universidad en Ecuador que cuenta con un canal de televisión propio ya sea de abierto o de circuito cerrado?

- Si. ¿Qué Universidad? _____
- No

10.- ¿En que partes del campus sería recomendable colocar una TV para ver el canal de la ESPOL?

- En la cafetería
- Administración y sus alrededores
- En cada facultad
- En todos los lugares anteriormente mencionados
- Otros _____

Anexo 3 Referencias Cámara de Video

The screenshot shows a web browser window displaying the J&R website. The browser's address bar shows the URL http://www.jr.com/sony/pe/SON_HDRFX1000/. The website header features the J&R logo and the tagline "Savings, Selection & Service Since 1971". A navigation menu includes categories like AUDIO, VIDEO, CAMERAS, COMPUTERS, SOFTWARE, OFFICE, HOUSEWARES, GAMES, MOVIES, and MUSIC. Below the menu, there are promotional banners for "SHOP BY BRAND", "BOUTIQUES", "PRICE DROPS", "CLEARANCE", "FREE SHIPPING", "REBATES", and "PROMOTIONS". A search bar is located on the left, and a phone number "ORDER BY PHONE: 800-806-1115" is displayed on the right. The main content area features a product listing for the "Sony HDRFX1000 High Definition MiniDV (HDV) Handycam Pro Camcorder". The product image shows a black camcorder with a lens and various controls. The text describes it as a "Film-like progressive scan / three ClearVid CMOS Sensors / Wide-angle to Telephoto G-Lens with 20X optical zoom / Superior Low-light Shooting". The J&R Item # is SON HDRFX1000 and the Mfr. Part # is HDRFX1000. A "Product Rating" section shows 0 ratings. To the right of the product, a "Buying Info" box displays the price as \$3,199.00, with a note that it is "Temporarily Out of Stock" and will be notified when available. Below the price is an "Add to Cart" button. At the bottom of the page, there is a "Similar Products" section with a table comparing the "Current Product" and a "Similar Product".

Anexo 4 Referencias Cámara de Video

The screenshot shows a web browser window with the URL http://www.bhphotovideo.com/c/product/581316-REG/Sony_HDR_FX1000_HDR_FX1000_Handycam_HDV_Car. The page features a navigation menu with categories like Audio Professional, A/V Presentation, Binoculars & Scopes, Camcorders, Cameras & Photo Gear, Computers, Darkroom, Digital Photography, Film, Tapes, Media, Lighting & Studio, Portable Entertainment, Surveillance, TVs & Entertainment, Underwater Equipment, Video Professional, and Used Store. A holiday notice is displayed: "Upcoming Holiday: Our NY SuperStore and offices will be closing early on Thursday May 28th at 2:00PM EDT and will be closed on Friday, May 29th. We will resume business as usual on Sunday, May 31st." The breadcrumb trail is: Home > Professional Video > Video Cameras & Accessories > Camcorders & Cameras > Professional Camcorders > Prosumer Camcorders. The product image shows a black Sony HDR-FX1000 camcorder. The product title is "SONY Sony HDR-FX1000 Handycam HDV Camcorder". Key features listed include "3CMOS ClearVid Exmor Sensors • 1080p • 24p • 20x G-Lens" and "Dual Record with 1.2MP Still Capture • HDV/DV Switchable". The price is listed as \$ 3,199.00. The page also indicates "Free Shipping" and "In Stock".

Anexo 5 Referencia VCR

Archivo Editor Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda

http://www.jr.com/sony/pe/SON_HVRM15AU/

Más visitados Comenzar a usar Firef... Últimas noticias Ejemplos de Diseño d... My Agencia.Net -haz lo que quieras... EL BLUES .or D.com.ar Tu Portf...

J&R Sony HDRFX1000 High Definition MiniD... Sony | HDR-FX1000 Handycam HDV Ca... J&R Sony HVRM15AU HDV VTR Pro DV...

