



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

MODALIDAD ABIERTA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

“Mapa de Comunicación del Ecuador”

Tesis previa a la obtención del
Título de Licenciado/a en
Comunicación Social

AUTOR: John Paulo Ordóñez Fajardo
DIRECTORA DE TESIS: Jhoana Córdova

CENTRO UNIVERSITARIO GUAYAQUIL- 2011

CERTIFICACIÓN:

Jhoana Córdova

DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación, realizado por el SR. John Paulo Ordóñez Fajardo, sobre el tema: "Mapa de Comunicación del Ecuador", ha sido dirigido y revisado prolijamente y, cumple con todos los requisitos establecidos por la Universidad Particular de Loja, por lo que se autoriza su presentación.

Loja, 3 de agosto del 2011

Jhoana Córdova
C.I. #

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, John Paulo Ordóñez Fajardo declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

John Paulo Ordóñez Fajardo
C.I. # 0912181419

AUTORÍA

Todos los criterios, afirmaciones, análisis, interpretaciones, conclusiones y todos los demás aspectos vertidos en el presente trabajo son de absoluta responsabilidad del autor.

Loja, 3 de Agosto del 2011

John Paulo Ordóñez Fajardo
C.I. # 0912181419

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento a mi esposa y a mis hijos por ser mi puntal en este trabajo. Gracias por la paciencia, tolerancia, empuje y amor que me han dado a lo largo de mis años de estudios.

Gracias a mi amada esposa Kathy por su fortaleza, compañía y dedicación diaria. A María Beatriz, mi hija mayor, por su perseverancia que me demuestra que con esfuerzo todo se puede. A Paulo Cesar, mi hijo, por su humildad, inocencia, valentía y amor que me enseñan a ser una mejor persona. A Caterina, la más chiquita, por su alegría y dulzura que me iluminan todos los días.

A mis padres Agustín y Ruth por guiarme y enseñarme el amor a Dios. A Carlos Castañeda, maestro y amigo, quien despertó en mí el interés y la pasión por la comunicación y el periodismo. A Beatriz, mi suegra, por su apoyo constante. Al Ingeniero Agrónomo Eduardo Calero Hidalgo, mi suegro, maestro, guía y consultor; su colaboración ha hecho posible que este proyecto investigativo culmine con éxito.

A cada una de las empresas de comunicación que colaboraron con la recopilación de la información. Y a los profesionales de la Universidad Técnica Particular de Loja que hicieron posible este proyecto de investigación, el que estoy seguro ayudará en la actualización de información sobre los medios de comunicación del país.

DEDICATORIA

Este trabajo no sería posible si no fuera por la ayuda de mi esposa y de mis hijos; su apoyo incondicional ha hecho que este proyecto de investigación sea exitoso. Por esto va la dedicatoria a ellos, como una pequeña muestra de gratitud y amor.

También quiero dedicar este trabajo a los futuros y nuevos comunicadores del país, quienes han confiado en esta carrera y trabajarán desde los diferentes medios de comunicación por la ética, la moral y los valores de los seres humanos, y se comprometerán en la formación de una sociedad mejor.

ÍNDICE

	Número de página
CAPÍTULO I. PARTE INTRODUCTORIA	1
I.1. Introducción	1
1.2. Objetivo formal	2
1.3. Objetivos	2
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	3
2.1. Historia y evolución de los medios de comunicación en Ecuador en las últimas dos décadas.	3
2.2. Propiedad de los medios de comunicación en Ecuador.	10
2.3. Mapas de medios / trabajo similares en el mundo	11
2.4. Mapas de medios / trabajos similares en el Ecuador	16
CAPITULO III. INVESTIGACIÓN DE CAMPO	17
3.1. Metodología: levantamiento de datos por medio de la ficha de información.	17
3.2. Presentación de cuadros estadísticos	19
3.3. Presentación de cruces de información	40
CAPITULO IV. ANÁLISIS INDIVIDUAL DE RESULTADOS	42
4.1 De los medios y empresas investigadas	42
4.2 De los áreas investigadas en los medios y empresas de comunicación	51
CONCLUSIONES	53
BIBLIOGRAFÍA	54
ANEXOS	56

I. PARTE INTRODUCTORIA

1.1. Introducción

Las sociedades humanas han funcionado desde los tiempos prehistóricos gracias a la comunicación (intercambio de mensajes entre los individuos). Esta comunicación implica la transmisión de una determinada información a un receptor a través de un sistema de signos y medio de trasmisión. Comunicación que ha evolucionado desde los signos y señales, pasando por la prensa escrita, a la radio, la televisión y, en el presente tiempo, a la prensa digital e internet. En este sentido, el Ecuador no se ha quedado rezagado; en la actualidad existen, de una manera general, los siguientes medios de comunicación: Prensa escrita, Medios digitales, Revistas, Radio, Televisión; y, se pueden agregar como medios de comunicación a: Productoras audiovisuales, Productoras cinematográficas, Agencias de marketing y publicidad y Agencias de Relaciones públicas, quienes de una u otra manera se han constituido en medios de comunicación.

Lamentablemente en este campo del saber, como es la comunicación, no existe en el país lo que se conoce con el nombre de **Mapas**, donde se registra, se ordena y se sistematiza la información, en lo referente a ubicación geográfica y visualizar cada medio y empresa de comunicación, sus relaciones por tipo y la búsqueda didáctica entre ellos, en las diferentes zonas que conforman el país, que permitan hacer un diagnóstico y análisis detenido de la realidad; conocer cómo se vive en materia de medios de comunicación y analizar las dificultades y fortalezas que el comunicador social enfrenta en su actividad profesional.¹

En este sentido, la Escuela de Comunicación Social y el Centro de Investigación VIA-Comunicaciones de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), con la participación de los estudiantes egresados de la carrera de comunicación social de la Modalidad a Distancia, se ha propuesto desarrollar el “Mapa de Comunicación del Ecuador”. Trabajo que se ejecutará entre los meses de Abril a Agosto, bajo la modalidad de trabajos de investigación grupal tipo “puzzle” de las grandes Universidades.¹

¹ Guía metodológica para el programa Masivo de graduación. Mapa de comunicación del Ecuador. Escuela de comunicación social, vía de comunicaciones. Universidad Técnica Particular de Loja

1.2. Objetivo formal

Levantamiento de información de las empresas y medios de comunicación del Ecuador.

1.3. Objetivos

1. Llevar a cabo el levantamiento de datos en los medios y empresas de comunicación: prensa, revistas, radio, televisión, productoras audiovisuales, agencia de publicidad y marketing, agencias de RR.PP, medios digitales y productoras cinematográficas; a lo largo y ancho del territorio nacional.
2. Realizar un análisis de los resultados, que permitan obtener una visión más clara sobre la situación actual de los medios de comunicación y la perspectiva de la profesión del comunicador social actualmente y a futuro.
3. Impulsar el espíritu investigador del comunicador social y fortalecer sus competencias en el trabajo de campo, que permitan obtener una actividad profesional de excelente calidad y apegada a la verdad.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Historia y evolución de los medios de comunicación en Ecuador en las últimas dos décadas

La comunicación es un proceso en el cual se trasmite información de una entidad a otra; es necesaria para el funcionamiento de la sociedad humana ya que sin ella no habría forma de intercambiar sentimientos, opiniones, o cualquier tipo de información, mediante el habla, la escritura u otro tipo de señales². Esta está a cargo de los periodistas, quienes redactan y manejan las ideas y argumentos que se expresarán, posteriormente en los medios de comunicación; por lo tanto, el periodista posee un gran poder e influencia social y política (Morán, D. y Aguirre, M., 1964) y ha desempeñado un papel preponderante en la historia del país.

Entonces, para hablar de la evolución de los medios de comunicación, el autor de esta tesis considera necesario realizar un breve recuento histórico de los principales hitos de la evolución del periodismo desde el inicio de éste hasta los actuales momentos de los diversos medios de difusión como la prensa escrita, la radio, la televisión y la Internet.

El origen de la comunicación se remonta al comienzo de la humanidad, pero a partir del desarrollo de los medios impresos, numerosas transformaciones han revolucionado el modo en que los seres humanos comparten sus pensamientos³. Así, la comunicación nació con los signos y señales (primitiva para comunicarse entre sí, era de pre homínidos); posteriormente la comunicación dio paso al habla y al lenguaje (aparición del hombre, 90.000 y 40.000 años a.C.); luego la escritura (5.000 a.C.), la imprenta (siglo XV)⁴; los medios de comunicación en masas (finales del siglo XVIII, con un máximo desarrollo a finales del siglo XIX)⁵. En otras palabras, la comunicación a lo largo de la historia ha evolucionando, por lo cual hoy se le llama medios de

² *Historia Medios De Comunicación Ecuador* Ensayos 81 - 100 [En línea]. Disponible en: <http://www.buenastareas.com/.../historia-medios-de-comunicación-ecuador/80> [Consulta 19/04/2011]

³ Breve *Historia De La Evolución De Los Medios De Comunicación* [En línea]. Disponible en: <http://www.buenastareas.com/.../historia...evolución-de-los-medios-de-comunicación/180> [Consulta 19/04/2011]

⁴ *Evolución de los medios de comunicación - Monografias.com* [En línea]. Disponible en: <http://www.monografias.com › Otros –> [Consulta 19/04/2011]

⁵ *Evolucion De La Historia De La Comunicacion 1192602114974757 3* [En línea]. Disponible en: <http://www.slideshare.net/.../evolucion-de-la-historia-de-la-comunicacion-1192602114974757-3> - En caché – [Consulta 19/04/2011]

comunicación, que sirven para comunicarse con las demás personas y las cosas que nos proporcionan información^{6,7}

En el proceso evolutivo de los medios de comunicación merecen destacarse algunos pasos que se dieron dentro del proceso del desarrollo del periodismo, como las actas públicas, que se utilizaban en Roma para comunicar distintos acontecimientos de la ciudad (tablones de madera, hojas sueltas, manifiestos, etc.). Fue a partir del nacimiento de la Imprenta (siglo XV) en que se pudo imprimir, dar forma y difundir informaciones, con una periodicidad, dando paso a lo que hoy se conoce como PRENSA escrita⁸.

Dentro de la Prensa escrita se pueden citar los primeros periódicos (mitad del siglo XVII) que eran de formato reducido y de una página que daban noticias oficiales, algunos de ellos con problemas de censura y con muchos impuestos. Fue a partir de la supresión de los impuestos (1855, para la prensa Inglesa), el menor costo del papel, la disposición de mejores máquinas de impresión y la publicidad que la prensa escrita se desarrolló a nivel mundial.

Además, la telefonía inalámbrica (1902) y la telegrafía dieron lugar al surgimiento de la radio y en 1945 nació la televisión en blanco y negro y en 1970 la televisión a color, alcanzando esta última una gran expansión, existiendo en la actualidad mas de 300 canales, solamente en Latinoamérica con una audiencia de mas de 200 millones de personas⁹. El surgimiento de la televisión provocó una gran revolución tecnológica en los medios de comunicación, ya que al combinar el sonido con la vista, color, imagen y movimiento hace que este medio sea el preferido por los lectores (Universidad Alejandro de Humboldt, 2011). Sin embargo, la incorporación de la Internet, donde se interactúa, se pregunta, se critica o se debate un pensamiento sea el medio de comunicación más preferido en la actualidad.

La internet no es un nuevo medio de comunicación, sino un canal a través del cual puede transitar el tráfico de información de los medios de comunicación ya existentes, sin que constituyan una competencia, sino que se les abre la posibilidad de disponer de un “nuevo

⁶ *Historia Medios De Comunicacion Ecuador Ensayos 81 - 100* [En línea]. Disponible en: <http://www.buenastareas.com/.../historia-medios-de-comunicacion-ecuador/80> [Consulta 19/04/2011]

⁷ *MEDIOS DE COMUNICACIÓN: Características* [En línea]. Disponible en: <http://ntics-mediosdecomunicacion.blogspot.com/.../caractersticas.html> - En caché - Similares [Consulta 25/04/2011]

⁸ *Prensa escrita* - Wikipedia, la enciclopedia libre [En línea]. Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Prensa_escrita - En caché - Similares [Consulta 21/04/2011]

⁹ *Historia de los medios de comunicación* [En línea]. Disponible en: <http://html.rincondelvago.com/historia-de-los-medios-de-comunicacion.html> [Consulta 19/04/2011]

canal” para la difusión de las informaciones que cada uno de ellos producen, como un canal secundario¹⁰ Es así, que tanto la prensa (versión digital), la radio (podcast) y la televisión (videos) utilizan una página Web (Rivera, José, s. f.).

El siglo XX queda marcado como el de mayor avance de los medios de comunicación; la electrónica y en general el desarrollo técnico la comunicación fueron los ingredientes para que la noticia llegue a los usuarios al momento, trayendo como consecuencia implicaciones económicas, políticas, culturales, sociales, etc., muy profundas, llegando al extremo que la sociedad esté mediatizada¹¹.

Luego del recorrido histórico de la comunicación, se puede afirmar “que las relaciones entre comunicación y desarrollo” son de esas expresiones que operan como mapa: Su uso sirve para designar aquella tarea de la sociedad y la difusión de actitudes modernas para salir del atraso, como también para señalar las acciones y las luchas de diversos sectores de la sociedad para democratizar el acceso a los medios de comunicación y por ampliar el ejercicio de la libertad de expresión y la participación ciudadana” (Muñoz, J., 2008).

Bajo el entorno citado anteriormente nace la Prensa ecuatoriana que con la introducción de la primera imprenta, por parte de la Compañía de Jesús (año 1755), donde Ignacio Vinuesa, publicó hojas sueltas y el periódico “El espectador Quiteño” (hasta el año 1825) criticando al General Juan José Flores, intendente general del Departamento de Quito (1823 – 30). Por su parte Eugenio Espejo quien escribió un gran número de libros, editados en los siglos XIX y XX, publicó siete números del periódico “Primicias de la Cultura de Quito” (el primero fue el 5 de Enero de 1792)¹². Posteriormente, a fin de contrarrestar los movimientos revolucionarios a favor de la independencia española, aparece en 1809 la “La Gaceta de la corte de Quito”; y, en 1810 el periódico “Gaceta de la Corona” a favor de la independencia. Entre los años 1819 y 1829 (denominados años de transición) se editaron aproximadamente 15 periódicos¹¹. Durante la presidencia del Flores aparece el “Quiteño Libre”, de Francisco Hall y Pedro Moncayo y en las dictaduras de García Moreno, Veintimilla y Borrero, Montalvo se convierte en el baluarte combativo de la manera de gobernar y logra en el gobierno de Carrión editar en su periódico “El

¹⁰ *Historia Medios De Comunicación Ecuador Ensayos 81 - 100* [En línea]. Disponible en: <http://www.buenastareas.com/.../historia-medios-de-comunicacion-ecuador/80> [Consulta 19/04/2011]

¹¹ *Historia Medios De Comunicación Ecuador Ensayos 81 - 100* [En línea]. Disponible en: <http://www.buenastareas.com/.../historia-medios-de-comunicacion-ecuador/80> [Consulta 19/04/2011]

¹² *La Prensa Escrita y su Ideología: HISTORIA DE LA PRENSA EN EL ECUADOR* [En línea] Disponible en: <http://laprensaescritaysuideologa.blogspot.com/.../historia-de-la-prensa-en-el-ecuador.html> - En caché – [Consulta 21/04/2011]

Cosmopolita”. Fue a partir de los inicios del siglo XX con la revolución liberal que el periodismo florece¹³, aparecen “El Telégrafo” y el Comercio (1906) y muchos más. En 1920 “El Universo”; en 1924 “El Mercurio”; en 1938 “Ultimas Noticias”; en 1955 “El Tiempo”; en 1.969 “Diario Expreso”; en 1975 “El Extra”; etc. En la actualidad existen en el país en 17 provincias 42 periódicos¹⁴.

De igual manera la radio (como medio de comunicación), tiene su origen en el año 1.929 en la ciudad de Riobamba, con la emisora “El Prado”, a cargo de Carlos Cordovez Borja, que se puso al servicio de la cultura nacional (Vera, C. s.f) ^{15,16}. En 1931, los pastores evangélicos, en la ciudad de Quito, lanzan la primera señal al aire por intermedio de “HCJB La voz de los Andes”¹⁷. En 1935 en Guayaquil nace la emisora “El Telégrafo” (cuyos propietarios fueron los mismos del el diario “El Telégrafo”). En 1.940 aparece en Quito la “Radio Quito” (del diario “El Comercio”). En 1949 en Ambato “La Voz del Progreso” (más tarde se denominó “Radio Nacional Espejo”) (10). En 1960 fue fundada la “Radio Nacional” perteneciente al Estado ecuatoriano¹⁸. En la actualidad existen en el país 88 emisoras, distribuidas en 13 provincias¹⁹.

La televisión, nace en la ciudad de Quito en el año de 1959 cuando la HCJB TV desde los jardines del Colegio Americano salió al aire con un programa en blanco y negro, que mas tarde se denominaría “canal 6” (La Prefectura, 2011)²⁰; pero en realidad fue en la ciudad de Guayaquil en 1960, donde nació la televisión propiamente con el “canal 4” a cargo de la compañía Ecuatoriana de Televisión (La Prefectura, 2008). Más tarde, en le año 1.967 salen al aire, en Cuenca el “Canal 3” o “Telesistema”, en Guayaquil el “Canal 2” o “Ecuavisa” En 1969 “TC Televisión” en Guayaquil. También en Quito “Teleamazonas” (1974), “Gama TV” (1977); en

¹³ [Descripción estructurada de la prensa escrita « Trabajo de...](http://estructuraecuador.wordpress.com/category/descripcion-estructurada-de-la-prensa-escrita/) [En línea] Disponible en: <http://estructuraecuador.wordpress.com/category/descripcion-estructurada-de-la-prensa-escrita/> - En caché - Similares [Consulta 21/04/2011]

¹⁴ [Todos los periódicos diarios - Prensa Escrita](http://www.prensaescrita.com/) [En línea]. Disponible en:

<http://www.prensaescrita.com/> - En caché - Similares [Consulta 21/04/2011]

¹⁵ [Historia de la radio « El periodismo o la pasión por la verdad ...](http://fer-ortiz.lacoctelera.net/.../historia-la-radio-fernando-ortiz-vizuete-mayo-2009)[En línea]. Disponible en: <http://fer-ortiz.lacoctelera.net/.../historia-la-radio-fernando-ortiz-vizuete-mayo-2009> - En caché - Similares [Consulta 21/04/2011]

¹⁶ [Historia De La Radio En El Ecuador Gratuito Ensayos 1 - 20](http://www.buenastareas.com/.../historia-de-la-radio-en-el-ecuador/0) [En línea]. Disponible en: <http://www.buenastareas.com/.../historia-de-la-radio-en-el-ecuador/0> - En caché [Consulta 21/04/2011]

¹⁷ [HeAvY WoRd: HISTORIA DE LA RADIODIFUSIÓN EN EL ECUADOR](http://diegojavi007.blogspot.com/.../historia-de-la-radiodifusion-en-el.html) [En línea]. Disponible en:

<http://diegojavi007.blogspot.com/.../historia-de-la-radiodifusion-en-el.html> - En caché - Similares [Consulta 21/04/2011]

¹⁸ [Resultados cronológicos de la prensa escrita en el ecuador + historia](http://google.com.ec/search) [En línea]. Disponible en: primerfestivalpaisimaginario.blogspot.com o <http://google.com.ec/search> [Consulta 21/04/2011]

¹⁹ [Descripción estructurada de la radio « Trabajo de Estructura de la radio](http://estructuraecuador.wordpress.com/.../descripcion-estructurada-de-la-radio/) [En línea]. Disponible en:

<http://estructuraecuador.wordpress.com/.../descripcion-estructurada-de-la-radio/> - En caché - Similares [Consulta 21/04/2011]

²⁰ [Historia de la televisión « Trabajo de Estructura de la c.\(ECUADOR\)](http://estructuraecuador.wordpress.com/.../historia-de-la-television/) [En línea]. Disponible en: <http://estructuraecuador.wordpress.com/.../historia-de-la-television/> - En caché - Similares [Consulta 22/04/2011]

Guayaquil “SiTV”, actualmente “Canal 1” (1992), en Cuenca “Etv Telerama” (1993). Además el Estado ecuatoriano, en el año 2007, se hizo presente en el sistema de televisión con la inauguración del canal oficial “TV Ecuador” Televisión Pública, operado por el Ministerio de Cultura de Ecuador. Además hay que destacar que en la década de los 80’s se dio paso a la televisión por cable. Actualmente, existen 20 estaciones de televisión, entre regionales y nacionales y dos compañías operadoras de cable con mas 150.000 suscriptores. De esta manera la televisión forma parte de una red de comunicación que cubre prácticamente todo el territorio nacional.

