



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 Licenciada en

Comunicación Social

AUTOR: Montserrat Mantilla Pazmiño

DIRECTOR DE TESIS: Lic. José Luis Alvarado

CENTRO UNIVERSITARIO “AMBATO” - 2011

ÍNDICE

CAPÍTULO I. PARTE INTRODUCTORIA	5
1.1. Introducción	5
1.2. Objeto formal	6
1.3. Objetivos	6
 CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	 7
2.1. Historia y evolución de los medios de comunicación en Ecuador en las últimas dos décadas	7
2.2. Propiedad de los medios de comunicación en Ecuador	9
2.2.1 Situación actual de los medios de comunicación	11
2.2.2 La industria de la comunicación en el Ecuador	11
2.3. Mapas de medios	12
2.3.1 Mapa	12
2.3.2 Comunicación	12
2.3.2.1 Revistas	13
2.3.2.2 Prensa	13
2.3.2.3 Radio	13
2.3.2.4 Televisión	14
2.3.2.5 Productoras Audio visuales	14
2.3.2.6 Agencias de Marketing y Publicidad	14
2.3.2.7 Medios Digitales	14
2.3.3 Mapas de Medios de Comunicación	15
2.3.4 Mapas de Medios de Comunicación en el Mundo	15
2.3.5 Mapas de medios / trabajos similares en el Ecuador	23
 CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN DE CAMPO	 27
3.1. Metodología: Levantamiento de datos por medio de la ficha de información	27
3.1.1 Técnica empleada: Ficha	27

3.1.2 Descripción de los medios y unidades asignados a cada estudiante	27
3.1.3 Variables: Información General y Legal, Morfología de la Empresa, Recursos Humanos, Productos y servicios que ofrecen	27
3.1.3.1 Diario La Hora	27
3.1.3.2 Diario El Heraldó	31
3.1.3.3 Ambavisión	33
3.1.3.4 Unimax	35
3.1.3.5 Patv Producciones	37
3.1.3.6 Unimax RTU	39
3.1.3.7 Visualart Medios Audiovisuales	41
3.1.3.8 Scala Publicidad	44
3.1.3.9 Integra2	45
3.1.3.10 Radio Romance	48
3.1.3.11 Radio Rumba	49
3.1.3.12 Radio Melodía	51
3.1.3.13 Radio Bandida	53
3.1.3.14 Radio Caracol	55
3.1.3.15 Radio Centro	56
3.1.3.16 Radio Bonita	58
3.1.3.17 Radio Hola	60
3.1.3.18 Radio Panamericana	60
3.1.3.19 Radio Fiesta	62
3.1.4 Procedimiento	64
3.1.4.1 Contraste de la información	65
3.2. Presentación de resultados en cuadros estadísticos (columnas)	65
3.2.1 Prensa	66
3.2.2 Radio	70

3.2.3 Televisión	73
3.2.4 Productoras Audiovisuales	77
3.2.5 Agencias de Marketing y Publicidad	80
3.3. Presentación de cruces de información en cuadros estadísticos (barras)	83
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS INDIVIDUAL DE RESULTADOS	86
4.1. De los medios y empresas investigadas	86
4.1.1 Prensa	86
4.1.2 Radio	87
4.1.3 Televisión	89
4.1.4 Productoras Audiovisuales	90
4.1.5 Agencias de Marketing y Publicidad	91
4.2. De las áreas investigadas en los medios y empresas de comunicación	92
CONCLUSIONES	93
BIBLIOGRAFÍA	94
ANEXOS	95
Fichas elaboradas a mano de los medios y empresas de comunicación investigados	

CAPITULO I

PARTE INTRODUCTORIA

1.1 Introducción

La comunicación es de vital importancia para la transmisión de ideas, pensamientos y conocimientos, los medios de comunicación masiva acercan la comunicación de toda la nación y el mundo. Es menester que estos medios estén agrupados en un directorio o en mapa de medios para que su búsqueda sea cada vez más rápida y accesible, para ello el aprovechamiento de la tecnología permitirá brindar al usuario un mapa interactivo y completo.

El mapa de medios de comunicación del Ecuador servirá como herramienta de consulta para las personas que están inmersas en la comunicación social tanto prensa, televisión, radio, medios digitales, productoras audiovisuales, agencias de marketing y publicidad, y agencias de relaciones públicas. Estará basado en estudios de directorios de comunicación realizados por otros países y en la experiencia de comunicadores sociales en el Ecuador, que han realizado trabajos previos de mapas y que han tenido éxito en este ámbito.

En el Ecuador ya se han recopilado datos de medios de comunicación, pero falta complementarlos con información personalizada de los diferentes medios. Por ello en este proyecto masivo se estructurará un mapa de comunicación que facilite el acceso a la información de determinados medios. Formará parte del proyecto masivo del LA UTPLE carrera de Comunicación Social.

Para la recopilación de información se realizará visitas personales a los medios, para constatar cuál es la situación de la comunicación en general, detectar en qué condiciones se encuentran y cómo funcionan los medios comunicativos de nuestra nación, y así acercarnos a un diagnóstico valioso de lo que ocurre en la actividad comunicativa en nuestro país.

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 actual de los medios de comunicación y las perspectivas de la profesión del comunicador social actualmente y a 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 Ecuador en las últimas dos décadas.

Es necesario revisar la historia para entender como se ha desarrollado la comunicación en el país, los medios masivos aparecieron en nuestro país, al igual que en el resto de Latinoamérica, muy relacionados con procesos políticos y económicos solo aprendiendo los orígenes podemos aclarar dudas sobre la situación actual.

La primera imprenta fue traída al Ecuador, por el sacerdote jesuita José María Maugeri en 1755, se instaló en Ambato, cuatro años más tarde el padre Maugeri fue trasladado a Quito y se llevó con él la imprenta al seminario San Luis Rey. En 1792, se publica "Primicias de la cultura de Quito" por el Dr. Eugenio Espejo.

Aparece "El Quiteño Libre", en 1833, segundo periódico ecuatoriano editado por Pedro Moncayo, periódico que combatió al gobierno del Gral. Juan José Flores, motivando la revolución antifloreana del 12 de octubre de 1833, Flores asesinó a sus miembros entre ellos Ignacio Zaldumbide, el coronel Francisco Hall, Manuel Albán y más patriotas que dieron su vida por expresar sus ideas nacionalistas.

Juan Montalvo, escritor ambateño publica "El Cosmopolita" (1866) criticando abiertamente el gobierno del dictador García Moreno, periódico que le cuesta su primer destierro a Colombia. En mayo de 1875 "La dictadura perpetua" circula en Ecuador bajo el auspicio personal de Eloy Alfaro, el 6 de agosto es asesinado García Moreno por liberales en el Palacio de Gobierno. Montalvo al enterarse de la noticia dijo: "no ha sido el machete de Rayo, sino mi pluma quien le ha matado". También escribe los periódicos "El Regenerador" (1876), "Las Catilinas" (1880) publicado en Panamá, "El Espectador" (1886). Juan Montalvo es considerado ejemplo de periodismo combativo y panfletario.

En 1878 aparece Diario la Nación, escrito por liberales como Manuel Calle, Luciano Corral, Urbina Jado; en oposición al gobierno de Ignacio Veintimilla.

En 1884 se funda Diario el telégrafo, por Juan Murrillo Miro quien en sus inicios combatió a Plácido Caamaño. Fue propiedad del banquero Fernando Azpiazu, la ex agencia de garantías de depósitos (AGD) lo incautó a finales del 2002 y pasó a ser parte de los medios públicos. El contenido es de corte popular y su circulación gratuita. Es el más antiguo que existe hasta la actualidad.

La radiodifusión en el Ecuador nace en Riobamba, el 13 de Junio de 1929 desde una antigua bodega de una fábrica textil aparece Radio el Prado.

“Las emisiones se realizaban de 21 a 23 horas durante varios días por 5 horas diarias. Para entonces no existían leyes que regularan la radiodifusión actual únicamente se establecía una identificación; así por ejemplo a Sudamérica se le designaba la letra S y al Ecuador la letra E, por lo que en una primera instancia Radio el Prado utilizó la sigla SE1FG hasta que le designaron las actuales”. (Bassets 1951)

Según Ortiz (2009)“La primera emisora que funcionó en Ambato fue radio *La Voz del Progreso*, que surge luego del terremoto del 5 de agosto de 1949. Después esta emisora de onda corta se denominaría Radio Nacional Espejo, que perteneció a Gerardo Berborich propietario de la Cadena Amarillo Azul y Rojo (matriz en Quito). A través de estas ondas de cobertura nacional se transmitieron varias producciones radiofónicas de gran impacto para la época: "Kaliman", "Rayo de plata", "Porfirio Cadena, el ojo de vidrio". Además la programación de Radio Nacional Espejo de Ambato se caracterizó también por difundir historias creadas y dramatizadas en la propia estación con talentos nacionales como: Juan Francisco Felton, Carlos Navarrete, Jorge Pazmiño y Borja, Carlos Cortez.

“Fue en 1960 que gracias a la feria de Octubre que la televisión llega al puerto de Guayaquil tras convenio con la Casa de la Cultura, es así que Canal 4, que ahora denominada como Red Telesistema (RTS), obtiene el permiso de laborar y operar así es como nace la televisión en el Ecuador, siendo esta la primera empresa comercial que fue la Compañía Ecuatoriana de Televisión”. Disponible en <http://www.elnuevoempresario.com>. Consulta.26-04-2011.

Ese mismo año, Canal 4 obtuvo permiso para operar, de esta manera nació la televisión en Ecuador, fue la Casa de la Cultura que instaló la antena, y es la prensa que celebró a lo grande de este avance en los medios de comunicación del Ecuador.

En 1967 recién se crea el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, cuya función fue administrar el espacio radioelectrónico del país, pero la primera ley de radio difusión y televisión asoma recién en 1975. La ausencia de una normativa legal optima hizo que las frecuencias sean otorgada a políticos de turno, y el fin de estos medios de comunicación sea únicamente partidistas...”. (Punín. 2011, p.1,2)

Los medios aparecen por la necesidad de expresar ideas, nuestro país ha vivido momentos políticos en que el abuso y la tiranía han dominado la sociedad, los periódicos son el instrumento en que los librepensadores de cada época aportan con criterios en búsqueda de justicia, igualdad y libertad, los siglos IX y XX fueron prolíficos en periodistas y periódicos.

La comunicación debe ajustarse a los cambios de la sociedad, atendiendo a los avances tecnológicos.

2.2. Propiedad de los medios de comunicación en el Ecuador

En el Ecuador existe una concentración de medios, el 93 % de las empresas periodísticas son privadas. En la Constitución de Montecristi del 2008, se aprobó en su Art. 17 “El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad de la comunicación, y al efecto: garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico”, señala que no permitirá el oligopolio o monopolio de la propiedad de los medios de comunicación.

Con este artículo se busca la inclusión de sectores marginados como las mujeres, jóvenes, discapacitados e indígenas. Es imperiosa la necesidad de reformar la ley de Radiodifusión y Televisión vigente de 1975 para que este postulado constitucional tenga eficacia y aplicación práctica.

Se prohíbe a las entidades financieras ser dueñas de medios de comunicación, ya que al emitir informaciones que forman la opinión pública pueden servir a los intereses de sus dueños. Para evitar lo ocurrido en la crisis bancaria de 1999, ya que varios medios de comunicación eran de propiedad de banqueros responsables de dicha crisis, lo que no permitió que se imparta una información real, imparcial y verídica de los hechos que causaron el feriado bancario.

En la actualidad, se debate la Ley de comunicación, necesaria para regular a los medios, es fundamental una prensa libre que cuestione a las autoridades basándose en investigación, y que no esté subordinada a ningún poder.

No cabe duda que la evolución de los medios ha permitido que la información se globalice, cada medio llega a un diferente sector de audiencia, un medio complementa a otro, y sobreviven independientemente, el periódico y la radio son preferidos por público adulto, mientras que la televisión y el internet son sin lugar a dudas los medios que llegan al público más joven. En consecuencia es lógico que los propietarios de los medios sean accionistas de varias empresas de comunicación, esta tendencia se da en todo el mundo y también en nuestro país, puesto que no existe ningún precepto legal que lo prohíba.

Si revisamos lo que sucede en otras latitudes con respecto a la propiedad de los medios podemos advertir que en Europa, específicamente en el Reino Unido el 35 % de los periódicos pertenecen a la corporación de Rupert Murdoch magnate de la comunicación australiano. En Italia, Silvio Berlusconi es dueño de tres de las cuatro estaciones privadas de radiodifusión. En América domina la propiedad AOL-Time Warner y General Electric. En Méjico la familia Azcárraga propietaria del grupo Televisa y Ricardo Salinas dueño de TVAzteca. En Brasil tenemos la más grande cadena de América Latina El Grupo Globo, en Argentina el Grupo El Clarín, en Chile el primer grupo de comunicación El Mercurio pertenece a la familia Edwards, en Colombia el Grupo Bavaria.

Un grupo de corporaciones domina la propiedad de los medios de comunicación, esto ha hecho que el discurso que en ellos se emite sea enfocado al lucro, ayudado de la publicidad, con esto el rango diverso de opinión, los puntos de vista y el espacio para el debate han disminuido. Los intereses comerciales dominan, cada vez es más difícil el acceso a la agente de a pie a los medios independientes y a opiniones alternativas en los social, político y económico

2.2.1 Situación actual de los medios de comunicación

En la actualidad varios medios de comunicación masivos en nuestro país han sido fuertemente criticados por el gobierno, las críticas a estos medios se han basado en el hecho de que, según el Gobierno, han emitido información basada en supuestos, o han tergiversado la información de acuerdo con sus intereses¹. Ante esto los medios de comunicación masiva del Ecuador por medio de la asociación de canales de televisión, prensa y radiodifusoras han emprendido una campaña denominada más respeto por el medio de la cual pretenden mostrar como su libertad de expresión, es violada por el gobierno, y como esto repercute en la violación de la libertad de expresión y de información de las personas en general, que ellos asumen representar.

2.2.2 La Industria de la comunicación en el Ecuador

El panorama mediático en el Ecuador está destacado principalmente por ocho grupos principales que administran o participan de la industria mediática según lo identificó la Comisión de Auditoría de Frecuencias de Radio y Televisión. Estos son: Grupo El Juri, Grupo Isaías, Grupo Vivanco, Grupo Egas, Grupo Alvarado, Grupo Mantilla, Grupo Pérez y Grupo Martínez

El grupo El Juri es propietario de: Telerama, Telecuador Tv. Max S.A, y Orovisión.

El grupo Isaías era propietario de TC Televisión y Gamavisión, empresas que fueron incautadas por la AGD (Agencia de garantía de depósitos), ahora pertenecen al Estado.

El grupo Vivanco es propietario de: Diario La Hora, Tv Cable, Revista Vanguardia y cadena de Radios Planeta.

El grupo Egas era propietario de Teleamazonas, recientemente cambio la figura de sus acciones, es propietario también de Diners Club, Radio Colón, Revista Gestión y Soho.

El grupo Alvarado es propietario de Ecuavisa, Univisa y Revista Vistazo.

¹ Declaraciones dadas en la cadena de radio de Rafael Correa. El sábado 26 de diciembre de 2009.

El grupo Mantilla es propietario de Diario El Comercio, Diario Ultimas Noticias, Diario Super, y Marcador y Radio Platinum.

El grupo Pérez es el principal accionista, en el Diario El Universo, dueño de varias emisoras en Guayaquil y de la Revista El Financiero.

En el ámbito de radio y teledifusión, según las estadísticas de diciembre de 2010 de la Superintendencia de Telecomunicaciones existen 1205 radioemisoras en onda corta AM y FM y 444 canales de televisión, que incluyen las estaciones matrices y repetidoras de señal abierta en VHF y UHF tanto de propiedad privada como pública y comunitaria.²

Desde el año 2007, cuando Rafael Correa Delgado, asumió la presidencia de la República, el panorama mediático del país cambio. En este año se crearon los medios públicos. Ecuador TV (ECTV), Radio Pública del Ecuador (RPE) y el diario el Telégrafo. Con respecto a estos dos últimos medios, cabe señalar que la RPE reemplazo a la antigua Radio Nacional y que el diario el Telégrafo fue incautado por la Agencia de garantía de Depósitos (AGD) a su propietario, un ex banquero y pasó a ser administrado por el Estado³.

2.3. Mapas de Medios

2.3.1 Mapa

Un mapa es una representación gráfica y métrica de una porción de territorio generalmente sobre una superficie bidimensional pero que puede ser también esférica como ocurre en los globos terráqueos. El que el mapa tenga propiedades métricas significa que ha de ser posible tomar medidas de distancias, ángulos o superficies sobre él y obtener un resultado lo más exacto posible. Disponible en: www.wikipedia.com. Consultado: 05-05-2011

2.3.2. Comunicación

Comunicación viene del latín “comunicare” que significa compartir algo, poner en común. O sea que comunicar es transmitir las ideas y pensamientos y ponerlos en común. Intervienen en la comunicación, un emisor, un receptor, un mensaje y un canal. Para que

² Estadísticas de Radiodifusión y Televisión Superintendencia de Telecomunicaciones. Disponible en: <http://www.supertel.gov.ec/index.php/estadísticas.html>. (citado el 7 de febrero de 2011).

³ La Agencia de Garantías de Depósitos se creó en 1999, como consecuencia de la crisis financiera y bancaria, con la misión de pagar los depósitos garantizados de los clientes de las instituciones financieras y los procesos de saneamiento.

exista entendimiento se debe utilizar un código claro que permita ser decodificado. Los códigos pueden ser: lingüísticos la lengua oral o escrita es mayormente comprendida y no lingüísticos, gestos, señales y sonidos.

Emisor es quien emite el mensaje es la fuente que desea decir algo, receptor es quien recibe el mensaje que es lo que se quiere decir y el canal es el medio para hacerlo.

Comunicar es expresar ideas, opiniones, pensamientos a otras personas por medio del lenguaje oral o escrito también por señales y sonidos. La comunicación es importante porque en ella se basan todas las relaciones humanas.

2.3.2.1 Revistas

Es una publicación de aparición periódica, a intervalos mayores a un día. Se diferencian de los diarios donde la información es de actualidad, porque analizan los hechos, revisan sucesos de temas generales o especializados. En sus páginas abundan las imágenes y el color. Existen revistas de una amplia variedad de temas, dirigidas a públicos diversos.

2.3.2.2 Prensa

Se refiere a publicaciones impresas que se diferencian en función de su periodicidad. Esta periodicidad puede ser diaria, semanal, mensual o anual. Específicamente, el periódico es la publicación periódica que presenta noticias crónicas, reportajes y artículos de opinión o literarios.

2.3.2.3 Radio

Es un medio de difusión masivo que utiliza ondas hertzianas para llegar a un público muy diverso y de distintas clases sociales. Entre sus ventajas están la rapidez de la comunicación, incentiva la imaginación y permite realizar otras actividades. Es el medio más popular.

2.3.2.4 Televisión

Es un sistema para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia. Esta transmisión puede ser efectuada mediante ondas de radio o por redes especializadas de televisión por cable. El receptor de las señales es el televisor. La televisión es accesible a todo tipo de público y satisface numerosos deseos y necesidades del hombre, razones por las cuales, despierta gran atención entre casi toda la población.

2.3.2.5 Productoras audio visuales

Son aquellas que elaboran materiales para ser vistos o escuchados, en formatos de televisión o radio, respectivamente. Aunque la finalidad suele ser publicitaria, también encontramos en sus servicios la elaboración de materiales informativos y didácticos. Cabe mencionar que algunas productoras realizan también trabajos para cine.

2.3.2.6 Agencias de marketing y publicidad

Son empresas que brindan servicios de asesoramiento y apoyo externo a empresas, organizaciones y personas individuales en lo relacionado a la planificación, implementación y control de las actividades de marketing, como: Investigación de mercados, análisis de oportunidades y amenazas, elaboración de planes de marketing, diseño de estrategias y tácticas de marketing, control y monitoreo de las actividades desarrolladas, entre otras.

2.3.2.7 Medios digitales

Parten su origen en la web y son creados con el propósito de los periódicos on line en la mayoría de casos. Aunque no existan estos medios en grandes cantidades, valga el aporte informativo para definir su presencia dentro de los medios de comunicación del Ecuador. Los medios de comunicación digitales ya son los más utilizados entre la población mundial, que le dedica más horas semanales que a la televisión.

2.3.3 Mapas de medios de comunicación

Un mapa de comunicación es una representación gráfica de los medios de comunicación: radio, prensa, televisión y empresas en la superficie geográfica del Ecuador, distribuido en regiones y provincias.

En este mapa se concentraran los diferentes medios de comunicación y cada uno de ellos tendrá un detalle extensivo de información respecto a datos generales y legales, la morfología de las empresas, recursos humanos y principalmente los productos y servicios que ofrecen.

2.3.4 Mapas de medios de comunicación en el mundo

Estados Unidos

Estados Unidos no posee al momento un mapa de medios, en el internet se encuentran sitios que poseen información y enlaces a los portales oficiales de los medios. Se puede visualizar la información de las empresas por estados, ciudades y por medios de comunicación; pero no con mayores detalles.

