



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

TITULACION DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

**“Mapa de Comunicación del Ecuador:
Investigación en medios y empresas dirigidos para
Ecuatorianos – latinos en España”**

Trabajo de fin de titulación.

Autor:

Torres Gallardo, Elauli del Carmen

Directora:

Romero Estrada María Patricia, Lic.

Centro Universitario Madrid

2012

CERTIFICACIÓN

Licenciada

María Patricia Romero Estrada

DIRECTORA DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA

CERTIFICA:

Que el presente trabajo, denominado: **“Mapa de Comunicación del Ecuador: Investigación en medios y empresas dirigidos para ecuatorianos – latinos en España”**, realizado por el profesional en formación: **Torres Gallardo, Elauli del Carmen**, cumple con los requisitos establecidos en las normas generales para la Graduación en la Universidad Técnica Particular de Loja, tanto en el aspecto de forma como de contenido, por lo me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, julio de 2012

f _____

C.I.# 070334685-8

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Elauli del Carmen Torres Gallardo, declaro ser autora del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

f _____

Elauli del Carmen Torres Gallardo

C.I. 7402987

AUTORÍA

Las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de su autor.

f _____

Elauli del Carmen Torres Gallardo

DEDICATORIA

A usted, quien hace magia todos los días.

Al oro negro, llamado petróleo.

A Santiago, ese niño músico con alma de bombero.

A la Razón, corazón de la vida

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento a los medios y empresas de comunicación en España por su colaboración en el levantamiento de datos en la presente investigación.

Mi reconocimiento y gratitud a la Lic. Maria Patricia Romero, Director del presente trabajo, por su profesionalidad hecha palabra en cada mensaje enviado, al igual, por transmitirnos su motivación, fuerza y valentía al asumir el reto del programa “Mapa de Comunicación del Ecuador”.

Al Centro Universitario de Madrid, por su mano amiga cuando lo más he necesitado, y por el extraordinario trabajo que hacen todos los días.

A la Lic. Deysi Marlene Paredes Rivadeneira, por su apoyo y cariño.

A Carlos, que de alguna u otra forma ha estado presente en el desarrollo de mi tesis.

A quienes de alguna forma se relacionan conmigo y que me han apoyado en esta última etapa para la presentación de la tesis.

ÍNDICE

Certificación	ii
Acta de Cesión de derechos	iii
Autoría	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Resumen Ejecutivo	1
Capítulo I. PARTE INTRODUCTORIA	
1.1 Introducción	2
1.2 Objeto formal	3
1.3 Objetivos	3
Capítulo II. MARCO TEÓRICO	
2.1 Historia y evolución de los medios de comunicación dirigidos a ecuatorianos y/o latinos en España	4
2.2 Propiedad de los medios de comunicación dirigidos a ecuatorianos y/o latinos en España	19
2.3 Mapas de medios / trabajos similares en el mundo	21
Capítulo III. INVESTIGACIÓN DE CAMPO	
3.1 Metodología	26
3.2 Presentación de resultados	28
3.3 Presentación de cruces de información	43
Capítulo IV. ANÁLISIS INDIVIDUAL DE RESULTADOS	
4.1 De los medios y empresas investigadas	47
4.2 De las áreas investigadas en los medios y empresas de comunicación	57
Conclusiones	59
Bibliografía	61
Anexos	63
1. Fichas	
2. Tarifarios	
3. Parrillas de contenido	

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente trabajo se encuentra un marco teórico referente a la dinámica de inmigración latino-ecuatoriana en España la misma que ha generado por su importancia social y económica el desarrollo de medios de comunicación dirigidos exclusiva o parcialmente a los colectivos inmigrantes.

Para el levantamiento de información se utilizó una ficha proporcionada por la UTPL, seleccionándose diecinueve empresas como muestra de estudio, los cuales representaban diferentes tipos de medios tales como: Prensa (Si se puede y Latino), Revista (Tateiju, Ecuador tu revista, Toumai, Raíz Ecuador, Ocio Latino, Catalina), Radio (Corazón tropical, Fiesta FM y BCN Latina), Televisión (Canal Latino TV), y Medio digital (El Comercio, Gladys Palmera, Mundo Hispano, Tribuna Latina, Euro Mundo Global, El ecuatoriano y Periodista digital).

En la investigación se llevaron a cabo entrevistas personales, por vía telefónica y por correo electrónico, con los responsables de los medios de comunicación seleccionados. La investigación permitió recolectar y analizar información de un grupo selecto de medios de comunicación para establecer la situación actual de las empresas de comunicación dirigidas a la comunidad ecuatoriana y latina en España.

Capítulo I. PARTE INTRODUCTORIA

1.1 Introducción

En las últimas décadas los medios de comunicación se han vuelto parte fundamental en la vida cotidiana de las personas. Gracias a ellos, hoy en día es posible tener conocimiento en tiempo real de lo que acontece, tanto a nivel local, nacional e internacional, y en forma virtual en cualquier lugar del mundo.

En particular, y sobre todo a través del uso de las nuevas tecnologías de información; los medios de comunicación se han convertido en portavoces acerca de las inquietudes y vicisitudes de los pueblos y naciones, sin límites de índole geográfica o temporal.

En el marco de la carrera de Comunicación Social, y como requisito para optar por el grado de Licenciado, el presente estudio de tesis busca contribuir al proyecto de desarrollar un “Mapa de Comunicación de Ecuador”¹ proporcionando información actualizada y veraz sobre los medios de comunicación¹ que tienen como grupo objetivo prioritario la comunidad inmigrante ecuatoriana y latina en general, residente en España.

Los últimos datos sobre la población extranjera en España sitúan al colectivo latino en torno a los 1.5 millones de personas en una población total de aproximadamente 44.5 millones; y cerca un tercio de los latinos son de origen ecuatoriano². España es de hecho, el país con mayor inmigración latina en Europa, seguido por Italia.