Cart | My Account - Login | Order Status | NYC Stores | Help

J&R Savings, Selection & Service Since 1971 Official Consumer Electronics Retailer

AUDIO VIDEO CAMERAS COMPUTERS SOFTWARE OFFICE HOUSEWARES GAMES MOVIES MUSIC

SHOP BY BRAND BOUTIQUES PRICE DROPS CLEARANCE FREE SHIPPING REBATES PROMOTIONS

Search: [] GO ORDER BY PHONE: 800-806-1115
Customer Service: 800-426-6027 | Corporate Sales: 800-221-3191

Home > Video > Video Processing and Editing > Sony HVRM15AU HDV VTR Pro DV Recorder

See all Sony Video Processing and Editing Equipment

Want It! Email Print

Sony HVRM15AU HDV VTR Pro DV Recorder
Native progressive recording / Playback capability / Multi-format compatibility with HDV (60/50i, 24/25/30p) and DVCAM/DV (60/50i)
J&R Item # SON HVRM15AU
Mfr. Part # HVRM15AU

Product Rating
0 Ratings
Write a Review

Buying Info
Sugg. retail price ~~\$2,050.00~~
Usually ships in 1 - 2 business days
FREE GROUND SHIPPING
Add to Cart for Low Price
You can always remove it later.
Why is there a better price?
Sony 3DVM63HD 63 Minutes HD Mini DV Tapes \$24.99 Add to Cart

enlarge

Description Accessories Shipping Store Stock Similar Products Reviews

Native progressive recording / Playback capability / Multi-format compatibility with HDV (60/50i, 24/25/30p) and DVCAM/DV (60/50i)
Request a copy of the manufacturer's warranty, click here for details
Protect your investment with an Extended Service Plan

http://images.jr.com/productimages/SONHVRM15AU.PNG?CELL=380,380&QLT=67&FTR=386&COLOR=FFFFFF&CVT=jpeg

Anexo 6 Referencia Switcher

Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda

http://www.bhphotovideo.com/c/product/306255-REG/Datavideo_SE_800AV_NTSC_SE_800AV_4_Input_Audio

Más visitados Comenzar a usar Firef... Últimas noticias Ejemplos de Diseño d... My Agencia.Net -haz lo que quieras -... EL BLUES .ar D.com.ar Tu Portf...

JBR Sony HDRFX1000 Hg... BH Sony | HDR-FX1000 ... JBR Sony HVRM15AU HDV... BH Sony | HVR-M15AU D... BH Sony | HVR-M15AU D... BH Datavideo | SE-8...

Our NY SuperStore and offices will be closing early on Thursday May 28th at 2:00PM EDT and will be closed on Friday, May 29th. **We will resume business as usual on Sunday, May 31st.** Standard shipping orders placed after 6:00PM EDT on Wednesday, May 27th and rush orders (1 & 2 day shipping) placed after 11:30AM EDT on Thursday, May 28th, will be processed after we reopen.

We apologize for any inconvenience and appreciate your patronage.

Home > **Professional Video** > Production Equipment & Accessories > **Live Studio & Broadcast** > Broadcast Equipment > **Live Switcher**

email print

datavideo

Datavideo SE-800AV 4 Input Audio Video Mixer - Composite, Y/C, Unbalanced Stereo Audio

Mfr# SE-800AV - NTSC B&H# DASE800AV

Price: **\$ 2,496.00**

[Calculate Shipping](#)

In Stock

Enhanced Product Protection Available

- ✓ Accidental damage covered for most products
- ✓ Full purchase price refund, if product cannot be fixed

[More coverage details](#)

Quantity:

ADD TO CART

[Add to Wishlist](#)

more images Customer Rating

http://www.bhphotovideo.com/brh/controller/home?C=ProductDetail&A=showMultipleImages&Q=6&sku=306255&is=REG

Anexo 7 Referencia Consola Mezcladora de Audio

Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda

http://www.bhphotovideo.com/c/product/472014-REG/Mackie_1604_VLZ3_1604_VLZ3_Sixteen_Channel_Mixe

Más visitados Comenzar a usar Firef... Últimas noticias Ejemplos de Diseño d... My Agencia.Net -haz lo que quieras -... EL BLUES .ar D.com.ar Tu Portf...

JBR Sony HDRFX100... BH Sony | HDR-FX1... JBR Sony HVRM1SAU... BH Sony | HVR-M15... BH Sony | HVR-M15... BH DataVideo | SE-8... BH Mackie | 160...

Home > Professional Audio > Recording > Mixers > Analog Mixers > Analog Recording Mixers

email print

MACKIE.

Mackie 1604-VLZ3 Sixteen Channel Four Bus Mixer with Sixteen XLR Mic Inputs

Mfr# 1604-VLZ3 88H# MA1604VLZ3

Our Price: ~~\$1,299.99~~ \$899.99

Free Shipping

Back-ordered

Important Notice!
This item is temporarily not available. We have no estimated arrival date at this time.