The screenshot shows the website 'Mediosmedios.com.ar' with the following content:

- Header:** 'El medio de la comunidad virtual Mediosmedios Comunicación - Prensa - Educación'. Includes social media links for Twitter and Facebook, and the date 'Jueves, 5 de mayo de 2011'.
- Navigation:** 'Agregue Mediosmedios a sus Favoritos', 'Volver a la Página Principal', 'Haga de Mediosmedios su Página de Inicio'.
- Main Content:**
 - Capacitación y Formación:** A list of 25 courses including 'Curso de Redacción Periodística On Line', 'Curso de Periodismo radial', 'Curso de Oratoria', 'Curso de Locución', 'Curso de Programación Radial y Técnicas de Realización en Radio', 'Curso de Creación de Empresas', 'Curso de Marketing Deportivo', 'Curso de Periodismo Digital', 'Taller de Producción y Realización de Informativos Radiales', 'Curso de Comunicación Institucional', 'Curso de Motivación', 'Curso de Patrocinio Deportivo', 'Curso de Periodismo de Investigación', 'Curso de Tesis - Cómo hacer una tesis', 'Curso de Weblog', 'Curso de Periodismo Escolar', 'Curso de Ortografía', 'Curso El Lenguaje de la Radio', 'Curso de Marketing', 'Curso de Marketing Internacional', 'Curso de Telemarketing', 'Curso de Selección de Personal', 'Curso de Telecobranzas', 'Curso de Valoración Personal', 'Curso Introducción a la Radio', 'Cursos y Talleres Presenciales para Instituciones y Empresas', and 'Descuentos y Promociones'.
 - Directorio de Medios de Comunicación:**
 - Logos for 'MDS2 CONSULTORES EN COMUNICACIÓN' and 'MDS2 AGENCIA DE TRADUCCIONES'.
 - Section: 'ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA'.
 - List of services: 'Periódicos', 'Revistas - Agencias de Noticias - Medios en Internet', 'Emisoras de Radio', and 'Emisoras de Televisión'.
 - Link: 'Sugieran o Agregue un Medio Aquí'.
 - Servicios:** 'Traducciones', 'Desgrabaciones', 'Servicios de Prensa y Comunicación', 'Correcciones'.
 - Comunidad:** 'Directorio de Medios de Comunicación y Fuentes de Información del mundo', 'Dónde Estudiar (en todo el mundo, país por país)', 'Universidades del Mundo', 'Becas, maestrías y ayudas económicas', 'Foro Mediosmedios', 'Publicó tu nota en la Comunidad Mediosmedios', 'Las notas de la Comunidad Mediosmedios', 'Bolsa de Trabajo Gratis', 'Avisos Gratuitos'.
 - Recursos:** 'Diccionarios', 'Buscadores y Metabuscadores', 'Dominios Internet mundiales', 'Frases para no olvidar', 'Efemérides', 'Clima en el Mundo: no necesitas ir hasta la esquina para ver si llueve. Un click... y listo...'.

Imagen 1. Directorio de Medios de Comunicación. Estados Unidos de Norteamérica.

Fuente: <http://www.mediosmedios.com.ar/A.%20Estados%20Unidos%20Periodicos.htm>

España

En España existen directorios de empresas vinculados a la comunicación, que presentan datos primarios junto con enlaces directos a sitios web del medio.

La página web Guía de comunicación despliega un detalle de empresas de comunicación de cada una de las ciudades de España, enfocadas más a agencias de comunicación.



Imagen 2: Directorio de medios de comunicación – España

Fuente: <http://guia-barcelona.guiaespana.com.es/medios-de-comunicacion-rub/barcelona/empresas-guia.html>

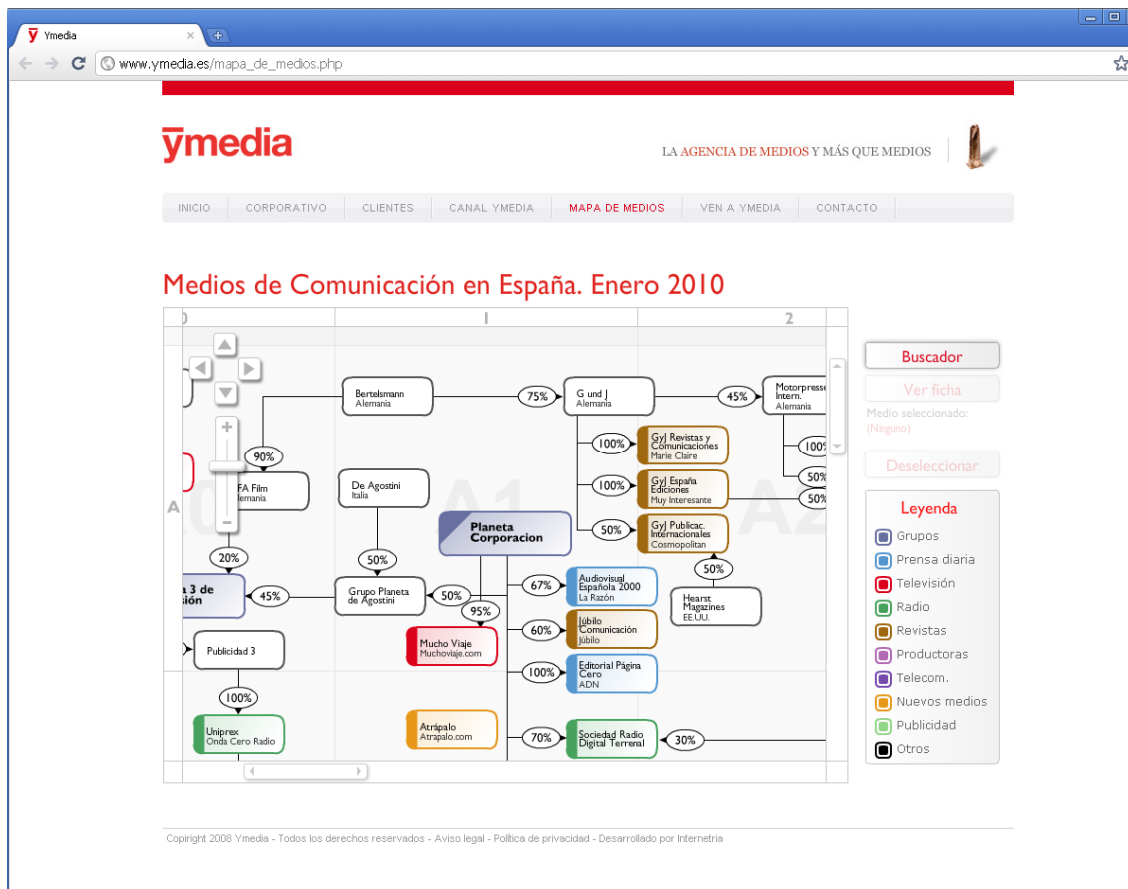


Imagen 3. Medios de Comunicación en España. Enero 2010

Fuente: http://www.ymedia.es/mapa_de_medios.php

Italia

Los diferentes medios de comunicación italianos tienen gran difusión y calado entre los ciudadanos. Tanto la televisión, la radio, los periódicos y cada vez más internet tienen un seguimiento diario, y su poder mediático ejerce gran influencia sobre la vida y opinión pública.

Pese a que siempre ha existido una tendencia política dentro de las editoriales de algunos periódicos y televisiones, en los últimos veinte años la independencia y credibilidad de muchos medios se ha visto mermada, e incluso secuestrada por la centralización del poder político y económico en un sólo grupo mediático. Así se ha llegado a una situación en la que tanto medios públicos como privados convergen en un discurso unitario sobre los asuntos de actualidad política y financiera de Italia.

La guía de medios de comunicación de Italia se puede encontrar en el link.
<http://www.mediosmedios.com.ar/A.%20Italia%20Principal.htm>.

Mapas de Medios de América Latina

“En un esfuerzo por fomentar la transparencia acerca del papel de los medios de comunicación y la conexión entre aquellos y la democracia, igual que proporcionar información que favorece la investigación de esos temas importantes, la Fundación Canadiense para las Américas, el Centro Carter, y la Universidad de Calgary emprendieron el proyecto Mapeo de los Medios de Comunicación en 2004, una iniciativa que duró tres años y propuso mapear la ubicación, cobertura y posesión de los medios de comunicación (TV, radio, cable, y medio de prensa) junto con resultados electorales y información socio-demográfico en doce países en el hemisferio. El resultado fue la creación de 12 mapas que ilustran visualmente las conexiones entre los medios de comunicación, las elecciones y la población.”. Disponible en: <http://www.mrtrader.com.ar/?p=1120>. Consultado: 05-05-2011

Los mapas proporcionan una aplicación innovadora de GIS a las ciencias sociales, y utiliza programas avanzados para convertir mapas estáticos en mapas interactivos accesibles por internet. Los mapas juntan bases de datos de medios de comunicación, elecciones y demográficos, y favorece el uso y referencia de aquellos por el público. No solo son las bases de datos actualizadas continuamente, sino también representan un avance importante hacia la transparencia y acceso a la información en América Latina.

En la segunda fase, FOCAL, la Universidad de Calgary y el Instituto Prensa y Sociedad (IPYS) servirán del éxito y los resultados de la primera fase del proyecto Mapeo de los Medios de Comunicación en las Américas para seguir el objetivo de largo plazo del proyecto: fomentar la reforma política y consolidación democrática en las Américas por promover la transparencia y entendimiento sobre el papel de los medios de comunicación y el efecto de aquel en el proceso democrático. Aunque el primer fase del Mapeo de los Medios de Comunicación concluyó exitoso, fue evidente que la sostenibilidad de la herramienta del Mapa de los Medios de Comunicación a lo largo plazo depende de su incorporación en el trabajo actual de organizaciones latinoamericanas activas en los campos de medios de comunicación, democracia y transparencia. Por lo tanto, si bien la primera fase se enfocó en recopilar información y construir la herramienta, la segunda fase enfocará

en establecer la posesión y preservación del proyecto en la región, asegurando que los mapas contienen información fidedigna sobre los medios de comunicación y son accesibles a un gran número de usuarios.

“Con el objetivo principal de promover el uso de los mapas y su sostenibilidad en el largo plazo, los socios del proyecto continuarán de trabajar con los socios nacionales para aumentar su capacidad técnico y uso de la tecnología para su propia educación, investigación y análisis. En fase I, se escogieron cuatro de los doce países mapeadas para asumir control de sus mapas (Argentina, Guatemala, México y Perú) y transfirieron los datos y programas para mantener los mapas a los socios nacionales en cada país. En fase II, el equipo del proyecto acompañará los socios nacionales mientras que administran todos los aspectos de sus mapas nacionales. Por herramientas de comunicación interactiva, anuncios técnicos, y reuniones personales, el equipo de proyecto continuará a apoyar los socios nacionales en el desarrollo de su capacidad y habilidad con GIS. La capacitación, localización y resolución de problemas, igual que el intercambio de información, producirá una red de expertos en GIS que usan la tecnología interactiva y avanzada para el beneficio de sus países.” Disponible en: <http://www.mrtrader.com.ar/?p=1120>. Consultado: 05-05-2011

Actividades adicionales del proyecto enfocarán en desarrollar los mapas como una herramienta de investigación (enfocando en profundizar los datos y mejorar el sitio web) y en una estrategia de información público que realzará los temas importantes relacionados a los medios de comunicación y la democracia, posicionado los mapas como el recurso primario para datos, herramientas visuales y información relevante sobre el estado de los medios de comunicación en las Américas.

Brasil

La Asociación Brasileña de Periodismo Investigativo (Abraji, por sus siglas en portugués) lanzó la iniciativa “Mapas Temáticos de Brasil” con el fin de apoyar el trabajo de los periodistas.

La iniciativa consiste en un sitio donde se puede visualizar distintos mapas de Brasil de acuerdo a temas como educación, crimen, elecciones, población, medios de comunicación y

otros. Muy pronto, el sitio contará además con mapas sobre temas nuevos como la incidencia del crimen y mapas interactivos.

“Los mapas tienen alta resolución y se pueden reproducir con fines periodísticos, citando la fuente apropiadamente. El sitio es un esfuerzo de Abraji, Geolab y FOCAL (The Canadian Foundation for the Americas).”. Disponible en: <http://ijnet.org/es/opportunities/lanzan-sitio-de-mapas-tem%C3%A1ticos-de-brasil-para-periodistas>. Consultado: 05-05-2011

Argentina

Existen mapas de los medios de comunicación masiva en Argentina denominados masas media, que casi la mayoría de los periodistas profesionales temen mencionar, dado el inmenso poder que han acumulado las corporaciones mediáticas.



Imagen 4. Mapa de Medios de Comunicación – Argentina

Fuente: <http://boletinmovidaambiental.blogspot.com/2009/09/mapa-de-medios-de-comunicacion-en.html>.

Agenda de Comunicación

En la web se puede encontrar una agenda de comunicación, distribuida en categorías y con un buscador particular.



Imagen 5. Agenda de la comunicación

Fuente: <http://www.agendadelacomunicacion.com/>

Mediatico.com

El portal Mediatico.com es un directorio de medios de comunicación de todo el mundo, subdividió en: blogs, periódicos, radios revistas y televisión. Incluyendo información de Ecuador en especial de prensa.

The screenshot shows the Mediatico.Com website interface. At the top, there's a search bar and navigation tabs for regions: Inicio, Africa, Asia y Pacifico, Europa, Latino América y Caribe, Oriente Medio, Norteamérica, and Mapa del Sitio. The main content area is divided into several sections:

- Televisiones y Radio en Directo:** Lists channels like Antena 3, Tv Azteca, TVE, Frecuencia Latina, Canal 9, Telemadnd, and Teledos. Includes a link to 'Más en Quiero.Tv'.
- Radios en Directo:** Lists stations like Cadena Ser, Bésame, Tropicana FM, Kiss Fm, Caracol Miami, Radio Quito, RPP, and 'Más en Quiero.Fm'.
- Prensa en PDF:** Lists countries like Alemania, Argentina, Bélgica, Brasil, Canada, Ecuador, El Salvador, Francia, España, Guatemala, Italia, Reino Unido, USA, and Más.
- Ediciones Digitales por País:** States '6500 medios disponibles' and offers a world map to select a geographic area. Lists countries like Alemania, Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Francia, España, Guatemala, Italia, México, Nicaragua, Panama, Paraguay, Perú, Puerto Rico, R. Dominicana, Uruguay, Venezuela, and USA.
- Medios y Periódicos Españoles:** Lists 'Periódicos Nacionales', 'Por Provincias', 'Por Comunidad Autónoma', 'Periódicos por Idioma', 'Periódicos Locales y Regionales', 'Periódicos Deportivos', 'Periódicos Económicos', and 'Emisoras de Radio en DIRECTO'.
- Revistas:** Includes a link to '+ Actualidad y Noticias'.

On the right side, there are advertisements for 'infobuy', 'La TV en Directo!', 'Quiero.Tv', 'Quiero.Fm', and 'Publicidad'.

Imagen 6: Directorio de Periódicos, Revistas y radios en el Mundo.

Fuente: <http://www.mediatico.com/>

2.3.5 Mapas de medios de comunicación en el Ecuador

Es el nombre de una pequeña publicación en PDF que encuentra en sus primeras fases de su edición, donde se intenta mostrar gráficamente cómo están distribuidos los medios de comunicación en el Ecuador y su relación con grupos económicos.

Es un material totalmente gráfico, donde el lector puede sacar sus propias conclusiones.

Este trabajo contiene:

- Mapa de medios impresos y digitales
- Mapa de radios
- Detalle de radios
- Mapa televisoras
- Mapa agencias publicitarias

- Mapa de medios y grupos económicos
- Mapa de todos los medios



Imagen 7. Mapa de Medios Impresos y Digitales Fuente.

Fuente: <http://es.scribd.com/doc/14640397/Mapa-de-medios-de-comunicacion-del-Ecuador>.

María Cristina Martínez. 2009

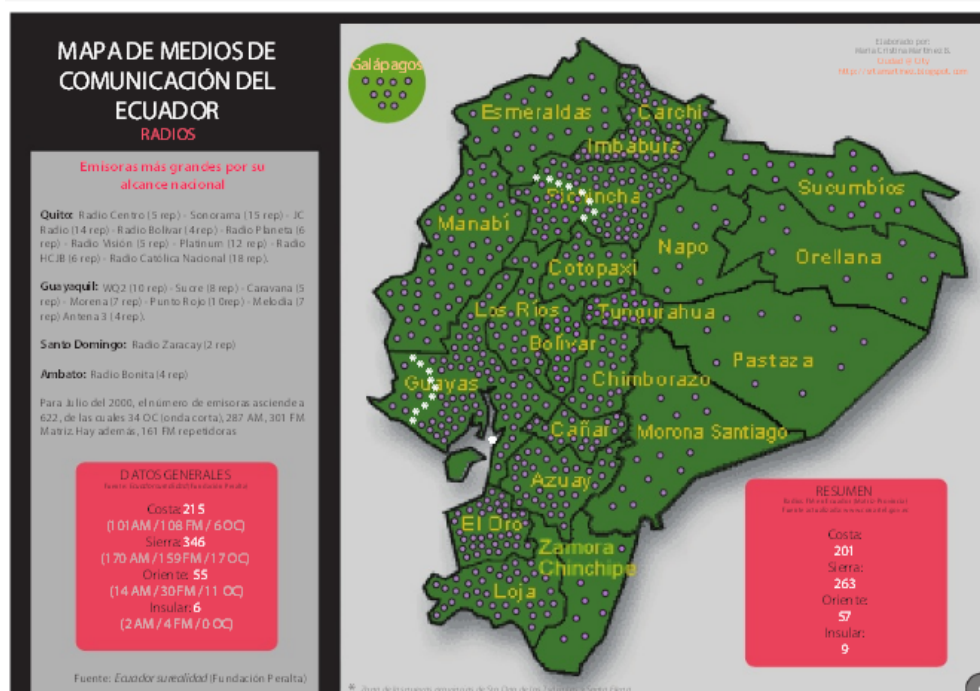


Imagen 8. Mapa de Radios

Fuente: <http://es.scribd.com/doc/14640397/Mapa-de-medios-de-comunicacion-del-Ecuador>.

María Cristina Martínez. 2009.



Imagen 9. Mapa de televisoras

Fuente: <http://es.scribd.com/doc/14640397/Mapa-de-medios-de-comunicacion-del-Ecuador>.

María Cristina Martínez. 2009.

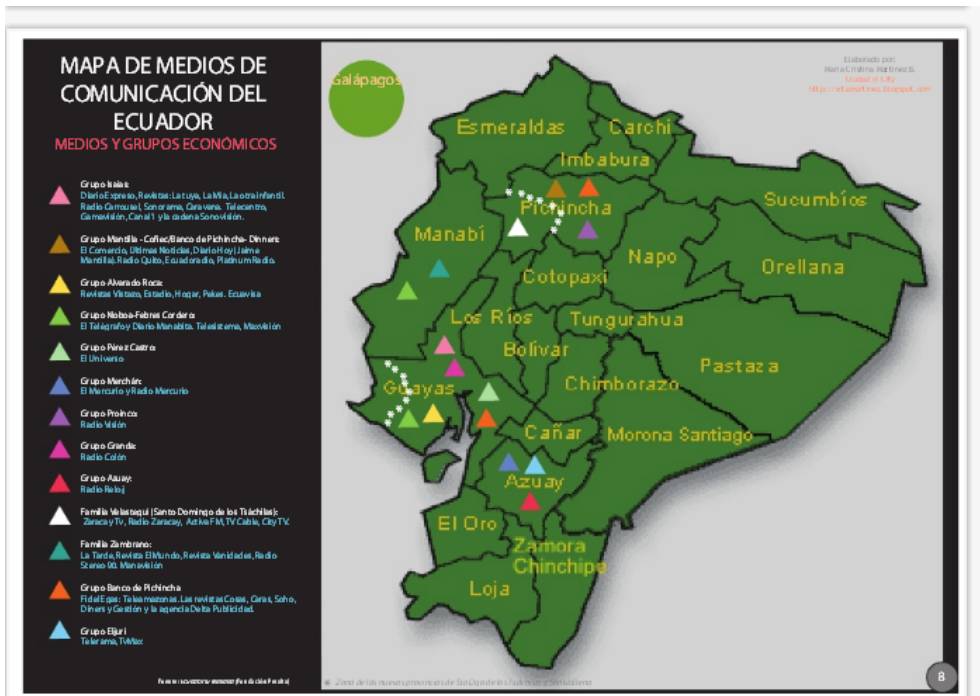


Imagen 10. Mapa de Medios y Grupos Económicos

Fuente: <http://es.scribd.com/doc/14640397/Mapa-de-medios-de-comunicacion-del-Ecuador>.

María Cristina Martínez. 2009.