En vista del peso demográfico de la comunidad inmigrante ecuatoriana en España y en relación a la población total del Ecuador (que ha sido proyectada en alrededor de 15 millones de personas para el año 2010³), la realización del presente estudio es un complemento al desarrollo del mapa nacional que otros egresados de la Escuela de Comunicación Social vienen llevando a cabo de manera simultánea en Ecuador.

¹ Los medios y empresas de comunicación a investigar incluyen la prensa, revistas, radio, televisión, productoras audiovisuales, agencias de marketing y publicidad, agencias de relaciones públicas, medios digitales y productoras cinematográficas.

² www.ine.es

³ www.ecuadorencifras.com

1.2 Objetivo formal

Llevar a cabo el levantamiento de información de un grupo selecto de empresas y medios de comunicación en España dirigidas a la comunidad ecuatoriana y latina.

1.3 Objetivos

General:

- Establecer la situación actual de las empresas de comunicación dirigidas a la comunidad ecuatoriana y latina en España.

Particulares:

- Llevar a cabo el levantamiento de datos en una muestra de los siguientes medios y empresas de comunicación: prensa, revistas, radio, televisión y medios digitales.
- Realizar un análisis de los resultados encontrados de manera tal que permitan obtener una visión más clara sobre la situación de los medios de comunicación y las perspectivas de la profesión del comunicador social.

Capítulo II. MARCO TEÓRICO

El presente estudio se basa en la recolección de información de una muestra de medios de comunicación dirigidos a la comunidad ecuatoriana (y latina en general) en España. A fin de identificar los medios de comunicación que serán sujetos a entrevistas detalladas, es necesario desarrollar una serie de pasos, los cuales incluyen describir el contexto histórico de los medios de comunicación en España en función de la dinámica de inmigración ecuatoriana y latina al país (sección 2.1), así como las motivaciones que han llevado a diversos agentes económicos a invertir en el desarrollo de medios de comunicación para colectivos inmigrantes (sección 2.2). Finalmente, se incluyen ejemplos de mapas de comunicaciones en otros lugares del mundo donde la población inmigrante latina es significativa, Ej. España e Italia y de otros países latinoamericanos Ej. Perú (sección 2.3).

2.1 Historia y evolución de los medios de comunicación dirigidos a ecuatorianos y/o latinos en España

2.1.1 Definición y evolución de los Medios de Comunicación

Con el término “medio de comunicación” (del latín *medius*), se hace referencia al “instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos.”⁴

Los medios de comunicación son instrumentos en constante evolución. Muy probablemente la primera forma de comunicarse entre humanos fue la de los signos y señales empleados en la prehistoria, cuyo reflejo en la cultura material son las distintas manifestaciones del arte prehistórico. La aparición de la escritura se toma como hito de inicio de la historia. A partir de ese momento, los cambios económicos y sociales fueron impulsando el nacimiento y desarrollo de distintos medios de comunicación, desde los vinculados a la escritura y su mecanización (impresión - siglo XV) hasta los medios audiovisuales ligados a la era de la electricidad (primera mitad del siglo XX) y a la revolución de la informática y las telecomunicaciones (revolución científico-técnica o tercera revolución industrial - desde la segunda mitad del siglo XX); cada uno de ellos esenciales para las distintas fases del denominado proceso de globalización.

⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Medio_de_comunicaci%C3%B3n

2.1.2 Inmigración latinoamericana en España

España, desde mediados de los años noventa, se ha convertido en un país receptor de inmigrantes lo cual ha transformado una sociedad relativamente homogénea en términos de nacionalidades en una de gran diversidad étnica, cultural, lingüística y religiosa. En la actualidad, España cuenta con una población de poco más de 46 millones de personas. Para enero de 2009, los extranjeros empadronados sumaron más de cinco millones de los cuales dos millones eran ciudadanos de la Unión Europea. Entre el colectivo de ciudadanos no comunitarios, los latinoamericanos son un poco más de un millón y medio donde sobresalen cinco colectivos: los ecuatorianos, los colombianos, los bolivianos, los argentinos y los peruanos.

Tabla 1. Población latinoamericana en España: cinco mayores países de origen

País	Total (en miles)
Ecuador	420,110
Colombia	280,705
Bolivia	239,942
Argentina	145,315
Perú	120,272
Total	1,206.344

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE) de España

Estos inmigrantes se distribuyen principalmente en las áreas metropolitanas de las comunidades de Cataluña, Madrid y la Comunidad Valenciana. Tienen una edad de entre 25 y 40 años. Emigran más hombres que mujeres y ocupan trabajos en la hotelería y servicios, construcción, agricultura y trabajo doméstico. La mayoría tiene un nivel de educación superior al secundario, y en su vida anterior eran comerciantes, obreros, administrativos, profesores o ingenieros. Por otro lado, el principal objetivo de emigrar es mejorar la situación económica pensando que en España hay mejores opciones de trabajo, una calidad de vida superior y mejor educación para sus hijos. La afluencia de latinoamericanos a España en las últimas dos décadas ha provocado cambios en la estructura y oferta de programas en los medios de comunicación en general. Algunos estudios señalan que este colectivo consume información a diario⁵ y por lo tanto, se convierte en un nuevo público para ampliar el mercado y obtener beneficios económicos. Los inmigrantes son responsables por alrededor del 10% del consumo total en España (cercano a 60 mil millones de euros), lo cual ha

⁵ Ver Santillán (2008)

meritado no sólo la atención de los medios gestionados por los grupos empresariales mencionados anteriormente, sino también la fundación de una multitud de medios y empresas de comunicación locales dirigidos a la comunidad latina.