Enhanced Product Protection Available
✓ Accidental damage covered for most products
✓ Full purchase price refund, if product cannot be fixed [More coverage details](#)

Notify when in stock
Add to Wishlist

more images view demo Customer Rating **★★★★** Write a Review

Accessories Features Specifications Item Includes Read Reviews

http://www.bhphotovideo.com/fn/h/controller/home?C=ProductDetail&A=showMultipleImages&Q=sku=172014&is=REG

Anexo 8 Referencia Consola Mezcladora de Audio

Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda

http://elehot.com/productinfo.asp?id=2007

Más visitados Comenzar a usar Firef... Últimas noticias Ejemplos de Diseño d... My Agencia.Net -haz lo que quieras -... EL BLUES .ar D.com.ar Tu Partf...

SR Sony HDRFX1000 High Defini... BH Sony | HDR-FX1000 Handyc... SR Sony HVRM15AU HDV VTR P... BH Sony | HVR-M15AU Desktop ... Avid Pinnacle Deko 100...

ELEHOT Welcome! [Sign in](#) or [Sign up](#) | [Shopping Cart](#)

Products Search Search by product name

Home | Products | Payment | Shipment | F.A.Q. | About us | Contact us | Feedback | Converter

Televisions Computer DJ Equipment Wristwatches DVD & Home Cinema MP3 & mp4 Motorcycles&accessories

msn ele-hot@live.cn
elehot@188.com

User Login
UserID
Password

Create an account
Forgot password?

Not a member yet?
Join now

Browse by categories
Mobile Phones

Home > Products > Photography > Avid-Avid Pinnacle Deko 1000 Loaded With Options

Products

Avid Pinnacle Deko 1000 Loaded with Options
Item No.:
Market Price : Euro3500
Member Price: Euro3150

Previous Next

Site Notice

Delivery Information
E8075694270CN
E8036491068CN
EE028243308CN
EE028247888CN

Hot Products
LG Versa VX9800 Cell Phone
Samsung LN55396D

http://elehot.com/bigpic/20090319174006.jpg

Anexo 9 Referencia Software de edición

The screenshot shows the Apple Store website for Final Cut Studio 2. The browser window title is "Final Cut Studio 2 - Apple Store (U.S.) - Windows Internet Explorer". The address bar shows "http://store.apple.com/us/product/MA8862/A". The page features a navigation bar with "Store", "Mac", "iPod + iTunes", "iPhone", "Downloads", and "Support". Below the navigation bar, there are tabs for "Shop Mac", "Mac Software", and "Apple Software". The main content area displays the product "Final Cut Studio 2" with a price of "\$1,299.00" and "Free Shipping". A description states: "Final Cut Studio 2 is the must-have upgrade to Apple's award-winning video and audio production suite. With six powerful applications, each designed specifically for editors, Final Cut Studio 2 puts everything you need in a single box." A list of features includes: "Final Cut Pro 6 for video and film editing", "Motion 3 for graphics and animation in 3D", "Soundtrack Pro 2 for professional audio post-production", "Color for professional color grading and finishing", and "Compressor 3 and DVD Studio Pro 4 for digital delivery virtually anywhere — a disc, the web, Apple TV, iPod, or cell phone". There is a "Customer Rating" section with a 4.5-star rating based on 82 reviews. The "Overview" section lists "Top features in Final Cut Studio 2" and "What's in the Box". The page also includes a "Similar Products" section with "QuickTime 7 Pro for Mac" and "iLife '09".

Anexo 10 Referencia de software de Post-Producción

video editor | Adobe Creative Suite 4 Production Premium: features - Windows Internet Explorer

http://www.adobe.com/uk/products/creativesuite/production/features/?view=toptimesavers

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Buscar en la Web

Google SketchUp

Your account | Contact | United Kingdom (Change)

Home Solutions Products Support Communities Company Downloads Store

Search for...

ADOBE CREATIVE SUITE 4 PRODUCTION PREMIUM

DESIGN PREMIUM WEB PREMIUM PRODUCTION PREMIUM MASTER COLLECTION

Features

View features by: Top time-savers Top new Top overall All [Printable overview](#)

Six ways Creative Suite 4 Production Premium saves you time and money

Pr

Import Method	CS4 FCP (min)	CS4 P2 (min)
Import 5 minute AVCHD clip	17 min	26 min
Import 35 AVCHD clips, 24 min footage	12 min	35 min

Time in minutes, shorter is better

New AVCHD support in Adobe Premiere® Pro CS4 software is **up to 150% faster*** than importing the same footage with Adobe Final Cut Pro.