También se debe citar al Internet como un medio de comunicación en el país. Se define como una red informática descentralizada que opera a través de un protocolo de comunicaciones. Se utiliza el término “Web” (tela de araña) para representar la red de comunicaciones²¹. En otras palabras, la internet es un conjunto de computadoras conectadas entre sí, compartiendo una determinada cantidad de contenidos. También es conocida como la World Wide Web (www) (El Tiempo, 2011²²). Pese a que la Internet se desarrolló en la década de los 70’s en el país se la implementó en 1991 por intermedio de EcuaneX y en 1992 por EcuaneT²³, prácticamente ha desplazado al Fax en el envío de información (Vera, C. s.f.).

De esta manera el país se integra a la nueva tendencia mundial de “comunicación en línea”, que favorece enormemente el flujo de información (Rivera, J. s.f.). Tanto la Prensa, Radio y TV conservan sus formas tradicionales de comunicación, pero por intermedio del Internet adaptan y unifican sus formatos a la nueva plataforma digital (Vera, C. s.f.; Rivera, J., s.f.; y, Fierro, L. s.f.).

Como se puede apreciar en los párrafos anteriores los medios de comunicación han tenido un rol fundamental en la transmisión del pensamiento (Muñoz, Jorge, 2008). Estos han protagonizado la mayor transformación política, económica y social, especialmente en la democracia, de ahí que existan intereses diversos en la posición y ejecución de los medios, por parte de Empresarios y el Estado, basándose en dos aspectos: la Libertad de expresión y en la variedad de las fuentes de información, con la finalidad de obtener una cultura cívica, la

²¹ Qué es el Internet ? [En línea]. Disponible en: [http:// www.misrespuestas.com/que-es-el-internet.html](http://www.misrespuestas.com/que-es-el-internet.html) - En caché - Similares [Consulta 24/04/2011].

²² EL TIEMPO. La web supera ya a la prensa escrita como fuente de información en EE.UU. [En línea]. Cuenca, 21 de abril de 2011. Disponible en: <http://www.eltiempo.com.ec/.../62181-la-web-supera-ya-a-la-prensa-escrita-como-fuente-de-informacion-n-en-ee-uu/> - En caché [Consulta 21/04/2011]

²³ Historia del Internet en Ecuador | DistroGeek [En línea]. Disponible en: <http://www.distrogeek.com/2010/.../historia-del-internet-en-ecuador/> - En caché [Consulta 22/04/2011]

supervisión y vigilancia de la organización del poder público, servir al interés público de los ciudadanos y difundir dicha información y convertirla atractiva para la audiencia.

Aunque la opinión de los dueños de los medios de comunicación se expresan en las páginas denominadas “editorial” y las de los lectores en las páginas abiertas y en cartas al director, éstas generalmente orientan a la opinión pública sobre el pensamiento, que de acuerdo a sus interés económicos o políticos tienen una tendencia; de ahí que los Gobiernos Nacionales cada día están mayormente interesados en tener en sus manos los medios de comunicación, como fuente de información y orientación política.

Bajo esta óptica, a los medios de comunicación se la puede dividir en dos etapas: La primera marcada por la prensa escrita, la radio y la televisión en blanco y negro (hasta 1985); y, la segunda con la presencia de la televisión a color y la internet (años 1985 a la fecha). En ésta última, hay que destacar los últimos 20 años caracterizada por: La participación del Gobierno Nacional en la posesión de los medios de comunicación y difusión; y, por la modernización de los sistemas.

Además en la primera etapa, los dueños de los medios de comunicación fueron propietarios de empresas de otra índole. Esta situación, en la actualidad (II etapa), de acuerdo a la nueva constitución del Ecuador los dueños de los medios de comunicación no pueden tener otras empresas. También, la posesión de algunos medios de comunicación, por la crisis bancaria de los años 1998 – 1999 pasaron al Estado ecuatoriano (revistas, radios, televisión), entre otras se puede citar TC Televisión, Gama TV, TV cable, Diario El telégrafo, etc.²⁴. De esta manera, en el año 2.007 empieza la era de la prensa, radio y televisión pública.

Actualmente la propiedad de los medios de comunicación en el país están divididos, por una parte la empresa privada que todavía maneja un sinnúmeros de medios (por ejemplo Diario El Comercio cuenta además con el periódico vespertino últimas Noticias, revistas” Lideres”, “Familia”, “Carburando”, Educación”, “Pandilla”, etc.)²⁵; y por otra el Estado ecuatoriano que dispone a más de la Radio Nacional y Ecuador TV la participación de tres canales incautados y un periódico que son los encargados de difundir las noticias oficiales. Como es de esperarse

²⁴ Resultados cronológicos de *historia de la televisión en ecuador* [En línea]. Disponible en: es.wikipedia.org ó <http://www.google.com.ec/search?>

[Consulta 27/04/2011]

²⁵ *Descripción estructurada de la prensa escrita « Trabajo de...* [En línea] Disponible en: <http://estructuraecuador.wordpress.com/category/descripcion-estructurada-de-la-prensa-escrita/> - En caché - Similares [Consulta 21/04/2011]

estos dos grupos operan con una óptica diferente. En definitiva la propiedad de los medios de comunicación es un tema de preocupación; existen intereses por parte de los medios de comunicación, el gobierno, el sector privado y en menor grado, la sociedad civil (Universidad Andina Simón Bolívar, 2008).

Además, en la segunda etapa, por intermedio de La WEB 2.0 o web participativa, Rivera Costales cita que dentro de la Prensa, la Radio y la televisión se han integrado al sistema los siguientes medios: El Universo (<http://www.eluniverso.com/>), el Comercio (<http://www.elcomercio.com/>), La Hora (<http://www.la.hora.com.ec/>), El extra (<http://www.diario-extra.com/>); CRE (<http://www.cre.com.ec/>), radio Sucre (<http://www.radiosucre.com.ec/>), Multimedios 106 (<http://www.multimedios106.com/>), Sonorama (<http://www.sonorama.com.ec.com/>), Ecuador inmediato (<http://www.ecuadorinmediato.com/>), Ecuavisa (<http://www.ecuavisa.com/>), TC televisión (<http://www.tctelevision.com/>), Teamazonas (<http://www.teamazonas.com/>), RTS (<http://www.rts.com.ec/>) y RTU (<http://www.rtu.com.ec/>).

El mismo autor Costales señala que el Comercio es el medio que más innova y se acerca al cumplimiento de los parámetros de la WEB 2.0, con textos, fotos, audio, video e infografías. El Universo posee extensas galerías fotográficas. El diario La Hora usa redes sociales. Costales también manifiesta que las radios cumplen a medias los parámetros de adaptabilidad web, pero que transmiten en tiempo real (multimedia), destacándose “Multimedios 106, con un abundante contenido en redes sociales como Facebook y Twiter; también radio “Sonorama” con informaciones fresca cada ¼ de hora por parte de sus corresponsales; y de “Ecuador inmediato”, que no cuenta con frecuencia abierta de radio sino que solo trasmite por internet. En tanto la televisión se limita a contenidos en serie, como las telenovelas, la publicidad de sus programa, sin embargo “Ecuavisa” y el canal informativo RTU sobresalen respectivamente por noticias nacionales y deportes y por la integración de redes sociales (Twiter y Facebook) y video (Youtube).

En este segundo etapa también el país está incursionando en la adopción regional estándar de TV digital, a fin de adoptar un estándar de televisión digital terrestre a nivel regional. Así, el país aprovechando el internet, esta realizando esfuerzos para realizar una integración en América, con convenios para radio y televisión con Perú y con Brasil en televisión digital terrestre. Finalmente, La Unesco (Programa Internacional para el desarrollo de la comunicación, 2011)

destaca que 1/3 del espectro radioeléctrico de radio y TV debe ser destinado a los medios comunitarios.

2.2 Propiedad de los medios de comunicación en Ecuador

El Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación, en su trabajo sobre Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador – 2.011, basado en la aplicación de los Indicadores de Desarrollo Mediático de la UNESCO (Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación, 2011) cita (páginas 13 y 14) “que en el ámbito de la radio y teledifusión, según las estadísticas de diciembre de 2010 de la Superintendencia de Telecomunicaciones, existen 1.205 radioemisoras en onda corta, AM y FM, 444 canales de televisión, que incluyen las estaciones matrices y repetidoras de señal abierta en VHF Y UHF, tanto de propiedad privada como pública y comunitaria. Según la misma fuente, 83% de las Televisiones son de propiedad privada, 17% de servicio público y 0% comunitaria. En cuanto a los radios, 89% son de naturaleza privada, 10,8% deservicio público y 0,2% comunitarias”. De igual manera, el mismo trabajo (1) señala que a partir del año 2.007, el panorama Mediático del país cambió, al crearse los medios públicos: Ecuador TV (ECTV), Radio Pública del Ecuador (RPE) (que reemplazo a la Radio Nacional) y el diario El Telégrafo (incautado por la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD); apareció, el periódico gubernamental El Ciudadano y se creó la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica (ANDES); Por último, entró en circulación en septiembre del 2010 el diario “público popular” “PP, El Verdadero”.

También, otra decisión del Estado (Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación, 2011) fue la administración directa de los canales TC Televisión, Gamavisión, que actualmente figura como Gama TV y Cable noticias (de señal cerrada), así como dos radioemisoras y dos revistas. Actualmente, el panorama mediático en el Ecuador está destacado principalmente por ocho grupos principales que administran o participan de la industria mediática. Estos son: Grupo Eljuri, Grupo Isaías, Grupo Vivanco, Grupo Egas, Grupo Alvarado, Grupo Mantilla, Grupo Pérez y Grupo Martínez. Por su parte Teleamazonas, de propiedad de un banquero pasó a manos de la empresa privada. De estos, de acuerdo a la revista de comunicación de la Universidad Central²⁶ : El Grupo Vivanco participa de los

²⁶ Revista teórica de comunicación de la Universidad Central.

siguientes medios: Diario la Hora, Radio planeta, Satnetwork, Socio del grupo tv cable, Editorial gran tauro y administra en sociedad con el Grupo Martinez los diarios Extra y Expreso. El Grupo Eljuri, propietario de Telerama, vendió sus acciones el año anterior. El grupo Pérez es propietario de El Universo, Revista Sambo, Diario Súper, Radio City, Fundación diario El Universo y socio del grupo Alvarado en la empresa de cable Univisa. El grupo Alvarado es propietario de Ecuavisa, revistas Estadio, vistazo, Hogar, Generación XXI, Canal 22 UHF, Univisa en sociedad con el grupo Pérez dispone de acciones en Editores nacionales (ENSA) y Cendetel. El grupo Mantilla es dueño de Diario El comercio, Diario últimas noticias, Radio Quito, Radio Platinun, Ecuador radio, Fundación diario Comercio, acciones en Acces proveedora de Internet y Edicuatorial industrias gráficas. El grupo Egas Revista Diners, Delta publicidad, Revista Gestión, Revista Soho, Revista Fucci, Revista Gente, Revista Cosas, Multicines, Productora de TV publipromueve y socio del grupo Mantilla de Diario Hoy. Por su parte el Grupo Mantilla Anderson es propietario del Diario Hoy, Edimpres diarios y revistas, Radio Hoy y Metroquil.

2.3 Mapas de medios / trabajos similares en el mundo

Se puede definir a un mapa de medios de comunicación como un trabajo que intenta mostrar gráficamente como están distribuidos los medios de comunicación en una área determinada y su relación con los grupos económicos. Relativamente este tipo de actividad en el mundo es nuevo, a nivel global no hay mayor información; en América, la Fundación Canadiense para las Américas, el Centro Carter y la Universidad de Calgary (Solano, Víctor, 2006)²⁷ emprendieron el proyecto “Mapeo de los Medios de Comunicación en América en el 2.004 (duró tres años) y propuso mapear la ubicación, cobertura y posesión de los medios de comunicación (TV, radio, cable y medio de prensa) junto con resultados electorales e información socio – demográfico de doce países en el hemisferio.

Como resultado del trabajo se confeccionaron 12 mapas que ilustran visualmente las conexiones entre los medios de comunicación, las elecciones y la población. Actualmente existe un nuevo proyecto, pero a pesar del éxito del primero, La Universidad de Calgary y el Instituto del Prensa y Sociedad (IPYS) consideran que para que tenga continuidad es necesaria la

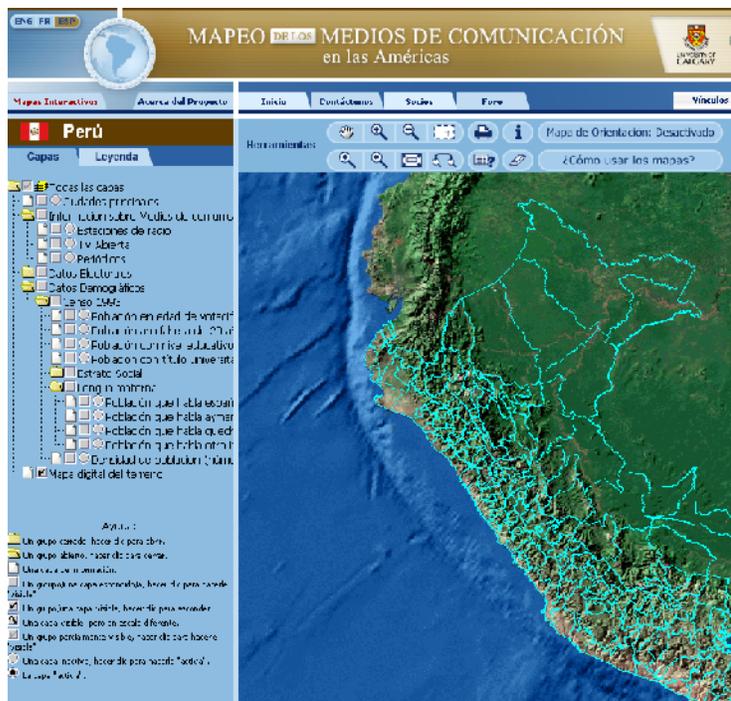
²⁷ *Mapa de medios Americanos , Argentina, Brasil,... » M r . T r a d e r* [En línea]. Disponible en: <http://www.mrtrader.com.ar/?p=1120> - En caché -

Similares [Consulta 27/04/2011]

incorporación de organizaciones latinoamericanas activos en los campos de medios de comunicación, democracia y transparencia; por lo tanto escogieron a los países Argentina, Guatemala, México y Perú, para transferir los datos y programas logrados en el trabajo anterior para así mantener los mapas; y, en una segunda fase acompañar a los socios nacionales en el desarrollo de la capacidad y habilidad de una herramienta denominada Sistema de Información Geográficos (GIS) que fue utilizada en el primer trabajo y que trata de convertir los mapas estáticos en mapas interactivos accesibles por internet. (Fundación Canadiense para las Américas (focal), y University of Calgary, 2007).

En la Figura 1 se puede observar el Mapa de los Medios de Comunicación en las Américas, para Perú (interactivo), donde se presenta el menú (izquierda) y el mapa propiamente (derecha). El menú contienen las variables que resulten de interés como capa de mapa, carpetas de medios y grupos demográficos, etc. etc. (Fundacion Canadiense para las Américas (focal) y University of Calgary, 2007).

Figura 1. Mapa de los medios de comunicación en la Américas (Caso Perú)



Fuente: http://www.focal.ca/pdf/media_howtomannual1_nov07_esp.pdf - Similares

En Argentina²⁸ (2) por su parte existen “mapas” (Fig. 2, 3 y 4) de los medios de comunicación masiva, que los periodistas profesionales temen mencionarlas, por el poder que han acumulado las corporaciones mediáticas. En esos mapas se puede apreciar cuadros sinópticos, mapas, videos, etc.²⁹. En este país existen 24 grupos, “concentrándose el poder sin favorecer a la democratización de la información pública ni la distribución social de las palabras”; de igual manera, “el gran capital domina no solo la objetividad, gracias al control de los medios de producción, sino la subjetividad gracias al control de los medios de comunicación e información”³⁰.

Figura 2. Mapa de los medios de comunicación en Argentina



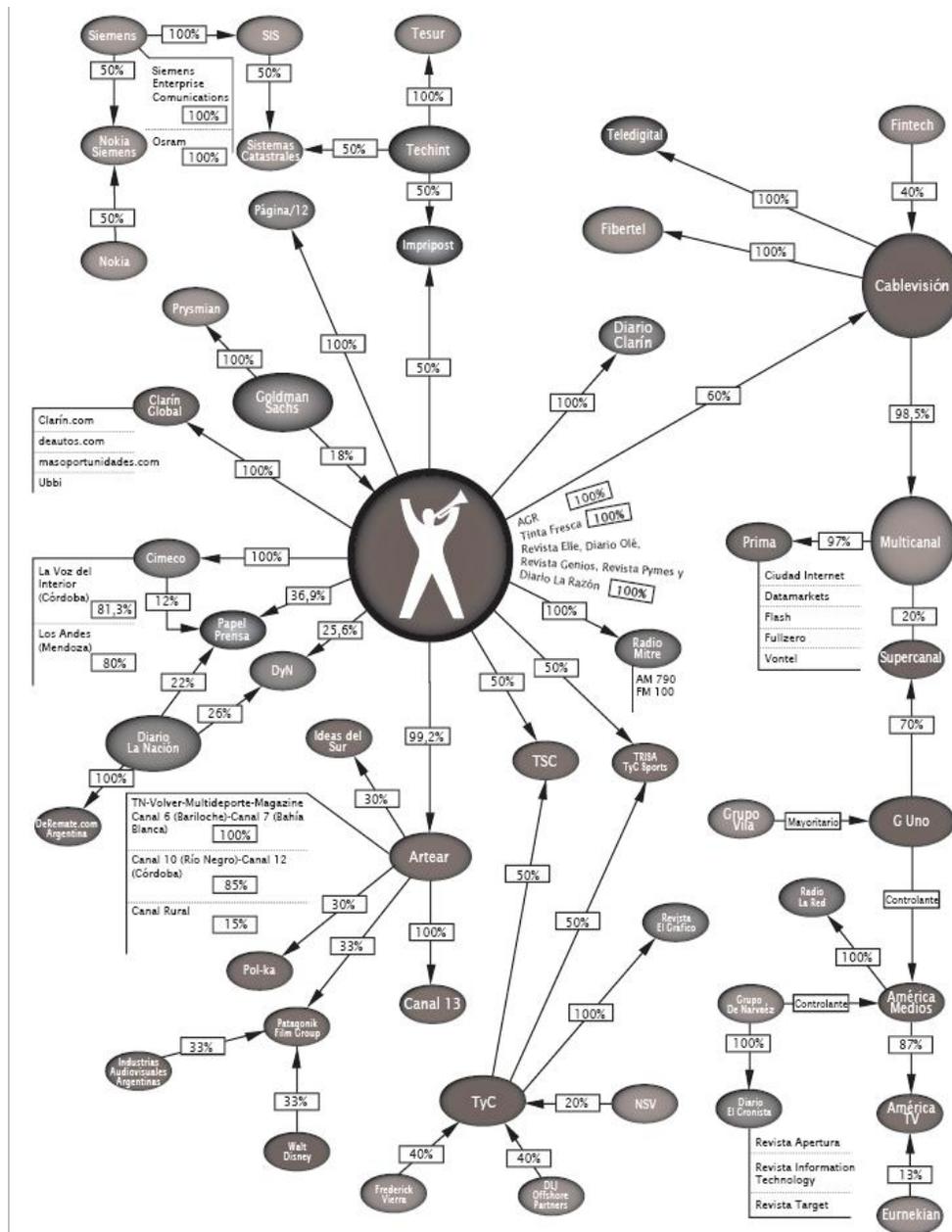
Fuente: .wordpress.com/mapa-de-medios-en-argentina/ - En caché - Similares
 ó <http://www.google.com.ec/search>

²⁸ Argentina contaminada: Mapa de medios de comunicación en Argentina [En línea]. Disponible en: <http://argentinacontaminada.blogspot.com/2009/09/mapa-de-medios-de-comunicacion-en.html> [Consulta 27/04/2011]

²⁹ Mapa de medios en Argentina « Medios y Comunicación de acá [En línea] Disponible en: <http://mediosycomunicaciondeaca.wordpress.com/mapa-de-medios-en-argentina/> - En caché - Similares [Consulta 27/04/2011]

³⁰ Mapas de medios y Ley de Radiodifusión :Imagina Tu Vuelo ... [En línea]. Disponible en: <http://imaginatuvuelo.blogspot.com/2009/09/mapas-de-medios-y-ley-de-radiodifusion.html> [Consulta 27/04/2011]

Figura 4. Cuadro sinóptico de los medios de comunicación en Argentina



Fuente: wordpress.com/mapa-de-medios-en-argentina/ - En caché - Similares ó <http://www.google.com.ec/search>

Por otra parte, en un trabajo realizado en Bolivia en el año 2010 (Centro Cultural de la Cooperación Floreal Ggorini, 2010) para analizar la situación de los medios de comunicación y las relaciones de poder que lo determinen y de la sociedad en general, determinó un alto grado de concentración de medios, sin que exista una pluralidad de voces, con consecuencias

negativas para la mayoría de la población pueda gozar del derecho a la información. El trabajo encontró la concentración de los medios en ocho grupos

2.4. Mapas de medios / trabajos similares en el Ecuador

En el país, la literatura reporta solamente un trabajo, realizado por María Cristina Martínez en el año 2.008 (Martínez, María, s.f.)³¹. Ella lo presenta como preliminar por que a esa fecha no estaban todavía legalmente constituidas las nuevas provincias. La autora del trabajo elabora cinco mapas: 1. Mapa medios de impresión y digitales; 2. Mapa radios; 3. Mapas Televisoras, 4. Mapas Agencia publicitaria ; 5 Mapas de medios y grupos económicos; y 6 mapa todos los medios; y un cuadro con detalle de radios (Fig 5 y 6). Los mapas no presentan un análisis, deja al lector que tome sus propias conclusiones.