2.1.3 Medios de comunicación dirigidos a la comunidad ecuatoriana y latina

Diversos estudios han concluido que la inmigración latinoamericana ha cambiado la estructura y oferta de contenidos de los medios en España⁶. Según el tercer anuario de la comunicación del inmigrante (2009), los inmigrantes en España cuentan hoy en día con más de 180 medios de comunicación propios. De estos, más del 40% están dirigidos al colectivo latino, particularmente a través de la prensa, revistas, radio y televisión.

Prensa

La situación de la prensa ofrece un panorama de crecimiento: en cinco años aparecieron cuatro semanarios gratuitos: *Sí se puede* (2003), *Latino* (2004), *El Comercio* (2006) y *Eco de Madrid* (2007). Los tres primeros subsisten hasta ahora, aunque el último desde enero de 2011 se distribuye solo como medio digital, y ofrecen noticias de lo que ocurre en Latinoamérica así como información de servicios comerciales y bolsa de trabajo.

Tabla 2. Prensa gratuita dirigida a inmigrantes

Periódico	Fundación	Periodicidad	Tiraje	Cobertura
Sí se puede	2003	Semanal	150 mil	Madrid, Barcelona, Valencia
Latino	2004	Semanal	80 mil 30 mil	Madrid, Barcelona, Levante
El Comercio	2006	Semanal	55 mil	Madrid y Murcia
Eco de Madrid	2007	Semanal	70 mil	Madrid

Fuente: Adaptado de Santillán (2008)

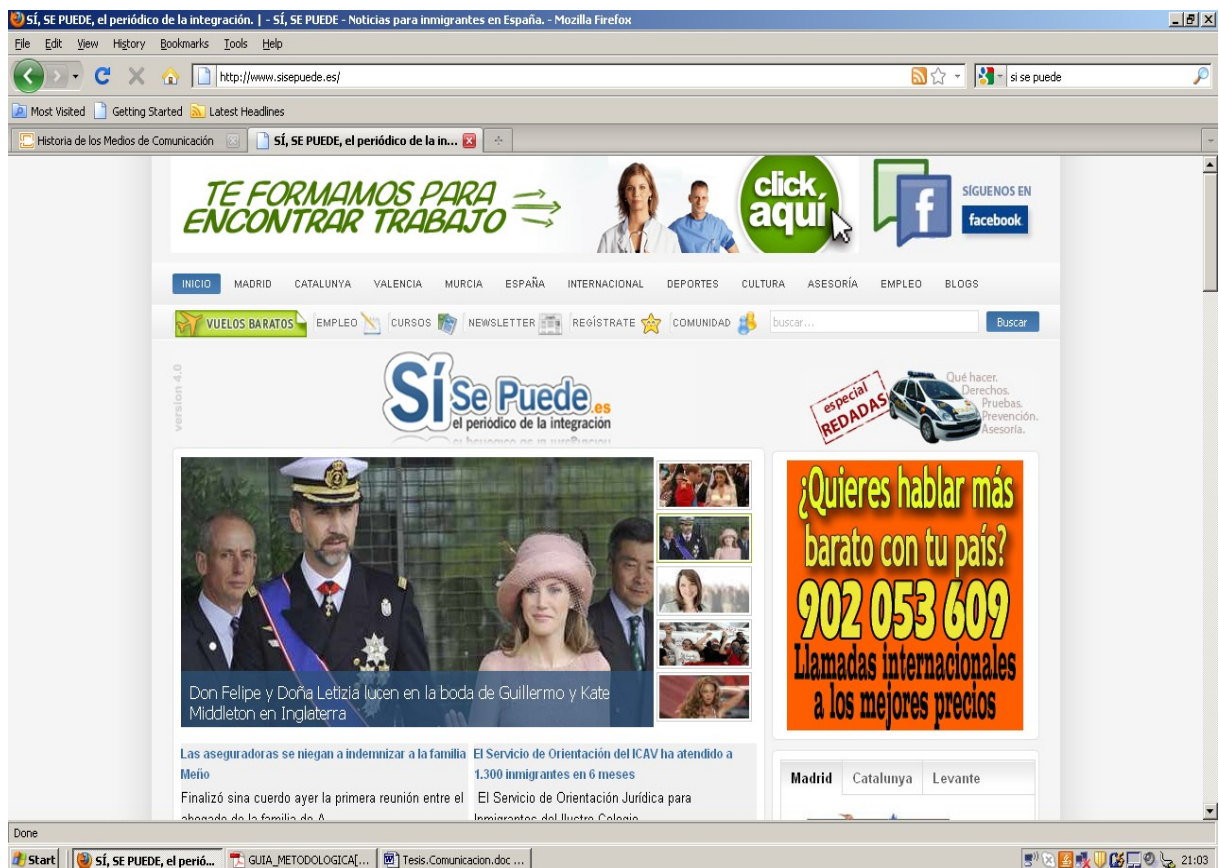
Con excepción de *El Comercio* (definido como “100% ecuatoriano”), la propiedad de los periódicos es de empresas españolas que están invirtiendo en proyectos editoriales dirigidos al colectivo latinoamericano que no contaban con medios dirigidos a ellos. El semanario *Latino* es editado por el grupo Nova Press, de capital 100% español, que también publica las

⁶ Ver Santillán (2008), Sabés-Turmo (2008), y los Tres Anuarios sobre la comunicación del inmigrante en España (2006, 2007 y 2009) editados por Etnia Comunicación.

revistas mensuales para inmigrantes *Toumai* y *Raíz*; y el periódico *Eco de Madrid* pertenecía a Anuntis Segundamano, empresa líder del mercado de anuncios clasificados de España, Colombia, México, Brasil, entre otros.