Go straight from shoot to edit with faster tapeless workflows
TIME-SAVER

Skip time-consuming transcoding when importing tapeless footage. Benchmark tests show that native P2, AVCHD, XDCAM, and RED support in Adobe® Premiere® Pro CS4 makes this task three times as fast* as importing the same footage

CREATIVE SUITE FAMILY HOME

- Buy
- Upgrade
- Get the trial
- Have Adobe contact me
- Volume licensing

PRODUCTION PREMIUM HOME

- Features
- Upgrade eligibility
- System requirements
- FAQ

IN DEPTH

Technical details, reviews, and more

Internet 100%

Anexo 11 Referencia de software de Animación modelado 3D.

MAXON - The makers of CINEMA 4D and BodyPaint 3D - Windows Internet Explorer

http://www.maxon.net/index.php?id=188&L=0 cinema 4d

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Buscar en la Web Anti-Spy Actualizar barra Correo Web Messenger Respuestas

MAXON - The makers of ...

News Products Customer Stories Support Downloads Order About

MAXON 3D FOR THE REAL WORLD

New CINEMA 4D Modules BodyPaint 3D Editions & Bundles

CINEMA 4D R13

- New Features
- Highlights
- Technology
- Service Agreement
- Ease of Use
- Content Browser
- Workflow and Interface
- Integration
- File Formats
- Modeling
- 3D Painting
- Material System
- UV Editing
- Lighting
- Rendering
- Multipass-Rendering
- Animation
- XPresso
- Custom Scripts & Plugins

MAXON CINEMA 4D
Easy to Use, Professional 3D Animation Software

The next generation, representing two decades of excellence.

The eleventh generation of CINEMA 4D is another milestone in the development of professional 3D software and a testament to two decades of excellence by MAXON's programming team. Professional 3D animation tools have never been easier to use.

The Easiest To Use 3D Application

CINEMA 4D's intuitive interface and logical workflow make it possible for those new to 3D artistry to dive in and be productive quickly. Feedback is smooth and interactive so you can let your creativity run free.

State-of-the-Art Technology

CINEMA 4D's state-of-the-art architecture means it is always the first to benefit from new technologies and advancements - 64-bit support on Windows and Mac OS or Multiprocessing to name a few. MAXON is a development partner of many leading IT companies, including Intel and Apple. As such MAXON has early access to many future technologies which makes it possible to tailor our products accordingly. Our customers can rely on latest technology and maximum security for their investment.

MAXON

Internet 100%

Anexo 12 Nómina de Personal ETV Telerama

Rol E TV Guayaquil
Administración
ASISTENTE ADMINISTRATIVA
Total Empleados Administración:
MENSAJERO
RECEPCIONISTA
GUARDIA
AUXILIAR DE OFICINA
RECEPCIONISTA
AUXILIAR DE OFICINA
Deportes
REPORTERO
REPORTERO
COORDINADOR DEPORTIVO
Total Empleados Deportes:
Diseño Gráfico
DISEÑADOR GRAFICO
DISEÑADOR GRAFICO
Total Empleados Diseño Gráfico:
Finanzas
COORD. FACTURACION Y COBRANZA
DIRECTOR FINANCIERO
CONTRALOR
ASISTENTE DE FACTURACION
Total Empleados Finanzas:
Noticias
JEFE DE NOTICIAS
REPORTERO
POST-PRODUCTOR
REPORTERO
VICEPRESIDENTE DE NOTICIAS
REDACTOR DE NOTICIAS
POST-PRODUCTOR
ASISTENTE DE NOTICIAS
ASISTENTE DE NOTICIAS
REPORTERO
ASISTENTE DE NOTICIAS
DIRECTOR NOTICIAS
Total Empleados Noticias:

Operaciones

ASISTENTE DE DIRECCION DE
CAMARAS
CAMAROGRAFO DE EXTERIORES
CAMAROGRAFO DE EXTERIORES
CAMAROGRAFO DE EXTERIORES
EDITOR
OPERADOR VTR
ASISTENTE DE DIRECCION DE
CAMARAS
CHOFER
CHOFER
DIRECTOR DE OPERACIONES
EDITOR
CHOFER
LUMINOTECNICO
CAMAROGRAFO DE PLANTA
CAMAROGRAFO DE PLANTA
CAMAROGRAFO DE EXTERIORES
CAMAROGRAFO DE EXTERIORES
CAMAROGRAFO DE EXTERIORES
CHOFER
CAMAROGRAFO DE EXTERIORES
CHOFER
SONIDISTA