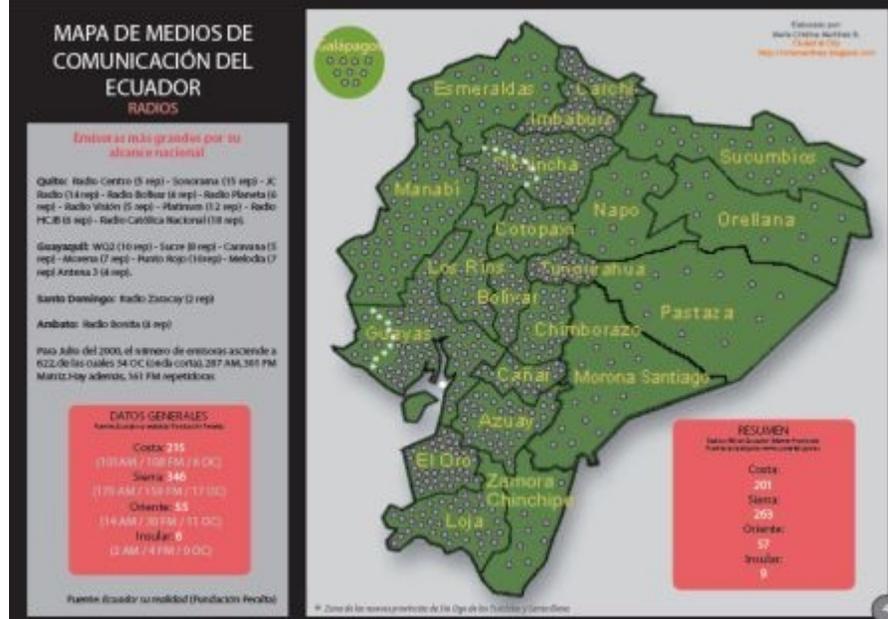
Figura 5. Mapa de los medios de comunicación en Ecuador (Impresos y digitales).



Fuente: <http://srtamartinez.blogspot.com/.../infografa-mapa-de-medios-de-comunicacin.html> –

³¹ *Mapa Conceptual De Medios De Comunicación Gratuito Ensayos 1 - 20* [En línea]. Disponible en: <http://www.buenastareas.com/.../mapa...medios-de-comunicacion/0> - En caché [Consulta 25/04/2011]

Figura 6. Mapa de los medios de comunicación en Ecuador (Radios)



Fuente: <http://srtamartinez.blogspot.com/.../infografa-mapa-de-medios-de-comunicacin.html> –

III. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

3.1. Metodología:

El levantamiento de la información de los medios y empresas de comunicación se realizaron entre el 2 de mayo al 3 de junio del año 2.011; para lo cual se emplearon boletas denominadas “ficha para el levantamiento de información”, disgregada en dos partes: La primera contenía información general y legal, y la segunda, datos sobre la morfología de la empresa, recursos humanos y los productos y servicios que ofrecen (Anexo 1). Se recabó información a 25 medios de comunicación, los mismos que habían sido previamente asignados por la UTPL; estos fueron: seis Canales de Televisión (Mundo TV, Freddy TV, Daule Visión, Milagro City, Carei TV, y Naranjito TV); ocho Radios (Radio Integridad, Radio Uno, Radio Tropicana, Radio Rumba, Radio Fuego 106, Radio CRE Satelital, Radio Ciudadana y Cadena Radial Carrusel); dos de Prensa (El Universo y El telégrafo); tres Revistas (Revista Hogar, Editorial Uminasa y Generación 21); dos Agencias de Publicidad (Marketgate y Axis); tres Agencias de Marketing

(Creacons, Alerta comunicación Visual y Alta Internacional); y, una de Producción Audiovisual (Creavisión) (Cuadro 1).

Cuadro 1. Número de medios y empresas de comunicación del estudio

Canales de Televisión	Radios	Prensa	Revistas	Agencias de Relaciones Públicas	Agencias de Marketing y Publicidad	Producción audiovisual
6	8	2	3	2	3	1

Con una cita previa, se realizaron las entrevistas al representante legal de la empresa o al relacionista de la misma. Antes de la encuesta se le explicó al informante el motivo del trabajo que la Escuela de Comunicación Social de la UTPL estaba realizando y la importancia del mismo. En muchas ocasiones se tuvo que realizar la visita a una determinada empresa por mas de una ocasión, toda vez que los teléfonos registrados en la SUPERTEL no coincidían y las direcciones no habían sido validadas previamente.

La información obtenida en las respectivas boletas fue remitida a la UTPL por intermedio del Programa, denominado “EVA” a fin de proceder a registrar la información en los archivos respectivos. Una vez ingresados al sistema, estos regresaron en formato PDF para los respectivos análisis.

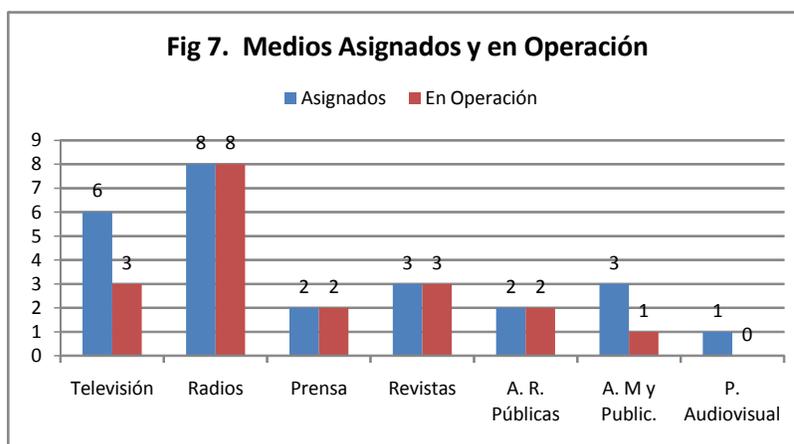
La información se resumió en cuatro grupos de cuadros: 1. Información general y Legal; Morfología de la empresa; Recursos humanos, y Productos y Servicios que ofrecen, de todos los medios asignados (25 en total). Posteriormente se elaboraron figuras para representar gráficamente los resultados encontrados, en esta ocasión agrupados por: Canales de Televisión, Radios, Prensa, Revista, Agencias de Relaciones Públicas, Agencias de Marketing y Producción audiovisual

Finalmente se cruzó la información para determinar la cobertura de los medios de comunicación: Entre canales y radios, prensa y revistas y Agencias de Relaciones Públicas y Agencias de Marketing y Publicidad.

3.2. Presentación de Resultados de los cuadros estadísticos

3.2.1 Medios asignados y en operación

En la Figura 7 se resume el número de medios asignados al trabajo y en operación. En: Televisión de seis canales asignados al trabajo, tres (Freddy TV, Daule Visión y Naranjito TV) ya no estaban operativas; en Agencias de Marketing y Publicidad, de tres dos; y, la única agencia de Producción audiovisual tampoco estaba operativa.



Fuente: Elaborada por el autor

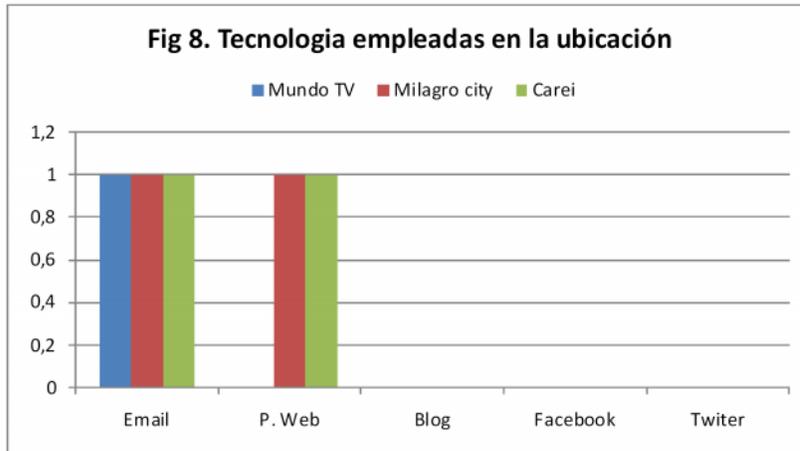
3.2.2. Canales de televisión

A continuación se presentan de una manera gráfica los principales tópicos de la encuesta de aspectos generales, morfología, recursos humanos y productos que ofrecen de los tres canales encuestados (Mundo TV, Milagro City y Carei).

Información General

Tecnología empleada en la ubicación

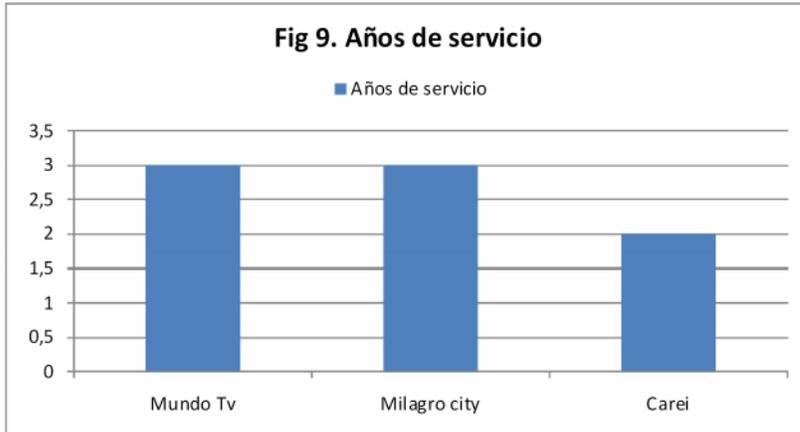
La tecnología empleada en la ubicación de los tres canales encuestados (Mundo TV, Milagro City y Carei) es de correo electrónico y páginas Web. Carei no tiene ésta última. Los tres canales no disponen de Blog, Facebook y Twiter (Fig 8.)



Fuente: Elaborada por el autor

Años de servicio

Los tres canales son realmente nuevos con tres y dos años de servicio, respectivamente para los dos primeros y el segundo (Fig 9.)

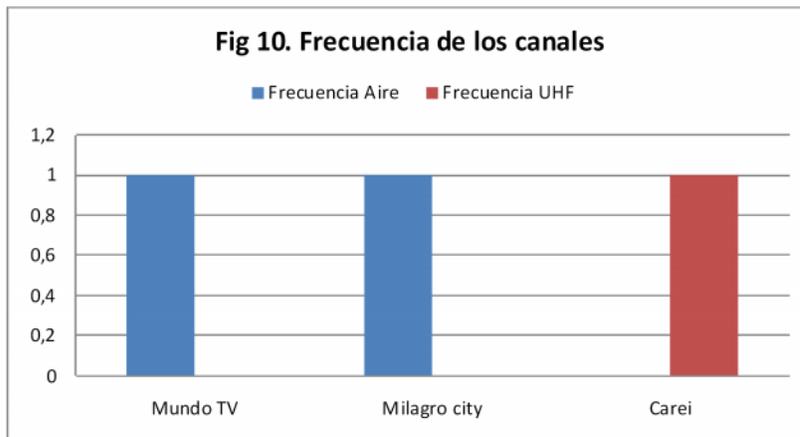


Fuente: Elaborada por el autor

Morfología de la Empresa

Frecuencia

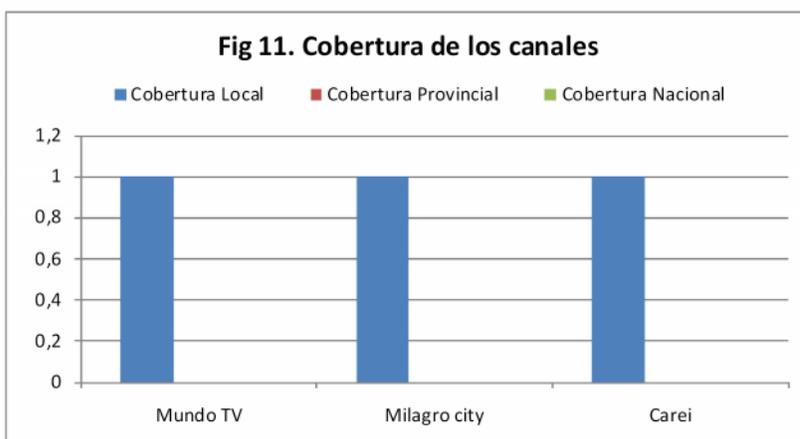
Mundo TV y Milagro City tienen una frecuencia denominada “aire”, en tanto que Carei tiene en frecuencia UHF (Fig 10.)



Fuente: Elaborada por el autor

Cobertura

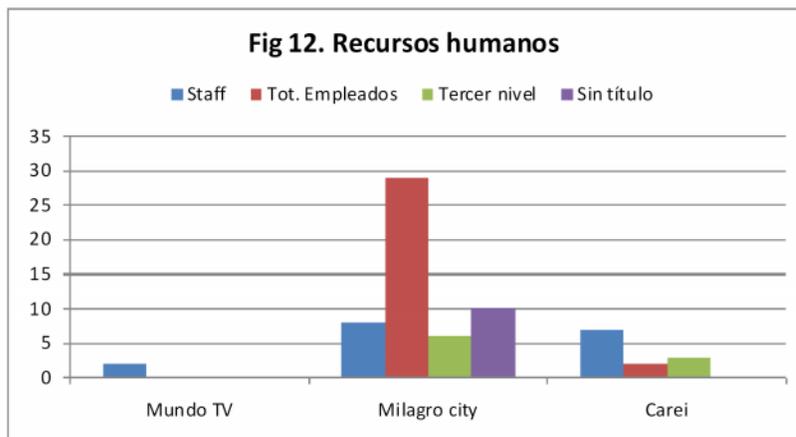
Los tres canales tienen cobertura local: Mundo TV para Tenguel (Prov. Del Guayas), Milagro City para la ciudad del mismo nombre (Prov. Del Guayas) y Carei para El Triunfo (Prov. Del Guayas) y “La Troncal” (Provincia del Cañar). Estos canales no tienen cobertura provincial ni nacional (Fig 11.)



Fuente: Elaborada por el autor

Recursos humanos

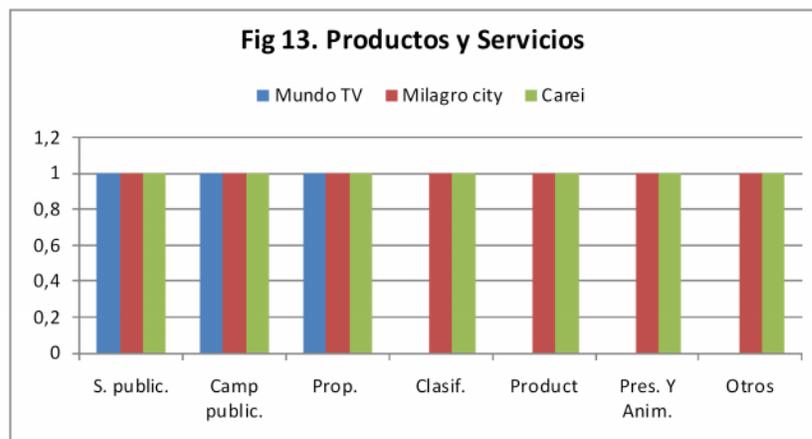
De los tres canales en estudio, el que mayor número de personal dispone es Milagro city, tanto en Staff, en empleados, tercer nivel y sin título. Los otros dos canales Mundo TV y Carei tienen muy pocos (Fig 12).



Fuente: Elaborada por el autor

Productos y Servicios

De los productos y servicios solicitados en la encuesta, Spot publicitarios, Campañas publicitarias y Propaganda ofrecen los tres canales (Mundo TV, Milagro City y Carei); en cambio, Clasificados menciones en vivo, Productora, Presentadores y Animadores y otros por los dos últimos (Fig 13).



Fuente: Elaborada por el autor

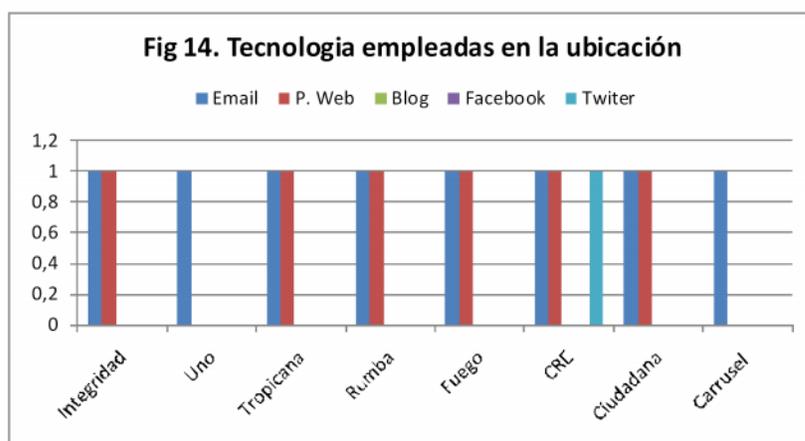
3.2.3. Radios

De igual manera, como en el caso de la Televisión, a continuación se presentan de una manera gráfica los principales tópicos de la encuesta de aspectos generales, morfología, recursos humanos y productos que ofrecen de los ocho radios encuestados (Integridad, Uno, Tropicana, Rumba, Fuego, Satelital, Ciudadana, Carrusel) (Fig 14).

Información General

Tecnologías empleadas en la ubicación

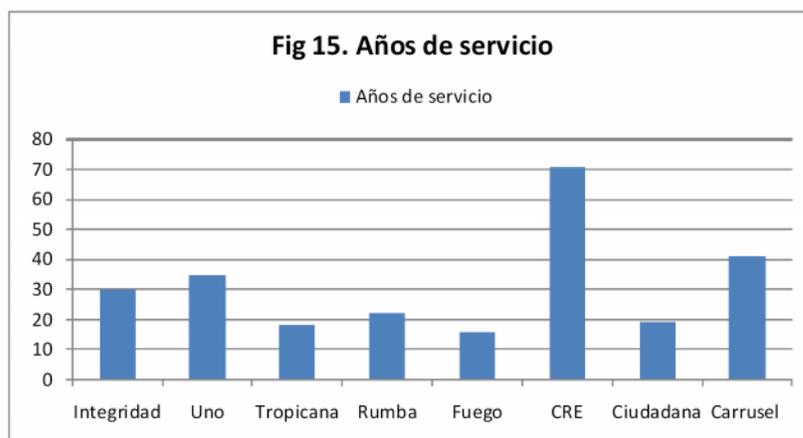
Todas las radios se las puede ubicar por intermedio de correo electrónico: también, a excepción de Uno y Carrusel por la página Web; y, por Twiter a CRE (Fig 14).