CAPITULO III

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

3.1 Metodología: Levantamiento de datos por medio de la ficha de información

3.1.1 Técnica empleada: Ficha.

La Universidad nos proporcionó una plantilla o ficha para realizar el trabajo de campo. Es un método muy práctico porque agiliza la recolección de información, empleamos dos, la primera se llena con la información general y legal de medio, otra según corresponda a prensa, radio, televisión, productoras audiovisuales agencias de marketing y publicidad.

3.1.2 Descripción de los medios y unidades asignadas a cada estudiante.

La investigación se desarrolla en la provincia de Tungurahua, cantones Ambato y Quero a veinte medios de comunicación:

- Dos diarios: Diario La Hora y Diario el Heraldó
- Dos televisoras: Ambavisión y Unimax TV
- Cuatro productoras audiovisuales: Cinema-Mania, Patv Producciones, Unimax Rtv, Filma Art.
- Dos agencias de publicidad y marketing: Publicidad Escala y Strategia.
- Diez radios: Romance, Rumba Stereo, Bandida, Melodía, Caracol, Centro, Hola, Panamericana, Bonita Stereo, Fiesta.

3.1.3 Variables: información general y legal, morfología de la empresa, recurso humano, productos y servicios que ofrece

3.1.3.1 Diario La Hora

Información General y legal

Nombre de la Empresa: EDIEPOCA S.A DIARIO LA HORA TUNGURAHUA

Razón Social: EDIEPOCA S.A

RUC: 1890139724001
 Ciudad: Ambato
 Dirección Física: Quito 225 y Bolívar
 Datos de ubicación:
 Teléfono: 2 421 730
 Fax: 2 421 731
 E-mail: ambato@lahora.com.ec
 Web: www.lahora.com.ec
 Facebook: Facebook.com/lahoraecuador
 Twitter: Twitter.com/lahoraecuador
 Nombre de promotores: Dr. Francisco Vivanco, Fernando Velastegui, Dr. Luis Felipe Borja.
 Son veinte y un fundadores.
 Nombre de propietarios: Dr. Francisco Vivanco, Fernando Velastegui, Dr. Luis Felipe Borja.
 Nombre representante legal: Martha Vega Gerente
 Nombre de directivos: Dr. Francisco Vivanco Presidente Nacional, María Augusta
 Albornoz Directora, Antonio Vela Director.
 ¿Pertenece a un grupo de empresas? No
 Fecha de fundación: 7 de enero de 1993
 Objeto Social (Misión): Comunicación Social INDEPENDIENTE.
 Organización Social: Privada
 ¿De que tipo?: Anónima
 Tipo de capital: Suscrito
 Sector al cual pertenece: Prensa y Medio digital

Morfología de la Empresa

Cobertura del periódico: Provincial
 Formato del periódico: Tabloide
 Modo impresión: Full/color y B/N
 Frecuencia de circulación: Diaria
 Número de secciones: Menor a12
 Secciones del periódico: Política, opinión, deporte, actualidad, economía, local, social,
 educación, ciencia, mundo, cultura y cantones.
 Número de páginas: 36 - 48 - 50
 Número de cuadernos: 2
 Número de suplementos: 4

Nombre de los suplementos:	Balón, UsToday, Artes, Luces
Número de publicidades en portada de cada cuaderno:	No, una muy eventual
Número de publicidades en páginas internas:	28
Número de páginas de clasificados:	3
Número de publicidades externas en portada y contraportada en los suplementos:	No
Número de publicidades en página internas de los suplementos:	Depende del suplemento
Promociones:	Libros

Recursos Humanos

Staff de dirección	
Número de directores:	10
Número de subdirectores:	-
Número de editores:	2
Número de redactores y reporteros:	8
Número de fotógrafos:	2
Número de dibujantes e infografía:	- , en Quito
Número de corresponsales:	8 en cantones
Número de freelancer:	-
Número de personal de ventas:	5
Número de personal administrativo:	11
Número Total de empleados:	28
Número de empleados con título de	
Tercer nivel:	16
Número de empleados sin título:	12

Productos y Servicios que ofrecen

Publicidad:	Si
Publireportajes:	Si
Clasificados:	Si
Servicio de diseño Gráfico:	Si
Sociales:	Si

Publicaciones Externas:	Si
Insertos:	Si
Producto más demandado:	Publicidad

Medio Digital

Morfología de la Empresa

Número de secciones:	2 A y B. Nacional Y Regional
Número de publicidad:	No
Número de fotografías:	20 - 25
Elementos de Interacción:	Chats, comentarios, cartas al editor, foros, encuestas, facebook, Twitter, correo electrónico.
Hipertextualidad:	Enlaces internos
Mapa del sitio:	Si
Noticias con firmas:	Notas de texto liviano, crónicas.

Recurso Humano

Staff de dirección	
Número de directores:	10
Número de editores:	2
Número de redactores:	8
Número de fotógrafos:	2
Número de dibujantes:	- en Quito
Número de diseñadores gráficos:	- en Quito
Número de corresponsales:	8 en cantones.
Número de freelancer:	-
Número personal administrativo:	11
Número total de empleados:	28
Número de empleados con título	
de tercer nivel:	16
Número de empleados sin título:	12

Productos y servicios que ofrecen

Publireportajes:	Si
Publicidad:	Clasificados, estática

Otros productos o servicios: Radio en vivo.

Observaciones: Algunos empleados tiene dos funciones.

3.1.3.2 Diario El Heraldo

Información General y legal

Nombre de la Empresa: Diario EL Heraldo C.A

Razón Social: Diario El Heraldo C.A

RUC: 1890021588001

Ciudad: Ambato

Dirección Física: Montalvo 0537 y Sucre

Datos de ubicación:

Teléfono: 2 422 324

Fax: 2 422 049

E-mail: elheraldo17@yahoo.es

Web: www.elheraldo.com.ec

Facebook: no

Twitter: no

Nombre de promotores: : Dr. Luis Torres Carrasco, Padre Gonzalo Espinoza, Monseñor Bernardino Echeverría, Isaac Aguilera

Nombre de propietarios: Diócesis de Ambato, Editorial PíoXIII, Padre Gonzalo Espinoza

Nombre representante legal: Economista Carlos Torres

Nombre de directivos: Carlos Torres Gerente

¿Pertenece a un grupo de empresas? No

Fecha de fundación: 15 de marzo de 1958

Objeto Social (Misión): Informar

Organización Social: Privada

¿De que tipo?: Anónima

Tipo de capital: Suscrito

Sector al cual pertenece: Prensa

Morfología de la Empresa

Cobertura del periódico: Provincial

Formato del periódico: Tabloide

Modo impresión: Full/color y B/N

Frecuencia de circulación: Diaria

Número de secciones:	Menor a12
Secciones del periódico:	Política, opinión, deporte, actualidad, economía, local, social, educación, ciencia, mundo y cultura.
Número de páginas:	28
Número de cuadernos:	2
Número de suplementos:	2
Nombre de los suplementos:	Horizontes y Pizarrón Cultural
Número de publicidades en portada de cada cuaderno:	No
Número de publicidades en páginas internas:	10 páginas
Número de páginas de clasificados:	3 - 4
Número de publicidades externas en portada y contraportada en los suplementos:	No
Número de publicidades en página internas de los suplementos:	No
Promociones:	No

Recursos Humanos

Staff de dirección

Número de directores:	5
Número de subdirectores:	1
Número de editores:	1
Número de redactores y reporteros:	12
Número de fotógrafos:	2
Número de dibujantes e infografía:	2
Número de corresponsales:	3
Número de freelancer:	-
Número de personal de ventas:	5
Número de personal administrativo:	10
Número Total de empleados:	55
Número de empleados con título de Tercer nivel:	30
Número de empleados sin título:	25

Productos y Servicios que ofrecen

Publicidad:	Si
Publireportajes:	Si
Clasificados:	Si
Servicio de diseño Gráfico:	No
Sociales:	Si
Publicaciones Externas:	Si
Insertas:	Si
Producto más demandado:	Clasificados.

3.1.3.3 Ambavisión

Información General y legal

Nombre de la Empresa:	Ambavisión
Razón Social:	Francisco Pérez Sanz
RUC:	1800195784001
Ciudad:	Ambato
Dirección Física:	Sucre 02 – 30 y Espejo
Datos de ubicación:	
Teléfono:	2 423 606
Fax:	ext 127
E-mail:	info@ambavision.com.ec
Web:	www.ambavisión.com.ec
Facebook:	no
Twitter:	no
Nombre de promotores:	: Dr. Francisco Pérez Sanz
Nombre de propietarios:	Dr. Francisco Pérez Sanz
Nombre representante legal:	Dr. Francisco Pérez Sanz Presidente
Nombre de directivos:	Juan Carlos Pérez Polit Gerente
¿Pertenece a un grupo de empresas?	No
Fecha de fundación:	19 de febrero de 1988
Objeto Social (Misión):	Informar, entretener
Organización Social:	Privada
¿De que tipo?:	Hecho
Tipo de capital:	
Sector al cual pertenece:	Televisión

Morfología de la Empresa

Tipo de estación	Privada
Número de frecuencia de canal de televisión:	2VHF
Cobertura:	Provincial Cotopaxi Tungurahua
Número de repetidoras:	No

Recursos Humanos

Staff de dirección para programación de TV

Número de editores:	3
Número de subdirectores:	no
Número de jefes de noticias:	1
Número de programadores:	3
Número de asistentes de dirección:	no
Número de asistentes de producción:	1
Número de redactores:	3
Número de personal de documentación:	2
Número de corresponsales:	2
Número de freelancer:	1
Número de locutores de TV:	12
Número de productores:	6
Número de realizadores:	6
Número de personal de script:	3
Número de editores de TV:	5
Número de camarógrafos:	7
Número de sonidistas:	2
Número de técnicos de iluminación:	2
Número de asistentes técnicos de producción:	1
Número de personal de vestuario, peluquería, Maquillaje:	-
Número de personal de ventas:	4
Número de personal de decorados:	-
Número de personal administrativo:	8
Número total de empleados:	23

Número de empleados con título de tercer nivel:	17
Número de empleados sin título:	6

Productos y servicios que ofrecen

Spots publicitarios:	Si
Campañas publicitarias:	Si
Propaganda:	Si
Clasificados menciones en vivo:	Si
Productora:	Si
Presentadores y animadores:	Si
Producto o servicio más demandado:	Spots

Observaciones: Algunos empleados tiene 2 o 3 cargos.

3.1.3.4 UNIMAX TV

Información General y legal

Nombre de la Empresa:	UNIMAX TV
Razón Social:	MUVESA S.A
RUC:	1791249976001
Ciudad:	Ambato
Dirección Física:	Rodrigo de Triana 1 -14 y 12 de Octubre Cdla. Cristóbal Colón
Datos de ubicación:	
Teléfono:	2 846 890
Fax:	2 847 874
E-mail:	unimax.secretaria@hotmail.com
Web:	www.unimax.com.ec
Facebook:	facebook/unimaxcanal
Twitter:	no
Nombre de promotores:	: Germán Calvache
Nombre de propietarios:	Dr. Galo Alarcón
Nombre representante legal:	Ing. Roberto Manciatí Alarcón
Nombre de directivos:	Ing. Marco Carrasco Administrador

¿Pertenece a un grupo de empresas? Si R.T.U
 Fecha de fundación: 4 de junio de 1993
 Objeto Social (Misión): Informar, comunicar, entretener.
 Organización Social: Privada
 ¿De que tipo?: Anónima
 Tipo de capital: Autorizado
 Sector al cual pertenece: Televisión

Morfología de la Empresa

Tipo de estación Privada
 Número de frecuencia de canal de televisión: 34 UHF
 Cobertura: Provincial Cotopaxi Tungurahua Chimborazo
 Número de repetidoras: No

Recursos Humanos

Staff de dirección para programación de TV

Número de editores: 2
 Número de subdirectores: -
 Número de jefes de noticias: 1
 Número de programadores: 1
 Número de asistentes de dirección: -
 Número de asistentes de producción: 3

 Número de redactores: 3
 Número de personal de documentación: -
 Número de corresponsales: -
 Número de freelancer: -
 Número de locutores de TV: 1
 Número de productores: -
 Número de realizadores: -
 Número de personal de script: -
 Número de editores de TV: -
 Número de camarógrafos: 3
 Número de sonidistas: -
 Número de técnicos de iluminación: 2

Número de asistentes técnicos de producción:	-
Número de personal de vestuario, peluquería, Maquillaje:	-
Número de personal de ventas:	2
Número de personal de decorados:	-
Número de personal administrativo:	2
Número total de empleados:	20

Número de empleados con título de tercer nivel:	10
Número de empleados sin título:	10

Productos y servicios que ofrecen

Spots publicitarios:	Si
Campañas publicitarias:	Si
Propaganda:	Si
Clasificados menciones en vivo:	Si
Productora:	Si
Presentadores y animadores:	Si
Producto o servicio más demandado:	Spots

3.1.3.5 PATV Producciones

Información General y legal

Nombre de la Empresa:	PATV Producciones Alvarez Televisión
Razón Social:	Iván Alvarez
RUC:	1803097763001
Ciudad:	Ambato
Dirección Física:	Pericos y Napo Galeras Barrio Universal
Datos de ubicación:	
Teléfono:	2 850 603
Fax:	2 850 603
E-mail:	contactos@patvproducciones.com
Web:	www.patvproducciones.com
Código postal:	18010403
Facebook:	no

Twitter: no
 Nombre de promotores: Jorge e Iván Alvarez Lizano
 Nombre de propietarios: Jorge Alvarez Dávila, Jorge e Iván Alvarez Lizano
 Nombre representante legal: Iván Alvarez
 Nombre de directivos: Jorge e Iván Alvarez
 ¿Pertenece a un grupo de empresas? No
 Fecha de fundación:
 Objeto Social (Misión): Productora de televisión, audiovisual, multimedia y diseño gráfico.
 Organización Social: Privada
 ¿De que tipo?: Hecho
 Tipo de capital:
 Sector al cual pertenece: Productora Audiovisual

Morfología de la empresa

Categoría: TV, Cine, Video
 Formato de producción:
 Análoga o Digital: Mini DV, DV, HD
 Ámbito geográfico: Local, provincial, nacional, internacional
 Circulación del producto: Local, provincial, nacional, internacional
 Premios o reconocimientos: Nacional CONSEP

Recursos Humanos

Staff de dirección:
 Número de directores: 1
 Número de productores: 1
 Número total de empleados: 2
 Número de empleados con título de tercer nivel: 1
 Número de empleados sin título: 2

Productos y servicios que ofrecen

Spots publicitarios: Si
 Cuñas para radios: No
 Venta y reparación de equipos
 Audiovisuales: No

Imagen corporativa:	Si
Creación de logos:	Si
Diseño de sitios Web:	Si
Fotomontajes:	Si
Video de seguridad:	No
Soluciones informáticas:	No
Instalación de redes:	No
Producciones cinematográficas:	Si
Otros productos:	Cd's multimedia
Producto más demandado:	Páginas Web

Observaciones: Se contrata personal adicional dependiendo del trabajo a realizar.

3.1.3.6 UNIMAX RTU

Información General y legal

Nombre de la Empresa:	UNIMAX TU
Razón Social:	MUVESA S.A
RUC:	1791249976001
Ciudad:	Ambato
Dirección Física:	Rodrigo de Triana 1 -14 y 12 de Octubre Cdla. Cristóbal Colón
Datos de ubicación:	
Teléfono:	2 846 890
Fax:	2 847 874
E-mail:	unimax.secretaria@hotmail.com
Web:	www.unimax.com.ec
Facebook:	facebook/unimaxcanal
Twitter:	no
Nombre de promotores:	: Germán Calvache
Nombre de propietarios:	Dr. Galo Alarcón
Nombre representante legal:	Ing. Roberto Manciatí Alarcón
Nombre de directivos:	Ing. Marco Carrasco Administrador
¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si R.T.U
Fecha de fundación:	4 de junio de 1993
Objeto Social (Misión):	Comunicar, entretener.
Organización Social:	Privada

¿De que tipo?: Anónima
 Tipo de capital: Autorizado
 Sector al cual pertenece: Productora Audiovisual

Morfología de la empresa

Categoría: TV, Video
 Formato de producción:
 Análoga o Digital: DV
 Ámbito geográfico: Provincial
 Circulación del producto: Provincial
 Premios o reconocimientos: Nacional

Recursos Humanos

Staff de dirección:
 Número de directores: 2
 Número de productores: 1
 Número de asistentes de dirección: -
 Número de asistentes de producción: 3
 Número de actores-actrices: -

Staff de producción

Número de guionistas: -
 Número de camarógrafos: 3
 Número de fotógrafos: -
 Número de encargados de escenario: -
 Número de encargados de iluminación: 2
 Número de encargados de vestuario
 y maquillaje: -
 Número de sonidistas: -
 Número de utileros: -

Staff de postproducción y comercialización:

Número de editores: -
 Número de encargados de la comercialización y exhibición del producto: 2
 Número de personal administrativo: 2

Número total de empleados: 15
 Número de empleados con título de tercer nivel: 7
 Número de empleados sin título: 8

Productos y servicios que ofrecen

Spots publicitarios: Si
 Cuñas para radios: No
 Venta y reparación de equipos
 Audiovisuales: Si
 Imagen corporativa: Si
 Creación de logos: Si
 Diseño de sitios Web: Si
 Fotomontajes: Si
 Video de seguridad: Si
 Soluciones informáticas: Si
 Instalación de redes: Si
 Producciones cinematográficas: Si
 Otros productos:
 Producto más demandado: Spots publicitarios

Observaciones: Todo el personal son los mismos empleados del canal.

3.1.3.7 Visual Art Medios Audiovisuales

Información General y legal

Nombre de la Empresa: Visual Art Medios Audiovisuales
 Razón Social: Visual Art Medios Audiovisuales
 RUC: 1802940898001
 Ciudad: Ambato
 Dirección Física: Chasquis y Letamendi junto al redondel de Rumiñahui
 Datos de ubicación:
 Teléfono: 2 843 990
 Fax: no
 E-mail: visualart75@hotmail.com
 Web: no

Facebook: facebook.com/visualart75@hotmail.com
 Twitter: no
 Nombre de promotores: Vinicio Luna
 Nombre de propietarios: Vinicio Luna
 Nombre representante legal: Vinicio Luna
 Nombre de directivos: Vinicio Luna
 ¿Pertenece a un grupo de empresas? No
 Fecha de fundación: 2005
 Objeto Social (Misión): Tratar de dar jerarquía a la televisión de Tungurahua mediante programas de TV
 Organización Social: Privada
 ¿De que tipo?: Hecho
 Tipo de capital:
 Sector al cual pertenece: Productora Audiovisual

Morfología de la empresa

Categoría: TV, Video
 Formato de producción:
 Análoga o Digital: Mini DV, DV, HD, HDVD,
 Ámbito geográfico: Local, Provincial, Nacional
 Circulación del producto: Local, Provincial, Nacional
 Premios o reconocimientos:

Recursos Humanos

Staff de dirección:
 Número de directores: 1
 Número de productores: -
 Número de asistentes de dirección: 2
 Número de asistentes de producción: -
 Número de actores-actrices: -

 Staff de producción
 Número de guionistas: 2
 Número de camarógrafos: 2
 Número de fotógrafos: 1

Número de encargados de escenario: -
 Número de encargados de iluminación:-
 Número de encargados de vestuario
 y maquillaje: -
 Número de sonidistas: -
 Número de utileros: 1

Staff de postproducción y comercialización:

Número de editores: -
 Número de encargados de la comercialización y exhibición del producto: 2
 Número de personal administrativo: -
 Número total de empleados: 11
 Número de empleados con título de tercer nivel: 3
 Número de empleados sin título: 8

Productos y servicios que ofrecen

Spots publicitarios: Si
 Cuñas para radios: No
 Venta y reparación de equipos
 Audiovisuales: No
 Imagen corporativa: Si
 Creación de logos: Si
 Diseño de sitios Web: No
 Fotomontajes: Si
 Video de seguridad: Si
 Soluciones informáticas: No
 Instalación de redes: No
 Producciones cinematográficas: Si
 Otros productos: Programas de TV
 Producto más demandado: Spots publicitarios, creación de imagen corporativa

Observaciones: Las personas sin título son estudiantes, tienen trabajos eventuales.

En la lista de medios a investigar constaban como Filma Art.

