



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 en

Comunicación Social

AUTOR: Alex Vinicio Zambrano Andachi

DIRECTOR DE TESIS: Lcdo. Santiago Adriano López Cabrera

CENTRO UNIVERSITARIO RIOBAMBA- 2011

CERTIFICACIÓN.

Lcdo. Santiago Adriano López Cabrera

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación, realizado por el Sr. ALEX VINICIO ZAMBRANO ANDACHI, sobre el tema: “Mapa de Comunicación del Ecuador”, ha sido dirigido y revisado prolijamente y, cumple con todos los requisitos establecidos por la Universidad Técnica Particular de Loja, por lo que se autoriza su presentación.

Loja, 29 de Julio del 2011

Santiago Adriano López Cabrera

C.I. 110292119-2

CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Alex Vinicio Zambrano Andachi 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”.

Alex Vinicio Zambrano Andachi

C.I. 170777705-6

AUTORÍA

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

Loja, 29 de Julio del 2011

Alex Vinicio Zambrano Andachi

C.I. 170777705-6

DEDICATORIA

Es mi deseo como sencillo gesto de agradecimiento, dedicarle la culminación de éste proyecto de investigación a mi esposa Sandra Elizabeth Haro Balseca y a mis hijos: Alex André y Camila Sofía quienes permanentemente me apoyaron con espíritu alentador, contribuyendo incondicionalmente a lograr la consecución de ésta nueva meta en mi vida profesional que hoy es una realidad.

Alex Vinicio Zambrano Andachi

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud a todas las personas que forman parte de la Universidad Técnica Particular de Loja en especial mi más grato reconocimiento al Lcdo. Santiago Adriano López Cabrera, Director del presente trabajo por su apoyo incondicional, amabilidad y paciencia quién a pesar de la distancia siempre tuvo la mayor predisposición para guiarme.

Igualmente agradezco a todos los medios y empresas de comunicación por su colaboración en el levantamiento de datos en la presente investigación.

Alex Vinicio Zambrano Andachi

ÍNDICE

Número de página

Certificación	ii
Acta de Cesión de derechos	iii
Autoría	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi

CAPITULO I. PARTE INTRODUCTORIA

1.1. Introducción	1
1.2. Objeto formal	6
1.3. Objetivos	6

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Historia y evolución de los medios de comunicación en el Ecuador en las últimas dos décadas.	7
2.2. Propiedad de los medios de comunicación en Ecuador	16
2.3. Mapas de medios / trabajos similares en el Mundo	23
2.4. Mapas de medios / trabajos similares en el Ecuador	28

CAPITULO III. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

3.1. Metodología	33
3.1.1. Técnica empleada	33

3.1.2. Descripción de los medios y unidades asignadas a cada estudiante	33
3.1.3. Variables	35
3.1.4. Procedimiento	37
3.2. Presentación de resultados en cuadros estadísticos	39
3.3. Presentación de cruces de información en cuadros estadísticos	52
CAPITULO IV ANALISIS INDIVIDUAL DE RESULTADOS.	
4.1. De los Medios y Empresas investigadas	58
4.2. De las áreas investigadas en los Medios y Empresas de Comunicación	62
CONCLUSIONES	65
BIBLIOGRAFÍA	68
ANEXOS	73

“Mapa de Comunicación del Ecuador”

CAPITULO I. PARTE INTRODUCTORIA.

1.1 INTRODUCCIÓN.

Desde su origen; el hombre se ha identificado como un ser totalmente diferente a las demás especies por la inteligencia y cualidades que despliega en su vida diaria y que son consecuencia de las necesidades que ha ido desplegando en el tiempo y experiencia adquiridos.

Como un ser eminentemente social, ha tenido la necesidad básica de relacionarse y convivir con sus semejantes; consecuentemente le ha permitido conllevar el dominio y supervivencia de su especie sobre las demás y desarrollarse en forma integral influyendo en su progreso y perfeccionamiento, utilizando para ello como instrumento interactivo principal a la Comunicación.

La Comunicación constituye una herramienta básica e indispensable que todos utilizamos para interactuar en forma sistemática con el entorno en que nos desenvolvemos; lo que ha permitido que el hombre deje constancia de su paso por el mundo; forje en una forma perenne su pensamiento y sobretodo trascienda a través del tiempo y el espacio.

Los Medios son los instrumentos que permiten y facilitan la comunicación entre los seres humanos; la finalidad de éstos es la de formar, informar y entretener al público que tiene acceso a ellos. Tradicionalmente en la época moderna, tenemos los “Medios masivos de comunicación” que no constituyen un vehículo de la comunicación humana, pues

comunicación implica diálogo e intercambio de información, éste término se refiere a la radio, televisión, prensa y cine que actualmente constituyen los medios más poderosos para impulsar o modificar la cultura e idiosincrasia de las personas e incluso de todo un pueblo.¹

A la par del crecimiento del ser humano van los medios de comunicación, que son el resultado de la evolución del mismo y de la tecnología de la que se vale como respaldo en sus diferentes manifestaciones; resulta difícil mostrarse indiferente ante aquello, pero tal es la influencia de los medios cuando leemos el periódico, escuchamos la radio, navegamos por el mundo virtual o miramos la televisión, que representa un cambio de una magnitud extraordinaria en cuanto al comportamiento humano por la comunicación.

A través de estas herramientas comunicacionales, que permiten acortar las distancias por lejanas que sean, el hombre culto tiene un magno crecimiento por contar con la información de primera mano en tiempo mínimo y casi al tiempo de la realización de los hechos, todo ello confluye en que asimile un bagaje extenso de conocimiento que le permite un eficiente desenvolvimiento en un mundo competitivo y voraz en el vivir cotidiano.

El impresionante crecimiento de los medios de comunicación, denota la importancia que tienen en el progreso y desarrollo humano; pues sus contenidos se encuentran correlacionados en todas las actividades económicas, políticas, comerciales, religiosas, etc., entre los hombres y los pueblos en sí; y que resultante de lo expuesto, influyen a todo el público y a la sociedad en su conjunto permitiendo no solo su crecimiento y fortalecimiento como persona, sino además como una de los principales instrumentos que coadyuvan en su educación, en el perfeccionamiento de su pensamiento e inteligencia, en ser un facilitador para la solución de sus problemas; y claro está, ser un enlace fundamental para la unión de los países y los pueblos.

¹ Stevens M. y Doyle J. (1986). *Teoría de la comunicación*. Editorial CPS

Si tenemos clara la importante tarea e influencia de los medios en las sociedades, constituyendo inclusive una guía primordial en la opinión pública; ¿acaso no adquiere similar importancia el conocimiento de los medios que dispone y que están a nuestro alcance para su aprovechamiento, a fin de que le permita una mayor eficiencia en su desenvolvimiento personal y comunitario?

El llamado “Quinto poder”; adquiere una calidad vital en el desarrollo de los pueblos en el mundo y en Latinoamérica; poseen una estructura en la que se desempeñan los medios comunicacionales de todo tipo de tal forma que les permite constituirse en un elemento de magna amplitud para estar a la par de las necesidades comunicacionales de los consumidores.

Por ello se manejan entidades que permiten su mejor desarrollo, organizando mecanismos que colocan al grupo de medios privados y estatales al alcance del pueblo, a fin de tener un estrecho vínculo correlativo entre medios y sus usuarios a través de guías o mapas en los que constan en forma clara y emprendedora, todos los organismos de prensa escrita, radio, televisión; internet; etc. que brindan y acercan día a día una información veraz satisfaciendo las necesidades imperiosas de las personas en el competitivo mundo de hoy.

De ahí la importancia de desarrollar éste proyecto de Investigación, cuyo propósito es conocer la situación actual de todos los medios y empresas de comunicación que desarrollan sus actividades en nuestro país como son: prensa, revistas, radio, televisión, productoras audiovisuales, agencias de publicidad y marketing, medios digitales y productoras cinematográficas; para desarrollar un Mapa de Comunicación del Ecuador; pues, hoy tenemos la capacidad y tecnología necesarias que nos permite interactuar y enfrentar a un mundo globalizado, cada vez más competente y exigente, que muchas personas lo califican como “La Sociedad de la Información”.

Para comprender la amplitud y trascendencia de los medios de comunicación, es menester entender el significado de lo que es un “mapa”, el cual constituye una “representación gráfica de una parte de la superficie de la Tierra según una escala y de acuerdo a proyecciones dadas que suponen una simplificación de datos, mediante la selección de la información y la utilización de signos convencionales”².

Partiendo de esta conceptualización, podremos conocer y comprender la complejidad que involucra el referirse y tratar sobre un Mapa de comunicación, entendiéndose como la guía que trasciende para identificar, conocer, analizar y caracterizar los elementos y particularidades de la comunicación, de empresas dedicadas a las actividades de la información; esto permitirá:

- Investigar y delinear recorridos estratégicos para crear una base de datos proactiva que prevea el conocimiento comunicacional de forma permanente y actualizada acorde a la realidad nacional.
- Diseñar un sistema de información que permita conocer las necesidades comunicacionales en nuestro país.
- Conocer y guiar los planes de difusión, negocio; diversidad de públicos, intereses y expectativas relacionadas a los medios de comunicación.
- Saber el capital financiero de ciertos medios de comunicación para evitar situaciones que conlleven a una crisis financiera en el país.

² Ediciones Grijalbo (1986). Grijalbo Diccionario Enciclopédico. Barcelona- España, p 1181

- Entender el propósito de algunos medios de comunicación al defender posiciones de poder que se han consolidado a través de la historia.
- Conocer como la industria de la comunicación se expande a más campos como el entretenimiento, la publicidad, el marketing y la cultura, lo cual genera ingresos no solamente a éstas empresas, sino también constituye un rubro muy importante para la economía de nuestro país.
- Estar al tanto de las relaciones existentes entre los medios de comunicación y los sectores financieros y/o productivos para evitar monopolios y oligopolios.
- Es importante desarrollar marcos jurídicos que vigilen el desempeño de los medios, a fin de constituir un sector referente en la Sociedad caracterizada por la transparencia en la rendición de cuentas y colocar su información al alcance del soberano como su principal crítico, por lo que se debe conocer a los propietarios de los diferentes medios como responsables del cumplimiento de este proceso.

Para el efecto emplearemos todo los espacios, recursos informativos y de comunicación locales, acudiendo a cada uno de éstos medios y empresas, para lograr a través de una investigación de campo, el levantamiento de datos utilizando fichas de información que nos permitan realizar cuadros estadísticos a fin de obtener los resultados deseados que se verán reflejados en la elaboración del MAPA DE COMUNICACIÓN DEL ECUADOR.

1.2 OBJETO FORMAL.

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

1.3 OBJETIVOS.

General.

- Establecer la situación actual de las empresas de comunicación del país y contribuir en el desarrollo del primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

Particulares.

- Llevar a cabo el levantamiento de datos en los medios y empresas de comunicación: prensa, revistas, radio, televisión, productoras, audiovisuales, agencias de publicidad y marketing, agencias de RR.PP, medios digitales y productoras cinematográficas; a lo largo y ancho del territorio nacional.
- Realizar el análisis de los resultados encontrados, que permitan obtener una visión más clara sobre la situación vigente de los medios de comunicación, y las perspectivas de la profesión del comunicador social en la actualidad y en el futuro.
- Fomentar el espíritu investigador del comunicador social y fortalecer sus competencias en el trabajo de campo.

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO.

2.1 HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR EN LAS ÚLTIMAS DOS DÉCADAS.

Razones de orden histórico de acuerdo a la estructura del Estado Ecuatoriano han establecido según la época y los Gobiernos, limitaciones en la práctica de la comunicación principalmente para los medios de radio y televisión constituidos como empresas.

La titularidad Jurídica de las empresas de comunicación en las últimas décadas de fines del siglo XX e inicio del presente, en principio permitió una liberación legal, acentuada en la participación de la propiedad privada, con predominio en los medios de comunicación de radio y televisión

Como los modernos medios masivos son, ante todo, poderosas empresas privadas que requieren grandes capitales por la tecnología sofisticada y progresiva que emplean y que requiere un personal altamente especializado comprendiendo 4 elementos claves e interrelacionados: tecnología – medios masivos – publicidad – cultura masiva.³

El control y el apropiamiento de los medios de comunicación por el sector privado, a través de empresas introdujo sistemas de usufructo empresarial propio de la economía de mercado produciéndose los monopolios; pero su uso ha estado en manos de los que poseían los recursos necesarios para industrializar las intenciones técnicas; que han convivido con otro tipo de inversiones y han llegado más allá del control de sus intereses al control de políticas, inclusive de gobierno, como sucede con empresas de propiedad de banqueros, industriales vinculados entre sí y con quienes a su turno han ostentado el poder político.

³ Orrillo W. (1977) *Imperialismo y medios masivos de comunicación*. Lima – Perú. Editorial Causachun. p.8

La concentración publicitaria en nuestro país sobre todo en la década del 90 y hasta el inicio del actual gobierno, es una de las expresiones de agrupación informativa que supone la acumulación por personas físicas o jurídicas con poder, en el mercado publicitario.

Los procesos de concentración de la publicidad se presenta en la década de los 90 y ello explica que puede ser la causa de la concentración de la comunicación social con afluencia de la publicidad hacia determinados medios, prensa, radio o televisión, que provocaron la desaparición de otros por carecer de ingresos, que generalmente proceden de los anuncios.

Se ha producido además en el mercado de la información ecuatoriana, casos de medios que por razón de su preponderancia en difusión o en audiencias, han acumulado las inversiones publicitarias originando dichos procesos de concentración de publicidad, con auspicio de los mismos gobiernos; esto en consecuencia, según expertos como Joseph Klapper, Paul Lazarsfeld y Robert Menton, el poder y capacidad de los medios de comunicación para otorgar prestigio y aumentar la autoridad de los individuos y/o instituciones, legitimando su estatus.^{4 5}

Es necesario comprender además que la concentración de los medios de comunicación en determinadas empresas de pocos inversionistas está dada a través de la medición publicitaria como actividad propia auspiciada por la autoridad en el mercado de la información, que no pocas veces se proyecta sobre los aspectos intangibles del mercado y sobre el medio o soporte que sirve para difundir el anuncio al público, a lo que se añade contenidos informativos que facilitan la atracción para la publicidad.

En los últimos años como podrá desprenderse en el análisis posterior sobre cada uno de los medios de comunicación, se ha acentuado la conformación de empresas tales de medios de comunicación: prensa, radio y televisión principalmente, que en la crítica a los monopolios ha tomado como bandera el posesionarse de esto, manteniendo posiciones privilegiadas en

⁴ Klapper J.(1949). *The efect mass media*. Estados Unidos. Edit. USIS. p. 56

⁵ Lazarsfeld F. y Menton R.K. *Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada*. Estados Unidos. Edit. Utah. p. 102

cuanto a la financiación de instalaciones, atracción de publicidad del Estado bajo la política del gobierno de turno y la imposición de programas que llevan a situaciones discriminatorias que afectan a la independencia y la libertad de comunicación.

A continuación me permito detallar algunos eventos que demuestran la afeción que han sufrido los medios de comunicación en diferentes oportunidades desde la década de los años 90 hasta la presente fecha:

- El 22 de junio de 1994, Radio “Latacunga” fue asaltada por personal del ejército ecuatoriano que requisaron los enlaces de transmisión y detuvieron a la directora por haber apoyado al movimiento indígena que rechazaba la Ley Agraria propuesta por los terratenientes. También fueron agredidas Radio “ERPE” en Riobamba y Radio “Ingapirca” en Cañar.⁶
- Del 20 al 24 de Noviembre de 1995 en Quito se celebra el gran festival de la Radio y la Televisión comunitaria y popular de América Latina y el Caribe, organizado por el Grupo de los Ocho; acontecimiento que representó a centenares de emisoras de radio y televisión de todos los países de Latinoamérica y el Caribe donde se proclamó la Declaración de los Radio apasionados y Tele visionarios, y que consecuentemente determinó que se trata de una herramienta de reflexión y acción en la lucha por la democratización de las comunicaciones.
- En 1996 Empieza a funcionar el Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONARTEL). Instaurado por el Gobierno de turno, éste es el ente encargado mediante disposición contemplada en la Ley de Radiodifusión y Televisión de autorizar las concesiones y regular la operación de las frecuencias de radio y televisión en Ecuador.

⁶ Disponible en: http://www.archivochile.com/America_latina/al_vg/america_latina_dg_00031.pdf (Consulta 02-05-2011)

- El 6 de Mayo de 2002 cierra su programación SíTV para cambiar de nombre como Canal Uno, que en la actualidad es el sexto canal más joven del Ecuador.

- En el 2005, Radio Nacional fue reactivada por el entonces Presidente de la República, Ing. Lucio Gutiérrez B., con el propósito de emitir sus informes no solo desde Carondelet, sino del Parlamento de ese entonces, pero lamentablemente ésta emisora fue desapareciendo después de noviembre de 2007 cuando lanzó su señal a la Costa.

- El 20 de enero del 2007 después de 5 días de la posesión presidencial del Eco. Rafael Correa como Presidente Constitucional del Ecuador, se realiza el primer “Enlace ciudadano” que es el programa sabatino gubernamental de radio y televisión con una duración de 4 horas en cadena nacional retransmitida por 54 emisoras del país y a través de la televisión estatal Ecuador Tv y Gamavisión; con un formato similar al programa de radio y televisión “Aló Presidente” presentado por el Jefe de Estado venezolano Hugo Chávez; el Primer Mandatario ecuatoriano busca un acercamiento con el pueblo para conocer sus necesidades a través de una apertura que permita la “libre expresión”; además constituye un espacio donde se informa la agenda semanal del Mandatario, las actividades realizadas por las diferentes entidades estatales, se comenta las notas periodísticas, se realizan anuncios sobre determinados temas de interés; pero sobretodo y actualmente se ha convertido en un medio de controversia entre el Ejecutivo y la prensa privada.^{7y}

- El 29 de noviembre de 2007 se origina Ecuador Tv-Televisión Pública (ECTV) que constituye la cadena estatal de televisión ecuatoriana al servicio público del Ecuador. Éste medio fue instaurado al mismo tiempo que la creación de la Asamblea Constituyente para que las sesiones pudiesen ser transmitidas en vivo a todo el país desde Montecristi, provincia de Manabí y cuyo lema era “Voz ecuatoriana desde el techo del mundo”. Con éste antecedente y a partir de ésta fecha se inauguran los

⁷ Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Enlace_Ciudadano (Consulta 28/05/2011)

hoy llamados “medios públicos” cuya característica común constituye el hecho de que dependen económicamente de los fondos del Estado.⁸

- A fin de incrementar el sistema de medios de comunicación públicos en el año 2007 el Estado con el Ministerio de Finanzas como principal accionista, adquiere el diario “El Telégrafo” que fue incautado por la AGD como propiedad vinculada al Banco El Progreso, del ex banquero Fernando Aspiazu Seminario; y cuya quiebra fue el detonante de la crisis financiera que sufriera nuestro país en el año 1999. De ésta forma nace con un nuevo perfil y bajo una nueva dirección el 17 de Marzo del 2008 este diario con el lema: “Primer diario público del Ecuador”

- En Junio de 2008 comenzó a circular en el Ecuador el periódico “El Ciudadano”, medio del Gobierno nacional actual, caracterizado como un tabloide full color, impreso en papel periódico cuya edición está a cargo de la Subsecretaría de Comunicación Nacional.

- El Gobierno Nacional a través de la AGD tomó el control de cuatro canales de televisión y de una estación de radio que pertenecían a los hermanos William y Roberto Isaías Dassum, debido a deudas mantenidas con el Estado ecuatoriano como resultado de la quiebra de Filanbanco durante la recesión financiera del año 1999. El 8 de julio de 2008, la Fuerza Pública se tomó:
 - Los tres canales de Tv: Gamavisión (hoy Gama tv), TC Televisión y Cablenoticias.
 - Acciones de un sistema de cable: TVCable
 - Dos revistas: La Onda (juvenil) y El Agro.
 - Dos radioemisoras: Carrusel y Super K

⁸Disponible en: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/correa-acu1mulo-18-medios-453168.html> (Consulta 03/05/2011)

Cabe acotar que hasta la presente fecha, estos medios de comunicación permanecen en una situación indeterminada en cuanto a la propiedad, puesto que el Estado comunicó su venta desde el inicio de la incautación y el estatus que esta genera, ya que la nueva Constitución ecuatoriana (2008) determina la existencia de medios privados, públicos y comunitarios.

- El 26 de Agosto del 2008 fue creada La Radio Pública del Ecuador (RPE) utilizando equipos técnicos de la antigua Radio Nacional adquiridos en 1982. Sus emisiones llegan a Guayaquil, Quito, Loja y Manta, y su objetivo es cubrir todo el territorio nacional.
- A finales del 2008 se crea el diario digital “El Ciudadano” como vocero del Gobierno en turno; éste diario se destaca por mantener una edición quincenal que circula en algunas provincias del país pero es desconocido para la mayor parte de la ciudadanía, quienes lo conocen lo identifican como gubernamental, no como diario público; además tiene dos componentes: El Ciudadano TV, y El Ciudadano Radio que son segmentos de las programaciones emitidas tanto desde ECTV como desde RPE.
- En el 2009, sale al aire Ecuador TV, una estación de televisión cuya finalidad es obligar a un cambio en los medios locales, es decir, convertirse en una alternativa para los ecuatorianos en cuanto a programación se refiere; sin embargo no se alcanzó el objetivo planteado y se convirtió en un portavoz del Gobierno. Esta situación se repitió con los canales que fueron incautados por el mismo, como Gamatv y TC Televisión que hoy por hoy se han convertido en los protagonistas de la crónica roja.
- Por otro lado en el 2009 el Comité para la Protección de los Periodistas (CPJ) con sede en Nueva York, revela ataques realizados por el gobierno de turno, para desacreditar a los periodistas y sus informantes; además se informa la creación de diferentes leyes para regular la actividad periodística, que suponen una amenaza para la libertad de expresión; de la misma forma, el informe condena los “descalificativos” que el presidente Correa utiliza para referirse a la prensa; se indica

además que los entes reguladores “apuntan” contra los medios críticos y que la legislación (ecuatoriana) sobre los medios de comunicación restringiría la libertad de expresión. El informe internacional también señala que entre los medios que fueron a menudo blanco de los ataques del Primer Mandatario figuraron los matutinos El Universo, La Hora, El Comercio y Expreso.⁹

- El 5 de Febrero de 2009 mediante Resolución No. STL-2009-0038, el Superintendente de Telecomunicaciones, reestructuró la Comisión encargada de realizar las pruebas, informes y proyecto de normativa para determinar el estándar de televisión digital terrestre (TDT) más adecuado para el Ecuador.
- El 1 de Julio del 2009, el órgano regulador de la radio y televisión CONARTEL prohibió la difusión del programa estadounidense “Los Simpson” en la programación de las 6:00 horas y las 21:00 horas emitida por Telemazonas, hasta que se resuelva si es apto para menores de edad.
- Tras el "origen" de Radio Pública del Ecuador, el 12 noviembre de 2009 desapareció Radio Nacional del Ecuador, una de las emisoras con más de 45 años de presencia en el país con cobertura en las provincias de Pichincha, Guayas y Loja; cabe indicar que su labor era anexa a la Secretaría de Comunicación de la Presidencia del Ecuador.
- El 28 de diciembre de 2009 nace en el Ecuador la primera Agencia Pública de Noticias, llamada “Andes,” que es una empresa para elaborar materiales informativos como noticias, entrevistas, reportajes para radio, prensa, televisión e internet. Esta agencia envía también material que sale desde la Presidencia.

⁹ Disponible en: <http://201.234.213.3/2010/02/16/1/1355/informe-internacional-detalla-ataques-prensa-ecuador.html>(Consulta 03/05/2011)

- El 23 de enero del 2010 a partir del enlace 156 y luego de un enfrentamiento verbal entre el Presidente de la República y el periodista Emilio Palacio, editor de Opinión y editorialista del diario El Universo, los enlaces ciudadanos que buscaban un acercamiento con su pueblo y que constaban de tres segmentos hasta el 19 de mayo del 2007: 1) la agenda semanal que es un informe de las actividades del Ejecutivo realizado durante la semana; 2) el “Diálogo con el Presidente”, que incluía la participación de periodistas invitados, y 3) anuncios sobre ciencia y tecnología, toman un rumbo diferente a partir de esa fecha; el segundo segmento se cambia y se limitó a las preguntas de pobladores del lugar de transmisión del enlace; cabe recalcar que los lugares de transmisión van variando cada semana y son realizados en diferentes puntos del Ecuador; otro cambio significativo ocurrió el 6 de junio del 2009, cuando el segmento de ciencia y tecnología fue reemplazado por el de “La libertad de expresión ya es de todos”.¹⁰
- El 17 de Septiembre del 2010, el Conatel mediante una resolución dispone negar la renovación del contrato de concesión suscrito el 28 de agosto del 2000 a favor del Sr. Cabrera Riera Wilson, concesionario de Radio “La voz de la Esmeralda Oriental” – Canela 103.7 FM, para continuar operando en la ciudad de Macas; incidente que se viene arrastrando desde Septiembre del 2008 como retaliación por parte del gobierno que acusa a ésta emisora junto con Radio “Arutam”, de incentivar la violencia cuando indígenas del Sector de Morona Santiago se tomaron las vías en rechazo a la aprobación de la Ley de Aguas, que tuvo como consecuencia fatal, la muerte del profesor Bosco Wisuma.
- El 7 de septiembre de 2010 nace el periódico “PP” Con su leyenda: “¡Por fin un diario que diga la verdad”, junto a “El Telégrafo”, periódico que fue controlado por el Gobierno desde el 29 de Enero del 2010 asumiendo un nuevo directorio y gerente; éstos dos medios escritos tienen el propósito de contrarrestar los poderes fácticos disfrazados de los medios de comunicación”.

¹⁰Ayala A. y Cruz P. (2010). *La influencia del discurso presidencial en la agenda de los periódicos ecuatorianos*. Quito – Ecuador. Ediciones Ciespal. p. 4-8

- El 21 de octubre de 2010, se emite el mandato constitucional que prohíbe a la banca tener acciones en medios de comunicación; muchas empresas venden la totalidad de sus acciones; tal es el caso de Teleamazonas, grupo Caravana, etc.
- La Revista “El Agro”, cuyo medio estaba destinado directamente a enfocar temas de agricultura, también fue tomada por el Estado. La publicación no está en circulación en la actualidad. Esta revista básicamente tenía su circulación en la Costa ecuatoriana.

La historia descrita demuestra que los medios de comunicación se han visto presionados por el actual gobierno, situación que genera una lucha permanente por fortalecer la independencia y acción democrática en su misión que concuerda con los principios y normas que rigen y están vigentes en Organismos mundiales como la ONU, El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (PIDCyP). El Comité para la Protección de los Periodistas (CPJ), la Organización de los Estados Americanos (OEA), de los cuales paradójicamente el Ecuador es miembro; éstos principios constituyen además la defensa de los Derechos Humanos en los diferentes ámbitos de la democracia internacional, es por eso que en diferentes países del mundo se han realizado diagnósticos cuyos resultados han trascendido a calificar como víctimas de represalias estatales que afectan entre otras cosas a la libertad de expresión, derecho fundamental de toda nación que fue planteado en la Carta de las Naciones Unidas, pues recordemos que con la Asamblea Constituyente del 2007 y la aprobación de la nueva Constitución en el 2008; Rafael Correa, actual Presidente de la República instituye la prohibición constitucional de que las entidades financieras o sus accionistas tengan participación en empresas dedicadas a la Comunicación social; más ahora que se realizó una consulta popular y que específicamente en la pregunta nueve se propuso que la Asamblea Nacional expida una Ley de Comunicación para crear un Consejo de Regulación de medios que controle la difusión de contenidos en la televisión, radio y publicaciones de prensa escrita, a fin de eliminar los mensajes de violencia, explícitamente sexuales o discriminatorios, y que establezca criterios de responsabilidad ulterior de comunicadores o los medios emisores.