Fuente: Elaborada por el autor

Años de servicio

Radio CRE es la mas antigua, con 70 años de servicio a la comunidad, a continuación le sigue radio Carrusel con 40 y radio uno con 35, radio Integridad con 30, radio Rumba con 22 y luego radio Tropicana y radio Fuego con menos de 20 años de servicio. Radio Ciudadana tiene 32 años de funcionamiento (Fig 15).

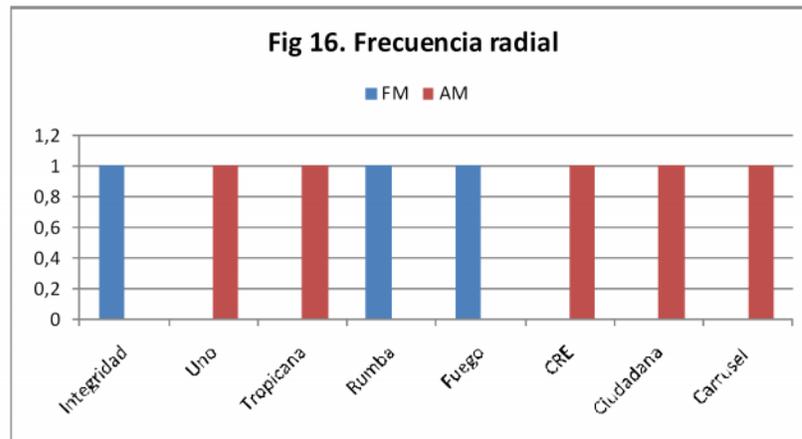


Fuente: Elaborada por el autor

Morfología de la Empresa

Frecuencia

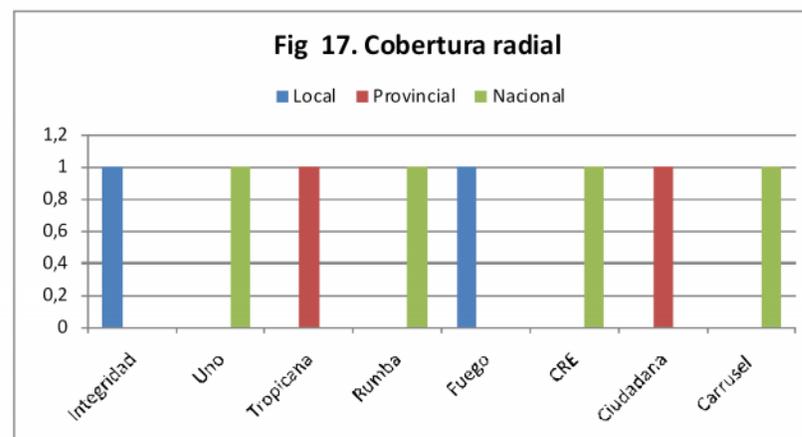
Tres de las radios en estudio reportaron tener frecuencia modulada (Integridad, Rumba y Fuego), en cambio, las otras cinco (Uno, Tropicana, CRE, Ciudadana y Carrusel) frecuencia AM (Fig 16).



Fuente: Elaborada por el autor

Cobertura radial

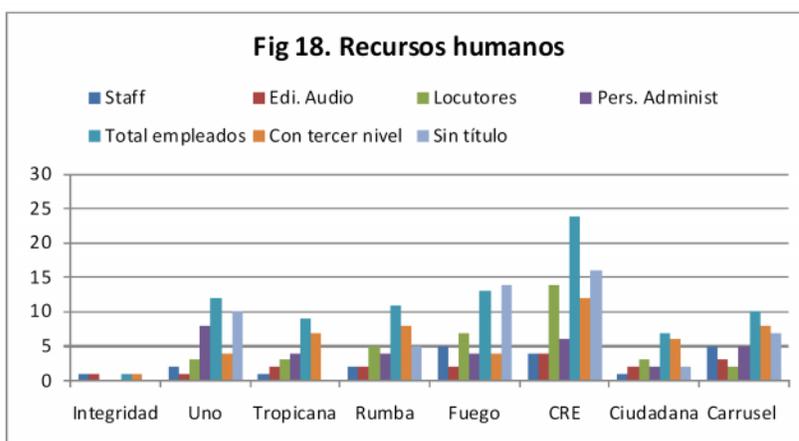
La capacidad de alcance o de cobertura de las radios fue variada, unas fueron locales (Integridad, Fuego); otras provincial (Tropical, Ciudadana) y finalmente dos: radio Uno y Carrusel nivel Nacional (Fig 17).



Fuente: Elaborada por el autor

Recursos humanos

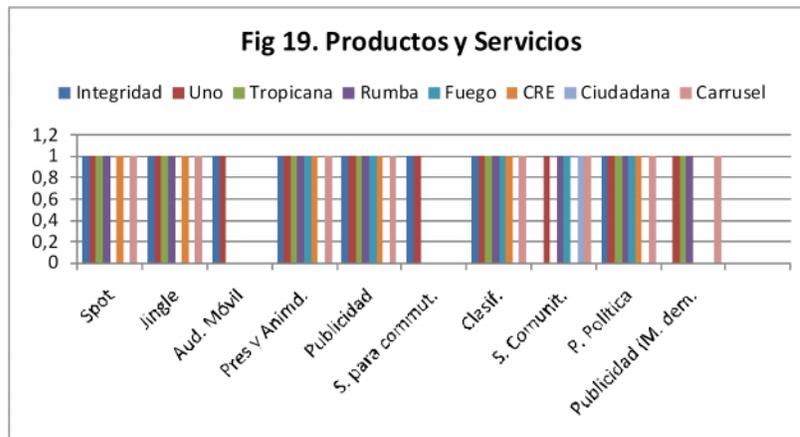
Los recursos humanos que dispone cada uno de las radios en estudio fue diferente, al parecer el número de empleados está en función de la cobertura y actividad: correspondiendo a CRE el mayor número de empleados, luego a radio Uno y radio Fuego. También se destacó, dentro del total de empleados, el personal con preparación de tercer nivel que las empresas disponían, dentro de su personal, especialmente la radio CRE (Fig 18).



Fuente: Elaborada por el autor

Productos y Servicios

Todos los productos que comercialmente ofrecen las radios a sus clientes estaban a consideración de los usuarios en mayor o menor cantidad. En este aspecto, las radios Integridad, Uno, Rumba y Carrusel ofrecían más de ocho productos, en cambio Tropicana, Fuego y CRE entre cinco a siete. En tanto, radio Ciudadana, solamente lo hacía con servicio comunitario (por ser de propiedad del Estado) (Fig 19).



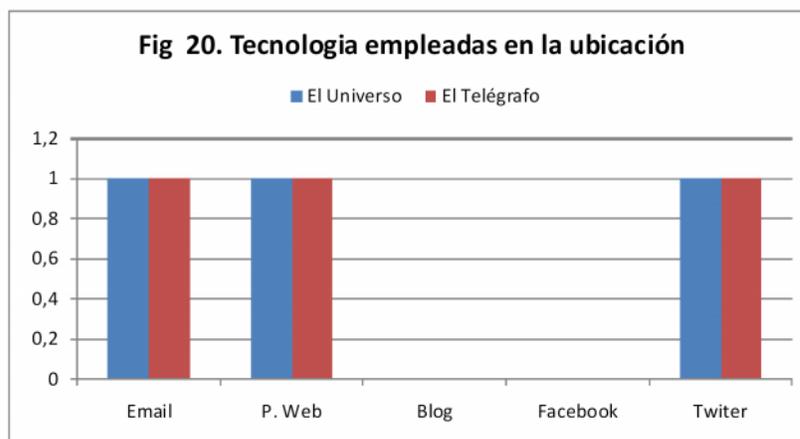
Fuente: Elaborada por el autor

3.2.4 Prensa

Información General

Tecnología empleada en la ubicación

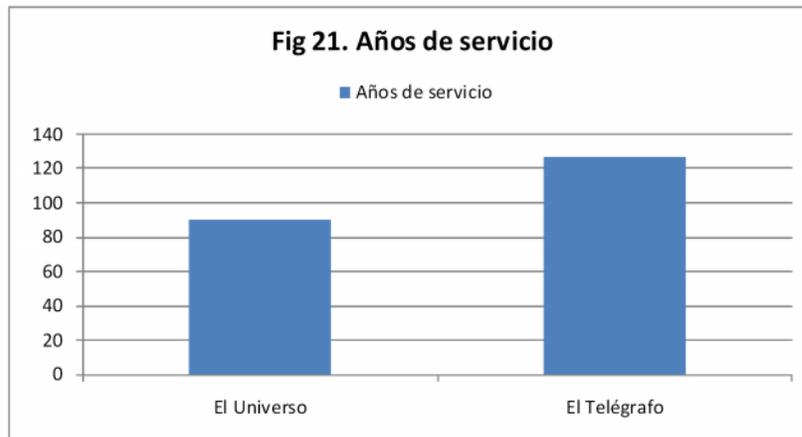
Tanto el Universo como El Telégrafo disponen de correo electrónico, página Wb y Twiter; pero no disponen (de acuerdo al estudio) de Blog y Facebook (Fig 20).



Fuente: Elaborada por el autor

Años de servicio

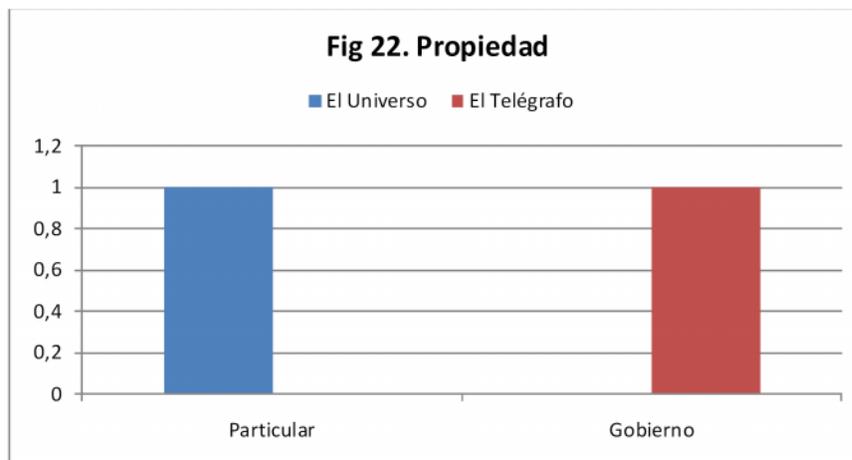
Los dos periódicos son antiguos: El Telégrafo con más de 120 años de haber sido fundada (también conocida como el Decano de la Prensa) y el Universo con más de ochenta (Fig 21).



Fuente: Elaborada por el autor

Propiedad

Es necesario destacar que la propiedad de los dos medios de comunicación es diferente. El Universo corresponde a la Empresa privada, en cambio el Telégrafo, anteriormente también de la Empresa privada, ahora le pertenece al Gobierno Nacional por problemas económicos (Fig 22).

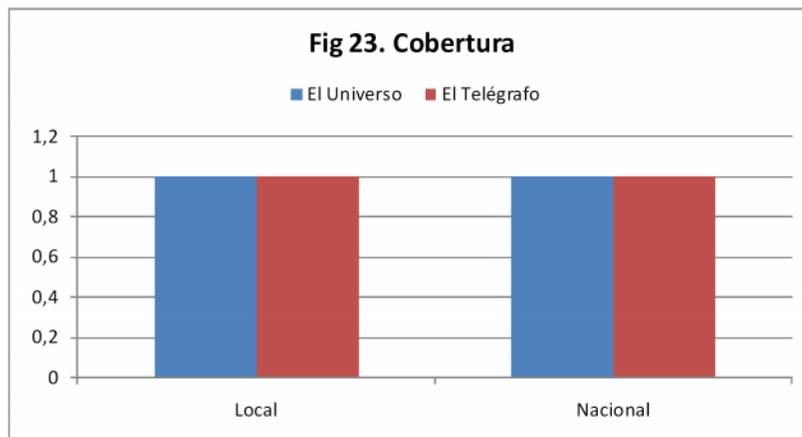


Fuente: Elaborada por el autor

Morfología de la Empresa

Cobertura

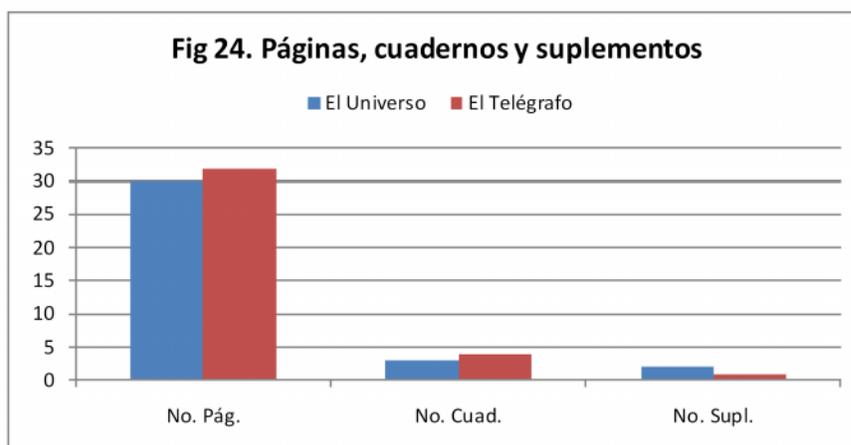
Los dos medios de comunicación tienen una cobertura local (la ciudad de Guayaquil) y Nacional (Fig 23).



Fuente: Elaborada por el autor

Páginas, cuadernos y suplementos

El número de páginas de los dos medios de comunicación son aproximadamente similares, de acuerdo al trabajo El Universo tiene 30 y El Telégrafo 32. En el número de cuaderno tres y cuatro, respectivamente; y finalmente en el número de suplementos dos y uno respectivamente (Fig 24).

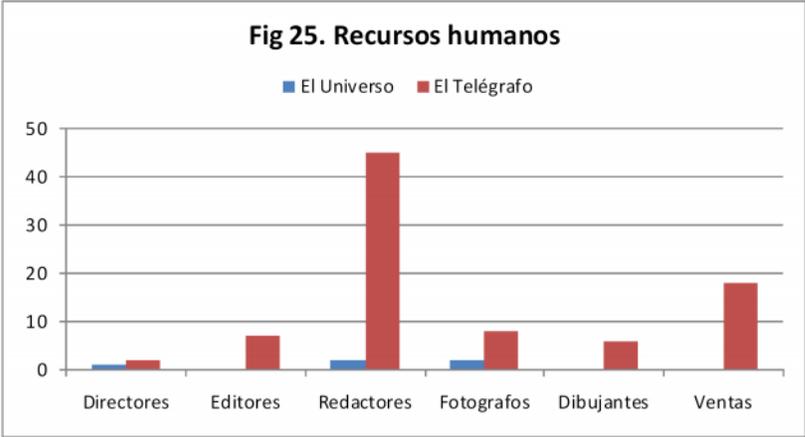


Fuente: Elaborada por el autor

Recursos humanos

En este tema no se puede hacer una comparación entre los dos medios de comunicación, toda vez que el relacionista público de El Universo no proporcionó la información solicitada; en cambio el personal de El Telégrafo si la proporcionó. El Telégrafo se destaca por el número de

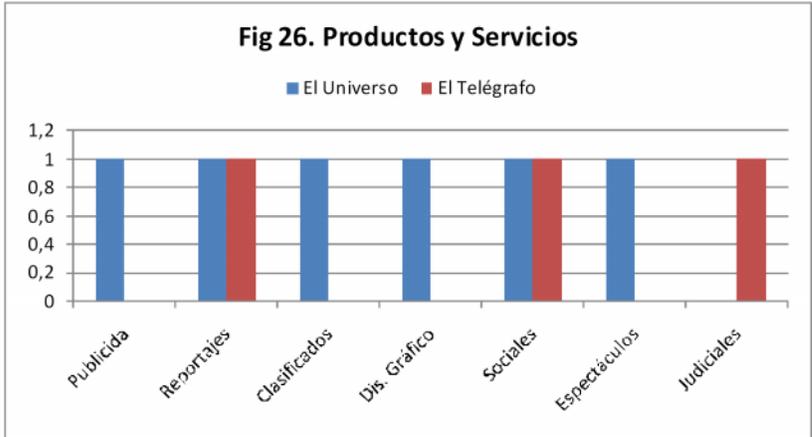
editores (siete), redactores (45), fotógrafos (ocho) dibujantes (seis) y personal de ventas (18) (Fig 25).



Fuente: Elaborada por el autor

Productos y Servicios

El Universo, a excepción del producto Judiciales ofrece todos los demás como: publicidad en general, reportajes, clasificados, Diseño gráfico Espectáculos. En cambio, El telégrafo se limita a Reportajes, Sociales y Avisos Judiciales (Fig 26).

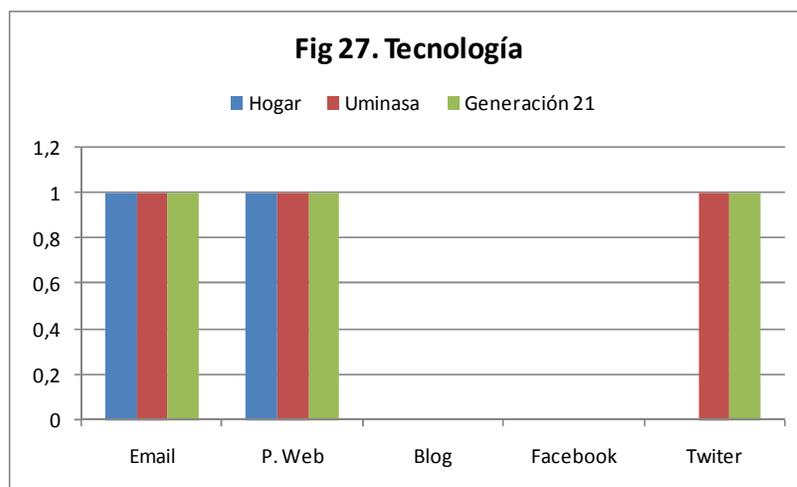


Fuente: Elaborada por el autor

3.2.5. Revistas
Información General

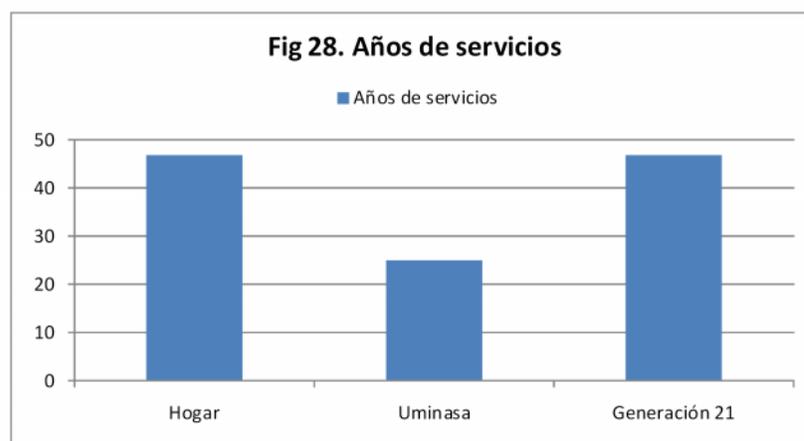
Tecnologías empleadas en la ubicación

Las tres revistas del estudio se las puede ubicar por medio del correo electrónico y por la página Web; en cambio por Twitter, Uminasa y Generación 21. Ninguna de las tres revistas tienen servicio de Blog y Facebook (Fig 27),



Años de servicio

Las revistas Hogar y Generación 21 tienen 47 años de servicio a la comunidad y Uminasa 25 (Fig 28).