Total Empleados Operaciones:

Post - Producción

SUPERVISOR DE PRODUCCION
POST-PRODUCTOR
EDITOR
OPERADORES DE MEDIA POST-
PRODUCCION
PRODUCTOR GENERAL

Total Empleados Post - Producción:

Producción

ASISTENTE DE PRODUCCION
REPORTERO
REPORTERO
PRODUCTOR
PRODUCTOR
PRODUCTOR EJECTUVO
REPORTERO
PRODUCTOR

Programación

COORDINADOR PROGRAMACION
ANALISTA DE SINTONIA

Total Empleados Programación:

Recursos Humanos
ASISTENTE DE RECURSOS HUMANOS
Total Empleados Recursos Humanos:
Relaciones Públicas
COORD. COMUNICACION Y PRENSA
ASISTENTE DE RELACIONES PUBLICAS
Total Empleados Relaciones Públicas:
Técnico
JEFE TECNICO
TECNICO
TECNICO
Total Empleados Técnico:
Ventas
EJECUTIVOS DE CUENTA
SUPERVISORA DE CUENTA
ASISTENTE COMERCIAL
VICEPRESIDENTE COMERCIAL
EJECUTIVOS DE CUENTA
COORDINADOR CONTINUIDAD
Total Empleados Ventas:
Total Empleados E TV Guayaquil:
PRESENTADOR/A
PRESENTADOR/A COMPETENCIA
PRESENTADOR/A A MUJER A MUJER
PRESENTADOR/A PRENSA ROSA
PRESENTADOR/A
PRESENTADORA MUJERA AMUJER
PRESENTADOR/A PRENSA ROSA
PRESENTADOR/A CONTEXTOS
PRESENTADOR/A NBOGA
PRESENTADOR/A PRENSA ROSA
PRESENTADOR/A NBOGA

Fuente: Departamento de RRHH de ETV Telerama Guayaquil. Ing. Wendy Santos

**Estudio técnico para la implementación de un canal de circuito cerrado de televisión
ESPOL TV**

Anexo 13

PAQUETE ECONOMICO DE COMERCIALES DAULE TV

PAQUETE No. 1

CANAL 9	CLASIFICACION	No. PAUTAS DIARIAS	HORARIO	COSTO MENSUAL
DESTAPE INFORMATIVO (Lunes a Viernes)	Noticiero (Todo Publico)	2 Comerciales de 45"	06H30 - 07H30	\$ 224,00
DV NOTICIAS (Lunes a Viernes)	Noticiero (Todo Publico)	2 Comerciales de 45"	18H30 - 19H00	
ALGARETE (Lunes a Viernes)	Juvenil (Todo Publico)	2 Comerciales de 45"	15H00 - 16H00	
VIA DEPORTIVA (Deportivo)	Deportivo (Todo Publico)	2 Comerciales de 45"	19H30 - 20H00 14H30 - 15H00	
TELEGUIA (Lunes a Viernes)	Comercial (Todo Publico)	10 Claquetas de 10"	8H30 - 10H00	

PAQUETE No. 2

CANAL 9	CLASIFICACION	No. PAUTAS DIARIAS	HORARIO	COSTO MENSUAL
DESTAPE INFORMATIVO (Lunes a Viernes)	Noticiero (Todo Publico)	2 Comerciales de 30"	06H30 - 07H30	\$ 145,60
DV NOTICIAS (Lunes a Viernes)	Noticiero (Todo Publico)	2 Comerciales de 30"	18H30 - 19H00	
ENRIQUE Y SUS AMIGOS (Sabado)	Cultural (Todo Publico)	2 Comerciales de 30"	08h00 - 09h00	

PAQUETE No. 3

CANAL 9	CLASIFICACION	No. PAUTAS DIARIAS	HORARIO	COSTO MENSUAL
DV NOTICIAS (Lunes a Viernes)	Noticiero (Todo Publico)	2 Comerciales de 30"	18H30 - 19H00	\$ 134,40
ALGARETE (Lunes a Viernes)	Juvenil (Todo Publico)	2 Comerciales de 30"	15H00 - 16H00	
ENRIQUE Y SUS AMIGOS (Sabado)	Cultural (Todo Publico)	2 Comerciales de 30"	08h00 - 09h00	