2.2 PROPIEDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN ECUADOR.

Los medios de comunicación en nuestro país constituyen un gran poder formado por grupos empresariales productivos y financieros que controlan gran parte de la economía nacional. Antes del régimen del Eco. Rafael Correa, la concesión de frecuencias y permisos de funcionamiento de los medios de comunicación estuvieron sujetos a influencias políticas u otra serie de procesos ilegales. De ésta forma éstos grupos de poder consolidaron su fuerza en decisiones que los gobiernos de turno debían tomar como es el caso del Feriado Bancario en 1999 que le costó al país una pérdida de 8 mil 600 millones de dólares tras el congelamiento de ahorros; o la caída del Gobierno del Coronel Lucio Gutiérrez en el año 2005 donde Radio La Luna lideró, convocó y concentró la protesta en la ciudad de Quito de cientos de personas que pedían la renuncia del entonces mandatario; mientras que Teleamazonas arengó la movilización a través de una señal abierta que encaminó la protesta desde el Palacio de Carondelet hacia las instalaciones del Ciespal una vez que el ex mandatario abandonara el Poder.

Con la vigencia del artículo 312 de la Nueva Constitución del Ecuador que excluye la participación de las empresas periodísticas a los propietarios de grupos financieros, se diversifica y fragmenta la propiedad en los medios de comunicación y se fortalece la visión del Ejecutivo cuyo objetivo es alejar a la ciudadanía de una participación y opinión pública destacado por aportar información independiente del oficialismo y sin censura.

Cabe acotar que la vigencia de ésta disposición finiquita los tres principios bajo los cuales Alianza País (Partido Político al cual pertenece el régimen de turno) consignó la Sección Tercera del Título de Derechos en la Carta Política de Montecristi que trata sobre la Comunicación e Información.

El primer principio era alcanzar una nueva pluralidad en la comunicación en base a la intervención directa y masiva del Estado; el segundo principio se enfoca en disminuir el crecimiento de grupos mediáticos independientes con actividades de monopolio u oligopolio y finalmente el tercer principio radica en excluir del sector al único poder privado que se ha interesado en invertir en empresas periodísticas, durante las últimas décadas.

En la actualidad no existen datos precisos del número de medios de comunicación existentes en nuestro país, por lo que se tomará datos de diferentes fuentes que permitan tener una idea de cómo está distribuida la propiedad de los medios de comunicación en el Ecuador.

Medios Controlados por el Gobierno:

Como resultado de tres años de gestiones y reformas legales en este sector, actualmente el Gobierno es el mayor grupo de comunicación social del Ecuador, pues controla un total de 19 medios con alcance nacional e internacional los cuales detallo a continuación:¹¹

- Diario El Telégrafo,
- Radio Casa de la Cultura,
- Ecuador TV,
- Radio Pública del Ecuador,
- Periódico El Ciudadano y los recién creados,
- Diario PP
- Agencia internacional de noticias ANDES.
- TC Television
- Gama TV
- TV Cable*
- CN Plus*
- Cable Deportes 7*
- HTV
- Radio Carrusel
- Radio Súper K 800
- Revista Agro
- Revista Juvenil La Onda
- Revista Valles
- Revista Samborondón

* Propiedad compartida con accionistas privados.

¹¹ Disponible en: http://www.ciudadaniainformada.com/noticias-politica-ecuador0/noticias-politica-ecuador/ir_a/ciudadania-informada/article//la-propiedad-de-los-medios-se-diversifica-y-el-estado-se-consolida-como-la-mayor-estructura-mediatic.html (Consulta 04/05/11)

MEDIOS Y GRUPOS ECONÓMICOS PRIVADOS:

Mediante cadena pública de televisión emitida por el Gobierno ecuatoriano el 2 de Mayo del 2011, y basado en el informe de la Comisión para la Auditoría de Frecuencias de Radio y Televisión 2008-2009, el Gobierno revela el siguiente listado de los medios y grupos económicos que mantenían vínculo con actividades relacionadas a los medios de comunicación:

Grupo Vivanco controla:

- Diario La Hora con 14 ediciones locales
- Radio Planeta,
- Revista Judicial,
- Satnet (Servicios Agregados y Telecomunicaciones) y
- Editorial Gran Tauro, que edita la revista Vanguardia en sociedad con el Grupo Martínez, propietarios de los diarios Extra y Expreso.
- Además, tiene vínculos empresariales con el Estudio Jurídico Vivanco & Vivanco,
- Casa Vivanco y
- Televisión paga TVCable.

Familia El Juri controla:

- Telerama ,
- Tv Max y sus 12 frecuencias,
- Banco del Austro,
- Negocios automotrices y de perfumería

El Grupo Pérez Castro controla:

- Diario El Universo,
- Radio City,
- Diario Súper;
- Es socio del Grupo Alvarado Roca en el sistema de televisión paga Univisa, una fusión entre El Universo y el canal Ecuavisa.
- Compañía Naviera de Turismo Galápagos,
- Canodros,
- Unipartes,
- acciones bancarias en el Banco de Guayaquil.
- Uniprensa,
- Unidiario,
- Agrícola Guayaquil,
- Uniediciones e
- Industrializadora de Alimentos Santa Inés, entre otros.

El Grupo Alvarado Roca controla:

- Ecuavisa,
- Vistazo,
- Generación 21,
- Hogar,
- Estadio un canal en UHF con señal abierta en Estados Unidos y España;
- empresas como Artesgráficas y
- tiene participación accionaria en las inmobiliarias Alcor y Roalpa, Cendetel, y Agroespíritu.

El Grupo Mantilla controla:

- Diario quiteño El Comercio,
- Últimas Noticias,
- Radio Quito,

- Radio Platinum,
- Ecuadoradio,
- Empresa de teatros y cines de Quito, en asocio con el Grupo Mantilla Anderson, de Diario Hoy.
- Tiene acciones en Megadatos, Access proveedora de internet,
- Negocios empresariales en Cofiec y
- Es socio con el grupo Egas Grijalva en Metropolitana del Seguros y Consorcio del Pichincha.

Grupo Egas controla:

- Teleamazonas, (este canal recientemente cambio la figura de sus acciones, pasando a formar parte de un consorcio integrado por empleados del canal, el periódico peruano La República e inversionistas locales)
- Radio Colón
- Revista Mundo Diners,
- Agencia Delta Publicidad,
- Publi Promueve
- Revistas Gestión, Soho, Fucsia, Cosas, Gente;
- Banco Pichincha,
- Banco de Loja,
- Banco Rumiñahi,
- Financiera Amerafin,
- Citotusa,
- Tarjeta de crédito Diners Club;
- Las empresas Multicines,
- La productora Publi Promueve y
- Es socio del Grupo Mantilla Anderson de diario Hoy.
- Posee acciones en Autodelta, Centro Comercial El Condado, y otros negocios como Megamaxi.

Grupo Mantilla Anderson maneja:

- Diario Hoy,
- Radio Hoy,
- TVHoy,
- varias revistas,y la empresa de teatros y cines de Quito.

Grupo Quirola Canessa:

- Banco de Machala y
- los medios de la cadena Caravana que tiene una señal de TV.

Grupo Noboa-Febres Cordero:

- El Telégrafo
- Diario Manabita
- Telesistema
- Maxvisión.

Grupo Merchán:

- El Mercurio y Radio Mercurio.

Grupo Proinco:

- Radio Visión.

Grupo Granda:

- Radio Colón.

Grupo Azuay:

- Radio Reloj.

Familia Velasteguí (Santo Domingo de los Tsáchilas):

- Zaracay Tv, Radio Zaracay, Activa Fm, Tv Cable, City Tv.

Grupo Zambrano:

- La Tarde, Revista El Mundo, Revista Vanidades, Radio Stéreo 90 y Manavisión.

Cabe recalcar que algunos de estos grupos habrían sido socios del Grupo Isaías, ex propietarios de Filanbanco, quienes tuvieron bajo su control y administración varias empresas de comunicación que a fines de los 90 provocó una crisis financiera en nuestro país.

En cuanto a emisoras, de acuerdo a un artículo publicado por Diario Hoy el 15 de enero del 2011, se especifica que antes del 2006 el 97% de frecuencias estaban en manos del sector privado y sólo el 3% en el sector público. Fernando Ortiz, ex vicepresidente de la Comisión de Auditoría de Frecuencias de Radio y televisión enfatizó que el proceso para revisar las frecuencias fue bueno, pero nunca llegó a concluirse.

2.3 MAPAS DE MEDIOS / TRABAJOS SIMILARES EN EL MUNDO.

A NIVEL MUNDIAL:

Toda la información que necesitamos conocer sobre los principales medios de comunicación a nivel mundial; lo podemos obtener con más facilidad en las páginas electrónicas de Internet; cabe aclarar que no se encuentra como “Mapas de medios de comunicación” sino como Directorios; existiendo una amplia gama de portales que contienen información que permiten conocer datos de los medios detallados en dichos sitios electrónicos; por ejemplo:

En el portal informático “*portalmix1.0*” se aprecia un Directorio que detalla información de los diferentes medios de comunicación como son Diarios, Revistas, Radios, Televisión y otros servicios de varios países a nivel mundial. Este sitio web se caracteriza por presentar varias opciones que permiten al público escoger el medio de comunicación, así como el país del cual necesita la información (Imagen Nª 1)

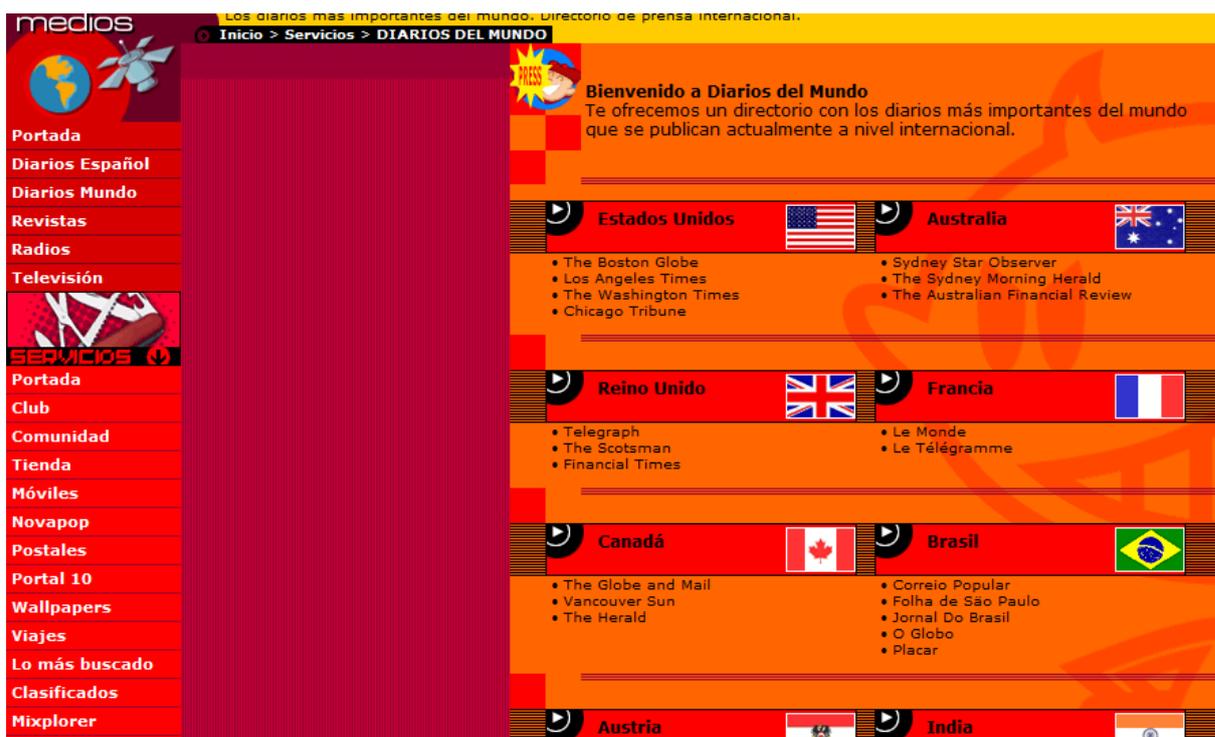
Imagen Nª 1



Fuente: <http://historico.portalmix.com/comunicacion.shtml> (03-05-2011)

Como una demostración de éste ejemplo, podemos ingresar a la opción PRENSA que nos permite obtener información sobre Diarios en español; Diarios del mundo o Revistas; al abrir la opción Diarios del mundo se despliega un listado en forma resumida de los principales Diarios de acuerdo al registro de países que constan en el mismo de la siguiente forma: (Imagen 2)

Imagen 2



Fuente: <http://historico.portalmix.com/comunicacion.shtml> (03-05-2011)

“Mediatico.com” constituye otra opción que permite tener información de los principales medios de comunicación a nivel mundial, aquí podemos ver claramente (Imagen 3) que la información está clasificada de acuerdo a continentes; e incluso permite seleccionar el idioma en el cual se desea obtener la investigación.

Imagen 3

Fuente: <http://www.mediatico.com/> (03-05-2011)

COLOMBIA:

Los medios de comunicación privados de nuestro país vecino son manipulados por las grandes esferas políticas y económicas que mantienen un control sobre la opinión pública; desde 1977 a 2010 se registraron 138 casos de asesinatos a periodistas según datos de la Fundación para la prensa y la libertad FLIP¹²; lo que demuestra que ejercer ésta profesión implica sus grandes riesgos; uno de ellos es la falta de medios de comunicación donde puedan expresarse libremente, no sólo por la censura sino también porque en Colombia sólo existen dos periódicos de circulación nacional y uno de ellos es el Tiempo cuyos dueños son el Grupo Planeta de España desde el 2007 y la familia Santos, parientes del actual Presidente Juan Manuel Santos, por lo cual se duda la veracidad de la información.

¹²Disponible en: <http://www.perspectivainternacional.net/index.php/the-news/3-newsflash/600-censura-en-los-medios-de-comunicacion-caso-de-colombia> (Consulta 27/05/2011)

Ante éste panorama, donde los grandes medios de comunicación no muestran todo lo que sucede; podemos apreciar algunos directorios de medios de comunicación colombianos que están a la disposición de la sociedad. Uno de los directorios más completos que encontramos en el Internet se localiza en la página electrónica www.mediosmedios.com.ar que presenta no solamente la información de los principales medios de comunicación como son periódico, radio, revistas, agencias de noticias, televisión y medios de internet existentes en ése país; sino también ofrece una gama de servicios e información sobre capacitación y formación.

En la página electrónica www.colombia.com que se especifica en el siguiente ejemplo (Imagen 4) observamos las opciones que ésta página electrónica nos brinda para conocer los medios de comunicación con información básica de los mismos como son teléfono, dirección y correo electrónico. Cabe acotar que la información existente es limitada en cuanto a la cantidad de medios de comunicación que realmente deben existir en ése país.

Imagen 4

colombia.com www.colombia.com
El portal que une a los colombianos

Directorio de medios colombianos

Educación Universitaria En Línea
Descubre como Walden International puede cambiar tu vida profesional
Todas las clases son en línea y en Inglés

INICIO TELEVISIÓN RADIO PRENSA REVISTAS CAFÉS INTERNET

TELEVISIÓN

<p>SEÑAL ABIERTA</p> <p>CARACOL T V S.A. Calle 76 No. 11 – 35 Tel. (571) 3190860 Fax. (571) 3211720 URL: www.canalcaracol.com</p> <p>COLOMBIANA DE TELEVISIÓN Calle 97 No. 13 A – 18 Tel. (571) 2181678 2182111 Fax. 2181775 Email: coltv@coltelevision.com URL: www.coltelevision.com</p> <p>CANAL CAPITAL Carrera 11 A No. 69 – 43 Tel. (571) 3479555 Email: servicio@canalcapital.com URL: www.canalcapital.com.co</p> <p>CITY TV Avenida 19 No. 6 A- 29 Tel. (571) 3444060 URL: www.citytv.com.co</p> <p>R C N TELEVISIÓN Avda. Américas No. 65 - 82 Tel. (571) 4269292</p>	<p>TV CABLE</p> <p>TV CABLE S.A. Carrera 11 A No. 94 – 76 Tel. 6500500 Email: servicio@cable.net.co URL: www.tvcable.com</p> <p>COSTA VISIÓN Cartagena Bosque Diagonal 21 No. 48 - 35 Tel. (575) 6621512 Fax. (575) 6622486 Email: informacion@costavision.com URL: www.costavision.com</p> <p>SKY TV. Avda. El Dorado No. 84 A – 55 Int. 150 Tel. 5460759 2942929 URL: www.sky.com.co</p> <p>SUPER CABLE Cra. 7 No. 71 – 52 Torre B Piso 19 Tel. (571) 3215860 5782828 URL: www.supercable.com</p> <p>CABLECENTRO S.A. Avda. Boyacá No. 96A-47 Tel. (571) 5938999</p>
--	--

Fuente: <http://www.colombia.com/> (06-05-2011)

BRASIL:

Los medios de comunicación en Brasil, jugaron un papel muy importante durante la campaña electoral que recientemente tubo como triunfadora a la candidata presidencial oficialista, Dilma Rousseff; si bien se registraron confrontaciones entre éste sector y el ex Mandatario de ésa nación Lula da Silva debido a denuncias sobre casos de soborno de un ex funcionario de la Casa Civil acusado de tráfico de influencias durante su gobierno, éste escándalo descubierto por la revista Veja influyó directamente a la candidatura de la presidenta Dila al ser la continuidad del gobierno anterior.

A diferencia de otros líderes latinoamericanos que han intentado controlar a los medios de comunicación independientes en sus países, la presidenta Rousseff reafirmó su compromiso con la libertad de prensa brasileña e hizo un llamado a todos los mandatarios a que sigan ese camino que permite el fortalecimiento de la democracia.

Con ésta breve introducción; me permito hacer una breve exposición de un Directorio de los principales medios de comunicación existentes en Brasil; en la página electrónica <http://www.mediaonline.net/es/brasil>, existe un filtro que permite visualizar el número de medios existentes de acuerdo a la región y al tipo de medio de comunicación del cual se necesite la información. (Figura 5)

Figura 5

The screenshot shows the 'Medios de comunicación en Brasil' page on MediaOnline. It features several filters and lists:

- Medios por tipo:**
 - Periódicos (5186)
 - Revistas (1479)
 - Radios (5235)
 - Televisiones (1985)
 - Blogs (16736)
- Directorio de prensa:**
 - Novedades
 - Lo más visto
 - Mejor valorados
 - Añadir un medio
 - Búsqueda avanzada
- Medios Por país:**
 - Estados Unidos (3022)
 - Argentina (6440)
 - España (4355)
 - México (4155)
 - Perú (2892)
 - Brasil (2786)
- Filtrar Medios por Región:**

Acre (11)	Alagoas (25)
Amapá (3)	Amazonas (11)
Bahía (112)	Ceará (71)
Distrito Federal (39)	Espírito Santo (37)
Goías (96)	Maranhão (30)
Mato Grosso (61)	Mato Grosso do Sul (70)
Minas Gerais (218)	Pará (32)
Paraíba (29)	Paraná (316)
Pernambuco (77)	Piauí (23)
Río de Janeiro (146)	Río Grande do Norte (46)
Río Grande do Sul (318)	Rondonia (22)
Roraima (4)	Santa Catarina (143)
São Paulo (785)	Sergipe (18)
Tocantins (11)	
- Filtrar medios por tipo:**
 - Blogs de Brasil
 - Radlios de Brasil
 - Periódicos de Brasil
 - Revistas de Brasil

Fuente: <http://www.mediaonline.net/es/brasil> (06-05-2011)

2.4 MAPAS DE MEDIOS / TRABAJOS SIMILARES EN EL ECUADOR.

Se hace menester y una necesidad el conocimiento de la infraestructura en medios comunicacionales privados y públicos con que cuenta nuestro país ubicado dentro del Área Andina; consientes las instituciones de aquello, han sido algunos los intentos por realizar investigaciones como la desarrollada por CIESPAL hace casi dos décadas, que dio como resultado la publicación de un “Directorio de Medios de Comunicación en el Ecuador” y que agrupa información de los medios del América latina de aquella época, en la cual consta como información sustantiva lo siguiente:

- El diario “El Telégrafo” de Guayaquil fundado en 1884, constituye el segundo periódico más antiguo de la región.

- Trece de las 21 provincias del país publican sus propios periódicos diarios, siendo la mayor concentración de prensa escrita, las ciudades de Quito con 6 periódicos, Guayaquil con 7 y finalmente Cuenca con 3.

- En la región costera se publican 17 diarios, en la Sierra 19 cotidianos y 1 en la región amazónica.

- Del total de población del Ecuador, existen 36 diarios en circulación con cerca de 600 mil ejemplares, con 55 circulares por Habitante para una población alfabetizada del 70.4 % (CIESPAL. Dpto. de Investigación. Inventario de Medios de Comunicación en América Latina y el Caribe, 1989-1990)

- En cuanto a Radiodifusoras existían 355, 72 en la capital y las restantes 283 en el interior del país.

- De 355 emisoras, se tenían 287 receptores por mil habitantes; de las cuales 289 Emisoras eran privadas de sentido comercial y tan solo 1 radio con carácter educativo–cultural; mientras las 12 Emisoras estatales 10 tenían una misión de carácter educativo-cultural y 2 de otro aspecto.

- Ecuador poseía 32 radiodifusoras eclesiales con vinculaciones con las comunidades campesinas sobretodo del área rural en la Sierra y Oriente, teniendo como principal misión las tareas de educación y cultura y muy pocas al ámbito pastoral.

- Para el periodo de estudio en CIESPAL, nuestro país tenía 14 estaciones televisivas en 6 provincias de las 21 en que se divide el Ecuador, teniendo una media de 71 receptores por mil habitantes.¹³

De acuerdo a un estudio realizado por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso) cuyo autor es Luis E. Faringo C.¹⁴ se hace hincapié a la línea de investigación de César Bolaño quien impulsa la necesidad de crear un “Mapa de medios” que permita comprender cómo los medios de comunicación existentes, expanden su mercado a más campos, saber las relaciones existentes entre los medios de comunicación, los sectores financieros y productivos para impedir la formación de monopolios y oligopolios y sobretodo conocer los propietarios de los medios de comunicación; lo cual permitirá el desarrollo de un marco jurídico que controle el desempeño de los medios; pues deben rendir cuentas a algún ente de control.

Partiendo de lo dicho, cabe señalar que en nuestro país es sumamente complejo el encontrar información sobre “mapas de comunicación”; la búsqueda que se logra sobretodo en Internet muestra datos en forma de “Directorios” con cada uno de los nombres de los medios de comunicación e información en forma general; pero en sí no se obtiene un Mapa de Comunicación exacto con información detallada.

¹³ López A. (1993). *Inventario de medios de comunicación en América Latina*. Ciespal – Departamento de Investigación. Edit. Quipus. Volumen 3 p. 110

¹⁴ Disponible en:

http://www.flacsoandes.org/web/imagesFTP/1304107224.Luis_Farinango__Comunicacion.pdf(Consulta 28/05/2011)

Un ejemplo de “Directorio” que encontramos es el publicado en la dirección electrónica llamada “mediosmedios”¹⁵ y “webs. Info.ec”¹⁶, que es un portal con datos que permiten escoger el tipo de medio de comunicación que necesitamos investigar en nuestro país; al acceder a cada una de las opciones que se detallan se abre la información de los medios que corresponden a esa categoría en forma general.

Figura 6



Inicio - Medios de Comunicación

Agencias de Publicidad (15)

Otros Medios (15)

Periodicos (19)

Radios (22)

Revistas (19)

Television (5)

Fuente: <http://www.webs.info.ec> (03-05-2011)

La autora de ésta página electrónica es María Cristina Martínez , aquí encontramos un Mapa de Medios de comunicación que fue realizado en el 2008 y donde apreciamos información sobre MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES, RADIO, TELEVISORAS, AGENCIAS PUBLICITARIAS, MEDIOS Y GRUPOS ECONÓMICOS que desarrollan sus actividades en nuestro país; así como una síntesis de cada uno de ellos.¹⁷

¹⁵ Disponible en: <http://www.mediosmedios.com.ar/A.%20Ecuador.htm> (06/05/11)

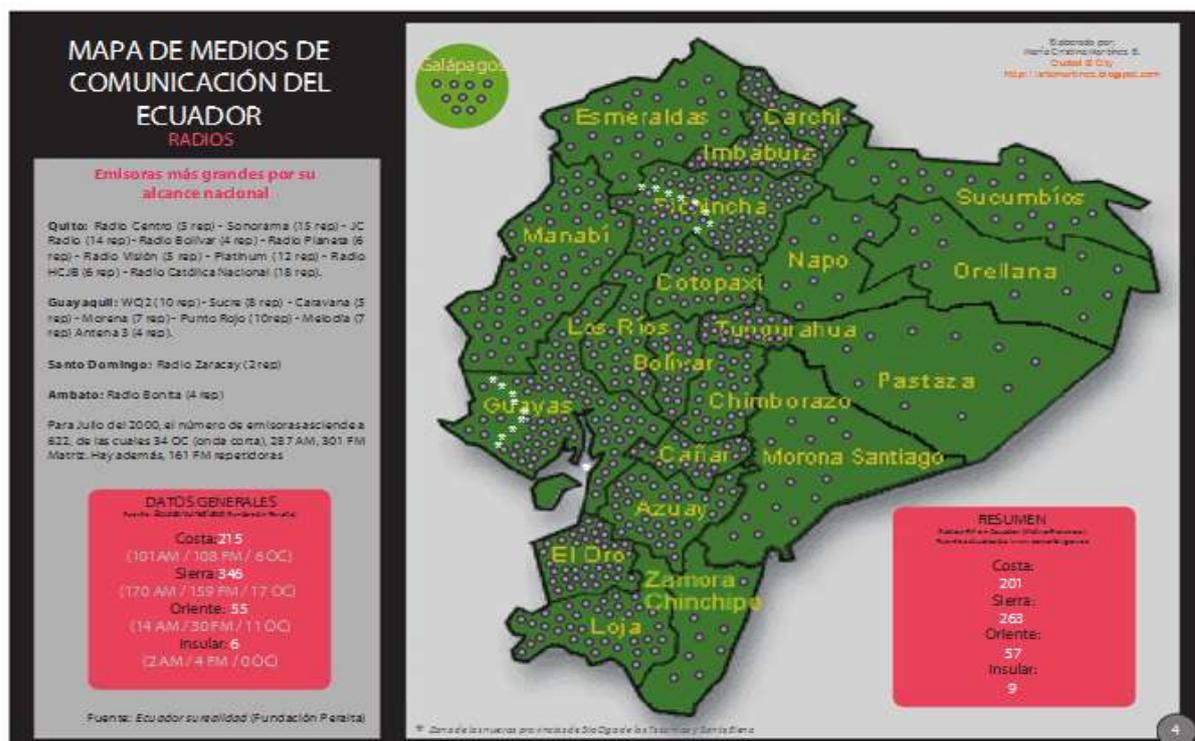
¹⁶ Disponible en: [http://www.webs.info.ec/\(Consulta 06-05-11\)](http://www.webs.info.ec/(Consulta%2006-05-11))

¹⁷ Disponible en: www.scribd.com/doc/14640397/Mapade-medios-de-comunicacion-del-Ecuador (Consulta 06-05-2011)

Este trabajo permite observar claramente los medios de comunicación existentes tanto en un mapa (Figura 7) como en forma resumida y detallada (Figura 8); lo cual permite tener una información un poco más completa.