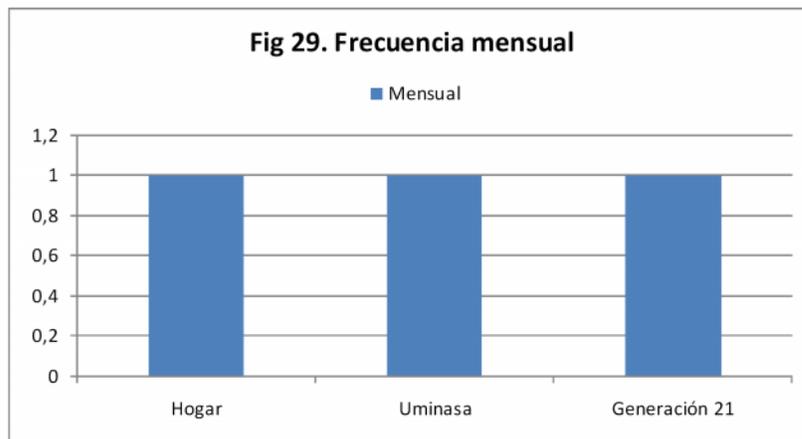


Fuente: Elaborada por el autor

Morfología de la Empresa

Frecuencia de circulación

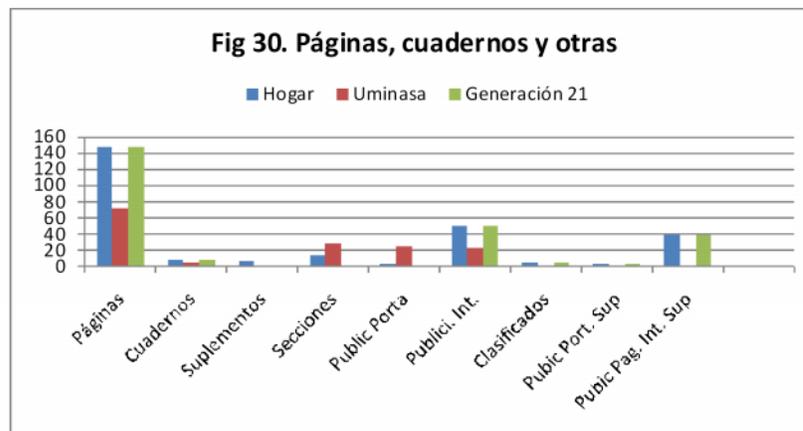
Las tres revistas tienen una frecuencia de circulación mensual (Fig 29)



Fuente: Elaborada por el autor

Páginas cuadernos y otras

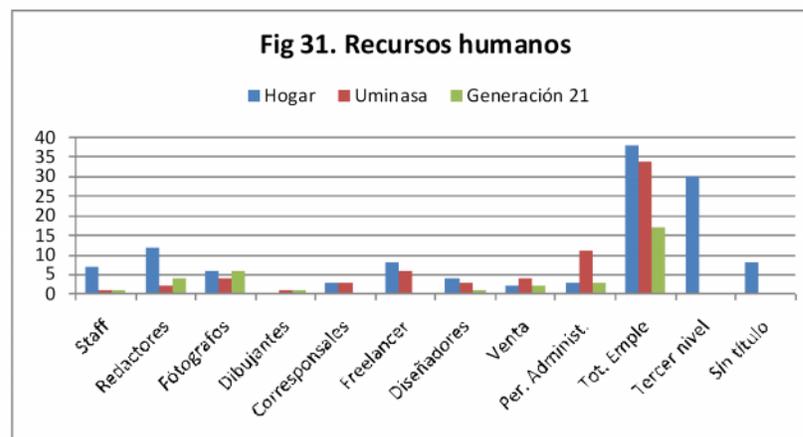
Tanto la revista Hogar y Generación 21 tienen 150 páginas en sus ediciones, mientras que Uminasa 72. El número de cuadernos son de nueve, cinco y nueve, respectivamente a Hogar, Uminasa y Generación 21. La publicidad interna es de 50, 24 y 50 unidades, en el mismo orden. Los otros aspectos de las revistas son muy variables en pequeñas cantidades, o en su defecto algunas no las tienen, como clasificados y publicaciones en páginas internas para la revista Uminasa, y suplementos, secciones y publicación portada para Generación 21 (Fig 30).



Fuente: Elaborada por el autor

Recursos Humanos

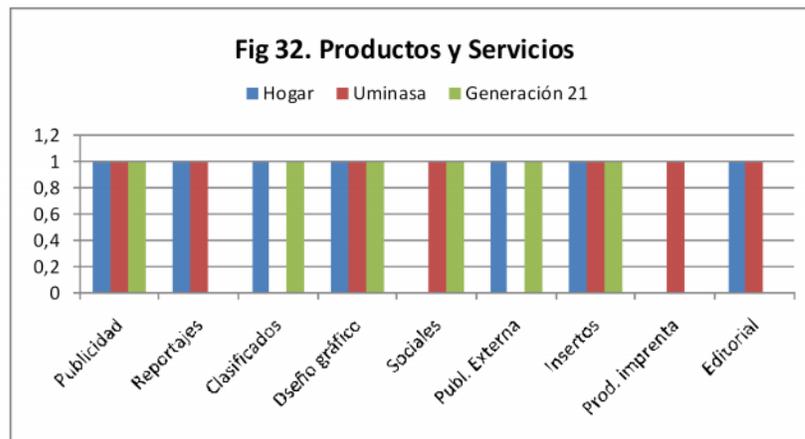
De acuerdo al estudio, el mayor número de empleados le corresponde a la revista Hogar con 38 plazas, seguido por Uminasa con 34 y Generación 21 con 17. Además, la revista Hogar tiene un Stagg de Directores de siete personas, Redactores 12, Fotógrafos seis y 30 empleados con preparación de tercer nivel. Uminasa, por su parte dispone de un ejecutivo, dos redactores, cuatro fotógrafos, etc. Finalmente Generación 21 cuenta con un una persona como Director, cuatro como Redactores, seis fotógrafos, etc. (Fig 31).



Fuente: Elaborada por el autor

Productos y Servicios

Las tres revistas tienen como Productos y Servicios : Publicidad, Diseño gráfico e Insertos varios, Reportajes a Hogar y Uminasa: Clasificados (Hogar y Generación 21), Sociales (Uminasa y Generación 21), Publicidad externa (Hogar y Generación 21), Producción imprenta Uminasa y Editoril) (Fig 32).



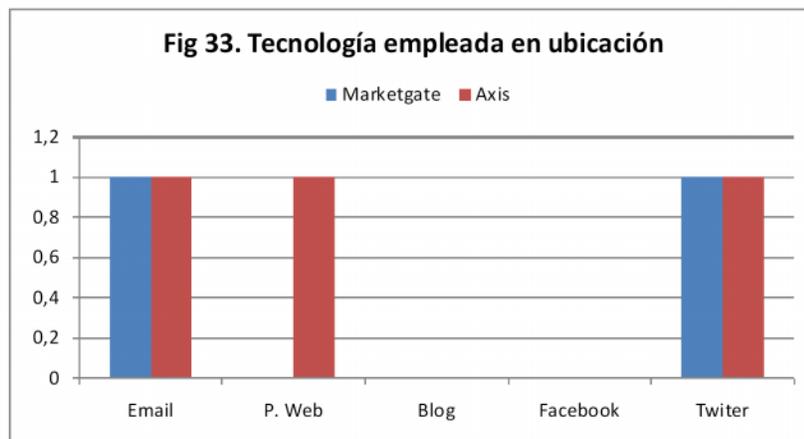
Fuente: Elaborada por el autor

3.2.6. Agencias de Relaciones públicas

Información General y Legal

Tecnología empleada en ubicación

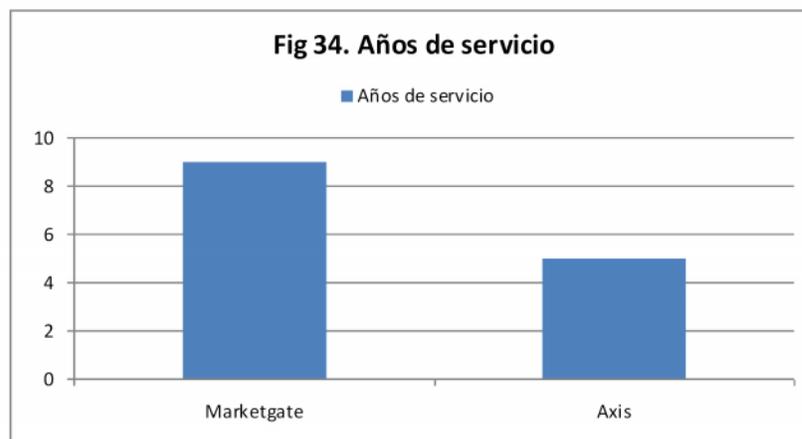
La tecnología empleada por las dos Agencias de Relaciones Públicas para comunicación (ubicación) son correo electrónico y Twiter y solamente lo hace la Agencia Axis por intermedio de la página Web. Por otra parte, ninguna de las dos Agencias disponían ni de Blog y Facebook (Fig 33).



Fuente: Elaborada por el autor

Años de servicio

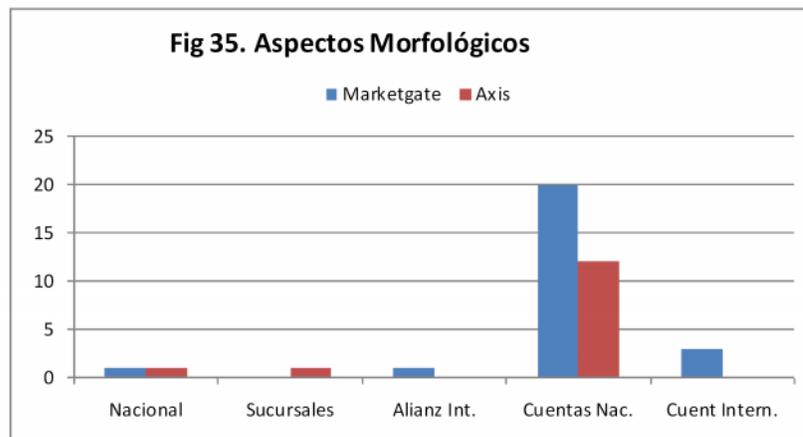
Las dos Agencias de publicidad son relativamente nuevas, Marketgate tiene nueve años de operación y Axis cinco (Fig 34).



Fuente: Elaborada por el autor

Aspectos Morfológicos

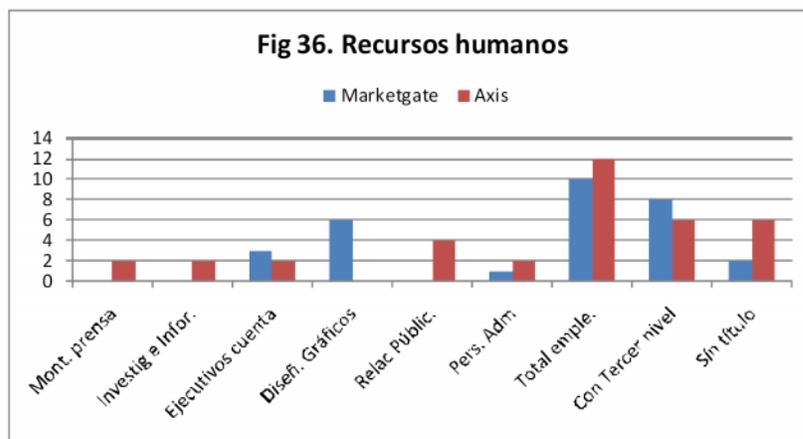
Las dos agencias son de cobertura nacional. Solamente Axis tiene sucursal. Marketgate tiene una alianza internacional. Marketgate y Axis tienen 20 y 12 Cuentas nacionales y Markegate tres cuentas interna (Fig 35).



Fuente: Elaborada por el autor

Recursos Humanos

El personal de Marketgate está distribuido en: Ejecutivos de cuentas (tres), Diseñadores de Gráfico (seis), Personal Administrativo uno, de los cuales ocho son de preparación de tercer nivel y dos no. En cambio Axis dispone de Monitoreo de prensa (dos), investigación e información (dos), Ejecutivos de cuenta (dos), Relaciones Públicas (4), Personal administrativo (dos), de los cuales seis tienen preparación de tercer nivel y seis sin título (Fig 36).

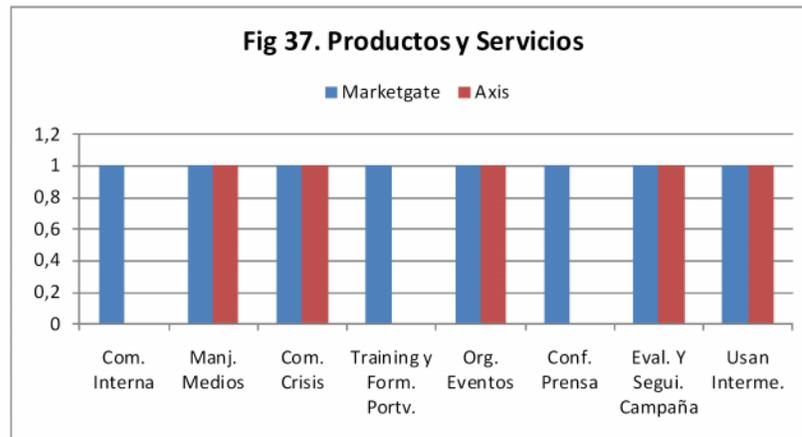


Fuente: Elaborada por el autor

Productos y Servicios

Los Productos y Servicios que ofrece Marketgate son Asesoría (Relaciones Públicas, Comunicación interna, Manejo de medios, Comunicación de crisis y Media Training y formación de portavoces); Planificación de actividades de RRPP (Organización de eventos, Conferencia de Prensa); Evaluación y seguimiento de campañas en medios; y el empleo de Intermediarios.

De igual manera Axis lo ofrece en Relaciones Públicas, Planificación de actividades de RRPP, Evaluación y seguimiento de campaña en medios y el empleo de intermediarios (Fig 37).



Fuente: Elaborada por el autor

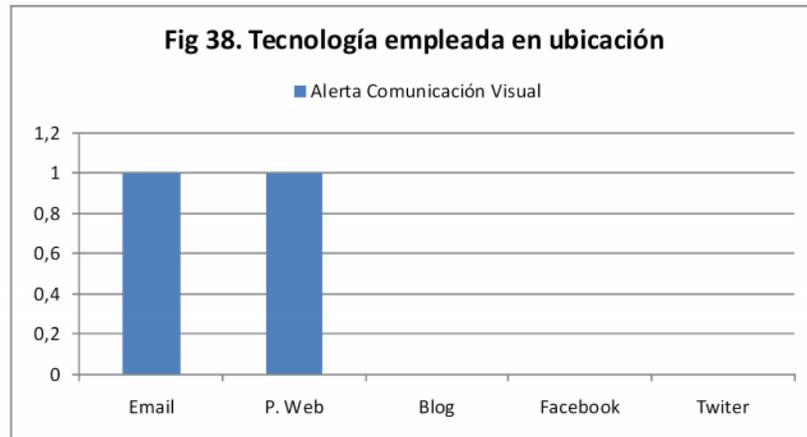
3.2.7. Agencias de Marketing y Publicidad

Como ya se señaló anteriormente de las tres empresas de Marketing y Publicidad: Creacons, Alerta Comunicación Visual y Alta Internacional, solo Alerta Comunicación Visual, al momento del levantamiento de información del trabajo, estaba operativa.

Información General

Tecnología empleada en la ubicación

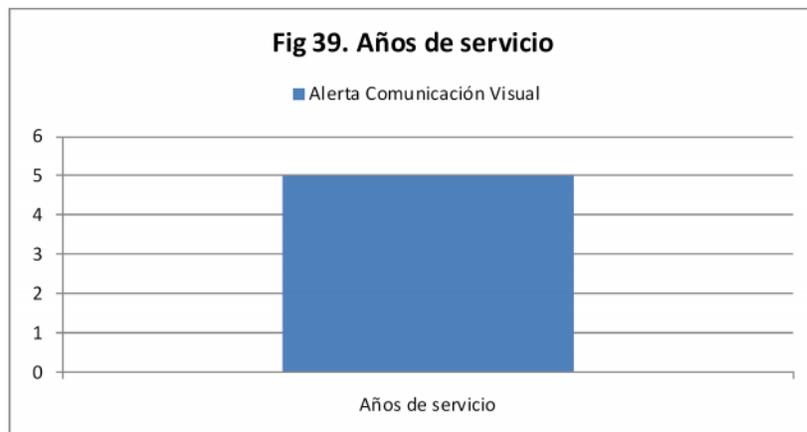
A esta empresa (Alta Comunicación Visual) se la puede ubicar por intermedio de correo electrónico y página Web. No dispone de Blog Facebook y Twitter (Fig 38).



Fuente: Elaborada por el autor

Años de servicio

La empresa Alta Comunicación Visual tiene cinco años de antigüedad (Fig 39).

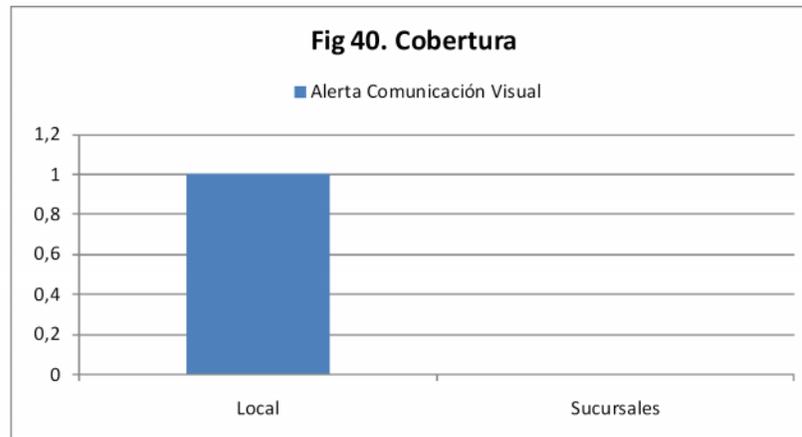


Fuente: Elaborada por el autor

Morfología de la Empresa

Cobertura

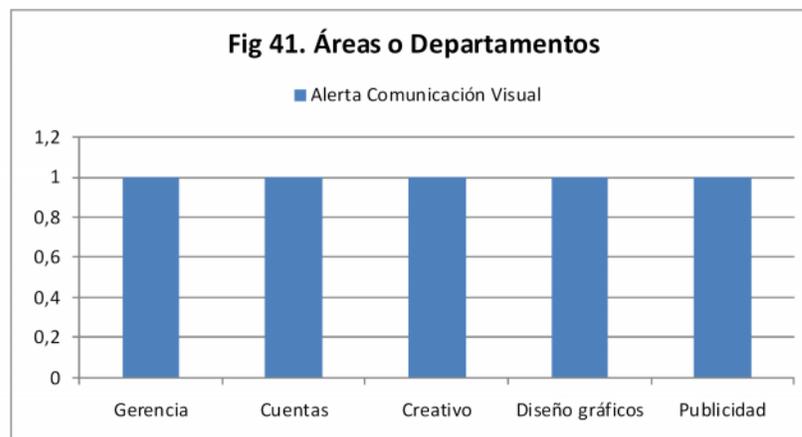
La cobertura de Alta Comunicación Visual es local (Guayaquil) y no dispone de sucursales (Fig 40).



Fuente: Elaborada por el autor

Áreas o Departamentos

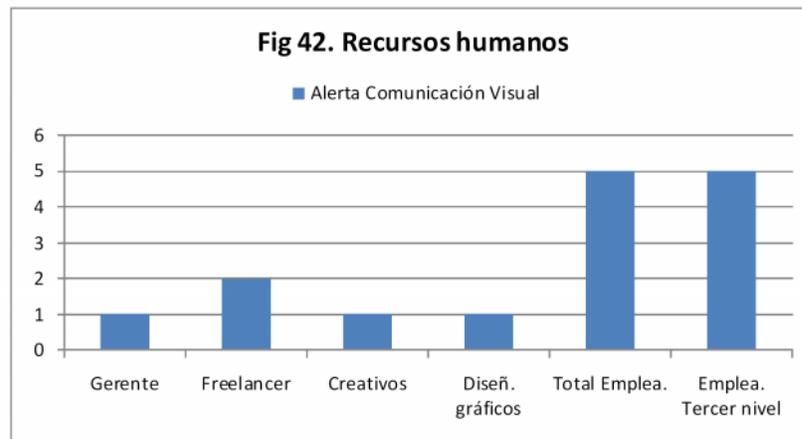
Alta Comunicación Visual cuenta con los siguientes departamentos: Gerencia, Cuentas, Creativo, Diseño y Publicidad (Fig 41)



Fuente: Elaborada por el autor

Recursos Humanos

La Agencia dispone del siguiente personal: Un gerente, dos freelancer, un creativo, un diseñador de gráfico. Todos los cinco empleados tienen un nivel de educación de tercer nivel (Fig 42).