PAQUETE No. 4

CANAL 9	CLASIFICACION	No. PAUTAS DIARIAS	HORARIO	COSTO MENSUAL
DV NOTICIAS (Lunes a Viernes)	Noticiero (Todo Publico)	2 Comerciales de 30"	18H30 - 19H00	\$ 123,20
DV MUSICAL (Lunes a Viernes)	Juvenil (Todo Publico)	2 Comerciales de 30"	11H00 - 12H30	
VIA DEPORTIVA (Deportivo)	Deportivo (Todo Publico)	2 Comerciales de 30"	19H30 - 20H00 14H30 - 15H00	

MINI COMERCIAL

CANAL 9	CLASIFICACION	No. PAUTAS DIARIAS	HORARIO	COSTO MENSUAL
TELEGUIA (LUNES A SABADOS)	PUBLICIDAD(TODO PUBLICO)	2 MINI COMERCIALES DE 10"	08h00 - 09h00	\$ 44,80

EL MINI COMERCIAL CONTIENE: MUSICA DE FONDO, IMÁGENES EN MOVIMIENTO, VOZ EN OFF
* CONTRATADO A PARTIR DE 6 MESES EN ADELANTE

Fuente: Departamento de Ventas de Daule TV. Lcdo. Andrés Vera

Tarifas

<< Troncal Uno: Guasmo - Río Daule >>

número de buses	número de usuarios diario aproxim.	horas de recorrido	tiempo de duración de pautas x cliente	repeticiones diarias aprox. de pautas x cliente x bus	pautas al mes (30 días) x cliente x bus	total de pautas al mes x cliente x circuito (40 buses)
40 articulados	120,000	19	30 segundos	32	960	38,400

<< Troncal Tres: Terminal Bastión Popular - Estación de Transferencia I.E.S.S >>

número de buses	número de usuarios diario aproxim.	horas de recorrido	tiempo de duración de pautas x cliente	repeticiones diarias aprox. de pautas x cliente x bus	pautas al mes (30 días) x cliente x bus	total de pautas al mes x cliente x circuito (65 buses)
65 articulados	220,000	19	30 segundos	32	960	62,400

<< Troncales Uno y Tres >>

número de buses	número de usuarios diario aproxim.	horas de recorrido	tiempo de duración de pautas x cliente	repeticiones diarias aprox. de pautas x cliente x bus	pautas al mes (30 días) x cliente x bus	total de pautas al mes x cliente x circuito (105 buses)
105 buses articulados	340,000	19	30 segundos	32	960	100,800



Tarifas

<< Paquete Premium >>

100,800 pautas mensuales en los dos circuitos (comercial c/30 minutos)	\$ 6,500.00
40 banners de 120 cm x 14 cm (\$ 20.00 c/b)	\$ 800.00
TOTAL MENSUAL	\$ 7,300.00

<< Solo Pantallas >>

100,800 pautas mensuales en el circuito (comercial c/30 minutos)	\$ 6,500.00 mensuales
--	------------------------------

<< Solo Banners >>

1 banner de 120 cm x 14 cm por bus (precio valido para clientes que pautan tv)	\$ 30 mensuales
1 banner de 120 cm x 14 cm por bus	\$ 60 mensuales