A continuación expongo el esquema de como esta diseñada ésta página electrónica:

Figura 7



Fuente: www.scribd.com/doc/14640397/Mapade-medios-de-comunicacion-del-Ecuador (Consulta 06-05-2011)

Figura 8

1) Planeta 107.3	7) Radiopago y Radio 107.9	EL ORO	9) Encanto FM 101.9	65) B'as Azul 95.7	LÓRIS	42) Horizontes 94.9	9) Kiss 105.3	14) La Voz del Teachi FM 90.9
2) Mega 105.5	8) Tropical Stereo 107.1	1) Impacto 107.9	GUAYAS	66) B'as Azul 95.7	1) Audiorama 105.9	43) La Voz de las Caras FM 95.7	10) J.C. Radio 107.5	15) Mac FM 95.1
3) Horizonte 105.5	9) Ondas del Sur 95.5	2) Gemas FM Stereo 107.9*	1) Tropicall Radio Stereo 107.7	67) Sowerbird FM Stereo 95.1	2) Manilla FM 107.1	1) Radio 107.5	11) Impacto Stereo FM 105.9	16) Cine FM Stereo 97.7
4) La Voz de Tomadamba 102.1	10) Géminis 95.5	3) La Voz de Armitas 107.1	2) WQ-DOS 102.1	IMBABURA	3) Ondas Quevedoñas FM 99.1	2) Horizontes 105.5	12) Horizontes 105.5	17) Constelación Stereo 99.5
5) Disney 100.9	11) Cero 95.5	4) Onda 107.1	3) MCB La Voz y Ventana de las Américas 102.5	1) La Voz de los Lagos 102.7	4) Cosma FM 97.5	3) Cívica Radio 95.7	13) Horizontes 105.5	18) Constelación Stereo 99.5
6) Cómicas 99.7	12) Súper 5 90.9	5) Súper Puerto 107.1	4) Condor 102.5	2) Rímac 105.5	5) Emperador FM 107.9	4) Sol Radio FM 96.1	14) Horizontes 105.5	19) Stereo Maracay 100.5
7) Armonía Súper Box 100.1	13) Súper Radio Digital 92.9	6) Súper FM 101.2	5) Armonía Musical 102.9	3) Los 40 Principales	6) Uro FM 95.9	48) Rocafuerte FM 96.1	15) Hot 106 Radio Puyo 106.1	20) Stereo Maracay 100.5
8) Frontera - Ecuador 104.9	14) Señal 92.9	7) Magia FM 99.5	6) Salmán FM 105.5	4) Imbabura 105.9 FM	7) Virtual FM 97.9	49) Aliso FM 96.1	16) B'as 95.5 FM	21) Stereo Maracay 100.5
9) Súper 94.9	15) Pínta 91.5	8) Juventud FM 107.9	7) La Estación Musical 101.5	4) Saltillo 107.1	8) Sibir FM 105.1	50) América FM Stereo 96.1	17) B'as 95.5 FM	22) Stereo Maracay 100.5
10) GGG Mágica 92.1	CACHI	9) La Mejor 95.1	8) Super 92.7	5) Cacha FM 97.5	9) Carabán FM 104.5	51) Carabán FM 96.1	18) B'as 95.5 FM	23) Stereo Maracay 100.5
11) Panamericana 89.5	1) Noticias Radio 100.9	10) Super 92.7	9) Encanto 102.9	6) Voz FM 102.5	10) Voz FM 92.1	52) Radio Mac 94.5	19) B'as 95.5 FM	24) Stereo Maracay 100.5
12) Rumba 95.5	2) Sky Stereo 107.2	11) Onda 92.7	10) Sabor FM 99.5	7) Sónica 95.9	11) J.L. Radio 95.1	MORONA SANTIAGO	20) B'as 95.5 FM	25) Stereo Maracay 100.5
13) Visión 105.1	3) Wadec 99.5	12) Onda FM Stereo 105.1	10) Élic 99.7	8) Pantalla Stereo 107.5	12) Sonido FM Stereo 95.5	1) La Voz de Anulim 107.3	21) B'as 95.5 FM	26) Stereo Maracay 100.5
14) Cayama 105.3	4) Católica Nacional 98.5	13) Onda Sur FM 95.5	11) Radio La Premsa 100.1	9) Pantalla Stereo 95.1	13) Stereo Suprema 95.1 FM	2) La Voz de Anulim 107.3	22) B'as 95.5 FM	27) Stereo Maracay 100.5
15) Onda Grupo Radial	5) Radio Tulcan 94.1	14) Luzón Stereo 95.1	12) REN FM Stereo 100.5	10) Canal 92.7	14) La Voz del Trópico 91.5	3) La Radio FM Digital 100.1	23) B'as 95.5 FM	28) Stereo Maracay 100.5
16) Onda 92.9	6) Mito Stereo 102.9	15) Espi FM 95.1	13) Mundo FM 100.9	11) Impacto FM 91.9	15) Viva FM 91.1	4) Cosma FM 101.2	24) B'as 95.5 FM	29) Stereo Maracay 100.5
17) Stereo Pesaján 92.9	7) Onda Carhacmas 107.5	16) Diamante FM 95.9	14) Impacto FM 95.9	12) Sonido AS 91.5	16) B'as Super Stereo 90.5	5) La Voz de la Amazonia 92.5	25) B'as 95.5 FM	30) Stereo Maracay 100.5
18) Carabán 91.7	8) Horizontes 105.5	17) Ró Musical 95.5	15) B.S.N. 104.1 FM 100.1	13) Alborada 90.5	17) Stereo Ray FM 96.7	6) La Voz de la Bemerada 92.1	26) B'as 95.5 FM	31) Stereo Maracay 100.5
19) Súper 94.9	9) Grupo Radial Carhacmas GRC 92.7	18) Sabor FM 91.9	16) P'ajá 105.5	14) La Voz FM Stereo 98.9	18) Radio FM 100.9	7) Onda 100.7	27) B'as 95.5 FM	32) Stereo Maracay 100.5
20) Adios 85.5	10) La Voz de la Penitencia 93.5	19) Radio Católica 95.7	17) Fuego FM 107.1	15) América 89.1	19) Impacto Musical 101.9	8) Mito Stereo 99.5	28) B'as 95.5 FM	33) Stereo Maracay 100.5
21) Santiago 99.5	11) Súper 5 92.9	20) Samantha Stereo 98.9	18) Carib Stereo 107.1	16) Armonía 94.5	20) Muminac FM 101.5	9) Helam 104.9	29) B'as 95.5 FM	34) Stereo Maracay 100.5
22) Tropical Stereo 89.7	12) Mira 90.5	21) Manantial FM 99.5	19) Radio Rumba 107.5	17) Mía FM 95.5	21) Stereo Buena Fe 97.5	10) La Voz del Upano 90.5	30) B'as 95.5 FM	35) Stereo Maracay 100.5
23) W FM 92.1	13) Latina Stereo 96.5	22) P'ajá Stereo 105.7	20) P'ajá Stereo 105.7	18) Unión Stereo 101.1	22) Stereo FM Stereo 98.5	11) B'as FM 91.9	31) B'as 95.5 FM	36) Stereo Maracay 100.5
24) Antena Uno 90.5	14) Planeta Stereo 97.7	23) Super Sd FM 98.5	21) Canal FM 102.7	19) La Mejor 99.9 FM	MANABI	12) Canal Juvenil FM 94.1	32) B'as 95.5 FM	37) Stereo Maracay 100.5
25) La Roca 92.7	15) Trópico Stereo 103.7	24) AT Máxima FM 95.1	22) A'lo Stereo 104.1	20) Adios FM 95.7	1) R.N.C. 105.5	13) Unión 95.5	33) B'as 95.5 FM	38) Stereo Maracay 100.5
26) Católica Nacional 95.1	16) América 99.7	25) Amiga 101.9	23) Onda Q FM 104.9	21) Mágica FM 97.9	2) Saltillo FM 105.5	14) Sentimientos FM 96.5	34) B'as 95.5 FM	39) Stereo Maracay 100.5
27) Héroes 97.7	17) Radio Integración 101.5	26) Salvo FM 99.5	24) Impacto FM 105.5	22) Nueva 96.7	3) Capatzen FM 102.5	15) Sistema Radial Olímpica 92.1	35) B'as 95.5 FM	40) Stereo Maracay 100.5
28) Cosmos Stereo 97.5	18) Armonía 95.1	27) Costa Verde de Playas 105.5	25) Impacto 95.7	23) Lumin FM 96.7	4) Romancero FM 92.1	16) Unión 95.5	36) B'as 95.5 FM	41) Stereo Maracay 100.5
29) Pamila 96.9	CHIMBORAZO	28) Costa Mar 102.5 FM	26) Radio Nacional del Ecuador	LÓJA	5) Polivisión de Manabí 01.7	17) R.V.T. Radio FM 101.5	37) B'as 95.5 FM	42) Stereo Maracay 100.5
30) Quijumbo 94.1	1) Católica Nacional 109.7	29) Luján FM 97.5	1) Radio Pública 105.5	1) Círculo Súper Stereo FM Manabí 101.7	6) Invernal de la Surde Manabí 101.7	2) Stereo Ideal 92.9	38) B'as 95.5 FM	43) Stereo Maracay 100.5
31) Súper 94.9	2) Andina 106.1	30) Élic FM Stereo 102.7	2) S'p' 94.9	2) Onda FM Stereo 102.5	7) Romina FM 101.7	3) Olimpia FM 97.7	39) B'as 95.5 FM	44) Stereo Maracay 100.5
32) Alcega 95.7	3) Stereo Pamila 107.5	31) Machala FM 104.7	3) Castañera FM 91.5	3) Onda FM Stereo 102.5	8) Hospital Universitario	4) Solva FM Stereo 94.1	40) B'as 95.5 FM	45) Stereo Maracay 100.5
33) La Voz del País 95.1	4) Futura 104.9	32) Gavilán FM Stereo 105.1	4) Castañera FM 91.5	4) Onda FM Stereo 102.5	9) Mariposa 100.9 FM Stereo	5) Ecomat 91.7	41) B'as 95.5 FM	46) Stereo Maracay 100.5
BOLÍVAR	5) Por Mía Trío 99.9	33) Carabán FM 107.9	5) Tropical de Stereo 91.5	5) Wabamba Stereo 103.5	10) Rímac FM 101.1	6) Color Stereo 107.5	42) B'as 95.5 FM	47) Stereo Maracay 100.5
1) Maná Auxiliadora 107.1	6) Radio América 9100.3	34) S'p' 94.9	6) Integración FM 105.5	6) Wabamba Stereo 103.5	11) Senda FM 105.7	7) Uro FM 102.7	43) B'as 95.5 FM	48) Stereo Maracay 100.5
2) Amigo 105.9	7) Súper B'as 95.5	35) Nueva Sol 91.7	7) B'as Stereo 105.9	7) Integración FM 105.5	12) San Gregorio Stereo 106.1	8) Orellana	44) B'as 95.5 FM	49) Stereo Maracay 100.5
3) Onda Stereo 95.1	8) Pamitilla 92.1	36) Gavilán FM 92.3	8) Planeta FM Stereo 106.1	8) B'as Stereo 105.9	13) C. Capital FM 105.1	9) Mito FM 102.7	45) B'as 95.5 FM	50) Stereo Maracay 100.5
4) Cultural Bolívar R. Sapano 104.7	9) Rumbas Stereo 99.5	37) Súper 5 91.9	9) Mito FM 102.7	9) Mito FM 102.7	14) Gospel Lector 105.5	10) Mito FM 102.7	46) B'as 95.5 FM	51) Stereo Maracay 100.5
5) Sempino 99.5	10) Stereo Mundo 106.9	38) Estación 92.1	10) Radio Súper Lector	11) Senda FM 105.7	15) Carabán FM 96.7	11) Stereo La Joya 97.9	47) B'as 95.5 FM	52) Stereo Maracay 100.5
6) Mundo Stereo 91.5	11) Cumbas FM 102.5	39) Ciudad FM 92.5	11) Carabán FM 96.7	12) San Gregorio Stereo 106.1	12) Carabán FM 96.7	12) Stereo La Joya 97.9	48) B'as 95.5 FM	53) Stereo Maracay 100.5
7) Bolívar 92.7	12) La Voz de la Roca 101.7	40) Radio City 99.5	12) Carabán FM 96.7	13) Carabán FM 96.7	13) Carabán FM 96.7	13) Stereo La Joya 97.9	49) B'as 95.5 FM	54) Stereo Maracay 100.5
8) Tulcan 95.9	13) Temuna FM 101.5	41) Radio City 99.5	13) Carabán FM 96.7	14) Carabán FM 96.7	14) Carabán FM 96.7	14) Stereo La Joya 97.9	50) B'as 95.5 FM	55) Stereo Maracay 100.5
9) Señal 95.1	14) La Voz del Inca 99.3	42) Radio City 99.5	14) Carabán FM 96.7	15) Carabán FM 96.7	15) Carabán FM 96.7	15) Stereo La Joya 97.9	51) B'as 95.5 FM	56) Stereo Maracay 100.5
10) Radio San Luis 95.1	15) Radio Héroes 99.3	43) Radio City 99.5	15) Carabán FM 96.7	16) Carabán FM 96.7	16) Carabán FM 96.7	16) Stereo La Joya 97.9	52) B'as 95.5 FM	57) Stereo Maracay 100.5
11) Noticias 98.5	16) Zafiro 99.5	44) Panamericana FM 88.5	16) Carabán FM 96.7	17) Carabán FM 96.7	17) Carabán FM 96.7	17) Stereo La Joya 97.9	53) B'as 95.5 FM	58) Stereo Maracay 100.5

Fuente: www.scribd.com/doc/14640397/Mapade-medios-de-comunicacion-del-Ecuador (Consulta 06-05-2011)

CAPITULO III. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

3.1 METODOLOGÍA.

El trabajo realizado es una investigación de campo proyectado a los medios de comunicación que nos fueron designados.

3.1.1 TÉCNICA EMPLEADA:

La técnica empleada es la Plantilla y se seleccionó el formato de la ficha que permite recopilar información clara y sencilla para obtener resultados en forma cuantitativa.

3.1.2 DESCRIPCIÓN DE LOS MEDIOS Y UNIDADES ASIGNADAS A CADA ESTUDIANTE.

Los medios de comunicación que me fueron asignados para investigar incluyen empresas de medios de comunicación dedicados al sector de Radio, Televisión y Prensa en diferentes poblaciones de la provincia de Chimborazo.

A continuación detallo cada uno de los medios que fueron investigados, trabajo al que incluyo una breve información que es de suma importancia:

SECTOR	NOMBRE DE LA EMPRESA	RUC	RAZON SOCIAL	CIUDAD
Radio	Radio Ternura	0601550866001	Moyano Cascante Galo Estuardo	Riobamba
Radio	Radio Calidad	-	Herber Quimzo Parreño	Riobamba
Radio	Radio Santo Domingo Stéreo 98,1 Fm.	0602285728001	Amendaño Ludizaca Luis Gustavo	Chunchi
Radio	Radio Sensación Stéreo Fm 102,9	0602372385001	Gavilanez Logroño Cintia Alejandra	Guamote
Radio	Radio Recuerdos Fm 88.5	1707041347001	Cadena Espinosa Joselito	Alausí
Radio	Río Fm 95.7	0602643835001	María Mercedes Fierro Bejarano	Riobamba
Radio	Radio Puntual F.M.	0600119465001	Jesús Segundo León Villarreal	Riobamba
Radio	Riobamba Stéreo su Radio Bonita	0600839864001	Brito Zuñiga Mario Washington	Riobamba
Radio	Radio Zotaurku	0690074168001	Unión de Organizaciones Populares Inca Atahualpa	Tixán
Radio	Sistema 2 92.9 Fm.	0601837453001	Pumagualle Lema Juan Patricio	Riobamba
Radio	Radio Mundial	0601003148001	Encalada Garzón María Dolores	Riobamba
Radio	Radio Tricolor F.m.	0601716616001	Guaranga Carrillo Segundo Ramón	Riobamba
Radio	Radio Atlántida	0601802846001	Ordoñez Acurio Antonio Hernan	Alausí
Radio	Latina Fm.	1800892646001	Jorge Hernán Alvares	Riobamba
Televisión	Radio Primavera	0601773179001	Chicaiza Cabezas Emma del Rocío	Pallatanga
Televisión	Tv Cable.	1790896269001	Tevecable S.A.	Riobamba
Televisión	Cable Max	1801615418001 (cerrado)	Barriga Arellano José Luis	Riobamba
Televisión	Tv. Digital	0701042905001	Ordoñez Samaniego Eyer Rene	Chunchi
Televisión	TVSULTANA T.V.S S.A.	0691721469001	TVSULTANA T.V.S S.A.	Riobamba
Prensa	EDIPCENTRO Cia. Ltda.	0691710513001	EDITORIAL PEDAGOGICA CENTRO CIA. LTDA. EDIPCENTRO	Riobamba

3.1.3 VARIABLES:

- Información General y Legal
- Morfología de la Empresa
- Recursos Humanos
- Productos y Servicios que ofrecen

- **Información general y legal.**

Conocer la información general y legal que rige a las Empresas de comunicación investigadas, nos permite estar al tanto y entender la imagen que éstas proyectan a sus clientes y proveedores. El prestigio que se ganan los establecimientos frente a terceros coloca a toda empresa en una visión favorable frente a la competencia; de ahí la importancia de conocer el nombre de la empresa, la Razón Social, el RUC, dirección, números telefónicos, direcciones electrónicas, fecha de fundación, nombre de promotores, fundadores, accionistas, representante legal, Directivos y sobretodo saber la Misión del medio de comunicación frente a la sociedad.

Los datos obtenidos en ésta variable se aplica por igual a todas las empresas de comunicación sin importar el sector al que pertenecen.

- **Morfología de la empresa.**

A través de ella nos permite conocer la estructura y conformación de los medios de comunicación investigados para establecer la situación actual de las mismas; este estudio depende del sector al que pertenezcan las diferentes empresas de comunicación:

- Sector Radio.- Permite conocer el tipo de estación, la cobertura, número de repetidoras, tiempo de programación durante el día, número y tipo de frecuencias utilizadas.

 - Sector Televisión.- Recopila el tipo de estación, el número de frecuencia del canal de televisión, cobertura y número de repetidoras.

 - Sector Prensa.- Se puede apreciar la cobertura, formato, número de páginas del periódico, la frecuencia de circulación, las promociones, y en detalle los formatos utilizados tanto para publicidades como para la estructura que tiene el periódico y sus suplementos.
-
- **Recursos Humanos.**

Los datos obtenidos en ésta variable dependen del sector al que se realizó la encuesta y permiten conocer el número de personal que laboran en las empresas de comunicación investigadas de acuerdo a los cargos desempeñados así como el número de empleados que registran títulos académicos de tercer nivel.

- **Productos y Servicios que ofrecen.**

El conocer los productos y servicios ofertados por las empresas dedicadas a actividades de los medios de comunicación y las demandas del público y proveedores, constituye una herramienta estratégica de gran importancia para el desarrollo de las mismas; en nuestro caso ésta variable depende del sector al que se encuesta.

3.1.4 PROCEDIMIENTO:

Nuestra investigación consistió en levantar información obtenida en los diferentes medios de comunicación que me fueron asignados a través de la utilización de fichas que contienen las variables anteriormente descritas y que permitieron alcanzar suficiente información para ser ingresadas en una base de datos completa y detallada que en lo posterior se constituirá en el primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

Pasos que se realizaron en la investigación de los diferentes medios de comunicación.

Una vez asignados los medios de comunicación a ser investigados y en base a un cronograma establecido por la Universidad, se procedió a elaborar una agenda de visita a los distintos medios; previo contacto telefónico, desde el 25 de Abril al 1ro de Mayo del 2011; cabe mencionar que muchos de éstos medios no nos señalaron ni fecha ni hora para la entrevista; más bien pedían que se acerquen a las instalaciones en cualquier momento sin fijar una cita de antemano.

Al acudir a los diferentes medios de comunicación con el oficio que la UTPL nos facilitó como apoyo a la petición de alcanzar la información; la mayoría de los medios de comunicación principalmente los asentados en la ciudad de Riobamba pertenecientes al sector de la Radio nos retuvieron la ficha de información para entregarnos en días posteriores a pesar de la insistencia en recopilar los datos en ese instante y con la persona adecuada; frente a ello tuve gran dificultad, puesto que el día y hora en que ofrecían entregar la encuesta no se cumplía; pero también se debe destacar la apertura y colaboración de algunas de las radios visitadas donde la información brindada, fue inmediata y cordial; pues coincidían en una oportunidad de publicidad y marketing para sus empresas.

Otra dificultad que se presentó fue con la información que debía proporcionarme Radio Sistema 2 Fm 92.9 que rotundamente se negó a entregar información; pese a ello se hizo

los esfuerzos por conseguir datos a través del Servicio de Rentas Internas y la página electrónica de la Superintendencia de Telecomunicaciones.

Esto no ocurrió en los medios cuyas actividades se desarrollan en los sectores de Alausí, Chunchi, Tixán, Pallatanga y Guamote, donde la entrega de información fue inmediata y cordial.

En cuanto a los medios televisivos tuve gran dificultad con 2 medios de comunicación: Tv Cable que se negó a dar información debido a una orden emitida desde su Matriz Quito y Cablemax que con fecha 4 de Agosto del 2004 el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión CONARTEL, termina el contrato de Autorización; pese a ello se trató de localizar a su representante Arq. José Luis Barriga Arellano sin obtener resultados positivos.

En cuanto al medio de comunicación perteneciente a la Prensa: Edipcentro Cía. Ltda. al cual pertenece "Diario Los Andes" demostró gran apertura para la entrega de información y datos requeridos; pues en la empresa se observa una gran coordinación y organización.

Todos los datos recabados fueron contrastados con la información que suministran algunas entidades de control como son: Servicio de Rentas Internas, Superintendencia de Telecomunicaciones, Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión núcleo Chimborazo (AER) y páginas electrónicas de los mismos medios de comunicación donde se encontró algunas diferencias relacionadas al nombre de la empresa, razón social, números telefónicos, direcciones físicas, direcciones electrónicas, costos, productos y servicios ofrecidos.

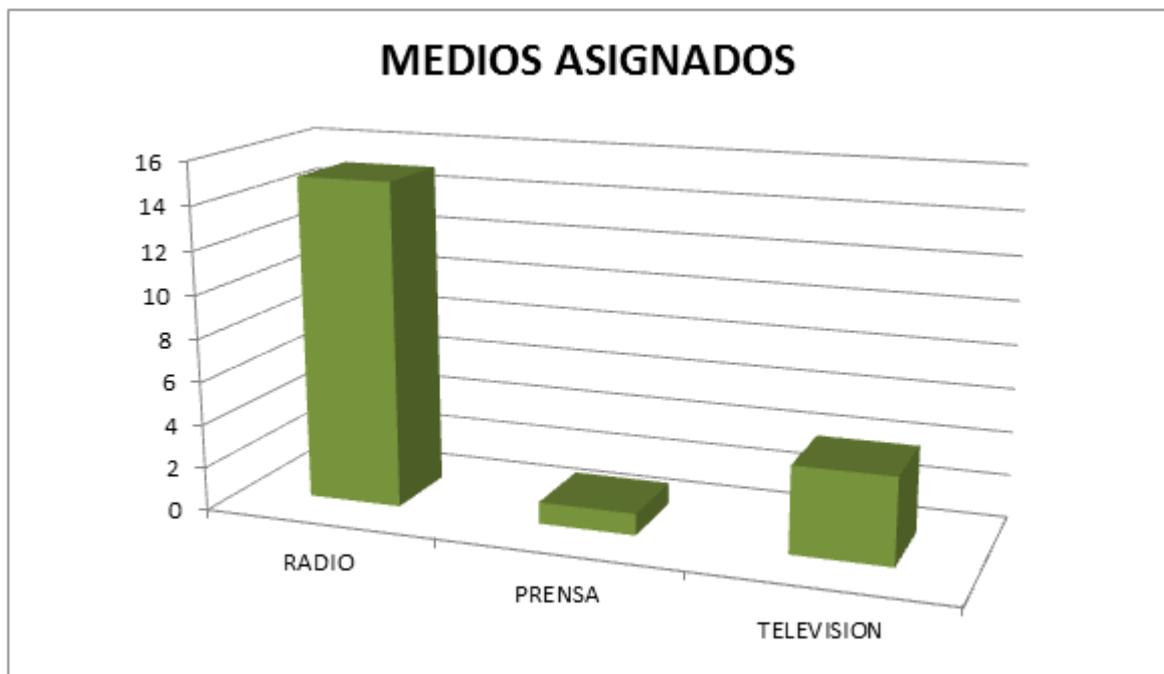
A partir del 2 de Mayo hasta el 7 de Junio del 2011, la Universidad nos proporcionó un usuario y contraseña individual que nos permitió ingresar la información recopilada durante la investigación de campo a los diferentes medios de comunicación en una plataforma informática cuya estructura era sencilla y similar al formato establecido en las fichas.

3.2 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS EN CUADROS ESTADÍSTICOS.

La distribución de los 20 medios de comunicación que me fueron asignados es la siguiente:

- 15 medios fueron investigados en el sector de la Radio
- 1 medio fue investigado en el sector perteneciente a la Prensa
- 3 medios fueron investigados dentro del sector de la Televisión

Gráfico Nro. 1



Fuente propia del autor

Gráficos: Radio:

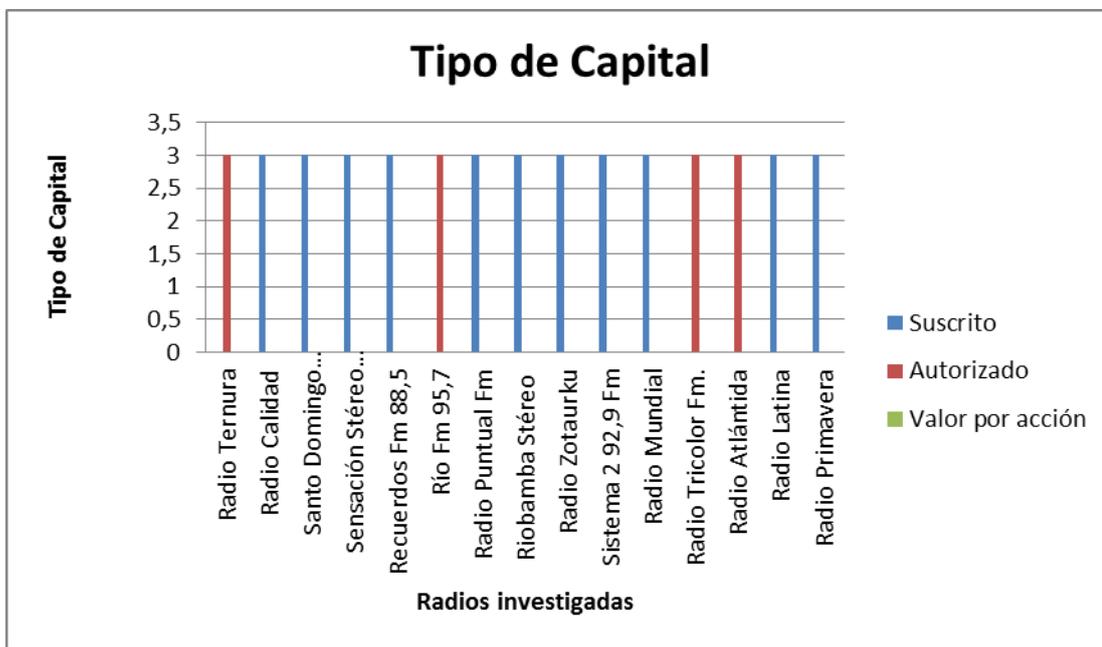
a) Información general y legal.