Los periódicos tienen como principales fuentes de financiación los anuncios comerciales dirigidos a los inmigrantes por parte de bancos, empresas de telecomunicaciones y de envío de remesas. Estos periódicos se editan los sábados y utilizan puntos de distribución como estaciones de metro, locutorios, centros de envío de dinero con lo que aseguran que el semanario llegue directamente a los inmigrantes.

Gráfico 1: Sitio Web del periódico “Si se puede”



Fuente: <http://www.sisepuede.es>

Gráfico 2. Sitio web del periódico “Latino”



Fuente: www.enlatino.com

El Comercio

En el 2006 la empresa Editores Ecuatorianos S.A., propietarios del diario “El Comercio” del Ecuador, empezó a producir desde su sede en la calle Ortega y Gasset en Madrid una versión semanal del diario ecuatoriano con noticias y avisos comerciales dirigidos principalmente a los inmigrantes ecuatorianos en España.

De acuerdo a la información proporcionada en su sitio Web, “El semanario El Comercio del Ecuador llegaba a los inmigrantes residentes en España, especialmente en la comunidad de Madrid y Murcia, con un tiraje de 55 mil ejemplares gratuitos por edición los mismos que eran leídos por alrededor de 87 000 ecuatorianos cada semana.”

A partir de Febrero de 2011 se discontinuó la producción del medio impreso y “El Comercio de Ecuador” paso a ser distribuido solo de manera digital⁷

Gráfico 3: Sitio Web del diario “El Comercio” del Ecuador en España

⁷ <http://www.elcomerciodeecuador.es/httpwwwelcomerciocomgeneralesanuncie-aquiaspx.html>



Fuente: www.elcomerciodelecuador.es

Revistas

Las revistas dirigidas a inmigrantes latinos son ediciones mensuales y de distribución gratuita. Al igual que los periódicos, su fundación ha sido consecuencia de la afluencia de inmigrantes como publicaciones para cubrir las necesidades informativas, jurídicas y de entretenimiento para la población. Por su temática podemos distinguir las revistas de acuerdo a sus características: a) *Ocio Latino* dedicada, principalmente, a brindar información sobre la farándula latina; y al ámbito del ocio y el entretenimiento; b) *Toumaï*, concentra sus contenidos en noticias, entrevistas, reportajes de la población latina en España, que cumple un papel informativo y culturizador; c) *Raíz*, inicialmente era una revista con contenidos generales, el año pasado se dividió en tres ediciones (*Raíz ecuatoriana*, *Raíz Bolivia*, *Raíz Colombia*) para informar a estos colectivos de forma particular; d) *Pasión deportiva*, que surgió en enero de 2007, brinda información sobre las ligas de fútbol latinas en la Comunidad de Madrid donde juegan, cada fin de semana, más de 800 equipos integrados en su mayoría por latinoamericanos.

Tabla 3. Revistas dirigidas a inmigrantes

Revistas	Fundación	Periodicidad	Tiraje	Cobertura
Ocio Latino	1995	mensual	30 mil	Madrid, Barcelona
Toumai	2004	mensual	50 mil	Madrid, Barcelona
Raíz Ecuatoriana	2006	mensual	100 mil	Madrid, Barcelona
Raíz Colombia			100 mil	
Raíz Bolivia			75 mil	
Catalina	2005	mensual	12 mil	Cataluña
Pasión deportiva	2007	mensual	80 mil	Madrid

Fuente: Adaptado de Santillán (2008)

Gráfico 4. Sitio Web de la revista “Ocio Latino”



Fuente: <http://www.ociolatino.com/nosotros>

Radio

Estaciones de radio como *Corazón Tropical*, *BCN Latina* o *Fiesta FM* son algunas de las emisoras que transmiten las 24 horas contenidos latinos: noticias, música, entretenimiento e información jurídica y de servicios para ese público. Al igual que la prensa gratuita, cubren las principales ciudades con población latinoamericana en España. Hay que destacar *Radio Gladys Palmera* que emite (via internet) desde 1998 para Barcelona y ciudades cercanas, y *Radio Eurocaribe*, que fue la pionera en la capital, Madrid.

Gráfico 5. Sitio Web de la Radio Fiesta FM



Fuente: <http://www.fiestafm.net/fiesta>

Tabla 4. Radios con programas dirigidos al colectivo latino

Emisoras de radio	Cobertura
Corazón Tropical	Madrid
BCN Latina	Barcelona
Fiesta FM	Madrid
Gladys Palmera	Barcelona
Megalatina	Madrid
Radio Eurocaribe	Madrid
Radio Pueblo Nuevo	Madrid

Emisoras de radio	Cobertura
Radio Sensación	Madrid y periferia
Rumbera Network	Madrid
Super Estación Latina	Madrid
Top Radio	Madrid
Zona latina	Madrid norte

Fuente: Adaptado de Santillán (2008)

Televisión

La comunidad inmigrante latina es la única que dispone de una televisión con 24 horas de programación. El *Canal Latino* tiene una audiencia de cuatro millones de espectadores al mes repartidos en 35 ciudades. La cadena fue creada en 2005 y emite a través de la televisión convencional e Internet las 24 horas del día, utiliza el satélite Hispasat y tiene 12 horas de producción propia, con transmisiones en directo desde sus estudios en Barcelona. Ofrece información, entretenimiento, música, oferta de trabajo y asesoría legal.

Gráfico 6. Sitio Web de “Canal Latino”



Fuente: <http://canallatino.tv/x2/index.php?id=8&titulo=descripcion>

Productoras audiovisuales

En España las productoras audiovisuales están representadas por la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales de España (FAPAE). No existe por el momento entre sus miembros una productora dedicada a temas específicos del colectivo latino. Sin embargo, existen varias empresas que se han visto involucradas en la producción de programas de radio y TV dirigidos a inmigrantes. Entre ellas destacan la productora Tele Cinco Producciones especializada en la producción de contenidos para hispanoamérica.