Fuente: Página web, MetroVisión

**Estudio técnico para la implementación de un canal de circuito cerrado de televisión
ESPOL TV**

Anexo 14 Depreciación

PRESUPUESTO DEL PROYECTO DEL CIRCUITO CERRADO DE TV PARA
ESPOL - PROSPERINA

ORD	CONCEPTO	CANT	PRECIO UNITARIO	TOTAL	VALOR RESIDUAL	VALOR POR DEPRECIAR	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION MENSUAL
1	EQUIPAMIENTO			\$385.928,00	\$38.592,80	\$347.335,20	\$70.208,64	\$5.850,72
1.1	Equipos para estudio y producción			21.170,00	2.117,00	19.053,00	3.810,60	317,55
1.1.1	Set de Iluminación	1	600,00	600,00	60,00	540,00	108,00	9,00
1.1.2	Cámara de estudio Sony HDR-fx1000	3	3.900,00	11.700,00	1.170,00	10.530,00	2.106,00	175,50
1.1.3	Cámaras de exteriores Sony HDR-fx1000	2	3.900,00	7.800,00	780,00	7.020,00	1.404,00	117,00
1.1.4	Tripode Sony	5	124,00	620,00	62,00	558,00	111,60	9,30
1.1.5	Paneles para escenografía	3	150,00	450,00	45,00	405,00	81,00	6,75
1.2	Equipos de control Master			\$35.678,00	\$3.567,80	\$32.110,20	\$6.422,04	\$535,17
1.2.1	monitores	5	400,00	2.000,00	200,00	1.800,00	360,00	30,00
1.2.2	Switcher Analog Way – cbrx2	1	3.600,00	3.600,00	360,00	3.240,00	648,00	54,00
1.2.3	CSU	3	2.400,00	7.200,00	720,00	6.480,00	1.296,00	108,00
1.2.4	TVC Esemble Design	1	950,00	950,00	95,00	855,00	171,00	14,25
1.2.5	TVC Prime Image Penta	1	5.000,00	5.000,00	500,00	4.500,00	900,00	75,00
1.2.6	Consola de audio de 24 canales	1	1.100,00	1.100,00	110,00	990,00	198,00	16,50
1.2.7	Equipos de VCR DV	3	3.000,00	9.000,00	900,00	8.100,00	1.620,00	135,00
1.2.8	Generador de Caracteres Logo Motion - Burts	1	4.000,00	4.000,00	400,00	3.600,00	720,00	60,00
1.2.9	Electronic Intercom System 6 puntos de comunicacion y ruteador	1	700,00	700,00	70,00	630,00	126,00	10,50
1.2.10	Microfono corbatero inalámbrico	3	76,00	228,00	22,80	205,20	41,04	3,42
1.2.11	Micrófono de mano	2	50,00	100,00	10,00	90,00	18,00	1,50
1.3	Edición y Postproducción			\$17.670,00	\$1.767,00	\$15.903,00	\$3.660,60	\$305,05
1.3.1	Equipos de VCR Computador para Edición no lineal	2	3.000,00	6.000,00	600,00	5.400,00	1.080,00	90,00
1.3.2	Computador para postproducción	1	2.000,00	2.000,00	200,00	1.800,00	600,00	50,00
1.3.3	Consolas de Audio de 4 canales	1	2.000,00	2.000,00	200,00	1.800,00	600,00	50,00
1.3.4	Final Cut Studio	1	300,00	300,00	30,00	270,00	54,00	4,50
1.3.5	Adobe Creative Suit	2	1.300,00	2.600,00	260,00	2.340,00	468,00	39,00
1.3.6	Production Premium	2	1.700,00	3.400,00	340,00	3.060,00	612,00	51,00
1.3.7	Cinema 4D	2	685,00	1.370,00	137,00	1.233,00	246,60	20,55
1.4	Radio Frecuencia			\$300.000,00	\$30.000,00	\$270.000,00	\$54.000,00	\$4.500,00
1.4.1	Antena y transmisor (llave en mano)	1	300.000,00	300.000,00	30.000,00	270.000,00	54.000,00	4.500,00
1.5	Equipos de Oficina			\$3.200,00	\$320,00	\$2.880,00	\$960,00	\$80,00
1.5.1	Computadoras	8	400,00	3.200,00	320,00	2.880,00	960,00	80,00
1.6	Mobiliario			\$1.360,00	\$136,00	\$1.224,00	\$122,40	\$10,20
1.6.1	Escritorio	8	120,00	960,00	96,00	864,00	86,40	7,20
1.6.2	Sillas	8	50,00	400,00	40,00	360,00	36,00	3,00
1.7	Vehículos			\$6.850,00	\$685,00	\$6.165,00	\$1.233,00	\$102,75
1.7.1	camioneta	1	6.850,00	6.850,00	685,00	6.165,00	1.233,00	102,75

Anexo 15 Diseño de Imagen ESPOL TV

Logotipo



Logotipo aplicación sobre fondo negro



Aplicación del logotipo para informativos de Espol TV



Aplicación del logotipo en blanco y negro



DIFERENTES APLICACIONES

Camiseta de algodón cuello redondo con logo estampado



Camiseta tipo polo con logo bordado



Adhesivo impreso para vehículo



Grabados en vidrio, para el área de las oficinas del canal



Merchandising