Fuente: Elaborada por el autor

Productos y Servicios

Los productos y servicios que ofrece la agencia son los siguientes: marketing, Servicios de diseños gráfico y servicio ATL (Fig 43).

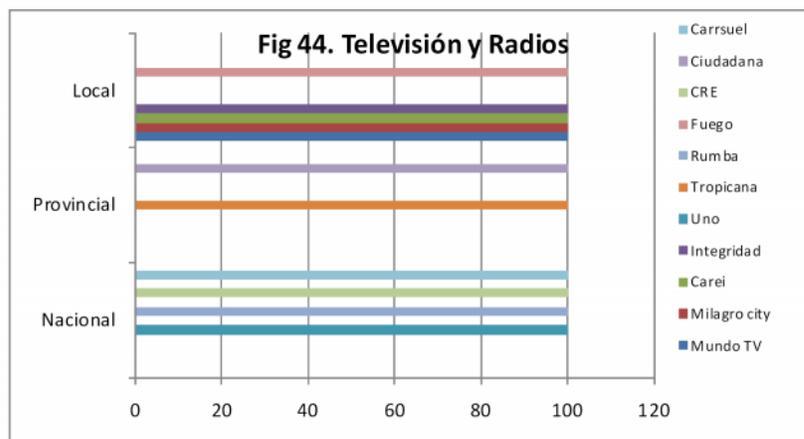


Fuente: Elaborada por el autor

3.3. Presentación de cruces de información

Entre Canales de Televisión y Radios

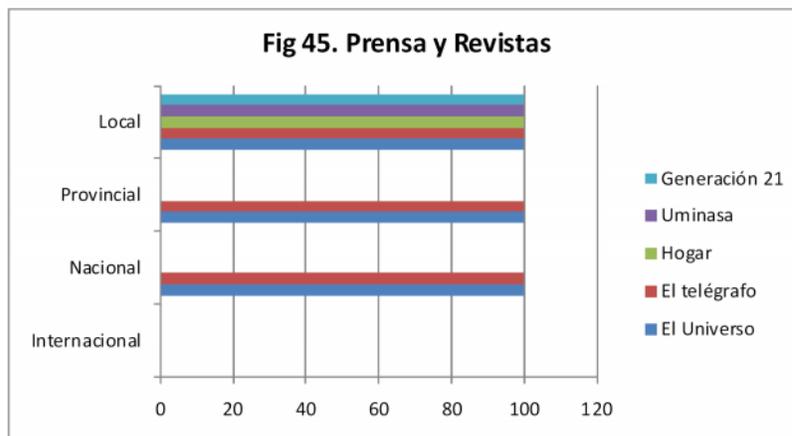
La cobertura de los medios de comunicación tanto de los canales como de televisión y las radios fue: como local: Los canales Mundo TV, Milagro City y CAREI y las radios Integridad y Fuego. Como Provincial: Las radios Tropicana y Ciudadana. Y a Nivel Nacional: las radios Tropicana, Rumba, CRE y Carrusel (Fig 44).



Fuente: Elaborada por el autor

Entre Prensa y Revistas

A excepción de la Prensa, que tiene una cobertura nacional y provincial, las revistas solo lo tienen a nivel local (Fig 45).



Fuente: Elaborada por el autor

Agencias de Relaciones Públicas y Marketing y Publicidad

Las tres empresas Merkegate, Axis y Alerta Comunicación Visual tienen una cobertura Local (Fig 46).



Fuente: Elaborada por el autor

IV. ANÁLISIS INDIVIDUAL DE RESULTADOS

4.1. De los medios y empresas investigadas

4.1.1. Canales de Televisión

Mundo TV

Esta empresa con razón social de “Mundo TV”, fue fundada el 1 de Diciembre del 2.008 por la Sra. María Beatriz Armijos Carrión, con el objetivo de dar servicio por Cable a la población de Tenguel (Prov. Del Guayas). La misma persona ejerce las funciones de accionista y representante legal. Pese, a que las oficinas físicas de la Empresa están ubicadas en Tenguel, la administración se ejerce desde la Ciudad de Guayaquil. Como tecnología dispone de correo electrónico. Esta empresa tiene tres años de servicio, su trasmisión lo realiza por lo que se denomina aire y tiene una cobertura local y dispone de dos personas como ejecutivas. Ofrece como productos y servicios Spots publicitarios, Campañas publicitarias y Propaganda (Anexo 1 y 2).

Freddy TV

Con razón social “Freddy TV” fue fundada el 23 de Mayo del 2.008, para dar servicio a la ciudad de Simón Bolívar (Prov. Del Guayas). El Consejo Nacional de Telecomunicaciones le canceló la concesión con fecha del 23 de Junio del 2.010; de igual manera, no existe información de la misma ni el SRI ni en la Super Intendencia de Compañías (Anexo 1 y 2).

Daule Visión

Con razón social “Transcorporación” fue fundada el 14 de Marzo del 2005 por el Sr. Francisco Vera Rodríguez, con el objetivo de dar servicio de Televisión por suscripción a la ciudad de Daule (Prov. Del Guayas), La misma persona ejerce las funciones de accionista y representante legal. De acuerdo a la Superintendencia de Compañías, la empresa no está inscrita (Anexo 1 y 2).

Milagro City

Con razón social “Kerly Piedad Fernández Lima fue fundada el 1 de Diciembre del 2.008 por el Sr. Francisco Azan y la Sra Mayra Aguilar, para dar servicio de Televisión (entretenimiento e

información) a la ciudad de Milagro (Prov. Del Guayas). El Sr. Francisco Azan y y la Sra Kerly Fernández son los accionistas y directores de la Empresa, en tanto la Sra. Kerly Fernández la de representante legal. Como tecnología dispone de correo electrónico. Esta empresa tiene tres años de servicio, su transmisión lo realiza por lo que se denomina aire y tiene una cobertura local y dispone de seis personas, a nivel de ejecutivos, 29 empleados, de los cuales seis tienen tercer nivel. Ofrece una variada gama de productos y servicios, como Spots publicitarios, Campañas publicitarias y Propaganda, Clasificados, Presentadores y Animaciones y varios otros (Anexo 1 y 2).

Carei TV

Con razón social "Carei TV" fue fundada el 6 de Enero del 1.999 por el Sr. Carlos Alcibiades Reinoso Azuero, con el objetivo de dar servicio de Televisión (educar, informar y entretener con diversión) a la población de El Triunfo (Prov. Del Guayas), La misma persona ejerce las funciones de accionista y representante legal. Como tecnología dispone de correo electrónico. Esta empresa tiene dos años de servicio, su transmisión es UHF y tiene una cobertura local y dispone de nueve personas, que realizan actividades gerenciales (siete) y dos como empleados en actividades varias; De este total tres tienen tercer nivel. Ofrece una variada gama de productos y servicios, como Spots publicitarios, Campañas publicitarias y Propaganda, Clasificados, Presentadores y Animaciones y varios otros (Anexo 1 y 2).

Naranjito TV

Con razón social "Naranjito TV" fue fundada por la Sra. Sonia María Maridueña Larco, con el objetivo de dar servicio a la población de El Empalme (Prov. Del Guayas); pero, no se dispone de información de la fecha de fundación. De acuerdo a la Superintendencia de compañías y la Supertel esta empresa no está inscrita. (Anexo 1 y 2)

4.1.1.2. Radios

Radio Integridad – RadioBBN 16.1 FM

Con razón social "Radio integridad CIA LTDA". fue fundada el 30 de Noviembre de 1981 por el Señor Jorge Aguilar con el propósito de alquilar sus frecuencia a quién practique la palabra de Dios. Pertenece a la fundación Bible Broadcasting Network y su representante legal es mismo

Sr. Jorge Minchala. La radio está operativa y dispone de correo electrónico y página Web. Tiene 30 años de servicio, frecuencia AM, cobertura nacional, dispone de ejecutivos y empleados, de los cuales ocho tienen tercer nivel. Finalmente ofrece productos y servicios como: Spot, Jingle, Presentación y animaciones Clasificados, Servicios comunitarios, propaganda política y publicidad (Anexo 1 y 2).

Radio Uno

Con razón social “Radio Difusores Asociados Sabarc” fue fundada el 8 de Julio de 1976, en la ciudad de Guayaquil, por el Señor Raúl Salcedo Castillo, quién al mismo tiempo consta como accionista, representante legal y director de la empresa. El propósito de la radio, de género romántico nacional, es brindar la mejor calidad, fidelidad y profesionalismo, innovando siempre y buscando el cambio de la tecnología. Está activa y dispone de correo electrónico. Tiene 40 años de servicio, frecuencia AM, cobertura nacional, dispone de ejecutivos y empleados, de los cuales cuatro tienen tercer nivel. Finalmente ofrece productos y servicios como: Spot, Jingle, Presentación y animaciones; Audio móvil, Presentación de animadores, Publicidad, Servicios para conmutadores, Clasificados, Servicios comunitarios, Propaganda política y Publicidad (Anexo 1 y 2).

Radio Tropicana

Con razón social “Merit Corp S. A. Asesores y Productores” fue fundada el 29 de Octubre de 1993 en la ciudad de Guayaquil por Rafael Guerrero Valenzuela con el propósito de informar y entretener con responsabilidad de un medio de comunicación. Su representante y Director es el Señor Otto Sonnenholzner. La radio está operativa y presta servicios, como matriz en Guayaquil, a toda la región, dispone de correo electrónico y página Web. Tiene 40 años de servicio, frecuencia AM, cobertura nacional, dispone de ejecutivos y empleados, de los cuales siete tienen tercer nivel. Finalmente, ofrece productos y servicios como: Spot, Jingle, Presentación y animaciones;, Presentación de animadores, Publicidad, Clasificados, Propaganda política y Publicidad (Anexo 1 y 2).

Radio Rumba Networkh

Con razón social “Radio Canal 107 SA Radiosa”, también conocida como Rumba Networkh, fue fundada en Guayaquil por Freddy Moreno con el propósito que funcione como un medio de comunicación que entretenga, informe y sirva como medio de promoción y cultura dentro de la zona de cobertura. Su representante es la misma persona y tiene como accionistas a Freddy Moreno, Sergio Moreno, Alejandro Moreno y Andrés Moreno y como directores Freddy Moreno y Sergio Moreno; en otras palabras es una empresa familiar. La radio está operativa y tiene correo electrónico y página Web. Tiene 22 años de servicio, frecuencia FM, cobertura nacional, dispone de ejecutivos y empleados, de los cuales ocho tienen tercer nivel. Finalmente, ofrece productos y servicios como: Spot, Jingle, Presentación y animaciones; Presentación de animadores, Publicidad, Clasificados, Servicio comunitario, Propaganda política y Publicidad (Anexo 1 y 2).

Radio Fuego

Con razón social “Profuegos S A.”, también conocida como radio Fuego106 FM Guayaquil fue fundada el 21 de septiembre de 1995 por la Sra. Mariela Viteri y Ricardo Mórto la con el propósito de ofrecer una extensa programación para todos los gustos. Su representante es la misma Señora Viteri y tiene como accionistas a: Mariela Viteri, Mariela y Ricardo Mórto la Viteri y como miembros del directorio a más de Mariela Viteri a Kathy de Yáñez, Alexei Pesantez y Ana Guerrero. La radio está operativa y dispone como tecnología correo electrónico, página Web y Twitter. Tiene 22 años de servicio, frecuencia FM, cobertura nacional, dispone de ejecutivos y empleados, de los cuales cuatro tienen tercer nivel. Finalmente, ofrece productos y servicios como: Presentación y animaciones; Publicidad; Servicio comunitario, Propaganda política y Publicidad (Anexo 1 y 2).

Radio CRE Satelital

Con razón social “Cortel S.A”, fue fundada en la ciudad de Guayaquil el 1 de Septiembre de 1940 por los Señores Sergio Pérez Valdez, Luis Alcivar Elizalde y Rafael Guerrero Valenzuela con el propósito de ser una radio de difusión comercial privada, con programación de noticias y deportes. Su representante legal es Antonio Guerrero Gómez, entre otros accionistas figuran CORTEL S.A., Antonio Guerrero Gómez y Olivia Guerrero. La radio está operativa y dispone de

correo electrónico, página Web y Twitter). Tiene 71 años de servicio, frecuencia AM, cobertura nacional, dispone de ejecutivos y empleados, de los cuales 12 tienen tercer nivel. Finalmente, ofrece productos y servicios como: Spot, Jingle, Presentación y animaciones; Presentación de animadores, Publicidad, Clasificados, Propaganda política y Publicidad (Anexo 1 y 2).

Radio Ciudadana

Con razón social “Radio Pública del Ecuador”, fue creada por el Gobierno Nacional en la ciudad de Quito con una repetidora Guayaquil (no se dispone de información del inicio de sus actividades) con el propósito de mantener informada a la ciudadanía con pluralidad de información. Está adscrita al Ministerio de Cultura. La radio está activa y dispone de correo electrónico y página Web. No se conoce desde cuando se iniciaron sus actividades, frecuencia AM, cobertura provincial; dispone de ejecutivos y empleados, de los cuales seis tienen tercer nivel. Finalmente, ofrece como productos y servicios los aspectos comunitarios (Anexo 1 y 2).

Cadena Radial Carrusel

Con razón social “Organización Radial C.A.” fue creada por CERATASA el 27 de Julio de 1970 en Guayaquil, con el propósito de entretener e informar con objetividad y responsabilidad. El representante legal es Douglas Arguello y tiene como accionistas a Fidecomiso AGD no mas impunidad y como directivos a Camilo Samán y Pedro Delgado. La radio está activa y dispone de correo electrónico. Tiene 41 años de servicio, frecuencia AM, cobertura nacional, dispone de ejecutivos y empleados, de los cuales ocho son de tercer nivel. Finalmente, ofrece productos y servicios como: Spot, Jingle, Presentación y animaciones; Presentación de animadores, Publicidad, Clasificados, Propaganda política y Publicidad (Anexo 1 y 2).

4.1.1.3. Prensa

El Universo

Con razón social “C.A. El Universo”, fue fundada el 16 de septiembre de 1921, en la ciudad de Guayaquil, por el señor Ismael Pérez Pazmiño con el propósito de informar lo que sucede en las últimas 24 horas en la ciudad, en el país, el mundo, de manera clara, objetiva, honesta, imparcial y veraz. Orientar y ofrecer elementos de reflexión sobre los asuntos de orden público, donde los espacios editoriales y de análisis en un producto convenientemente presentado, bien impreso y que llegue a todos los sectores del país, en el momento oportuno haciendo todos los

días el mejor diario del país. Actualmente son propietarios y directores de la empresa los señores Carlos Pérez Barriga, César Pérez Barriga y Nicolas Pérez Lapenti y tiene como representante legal al señor Leonardo Terán Parral. Como es público, el Universo está operativo y dispone de correo electrónico, página Web y Twitter. Tiene 90 años de servicio, cobertura local, provincial y nacional. En sus ediciones dispone de 30 páginas, tres cuadernos y dos suplementos. Lamentablemente no se conoce el número total del personal ni a nivel de Staff ni como empleados. Ofrece toda clase de productos, como Publicidad, Reportajes, clasificados, diseños gráfico, sociales, espectáculos, etc. (Anexo 1 y 2).

El Telégrafo

Con razón social “Editores Nacionales Gráficos Editogran S.A.”, fue fundada, en la ciudad de Guayaquil el 16 de Febrero 1884 por el Señor Juan Murillo. Los propietarios son Fidecomiso AGD no mas impunidad y el representante legal es el señor Hugo Manuel Intriago Ruiz. También se lo conoce como “el Decano de la Prensa Nacional” y tiene como propósito ser un diario independiente donde los ciudadanos puedan expresar su opinión. De igual manera, como la empresa anterior, está activo y dispone de correo electrónico, página Web y Twitter (Anexo 2 y 3). Tiene 127 años de servicio, cobertura: local, provincial y nacional. En sus ediciones dispone de 32 páginas, cuatro cuadernos y un suplemento. Dentro de su personal cuenta con seis Directores, siete editores, 45 redactores, ocho fotógrafos, seis dibujantes y 18 empleados de venta. Ofrece como productos y servicios: Reportajes, Sociales y Judiciales (Anexo 1 y 2).

4.1.1. 4. Revistas

Revista Hogar

Con razón social “Editores Nacionales S.A.”, fue fundada el 1 de abril de 1964, en Guayaquil, por la Sra. Rosa Amelia Alvarado Roca; tiene como propósito Orientar, informar, entretener y hacer soñar a la mujer ecuatoriana, impulsándola con su contenido hacia una exitosa participación en el mundo de hoy. Está representada por Xavier Alvarado Roca y Rodrigo Bustamante y tiene como propietarios a Xavier Alvarado Roca, Rosa Amelia Alvarado Roca y Francisco Alvarado y como directores a Xavier Alvarado Roca, Rosa Amelia Alvarado Roca y Xavier Alvarado. La empresa pertenece al grupo de empresas denominada Editores Nacionales. Actualmente está operativa y dispone de correo electrónico y página Web. Tiene 47

años de antigüedad, la frecuencia de circulación es mensual, dispone de 148 páginas, de las cuales se pueden destacar ocho suplementos y nueve cuadernos. En personal dispone de siete a nivel de Staff y 38 como empleados, de los cuales 12 son redactores, ocho fotógrafos, tres corresponsales, ocho freelancer, cuatro diseñadores, etc. Como productos y Servicios ofrece Publicidad, reportajes, clasificados, Diseño gráfico, etc. (Anexo 1 y 2).

Editorial Uminasa del Ecuador S.A.

Con razón social “Editorial Uminasa del Ecuador S.A.” fue fundada el 4 de mayo de 1986, en la ciudad de Guayaquil (no se conoce el nombre del creador), con el propósito de editar revistas y artículos de publicidad. Su representante legal es Daniela Silva del Pozo Levi, pertenece a Fidecomiso AGD no más impunidad. Está operativa y dispone correo electrónico, página Web y Twitter. Tiene 25 años de antigüedad, la frecuencia de circulación es mensual, dispone de 72 páginas, de las cuales se pueden destacar dos suplementos y cinco cuadernos. En personal dispone, entre otros, uno a nivel de Staff, dos redactores, cuatro fotógrafos y tres diseñadores. Como productos y Servicios ofrece: Publicidad, reportajes, diseño gráfico, etc. (Anexo 1 y 2).

Generación 21

Con razón social “Editores Nacionales Sociedad Anónima” fue creada el 1 de Abril de 1964 por Xavier Alvarado Roca, con el propósito de promover a los jóvenes de entretenimiento e información sobre las últimas tendencias de la farándula, música, tecnología y problemática juvenil. Esta representada por Xavier Alvarado Roca y Rodrigo Bustamante; tiene como propietarios a Xavier y Rosa Amelia Alvarado Roca y Francisco Arosemena y como directivos a Rodrigo Bustamante, Francisco Alvarado Roca, Rosa Amelia Alvarado Robles. Pertenece al grupo de Empresas Editorial Vistazo y dispone de correo electrónico, página Web y Twitter. Tiene 47 años de antigüedad, la frecuencia de circulación es mensual, dispone de 148 páginas y cinco cuadernos., etc. En personal dispone, entre otros, uno a nivel de Staff, y 17 en varios departamentos. Como productos y Servicios ofrece: Publicidad, clasificados, diseño gráfico, sociales, etc. (Anexo 1 y 2).

4.1.1. 5. Agencias de Relaciones Públicas

Marketgate

Con razón social "Marketgate Plus S.A." fue fundada el 16 de Abril del 2.002, en la ciudad de Guayaquil, por Enrique Arosemena Baquerizo y Priscila Tandazo con el propósito de contribuir a implantar la personalidad y valores de las organizaciones en el mercado, a fin de generar fidelidad y respeto de sus productos o servicios. Tiene como accionista a los fundadores y está representada por Priscila Tandazo de Espinal. La empresa está operativa y tiene un convenio con la empresa IMS marketing de Miami para el manejo de cinco marcas de productos. Por otra parte, solo dispone de correo electrónico. Tiene nueve años de antigüedad; sus actividades son a nivel nacional. En recursos humanos tres son ejecutivos y, de un total 10 empleados, ocho tienen tercer nivel de preparación. Los productos y servicios que ofrece son Asesoría en RR. PP. Planificación de actividades de RRPP, Evaluación e seguimiento de campaña, etc. (Anexo 1 y 2).