3.1.3.8 Scala Publicidad

Información General y legal

Nombre de la Empresa:	Scala Publicidad
Razón Social:	Scala Publicidad
RUC:	1801502020001
Ciudad:	Ambato
Dirección Física:	Catlinarias y Capítulos que se le olvidaron a Cervantes 20
Datos de ubicación:	
Teléfono:	2 848 300
Fax:	2 853 844
E-mail:	johnbekeral@yahoo.com
Web:	no
Facebook:	no
Twitter:	no
Nombre de promotores:	Efraín Altamirano
Nombre de propietarios:	John Altamirano
Nombre representante legal:	John Altamirano
Nombre de directivos:	John Altamirano
¿Pertenece a un grupo de empresas?	No
Fecha de fundación:	1981
Objeto Social (Misión):	Generar satisfacción en el cliente
Organización Social:	Privada
¿De que tipo?:	Hecho
Tipo de capital:	
Sector al cual pertenece:	Agencia de marketing y publicidad

Morfología de la Empresa

Tipo de agencia	Nacional
Sucursales:	No
Áreas o departamentos de la agencia:	Gerencia, Diseño, Acabados, Pintura, Operativa
Número de cuentas que maneja la empresa:	Nacionales Internacionales
La agencia se especializa en un área de la publicidad:	Publicidad
Premios o reconocimientos:	Nacional Feria de exportación de flores, Creación de stand

Recursos Humanos

Personal en gerencia

Gerente:	1
Diseñadores gráficos	
Número de diseñadores especialistas:	2
Número de dibujantes y artistas:	1
Número de copywrites:	4 personal de taller
Número de personal financiero:	1
Número de personal administrativo:	3
Número total de empleados:	12
Número de empleados con título de tercer nivel:	4
Número de empleados sin título:	8

Productos y servicios que ofrecen

Servicios de investigación de Mercados:	A futuro
Servicios de asesoría en marketing:	
Marketing general:	Si
Comunicación comercial:	Si
Servicios de diseño y ejecución de anuncios publicitarios:	
Otros:	Rotulación, señalética
Otros productos o servicios:	Diseño stands para ferias
Producto o servicio más demandado:	Rotulación

Observaciones: Scala Publicidad se dedica hacer publicidad metalmecánica, rótulos, vallas.

De acuerdo al trabajo van las tarifas.

3.1.3.9 Integra2

Información General y legal

Nombre de la Empresa:	Integra2
Razón Social:	Integra2
RUC:	
Ciudad:	Ambato
Dirección Física:	Bolívar y Castillo primer piso alto
Datos de ubicación:	
Teléfono:	2 820 093

Fax: 2 820 093
 E-mail: infointegra2mkt.com, integra2mkthotmail.com
 Web: no
 Facebook: no
 Twitter: no
 Nombre de promotores: Washington Chang
 Nombre de propietarios: Washington Chang, Ricardo Paredes
 Nombre representante legal: Washington Chang
 Nombre de directivos: Washington Chang
 ¿Pertenece a un grupo de empresas? No
 Fecha de fundación: Enero 2005
 Objeto Social (Misión): Dar asesoramiento a empresas en marketing, planificación y proyectos.
 Organización Social: Privada
 ¿De que tipo?: Hecho
 Tipo de capital:
 Sector al cual pertenece: Agencia de marketing y publicidad

Morfología de la Empresa

Tipo de agencia Provincial, Nacional
 Sucursales: No
 Áreas o departamentos de la agencia: Gerencia, Cuentas, Creativo, Tráfico, Medios
 Número de cuentas que maneja la empresa: 24 Nacionales al año, 6 frecuentes.
 La agencia se especializa en un área de la publicidad: MKT
 Premios o reconocimientos:

Recursos Humanos

Personal en gerencia
 Gerente: 1
 Área de cuentas
 Número de directores/jefes: 8
 Número de freelancer: 2
 Creativos
 Número de directores/jefes: 1
 Número de creativos: 1

Departamento de medios	
Número de planificadores:	1
Diseñadores gráficos	
Número de dibujantes y artistas:	2
Número de copywriters:	1
Número de personal administrativo:	2
Número total de empleados:	4
Número de empleados con título de tercer nivel:	4
Número de empleados sin título:	-

Productos y servicios que ofrecen

Servicios de investigación de Mercados:	
Psico-demográficas:	Si
Usos y preferencias del producto:	Si
Uso de medios:	Si
Otras investigaciones:	Si
Servicios de asesoría en marketing:	
Marketing general:	Si
Comunicación comercial:	Si
Servicios de diseño y ejecución de anuncios publicitarios:	
Spot y cuñas:	Si lineamientos
Gráficos:	Si
Web:	Si
ATL:	Si
BTL:	Si
Otros:	Convenios cruzados, banner móviles.
Otros productos o servicios:	Capacitación, Seminarios de MKT, Ventas
Producto o servicio más demandado:	Seminarios de MKT y ventas.

Observaciones: Se llamó Estrategia hasta el 2005. Los empleados trabajan por obra cierta se contratan de acuerdo a las necesidades.

3.1.3.10 Radio Romance

Información General y legal

Nombre de la Empresa:	Radio Romance
Razón Social:	Fernando Velástegui
RUC:	1800716605001
Ciudad:	Ambato
Dirección Física:	Cotacachi 176 e Iliniza Cdla. Ferroviaria
Datos de ubicación:	
Teléfono:	2 422 255
Fax:	2 828 640
E-mail:	gruporadialcontinental@hotmail.com
Web:	no
Código Postal:	1801368
Facebook:	no
Twitter:	no
Nombre de promotores:	Hermanos Velástegui Galarza 11 Hermanos
Nombre de propietarios:	Fernando Velástegui, Carlos Velástegui, Inés Velástegui
Nombre representante legal:	Fernando Velástegui
Nombre de directivos:	Fernando Velástegui, Carlos Velástegui, Inés Velástegui
¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si Grupo Radial Continental
Fecha de fundación:	Diciembre 1997
Objeto Social (Misión):	Radiodifusión, música romántica
Organización Social:	Privada
¿De que tipo?:	Hecho
Tipo de capital:	
Sector al cual pertenece:	Radio

Morfología de la empresa

Tipo de estación:	Comercial
Frecuencia:	FM
Número de frecuencia radial:	88.5
Cobertura:	Provincial
Número de repetidoras:	1
Tiempo de programación al día:	24 horas

Recursos Humanos

Staff de dirección:

Número de Directores:	1
Número de subdirectores:	-
Número de editores de audio:	1
Número de locutores de radios:	No hay locutores, la radio es musical
Número de personal administrativo:	6
Número total de empleados:	12
Número de empleados con título:	5
Número de empleados sin título:	7

Productos y servicios que ofrecen

Spot:	Si
Jingle:	No
Perifoneo y audio móvil:	No
Presentadores y animadores:	No
Publicidad:	Si
Servicios para conmutadores:	No
Clasificados menciones en vivo:	No
Servicios comunitarios:	Si
Propagandas Políticas:	Si
Otros productos o servicios:	No
Producto o servicio más vendido:	Publicidad

3.1.3.11 Radio Rumba

Información General y legal

Nombre de la Empresa:	Radio Rumba
Razón Social:	Inés Velástegui
RUC:	1800716597001
Ciudad:	Ambato
Dirección Física:	Cotacachi 176 e Iliniza Cdla. Ferroviaria
Datos de ubicación:	
Teléfono:	2 422 255
Fax:	2 828 640
E-mail:	gruporadialcontinental@hotmail.com

Web: no
 Código Postal: 1801368
 Facebook: no
 Twitter: no
 Nombre de promotores: Hermanos Velástegui Galarza 11 Hermanos
 Nombre de propietarios: Fernando Velástegui, Carlos Velástegui, Inés Velástegui
 Nombre representante legal: Fernando Velástegui
 Nombre de directivos: Fernando Velástegui, Carlos Velástegui, Inés Velástegui
 ¿Pertenece a un grupo de empresas? Si Grupo Radial Continental
 Fecha de fundación: Diciembre 1990
 Objeto Social (Misión): Radiodifusión, música del Caribe y trópico.
 Organización Social: Privada
 ¿De que tipo?: Hecho
 Tipo de capital:
 Sector al cual pertenece: Radio

Morfología de la empresa

Tipo de estación: Comercial
 Frecuencia: FM
 Número de frecuencia radial: 88.9
 Cobertura: Provincial
 Número de repetidoras: 1
 Tiempo de programación al día: 24 horas

Recursos Humanos

Staff de dirección:
 Número de Directores: 1
 Número de subdirectores: -
 Número de editores de audio: 1
 Número de locutores de radios: 4
 Número de personal administrativo: 6
 Número total de empleados: 12
 Número de empleados con título: 5
 Número de empleados sin título: 7

Productos y servicios que ofrecen

Spot:	Si
Jingle:	No
Perifoneo y audio móvil:	No
Presentadores y animadores:	Si
Publicidad:	Si
Servicios para conmutadores:	No
Clasificados menciones en vivo:	Si
Servicios comunitarios:	Si
Propagandas Políticas:	Si
Otros productos o servicios:	
Producto o servicio más vendido:	Publicidad

3.1.3.12 Radio Melodía*Información General y legal*

Nombre de la Empresa:	Radio Melodía
Razón Social:	Inés Velástegui
RUC:	1800716597001
Ciudad:	Ambato
Dirección Física:	Cotacachi 176 e Iliniza Cdla. Ferroviaria
Datos de ubicación:	
Teléfono:	2 828 640
Fax:	2 822 180
E-mail:	gruporadialcontinental@hotmail.com
Web:	no
Código Postal:	1801368
Facebook:	no
Twitter:	no
Nombre de promotores:	Fernando Velástegui, Inés Velástegui
Nombre de propietarios:	Hermanos Velástegui Galarza
Nombre representante legal:	Inés Velástegui
Nombre de directivos:	Fernando Velástegui, Carlos Velástegui, Inés Velástegui
¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si Grupo Radial Continental
Fecha de fundación:	Agosto 2003
Objeto Social (Misión):	Radiodifusión, Clásicos en inglés y éxitos en español

Organización Social: Privada
 ¿De que tipo?: Hecho
 Tipo de capital:
 Sector al cual pertenece: Radio

Morfología de la empresa

Tipo de estación: Comercial
 Frecuencia: FM
 Número de frecuencia radial: 90.5
 Cobertura: Provincial
 Número de repetidoras: No
 Tiempo de programación al día: 24 horas

Recursos Humanos

Staff de dirección:
 Número de Directores: 1
 Número de subdirectores: 1
 Número de editores de audio: 1
 Número de locutores de radios: No hay locutores, la radio es musical
 Número de personal administrativo: 6
 Número total de empleados: 9
 Número de empleados con título: 5
 Número de empleados sin título: 4

Productos y servicios que ofrecen

Spot: Si
 Jingle: No
 Perifoneo y audio móvil: No
 Presentadores y animadores: No
 Publicidad: Si
 Servicios para conmutadores: No
 Clasificados menciones en vivo: No
 Servicios comunitarios: Si
 Propagandas Políticas: Si
 Otros productos o servicios:

Producto o servicio más vendido: Publicidad

Observaciones: Las radios Rumba, Romance, y Melodía pertenecen al Grupo Radial Continental, el personal humano es el mismo. También tienen una emisora en A:M Radio Continental 1.320

3.1.3.13 Radio Bandida

Información General y legal

Nombre de la Empresa: Radio Bandida
 Razón Social: La Herencia Ecuatoriana José Mejía Compañía Limitada
 RUC: 1891723608001
 Ciudad: Ambato
 Dirección Física: Pasaje Villacrés y Rodrigo Vela
 Datos de ubicación:
 Teléfono: 2 840 793
 Fax: ext 102
 E-mail: radiobandidafm@yahoo.com
 Web: www.radiobandida.com
 Código Postal: no
 Facebook: no
 Twitter: no
 Nombre de promotores: Freddy Francisco Caicedo
 Nombre de propietarios: Freddy Caicedo, José Mejía, Walter Moyano
 Nombre representante legal: José Mejía
 Nombre de directivos: José Mejía Gerente
 ¿Pertenece a un grupo de empresas? No
 Fecha de fundación: 18 de Junio 2004
 Objeto Social (Misión): Radiodifusión
 Organización Social: Privada
 ¿De que tipo?: Limitada
 Tipo de capital: Autorizado
 Sector al cual pertenece: Radio

Morfología de la empresa

Tipo de estación: Comercial

Frecuencia: FM
 Número de frecuencia radial: 89.7
 Cobertura: Provincial
 Número de repetidoras: No
 Tiempo de programación al día: 24 horas

Recursos Humanos

Staff de dirección:

Número de Directores: 1
 Número de subdirectores: -
 Número de editores de audio: 1
 Número de locutores de radios: 9
 Número de Dj's : 5
 Número de personal administrativo: 5
 Número total de empleados: 22
 Número de empleados con título: 10
 Número de empleados sin título: 12

Productos y servicios que ofrecen

Spot: Si
 Jingle: No
 Perifoneo y audio móvil: No
 Presentadores y animadores: Si
 Publicidad: Si
 Servicios para conmutadores: No
 Clasificados menciones en vivo: Si
 Servicios comunitarios: Si
 Propagandas Políticas: Si
 Otros productos o servicios:
 Producto o servicio más vendido: Publicidad

3.1.3.14 Radio Caracol

Información General y legal

Nombre de la Empresa:	Radio Caracol
Razón Social:	Radio Caracol
RUC:	1800140285001
Ciudad:	Ambato
Dirección Física:	Juan Benigno Vela 05 -13 y Lalama 3er piso
Datos de ubicación:	
Teléfono:	2 827 392
Fax:	2 829 552
E-mail:	radiocaracolfm@yahoo.com
Web:	www.radiocracolfm.com
Código Postal:	no
Facebook:	no
Twitter:	no
Nombre de promotores:	Eduardo Romero
Nombre de propietarios:	Eduardo Romero
Nombre representante legal:	Eduardo Romero
Nombre de directivos:	Janny Romero, Wagner Romero
¿Pertenece a un grupo de empresas?	No
Fecha de fundación:	15 de septiembre 1984
Objeto Social (Misión):	Radiodifusión, ayuda a la comunidad
Organización Social:	Privada
¿De que tipo?:	Hecho
Tipo de capital:	
Sector al cual pertenece:	Radio

Morfología de la empresa

Tipo de estación:	Comercial
Frecuencia:	FM
Número de frecuencia radial:	91.3
Cobertura:	Provincial
Número de repetidoras:	1
Tiempo de programación al día:	24 horas

Recursos Humanos

Staff de dirección:

Número de Directores:	3
Número de subdirectores:	-
Número de editores de audio:	1
Número de locutores de radios:	6
Número de personal administrativo:	4
Número total de empleados:	11
Número de empleados con título:	6
Número de empleados sin título:	5

Productos y servicios que ofrecen

Spot:	Si
Jingle:	Si
Perifoneo y audio móvil:	No
Presentadores y animadores:	Si
Publicidad:	Si
Servicios para conmutadores:	No
Clasificados menciones en vivo:	Si
Servicios comunitarios:	Si
Propagandas Políticas:	Si
Otros productos o servicios:	
Producto o servicio más vendido:	Cuñas comerciales.

Observaciones: Los tres directores son locutores, También son propietarios de Radio Alegría 98.5 FM

3.1.3.15 Radio Centro*Información General y legal*

Nombre de la Empresa:	Radio Centro
Razón Social:	Gamboa Orozco Carmen Elizabeth
RUC:	1801767102001
Ciudad:	Ambato
Dirección Física:	Castilla y Olmedo 08 - 68

Datos de ubicación:

Teléfono: 2 421 904
 Fax: 2 829 824
 E-mail: radiocentro@hotmail.com
 Web: www.radiocentroambato.com
 Código Postal: 18010574
 Facebook: facebook.com/radiocentroambato
 Twitter: twitter.com/radiocentroambato
 Nombre de promotores: Luis Gamboa
 Nombre de propietarios: Luis Gamboa
 Nombre representante legal: Elizabeth Gamboa
 Nombre de directivos: Luis Gamboa, Elizabeth Gamboa
 ¿Pertenece a un grupo de empresas? No
 Fecha de fundación: Junio 1967
 Objeto Social (Misión): Radiodifusión, Obra social con los marginados
 Organización Social: Privada
 ¿De que tipo?: Limitada
 Tipo de capital: Suscrito
 Sector al cual pertenece: Radio

Morfología de la empresa

Tipo de estación: Comercial
 Frecuencia: AM FM
 Número de frecuencia radial: 1130 91.3
 Cobertura: Provincial
 Número de repetidoras: No
 Tiempo de programación al día: 24 horas

Recursos Humanos

Staff de dirección:
 Número de Directores: 3
 Número de subdirectores: -
 Número de editores de audio: 1
 Número de locutores de radios: 15
 Número de personal administrativo: 3

Número total de empleados:	19
Número de empleados con título:	19
Número de empleados sin título:	-

Productos y servicios que ofrecen

Spot:	Si
Jingle:	Si
Perifoneo y audio móvil:	No
Presentadores y animadores:	Si
Publicidad:	Si
Servicios para conmutadores:	Si
Clasificados menciones en vivo:	Si
Servicios comunitarios:	Si
Propagandas Políticas:	Si
Otros productos o servicios:	
Producto o servicio más vendido:	Jingles

Observaciones: Los 3 directores también son locutores.

3.1.3.16 Radio Bonita

Información General y legal

Nombre de la Empresa:	Radio Bonita
Razón Social:	Radio Bonita
RUC:	1801767102001
Ciudad:	Ambato
Dirección Física:	Castillo y Olmedo 08 - 68
Datos de ubicación:	
Teléfono:	2 824 808
Fax:	2 421 904
E-mail:	info@bonitafmambato.com
Web:	www.radiobonitambato.com
Código Postal:	18010574
Facebook:	facebook.com/radiobonitafmambato
Twitter:	
Nombre de promotores:	Luis Gamboa

Nombre de propietarios: Luis Gamboa
 Nombre representante legal: Elizabeth Gamboa
 Nombre de directivos: Luis Gamboa, Elizabeth Gamboa
 ¿Pertenece a un grupo de empresas? No
 Fecha de fundación: Diciembre 1993
 Objeto Social (Misión): Radiodifusión
 Organización Social: Privada
 ¿De que tipo?: Limitada
 Tipo de capital: Suscrito
 Sector al cual pertenece: Radio

Morfología de la empresa

Tipo de estación: Comercial
 Frecuencia: FM
 Número de frecuencia radial: 93.7
 Cobertura: Provincial
 Número de repetidoras: No
 Tiempo de programación al día: 24 horas

Recursos Humanos

Staff de dirección:
 Número de Directores: 1
 Número de subdirectores: -
 Número de editores de audio: -
 Número de locutores de radios: 8
 Número de personal administrativo: 2
 Número total de empleados: 10
 Número de empleados con título: 10
 Número de empleados sin título: -

Productos y servicios que ofrecen

Spot: Si
 Jingle: Si
 Perifoneo y audio móvil: No
 Presentadores y animadores: Si

Publicidad: Si
 Servicios para conmutadores: Si
 Clasificados menciones en vivo: Si
 Servicios comunitarios: No
 Propagandas Políticas: Si
 Otros productos o servicios:
 Producto o servicio más vendido: Jingles
 Observaciones: El director también es locutor.

3.1.3.17 Radio Hola

Información General y legal

Nombre de la Empresa: Radio Hola
 Razón Social: FM 92.5 STEREO Cía Ltda.
 Ciudad: Ambato

Observaciones: Pertenecía a Eduardo Cisneros, en 2001 fue vendida y hoy funciona como repetidora de KISS fm.

3.1.3.18 Radio Panamericana

Información General y legal

Nombre de la Empresa: Cadena Radial Panamericana
 Razón Social: María Elba Barreno Barreno
 RUC: 1800385450001
 Ciudad: Quero
 Dirección Física: Montalvo 106 y 17 de Abril
 Datos de ubicación:
 Teléfono: 2 746 129
 Fax:
 E-mail: gjlllerena@hotmail.com
 Web: www.radiopanamericana.com
 Código Postal: no
 Facebook: facebook.com/panamericanatupana
 Twitter:
 Nombre de promotores: Luis Antonio Llerena Paredes
 Nombre de propietarios: María Elba Barreno

Nombre representante legal: María Elba Barreno
 Nombre de directivos: Glend Johnny Llerena Gerente
 ¿Pertenece a un grupo de empresas? No
 Fecha de fundación: 1968 FM 1995 FM
 Objeto Social (Misión): Radiodifusión
 Organización Social: Privada
 ¿De que tipo?: Hecho
 Tipo de capital: Suscrito
 Sector al cual pertenece: Radio

Morfología de la empresa

Tipo de estación: Comercial
 Frecuencia: AM FM
 Número de frecuencia radial: 1590 92.9
 Cobertura: Provincial
 Número de repetidoras: 1
 Tiempo de programación al día: 24 horas

Recursos Humanos

Staff de dirección:
 Número de Directores: 1
 Número de subdirectores: -
 Número de editores de audio: 1
 Número de locutores de radios: 6
 Número de personal administrativo: 3
 Número total de empleados: 10
 Número de empleados con título: 3
 Número de empleados sin título: 7

Productos y servicios que ofrecen

Spot: No
 Jingle: No
 Perifoneo y audio móvil: No
 Presentadores y animadores: No
 Publicidad: Si

Servicios para conmutadores:	Si
Clasificados menciones en vivo:	Si
Servicios comunitarios:	Si
Propagandas Políticas:	Si
Otros productos o servicios:	Servicio comunitario
Producto o servicio más vendido:	Publicidad

Observaciones: El director también es locutor. Los locutores arriendan el espacio

3.1.3.19 Radio Fiesta

Información General y legal

Nombre de la Empresa:	COMUFISA
Razón Social:	Compañía Musical Artística y Publicitario Fiesta S.A
RUC:	1891724159001
Ciudad:	Ambato
Dirección Física:	Azuay 02 80 y Guayas Cdla. Juan Montalvo
Datos de ubicación:	
Teléfono:	2 412 825
Fax:	2 400 555
E-mail:	g_naranja_m@hotmail.com
Web:	www.stereofiesta.com
Código Postal:	no
Facebook:	facebook.com/stereofiesta
Twitter:	
Nombre de promotores:	Arq. Guido Naranjo
Nombre de propietarios:	Arq. Guido Naranjo
Nombre representante legal:	Arq. Guido Naranjo
Nombre de directivos:	Arq. Guido Naranjo
¿Pertenece a un grupo de empresas?	No
Fecha de fundación:	Noviembre 10 1994
Objeto Social (Misión):	En sus comienzos atender al público joven, hoy a los jóvenes adultos
Organización Social:	Privada
¿De que tipo?:	Anónima

Tipo de capital: Suscrito
Sector al cual pertenece: Radio

Morfología de la empresa

Tipo de estación: Comercial
Frecuencia: FM
Número de frecuencia radial: 94.5
Cobertura: Provincial
Número de repetidoras: no
Tiempo de programación al día: 24 horas

Recursos Humanos

Staff de dirección:
Número de Directores: 1
Número de subdirectores: 1
Número de editores de audio: -
Número de locutores de radios: 2
Número de personal administrativo: 1
Número total de empleados: 5
Número de empleados con título: 2
Número de empleados sin título: 3

Productos y servicios que ofrecen

Spot: No
Jingle: No
Perifoneo y audio móvil: No
Presentadores y animadores: No
Publicidad: Si
Servicios para conmutadores: No
Clasificados menciones en vivo: Si
Servicios comunitarios: Si
Propagandas Políticas: Si
Otros productos o servicios:
Producto o servicio más vendido: Publicidad

3.1.4 Procedimiento:

En los medios radiales del Grupo Radial Continental: Radios Rumba, Romance y Melodía me atendieron el mismo día que saque la cita, al explicarles que era parte de una tesis. Me atendieron con mucha cordialidad. También tienen una emisora en A.M Radio Continental.