Gráfico Nro. 2



Fuente propia del autor

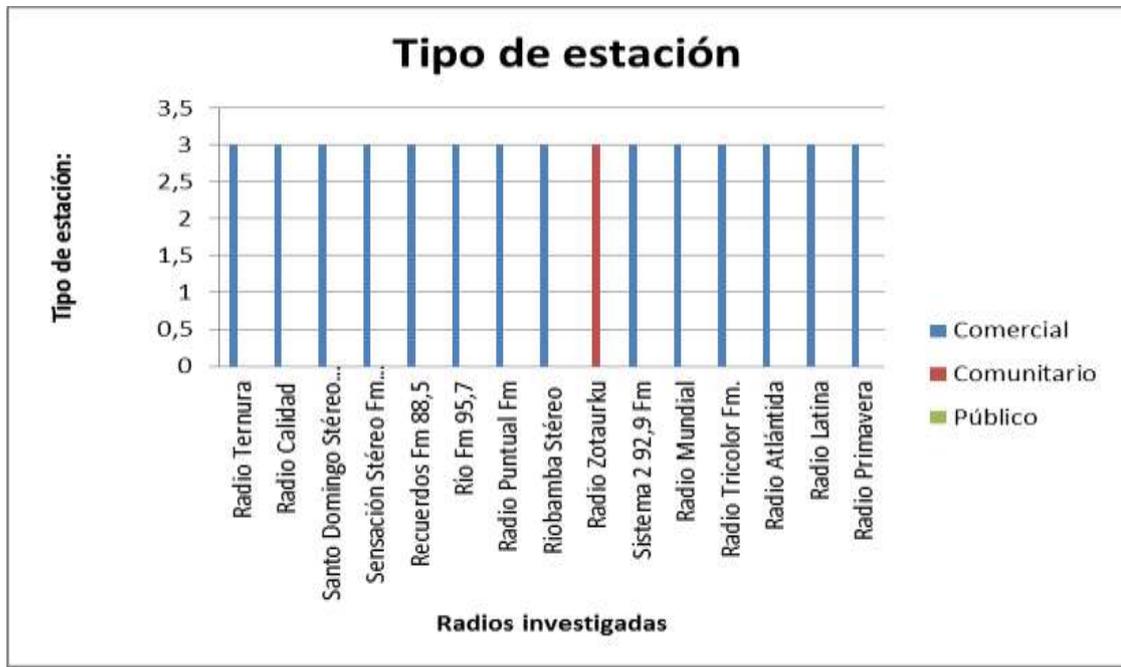
Gráfico Nro. 3



Fuente propia del autor

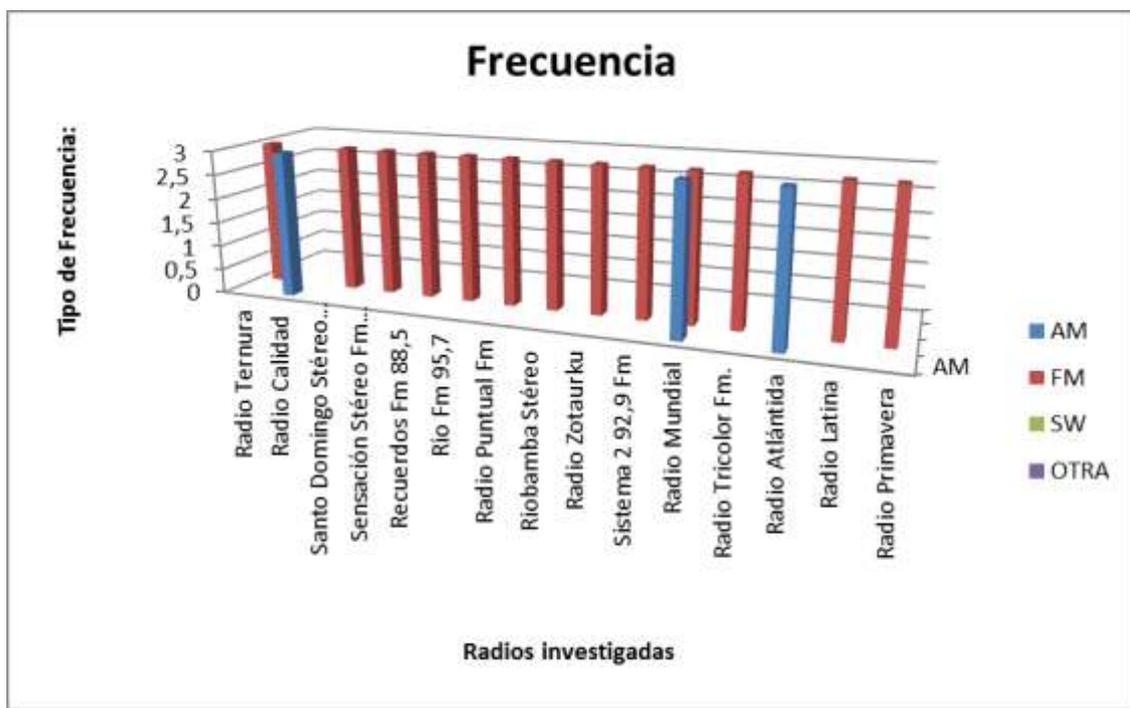
b) Morfología de la empresa.

Gráfico Nro. 4



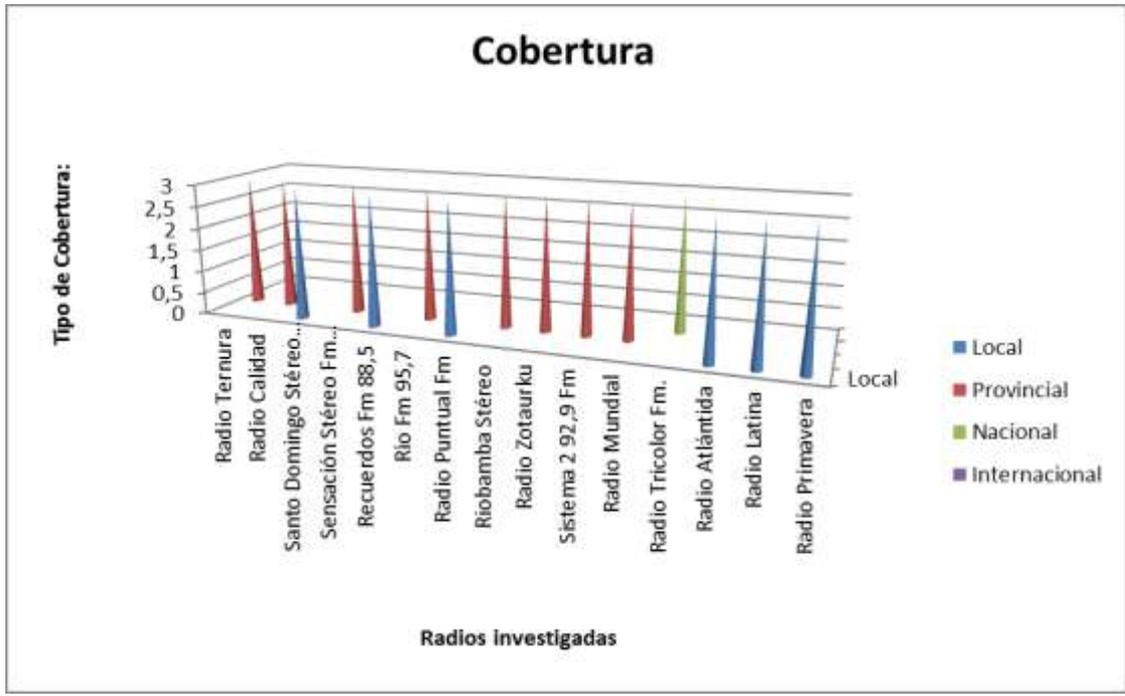
Fuente propia del autor

Gráfico Nro. 5



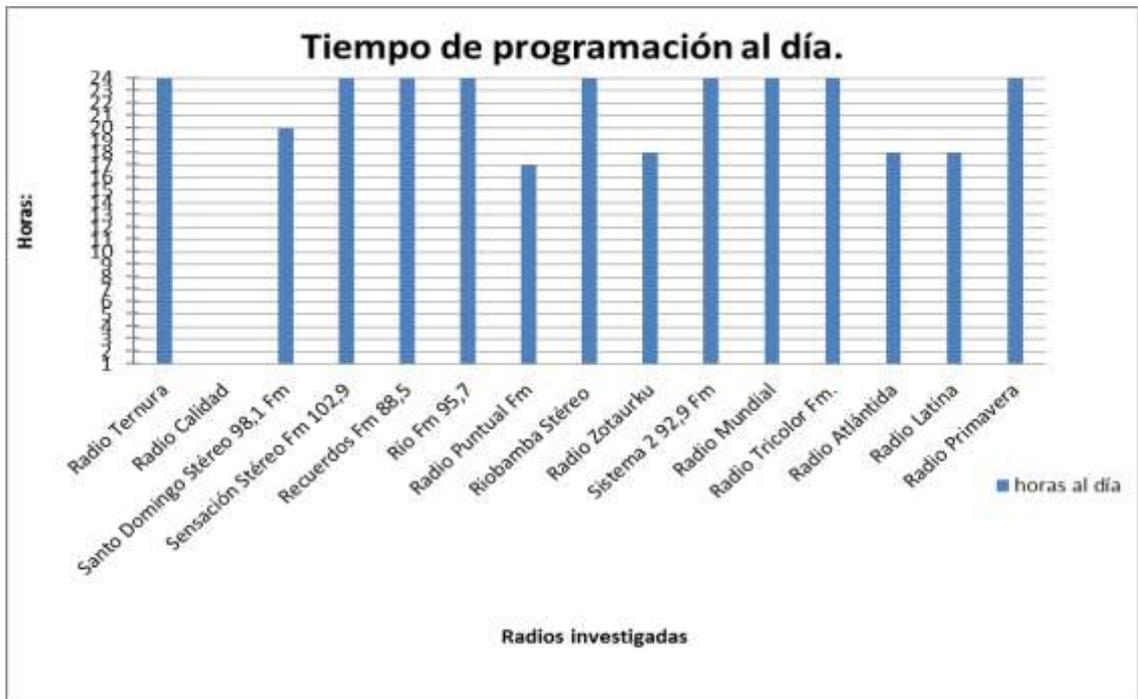
Fuente propia del autor

Gráfico Nro. 6



Fuente propia del autor

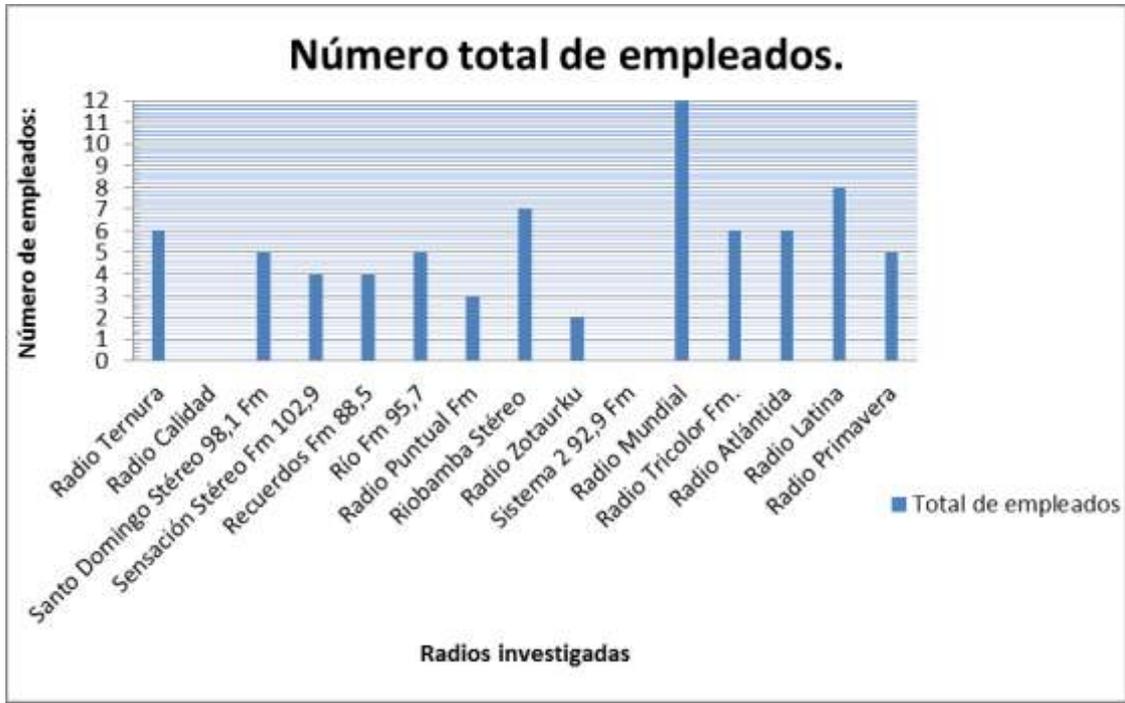
Gráfico Nro. 7



Fuente propia del autor

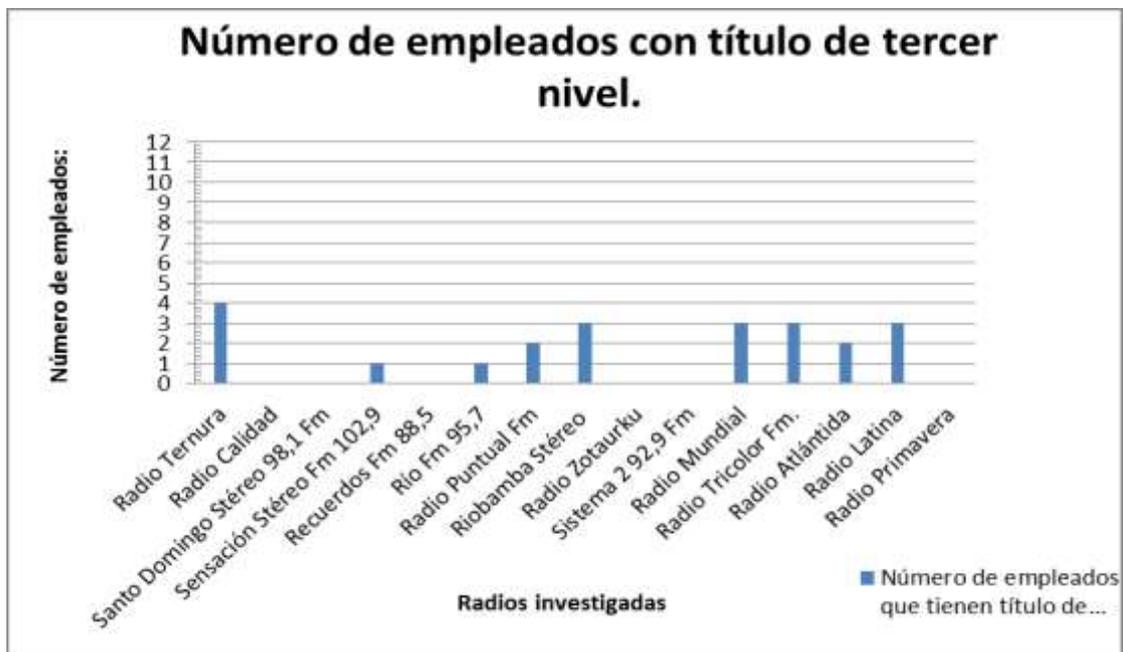
c) **Recurso Humano.**

Gráfico Nro. 8



Fuente propia del autor

Gráfico Nro. 9



Fuente propia del autor

Gráfico Nro. 10



Fuente propia del autor

d) Productos y servicios que ofrecen.

Gráfico Nro. 11



Fuente propia del autor

Televisión:

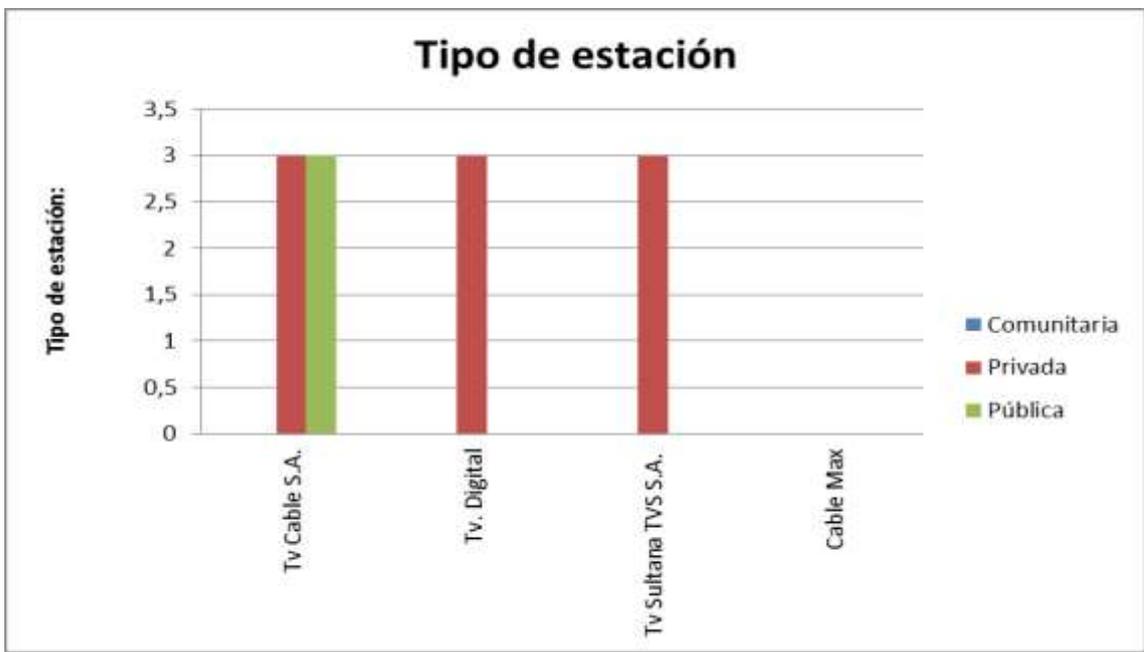
a) **Información general y legal.**

Gráfico Nro. 12



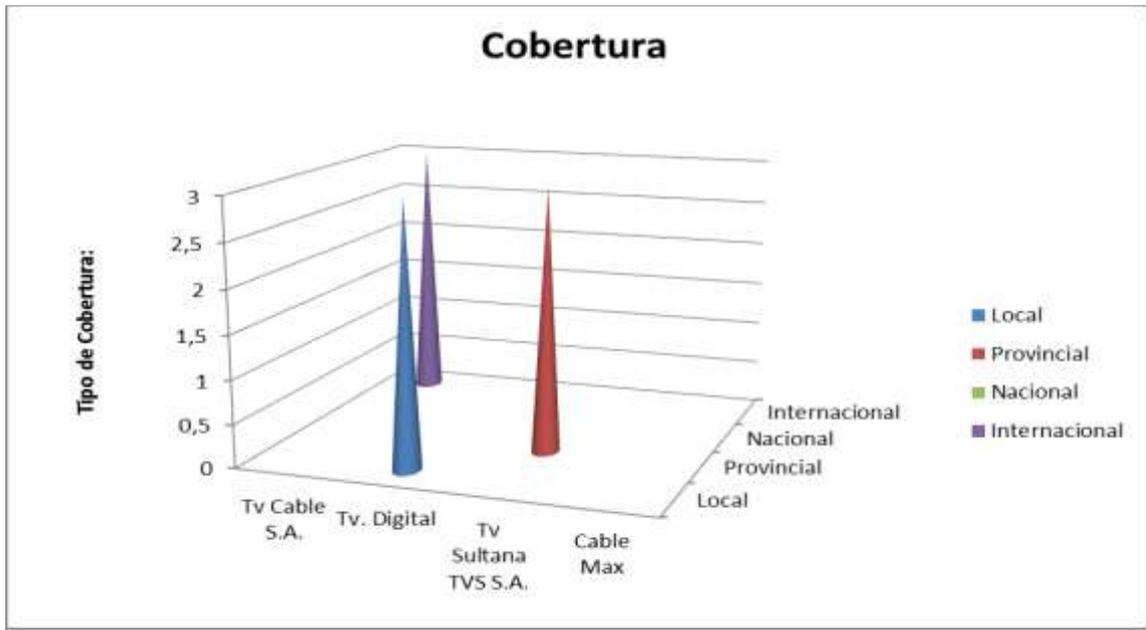
Fuente propia del autor

b) **Morfología de la empresa.** **Gráfico Nro. 13**



Fuente propia del autor

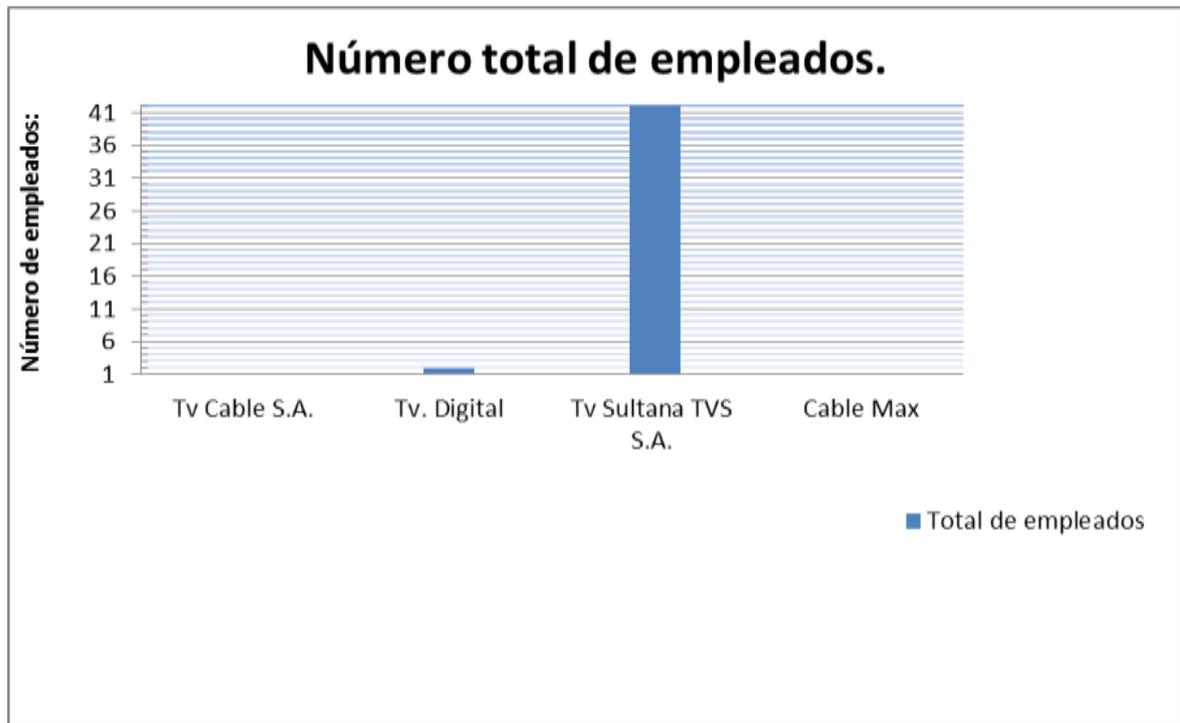
Gráfico Nro. 14



Fuente propia del autor

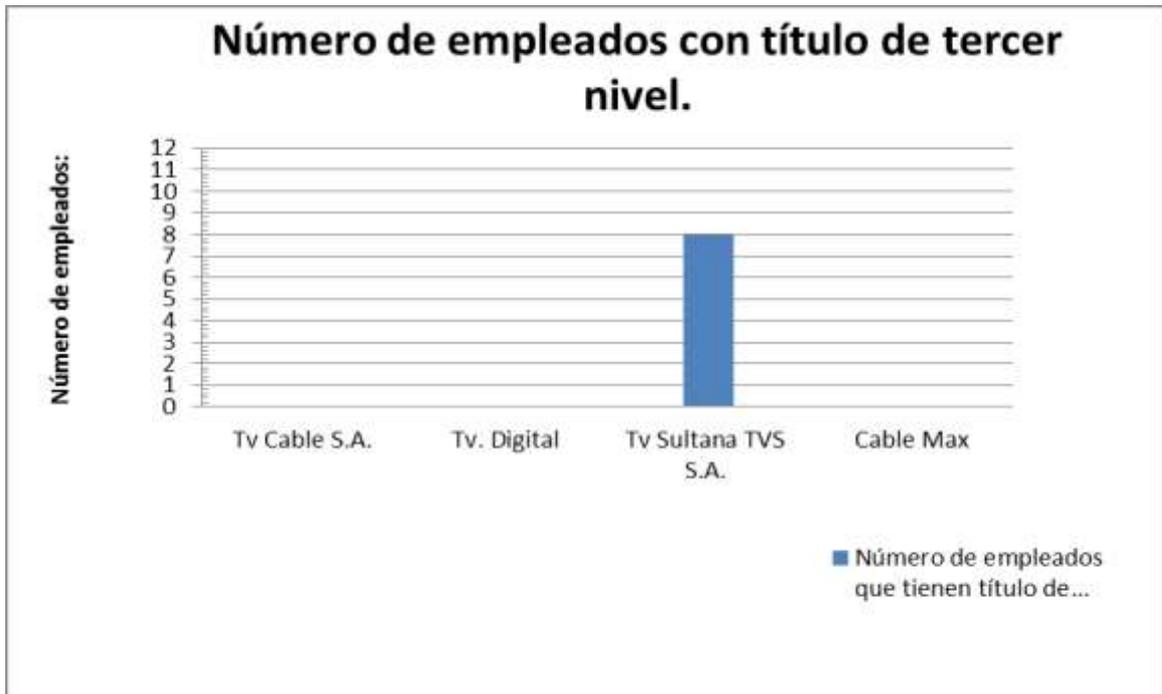
c) Recurso Humano.

Gráfico Nro. 15



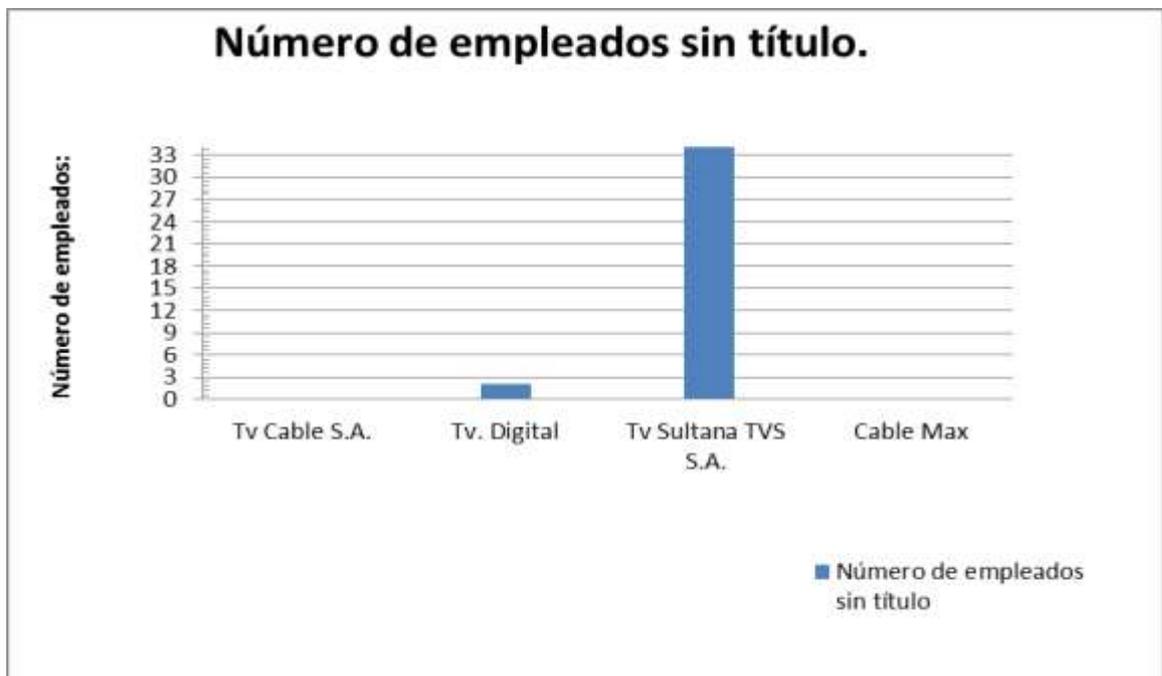
Fuente propia del autor

Gráfico Nro. 16



Fuente propia del autor

Gráfico Nro. 17



Fuente propia del autor

d) Productos y servicios que ofrecen.

Gráfico Nro. 18



Fuente propia del autor

Prensa:

a) Información general y legal.