Axis

Con razón social "Ilmyzac S.A.", fue fundada el 6 de diciembre del 2.006, en la ciudad de Guayaquil, por Leonidas Villagrán y Guido Santillán con el propósito de dar servicio como Agencia de Relaciones públicas, generación de pensamiento estratégico, aplicado en las áreas de imagen empresarial, reputación y relaciones públicas. Sus propietarios son los mismos fundadores y como director y representante a María Luisa Noboa y Guido Santillán, respectivamente. La empresa está operativa y trabaja también con Consultores Asociados, dispone de correo electrónico y página Web. Tiene cinco años de antigüedad; sus actividades son a nivel nacional. En recursos humanos dispone de los siguiente: Tres en monitoreo de prensa, dos en investigación e información, dos ejecutivos de cuenta, cuatro en relaciones públicas, y finalmente de de 12 empleados, seis tienen tercer nivel de educación. Los productos y servicios que ofrece son: Asesoría en RR.PP. Planificación de actividades de RRPP, Evaluación e seguimiento de campaña, etc. (Anexo 1 y 2).

4.1.1 6. Agencias de Marketing y Publicidad

Creacons

Con razón social “Creacons” fundada en Guayaquil (no se conoce la fecha) y no está operativa (Anexo 1 y 2)

Alerta comunicación Visual

Con razón social “Alercom S.A.” fue fundada el 6 de Octubre del 2.006, en la ciudad de Guayaquil por Paolo Diminich, con el propósito de ofrecer soluciones en el campo de la comunicación visual que implementa de forma eficaz y creativa las estrategias de publicidad y mercadeo de los clientes. La empresa pertenece al mismo fundador, quien a su vez actúa como representante legal y directivo. La empresa está operativa y dispone de correo electrónico y página Web. Tiene cinco años de antigüedad; sus actividades son a nivel local. Cuenta con los siguientes Áreas o Departamentos: gerencia, Cuentas, Creativo, Diseño gráfico y Publicidad. Dispone como recursos humanos: Un gerente, dos freelancer, un creativo, un diseñador gráfico (Todos los empleados son de tercer nivel. Los productos y servicios que ofrece son: Marketing, Servicios en Diseños gráficos y Servicio en ATL (Anexo 1 y 2).

Alta Internacional

Con razón social “Alta Internacional de Publicidad CIA LTDA”, fue fundada el 6 de Agosto de 1975 (no se conoce los nombres de los fundadores, accionistas, etc). y tiene como propósitos representar a los medios de difusión en el tiempo y espacio interesados en la obtención de anuncios. Actualmente, según el reporte del SRI la empresa está cerrada desde el 21 de Junio del 2.004 (Anexo 1 y 2).

4.1.1. 7. Producción Audiovisual

Creavision

Con razón social “Xavier Eduardo Alvarado Robles” fue fundada el 8 de Noviembre de 1.992 por Xavier Alvarado Robles, en la ciudad de Guayaquil, con el propósito de distribuir filmes y videocintas a otras industrias para su exhibición al público por intermedio de la televisión y actividades vinculadas con la distribución de filmes y video cintas (obtención, entrega, archivo,

etc). Tiene como accionistas, director y representante legal a la misma persona Xavier Alvarado Roca. La empresa no está operativa (Anexo 1 y 2).

4.2. De las áreas investigadas en los medios y empresas de comunicación

4.2.1. Canales de Televisión

De los canales asignados a la investigación existieron algunos que dan servicio a zonas rurales. Estos se caracterizaban por la informalidad y la forma de distribuir la señal y programación. Tienen su centro de operaciones en los domicilios de los dueños y operan con dos personas; como es el caso de Milagro City, que en una área de 15 metros cuadrados funcionan todas las unidades de operación (counter, estudio, luces cámara, centros de edición, informática, monitores, operaciones de video al aire y consola de radio).

Mundo TV, de la parroquia Tenguel, operaba en el mismo departamento del propietario y con dos empleados, una para la parte técnica y programación y la otra para la administración y ventas.

En el caso de Daule Visión prácticamente fue imposible realizar el trabajo porque la persona encargada se negó a proporcionar la información sin la autorización del propietario. El Director de Noticias también se negó a proporcionar ni por vía telefónica, ni por correo electrónico.

A Freddy TV el CONATEL de una manera unilateral terminó con el contrato de concesión.

4.2.2. Radios

Los representantes de las radios manejan un discurso en común. En palabras de Antonio Guerrero, Director de Radio CRE Satelital, el problema estriba en que “La cantidad de radios que tiene el Ecuador, actualmente ha hecho que la torta se reparta en mas partes y por ende la ganancia sea menor” (...). Lo que ha obligado a todas las empresas radiales a crear estrategias de ventas para captar publicidad.

A excepción de Radio Ciudadana (empresa a cargo de la Presidencia de la República), en general todas son formales y transparentes. El medio de comunicación del Gobierno por la inestabilidad del personal no ha podido desarrollar una identidad propia, actualmente sirve como repetidora de la Radio Pública Nacional del Ecuador.

4.2.3. Prensa

Los dos medios de comunicación: El Universo (empresa privada) y El Telégrafo (del Gobierno Nacional) al momento del estudio se encontraban enfrentados en una serie de denuncias. El primero, con fecha de 30 de mayo del 2.011, publicó los gastos y pérdidas que el segundo tenía desde que el Gobierno Nacional tomó la administración. Por su parte, El Telégrafo publicó una serie de denuncias contra los antiguos directivos de EL Universo. Enfrentamiento, como es de conocimiento público duró un mes.

4.2.4. Revistas

De las tres empresas encuestadas, Editorial Uminasa del Ecuador S. A. al momento del estudio estaba incautada por el Estado y administraba por el Fidecomiso AGS no más impunidad. De esta empresa no se pudo obtener mayor información (inclusive se negaron a proporcionar el tarifario de sus servicios). En cambio Revista Hogar y Generación 21 pertenecen a Editorial Vistazo, que además publica las revistas Vistazo, Mamá, América económica y Estadio. Todas empresas de Editorial Vistazo comparten personal administrativo, comercial y de imagen, a excepción de directores y jefes de áreas, que son propios de cada revista.

4.2.5. Agencias de Relaciones Públicas

Las dos agencias asignadas Marketgate y Axis cuentan con una estructura definida y formal. Estas empresas mostraron transparencia a la hora de dar su información

4.2.6. Agencias de Marketing y Publicidad

De las tres empresas en estudio solo se pudo obtener información de Alerta Comunicación visual. Esta Agencia, pequeña con poco personal operativo y clientes, se caracteriza por ofrecer a sus clientes estrategias en el área de ventas y comercialización de productos, también se especializa en diseño gráfico de las campañas publicitarias, vallas, panfletos, revistas, catálogos, etc.

CONCLUSIONES

1. Falta de control y de regulación de la Súper Intendencia de compañías y de Telecomunicaciones en el funcionamiento de los canales de televisión
2. Los canales de Televisión por cable que dan servicio a los sectores rurales de la provincia funcionan de manera informal, con poco personal operativo y en algunos casos al margen de la Ley.
3. Los representantes de los medios de comunicación incautados por el Gobierno Nacional tienen restricción en proporcionar información de las empresas que administran.
4. La información obtenida en este estudio va a permitir actualizar algunos aspectos morfológicos, de personal y productos que ofrecen cada uno de los medios de comunicación estudiados.
5. Se ha contribuido con información de 25 medios de comunicación en la elaboración del Mapa de Comunicación del Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA

- CENTRO CULTURAL DE LA COOPERACION FLOREAL GORINI. (2010) Los medios en Bolivia: mapa y legislación de los medios de comunicación. Edición N° 9/10 [En línea] Disponible en: http://www.centrocultural.coop/.../los_medios_en_bolivia_mapa_y_legislacion_de_los_medios_de_comunicacion.html - En caché [Consulta 27-04-2011]
- EL TIEMPO. La web supera ya a la prensa escrita como fuente de información en EE.UU. [En línea]. Cuenca, 21 de abril de 2011. Disponible en: <http://www.eltiempo.com.ec/.../62181-la-web-supera-ya-a-la-prensa-escrita-como-fuente-de-informacion-en-ee-uu/> - En caché [Consulta 21/04/2011]
- FIERRO, LUIS. Presencia del Ecuador en Internet. EcuaneX y EcuaneT. [En línea]. Disponible en: <http://interred.wordpress.com/.../presencia-del-ecuador-en-el-internet/> - En caché - Similares [Consulta 22/04/2011] [Consulta 22/04/2011]
- FUNDACION CANADIENSE PARA LAS AMÉRICAS (FOCAL) Y UNIVERSITY OF CALGARY. El mapeo de los medios de comunicación en las Américas. Análisis visual y por superposición mediante el empleo de los mapas interactivos del sitio Web Mapeo de los medios de comunicación en las Américas. Mini manual Instructivo No 1, Noviembre 2007 [En línea]. Disponible en: http://www.focal.ca/pdf/media_howtomanual1_nov07_esp.pdf - archivo de PDF [Consulta 27/04/2011]
- LA PREFECTURA: EL NUEVO EMPRESARIO, EL NUEVO PERIÓDICO DE NEGOCIOS DEL ECUADOR. La historia de la televisión en el Ecuador (14 de marzo del 2008). [En línea] Disponible en: http://www.elnuevoempresario.com/noticia_1194_la-historia-de-la-television-en-el-ecuador.php [Consulta 19/04/2011]
- LA PREFECTURA: EL NUEVO EMPRESARIO, Una Manabita cuenta la historia de la televisión en el Ecuador. [En línea]. EL NUEVO PERIÓDICO DE NEGOCIOS DEL ECUADOR. (18 de mayo del 2011). Disponible en: http://www.elnuevoempresario.com/noticia_1194_la-historia-de-la-television-en-el-ecuador.php [Consulta 22/04/2011]
- MARTINEZ, MARÍA. Mapa de medios de comunicación del Ecuador. Ciudad @ cyty: infografía [En línea]. Disponible en: <http://www.scribd.com/.../Mapa-de-medios-de-comunicacion-del-Ecuador> - En caché - Similares [Consulta 25/04/2011]
- MORAN, DANIEL. Y AGUIRRE, MARÍA. Prensa escrita e historia como fuente para la reconstrucción de la historia. Quito – Ecuador: Ciespal. 1964. [En línea] Disponible en: danielmoranpublicaciones.blogspot.com/.../la-prensa-escrita-como-fuente-para-la.html - En caché - Similares ó <http://www.google.com.ec/search> [Consulta 21/04/2011]
- MUÑOZ, JORGE. La comunicación y los medios de comunicación como motor de desarrollo e impulso de cambios sociales. 22 Abr 2008 [En línea]. Disponible en: <http://www.atinachile.cl/.../La-comunicación> [Consulta 19/04/2011]

- PROGRAMA INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN. (2011). Análisis del desarrollo mediático en Ecuador 2.011; basado en la aplicación de los indicadores de Desarrollo Mediático de la Unesco [En línea]. Quito, Organización de las Naciones Unidas para la educación, la Ciencia y la Cultura. Disponible en: http://portal.unesco.org/.../ev.php-URL_ID=13870&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html - En caché [Consulta 25-04-2011]
- RIVERA, JOSÉ. Web 2.0 y *medios de comunicación en Ecuador* [En línea]. Ciespal. Disponible en: <http://www.ciespal.net/.../223-web-20-y-medios-.html> [Consulta 19/04/2011]
- SOLANO, VICTOR. Mapa de medios de comunicación (5 DE Junio 2006) [En línea]. Disponible en: <http://victorsolano.wordpress.com/2006/06/05/mapa-de-medios-de-comunicación> [Consulta 27/04/2011]
- THOMPSON, IVAN. Tipos de medios de comunicación. [En línea]. Promonegocios.net (Julio 2.006). Disponible en: <http://www.promonegocios.net/.../tipos-medios-comunicacion.html> - En caché - Similares [Consulta 25/04/2011]
- UNIVERSIDAD ANDINA SIMON BOLIVAR. Propiedad de los medios de comunicación [En línea]. Ecuador, Revista Aportes Andino noviembre 2.002. Disponible en: <http://www.uasb.edu.ec/padh/revista4/cris/propiedad.htm> - En caché - Similares [Consulta 25/04/2011]
- UNIVERSIDAD ALEJANDRO DE HUMBOLDT, PUBLICIDAD SEMESTRE VI MEDIOS PUBLISCITARIOS. Historia de la publicidad en Venezuela a partir del siglo XX [En línea]. Caracas, Disponible en: <http://html.rincondelvago.com/evolucion-de-los-medios-publicitarios.html> [Consulta 19/04/2011]
- VERA, CARLOS. Internet: Historia e importancia [En línea]. Disponible en: <http://www.slideshare.net/.../historia-internet-ecuador> - Estados Unidos - En caché - Similares [Consulta 22/04/2011]

Anexo 1. Boletas de la encuesta

Anexo 2. Resumen de las Boletas (Cuadros)

Cuadro 2. Resumen de Información General y Legal de la empresas de Televisión encuestada

Característica	Canales de Televisión		
Empresa	Mundo TV	Freddy TV*	Daule Vision**
Razón social	Mundo TV	Freddy TV	Daule Vision
Ruc	070236486 001		0992395524 001
Ciudad	Guayaquil	Simón Bolívar	Daule
Dirección Física	12 de Julio	Calle San Lorenzo y la 24	General Vernaz, solar 31 y Guayaquil-Colón
Ubicación	Telf. 072913129 email: mundot_08@hotmail.com		Tel. 099424802 email:daulevision@hotmail.com
Promotores/ fundadores	María Beatriz Armijos Carrión		Francisco Vera Rodríguez
Propietarios/Accionistas	María Beatriz Armijos Carrión		Francisco Vera Rodríguez
Representante Legal	María Beatriz Armijos Carrión		Francisco Vera Rodríguez
Nombre de Directivos	María Beatriz Armijos Carrión		Francisco Vera Rodríguez
Pertenece a un grupo de empresas	No		No
Fecha de fundación	01/12/2008	23/05/2008	14/03/2005
Objeto social (Misión)	Servicio por cable		Televisión por Suscripción
Organización social	Privada		Privada
Tipo de capital	Suscrito		Suscrito
* De acuerdo a los boletas originales esta empresa ya no existe y según el CNT se le canceló la frecuencia el 23 Junio del 2.010. Tampoco existe información en el SRI ni en la Superintendencia de compañías			
** Los dueños de la empresa se negaron a proporcionar información. No está en la Superintendencia de Compañías			
Fuente: Elaborada por el autor			

Cuadro 3. Resumen de Información y General y Legal de Agencias de Radios encuestadas

Característica	Radios			
Empresa	Radio Integridad Radio BBN 16.1 FM	Radio Uno	Radio Tropicana	Radio Rumba NETWORKH
Razón social	Radio Integridad CIA LTDA	Radio difusores Asociados Sabarc	Merit Corp S. A. Asesores y productores	Radio canal 107 S.A. Radiosa
Ruc	099055957 001	099038166 001	0991272348 001	0990726469 001
Ciudad	Guayaquil	Guayaquil	Guayaquil	Guayaquil
Dirección Física	Cdla. IETEL Mz 3 solar 3, primer piso	Vélez 905 y 6 de Marzo. Edif El Forum, piso 25	Hurtado NO 212 y Machala, Edif. Furnas 4to piso	Chimborazo 115 y Vélez
Ubicación	Telf: 2233800, email:guayaquil@bbnmedia.or; web:www.bbnmedia.org	Telf 2326519, email: jennymatam@hotmail.com	Telf: 2511758, email: dirección@radiotropicana.com.ec, web: www.radiotropicana.com.ec	Telf:2323008,email: rumba107@radiorumba.fm,web: www.radiorumba.fm
Promotores/ fundadores	Jorgue Aguilar	Raúl Salcedo Castillo	Otto Sonnenholzner	Freddy Moreno
Propietarios/Accionistas	Fundación Bible Broadcasting BETwork-Bible broadcasting NET	Raúl Salcedo Castillo	Merit Corp S. A. Asesores y productores	Freddy Moreno, Sergio Moreno, Alejandro Moreno, Andres Moreno
Representante Legal	Jorge Minchala	Raúl Salcedo Castillo	Otto Sonnenholzner	Sergio Moreno
Nombre de Directivos	Jorge Minchala	Raúl Salcedo Castillo	Otto Sonnenholzner	Fredy Moreno, Sergio Moreno
Pertenece a un grupo de empresas	No	Radio Cadena Musical Uno. Radio 11 Q	No	No
Fecha de fundación	30/11/1981	08/07/1976	29/10/19993	01/05/1989
Objeto social (Misión)	Alquila su tiempo para que radio BBN predique la palabra de Dios	Radio de género Romántica- Nacional, brindando la mejor calidad, fidelidad y profesionalismo, innovando siempre y buscando el cambio de tecnología	Informar y entretener con la responsabilidad de un medio de comunicación	Un medio de comunicación que entretenga, informe y sirva como medio de promoción y cultura dentro de nuestra zona
Organización social	Limitada	Limitada	Limitada	Anónima
Tipo de capital	Suscrito	Suscrito	Acciones	Acciones

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 4. Resumen de Información General y Legal de la Prensa, encuestadas

Característica	Prensa	
Empresa	Diario El Universo	El Telegrafo
Razón social	C.A. El Universo	Editores Nacionales Graficos Editogran S.A.
Ruc	0990019657 001	0990031029 001
Ciudad	Guayaquil	Guayaquil
Dir. Física	Avenida Domingo Comín y Calle Ernesto Alban	Avenida Carlos Julio Arosemana, Km 1,5
Ubicación	Telf: 2490000, Email: webmaster@eluniverso.com, Web: www.eluniverso.com, 2eluniverso.com	Telf: 2595700, email: info@eltelegrafo.com.ec, Web: www.eltelegrafo.com.ec, twitter: @el_telegrafo
Promotores/ fundadores	Ismael Pérez Pazmiño	Juan Murillo Miro
Propietarios/Accionistas	Carlos Pérez Barriga, César Pérez Barriga, Nicolas Pérez Lapenti	Fidecomiso AGD no mas impunidad
Representante Legal	Leonardo Teran Parral	Hugo Manuel Intriago Ruíz
Nombre de Directivos	Carlos Pérez Barriga, César Pérez Barriga, Nicolas Pérez Lapenti	
Pertenece a un grupo de empresas	No	No
Fecha de fundación	16/09/1921	16/02/1884
Objeto social (Misión)	Ver pie de página*	El Decano de la prensa Nacional. Diario independiente donde los ciudadanos puedan expresar su opinión
Organización social	Anónima	Anónima
Tipo de capital	Suscrito	Suscrito

* Informar o que sucede en las últimas 24 horas, en la ciudad, el país, el mundo, de manera clara, objetiva, honesta, imparcial y veraz, orientar y ofrecer elementos de reflexión sobre los asuntos de orden público donde los espacios editoriales y de análisis es un producto convenientemente presentado, bien impreso y que llegue a todos los sectores del país, en el momento oportuno haciendo todos los días el mejor diario del país

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 5. Resumen de Información General y Legal de las Revistas, encuestadas

Característica	Revista		
Empresa	Revista Hogar	Editorial Uminasa del Ecuador	Generación 21
Razón social	Editores Nacionales	Editorial Uminasa del Ecuador	Editores Nacionales Sociedad Anonima
Ruc	0990004250 001	0990928193 001	0990004250 001
Ciudad	Guayaquil	Guayaquil	Guayaquil
Dir. Física	Aguirre 734 y García Avilés	Cdla Adase 102 y Calle A	Aguirre 734 y García Aviles
Ubicación	Telf: 2327200, email:hogar@vistazo.com, www.revistahogar.com Web: 2327200, Web: www.revistahogar.com	Telf: 280100, email: dsilva@uminasa.com, Web:www.loanda.com.ec, Twitter:@revistalaonda	Telf: 2327200, email: g21@vistazo.com, Web: generacion.com, Twitter:@revgeneracion21
Promotores/fundadores	Rosa Amelia Alvarado Roca	La Onda(fan page perfil)	Xavier Alvrado Roca
Propietarios/Accionistas	Xavier Alvarado Roca, Rosa Amelia Alvarado Roca, Francisco Alvarado	Fidecomiso AGD no mas impunidad	Xavier Alvrado Roca, Rosa Amelia Alvarado Roca, Francisco Aros
Representante Legal	Xavier Alvarado Roca y Rodrigo Bustamante	Daniela Silva del Poso Leví	Xavier Alvrado Roca, Rodrigo Bustamante
Nombre de Directivos	Xavier Alvarado Roca, Rosaa Amelia Alvarado Roca	Fidecomiso AGD no mas impunidad	Rodrigo Bustamante, Francisco Alvrado Roca, Rosa Amelia Alvarado Robles
Pertenece a un grupo de empresas	Editores Nacionales S.A.	No	Edititorial Vistazo
Fecha de fundación	01/04/1964	04/05/1986	01/04/1964
Objeto social (Misión)	Orientar, informar, entretener y hacer soñar a la mujer ecuatoriana, impulsadola con su contenido hacia una exitosa participación en el mundo de hoy	Edición de revistas y artículos de publicidad	Promover a los jovenes de entretenimiento e informaci' n sobre las últimas tendencias de la farándula, música, tecnología y problemática juvenil
Organización social	Anónima	Anónima	Limitada
Tipo de capital	Suscrito	Suscrito	Suscrito