En las Radios Centro y Bonita me atendió Elizabeth Gamboa no tuve problemas con las encuestas.

La Radio Panamericana, fui a Quero pero en las oficinas de la Radio me dijeron que la Gerencia funciona desde Ambato. Al día siguiente hice la encuesta en Ambato.

En Radio Caracol me atendió Janny Romero con gentileza. Tienen también Radio Alegría.

Radio Bandida atendió a la encuesta sin problema.

Radio Fiesta, fui dos veces porque estaban en remodelación de oficinas, me atendió Arq. Guido Naranjo muy cordial.

La búsqueda de Radio Hola empezó por su frecuencia porque ahora pertenece a Kiss Fm, preguntando llegue a su ex propietario el Sr. Eduardo Cisneros quien hoy es Presidente de la Cámara de Turismo de Tungurahua, la radio fue vendida en el 2001, no obtuve RUC ni más datos porque dicho señor no lo recordaba y no quiso colaborar con la encuesta.

En el Diario La Hora me atendió Totty Vega de Saa su gerente, habló del diario con total disposición y cordialidad, hasta llenó ella misma la encuesta de medio digital.

En el Herald no tuve problemas.

En Ambavisión me atendió Kleber Arroba quien muy amable ayudo en la elaboración de la encuesta.

En Unimax tuve suerte, el canal no quería encuestas pero la secretaria muy gentil me ayudo con los datos.

En Patv Producciones colaboraron con total disposición y ayudaron a localizar a otros medios.

Filma Art es Visual Art llamé para la cita y el propietario me explicó que en la mañana no podía por la Universidad –es profesor- la encuesta se hizo dos días después a la tarde.

Escala Publicidad, la dirección muy complicada, llame varias veces para la cita, me atendieron sin problema.

Strategia la dirección y teléfonos han cambiado. Ya no existe como tal ahora se llama Integra2 funciona en otro sitio, localizarles fue complicado, pero se hizo la encuesta.

Cinema Mania no existe fui a la dirección que dio la Universidad, preguntando en una tienda me contaron que hace cuatro años el señor se fue cerro el negocio. En el medio nadie conocía a este señor. Nunca obtuve un nombre.

3.1.4.1 Contraste de la Información

Todos los medios fueron contrastados en el S.R.I. comprobado el RUC y la Razón Social. La Herencia Ecuatoriana José Mejía Cía Ltda (Radio Bandida), COMUFISA S.A (Radio Fiesta), Ediepoca (Diario La Hora), Muvesa Cía Anónima (Unimax Tv), El Heraldito Cía Anónima, constan en la Superintendencia de Compañías con los datos verificados.

Las novedades: En Ambavisión el Ruc pertenece a Razón Social Francisco Pérez Sanz y nombre comercial Centro Oftalmológico Pérez Sanz.

En Radio Caracol la Razón Social es Eduardo Romero, no radio Caracol.

En Radio Centro la Razón social es Gamboa Orozco Carmen Elizabeth, el nombre comercial es Radio Centro. También aparece un RUC a nombre de Luis Gamboa Tello nombre comercial Radio Centro Estación 112. En la Superintendencia de Compañías no aparece.

En Radio Bonita el Ruc pertenece a Radio Centro.

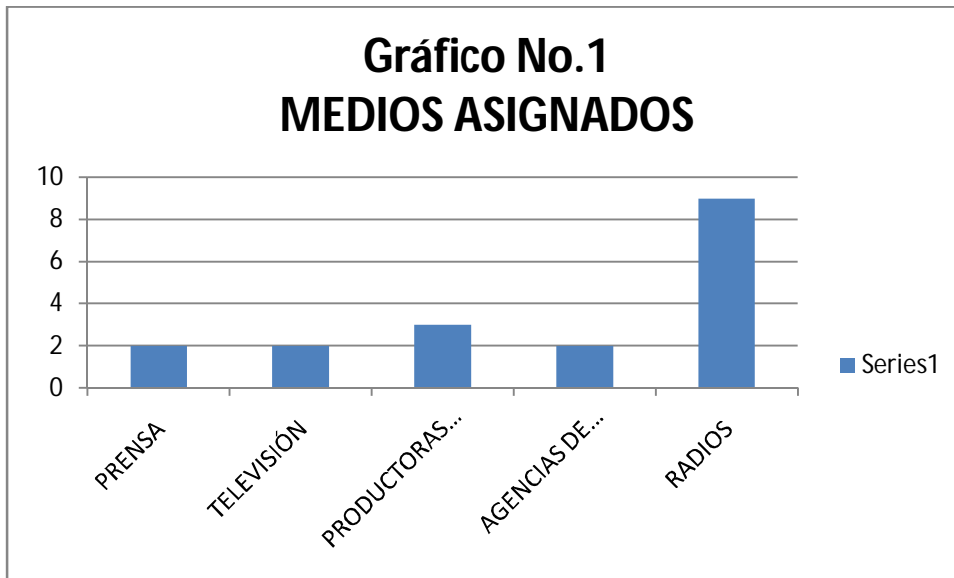
Integra2 no aparece en la Superintendencia de Compañías, el RUC si aparece en el S.R.I.

Diario La Hora es miembro de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AEDEP).

Unimax es miembro de Canales Comunitarios y Regionales Ecuatorianos Asociados (CCREA).

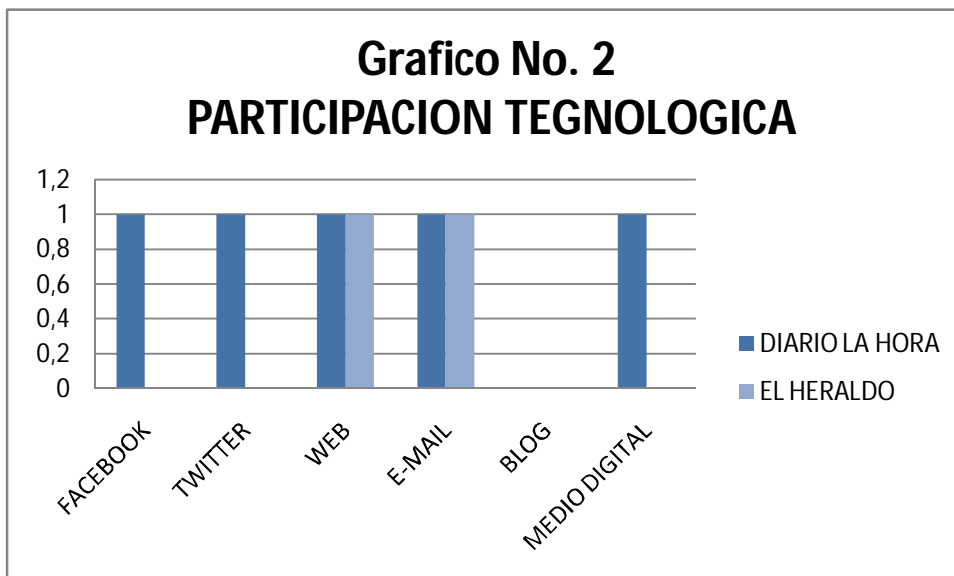
3.2 Presentación de resultados en cuadros estadísticos (columnas)

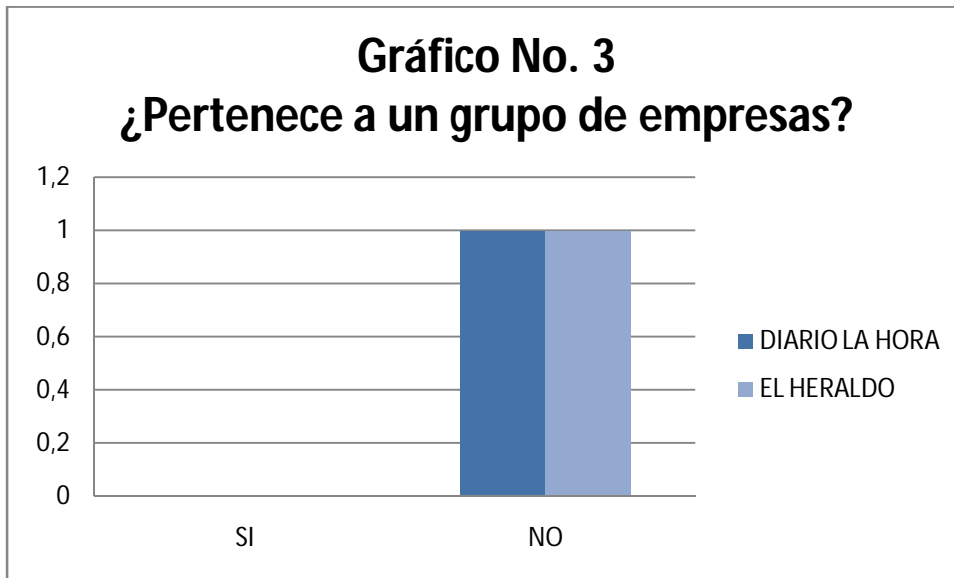
MEDIOS	
PRENSA	2
TELEVISIÓN	2
PRODUCTORAS AUDIOVISUALES	3
AGENCIAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD	2
RADIOS	9
TOTAL	18