Gráfico Nro. 19



Fuente propia del autor

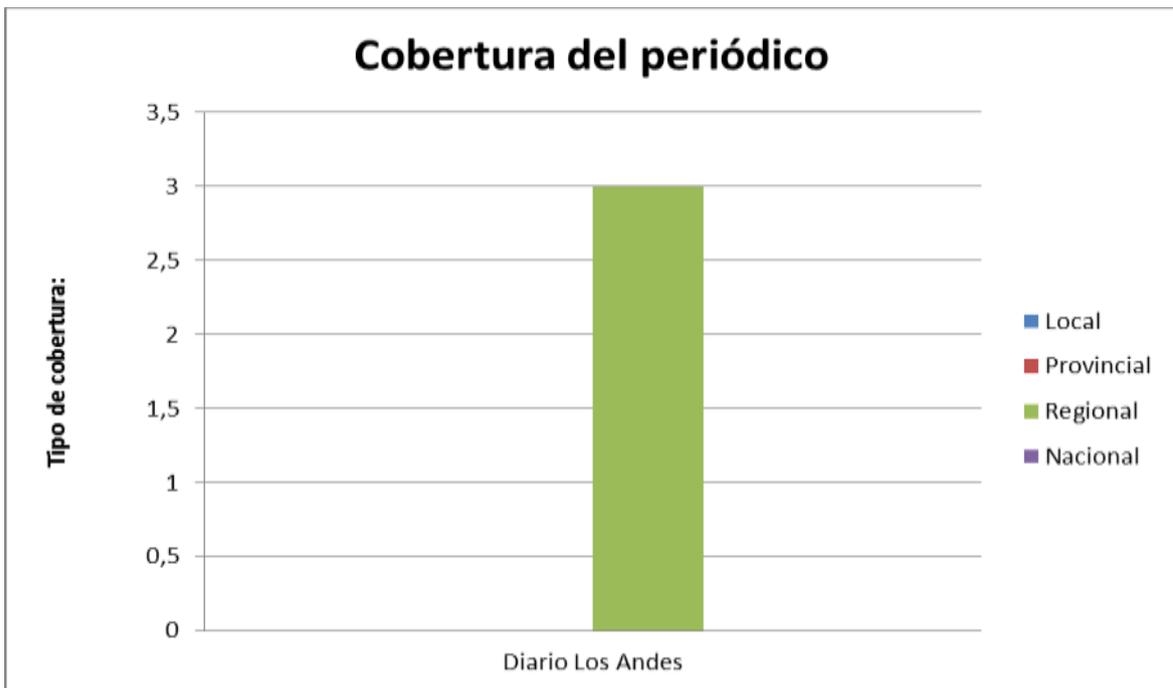
Gráfico Nro. 20



Fuente propia del autor

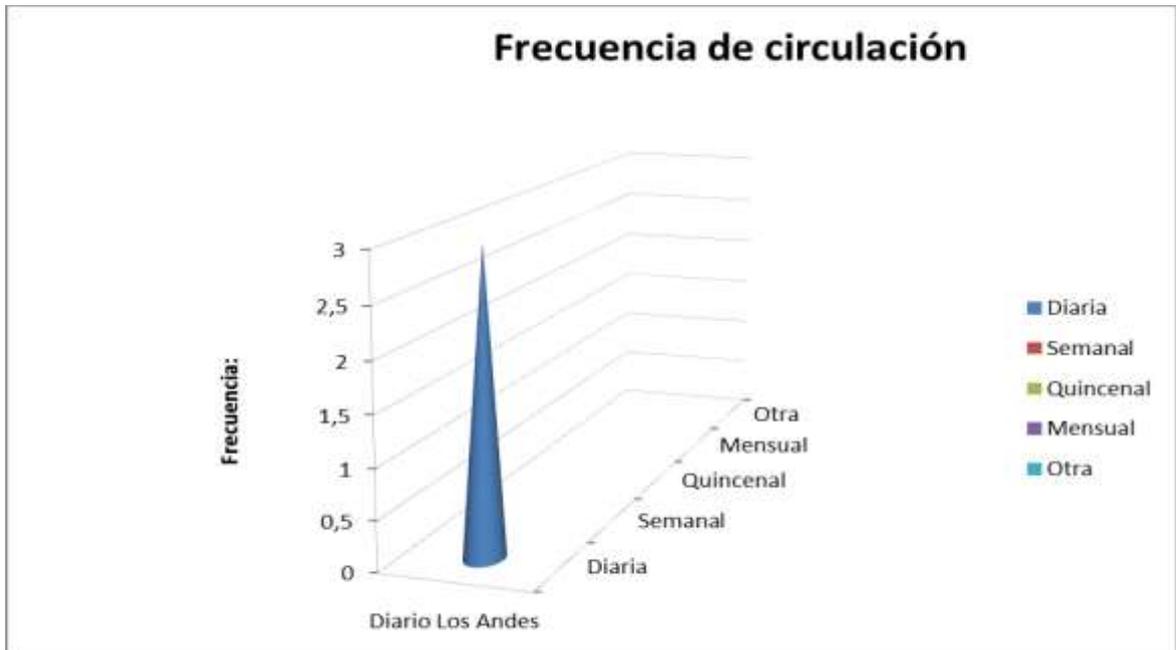
b) **Morfología de la empresa.**

Gráfico Nro. 21



Fuente propia del autor

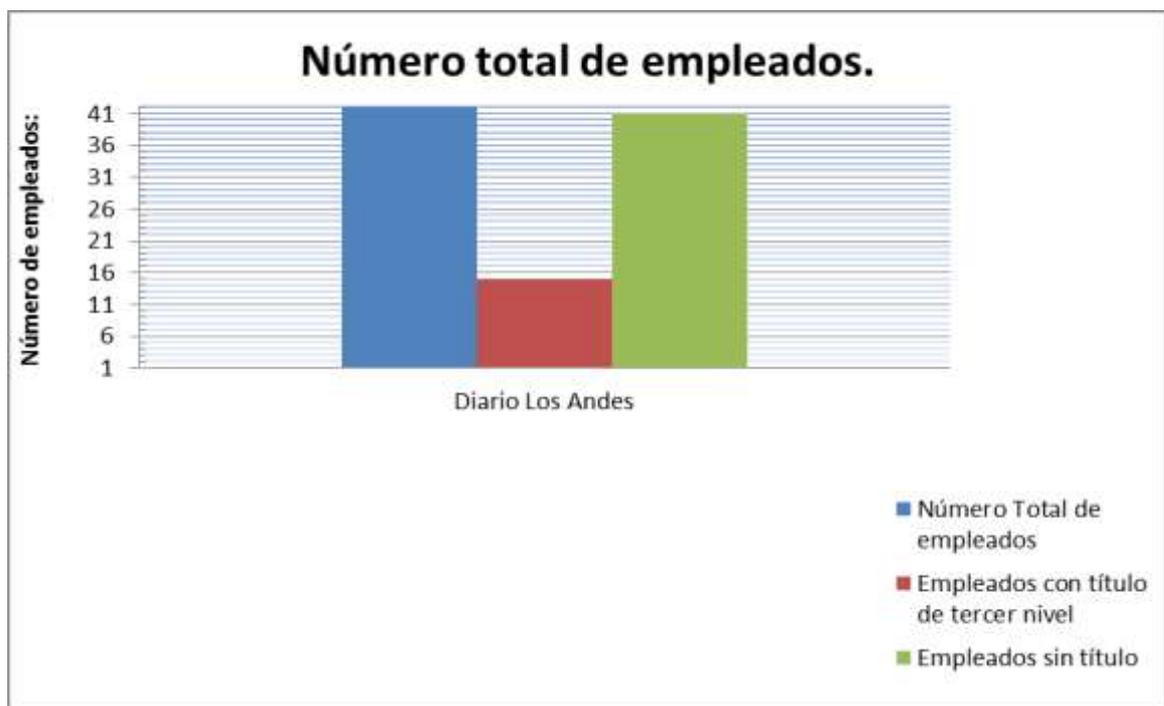
Gráfico Nro. 22



Fuente propia del autor

c) Recurso Humano.

Gráfico Nro. 23



Fuente propia del autor

d) Productos y servicios que ofrecen.

Gráfico Nro. 24

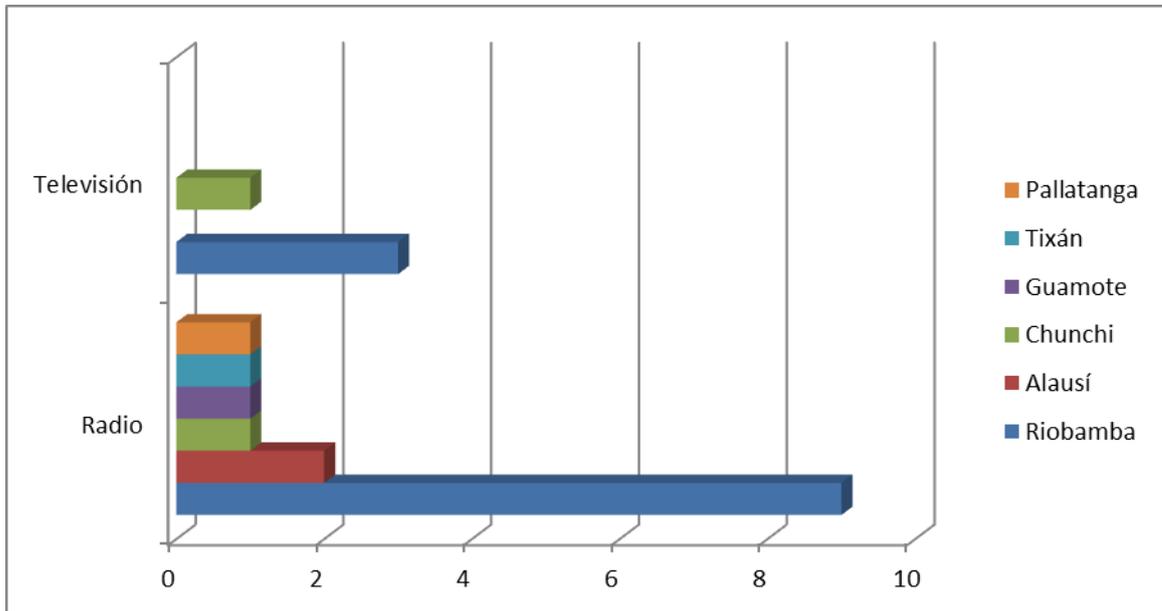


Fuente propia del autor

3.3 PRESENTACIÓN DE CRUCES DE INFORMACIÓN EN CUADROS ESTADÍSTICOS.

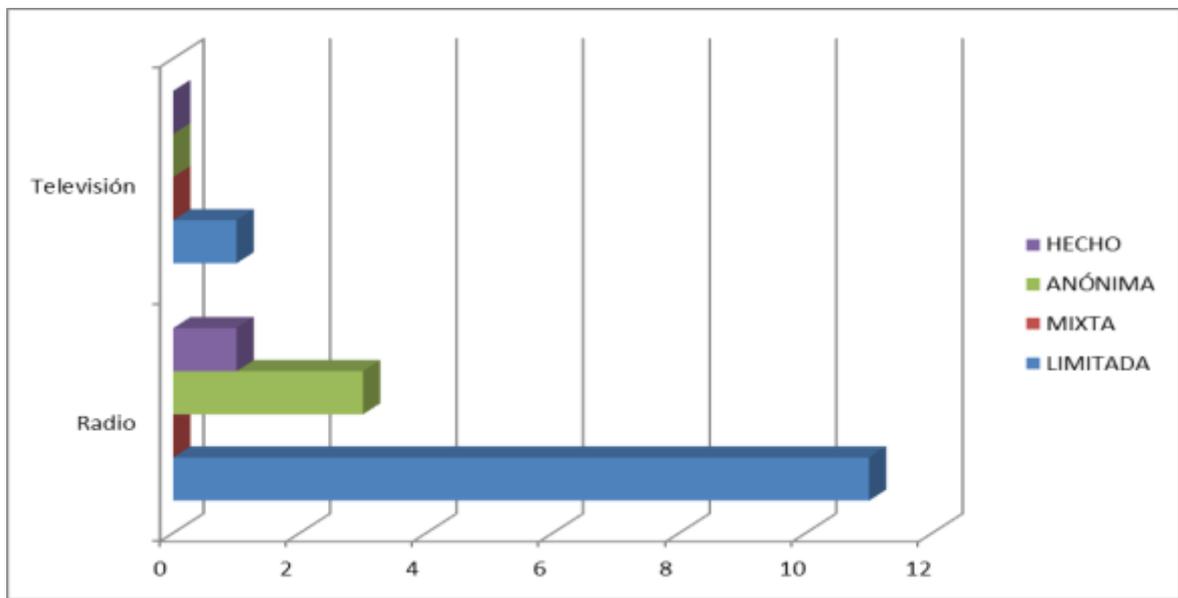
Televisión / Radio

Gráfico Nro. 25
Ciudad donde los medios de comunicación desarrollan sus actividades.



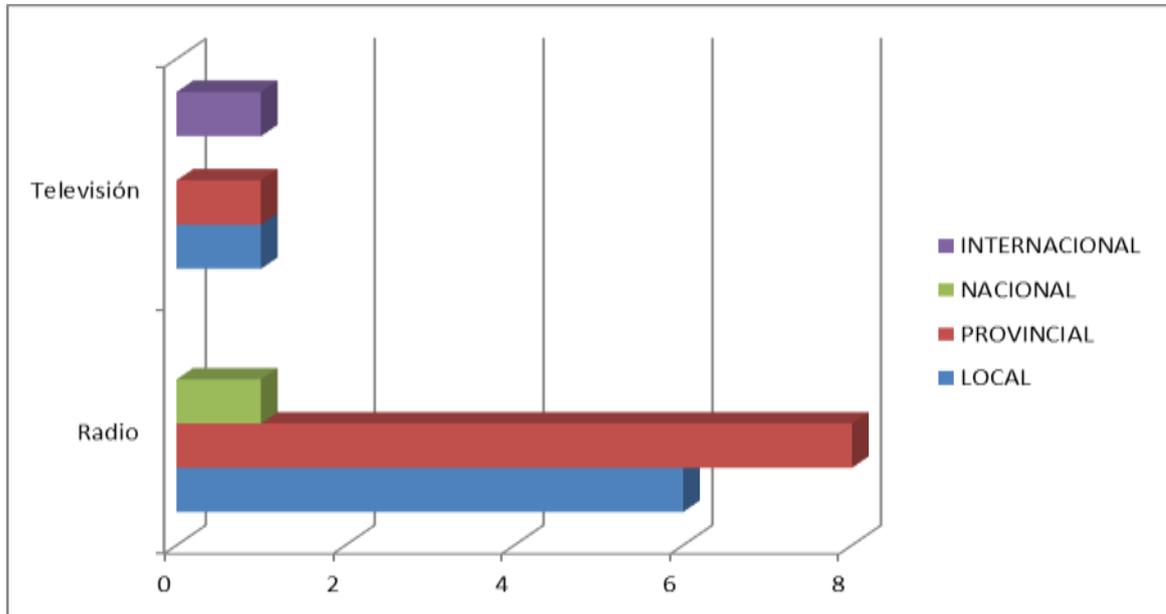
Fuente propia del autor

Gráfico Nro. 26
Organización Social.



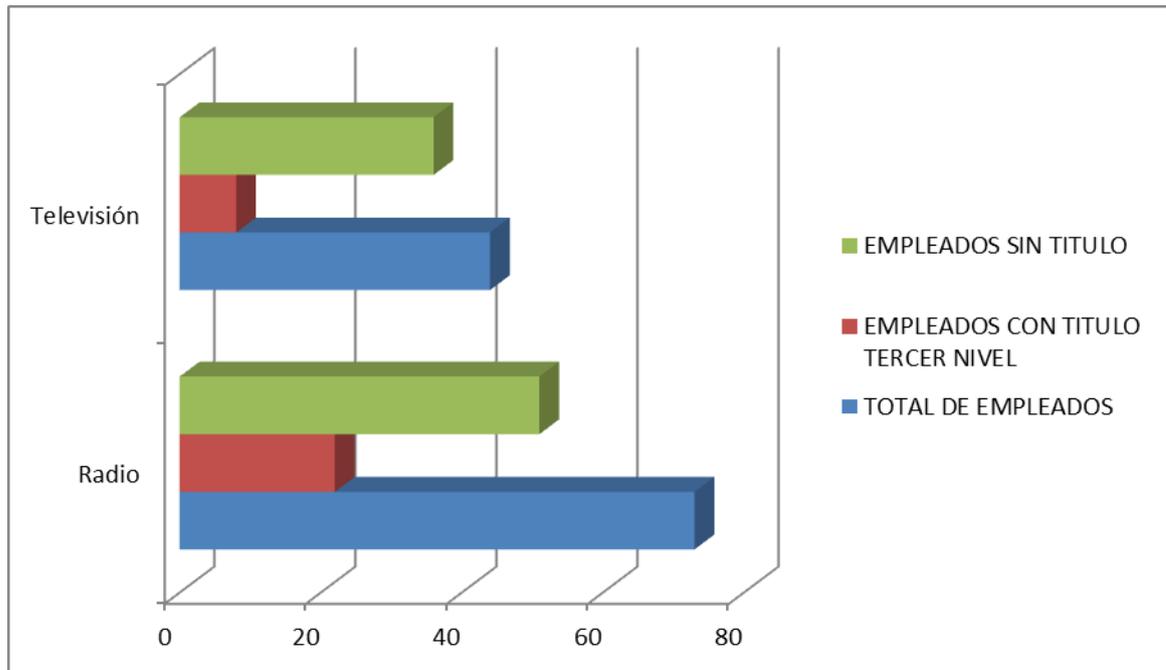
Fuente propia del autor

Gráfico Nro. 27
Cobertura



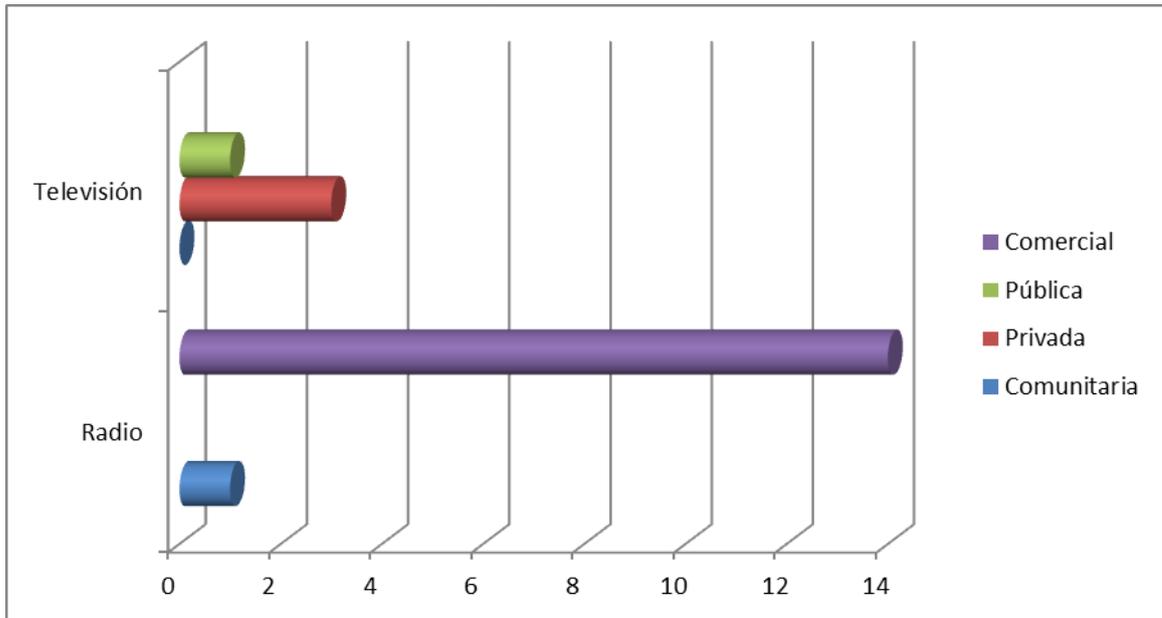
Fuente propia del autor

Gráfico Nro. 28
Recurso Humano



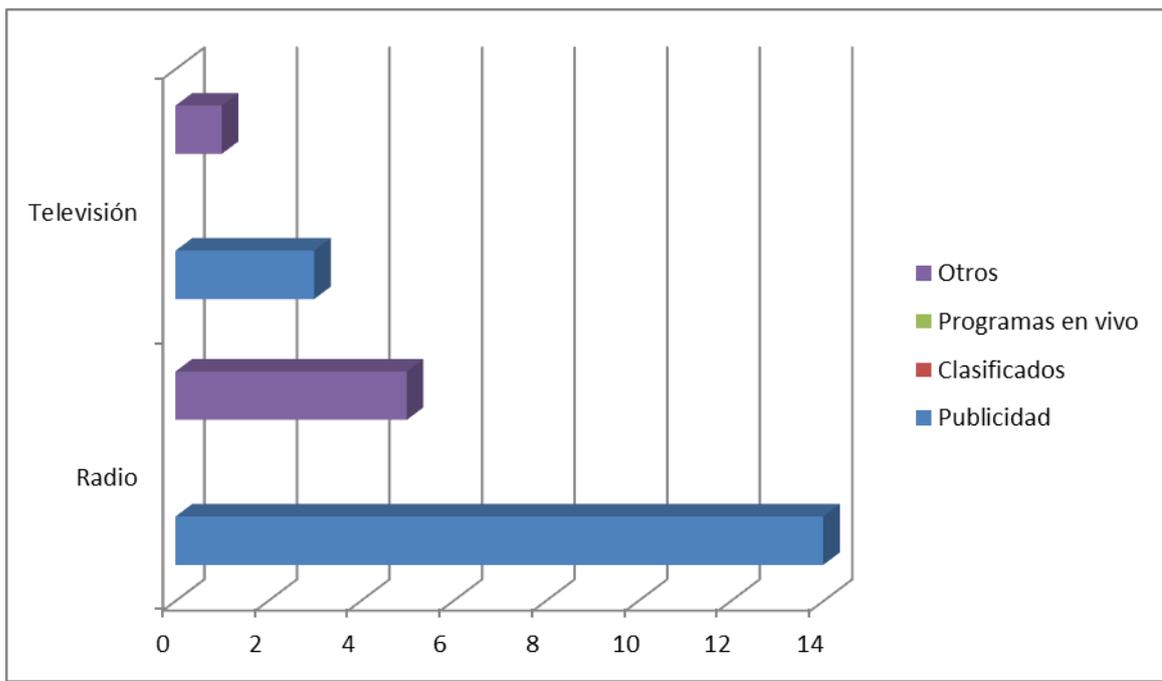
Fuente propia del autor

Gráfico Nro. 29
Tipo de Estación



Fuente propia del autor

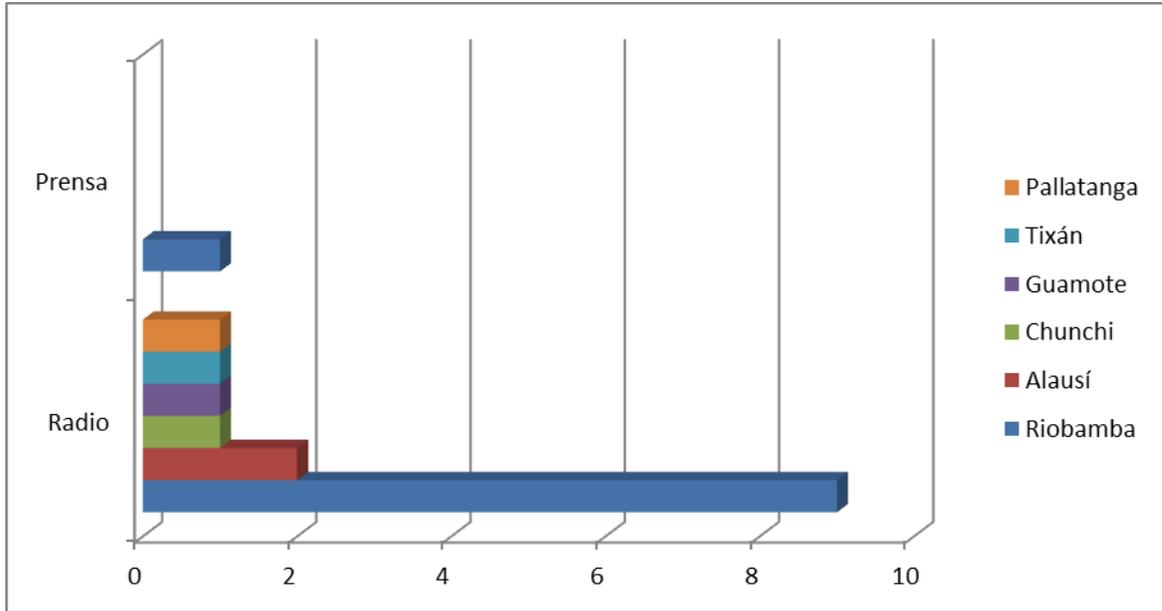
Gráfico Nro. 30
Productos y Servicios más demandados



Fuente propia del autor

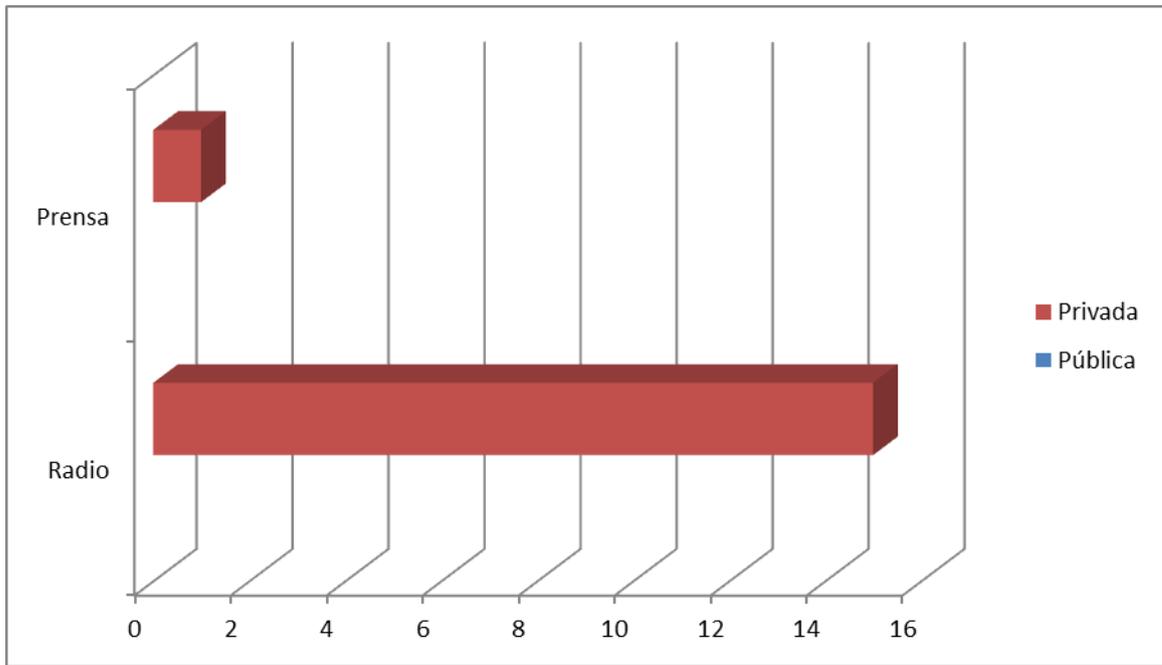
Radio / Prensa.-

Gráfico Nro. 31
Ciudad donde los medios de comunicación desarrollan sus actividades.



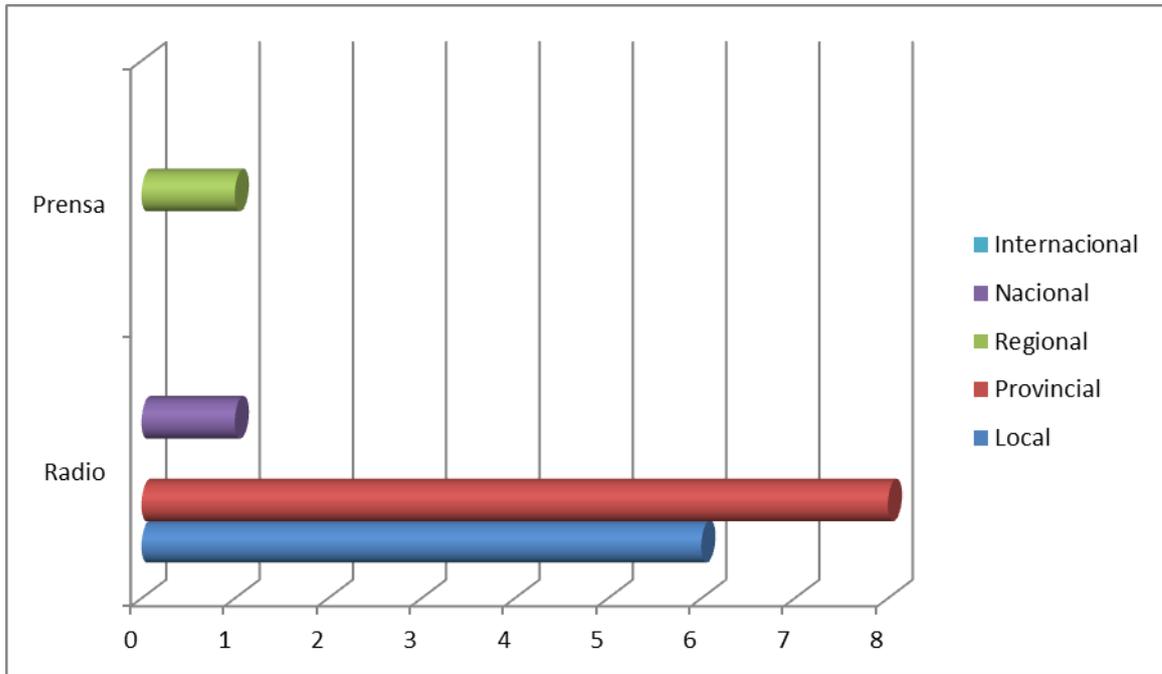
Fuente propia del autor

Gráfico Nro. 32
Organización Social.