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 6. Resumen de información General y Legal de Agencias de Relaciones Pública, Marketing y Productoras Audiovisual

Característica	Agencias de Relaciones públicas		Agencias de Marketing y publicidad			P Audiovisual
Empresa	Marketgate	Axis	Creacons	Alerta comunicación Visual	Alta Internacional*	Creavision**
Razón social	Marketgate Plus S.A.	Ilmyzac S.A.	Creacons	Alercom S.A.	Alta Internacional de publicidad Cia LTDA	Xavier Eduardo Alvarado Robles
Ruc	0992498080 001	0992491158 001	No existe	0992484306 001	0990249067 001	099140152 001
Ciudad	Guayaquil	Guayaquil	Guayaquil	Guayaquil	Guayaquil	Guayaquil
Dir. Física	Av. De Las Américas, Centro de convenciones Piso 1, of2	Cdla Sagrada Familia Mz g Villa 5	Cdla La Alvorada 1 etapa Mz P Villa 8	Urdesa Norte Av 2da No 315 entre Calle 57a y 6ta	Eloy Alfaro 1101 y Gómez Rendón	Alto del Cerro del Carmen
Ubicación	Telf: 2692823, email: ptandazo@marketgate.com.ec	Telf: 2282447, email: info@axisecuador.com, Web: www.axisecuador.com	Telf: 2270277	Telf: 6011285, email: pdiminich@gmail.com, Web: www.alerta.com		
Promotores/ fundadores	Enrique Arosemaa Baquerizo, Priscila Tandazo	Leonidas Villagran, Guido Santillan		Paolo Diminich		Xavier Eduardo Alvrado Robles
Propietarios/Accionistas	Enrique Arosemaa Baquerizo, Priscila Tandazo de Espinal	Leonidas Villagran, Guido Santillan		Paolo Diminich		Xavier Eduardo Alvrado Robles
Representante Legal	Priscila Tandazo de Espinal	Guido Santillan		Paolo Diminich		Xavier Eduardo Alvrado Robles
Nombre de Directivos		María Luisa Noboa		Paolo Diminich		
Pertenece a un grupo de empresas	No	No		No	No	No
Fecha de fundación	16/04/2002			06/10/2006	06/08/1975	08/11/1992
Objeto social (Misión)	Contribuir a implantar la personalidad y valores de las organizaciones en el mercado, a fin de generar fidelidad y respeto de sus productos o servicios	Agencia de relaciones publicas, generación de pensamiento estratégico, aplicado en las áreas de imagen empresarial, reputación y relaciones públicas		Ofrecer soluciones en el campo de la comunicación visual que implementa de forma eficaz y creatividad las estrategias de publicidad y mercadeo de nuestros clientes	Actividades de representación de los medios de difusión, tiempo y espacio de diversos medios de difusión interesados en la obtención de anuncios	Distribución de filmes y videocintas a otras industrias, para su exhibición al público para su trasmisión por televisión y actividaes vinculadas con la distribución de filmes y videocintas
Organización social	Limitada	Anónima	Limitada	Limitada	Limitada	Limitada
Tipo de capital	Suscrito	Suscrito	Suscrito	Acciones	Suscrito	

* La empresa está cerrada desde el 21/06/2004, según el reporte del SRI

** Empresa está cerrada desde el 19/02/2002, según el reporte del SRI

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 7. Resumen de la Morfología de la empresas de Televisión, encuestadas

Característica	Canales de Televisión					
	Mundo TV	Freddy TV*	Daule Vision**	Milagro City	Carei***	Naranjito TV***
Empresa						
Tipo de Estación	Privada		Privada	Privada	Privada	
Número de frecuencia del canal de televisión	11				9 VHF	
Cobertura	Local		Local, provincial	Local	Local	
Número de repetidoras				4		

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 8. Resumen de la Morfología de las Agencias de Radio encuestadas

Característica	Radios							
	Radio Integridad Radio BBN 16.1 FM	Radio Uno	Radio Tropicana	Radio Rumba NETWORK	Radio Fuego 106 FM Guayaquil	Radio CRE SATELITAL	Radio Ciudadana	Cadena Radial Carrusel
Empresa								
Tipo de Estación	Comercial	Comercial	Comercial	Comercial	Comercial	Comercial	Pública	Comercial
Frecuencia	F M	AM	AM	FM	FM	AM	AM	AM
Número de frecuencia radial	206	580	540		106,5	560	100	660
Cobertura	Local	Nacional	Provincial	Nacional	Local	Nacional	Provincial	Nacional
Número de repetidoras			1	4	1	6	2	2
Tiempo de programación al día	24 horas	24 horas	24 horas	24 horas	20 horas	19 horas	24 horas	24 horas

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 9. Resumen de la Morfología de la Prensa, encuestadas

Característica	Prensa	
Empresa	Diario El Universo	El Telegrafo
Cobertura del periódico	Nacional	Nacional
Formato del periódico	Doble tabloide	Doble tabloide
Modo impresión	Full color	Full color
Frecuencia de circulación	Diaria	Diaria
Secciones del periódico	Política, Deportes, Economía, Social, Ciencia, Culrura, opinión, actualidad, local, educación, mundo, judicial	Política, Deportes, Economía, Social, Ciencia, Culrura, opinión, actualidad, local, educación, mundo, judicial
Número de páginas del periódico	30	32
Número de cuadernos	3	4
Número de suplementos	2	1
Nombre de los suplementos	Sambo, La revista	Deportivo
Nombre de publicidades en portada de cada cuaderno	1	
Número de publicidades en páginas internas	10	
Número de páginas de clasificados	1	
Número de publicidades externas en portada y contaportadaa en los suplementos	1	
Número de publicaciones en páginas internas de los suplementos	36	
Promociones	Libros, CD, coleccionables	

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 10. Resumen de Morfología de las Revistas, encuestadas

Característica	Revista		
	Revista Hogar	Editorial Uminasa del Ecuador	Generación 21
Cobertura	Nacional	Nacional	Nacional
Formato	A4	21 x 27	A4
Frecuencia de circulación	Mensual	Mensual	Mensual
Secciones de la revista	Actualidad	Actualidad, Farándula	Social, Farándula
Número de cuadernos de la revistas	9	5	9
Número de páginas	148	72	148
Número de suplementos	8	2	--
Número de secciones de la revista	15	28	--
Número de publicidades en portada de cada cuaderno	3	25	--
Número de publicidad en páginas internas	50	24	50
Número de páginas en clasificados	6		6
Número de publicidad externa en portada y contraportada en los suplementos	3	1	3
Número de publicidad en páginas internas de los suplemento	40	--	40
Promociones	Libros	CD	CD

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 11. Resumen de Morfología de las Agencias de Relaciones Públicas, encuestadas

Característica	Agencias de Relaciones públicas	
Empresa	Marketgate	Axis
Tipo de Agencia	Nacional	Nacional
Sucursales	No	Si en Quito
Alianzas Internacionales	Si, Con USA	--
Áreas o departamentos de la agencia	Monitoreo de prensa, Eventos, Asesoría y planificación Media training, Lobbyng, RR PP 2,0	Monitoreo de Prensa, Eventos, Asesoría y Planificación, Media training, Lobbyng
Número de cuentas que maneja la Empresa	20 nacionales y 3 internacionales	12 nacionales
Premios o reconocimientos	---	--

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 12. Resumen de Morfología de las Agencias de Marketing y Publicidad, encuestadas

Característica	Agencias de Marketing y publicidad		
Empresa	Creacons	Alerta comunicación Visual	Alta Internacional
Tipo de agencia	--	Local	--
Sucursales	--	No	--
Áreas o Departamentos de la agencia	--	Gerencia, Cuentas, Creativo, Diseños gráficos	--
Número de cuentas que maneja la empresa	--	--	--
La agencia de especializa en un área de la publicidad	--	Publicidad	--
Premios o reconocimientos	--	--	--

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 13. Resumen de los Recursos Humanos de las Empresas de Televisión encuestadas

Característica		Canales de Televisión					
		Mundo TV	Freddy TV*	Daule Vision	Milagro City	Carei	Naranjito TV
Empresa							
Staff de dirección para programación de TV	Número directores	1	--	--	2	2	--
	Número de subdirectores	--	--	--	--	--	--
	Número de jefes de noticias		--	--	1	1	--
	Número de programadores	1	--	--	3	1	--
	Número de asistentes de dirección	--	--	--	1	2	--
	Número de asistentes de producción	--	--	--	1	1	--
Número de redactores		--	--	--	3	--	--
Número de personal de documentación		--	--	--	--	--	--
Número de corresponsales		--	--	--	--	--	--
Número de freelancer		--	--	--	--	--	--
Número de locutores		--	--	--	4	--	--
Número de productores		--	--	--	2	--	--
Número de realizadores		--	--	--		--	--
Número de personal de script		--	--	--	--	--	--
Número de editores de TV		--	--	--	6	--	--
Número de camarógrafos		--	--	--	6	1	--
Número de sonidistas		--	--	--	1	--	--
Número de técnicos de iluminación		--	--	--	1	--	--
Número de asistentes técnicos de producción		--	--	--	--	1	--
Número de personal de vestuario, peluquería y maquillaje		--	--	--	2	--	--
Número de personal de ventas		--	--	--	1	--	--
Número de personal de decorados y escenografía		--	--	--	1	--	--
Número de personal administrativo		--	--	--	2	1	--
Número total de empleados		2	--	--	37	10	--
Número de empleados con título de tercer nivel			--	--	6	3	--
Número de empleados sin título			--	--	10	--	--

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 14. Resumen de los Recursos Humanos de las Agencias de Radios encuestadas									
Característica		Radios							
Empresa		Radio Integridad Radio BBN 16.1 FM	Radio Uno	Radio Tropicana	Radio Rumba NETWORK	Radio Fuego 106 FM Guayaquil	Radio CRE SATELITAL	Radio Ciudadana	Cadena Radial Carrusel
Staff de dirección	Número de directores	1	2	1	2	4	4	1	3
	Número de subdirectores	--	--	--	--	1	--	--	2
	Número de editores de audio	1							
			1	2	2	2	4	2	3
	Número de locutores de radio	--							
			3	3	5	7	14	3	2
	Número de personal administrativo	--	8						
				4	4	4	6	2	5
	Número total de empleados	2	14	10	13	18	28	8	15
	Número de empleados con título de tercer nivel	2	4	7	8	4	12	6	8
	Número de empleados sin título	--	10	--	5	14	16	2	7

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 15. Resumen de los Recursos Humanos de la Prensa, encuestadas

Característica		Prensa	
Empresa		Diario Universo*	El Telegrafo
	Número de Directores	1	1
	Número de Subdirectores		1
Staff de dirección	Número de editores		7
	Número de redactores y reporteros	2	45
	Número de fotógrafos	2	8
	Número de personal de dibujar	--	6
	Número de corresponsales	--	
	Número de freelancer	--	
	Número de personal de ventas	--	18
	Número de personal administrativo	--	8
	Número total de empleados	--	94
	Número de empleados con título	--	
	Número de empleados sin título	--	
Recepcionista no proporcionó mayor información			

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 16 Resumen de los Recursos Humanos de las revistas, encuestadas

Característica	Empresa	Revista		
		Revista Hogar	Editorial Uminasa Ecuador	del Generación 21
Staff de dirección	Número de Directores	6	1	1
	Número de Subdirectores	1		--
	Número de editores	--	1	1
Número de redactores / reporteros		12	2	4
Número de fotógrafos		6	4	6
Número de personal de dibujantes e infografía		--	1	1
Número de corresponsales		3	3	
Número de freelancer		8	6	
Número de diseñadores gráficos		4	3	1
Número de personal de venta		2	4	2
Número de personal administrativo		3	11	3
Número total de empleados		38	34	17
Número de empleados con título de tercer nivel		30		
Número de empleados sin título		8		

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 17. Resumen de los Recursos Humanos de las Agencias Relaciones Públicas, encuestadas			
Característica		Agencias de Relaciones públicas	
Empresa		Marketgate	Axis
Monitoreo de prensa	Número de periodistas	--	--
	Número de relacionista público	--	2
	Número de comunicadores organizacionales	--	--
Investigación e información	Número de periodistas	--	--
	Número de relacionista público	--	--
	Número de comunicadores organizacionales	--	2
Ejecutivos de cuenta	Número de ejecutivos master	1	1
	Número de ejecutivos junior	2	1
Diseñadores gráficos	Número de directores / jefes	3	--
	Número de ejecutivos	2	--
	Número de diseñadores especialistas (internet, animación, multimedia)	1	--
	Número de diseñadores gráficos	--	--
Número de personal de organización de eventos		--	--
Número de personal de call center		--	--
Número de personas de lobbying		--	--
Número de personal de responsabilidad social		--	--
Número de personal de RR. PP 2.0		--	4
Número de personal administrativo			1 2
Número total de empleados			10 12
Número de empleados con título de tercer nivel			8 6
Número de empleados sin título			2 6

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 18 Resumen de los Recursos Humanos de las Agencias Marketing y publicidad, encuestadas

Característica		Agencias de Marketing y publicidad		
		Creacons	Alerta comunicación Visual	Alta Internacional
Empresa				
Personal de Gerencia	Presidentes	--	--	--
	Gerentes	--	1	--
Área de cuentas	Número de directores / jefes	--	--	--
	Número de freelancer	--	2	--
Creativos	Números de directores / jefes	--	--	--
	Número de creativos	--	1	--
Departamento de tráfico	Números de directores / jefes	--	--	--
	Número de ejecutivos	--	--	--
Departamento de medios	Números de directores / jefes	--	--	--
	Número de planificadores	--	--	--
Diseñadores gráficos	Número de directores / jefes	--	--	--
	Número de ejecutivos	--	--	--
	Número de diseñadores especialistas (internet, animación, multimedia	--	--	--
	Número de diseñadores gráficos	--	1	--
	Número de dibujantes y artistas	--	--	--
Copywriter (escritores)	Número de editores / jefes	--	--	--
	Número de copywriters	--	--	--
Número de personal financiero		--	--	--
Número de personal administrativo		--	--	--
Número total de empleados		--	5	--
Número de empleados con título de tercer nivel		--	5	--
Número de empleados sin título		--	--	--

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 19. Resumen de Productos y Servicios que ofrecen las Empresas de Televisión encuestadas

Característica	Canales de Televisión					
	Mundo TV	Freddy TV	Daule Vision	Milagro City	Carei	Naranjito TV
Spots publicitarios	si	--	--	si	si	--
Campañas publicitarias	si	--	--	si	si	--
Propaganda	si	--	--	si	si	--
Clasificados menciones en vivo	--	--	--	si	si	--
Productora	--	--	--	si	si	--
Preentadores y Animadores	--	--	--	si	si	--
Otros productos o servicios	--	--	--	Propaganda	Propaganda	--
Producto o servicio más demandado	--	--	--	Spots publicitarios	Propaganda	--

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 20. Resumen de los Productos y Servicios que ofrecen las Agencias de Radios encuestadas

Característica	Radios							
	Radio Integridad Radio BBN 16.1 FM	Radio Uno	Radio Tropicana	Radio Rumba NETWORKH	Radio Fuego 106 FM Guayaquil	Radio CRE SATELITAL	Radio Ciudadana	Cadena Radial Carrusel
Spot	Si	Si	Si	Si	--	Si	--	Si
Jingle	Si	Si	Si	Si	--	Si	--	Si
Perifoneo y audición	Si	Si	--	--	--	--	--	--
Presentadores y	Si	Si	Si	--	--	--	--	--
Publicidad	Si	Si	Si	Si	Si	Si	--	Si
Servicios para conmutadores	Si	Si	--	--	--	--	--	--
Clasificados menciones en vivo	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	--
Servicios comun	--	Si	--	Si	Si	--	Si	Si
Propagandas pol	Si	Si	Si	Si	Si	Si	--	Si
Otros productos o servicios:	--	--	--	--	--	--	--	--
Producto o servicio más demandado	--	Publicidad	Publicidad	Publicidad	--	--	--	Publicidad

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 21. Resumen de los Productos y Servicios que ofrecen la Prensa, encuestadas

Característica	Prensa	
	Diario Universo	El El Telegrafo
Empresa	Si	--
Publicidad	Si	Si
Publireportajes	Si	--
Clasificados	Si	--
Servicio de diseño gráfico	Si	Si
Sociales	--	--
Publicaciones externas	Si	--
Insertos	--	--
Otros productos y servicios:	Espectáculos	Counicados judiciales

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 22. Resumen de los Servicios y Productos que ofrecen las Revistas, encuestadas

Característica	Revista		
	Revista Hogar	Editorial Uminasa del Ecuador	Generación 21
Empresa	Si	Si	Si
Publicidad	Si	Si	--
Publireportajes	Si	--	Si
Clasificados	Si	Si	Si
Servicio de diseño gráfico	--	Si	Si
Sociales	Si	--	Si
Publicaciones externas	Si	Si	Si
Inaertos	--	Si	--
Productos de imprenta	Si	Si	--
Productos de editorial	--	--	--
Otros productos o servicios	--	La revista	
Producto o servicio más demndado	--		

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 23. Resumen de los Servicios y Productos que ofrecen las Agencias de Relaciones Públicas, encuestadas

Empresa		Marketgate	Axis
Asesoría en RR. PP	Comunicación interna	Si	--
	Imagen corporativa y auditoría de imagen	--	--
	Manejo de Medios	Si	Si
	Comunicación de crisis	--	Si
	Media training y formación de portavoces	Si	--
Planificación de Actividades de RRPP	Organización de eventos	Si	Si
	Conferencias de Prensa	Si	--
	Lanzamientos de productos	--	--
	Ferias y eventos especiales	--	--
	Visitas guiadas	--	--
	Patrocinios	--	--
Publicity	Gabinete y notas de prensa	--	--
	Publireportajes	--	--
	Audiovisual	--	--
	Internet	--	--
Actividades de Comunicación interna	Periódico/revista de la empresa	--	--
	Video informativo	--	--
	Planificación y ejecución de otras actividades	--	--
Seguimiento de campañas	Si	Si	Si
	No	--	--
Usan intermediarios	Organización de eventos	Si	Si
	Investigación	--	--
	Control de campañas	Si	Si
Otros productos y servicios		Relaciones públicas	Organización eventos
Producto o servicio más demandado			

Fuente: Elaborada por el autor

Cuadro 24. Resumen de los Servicios y Productos que ofrecen las Agencias de Marketing y publicidad

Característica		Creaciones	Alerta comunicación visual	Alta Internacional
Servicios de Investigación de Mercados	Psico-demográficas	--	--	--
	Usos y preferencias del consumidor	--	--	--
	Uso de medios	--	--	--
	Otras investigaciones	--	Si	--
Servicios y Asesoría en Marketing	Marketing general	--	--	--
	Comunicación comercial	--	--	--
Servicios de diseño y ejecución de anuncios publicitarios	Spot y cuñas	--	--	--
	Gráficos	--	Si	--
	Web	--	--	--
	ATL	--	Si	--
	BTL	--	--	--
	Otros	--	--	--
Servicios de planeación y compra de publicidad en internet	Medios digitales Web 2.0	--	--	--
	Palabras claves	--	--	--
	Posicionamiento en buscadores	--	--	--
	Otros	--	--	--
Otros servicios		--	--	--
Producto o servicio más demandado		--	--	--

Fuente: Elaborada por el autor