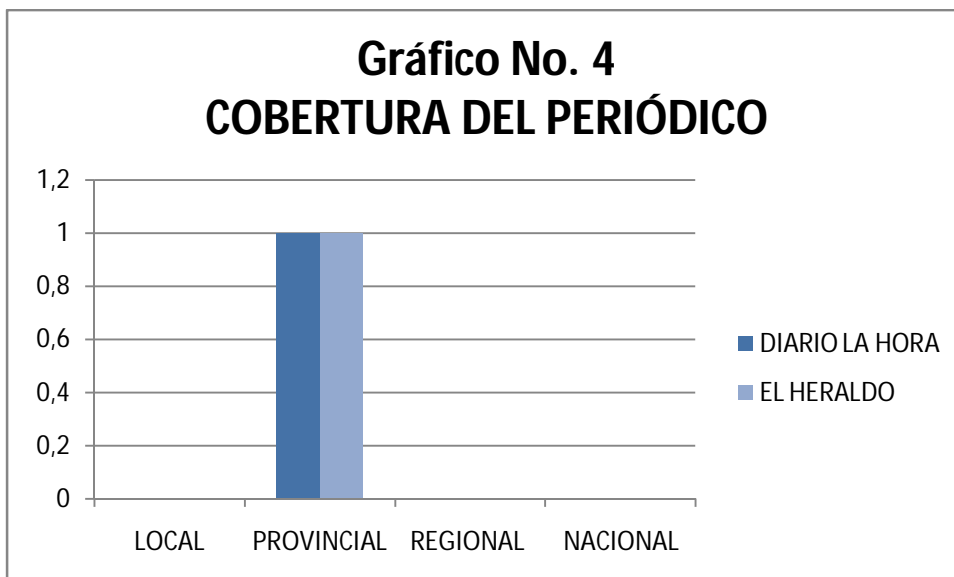
3.2.1 PRENSA

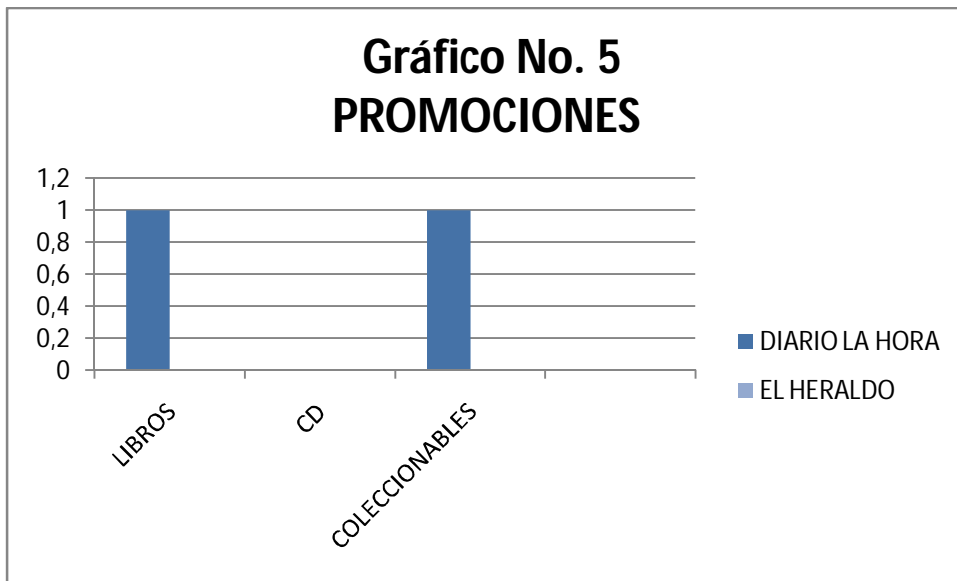
a) Información General y Legal



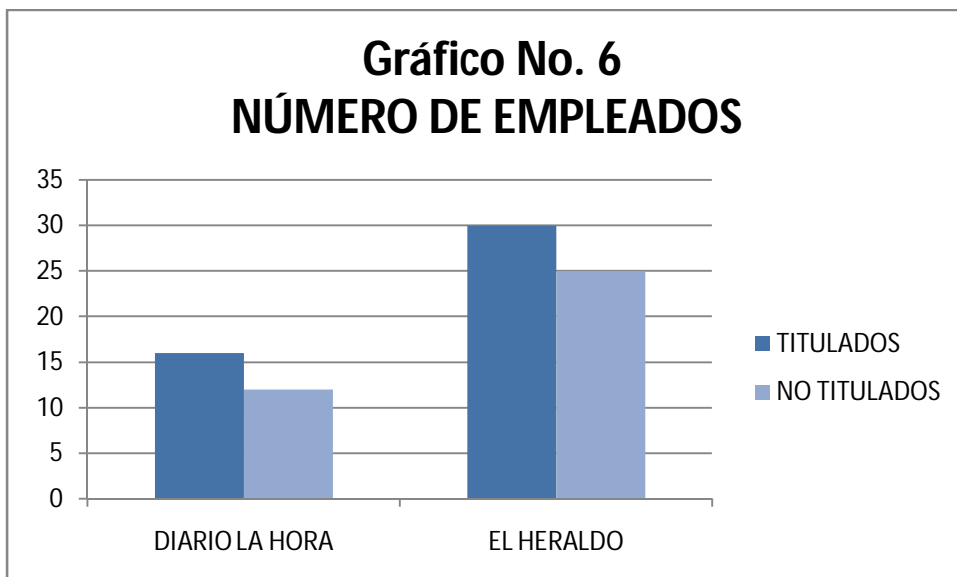


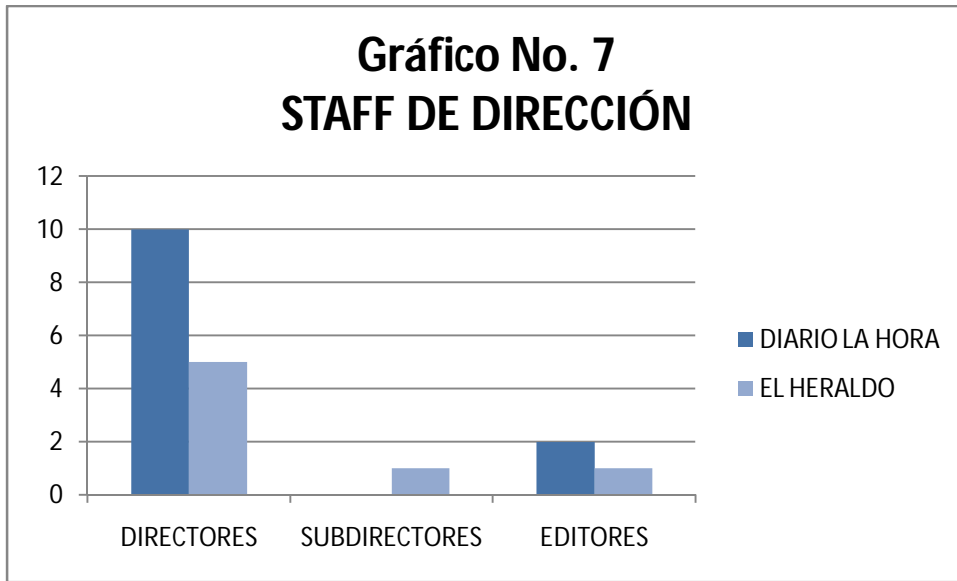
b) Morfología de la empresa





C) Recursos Humanos



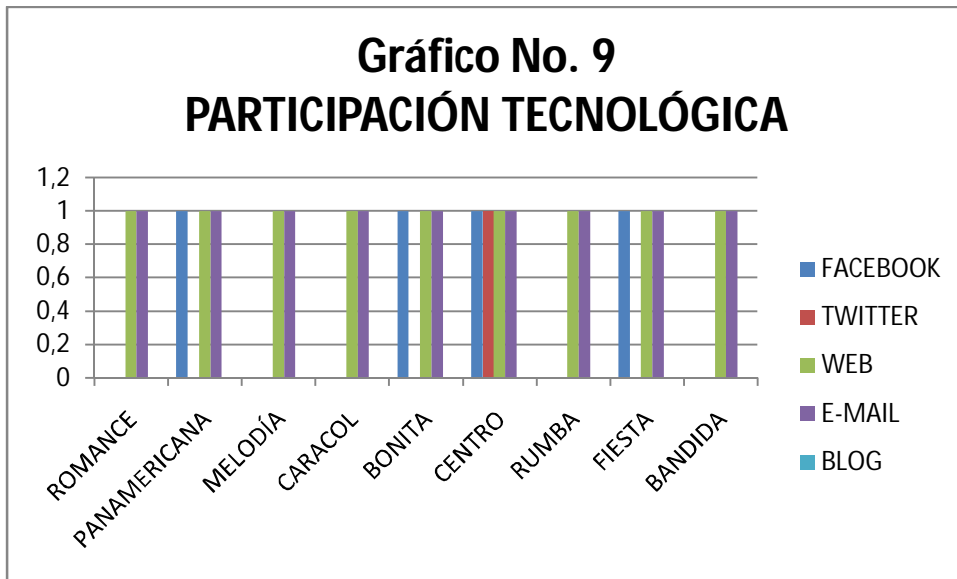


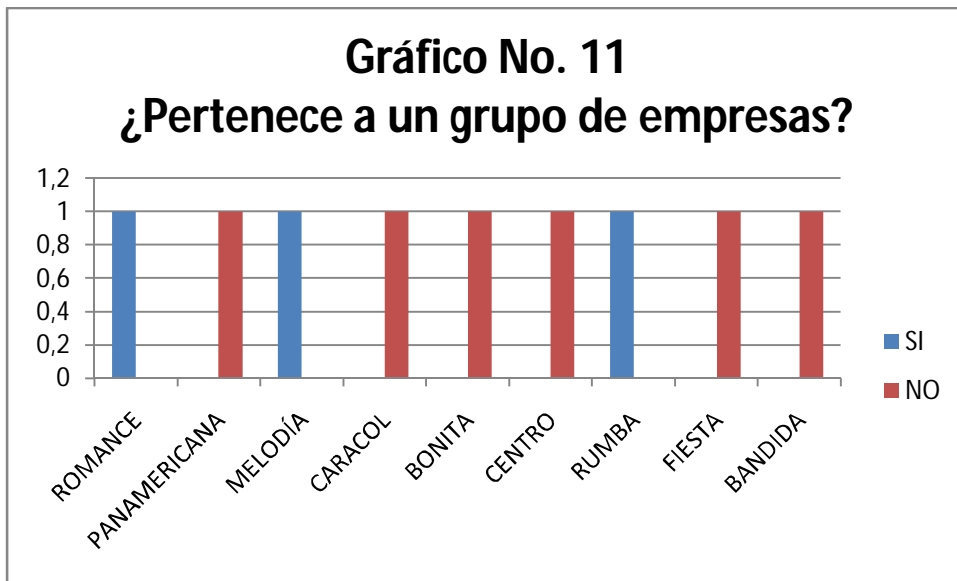
d) Productos y Servicios que ofrecen



3.2.2 RADIO

a) Información general y legal



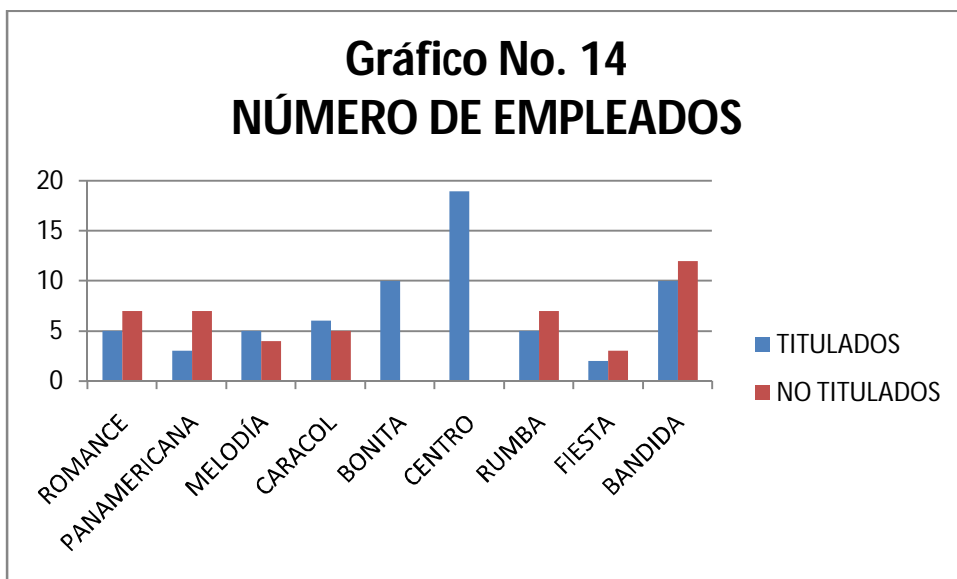


b) Morfología de la empresa

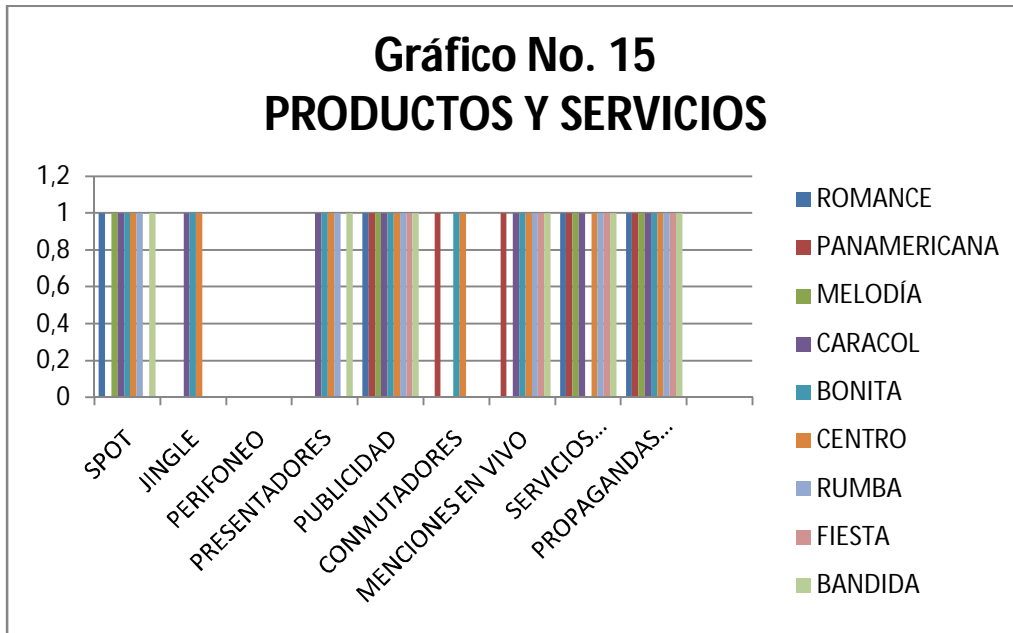




c) Recursos Humanos

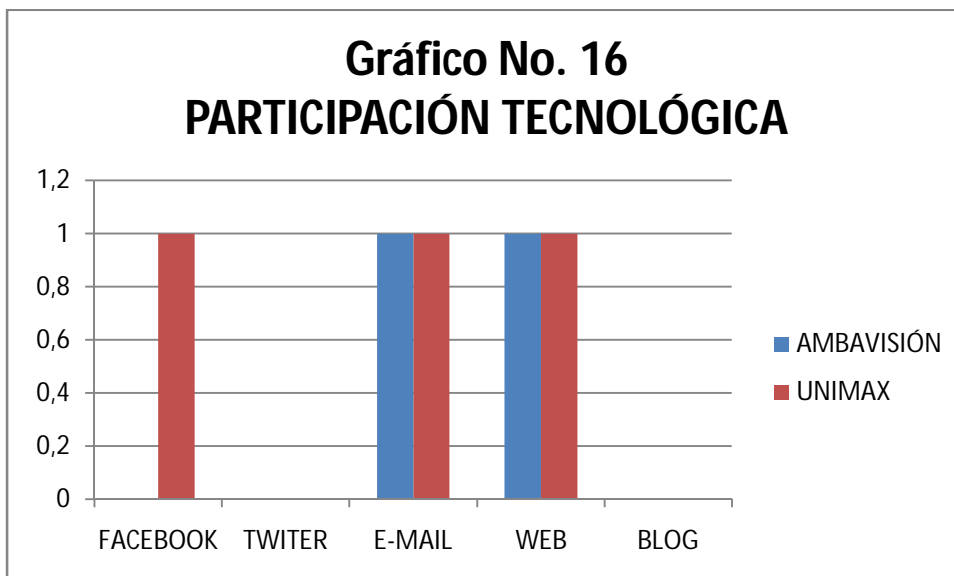


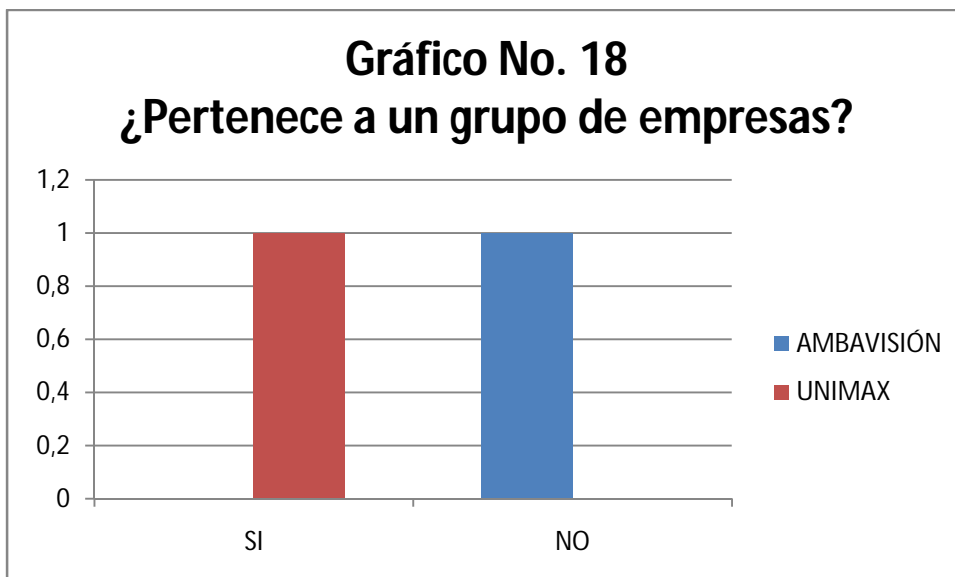
d) Producto y servicio que ofrecen



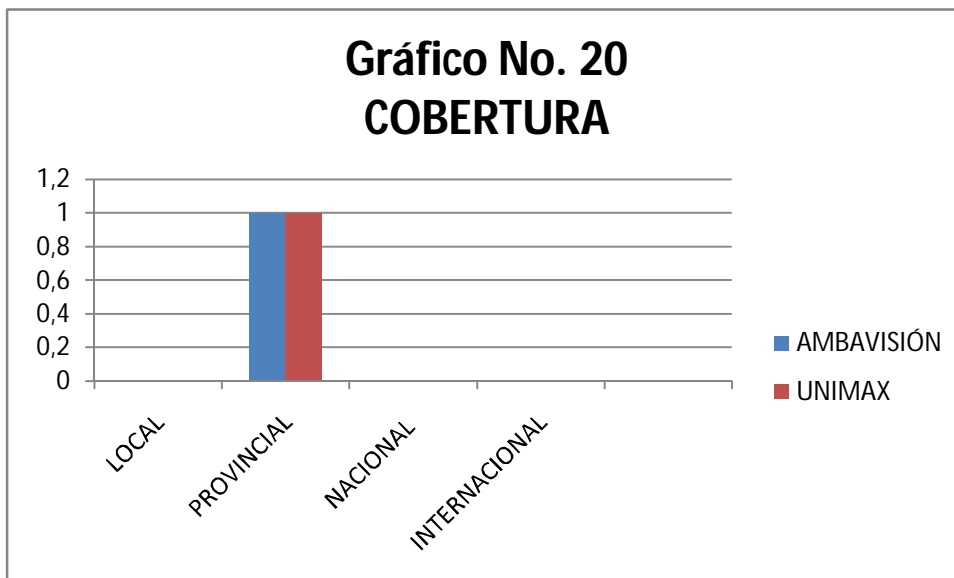
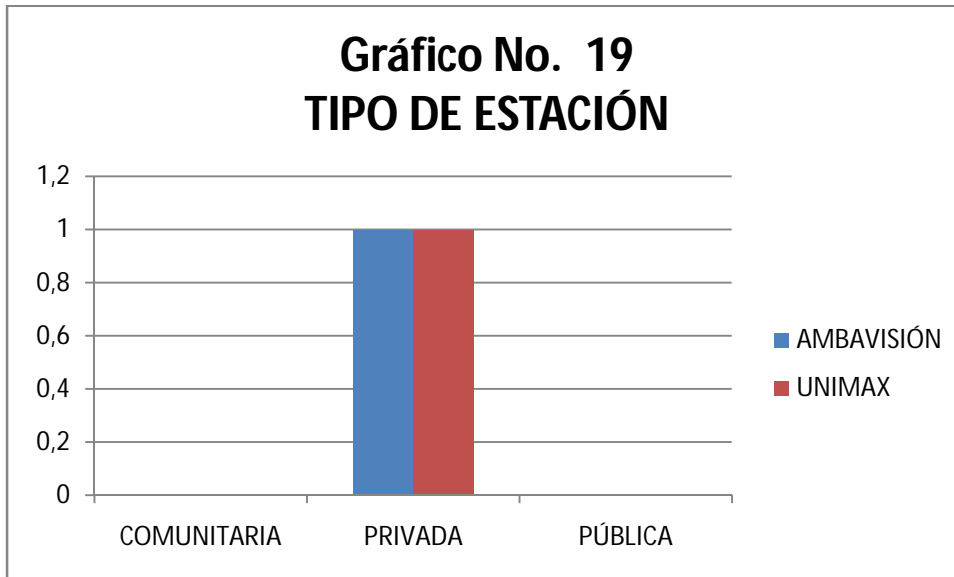
3.2.3 TELEVISIÓN

a) Información general y legal

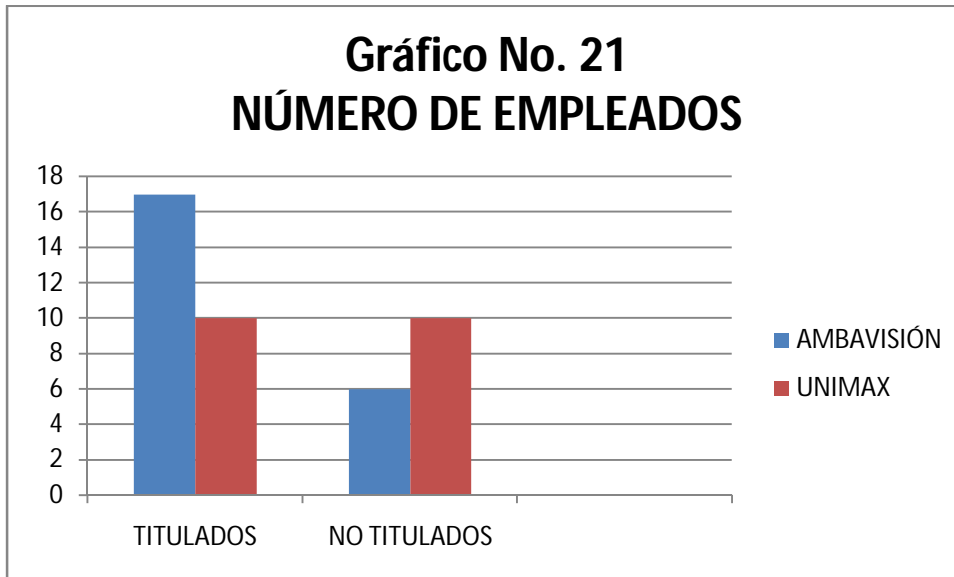




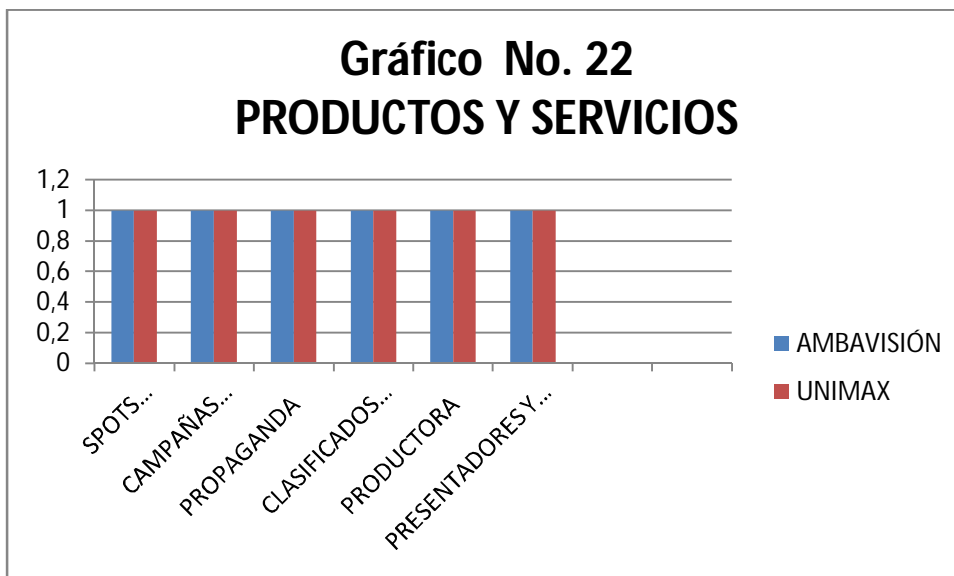
b) Morfología de la empresa



c) Recursos Humanos

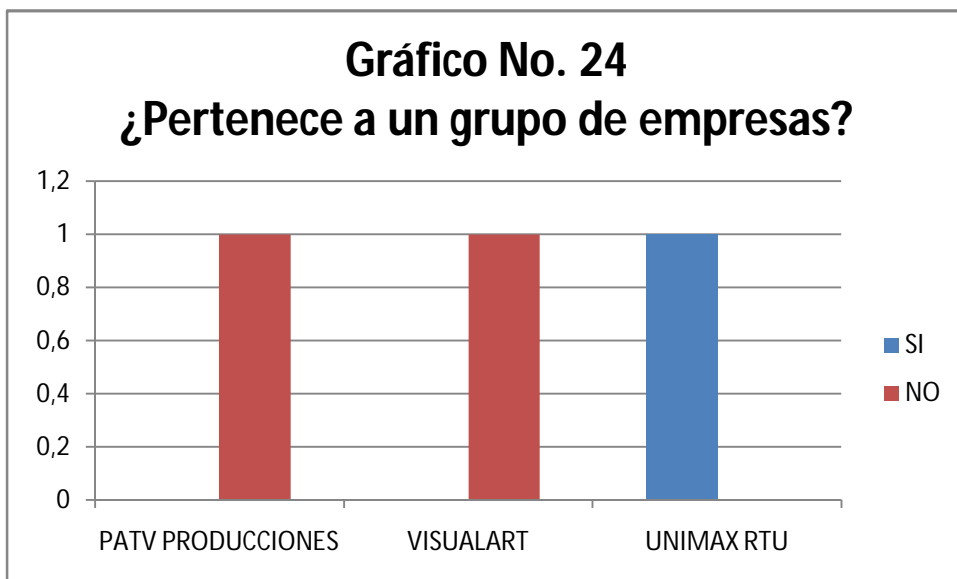
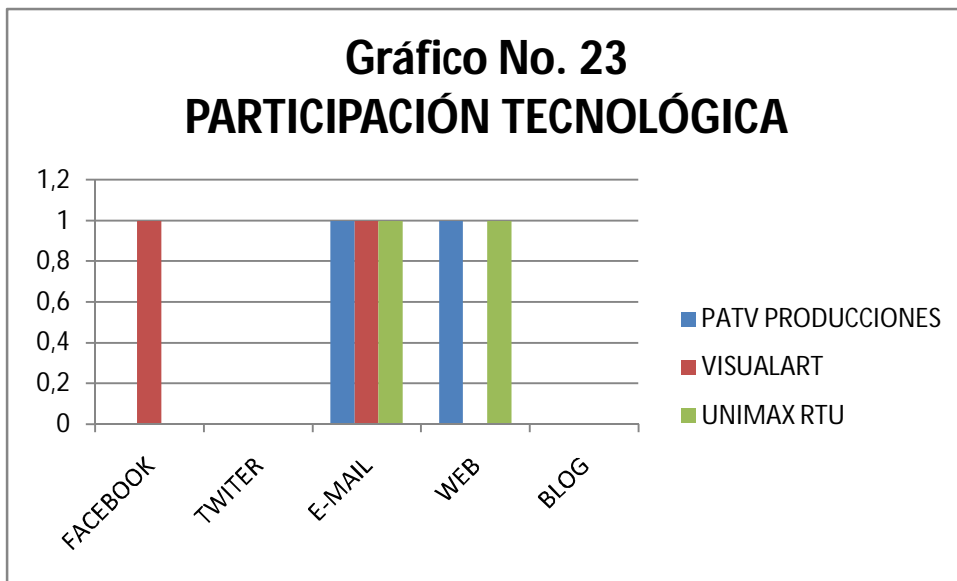


d) Productos y servicios que ofrecen

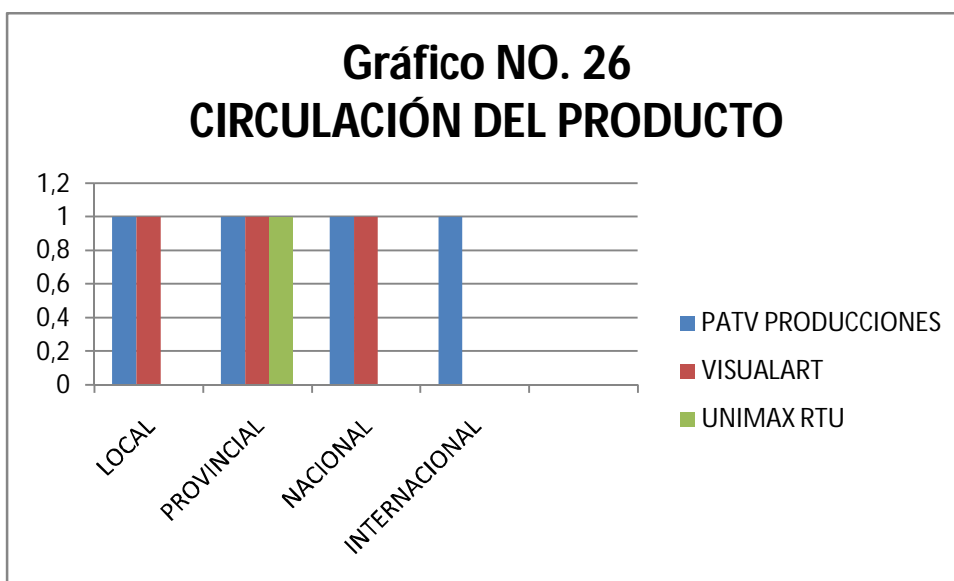
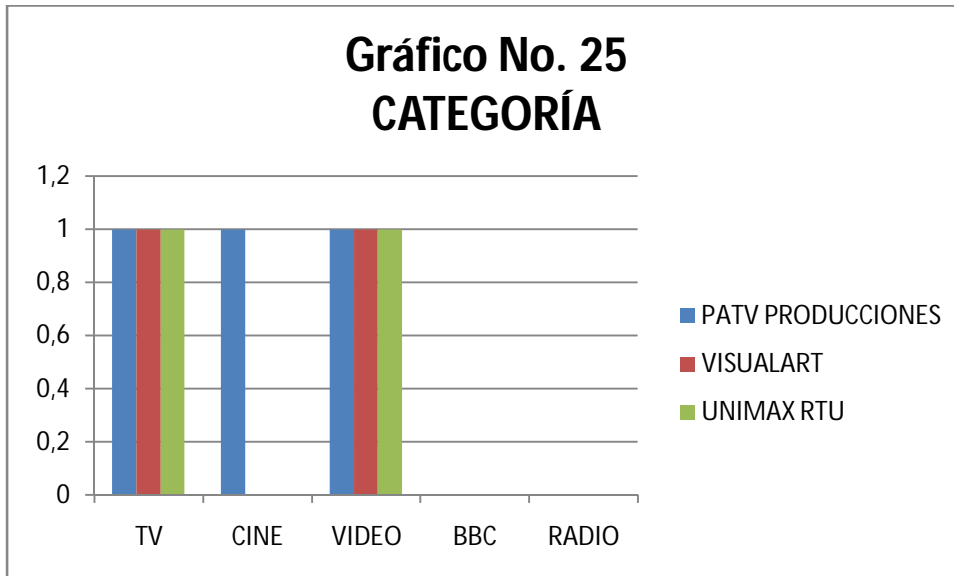