Agencias de Marketing y Publicidad

El mayor consumo de los nuevos residentes motivó a que diversas entidades privadas realizaran un esfuerzo investigador muy importante, como es el caso de Nielsen, TNS o diversas agencias publicitarias; a fin de poder identificar la mejor manera de vender productos y servicios a los colectivos inmigrantes.⁸No parece sin embargo que existan agencias de marketing y publicidad dirigidas específicamente al colectivo inmigrante latino.

Agencias de Relaciones Públicas

No parece que existan agencias que interactúen con inmigrantes de manera específica.

Medios digitales

Existen varios medios digitales (la mayoría blogs privados) dirigidos a inmigrantes de manera individual. En práctica, los principales medios, en particular los de prensa, revista, y televisión, ya utilizan como una nueva interface para su público objetivo los medios digitales. Medios digitales de gran acogida en Barcelona son Mundo Hispano (www.mundohispano.info) y Tribuna Latina (www.tribunalatina.com); de manera similar en Madrid, se encuentran Euro Mundo Global (www.euromundoglobal.com), Periodista Latino (<http://www.periodistadigital.com/inmigrantes>), y El Ecuatoriano (www.elecuatoriano.com).

Productoras cinematográficas

La FAPAE incluye entre sus miembros las productoras cinematográficas existentes en el país. Como se mencionó anteriormente, no existen productoras audio-visuales enfocadas solamente a aspectos referidos al colectivo de inmigrantes. Existen sin embargo casos de películas producidas con temáticas relativas a los inmigrantes (Ej. la película Rabia producida el 2009 por Tequila Gand de Mexico en asociación con Telecinco Producciones).

⁸ Baladrón (2011)

2.1.4 Programas para inmigrantes latinos en medios españoles

Los inmigrantes latinoamericanos no sólo son interés de las empresas que se anuncian en sus radios, prensa o canal de televisión. Como se indicó anteriormente, los medios españoles se han dado cuenta que este público representa un gran mercado. De momento hay una decena de programas de radio y televisión dedicados a ellos. Es el caso de *Con todos los acentos*, de Televisión Española, o de *Telenoticias sin fronteras* en Telemadrid.

Gráfico 7. Sitio Web del programa “Con todos los Acentos”



Fuente: <http://www.contodoslosacentos.tve.es>

Tabla 5. Canales de televisión con programas dirigidos al colectivo latino

Televisión	Programa
La 2	Con todos los acentos
La 2	Hijos de babel
Telemadrid	Telenoticias sin fronteras
Canal7tv	Punto de encuentro
Libertad digital (TDT)	Nuevos madrileños

Fuente: Adaptado de Santillán (2008)

Las radios también están generando nuevos programas, por ejemplo la Cadena Ser (propiedad del Grupo PRISA) en abril empezó a emitir *Ser Latino*, un programa sobre la actualidad de América Latina. Por su parte, Radio Nacional de España (propiedad de Radio

Televisión Española) cuenta con el programa *La tierra prometida* donde se abordan aspectos de las distintas comunidades que viven en España. Hay noticias, agenda, entrevistas, consejos laborales y legales, ocio, etcétera. Una característica más: son presentados en su mayoría por latinoamericanos.

Tabla 6. Radios españolas con programas dirigidos al colectivo latino

Radio	Programa
Onda Madrid	Madrid sin fronteras
Intercontinental	LaW Interfronteras
Intereconomía	La mano abierta
Radio 5 RNE	La tierra prometida
Radio 3 RNE	Trestizaje
Cadena Dial	Tropidance by Brugal
Punto Radio	Chévere
Cadena SER	Ser Latino
Cope Madrid	Sí se puede

Fuente: Adaptado de Santillán (2008)

2.1.5 El consumo de los medios generalistas por la "nación latina"

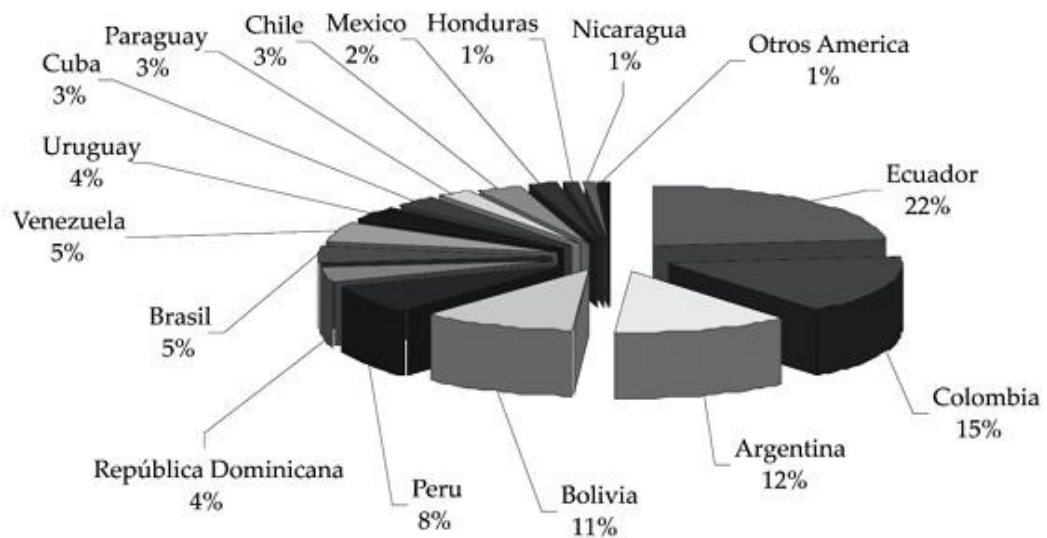
El Estudio General de Medios⁹ (EGM) recoge información sobre el consumo de medios de comunicación por parte de la población inmigrante. En cuanto a la prensa, la segunda oleada del EGM (2008) refleja que la prensa diaria en España contaba con 610.000 lectores procedentes de Ecuador, Colombia, Argentina, Bolivia, Perú, República Dominicana, Brasil, Venezuela, Uruguay, Cuba, Paraguay, Chile, México, Honduras, Nicaragua y otros países de América (figura 1).