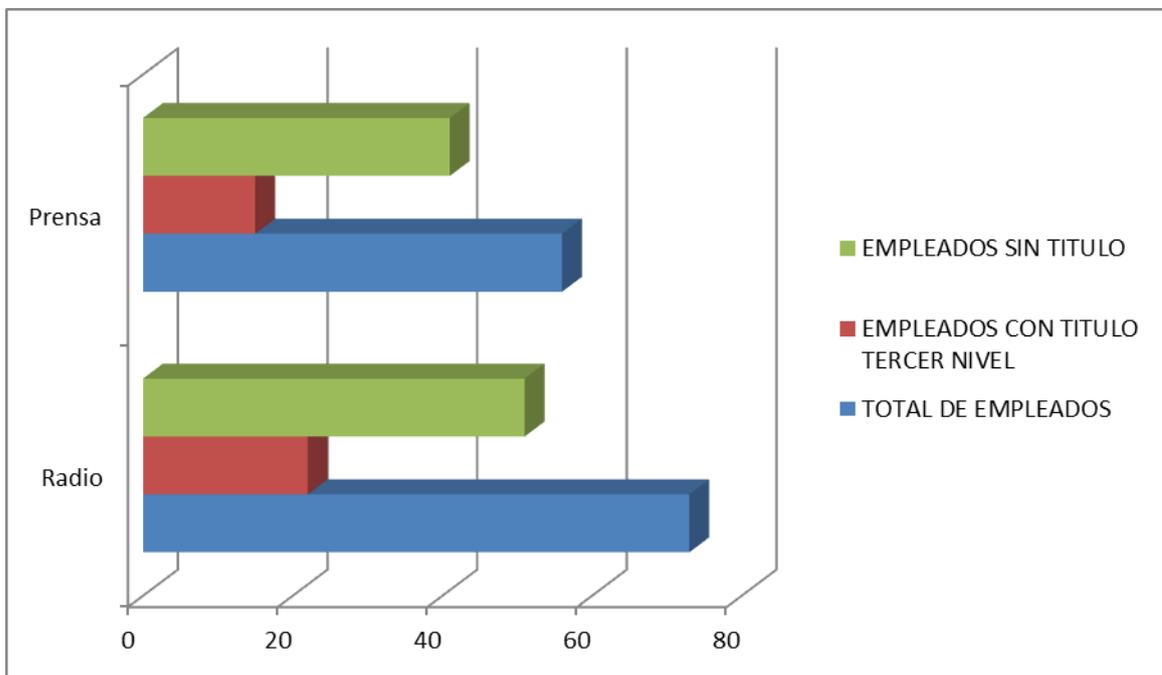
Fuente propia del autor

Gráfico Nro. 33
Cobertura



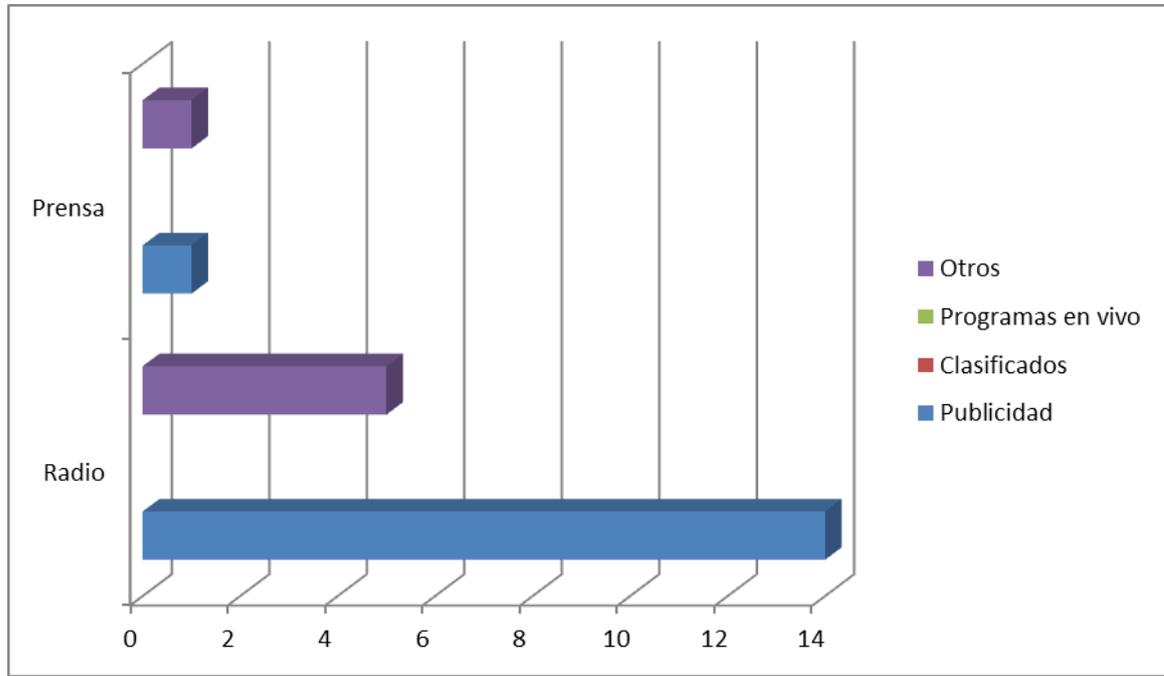
Fuente propia del autor

Gráfico Nro. 34
Recurso Humano



Fuente propia del autor

Gráfico Nro. 35
Productos y Servicios más demandados



Fuente propia del autor

CAPITULO IV ANÁLISIS INDIVIDUAL DE RESULTADOS.

4.1 DE LOS MEDIOS Y EMPRESAS INVESTIGADAS:

Análisis del Sector Radial

Respecto a los medios de comunicación pertenecientes a éste sector y de acuerdo a los resultados alcanzados en el trabajo de campo expongo los siguientes resultados:

- Todos los medios de comunicación pertenecientes a ésta actividad tienen actualizados el RUC; pero no tienen clara la diferencia entre el Nombre de la Empresa y la Razón Social de las mismas.
- La mayor parte de éstos medios aún no tienen direcciones electrónicas ni otros sitios en la web que permitan dar a conocer los servicios y productos que ofertan.
- En cuanto a la Organización social todas las radios investigadas pertenecen al sector Privado, observándose que el tipo de estructura en su mayoría es Limitada y de los 15 medios radiales 11 empresas poseen Capital Suscrito seguido por 4 radios cuyo capital es Autorizado.
- La investigación efectuada en cuanto a la morfología permite determinar que el tipo de estación de 14 de estas empresas es Comercial y únicamente el servicio que da Radio Zotaurku es de carácter Comunitario. En cuanto al tipo de frecuencia se observa que 3 radios trabajan en frecuencia Am mientras que las 12 radios tienen su frecuencia en Fm.
- El análisis de la cobertura permite establecer que 8 de éstos medios de comunicación tienen cobertura a nivel provincial; 6 medios tienen su cobertura a nivel local y únicamente 1 radio mantiene su cobertura a nivel zonal.

- En cuanto al tiempo de programación se observa que 9 medios de comunicación radial tienen su programación las 24 horas del día y el resto de medios encuestados varían el tiempo en su programación.

- Al levantar la información referente al Recurso Humano se pudo determinar en primer lugar que la propiedad de los medios de comunicación asignados para éste estudio son de propiedad de personas que no son profesionales de la comunicación social, sino que por una u otra circunstancia de índole personal han incursionado en éste campo.

- Lo indicado anteriormente determina falencias pues se pudo establecer que el personal que labora en éstos medios de comunicación en su mayoría tampoco son profesionales en éste ámbito

- Entre los productos y servicios ofertados por estos medios la publicidad principalmente comercial constituye el servicio más demandado seguido de los Servicios Comunitarios que brindan a la ciudadanía; cabe recalcar que la mayoría de éstos medios de comunicación no tienen una parrilla de programación impresa y mucho menos algún tríptico con los costos de servicios.

- En Radio Mundial, Radio Ternura, Radio Río 95,7 Fm y Radio Riobamba Stéreo, se observó tecnología avanzada y organización en cuanto a su estructura física e interna; mientras que en el resto de medios radiales visitados su tecnología es antigua y sus instalaciones no cuentan con la infraestructura y ambientes adecuados para el desarrollo de sus actividades.

- Los medios de comunicación que desarrollan sus actividades en los sectores de Alausí, Chunchi, Tixán, Pallatanga y Guamote y que corresponden a Radio Primavera, Radio Santo Domingo Stéreo 98.1 Fm, Radio Sensación Stéreo Fm 102.9, Radio Recuerdos Fm 88.5, Radio Atlántida y Radio Zotaurku no poseen tecnología de punta ni un local físico diseñado exclusivamente para ésta actividad pues en muchos de éstos establecimientos funcionan otras actividades económicas.

Análisis del Sector de la Televisión.

- El análisis de las encuestas realizadas a los 4 medios de comunicación pertenecientes al sector de la televisión permitió determinar que únicamente 1 de éstas empresas no se encuentran realizando su actividad (Cablemax); mientras que los 3 medios televisivos realizan sus actividades en forma normal cumpliendo con todas las disposiciones legales que rigen a éste sector como es el RUC actualizado.
- La Organización Social de 2 de éstos medios es Privada y únicamente Tv Cable tiene su organización social compartida con el estado en un 35.48% del total de sus acciones.
- El servicio de canales de televisión por cable es la actividad que Tv Cable y Tv Digital de la ciudad de Chunchi realizan mientras que la programación emitida por Tv Sultana TVS S.A. se caracteriza por ser variada y actual en cuanto a programas en vivo dedicados a la familia, juventud, educación, información y actualidad. Sus instalaciones están diseñadas apropiadamente para éstas actividades y se observa organización en cuanto a sus labores diarias y administración del personal.
- La participación del recurso humano dentro de éstos medios es limitada pues el número de empleados es reducido debido a la actividad misma de las empresas: Tv Cable y Tv Digital; únicamente TVS S.A. cuenta con un mayor número de empleados de los cuales es muy reducido el número de personas con título de tercer nivel; lo que demuestra que la mayor parte del personal que laboran en éstos medios lo hacen por necesidad o afición.
- El producto y servicio que prevalece entre estos medios de comunicación es la Publicidad seguido de otro tipo de servicios como es la transmisión de canales nacionales e internacionales por cable.

Análisis del Sector Prensa.

- Diario “Los Andes” es una empresa legalmente constituida que forma parte de la Compañía Limitada Edipcentro; su organización social es Privada y su capital es Suscrito. Este medio de comunicación cuenta con páginas electrónicas que diariamente actualizan su información con noticias, reportajes, servicios y anuncios, además se observa una gran estructura física, coordinación, organización y cumplimiento en cuanto a los requerimientos legales y compromisos para con sus clientes.

- Al analizar la Morfología de la empresa podemos recalcar que la cobertura del periódico es diaria y a nivel regional; el formato utilizado en el periódico es 29.5 x 18 cm y el modo de impresión es mixto; en cuanto al diseño el periódico cuenta con 26 páginas donde se publican noticias, deportes, publicidad, anuncios y demás temas de interés.

- En cuanto al Recurso Humano que labora se puede apreciar un gran número de empleados sin título de tercer nivel

- Entre los productos y servicios más demandados prevalece la Publicidad y uno de los productos adicionales que éste medio impreso brinda a la ciudadanía es la emisión de Revistas eventuales de acuerdo a fechas conmemorativas.

4.2.- DE LAS ÁREAS INVESTIGADAS EN LOS MEDIOS Y EMPRESAS DE COMUNICACIÓN.

Sector Radio:

Al analizar los resultados obtenidos dentro de la variable Información General y Legal en el Sector de la Radio podemos observar en los Gráficos N^o. 2 y 3 que todos éstos medios investigados son privados y la organización social de la mayoría de estas empresas son Limitadas, siendo el tipo de capital predominante el capital Suscrito.

De las 15 radios investigadas podemos observar en el Gráfico N^a 4 que el tipo de estación de 14 de éstas empresas son de carácter comercial y la mayoría realiza sus actividades en frecuencia modulada (FM). como se demuestra en el Gráfico N^a 5.

Con respecto al número de tiempo de programación al día se observa claramente que prevalece la actividad las 24 horas del día y la cobertura predominante es a nivel provincial seguida de la cobertura local lo cual se ve reflejado en los Gráficos 7 y 6 respectivamente.

Además se pudo apreciar que la mayoría de éstas empresas trabajan con personal poco calificado y capacitado dentro de ésta área; puesto que la mayoría de locutores realizan sus actividades por afición y no cuentan con un título o estudios dentro de la rama de la comunicación, lo cual se observa en el Gráfico N^a 9 y 10.

En cuanto a los Productos y Servicios ofertados el Gráfico N^a 11 permite ver claramente la tendencia e importancia que la Publicidad tiene dentro de éstos medios de comunicación al ser éste el producto más demandado; vale la pena recalcar que algunos de los medios de comunicación ya poseen sitios electrónicos en Internet mientras que otros están trabajando en ello.

Teniendo en cuenta la imagen que éstas empresas deben proyectar a la sociedad, debo acotar que la estructura física de muchos de éstos medios, principalmente los que desarrollan sus actividades en los sectores rurales de la Provincia de Chimborazo, no poseen instalaciones adecuadas para su funcionamiento; pues en el mismo sitio se desarrollan otras actividades diferentes a la comunicación radial.

Finalmente y debido a la importancia que debe existir en el cumplimiento de las disposiciones legales que rigen las actividades relacionadas con éstos medios de comunicación en nuestro país, se observó que todas éstas empresas tienen sus documentos en regla y cumplen con lo establecido en la ley por los organismos de control.

Sector Televisión:

De los 4 medios investigados 2 son privados (Tv Digital y Tv Sultana); el tipo de capital de Tv Cable es Mixto, debido al control que tiene el Estado sobre ésta empresa; y Cablemax pertenece al sector privado, cuyas actividades están paralizadas como se explicó anteriormente; lo expuesto se puede apreciar en el Gráfico N° 13

Los servicios que ofertan éstas empresas van dirigidos a la programación por cable, programas en vivo y publicidad, siendo éste último servicio el que tiene mayor demanda como se observa en el Gráfico N° 18

En el Gráfico N° 14 se puede apreciar que éstos medios tienen cobertura local, provincial e internacional y al analizar la organización del Recurso Humano podemos ver que el personal que labora en éstas empresas no tienen la capacitación de Tercer Nivel y predomina los empleados sin éste tipo de educación como se demuestra en los Gráficos 15,16 y 17.

Sector Prensa:

Al analizar el sector de prensa escrita, Diario “Los Andes” forma parte de la Compañía EDIPCENRO Cía. Ltda.; propiedad de la familia Freire Silva y cuyas actividades no sólo se limitan a la realización y comercialización del diario regional, productos pedagógicos, medios impresos y publicitarios; sino también al apoyo y organización de eventos en favor de la ciudad de Riobamba.

Su organización es de tipo privado como una Compañía limitada cuyo capital es suscrito como se observa en los Gráficos 19 y 20.

La cobertura que tiene éste medio impreso es a nivel regional con circulación diaria (Gráficos 21 y 22). En cuanto al personal que labora en ésta institución el Gráfico N^o 23 demuestra que la mayoría de sus empleados no alcanzaron un título de tercer Nivel.

Sus instalaciones y tecnología son modernas y de punta; observándose una muy buena organización y cumplimiento de todas las disposiciones legales pues mantienen actualizadas sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas.

CONCLUSIONES.

- Los medios de comunicación por sus características de administración de la información, gran nivel de influencia en el público y alta masificación de la misma; constituyen una herramienta de gran poder para el sector privado y estatal, lo cual conlleva a que se especule con el acaparamiento de los mismos a fin de ejercer mayor poder en la población para propios intereses.
- Los Directorios sobre medios de comunicación utilizados en épocas pasadas no establecen la estructura e información que se requiere sobre los medios de comunicación existentes en nuestro país, a diferencia de la organización que se puede obtener a través de un mapa para facilitar la información y orientación a los usuarios de los medios.
- Durante toda la historia del país, la información acerca de medios ha sido realizada en esporádicas oportunidades más por estudio investigativo que como un medio informativo de consulta oportuna y veraz, y que por el permanente crecimiento y desarrollo tecnológico, necesita de una constante alimentación y actualización de datos.
- La concentración del poder sobre la administración de los medios de comunicación permite que quién lo ejerce pueda manipular datos de manera minuciosa para sus propósitos sin que se aplique la regulación conforme a normas legales que determinen su independencia y la práctica de la libertad de expresión y comunicación en función de los intereses generales.
- Los comunicadores sociales, los medios de comunicación y la sociedad en general se ven afectados por la falta de un sistema Jurídico que transparente el ejercicio de la comunicación de manera estructurada.

- De acuerdo a la información obtenida de los diferentes medios de comunicación analizados, se pudo evidenciar lo siguiente:
 - Los medios de prensa escrita son limitados en su número, pero son organizaciones serias y responsables, con misión informativa de carácter regional y de proyección nacional a un futuro mediano, no existen entidades de carácter ilegal actualmente.
 - Las 14 radiodifusoras asignadas para la investigación en la provincia de Chimborazo se encuentran en su mayoría desarrollando sus actividades en forma legal y en cumplimiento de sus responsabilidades con el Estado; la mayoría combina programaciones informativas, de entretenimiento y promociones comerciales.
 - Es mínimo el porcentaje de medios de comunicación: canales de televisión, prensa escrita y hablada que mantienen espacios de carácter educativo y/o cultural en beneficio del público.
 - La Empresa de televisión TVS. S.A. asignada para la investigación, se ha transformado en un referente en la provincia, en virtud de constituir una Institución identificada con la sociedad riobambeña a quien con su programación diaria y semanal, apunta a satisfacer las necesidades informativas y de entretenimiento.
 - Existen falencias en las empresas de comunicación sobre todo en la capacitación del personal operativo y/o administrativo, sobretodo de las pequeñas instituciones que desarrollan sus actividades en función de su iniciativa y no de una real capacitación efectiva, ello trasciende en su crecimiento en plazos menores y su fortalecimiento institucional.

- Los medios de comunicación de la provincia en su mayoría, incrementan sus expectativas de crecimiento e influencia, en base a su organización seria y profesional, transformándose en entidades competitivas en el mercado actual.

BIBLIOGRAFÍA.

Básica.

- De Fleur, M.L.; Ball-Fleur, S. (2001). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona-España; Editorial Paidós Ibérica S.A.
- Stevens M. y Doyle J. (1986). *Teoría de la comunicación*. Editorial CPS
- Orrillo W. (1977) *Imperialismo y medios masivos de comunicación*. Lima – Perú. Editorial Causachun
- Ayala A. y Cruz P. (2010). *La influencia del discurso presidencial en la agenda de los periódicos ecuatorianos*. Quito – Ecuador. Ediciones Ciespal.
- López A. (1993). *Inventario de medios de comunicación en América Latina*. Ciespal – Departamento de Investigación. Edit. Quipus. Volumen 3 p. 110
- Klapper J.(1949). *The efect mass media*. Estados Unidos. Edit USIS.
- Lazarsfeld F. y Menton R.K. *Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada*. Estados Unidos. Edit. Utah.
- Cantú Ortiz, L.; Flores Michel, J; Roque Segovia, M. (2006). *Comunicación oral y escrita*. México: Compañía Editorial Continental.
- Díez Losada, F. (2003). *Lenguaje y Periodismo*. Distrito Federal-México: Editorial Trillas.
- P.V. (2001). *Producción Radiofónica*. Distrito Federal-México: Editorial Trillas.

- Armentia Vizuete, J.I.; Arias, J.E.; Pérez Fuentes, J.C. *Diseño y periodismo electrónico. Bilbao-España: Editorial de la Universidad del País Vasco.*
- Unesco, (2011), *Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador.* Quito-Ecuador: Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación.
- Banegas Michay, D. E., (2005). *Teoría de la Comunicación de Segundo Ciclo.* Loja-Ecuador: Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja.
- Yaguana Romero H., (2005). *Radio I.* Loja-Ecuador: Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja.
- Valarezo Tandazo N.M., (2006). *Medios Impresos.* Loja-Ecuador: Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja.

Páginas y sitios Web, Enlaces.-

- MDS2, (2.011). *Medios de Comunicación y Fuentes de Información. (En línea). Ecuador. Disponible en:*
<http://www.mediosmedios.com.ar/A.%20Ecuador.htm> (Consulta 06/05/2011)
- López Vigil, J.I., (2005). *América Latina: POR UNA REFORMA AGRARIA DEL AIRE.* (En línea). Chile. Disponible en:
http://www.archivochile.com/America_latina/al_vg/america_latina_dg_00031.pdf
(Consulta 02/05/2011)

- Hoy. (2011). *Correa acumuló 18 medios*. (En línea). Ecuador. Disponible en:
<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/correa-acumulo-18-medios-453168.html>
 (Consulta 03/05/2011)

- Ciudadanía Informada. (2011). *La propiedad de los medios se diversifica y el Estado se consolida como la mayor estructura mediática del país*. (En línea). Ecuador. Disponible en:
http://www.ciudadaniainformada.com/noticias-politica-ecuador0/noticias-politica-ecuador/ir_a/ciudadania-informada/article//la-propiedad-de-los-medios-se-diversifica-y-el-estado-se-consolida-como-la-mayor-estructura-mediatic.html (Consulta 04/05/11)

- (2011). *La radio en el Ecuador historia*. (En línea). Ecuador. Disponible en:
http://www.google.es/search?sourceid=navclient&aq=1&oq=la+radio+en+el+ecuador&hl=es&ie=UTF-rlz=1T4GGHP_esEC420EC421&q=la+radio+en+el+ecuador+historia#q=la+prensa+en+el+ecuador+historia&hl=es&rlz=1T4GGHP_esEC420EC421&biw=1115&bih=474&bs=tl:1,tl_num:20&prmd=ivns&sa=X&ei=m4i_TdmgNlvUgAet9YjkBQ&ved=0CGkQywEoAg&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.&fp=6f4355ab1daee9cd (Consulta 02-05-2011)

- (2011). *La televisión en el Ecuador historia*. (En línea). Ecuador. Disponible en:
http://www.google.es/search?sourceid=navclient&aq=1&oq=la+television+en+el+ecuador&hl=es&ie=UTF-rlz=1T4GGHP_esEC420EC421&q=la+radio+en+el+ecuador+historia#q=la+prensa+en+el+ecuador+historia&hl=es&rlz=1T4GGHP_esEC420EC421&biw=1115&bih=474&bs=tl:1,tl_num:20&prmd=ivns&sa=X&ei=m4i_TdmgNlvUgAet9YjkBQ&ved=0CGkQywEoAg&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.&fp=6f4355ab1daee9cd (Consulta 02-05-2011)

- (2011). *La prensa en el Ecuador historia*. (En línea). Ecuador. Disponible en:

http://www.google.es/search?sourceid=navclient&aq=1&oq=la+prensa+en+el+ecuador&hl=es&ie=UTF-rlz=1T4GGHP_esEC420EC421&q=la+radio+en+el+ecuador+historia#q=la+prensa+en+el+ecuador+historia&hl=es&rlz=1T4GGHP_esEC420EC421&biw=1115&bih=474&tabs=tl:1,tl_num:20&prmd=ivns&sa=X&ei=m4i_TdmgNlvUgAet9YjkBQ&ved=0CGkQywEoAg&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.&fp=6f4355ab1daee9cd (Consulta 02-05-2011)

- Ayala Marín, A y otros. (2009). *Percepción sobre los medios públicos en Ecuador*. Ecuador. Disponible en:
http://www.flacsoandes.org/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_300.pdf (Consulta 04/05/2011)

- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica. (2011). *Ejecutivo revela vínculos empresariales y financieros de grandes medios de comunicación* (En línea). Ecuador. Disponible en:
<http://andes.info.ec/politica/ejecutivo-revela-vinculos-empresariales-y-financieros-de-grandes-medios-de-comunicacion-60791.html> (Consulta 04-05-2011).

- Wikipedia.org (2007). Enlace Ciudadano. (En línea). Ecuador. Disponible en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Enlace_Ciudadano (Consulta 28/05/2011).

- Ayala Marín, A y Cruz P. (2010). *La influencia del discurso presidencial en la agenda de los periódicos ecuatorianos* (En línea). Ecuador. Disponible en:
<http://www.ciespal.net/mediaciones/imagenes/discurso%20presidencial-medios%20v3.pdf> (Consulta 28/05/2011).

- Farinango, L.E. (2011). *Medios de comunicación en la vida política de los ecuatorianos* (En línea). Ecuador. Disponible en:
http://www.flacsoandes.org/web/imagenesFTP/1304107224.Luis_Farinango__Comunicacion.pdf (Consulta 28/05/2011).

- Revista Democrática Internacional. (2011). *Censura en los Medios de Comunicación: Caso de Colombia*. (En línea). Colombia. Disponible en:
<http://www.perspectivainternacional.net/index.php/the-news/3-newsflash/600-censura-en-los-medios-de-comunicacion-caso-de-colombia> (Consulta 27/05/2011)

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

VIA Comunicaciones
Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.
Ficha para levantar información.

Señor(s) encuestado(s) sírvase contestar las siguientes preguntas, ya que nos ayudarán a establecer la situación actual de las empresas de comunicación del país y contribuir en el desarrollo del primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL	
1 Nombre de la Empresa	COMO M&P
2 Razón Social	COMERCIALIZADORA DE MEDIOS
3 RUC	0910000000000000000
4 Ciudad	LOJA
5 Dirección física	Av. 10 de Agosto, Esquina Alameda, No. 3, Loja II
6 Datos de ubicación	Telefono: _____ Fax: _____ E-mail: _____ Web: _____ Código Postal: _____ Buzo: _____ Facebook: _____ Twitter: _____
7 Nombre de promotor(es) / fundador(es)	Andrés Aguirre, Jorge Aguirre
8 Nombre de propietarios (accionistas)	Andrés Aguirre, Jorge Aguirre
9 Nombre de representante legal	Andrés Aguirre, Jorge Aguirre
10 Nombre de directivos	
11 ¿Pertenece a un grupo de empresas?	Sí () No (X) ¿Cual es su nombre?
12 Fecha de fundación	11 de febrero de 2008
13 Objeto social (Misión)	
14 Organización social	Unidad () Central () Regional () Local ()
15 Tipo de capital	Abierta () Cerrada ()
16 Sector al cual pertenece	Periodico () Medio Digital () Revista () Radio () Televisión () Productoras Audiovisuales () Productoras Graficograficas () Agencias de marketing y publicidad () Agencias de Relaciones Públicas ()

EMPRESAS DE TELEVISIÓN

17. Metodología de la Empresa		
1 Tipo de estación	Comercial () Pública (X) Estatal ()	
2 Número de frecuencias del canal de televisión	Cable 10	
3 Cobertura:	Local (X) Provincial () Nacional () Internacional ()	
4 Número de repeticiones	—	
5 ¿Averaz permito de contenidos por partidos / temporadas del año?	—	
18. Recursos Humanos		
1 Staff de dirección para programación de TV.	Número directores	01
	Número subdirectores	—
	Número jefes de sección	—
	Número programadores	02
	Número asistentes de estudio	01
	Número asistentes de producción	01
2 Número de redacciones	—	
3 Número de personal de documentación	—	
4 Número de periodistas	—	
5 Número de técnicos de TV	01	
6 Número de productores	02	
7 Número de realizadores	—	
8 Número de personal de corte	—	
9 Número de editores de TV	—	
10 Número de cámaras	—	
11 Número de asonistas	—	
12 Número de asistentes	—	
13 Número de técnicos en iluminación	—	
14 Número de asistentes técnicos de producción	—	
15 Número de personal de vestuario, maquillaje y maquillaje	—	
16 Número de personal de ventas	01	
17 Número de personal de mantenimiento y reparaciones	02	
18 Número de personal administrativo	02	
19 Número total de empleados	02	
20 Número de empleados con título de tercer nivel	—	
21 Número de empleados en flujo	02	

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN	
1 Spots publicitarios	✓
2 Campañas publicitarias	✓
3 Programación	✓
4 Clasificación mencionada en vivo	✓
5 Producción	✓
6 Presentadores y Anfitriones	() PRO
7 Otros productos o servicios:	
8 Producto o servicio más demandado:	Programación

Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

manejó por: # 0,95 x canal
asistencia
c.
Carrera 20 x canal.
Reserva # 0,95 %.