3.2.4 PRODUCTORAS AUDIOVISUALES

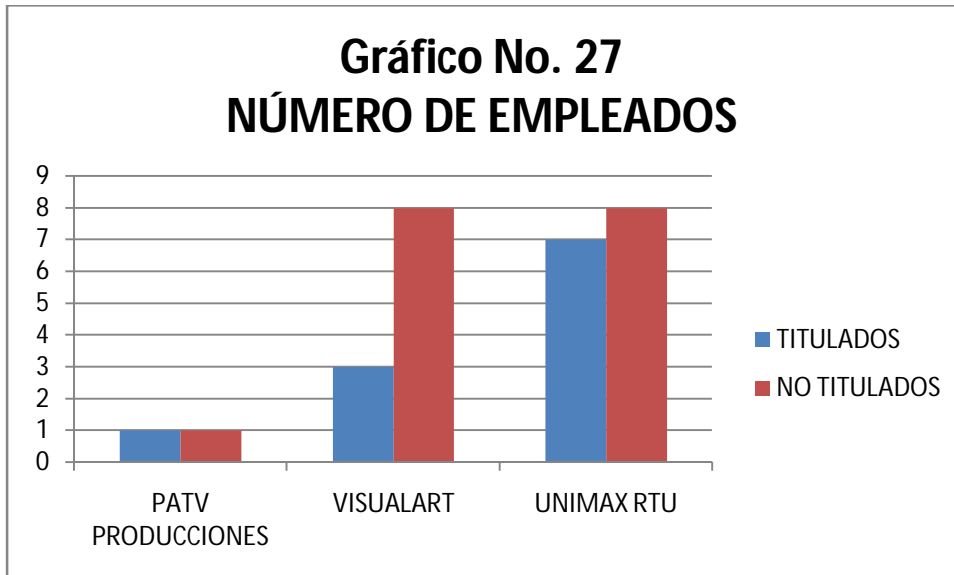
a) Información general y legal



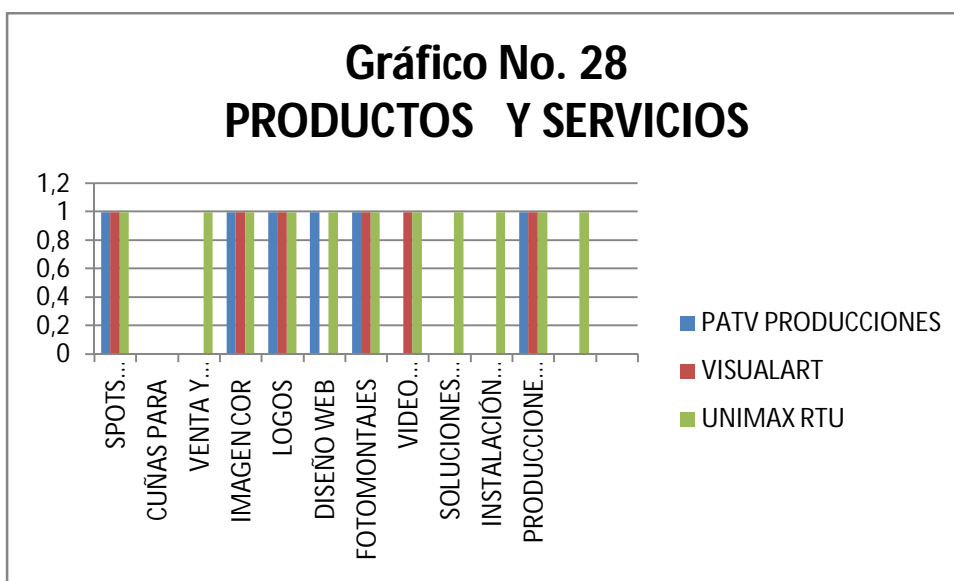
b) Morfología de la empresa



c) Recursos Humanos

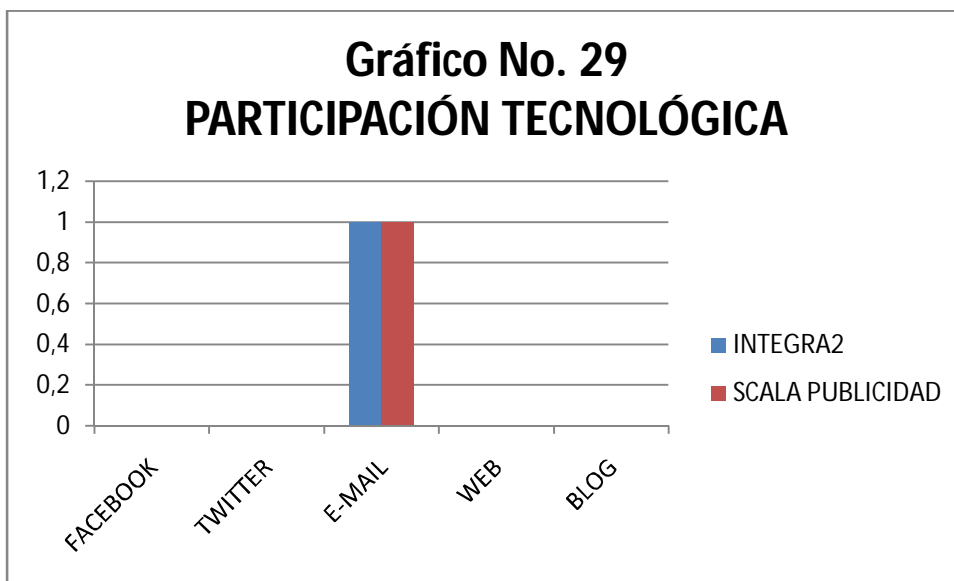


d) Productos y servicios que ofrecen

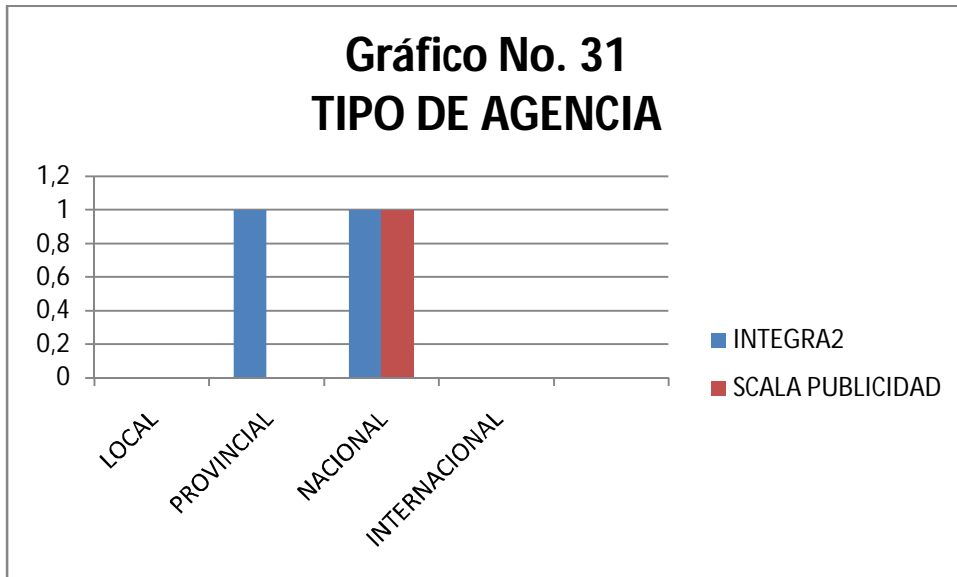


3.2.5 AGENCIAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD

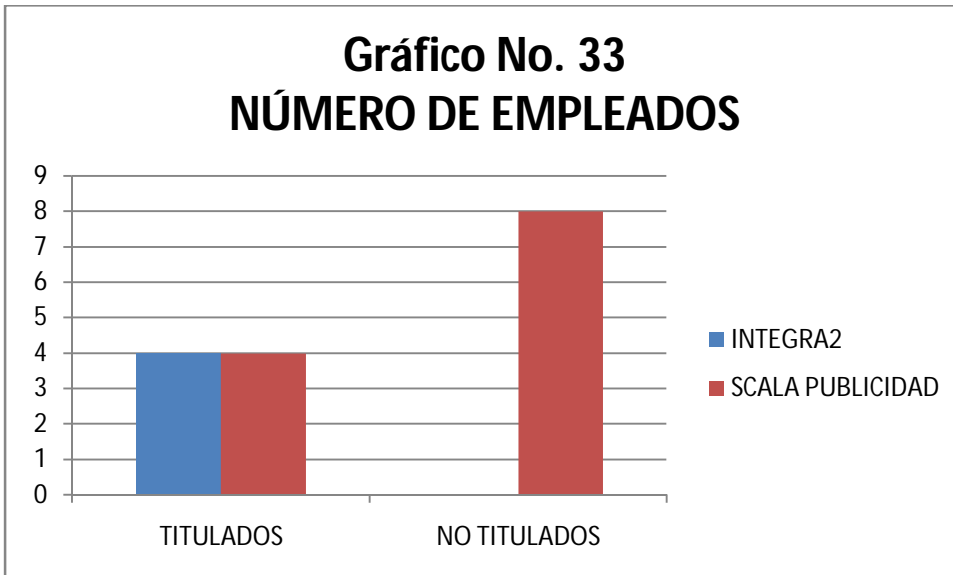
a) Información legal y general



b) Morfología de la empresa



c) Recursos Humanos

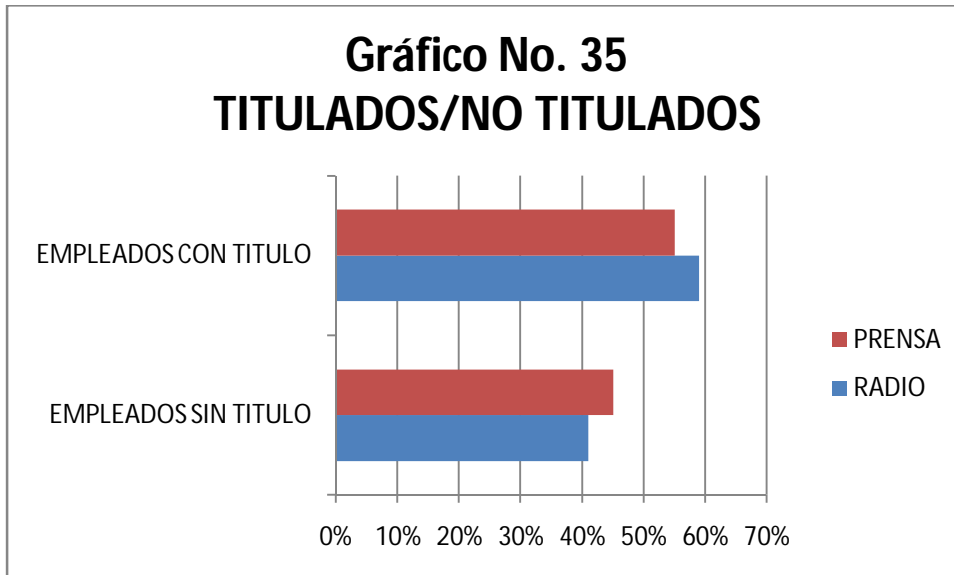


d) Productos y servicios que ofrecen

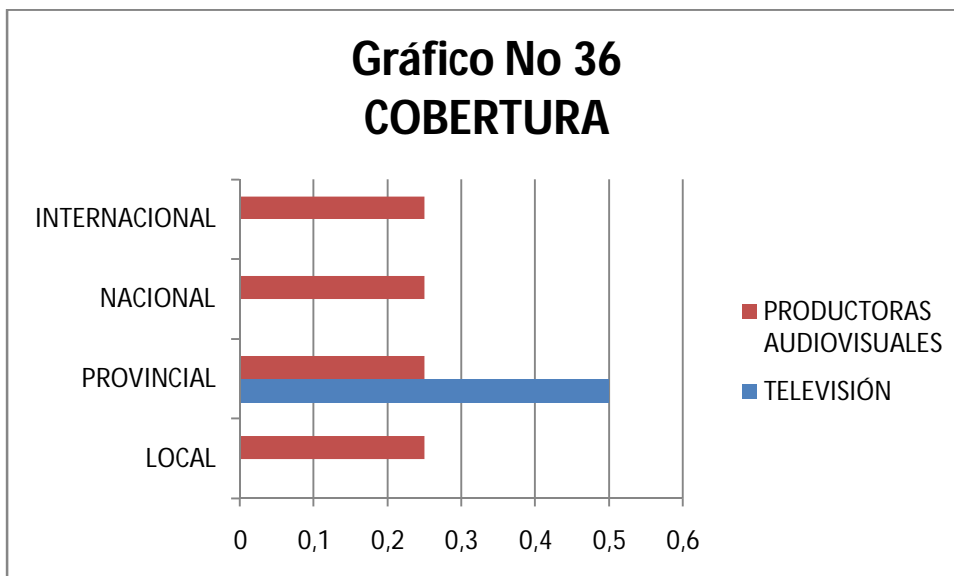


3.3 Presentación de cruces de información en cuadros estadísticos

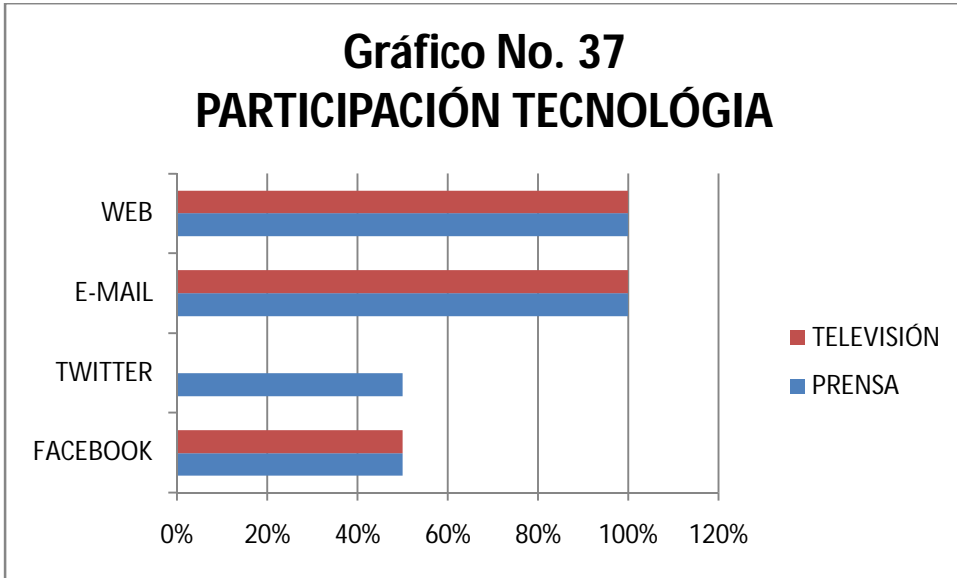
Prensa/Radio



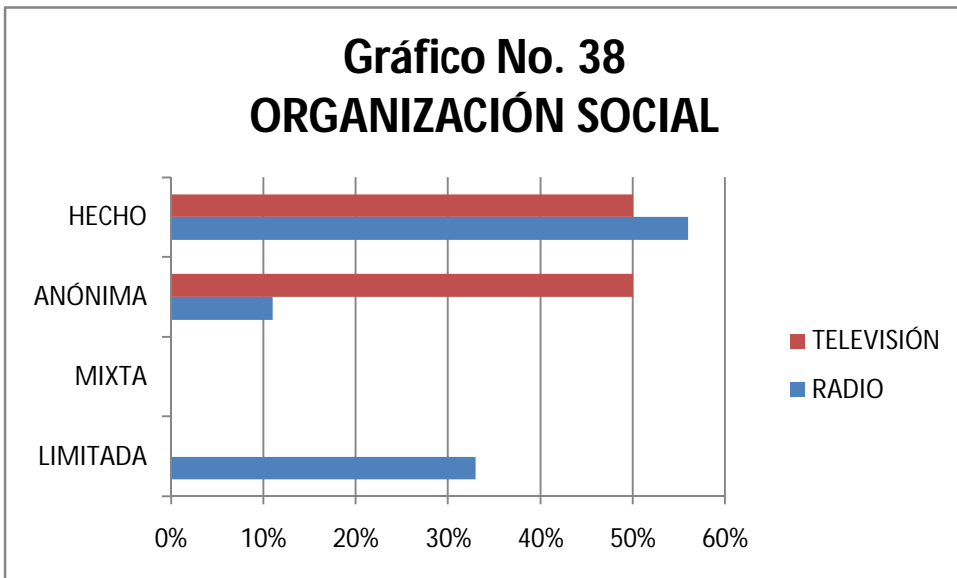
Productoras Audiovisuales/Televisión



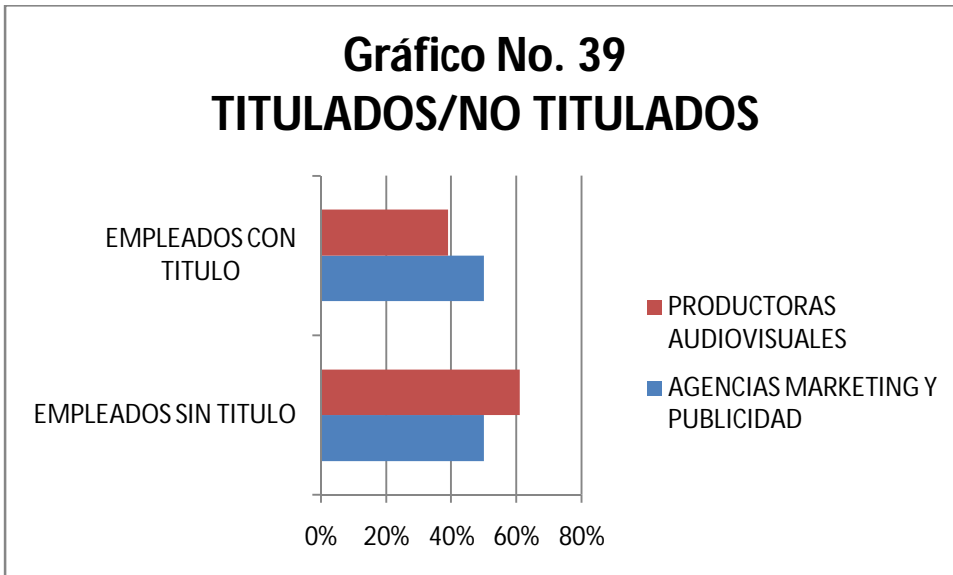
Televisión/Prensa



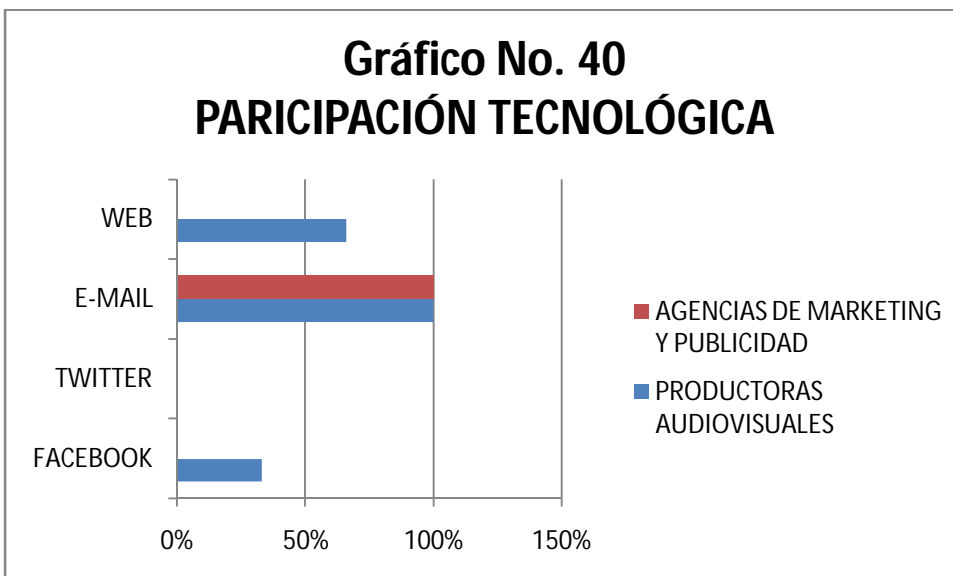
Televisión/Radio



Productoras Audiovisuales/ Agencias de Marketing y Publicidad



Agencias de Marketing y Publicidad/ Productoras audiovisuales



CAPÍTULO IV.