Entre la prensa diaria española, se destacaron cuatro grandes periódicos gratuitos: 20 Minutos, Metro Directo, ADN y Qué!, los mismos que poseían los mejores resultados de audiencia. Entre las personas procedentes de los países anteriormente citados, 201.000 declararon leer 20 Minutos; 170.000, Qué!; 151.000, Metro Directo, y 124.000, ADN. De entre los de pago, prima El País, con 81.000; y el diario deportivo Marca, con 78.000.¹⁰

⁹ La segunda edición del Estudio de Medios para Inmigrantes (EMI) cubre la población inmigrante de más de 14 años residente en la Comunidad de Madrid y en las provincias de Barcelona, Castellón, Valencia, Alicante, Murcia y Almería, las zonas donde se localizan los colectivos más numerosos de inmigrantes.

¹⁰ Estudio General de Medios (2008)

Figura 1.
Distribución del consumo de la prensa en España por parte de la población inmigrante



Fuente: Segunda Oleada del Estudio General de Medios de 2008.

Por su parte, la radio española contaba con 824.000 oyentes que forman parte del colectivo inmigrante de América Latina, procedentes de Ecuador, Colombia, Argentina, Bolivia, Perú, Brasil, República Dominicana, Venezuela, Uruguay, Paraguay, Chile, Cuba, Honduras, México, Nicaragua y otros países. La mayor parte escuchan la radio temática musical, 604.000 (40 Principales, 178.000; Kiss FM, 67.000; Dial, 64.000, y Europa FM, 51.000), por 224.000 que afirman oír la radio generalista (Ser, 98.000; Onda Cero, 38.000; COPE 34.000, y RNE1, 22.000) (figura 2).

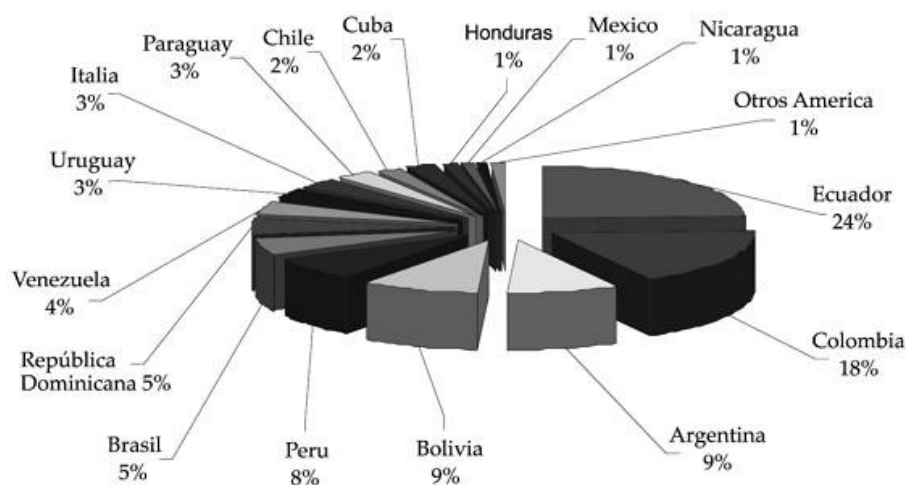
Figura 2.
Distribución del consumo de la radio en España por parte de la población inmigrante



Fuente: Segunda Oleada del Estudio General de Medios de 2008.

La televisión en España contaba con 1.491.000 telespectadores inmigrantes provenientes del área de América Latina, una cifra muy relevante que pone de manifiesto la importancia de este medio de comunicación también entre este colectivo (figura 3).

Figura 3.
Distribución del consumo de la televisión en España por parte de la población inmigrante



Fuente: Segunda Oleada del Estudio General de Medios de 2008.

En el último EGM (2008) Antena 3 TV es la que contaba con mayor audiencia de latinoamericanos en España, con un total de 645.000 espectadores; seguida de Tele 5, con 528.000; de La 1, 378.000; Cuatro, 245.000; de La Sexta, 192.000, y de La 2, 119.000.

2.2 Propiedad de los medios de comunicación dirigidos a ecuatorianos y/o latinos en España

La propiedad de los medios de comunicación dirigidos al colectivo inmigrante es mayoritariamente privada, salvo algunas excepciones de periódicos y revistas que reciben subvenciones de los gobiernos autonómicos. Respecto a la propiedad privada, financiada por particulares o grupos empresariales españoles, tiene como principales fuentes de financiación la venta de publicidad, en dos modalidades: a bancos, empresas telefónicas, inmobiliarias y otras grandes empresas, y a dueños de pequeños comercios como tiendas, restaurantes, bares, cafeterías, locutorios dirigidos a los inmigrantes.

Este sistema de dependencia a la publicidad determina, en gran medida, que los contenidos estén sujetos a los intereses comerciales y no a los informativos. Ello se acrecienta más en la prensa y revistas que son gratuitas. A continuación se indica de manera resumida la propiedad de los principales medios de comunicación (prensa, revistas, radio, televisión, etc.) tanto en España como aquellos dirigidos al colectivo inmigrante latino en España.

El sistema mediático español

Los medios de comunicación españoles en las últimas dos décadas (1990-2010) han visto una gran consolidación de su propiedad lo que ha llevado a que siete grandes grupos empresariales ejerzan un gran control tanto de la prensa escrita como de la industria audiovisual. Esto, de acuerdo a diversos estudios y sitios de informativos¹¹, es una situación común en la mayoría de países europeos. En el caso español, además de estos grupos empresariales, debe tenerse en cuenta también la influencia que tienen las empresas públicas de radio y televisión, tanto las de alcance nacional (Ej. Radio Televisión Española¹²) como las autonómicas (Ej. Tele Madrid¹³)

A continuación se detallan los principales grupos de comunicación en España.