Nombre de la persona que nos proporciona la información: Ing. Eyer Quintero Seminario
Correo Electrónico: teledigital
Teléfono: 052933313

IV DIGITAL
Innovación por cable
CHIMBOTE ECUADOR

Observaciones Generales de la entrevista:

[Handwritten signature]



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

VIA Comunicaciones
Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.
Ficha para levantar información.

Señor(s) encuestado(s) sírvase contestar las siguientes preguntas, ya que nos ayudará a establecer la situación actual de las empresas de comunicación del país y contribuir en el desarrollo del primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL									
1. Nombre de la Empresa	EIPROUNION Cía. Ltda.								
2. Razón Social	EIPROUNION Centro Cía. Ltda. EIPROUNION								
3. RUC	1501780430001								
4. Ciudad	Cajamarca								
5. Dirección física	Vía 30-23 y Calle 24-40-1000								
6. Datos de ubicación	Teléfono	Fax	E-mail	Web					
	Código Postal	Dirig.	Facsimil	Teléfono					
7. Nombre de promotor(es) / fundador(es)	Dr. Manuel Frías								
8. Nombre de propietarios (accionistas)	Dr. Manuel Frías - Dra. Lorena Frías - Ing. Augusto Frías								
9. Nombre de representante legal	Ing. Diego González								
10. Nombre de directivos									
11. ¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si ()	No ()	Especifique los nombres						
12. Fecha de fundación	22 Septiembre 2003								
13. Objeto social (Misión)	Misión: Producir films educativos, servicios y productos pedagógicos, medios impresos y audiovisuales para la Colección Educativa de la Universidad Técnica Particular de Loja, en el menor tiempo, utilizando tecnología de punta y altos estándares de calidad, con el objeto de su correcta transmisión, educando.								
14. Organización social	Persona ()								
15. Tipo de capital	Privado (X)	Estado ()	Capital ()	Mixto ()	Autónoma ()	Financ. ()			
16. Sector al cual pertenece	Financ. (X)	Medios Digitales ()	Revista ()	Radio ()	Televisión ()	Productores Audiovisuales ()	Productores Cinematográficos ()	Agencias de marketing o publicidad ()	Agencias de soluciones técnicas ()

EMPRESAS DE TELEVISIÓN

17. Multimedios de la Empresa	Comunicación ()	Periodo ()	Radios ()
1. Tipo de estación			
2. Número de transmisor de canal de televisión			
3. Cobertura	Local ()	Nacional ()	Internacional ()
4. Número de repartidores			
5. Alcance por hora de transmisión por período / temporada del año			

18. Recursos Humanos		
1. Staff de dirección para programación de TV:	Número ejecutivos	/
	Número administrativos	/
2. Número de estaciones	Número de personal de documentación	/
	Número de correos electrónicos	/
	Número de telefonías	/
	Número de faxes	/
	Número de computadores de TV	/
	Número de productores	/
	Número de realizadores	/
	Número de personal de script	/
	Número de editores de TV	/
	Número de cinegrafistas	/
	Número de animadores	/
	Número de técnicos en iluminación	/
	Número de asistentes técnicos de producción	/
	Número de personal de vestuario, maquillaje y maquillaje	/
	Número de personal de sonido	/
	Número de personal de mantenimiento	/
	Número de personal administrativo	/
Número total de empleados	/	
Número de empleados con título de tercer nivel	/	
Número de empresas en el estado	/	

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFERTA	
1. Spots publicitarios	()
2. Campañas publicitarias	(X)
3. Propaganda	()
4. Clasificados mencionados en vivo	()
5. Productores	()
6. Presentadores y Animadores	()
7. Otros productos o servicios	
8. Producto o servicio más demandado	
Alinear tarjeta de producto y servicio	
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN	

Nombre de la persona que nos proporciona la información: _____
Correo Electrónico: _____
Teléfono: _____
Firma y Sello de la institución: _____

Observaciones Generales de la entrevista: Con la ayuda de la representante de la Empresa Nacional de Radiodifusión y Televisión (ENRTV) se levantó la información de la empresa EIPROUNION en el mes de Septiembre del 2011. Se levantó información de la empresa EIPROUNION y se levantó información de la empresa EIPROUNION en el mes de Septiembre del 2011. Se levantó información de la empresa EIPROUNION y se levantó información de la empresa EIPROUNION en el mes de Septiembre del 2011.



VIA Comunicaciones

Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.
Ficha para levantar información.

Señor(a) encuestado(a) sírvase contestar las siguientes preguntas, ya que nos ayudarán a establecer la situación actual de las empresas de comunicación del país y contribuir en el desarrollo del primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL									
1. Nombre de la Empresa	Studio 360								
2. Razón Social	Estudios 360 Audio Visual								
3. RUC	2002030000000000000								
4. Ciudad	Loja								
5. Dirección física	Avenida Cornejo 127 y Avda. 2 de Junio								
6. Datos de ubicación	País:		Tel:		E-mail:		Web:		
	Código Postal:		Dirig:		Facebook:		Twitter:		
7. Nombre de propietarios / fundadores	Luis Quiroga, Ana María Quiroga								
8. Nombre de propietarios (socios)	Luis Quiroga, Ana María Quiroga								
9. Nombre de representante legal	Luis Quiroga								
10. Nombre de directivos	Luis Quiroga								
11. ¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si (S)	No (N)	El grupo se denomina: Grupo Quiroga Audio Visual - Corporación Quiroga Audio Visual						
12. Fecha de fundación	1-2-2009/09								
13. Objeto social (Misión)	Realizar videos enfocando al sector comunitario								
14. Organización social	Pública ()	Privada ()							
15. Tipo de capital	Abierto ()	Autorizado ()							
16. Sector al cual pertenece	Presencia ()	Medios Digitales ()	Revista ()	Radio ()	Televisión ()	Productoras Audiovisuales ()	Productoras Cinematográficas ()	Agencias de marketing y publicidad ()	Agencias de Relaciones Públicas ()

Ficha de levantamiento de datos

SECTOR PRENSA

17. Morfología de la Empresa					
1. Cobertura del periódico	Nacional ()	Provincial ()	Regional ()	Nacional ()	
2. Formato del periódico	Diario ()	Quincenal ()	Trimestral ()	Diario ()	
3. Medio impreso	Papel ()	Web ()	Mixto ()	Web ()	
4. Frecuencia de circulación	Diaria ()	Semanal ()	Quincenal ()	Mensual ()	
5. Número de ediciones del diario	Mayor a 12 ()	Entre 12-20 ()	Entre 17-20 ()	Mayor a 21 ()	
6. Secciones del periódico	Política ()	Opinión ()	Deportes ()	Arte ()	Cultura ()
7. Número de páginas del periódico	75 Páginas				
8. Número de cuadernos de periódicos	1 ()	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()
9. Número de suplementos	0				
10. Nombre de los suplementos	Revistas de ciudad o temas complementarios				
11. Número de publicaciones en formato de papel cuadernos	0				
12. Número de publicaciones en formatos digitales	4				
13. Número de páginas de clasificados	2 páginas				
14. Número de publicidades externas en portales y correos electrónicos	0				
15. Número de publicidades en páginas internas de los suplementos	0				
16. Otras acciones	Libros ()	CD ()	Colaboraciones ()	Otras () especificar: 40 años de aniversario	

18. Recursos Humanos		
1. Staff de dirección	Número directores	1
	Número subdirectores	3
	Número editores	3
2. Número redacciones e impresoras	11	
3. Número fotógrafos	3	
4. Número de personal de distribución e entrega	3	
5. Número de correccionistas	3	
6. Número de traductores	1	
7. Número de personal de ventas	1	
8. Número de personal administrativo	20	
9. Número total de empleados	36	
10. Número de empresas con otros de tener local	0	
11. Número de empresas en estado	0	

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE	
1. Publicidad	(X)
2. Publicaciones	(X)
3. Clasificados	(X)
4. Servicio de diseño gráfico	(X)
5. Servicios	(X)
6. Publicaciones externas	(X)
7. Eventos	(X)
8. Otros productos y servicios	Recursos
9. Productos o servicios más demandados	Publicidad

Nombre de la persona que nos proporciona la información: Ing. Myro Quiroga
 Correo Electrónico: myroqui@studio360.com
 Teléfono: 2161181181 / 0612000330
 Firma y Sello de la institución:



Observaciones Generales de la entrevista: _____

Ficha de levantamiento de datos



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

VIA Comunicaciones
Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.
Ficha para levantar información.

Señor(s) encuestado(s) sírvase contestar las siguientes preguntas, ya que nos ayudarán a establecer la situación actual de las empresas de comunicación del país y contribuir en el desarrollo del primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL	
1. Nombre de la Empresa	AGENCIA "COMUNICACIÓN"
2. Razón Social	AGENCIA "COMUNICACIÓN"
3. RUC	AGENCIA "COMUNICACIÓN"
4. Ciudad	LOJA
5. Dirección física	AV. BOLIVAR - BARRIO SAN ANTONIO DE YANAMBA - TEL. 078 233 45 45
6. Datos de ubicación	Correo: 078 233 45 Celular: 099 999 999 Calleja Postal: 099 999 999 Blog: www.comunicacion.com Facebook: www.comunicacion.com Twitter: www.comunicacion.com
7. Nombre de promotor(es) / Fundador(es)	FRANCISCO GARCIA
8. Nombre de propietarios (accionistas)	FRANCISCO GARCIA
9. Nombre de representante legal	FRANCISCO GARCIA
10. Nombre de director(es)	FRANCISCO GARCIA
11. ¿Pertenece a un grupo de empresas?	No () / Sí (X) / Otro ()
12. Fecha de fundación	2011
13. Objeto social (Misión)	
14. Organización social	Pública () / Privada (X) ¿Es una filial? Sí () / No (X) Unidades () / Sede (X) / Sucursales () / Filiales ()
15. Tipo de capital	Suavizado (X)
16. Sector al cual pertenece	Prensa () / Medios Digitales () / Radio (X) / Televisión () / Productoras Audiovisuales () / Productoras Cinematográficas () / Agencias de Marketing y Publicidad () / Agencias de Relaciones Públicas ()

SECTOR RADIO	
1. Tipo de emisora	Comercial (X) / Educativa () / Cultural () / Religiosa () / Comunitaria ()
2. Propiedad	Del 100% (X) / Del 50% () / Del 10% () / Otro ()
3. Número de frecuencias asignadas	1 (X) / 2 () / 3 () / 4 () / 5 () / 6 () / 7 () / 8 () / 9 () / 10 ()
4. Ubicación	Local (X) / Nacional () / Internacional ()
5. Número de emisoras	1 (X) / 2 () / 3 () / 4 () / 5 () / 6 () / 7 () / 8 () / 9 () / 10 ()
6. Fecha de autorización	1999
7. ¿Puede acceder al contenido por internet o por medio de un dispositivo móvil?	Sí (X) / No ()

RECURSOS HUMANOS	
1. Staff de dirección	Número: 4
2. Servicios de atención al cliente	Número: 0
3. Servicios de atención de radio	Número: 0
4. Servicios de atención administrativa	Número: 0
5. Número total de empleados	Número: 4
6. Número de empleados con título de grado	Número: 0
7. Número de empleados con título	Número: 0

SERVICIOS Y PRODUCTOS QUE OFERTA	
1. Sonido	(X)
2. Imagen	()
3. Servicios y audio móvil	()
4. Programación y animación	()
5. Publicidad	()
6. Servicios para consumidores	()
7. Servicios tecnológicos	()
8. Servicios de atención al cliente	()
9. Servicios de atención administrativa	()
10. Otros productos y servicios	Publicidad
11. Productos y servicios más innovadores	Publicidad

Nombre de la persona que nos proporcionó la información: Francisco García
 Correo Electrónico: comunicacion@comunicacion.com
 Teléfono: 078 233 45 45
 Firma y Sello de la institución: [Firma]

Observaciones Generales de la entrevista: En la Gerencia Francisco García hay a cargo 2 sistemas de radio. Su finalidad es AM y frecuencia sobre 97.1 MHz



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
VIA Comunicaciones
Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.
Ficha para levantar información.

MAPA DE COMUNICACIÓN DEL ECUADOR UTPV 2011

Señor(s) encuestado(s) sírvase contestar las siguientes preguntas, ya que nos ayudarán a establecer la situación actual de las empresas de comunicación del país y contribuir en el desarrollo del primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL										
1	Nombre de la Empresa	Radio "La Voz de Píllayanga" S.A.								
2	Razón Social	"Radio La Voz de Píllayanga" S.A.								
3	RUC	00117433000								
4	Ciudad	Socorroma - Chimborazo								
5	Dirección física	Calle José María Borrero y Alvarado								
6	Datos de ubicación	Teléfono fijo	Fax	E-mail	Web					
		2109155								
		Código Postal	País	Facebook	Twitter					
7	Nombre de promotor(es) / fundador(es)	MBA Gómez del Real, Francisco Lozano								
8	Nombre de propietario(s) (accionista(s))									
9	Nombre de representante legal									
10	Nombre de director(es)									
11	¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si <input type="checkbox"/>	No <input checked="" type="checkbox"/>	¿Significa su nombre?						
12	Fecha de fundación	Enero 2010								
13	Objeto social (Misión)									
14	Organización social	Pública <input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>	¿De qué tipo?	Unidad <input type="checkbox"/>	Plural <input type="checkbox"/>	Autónoma <input type="checkbox"/>	Encaje <input type="checkbox"/>		
15	Tipo de capital	Comunes <input type="checkbox"/>	Autónomas <input type="checkbox"/>	VARIAS ACCIONES <input type="checkbox"/>						
16	Sector al cual pertenece	Financiero <input type="checkbox"/>	Medios Digitales <input type="checkbox"/>	Radio <input type="checkbox"/>	Radio <input checked="" type="checkbox"/>	Teléfono <input type="checkbox"/>	Productivos Audiovisuales <input type="checkbox"/>	Productivos Químico-fotográficos <input type="checkbox"/>	Agencias de marketing y publicidad <input type="checkbox"/>	Agencias de telecomunicaciones <input type="checkbox"/>



MAPA DE COMUNICACIÓN DEL ECUADOR UTPV 2011

SECTOR RADIO				
17. Morfología de la Empresa				
1	Tipo de entidad	Comercial <input checked="" type="checkbox"/>	Consumidora <input type="checkbox"/>	Pública <input type="checkbox"/>
2	Frecuencia	AM <input type="checkbox"/>	FM <input checked="" type="checkbox"/>	OTRO especificar <input type="checkbox"/>
3	Número de frecuencia radio	001.3 FM		
4	Cobertura	Local <input type="checkbox"/>	Nacional <input checked="" type="checkbox"/>	Internacional <input type="checkbox"/>
5	Número de retransmisor			
6	Tiempo de programación, en día	24 horas		
7	Área(s) geográfica(s) de cobertura / territorio(s) de abastecimiento			
18. Recursos Humanos				
1	Cuál de dirección	Número Directores	01	
		Número Subdirectores		
2	Número de editores de audio	01		
3	Número de editores de video	01		
4	Número de personal administrativo	01		
5	Número total de empleados	01		
6	Número de empleados con título de tercer nivel	01		
7	Número de empleados sin título	01		
19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFERTAN				
1	Spot	<input checked="" type="checkbox"/>		
2	Anglo	<input checked="" type="checkbox"/>		
3	Perifoneo y audio móvil	<input checked="" type="checkbox"/>		
4	Presentadores y animadores	<input checked="" type="checkbox"/>		
5	Publicidad	<input checked="" type="checkbox"/>		
6	Servicios para conductores	<input checked="" type="checkbox"/>		
7	Clasificación mercancías en vivo	<input checked="" type="checkbox"/>		
8	Servicios consultivos	<input checked="" type="checkbox"/>		
9	Programas educativos	<input checked="" type="checkbox"/>		
10	Otros productos o servicios	<input type="checkbox"/>		
11	Producto o servicio más demandado	Spot		
<p align="center">Agradeceríamos la colaboración de producto y servicio</p> <p align="center">Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACION</p>				

Nombre de la persona que nos proporciona la información:

Correo Electrónico:

Teléfono:

Forma y Sello de la institución:



Observaciones Generales de la entrevista:

Radio "La Voz de Píllayanga" S.A. se encuentra en la frecuencia 91.5 FM con el nombre de Radio "La Voz de Píllayanga" S.A. El 2 de agosto 2011 se realizó una entrevista con el representante legal en Píllayanga.



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MAPA DE COMUNICACIÓN DEL ECUADOR 2011

VIA Comunicaciones
Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.
Ficha para levantar información.

Señor(s) encuestado(s) si por favor contestar las siguientes preguntas, ya que nos ayudarán a establecer la situación actual de las empresas de comunicación del país y contribuir al desarrollo del primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL	
1 Nombre de la Empresa	Radio - Emisora FM 99.7
2 Razon Social	Radio Emisora Social FM
3 RUC	200001210001
4 Ciudad	Loja - Chimbo
5 Dirección física	Viala y Juan 10 y Tulcan (com)
6 Datos de ubicación	Teléfono: 7181301
	Fax: _____ E-mail: _____ Web: _____
	Código Postal: _____ Sitio: _____ Facebook: _____
	Twitter: _____
7 Nombre de promotoras / fundadoras	Jessica, Gabriela, Cipriano
8 Nombre de propietarios (accionistas)	_____
9 Nombre de representante legal	_____
10 Nombre de directores	_____
11 ¿Pertenece a un grupo de empresas?	No (X) Si () Digite su nombre: _____
12 Fecha de fundación	10 de Agosto 2008
13 Objeto social (Misión)	De libre
14 Organización social	Privada () Pública ()
15 Tipo de capital	¿De qué tipo? Limitado () Ilimitado ()
16 Sector al cual pertenece	Presse () Radio Digital () Radio (X) Televisión () Productores Audiovisuales () Productores Cinematográficos () Agencias de marketing y publicidad () Agencias de Relaciones Públicas ()

MAPA DE COMUNICACIÓN DEL ECUADOR 2011

SECTOR RADIO

1.7. Morfología de la Empresa	
1 Tipo de estación	Comercial (X) Comunitaria () Política ()
2 Frecuencia	AM () FM (X) Otra especificar: _____
3 Número de frecuencia radial	201.5 Fm
4 Cobertura	Local (X) Provincial () Nacional () Internacional ()
5 Número de repeticiones	_____
6 Tiempo de programación al día	24 horas
7 ¿Asume cambio de contenidos por horarios / temporadas del día?	_____
1.8. Recursos Humanos	
1 Staff de dirección	Número Directores: 01
	Número Subdirectores: _____
2 Número de editores de audio	01
3 Número de editores de video	02
4 Número de personal administrativo	03
5 Número total de empleados	06
6 Número de empleados con título de tercer nivel	02
7 Número de empleados del staff	04
1.9. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFERTAN	
1 Text	(X)
2 Audio	(X)
3 Periódico y audio visual	(X)
4 Presentaciones y animaciones	(X)
5 Programación	(X)
6 Servicios para comunidades	(X)
7 Cuentas de redes sociales en vivo	(X)
8 Servicios consultivos	(X)
9 Otras actividades	(X)
10 Otros productos o servicios: _____	
11 Producto o servicio más desarrollado: (Radio, News, Cultura)	
Anexar tarifario de producto y servicio	
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACION	

Nombre de la persona que nos proporciona la información: _____
Correo Electrónico: _____
Teléfono: _____
Firma y Sello de la institución: _____

Radio Emisora Social FM
Radio Emisora Social FM
7181301
[Firma]



Observaciones Generales de la entrevista: _____



VIA Comunicaciones
Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.
Ficha para levantar información.

Señor(x) encuestado(x) si/vea contestar las siguientes preguntas, ya que nos ayudarán a establecer la situación actual de las empresas de fabricación del país y contribuir en el desarrollo del primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL					
1. Nombre de la Empresa	Río 98.7				
2. Razón Social	Radio Recuerdos FM 98.7				
3. RUC	0902643383001				
4. Ciudad	Loja				
5. Dirección física	Calle General José María y General Aguirre				
6. Datos de ubicación	Teléfono:	Fax:	E-mail:	Web:	
	Código Postal:	Ciudad:	País:	Internet:	
					radio987fm.com.ec
7. Nombre de promotor(es) / fundador(es)	Diego Escobar Torres Espinoza				
8. Nombre de propietario(s) (accionista)	Diego Escobar Torres Espinoza				
9. Nombre de representante legal	Diego Escobar Torres Espinoza				
10. Nombre de directivos					
11. ¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si ()	No (X)	Escriba la nombre: _____		
12. Fecha de fundación	21 febrero 2010				
13. Objeto social (Misión)	Ofrecer programaciones de calidad y nuevas alternativas de música, espacios de opinión dentro de la cultura, arte y problemas sociales				
14. Organización social	Privada (X)				
15. Tipo de capital	Privado (X)				
16. Sector al cual pertenece	Música (X)	Medios Digitales ()	Aviación ()	Raíz (X)	Televisión ()



SECTOR RADIO					
17. Metodología de la Empresa					
1. Tipo de estación	Comercial (X)	Comunitaria ()	Núclea ()		
2. Frecuencia	AM ()	FM (X)	SW ()	Otra específica	Web ()
3. Número de frecuencia radio	NR 6				
4. Cobertura	Local (X)	Provincial ()	Nacional ()	Internacional ()	
5. Número de repeticiones	de _____				
6. Tiempo de programación al día	24 horas				
7. Anavar por hora de contenidos por semana / temporadas del año					
18. Recursos Humanos					
1. Staff de dirección	Número Directores	01			
	Número Subdirectores	-			
2. Número de editores de audio	01				
3. Número de locutores de radio	03				
4. Número de personal administrativo	01				
5. Número total de empleados	04				
6. Número de empleados con título de tercer nivel	-				
7. Número de empleados en título	04				
19. Productos y servicios que ofrecen					
1. Spot	<input checked="" type="checkbox"/>				
2. Anuncio	<input checked="" type="checkbox"/>				
3. Periódico y guía telefónica	<input checked="" type="checkbox"/>				
4. Presentaciones y grabaciones	<input checked="" type="checkbox"/>				
5. Publicidad	<input checked="" type="checkbox"/>				
6. Servicios para comunitarios	<input checked="" type="checkbox"/>				
7. Clasificados manuales en vivo	<input checked="" type="checkbox"/>				
8. Servicios comunitarios	<input checked="" type="checkbox"/>				
9. Programas educativos	<input checked="" type="checkbox"/>				
20. Otros productos o servicios:					
21. Producto o servicio más desarrollado: <u>Radio 98.7</u>					
22. Anavar tarifario de producto y servicio					
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN					

Nombre de la persona que nos proporciona la información: Diego Escobar Torres Espinoza
Correo Electrónico: diegoescobar@radio987.com
Teléfono: 0912 261 261
Firma y Sello de la institución:



Observaciones Generales de la entrevista: _____



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**VIA Comunicaciones
Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.
Ficha para levantar información.**

Indicador(s) encuestado(s) sirven para constatar las siguientes preguntas, ya que nos ayudan a establecer la situación actual de las empresas de comunicación del país y contribuir en el desarrollo del primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL	
1. Nombre de la Empresa	Radio 95.7
2. Razón Social	Radio 95.7 S.A.
3. NIT	00000000000000000000
4. Calle	Alfaro
5. Ciudad	Loja
6. Dirección física	Loja - 2do y San Martín
7. Datos de ubicación	Puntos: <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/> Sí Calle Postal: <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/> Sí Teléfono: <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/> Sí Fax: <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/> Sí Correo Electrónico: <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/> Sí
8. Nombre de presidente / fundador	Dr. Mario Bruno Cortijo
9. Nombre de presidente (actual)	Dr. Mario Bruno Cortijo
10. Nombre de representante legal	Dr. Mario Bruno Cortijo
11. Nombre de director	Dr. Mario Bruno Cortijo
12. Pertenencia a un grupo de empresas?	Sí () No (X)
13. Fecha de fundación	22 Agosto 2011
14. Objeto social (Misión)	Ser parte del desarrollo de la sociedad mediante en los programas educativos de la comunidad, a través de actividades de las áreas comunicacionales, promoviendo a los estudiantes, mejorando su capacidad de comunicación, con el fin de mejorar el nivel de vida de la comunidad y contribuir al desarrollo de la sociedad.
15. Organización social	Sociedad
16. Tipo de capital	Privado (X) Otro que No () Estado () Inversión () Otro que No ()
17. Sector al cual pertenece	Banca () Medios Digitales () Música () Radio (X) Televisión () Audiovisual () Productora de Contenido () Agencias de Marketing y Publicidad () Agencias de Asesoría Publicitaria ()

SECTOR RADIO	
17. Metodología de la Empresa	
1. Tipo de emisión	Comercial (X) Comunitaria () Pública () AM () FM (X) SW ()
2. Frecuencia	SW () FM (X) SW ()
3. Número de frecuencia radio	10 () 20 () 30 () 40 () 50 ()
4. Cobertura	Nacional () Regional () Internacional (X)
5. Número de estaciones	1 () 2 () 3 () 4 () 5 () 6 () 7 () 8 () 9 () 10 ()
6. Tiempo de programación al día	1 () 2 () 3 () 4 () 5 () 6 () 7 () 8 () 9 () 10 ()
7. Anular partes de contenidos por período / hora del día	Sí () No (X)
18. Recursos Humanos	
1. Staff de dirección	Directores: 1 Subdirectores: 0
2. Número de editores de audio	1
3. Número de editores de video	1
4. Número de personas administrativas	1
5. Número total de empleados	1
6. Número de empleados con título de ingeniería	0
7. Número de empleados sin título	1
19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN	
1. Tipo	(X)
2. Lengua	ES
3. Noticias y Audio vídeo	(X)
4. Pregrabados y animados	(X)
5. Publicidad	(X)
6. Servicios para computadoras	(X)
7. Clasificados nacionales en vivo	(X)
8. Servicios Comunitarios	(X)
9. Programación	(X)
10. Otros productos o servicios	Asesoría jurídica
11. Producto o servicio que ofrecemos	Radio 95.7

Nombre de la persona que nos proporciona la información: David de la Cruz Torres
 Correo Electrónico: daiv@radio957.com
 Teléfono: 078 250 1000
 Firma y Sello de la institución: [Firma]



Observaciones Generales de la entrevista: Se dio apoyo en internet en un formato excel y con correo HD, los datos de audio se dieron en un archivo de audio y se dio apoyo en el diseño de la página web que permite tener información de los programas y horarios de cada uno de los programas de la radio que se emite a tiempo real.



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

VIA Comunicaciones

Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.
Ficha para levantar información.