ANÁLISIS INDIVIDUAL DE RESULTADOS

En este capítulo se analiza e interpreta la información recogida en las fichas de encuesta a los medios y empresas investigadas.

4.1 De los medios y empresas investigadas:

Se utiliza el programa de cálculo Excel al ser una herramienta completa para representar gráficamente los datos recolectados. El análisis individual de datos de esta investigación es de tipo descriptivo.

4.1.1 PRENSA

- En el gráfico No.2 sector Prensa, Participación Tecnológica, podemos ver que Diario la Hora tiene Facebook, Twitter, e-mail, web; Diario el Heraldo solo tiene e-mail y web. Ninguno de los dos medios tienen Blogs. Diario La Hora cuenta con un medio digital muy completo que permite revisar las ediciones anteriores y mantiene al usuario informado constantemente. El Heraldo debe incrementar su participación tecnológica por la importancia de esta en la actualidad.
- En el gráfico No. 3 sector Prensa, ¿ Pertenecen a un grupo de empresas? La respuesta de ambos diarios es NO. Pero Diario La Hora pertenece al Grupo Vivanco, es beneficioso que pertenezca a un grupo porque cuenta con mejor infraestructura, organización y estrategias para informar a los usuarios.
- En el gráfico No.4 sector Prensa, Cobertura del periódico, en Diario la Hora y Diario el Heraldo la cobertura es Provincial. Ambos diarios llegan a los 8 cantones de la provincia de Tungurahua.
- En el gráfico No.5 sector Prensa, Promociones, Diario la Hora tiene Libros y coleccionables; el Heraldo no hace promociones. En realidad este tipo de promociones impactan en el público o en usuario, por lo general son educativos y de gran interés. El Heraldo también debería poseer este tipo de promociones por su importancia en la comunidad.
- En el gráfico No.6 sector Prensa, Número de empleados, Titulados/No Titulados, en Diario la Hora hay 16 empleados titulados y 12 empleados sin título; en el Heraldo hay 30 empleados titulados y 25 empleados sin título. En diario La Hora el 57 % son

personas tituladas este medio le da importancia a contratar gente titulada. El personal no titulado es empírico.

- En el gráfico No. 7 sector Prensa, Staff de dirección, en Diario la Hora hay 10 Directores y 2 Editores; en el Heraldo hay 5 Directores, 1 Subdirector y 1 Editor. En Diario la hora, por ser una empresa grande cada departamento tiene su director que está a cargo del desarrollo de los proyectos del medio.
- En el gráfico No.8 sector Prensa, Productos y servicios que ofrecen, Diario la Hora ofrece: publicidad, publrreportajes, clasificados, servicio de diseño gráfico, sociales, publicaciones externas, insertos; el Heraldo ofrece: publicidad, publrreportajes, clasificados, sociales, publicaciones externas, insertos. El Heraldo carece de servicio de diseño grafico y debería implementar este producto para satisfacer al cliente y evitar que tenga que buscarlo afuera e incurrir en gastos.

4.1.2 RADIO

- En el gráfico No. 9 sector Radio, Participación tecnológica, las radios Panamericana, Bonita, Centro, y Fiesta tienen Facebook; radio Centro en la única que tiene Twitter; las radios Romance, Panamericana, Melodía, Caracol, Bonita, Centro, Rumba, Bandida y Fiesta tienen e-mail y web. Ninguna de las radios tienen Blog. Es muy importante que las radios dispongan de blog para intercambiar opiniones con los usuarios, para mejorar el servicio, y saber los gustos de la audiencia de primera mano. El twitter ayuda la popularización de las radios y a ganar sintonía. “ Los Weblogs, blog o bitácoras, son aquellos recursos informativos, en formato web, ya sea en forma textual o de imágenes, en los que una persona o grupo de personas (natural o jurídicas), introducen por orden cronológico noticias, opiniones, sugerencias, artículos, reflexiones o cualquier otro tipo de contenido que consideran de interés”, según Ferrada (2005).
- En el gráfico No.10 sector Radio, Organización social, las radios Bandida, Centro y Bonita son Compañías Limitadas; la radio Fiesta es Sociedad Anónima; las radios Romance, Panamericana, Melodía, Caracol, Rumba son sociedades de Hecho están a nombre de personas naturales. La minoría del resultado de la encuesta están legalmente constituidas como personas jurídicas. En la Ley de Compañías Art 92 consta: “ La Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el

monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva...”. Según el Art. 143 de la Ley de Compañías: “ La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones”. Sociedad de Hecho según el concepto que trae el Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual de Guillermo Cavanelas dice: “La que siendo licita no ha llenado los requisitos legales sobre su constitución o que funciona sin ajustarse al régimen establecido. En especial la que no consta por escrito.”

- En el gráfico No. 11 sector Radio, ¿Pertenece a un grupo de empresas? las radios Romance, Melodía y Rumba SI pertenecen a un grupo de empresas, las tres emisoras pertenecen al grupo Radial Continental. Las radios Panamericana, Caracol, Bonita, Centro, Bandida y Fiesta NO pertenecen a un grupo. Grupo de empresas nos referimos a que existen lazos de propiedad común.
- En el gráfico No. 12 sector Radio, Repetidoras, las radios Romance, Panamericana, caracol, Rumba tienen una repetidora. El resto de radios no tiene repetidoras. Es una ventaja contar con repetidoras porque se cubre más territorio y con esto la señal se multiplica.
- En el gráfico No. 13 sector Radio, Tiempo de Programación, todas las emisoras transmiten las 24 Horas. Radio Bandida en la madrugada tiene programas dedicados a los trasnochadores, Radio Centro y Panamericana se enfocan en el sector rural. Las demás radios dejan la programación de la madrugada a las computadoras.
- En el gráfico No. 14 sector Radio, Número de empleados, Titulados/No Titulados, la radio Romance tiene 5 empleados titulados y 7 no titulados, la radio Rumba tiene 5 empleados titulados y 7 no titulados, la radio Panamericana tiene 3 empleados titulados y 7 no titulados, la radio Caracol tiene 6 empleados titulados y 5 no titulados, la radio Fiesta tiene 2 empleados titulados y 3 no titulados, la radio Bandida tiene 10 empleados titulados y 12 no titulados, la radio Melodía tiene 5 empleados titulados y 4 no titulados. En la radio Centro sus 19 empleados son titulados al igual que en la radio Bonita sus 10 empleados son titulados (ambas radios pertenecen al mismo dueño). Radios Centro y Bonita dan mucha importancia a contratar personal titulado, ofrecen un servicio de mayor calidad y aportan mucho en el medio.
- En el gráfico No. 15 sector Radio, Productos y servicios que ofrecen, las radios Romance, Melodía, Caracol, Bonita, Centro, Rumba y Bandida ofrecen Spots; las radios Caracol, Bonita y Centro ofrecen Jingles; ninguna de las radios ofrecen Perifoneo y audio móvil; las radios Caracol, Bonita, Centro y Bandida ofrecen

presentadores y animadores; las radios Panamericana, Bonita y Centro ofrecen Servicios para Conmutadores; todas las radios ofrecen clasificados menciones en vivo menos Radio Romance y Melodía que son musicales; todas las radios ofrecen servicios comunitarios menos radio Bonita; todas las radios ofrecen publicidad y propagandas políticas. El hecho que presten servicios comunitarios es importantísimo por el aporte a la zona rural, esto suma también sintonía. Radio Centro se dedica de lleno a esta labor.

4.1.3 TELEVISION

- En el gráfico No. 16 sector Televisión, Participación Tecnológica, Ambavisión tiene e-mail y web; Unimax tiene e-mail, web y Facebook. Las dos televisiones no tienen Twitter ni blogs. Se debe implementar las nuevas tecnologías por su importancia y beneficios a las televisoras y sus públicos.
- En el gráfico No. 17 sector Televisión, Organización social, Ambavisión es una sociedad de Hecho; Unimax es Compañía Anónima.
- En el gráfico No. 18 sector Televisión, ¿Pertenece a un grupo de empresas?, Ambavisión NO pertenece a un grupo de empresas; Unimax SI pertenece a R.T U. Se nota que pertenece a un grupo, la calidad de sus noticieros es superior, cuentan con mucha información nacional. Trabajan con políticas y estrategias.
- En el gráfico No.19 sector Televisión, Tipo de Estación, Ambavisión y Unimax son Televisoras Privadas. Ambavisión pertenece al Dr. Francisco Pérez Sáenz, conocido médico de la ciudad y Unimax al Dr. Galo Alarcón.
- En el gráfico No. 20 sector Televisión, Cobertura, Ambavisión y Unimax tienen cobertura Provincial. Ambavisión y Unimax llegan con su señal a tres provincias: Cotopaxi, Chimborazo y Tungurahua. Ambos medios estan calificados para brindar los servicios que ofrecerá el Mapa de Comunicación del Ecuador.
- En el gráfico No. 21 sector Televisión, Número de empleados, Titulados/No Titulados, en Ambavisión hay 17 empleados titulados y 6 empleados no titulados; en Unimax hay 10 empleados titulados y 10 no titulados.
- En el gráfico No. 22 sector Televisión, Productos y servicios que ofrecen, Ambavisión y Unimax ofrecen: spots publicitarios, campañas publicitarias, propaganda, clasificados menciones en vivo, productora y presentadores y animadores.

4.1.4 PRODUCTORAS AUDIOVISUALES

- En el gráfico No. 23 sector Productoras Audiovisuales, Participación Tecnológica, Patv Producciones y Unimax RTU tienen e-mail y web; Visualart tiene e-mail y Facebook. Ninguna de las productoras tienen Twitter ni blog. Es muy escasa la participación tecnológica, se recomienda implementar estos servicios por el beneficio inmediato para las productoras audiovisuales.
- En el gráfico No. 24 sector Productoras Audiovisuales, ¿ Pertenecen a un grupo de empresas?, Patv Producciones y Visualart NO pertenecen a ningún grupo; Unimax RTU pertenece a R.T.U. Esta productora se deriva de Unimax, no debería estar como otra empresa sino un servicio más del canal.
- En el gráfico No. 25 sector Productoras Audiovisuales, Categoría, Visualart y Unimax RTU tienen TV y Video; Patv Producciones tiene TV, Cine y Video. Patv Producciones ofrece la cobertura más completa
- En el gráfico No. 26 sector Productoras Audiovisuales, Circulación del Producto, Patv Producciones tiene circulación Local, Provincial, Nacional e Internacional; Visualart tiene circulación Local, Provincial y Nacional; Unimax RTU tiene circulación Provincial. Patv Producciones es corresponsal en Ecuador de ESPN, envía información deportiva del país, especialmente Automovilismo.
- En el gráfico No. 27 sector Productoras Audiovisuales, Número de empleados, Titulados/No Titulados, Patv Producciones tiene 1 empleado titulado y 1 empleado no titulado; Visualart 3 empleados titulados y 8 no titulados; Unimax RTU 7 empleados titulados y 8 empleados no titulados. En Patv producciones se contrata personal adicional dependiendo del trabajo a realizar. En Unimax son los mismos empleados del canal. Visualart tiene estudiantes de Comunicación Social, esto es muy beneficioso porque antes de salir de Universidad los jóvenes adquieren experiencia y trabajan.
- En el gráfico No. 28 sector Productoras Audiovisuales, Productos y servicios que ofrecen, Patv Producciones, Visualart y Unimax RTU ofrecen: spots publicitarios, imagen corporativa, creación de logos, fotomontajes, producciones cinematográficas. Patv Producciones y Unimax RTU ofrecen diseño de web. Visualart y Unimax RTU ofrecen video de seguridad. Unimax RTU ofrece venta y reparación de equipos audiovisuales, soluciones informáticas, instalación de redes. Ninguna de las productoras ofrecen cuñas para radio.

4.1.5 AGENCIAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD

- En el gráfico No. 29 sector Agencias de Marketing y Publicidad, Participación Tecnológica, Integra2 y Scala Publicidad tiene e-mail. Ninguna de las dos agencias tienen web, Facebook, Twitter, blog. En realidad son empresas que no han entrado en la tecnología actual, se debe sugerir que incursionen en este mundo para que sus servicios sean conocidos y requeridos.
- En el gráfico No. 30 sector Agencias de Marketing y Publicidad, Organización Social, Integra2 es Compañía Limitada y Scala Publicidad es sociedad de hecho.
- En el gráfico No. 31 sector Agencias de Marketing y Publicidad, Tipo de Agencia, Integra2 es Provincial y Nacional; Scala Publicidad es Nacional.
- En el gráfico No. 32 sector Agencias de Marketing y Publicidad, Especialidad de la Agencia, en Integra2 la especialidad es el Marketing; en Scala Publicidad es la Publicidad. Integra2 se especializa en capacitar personal, seminarios de Marketing, Ventas y Liderazgo. Scala Publicidad hace la parte metalmecánica de la publicidad: rótulos, vallas, stands, señalética.
- En el gráfico No. 33 sector Agencias de Marketing y Publicidad, Número de empleados, Titulados/No Titulados, en Integra2 hay 4 empleados titulados. En Scala Publicidad hay 4 empleados titulados y 8 empleados no titulados. Integra2 al dedicarse a la capacitación de personal, todos sus empleados son titulados y altamente cotizados en la ciudad.
- En el gráfico No. 34 sector Agencias de Marketing y Publicidad, Productos y servicios que ofrecen, Integra2 ofrece: investigaciones psico-demográficas, usos y preferencias del mercado, uso de medios, otras investigaciones, marketing general, comunicación comercial, spot y cuñas lineamientos, gráficos, web, ATL, BLT, medios digitales web 2.0, posicionamiento en buscadores. Scala Publicidad ofrece: marketing general, comunicación comercial, gráficos. Ninguna de las dos agencias hace palabras claves. La agencia Integra2 es una de las más completas, Scala se dedica a la publicidad en metalmecánica, su gerente dijo que hay planes a futuro de implementar más servicios.

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

- En el gráfico No. 35, Prensa/Radio, Titulados/No Titulados, observamos que en la prensa el 55% son titulados y en la Radio el 59% son titulados; en la prensa el 45% no tiene título y en la Radio el 41% no tiene título. El medio de comunicación Radio está dando más importancia a contratar personal con titulación en el ámbito de la comunicación social, las personas no tituladas tiene experiencia empírica, algunos son referentes de la radiodifusión en Tungurahua.
- En el gráfico No.36, Productoras audiovisuales/Televisión, Cobertura, observamos que la cobertura de las Productoras audiovisuales es Local, Provincial, Nacional e Internacional; La cobertura de la Televisión es Provincial. Las productoras audiovisuales tienen mayor cobertura que la televisión y sus productos son vistos a nivel mundial.
- En el gráfico No. 37 Televisión/Prensa, Participación Tecnológica, observamos el 100% en la Televisión y en la Prensa tienen web y e-mail; en la Prensa el 50% tiene Twitter; en la Televisión y en la Prensa el 50% tiene Facebook. Este tipo de medios está utilizando la tecnología de comunicación e información para dar a conocer los servicios y productos que ofrecen.
- En el gráfico No. 38 Televisión/Radio, Organización Social, observamos que en la Televisión el 50 % y en la Radio el 56% son sociedades de Hecho; en la Televisión el 50% son sociedades Anónimas y en la Radio el 11%; en la Radio el 33% es compañía Limitada. El alto número de Sociedades de Hecho se debe a que para ser compañía hay que pagar impuestos y cumplir requisitos que exige el trámite para la constitución de compañías o personas jurídicas.
- En el gráfico No. 39 Productoras Audiovisuales/Agencias de Marketing y Publicidad, Número de empleados, Titulados/ No Titulados observamos que en las Productoras Audiovisuales el 39% tiene título y en las Agencias de Marketing y Publicidad el 50%; en las Productoras audiovisuales el 61% no tiene título y el 50% en las Agencias de Marketing y Publicidad. En las Productoras Audiovisuales cuentan con estudiantes afines a las carreras relacionadas con la comunicación. Están en proceso de obtención del título.
- En el gráfico No. 40 Agencias de Marketing y Publicidad/ Productoras Audiovisuales, Participación Tecnológica, observamos que en ambos sectores el 100% tiene e-mail; las Productoras Audiovisuales tiene Facebook el 33% y Web el 66%.

CONCLUSIONES

- La investigación de campo me permitió, establecer la actual situación en la que se encuentran algunas de las empresas de comunicación de la provincia de Tungurahua, en los sectores: prensa, televisión, radio, productoras audiovisuales y agencias de marketing y publicidad. Ya que en las empresas visitadas tuve la colaboración por parte de los administradores de los medios, quienes proporcionaron información de primera mano, respondiendo todas y cada una de las preguntas de la encuesta.
- La recolección de datos se la realizó mediante una ficha , en donde se determino que en todos los medios investigados se han ido incorporando los avances tecnológicos en sus empresas, con el fin de prestar un mayor servicio a la comunidad, lo que les ha permitido llegar de mejor manera al público creciendo en audiencia.
- En la provincia de Tungurahua la mayoría de medios de comunicación, funcionan como Sociedades de Hecho, están a nombre de personas naturales, porque éstas consideran más viable llevar una empresa de esta manera por lo complicado y oneroso que resulta constituir y mantener una sociedad jurídica.
- En lo que tiene que ver con el Recurso Humano de los medios encuestados, se determino que mayoritariamente son titulados, pero los que carecen de título tienen amplia experiencia en su campo lo que les acredita ejercer la comunicación social.
- Con los datos de la investigación, las empresas encuestadas entran a formar parte del Mapa de Comunicación del Ecuador porque cuentan con los medios para hacerlo y prestan servicios de comunicación. Esto permitirá que los usuarios estudiantes, medios, audiencias, sector educativo se favorezcan de la información actualizada a través de la búsqueda en el primer Mapa de Comunicación

Bibliografía

- UNESCO, (2011) Análisis de Desarrollo Mediático del Ecuador. Quito- Ecuador Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación. PIDC.
- Universidad Andina Simón Bolívar, Noviembre(2002) Hacia la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. Propiedad de los Medios de Comunicación.
- Cabanelas Guillermo (1996), Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual Buenos Aires- Argentina: Heliasta
- Ley de Compañías (2002), Corporación de Estudios y Publicaciones, Quito-Ecuador

Páginas y sitios Web, Enlaces.-

- <http://www.supertel.gov.ec/index.php/estadísticas.html>
- <http://www.elnuevoempresario.com>
- <http://www.hoy.com.ec>. Noticias-ecuador/la-propiedad-cruzada-de-los-medios-de-comunicacion-349816.html. Publicado 23-05-2009.
- <http://www.mediosmedios.com.ar/A.%20Estados%20Unidos%20Periodicos.htm>
- <http://guia-barcelona.guiaespana.com.es/medios-de-comunicacion-rub/barcelona/empresas-guia.html>
- http://www.ymedia.es/mapa_de_medios.php
- <http://www.mediosmedios.com.ar/A.%20Italia%20Principal.htm>.
- <http://www.mrtrader.com.ar/?p=1120>
- <http://ijnet.org/es/opportunities/lanzan-sitio-de-mapas-tem%C3%A1ticos-de-brasil-para-periodistas>
- <http://boletinmovidaambiental.blohttp://www.agendadelacomunicacion.com/gspot.com/2009/09/mapa-de-medios-de-comunicacion-en.html>.
- <http://www.mediatico.com/>
- <http://es.scribd.com/doc/14640397/Mapa-de-medios-de-comunicacion-del-Ecuador>.
María Cristina Martínez. 2009
- <http://es.scribd.com/doc/14640397/Mapa-de-medios-de-comunicacion-del-Ecuador>.
María Cristina Martínez. 2009

ANEXOS