¹¹ http://www.ejc.net/media_landscape/article/spain/

¹² <http://www.rtve.es/>

¹³ www.telemadrid.es

Tabla 7. Principales grupos de comunicación en España

- Grupo Prisa (www.prisa.es): este grupo concentra 8 grupos de negocio, entre los más emblemáticos figuran: El País, actualmente el periódico más leído en España, así como otras actividades en prensa, radio y la producción televisiva.
- RCS Media Group (www.rcsmediagroup.it): agrupa sus actividades en España en seis áreas de negocio; los más conocidos son el periódico El Mundo, el diario deportivo Marca, dedicado casi en exclusiva a noticias de fútbol; el diario económico Expansión, y el periódico especializado en sanidad Diario Médico.
- Vocento (www.vocento.net): con siete unidades de negocio, este grupo es el editor del diario ABC, el más antiguo de los periódicos españoles, y de 12 periódicos de tamaño medio en diferentes comunidades autónomas. Tiene participaciones en la cadena privada de televisión más importante (TeleCinco) y en la agencia de noticias Colpisa, etc.
- Grupo Zeta (www.grupozeta.es): ese grupo, dividido en cuatro unidades de negocio, edita trece diarios españoles, entre los que destacan El Periódico de Cataluña y el diario deportivo Sport. Además, publica las revistas tiempo e Interviú; etc.
- Grupo Godó (www.grupogodo.com): este grupo catalán edita el diario La Vanguardia y divide sus actividades en cinco áreas, de las que este diario es el de mayor importancia.
- Grupo Serra (www.gruposerra.com) este grupo concentra sus actividades en tres áreas de negocio y es el líder en la comunidad de las islas Baleares.

Fuente: Elaboración propia con datos de los grupos empresariales.

Propiedad de los medios de comunicación latinos

De acuerdo al tercer anuario de la comunicación del inmigrante en España (2009), la comunidad inmigrante latina fue la pionera en invertir en este sector impulsando los primeros *ethnic media*¹⁴ comerciales en España, los cuales comienzan a surgir en Madrid en 1994. Primero, en forma de periódicos y revistas, entre las que destaca la revista Ocio Latino. Y más tarde, en el campo radiofónico, convirtiéndose en los primeros en disponer de radios dedicadas 24 h a la música latina. La mayoría de las radios creadas por y/o para latinoamericanos se encuentran en Madrid y Barcelona. Por último, la comunidad latinoamericana es la primera en disponer de una televisión con 24 horas de programación: Canal Latino TV, creado en 2004 por una empresa catalana.

¹⁴ Término de origen anglosajón que traducido al español significa “Medios étnicos”.

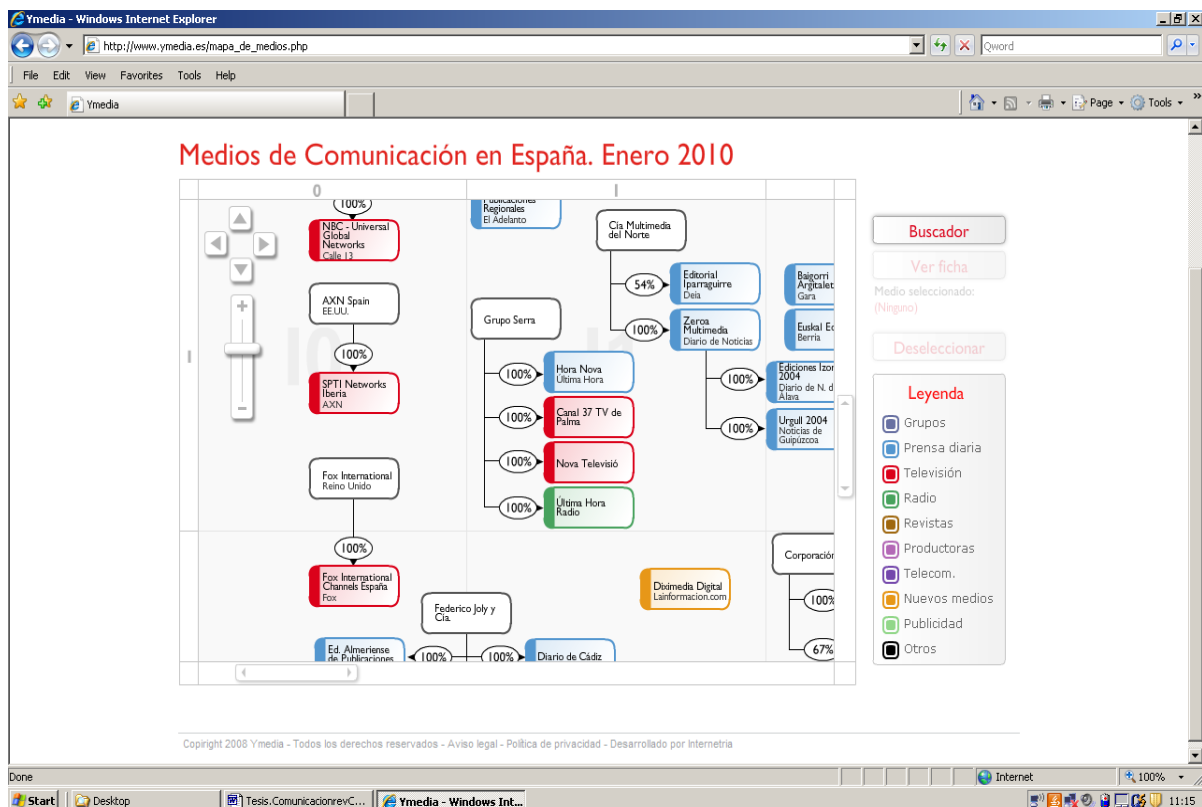
2.3 Mapas de medios / trabajos similares en el mundo