Señor(s) encuestado(s) sinapse contestar las siguientes preguntas, ya que nos ayudarán a establecer la situación actual de las empresas de comunicación del país y contribuir en el desarrollo del primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL						
1. Nombre de la Empresa	Sociedad Anónima Móvil S.A. (SAM)					
2. Razón Social	Sociedad Anónima Móvil S.A.					
3. RUC	0602002850001					
4. Ciudad	Provincia - Cotacachi Cantón Cotacachi					
5. Dirección física	Calle 1009					
6. Datos de ubicación	Teléfono:	Fax:	E-mail:	Web:		
	Código Postal:	Estado:	País:	Facebook:	Twitter:	
7. Nombre de promotor(es) / fundador(es)	César González Alvarado					
8. Nombre de propietarios (accionistas)						
9. Nombre de representante legal						
10. Nombre de directivos						
11. ¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si (S) <input type="checkbox"/>		No (N) <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique su nombre:	
12. Fecha de fundación	26 Mayo 2005					
13. Objeto social (Misión)	Atender al cliente móvil en servicios de telefonía, a través de servicios móviles, que permitan al usuario utilizar cualquier servicio de telefonía y de datos en cualquier momento y lugar.					
14. Organización social	Pública ()	Privada (S)	¿Es qué tipo?	Unidad (U)	Grupos (G)	Asociación (A)
15. Tipo de capital	Simple (S)	Autorizado (A)	Saber por acción (S)			
16. Sector al cual pertenece	Mercado ()	Medio Digital ()	Revista ()	Radio (X)	Televisión ()	Productoras Audiovisuales ()
					Productoras Cinematográficas ()	Agencias de Marketing y Publicidad ()
						Agencias de Relaciones Públicas ()

Ficha de Encuestado: 0000

SECTOR BARRIO						
17. Morfología de la Empresa						
1. Tipo de estación	Comercial (S) <input checked="" type="checkbox"/>	Comunitaria ()	Pública ()			
2. Presencia:	AM ()	FM (S) <input checked="" type="checkbox"/>	DM ()	Otra estación	Web ()	
3. Número de frecuencia radial	56.3 FM					
4. Cobertura:	Local (S) <input checked="" type="checkbox"/>	Provincial ()	Nacional ()	Internacional ()		
5. Número de repeticiones	-					
6. Tiempo de programación al día	20 horas					
7. Anular partes de programas por períodos / temporadas de año						
18. Recursos Humanos						
1. Staff de dirección	Número Directores	01				
	Número Subdirectores	-				
2. Número de editores de audio	05					
3. Número de editores de video	05					
4. Número de personal administrativo	01					
5. Número total de empleados	09					
6. Número de empleados con título de tercer nivel	-					
7. Número de empleados con título	08					
19. Productos y servicios que ofrece						
1. Spot	<input checked="" type="checkbox"/>					
2. Imagen	<input checked="" type="checkbox"/>					
3. Promoción y audio móvil	<input checked="" type="checkbox"/>					
4. Investigativa y animación	<input checked="" type="checkbox"/>					
5. Publicidad	<input checked="" type="checkbox"/>					
6. Servicios para comunicadores	<input checked="" type="checkbox"/>					
7. Científicos mencionados en vivo	<input checked="" type="checkbox"/>					
8. Servicios comunitarios	<input checked="" type="checkbox"/>					
9. Programación pública	<input checked="" type="checkbox"/>					
10. Otros productos o servicios						
11. Productos o servicios más demandados:	Promoción					
Anexar tarifa de productos y servicios						
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN						

Nombre de la persona que nos proporciona la información: Don Gustavo Alvarado
 Correo Electrónico: _____
 Teléfono: 2983 167
 Firma y Sello de la institución:

Observaciones Generales de la entrevista: Se entregó ficha con los resultados de la encuesta y se le entregó el informe de resultados de la encuesta.

Ficha de Encuestado: 0000



VIA Comunicaciones
Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.
Ficha para levantar información.

Señor(a) encuestaado(a) si véase contestar las siguientes preguntas, ya que nos ayudarán a establecer la situación actual de las empresas de comunicación del país y contribuir en el desarrollo del primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL	
1 Nombre de la Empresa	COMUNICACIÓN 102.4 FH
2 Razón Social	Participación Auto Radio Loja
3 RUC	0602372385001
4 Ciudad	Loja
5 Dirección física	Av. 29 de Septiembre 2024 y Av. Bolívar
6 Datos de ubicación	Teléfono: Cel: 011-85501
	Fax: E-mail: Facebook: Twitter:
7 Nombre de promotores / fundadores	Auto Radio Participación Auto
8 Nombre de propietarios (accionistas)	Auto Radio Participación Auto y Auto
9 Nombre de representante legal	Auto Radio Participación Auto
10 Nombre de directivos	
11 ¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si () No (X) Digame si quiere:
12 Fecha de fundación	15 de mayo 2008
13 Objeto social (Misión)	
14 Organización social	Asociación () Privada (X) ¿Cón qué tipo? Limitada () Sociedad () Autónoma () Valor por acción ()
15 Tipo de capital	
16 Sector al cual pertenece	Presencia () Medio Digital () Revista () Radio (X) Televisión () Productoras Audiovisuales () Productoras Cinematográficas () Agencias de marketing y publicidad () Agencias de Relaciones Públicas ()

FECHA DE ENTREGA: 08/05/2011

SECTOR RADIO	
1 Tipo de estación	Comercial (X) Comunitaria () Pública ()
2 Presidencia	AM () FM (X) Otro: especificar: ()
3 Número de frecuencia radio	102.4 FM
4 Cobertura:	Local () Provincial (X) Nacional () Internacional ()
5 Número de repeticiones	01 hora
6 Tiempo de programación al día	01 hora
7 Anotar cambio de contenidos por períodos / temporadas del año	

18. Recursos Humanos	
1 Staff de dirección	Número Directores: 01 Número Subdirectores: 01
2 Número de editores de audio	01
3 Número de técnicos de radio	01
4 Número de personal administrativo	01
5 Número total de empleados	01
6 Número de empujados con título de licenciado	01
7 Número de empujados en título	01

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN	
1 Tipo	(X) * 20
2 Ingre	(X) * 20
3 Partidos e audio móvil	() * 10
4 Presentadores y animadores	(X)
5 Publicidad	(X) * 100 como servicio (10)
6 Servicios para ceremonias	(X) * 5 + actividades / programas
7 Servicios especiales en vivo	(X) * 100 como servicio (10)
8 Servicios simultáneos	(X) * 100 como servicio (10)
9 Programación Pública	(X) * 100 como servicio (10)
10 Otros productos o servicios:	
11 Producto o servicio más demandado:	Publicidad
Anotar tarifa de producto y servicio	
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN	

Nombre de la persona que nos proporciona la información: Alma Yacoya
Correo Electrónico: ayacoya@comunicacion1024fh.com
Teléfono: 011-85501
Dirección y teléfono de la institución: Loja
Situación 102.4 FH
0602372385001
Observaciones Generales de la entrevista: de buena para obtener la información fue muy buena.

FECHA DE ENTREGA: 08/05/2011



VIA Comunicaciones
Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.
Ficha para levantar información.

Señor(s) encuestado(s) si/vas contestar las siguientes preguntas, ya que nos ayudarán a establecer la situación actual de las empresas de comunicación del país y contribuir en el desarrollo del primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL					
1. Nombre de la Empresa	Radio y Periódico				
2. Razón Social	Radio Comunal Radio Lojano				
3. RUC	0401163196-0001				
4. Ciudad	El Cajas				
5. Dirección física	Avenida 12-28 y Villavieja 100m				
6. Datos de ubicación	Teléfono	Fax	E-mail	Web	
	2940825	2940824	radio1011fm@yahoo.es	http://www.radio1011fm.com	
	Código Postal	País	Provincia	Cantón	Tecno:
					Radio Comunal RLS FR.
7. Nombre de promotor(es) / fundador(es)	Gabo Magaña E.				
8. Nombre de propietarios (accionistas)	Gabo Magaña E.				
9. Nombre de representante legal	Gabo Magaña E.				
10. Nombre de directivos					
11. ¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si ()	No (X)	Especificar su nombre: Gabo Magaña E.		
12. Fecha de fundación	2 de Diciembre de 1998				
13. Objeto social (Misión)	Es una emisora que brinda un servicio de informar, entretener y con sus espacios de servicio social a la colectividad en avisos de empleo y ventas, con un apoyo mutuo para su audiencia				
14. Organización social	Grupos ()	Asociación (X)	Unidad ()	Empresa ()	Comercial (X)
15. Tipo de capital	Suscrito ()	Aportado (X)	Valor por acción ()	Reserva ()	Próximo ()
16. Sector al cual pertenece	Personas ()	Medios Digitales ()	Radio ()	Radio (X)	Televisión ()
					Productores Audiovisuales ()
					Productores Cinematográficos ()
					Agencias de marketing y publicidad ()
					Agencias de Relaciones Públicas ()

SECTOR RADIO			
17. Patrimonio de la Empresa	Comercial (X)	Comunitaria ()	Pública ()
1. Tipo de estación	AM ()	FM (X)	Otro, especificar: ()
2. Frecuencia	95.3 FM		
3. Número de frecuencia canal	FM y TV		
4. Cobertura	Local ()	Provincial (X)	Nacional ()
5. Número de repeticiones	24 horas		
6. Horario de programación al día	24 horas		
7. Anular partes de contenidos por sanciones / suspensiones del año			

18. Recursos Humanos	
1. Staff de dirección	Nombre Director(es) _____ Nombre Subdirectores _____
2. Número de editores de audio	
3. Número de locutores de radio	
4. Número de personal administrativo	
5. Número total de empleados	
6. Número de empleados con título de tercer nivel	
7. Número de empleados de título	

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFERTA	
1. Sonido	(X)
2. Imagen	()
3. Perifoneo y audio móvil	()
4. Presentaciones y animaciones	(X)
5. Publicidad	(X)
6. Servicios para comunidades	()
7. Clasificados mercadeo en vivo	(X)
8. Servicios comunitarios	(X)
9. Propaganda/Pósters	(X)

¿Oferta productos o servicios?
() Producto o servicio más demandado: radio y televisión

Agradeceríamos su producto y servicio
Por de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Nombre de la persona que nos proporciona la información: _____
Correo Electrónico: _____
Teléfono: _____
Firma y Sello de la institución: _____

Observaciones Generales de la entrevista: Se preguntó de si solo se refiere a las informaciones, la información que se refiere a los datos de las emisoras de radio y televisión.

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

VIA Comunicaciones
Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.
Ficha para levantar información.

Señor(x) representante(s) sírvase contestar las siguientes preguntas, ya que nos ayudarán a establecer la situación actual de las empresas de comunicación del país y contribuir en el desarrollo del primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL					
1. Nombre de la Empresa	Radio "Tribuna" S. A.				
2. Razón Social	Radio Compañía Seguridad Jurídica				
3. RUC	0001100110001				
4. Ciudad	Loja				
5. Dirección física	Avenida 25 de Agosto y Calle 12 de Agosto				
6. Datos de ubicación	Latitud	Longitud	Forma	Web	
	Código Postal	Región	Facebook	Twitter	
7. Nombre de promotor(es) / Fundador(es)	Gustavo Mayano García				
8. Nombre de propietarios (accionistas)	Gustavo Mayano García				
9. Nombre de representante legal	Gustavo Mayano García				
10. Nombre de directivos					
11. ¿Pertenece a un grupo de empresas?	No / Si				
12. Fecha de fundación	19 de febrero de 2011				
13. Objeto social (Misión)	Trabaja para crear una comunidad del pueblo para promover y proporcionar al público recursos educativos, culturales, deportivos, científicos, tecnológicos, sanitarios, laborales y otros servicios, atendiendo las requerimientos del mercado con equipos de alta tecnología, recursos humanos de alta profesional, calificados y con fuerte compromiso social.				
14. Organización social	Pública ()	Privada ()	¿De qué tipo?	Limitada ()	Open ()
15. Tipo de capital	Subscrito ()	Autorizado ()	Valor por acción ()		
16. Sector al cual pertenece	Presencia ()	Medios Digitales ()	Radios ()	Retro ()	Televisión ()
	Productoras Audiovisuales ()	Productoras Cinematográficas ()	Agencias de Marketing y Publicidad ()	Agencias de Relaciones Públicas ()	

SECTOR RADIO					
1. Tipo de estación	Comercial ()	Comunitaria ()	Presencia ()		
2. Frecuencia	FM ()	AM ()	SW ()	¿Otra estación ()	()
3. Número de frecuencia radial	101.3 FM				
4. Cobertura	Local ()	Provincial ()	Nacional ()	Internacional ()	
5. Sistema de programación	24/7				
6. Tiempo de programación al día	24/7 horas				
7. Área geográfica de cobertura por períodos / temporadas del año					

18. Recursos Humanos	
1. Staff de dirección	Número Directores: 1 Número Subdirectores: 0
2. Número de editores de audio	0
3. Número de locutores de radio	0
4. Número de personal administrativo	0
5. Número total de empleados	0
6. Número de empleados con título de tercer nivel	0
7. Número de empleados sin título	0

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE	
1. Spot	()
2. Anuncio	()
3. Periódico o audio móvil	()
4. Presentadores y animadores	()
5. Subtitulos	()
6. Servicios para comunicadores	()
7. Servicios relacionados en web	()
8. Servicios comunitarios	()
9. Propaganda/Políticas	()
10. Otros productos o servicios	()
11. Producto o servicio más demandado	24/7/24
Anexo Tarifario de producto y servicio	
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN	

Número de la persona que nos proporciona la información: Gustavo Mayano G.
Correo Electrónico: terceron1013fm@yaho.com.ec
Teléfono: 2940824
Firma y Sello de la institución:
RADIO TRIBUNA 101.3 FM
Gustavo Mayano G.
Gerente

Observaciones Generales de la entrevista:



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

VIA Comunicaciones
Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.
Ficha para levantar información.

Señor(a) encuestado(a) sírvase contestar las siguientes preguntas, ya que nos ayudarán a establecer la situación actual de las empresas de comunicación del país y contribuir en el desarrollo del primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL									
1. Nombre de la Empresa	Radio Horizonte								
2. Razón Social	Unión de Organizaciones Sociales de Loja								
3. RUC	09000178000								
4. Ciudad	Loja								
5. Dirección Exacta	C. San Sebastián (Cra. 24 Sur) 572 y 900m								
6. Datos de ubicación	Código Postal	Fax	E-mail	Web					
	Código Postal	Dirig	Facebook	Twitter					
7. Nombre de promotoras / fundadoras	Marianela Los Andes								
8. Nombre de propietarios (accionistas)									
9. Nombre de representante legal	Marianela Los Andes								
10. Nombre de directivos	Marianela Los Andes, María Amparo Torres, Olga María Corchero								
11. ¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si ()	No (X)	Grupo de empresas						
12. Fecha de fundación	1 - 1 - 97								
13. Objeto social (Misión)									
14. Organización social	Unión ()	Cooperativa ()	De qué tipo	Limitada ()	Asociación ()	Redes ()			
15. Tipo de capital	Abierta ()	Ahorro ()	Valor por acción ()						
16. Sector al cual pertenece	Presencia ()	Medios Digitales ()	Revista ()	Radio (X)	Televisión ()	Productoras Audiovisuales ()	Productoras Cinematográficas ()	Agencias de marketing y publicidad ()	Agencias de Relaciones Públicas ()

SECTOR RADIO

17. Tecnología de la Empresa			
1. Tipo de estación	Comercial (X)	Comunitaria ()	Pública ()
2. Frecuencia	AM ()	FM (X)	Otro: especificar ()
3. Número de frecuencia radio	FM 97.3 y 97.9 MHz en Loja		
4. Cobertura	Local ()	Provincial ()	Internacional ()
5. Número de repeticiones			
6. Tiempo de programación al día	24 horas		
7. Atención por vía de contenidos por personas / temporadas (al día)			
18. Recursos Humanos			
1. Staff de dirección	Número Directores	6	
	Número Subdirectores	1	
2. Número de editores de audio	1		
3. Número de editores de video	0		
4. Número de personal administrativo	5		
5. Número total de empleados	12		
6. Número de empleados con título de tercer nivel	3		
7. Número de empleados con título	3		
19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFERTA			
1. Tipo de programa	()		
2. Juego	()		
3. Perfilado y audio radial	()		
4. Presentadores y animadores	(X)		
5. Publicidad	(X)		
6. Servicios para computadores	()		
7. Servicios de impresión en video	(X)		
8. Servicios comunitarios	(X)		
9. Programas educativos	(X)		
10. Otros productos o servicios			
11. Producto o servicio más desarrollado	Radio comunitaria		
Anexo: listado de productos y servicios			
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN			

Nombre de la persona que nos proporciona la información: Angie Beth Cardo
 Correo Electrónico: radiohorizonte@radiohorizonte.com.ec
 Teléfono: 078621000
 Firma y Sello de la institución: Loja



Observaciones Generales de la entrevista: _____



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
 ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
 VIA Comunicaciones
 Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.
 Ficha para levantar información.

MAPA DE COMUNICACIÓN DEL ECUADOR UTP 2011

Señor(s) encuestado(s) sírvase contestar las siguientes preguntas, ya que nos ayudarán a establecer la situación actual de las empresas de comunicación del país y contribuir en el desarrollo del primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL						
1. Nombre de la Empresa	TVA Com 18 / VIS-Loja TV S.A					
2. Razón Social	TVA Com 18 / VIS-Loja TV S.A					
3. RUC	0913214690-3					
4. Ciudad	Loja					
5. Dirección física	Av. 9 de Julio 1045 - Loja					
6. Datos de ubicación	Teléfono (código país)	Teléfono (código ciudad)	Código postal	País	Internet	Web
	00591	0942620	0942620	Ecuador		www.tvchinango.com
7. Nombre de propietarios / fundadores	Marcelo Pino					
8. Nombre de propietarios (accionistas)						
9. Nombre de representante legal						
10. Nombre de directivos						
11. ¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si () No (X) ¿Especifique la razón:					
12. Fecha de fundación	12 - Noviembre - 1997					
13. Objeto social (Módulo)						
14. Organización social	Código ()	Privado (X)	Subvencionado ()	Estado ()	Autónoma ()	Fecha ()
15. Tipo de capital	Privado (X)	Subvencionado ()	Estado ()	Autónoma ()	Fecha ()	
16. Sector al cual pertenece	Presencia ()	Medios Digitales ()	Reserva ()	Radio ()	Televisión (X)	Productoras Audiovisuales () Productoras Cinematográficas () Agencias de marketing y publicidad () Agencias de Relaciones Públicas ()

MAPA DE COMUNICACIÓN DEL ECUADOR UTP 2011

SECTOR RADIO

17. Morfología de la Empresa			
1. Tipo de actividad	Comercial ()	Comunicación (X)	Cultura ()
2. Presencia	NM ()	PR (X)	OT ()
3. Número de frecuencias iniciales	001 - 5		
4. Cobertura	Nacional ()	Provincial (X)	Internacional ()
5. Número de repeticiones	01		
6. Tiempo de programación al día	24 horas		
7. Anular permito de cobertura por períodos / temporadas del año			

18. Recursos Humanos		
1. Staff de dirección	Directores () Gerentes () Subdirectores ()	01
2. Número de editores de audio	01	
3. Número de locutores de radio	01	
4. Número de personal administrativo	01	
5. Número total de empleados	02	
6. Número de actividades por tipo de sector (radio)	01	
7. Número de empleados en sitio	01	

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN	
1. Spot	(X)
2. Ingre	(X) 10
3. Perforas y audio radial	() 20
4. Presentadores y animadores	() 20
5. Publicidad	()
6. Servicios para computadores	() 10
7. Clases/módulos en vivo	()
8. Servicios comunitarios	()
9. Programas educativos	()
10. Otros productos o servicios	
11. Producto o servicio más demandado:	0942620 / 0942620

Anexar tarifa de producto y servicio
 Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Nombre de la persona que nos proporciona la información: Marcelo Pino Pino + Anónimo de datos

Correo Electrónico: 091.042620

Teléfono: 0942620

Firma y Sello de la institución: GP

Observaciones Generales de la entrevista: No pudo ponerse a un Organismo con el equipo

06/11/2011 - 11:00 am - Loja



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

VIA Comunicaciones
Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.
Ficha para levantar información.

Señor(s) encuestado(s) sírvase contestar las siguientes preguntas, ya que nos ayudarán a establecer la situación actual de las empresas de comunicación del país y contribuir en el desarrollo del primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL	
1 Nombre de la Empresa	TV LOJA
2 Razón Social	YERGENIA S.P.A
3 RUC	18 010 016 010 000
4 Ciudad	Loja
5 Dirección física	Manuel López de Velasco 700 y segunda Avenida - Loja
6 Datos de ubicación	Teléfono: (07) 330 1111 Correo: info@grupotvloja.com.ec Web: www.grupotvloja.com.ec Código Postal: 080100 Sitio: - Facebook: - Twitter: -
7 Número de promotores / fundadores	7 personas (entre ellas el grupo de la UPLM y el grupo de la UPLM)
8 Número de propietarios (accionistas)	7 personas (entre ellas el grupo de la UPLM y el grupo de la UPLM)
9 Número de representantes legales	1 persona (entre ellas el grupo de la UPLM y el grupo de la UPLM)
10 Número de directivos	7 personas (entre ellas el grupo de la UPLM y el grupo de la UPLM)
11 Pertenece a un grupo de empresas?	Si () No ()
12 Fecha de fundación	7 personas (entre ellas el grupo de la UPLM y el grupo de la UPLM)
13 Objeto social (Misión)	
14 Organización social	Forma () Privada () CDE que tipo? () Unidad () Filial () Sucursal () Sede ()
15 Tipo de capital	Público () Autorizado () Valor por acción ()
16 Sector al cual pertenece	Prensa () Radio Diaria () Servicio () Otro () Televisión () Productores Audiovisuales () Productores Cinematográficos () Agencias de marketing y publicidad () Agencias de Relaciones Públicas ()

EMPRESAS DE TELEVISIÓN													
17. Morfología de la Empresa													
1 Tipo de estación	Comunitaria () Privada (X) Pública ()												
2 Número de frecuencias del canal de televisión													
3 Cobertura	Nacional () Internacional ()												
4 Número de estaciones													
5 Anular puntos de contacto por periodo / temporadas del año													
18. Recursos Humanos													
1 Staff de dirección para programación de TV	<table border="1"> <tr><td>Número directivos</td><td>01</td></tr> <tr><td>Número subdirectivos</td><td>01</td></tr> <tr><td>Número jefes de edición</td><td>01</td></tr> <tr><td>Número organizadores</td><td>04</td></tr> <tr><td>Número asesores de dirección</td><td>01</td></tr> <tr><td>Número asesores de producción</td><td>02</td></tr> </table>	Número directivos	01	Número subdirectivos	01	Número jefes de edición	01	Número organizadores	04	Número asesores de dirección	01	Número asesores de producción	02
Número directivos	01												
Número subdirectivos	01												
Número jefes de edición	01												
Número organizadores	04												
Número asesores de dirección	01												
Número asesores de producción	02												
2 Número de redacciones	01												
3 Número de personal de documentación	01												
4 Número de corrección	01												
5 Número de técnicos	01												
6 Número de técnicos de TV	01												
7 Número de productores	01												
8 Número de realizadores	01												
9 Número de personal de apoyo	01												
10 Número de editores de TV	01												
11 Número de camógrafos	01												
12 Número de sonidistas	01												
13 Número de técnicos en iluminación	01												
14 Número de asistentes técnicos de producción	01												
15 Número de personal de recursos, logística y transporte	01												
16 Número de personal de ventas	01												
17 Número de personal de mantenimiento	01												
18 Número de personal administrativo	01												
19 Recursos total de empleados	41												
20 Número de empleados con título de tercer nivel	01												
21 Número de empleados sin título	01												
19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN													
1 Espots publicitarios	15												
2 Campañas publicitarias	15												
3 Anuncios	15												
4 Clasificados mercaderes en sus programas	15												
5 Productores	15												
6 Presentadores y Animadores	15												
7 Otros productos o servicios													
8 Producto o servicio más demandado	15												
Anexar tariffario de productos y servicios													
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN													
Nombre de la persona que nos proporciona la información: <u>José Marcelo Piro (Asesor externo)</u>													
Correo Electrónico: <u>jp@tvloja.com</u>													
Teléfono: <u>3301111</u>													
Firma y Sello de la institución:													
Observaciones Generales de la entrevista:													



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

VIA Comunicaciones
Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.
Ficha para levantar información.

Señor(s) representante(s) por favor contestar las siguientes preguntas, lo que nos ayudará a establecer la situación actual de las empresas de comunicación del país y contribuir en el desarrollo del primer Mapa de Comunicación del Ecuador.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL	
1. Nombre de la Empresa	TV DIGITAL
2. Razón Social	COMERCIAL SENSIBILIZADA EXTRA FISCAL
3. NIT	0302937200000
4. Ciudad	CHACACAY - CAMBOMORON
5. Dirección física	QUITO - VÍA EL AGUILAR
6. Datos de ubicación	Telefono: 032937300 Fax: 032937342 E-mail: tedigital.pe@telefonos.com
	Web: www.comercialsensibilizada.com
7. Nombre de promotor(es) / fundadores	EXTRA COMERCIAL SENSIBILIZADA
8. Nombre de propietarios (accionistas)	
9. Nombre de representantes legal	
10. Nombre de directivos	
11. ¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si () No (X) ¿Figura la razón? ()
12. Fecha de fundación	EXTRA - (11 - 2000)
13. Objeto social (Misión)	Trabajar por la educación, cultura en pro del desarrollo del Cantón Chunchi a través de la difusión e inclusión de la ciudadanía.
14. Organización social	ASOCIACIÓN () DE QUE TIPO? () LIMITADA (X) S.A. () ANONIMA () S.R.L. ()
15. Tipo de capital	Capital () Autorizado (X) Emitido por acción ()
16. Sector al cual pertenece	Aerospacial () Bienes Digitales () Energía () Salud () Telecomunicaciones (X) Inmóvil () Manufacturas () Químicas () Farmacia y productos () Alimentos de consumo ()

EMPRESAS DE TELEVISIÓN

17. Estructura de la Empresa

1. Tipo de empresa: Compañía () Privada (X) Pública ()

2. Número de frecuencias del canal de televisión: _____

3. Cobertura: Local () Nacional () Internacional ()

4. Número de espectadores: _____

5. ¿Aporta pauta de comerciales por períodos / temporadas del año?

18. Recursos Humanos

1. Staff de dirección para programación de TV.	Número directivos	
	Nombre: _____	
2. Número de redactores	Nombre: _____	
	Subdirectivos	
3. Número de personal de documentación	Nombre jefe de redacción	
	Nombre: _____	
4. Número de correograbados	Nombre: _____	
	Nombre: _____	
5. Número de productores	Nombre: _____	
	Nombre: _____	
6. Número de conductores de TV	Nombre: _____	
	Nombre: _____	
7. Número de productores	Nombre: _____	
	Nombre: _____	
8. Número de redactores	Nombre: _____	
	Nombre: _____	
9. Número de personal de edición	Nombre: _____	
	Nombre: _____	
10. Número de camarógrafos	Nombre: _____	
	Nombre: _____	
11. Número de operadores	Nombre: _____	
	Nombre: _____	
12. Número de técnicos en iluminación	Nombre: _____	
	Nombre: _____	
13. Número de asistentes técnicos de producción	Nombre: _____	
	Nombre: _____	
14. Número de personal de vestuario, maquillaje y maquillaje	Nombre: _____	
	Nombre: _____	
15. Número de personal de control	Nombre: _____	
	Nombre: _____	
16. Número de personal de administración	Nombre: _____	
	Nombre: _____	
17. Número de personal administrativo	Nombre: _____	
	Nombre: _____	
18. Número total de empleados	Nombre: _____	
	Nombre: _____	
19. Número de empleados con título de grado superior	Nombre: _____	
	Nombre: _____	
20. Número de empleados en planta	Nombre: _____	
	Nombre: _____	

19. Productos y servicios que ofrece

1. Spots publicitarios	()
2. Campañas publicitarias	()
3. Programas	()
4. Clasificados mencionados en vivo	()
5. Productora	()
6. Presentadores y Animadores	()
7. Otros productos o servicios: <i>Producción de programas, publicidad, etc.</i>	()
8. Productos o servicios más demandados: <i>Producción de programas, publicidad, etc.</i>	()

Buscar tallerista de producto y servicio

Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Nombre de la persona que nos proporciona la información: _____
Correo Electrónico: _____
Teléfono: _____
Firma y Sello de la institución: _____

Observaciones generales de la entrevista: *Se supuso por parte de los entrevistados que había prohibido entregar la lista de informaciones por canales de prensa de radio. Se informaron que se logró reunir la base de datos siguiendo el orden en los...*