Existen numerosos mapas de medios de comunicación a nivel mundial bajo la forma de catálogos y/o listados de empresas que se dediquen a estos menesteres. A continuación se mencionan los casos de España, Italia (sobre medios de comunicación para el colectivo inmigrante latino) y de Perú (sobre medios de comunicación en general)

España

Existen diversos sitios Web donde se puede consultar información sobre medios de comunicación en España. Quizás el mapa más completo es que ha sido desarrollado por la agencia “Ymedia”, el mismo que engloba los principales actores del panorama mediático español e incluye información sobre la propiedad de cada uno de los medios de comunicación identificados, ya sea prensa, revistas, radio, televisión, productores, Telecom., nuevos medios, agencias de publicidad, entre otros.

Gráfico 8. Sitio Web de la agencia Ymedia



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

Otro directorio de medios de comunicación españoles se encuentra en el portal “Mediatico.com”. De hecho, este sitio Web contiene directorios de medios de comunicación de todo el mundo - incluyendo prensa, revistas, estaciones de radio y de televisión en Africa, Asia y el Pacífico, Europa, Latino América y el Caribe, Oriente Medio y Norteamérica - aunque el directorio más completo es sin dudas el español.

Gráfico 9. Sitio Web Mediatico.com (Directorio de Medios de Comunicación en España)



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

Italia

Como en el caso español, existen numerosos directorios en línea que incluyen información sobre los medios de comunicación en Italia.

De manera similar al portal “Mediaticos.com”, el sitio Web “Wikipedia” proporciona información detallada de las estaciones de radio (http://it.wikipedia.org/wiki/Categoria:Emittenti_radiofoniche). La federación de radio y televisión italianas proporciona un listado de sus agremiados en su sitio web (http://www.frt.it/allegati/home_elencotv.pdf)

Un sitio particular es “Intermirifica.net” el mismo que ha sido desarrollado por la Iglesia Católica con el objetivo de convertirse en el directorio más completo del mundo sobre medios de comunicación católicos, y de manera particular aquellos de origen italiano.

Grafico 10. Sitio Web de Intermirifica.net

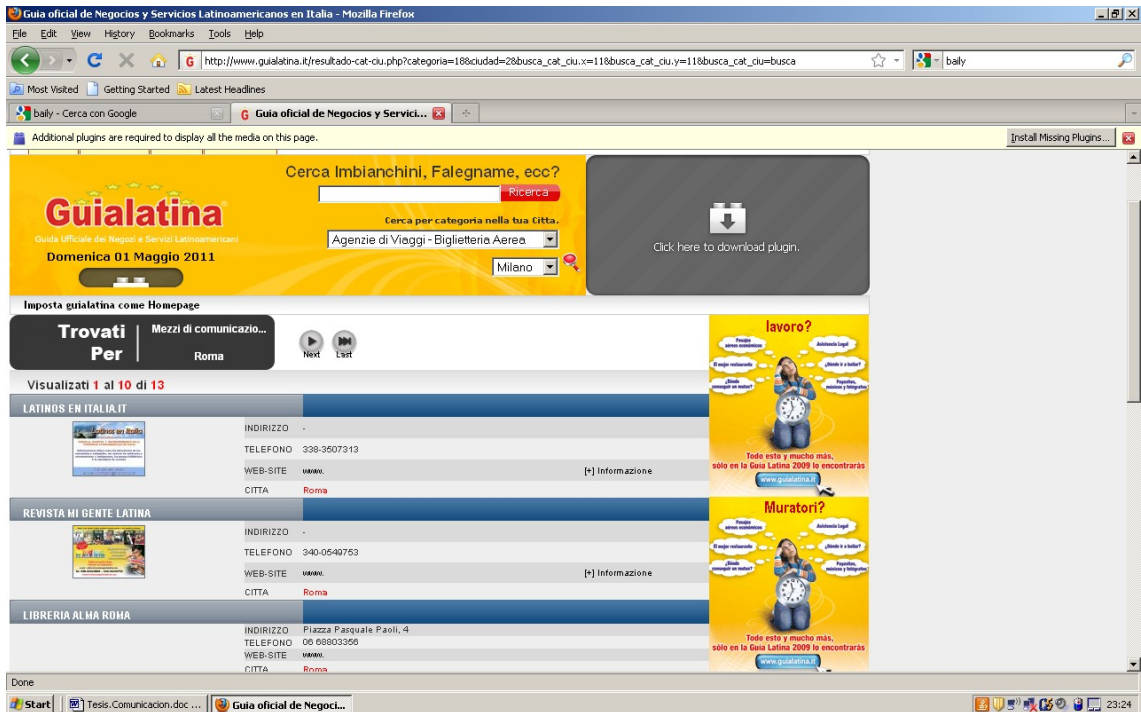
Codice	Tipo di supporto	Nome	Regione	Paese
ITA110	PUBBLICAZIONE	ADESSO	Puglia	Italia
ITA100	PUBBLICAZIONE	AGENZIA GIORNALI DIOCESANI	Piemonte	Italia
ITA11	PUBBLICAZIONE	AGIRE	Campania	Italia
ITA14	PUBBLICAZIONE	ALTIRPINIA	Campania	Italia
1878J	TV	Amica 9 Tv	Puglia	Italia
02T32	RADIO	Amica FM	Sicilia	Italia
ITA44	PUBBLICAZIONE	ANAGNI ALATRI UNO	Lazio	Italia
ITA216	CASA EDITRICE	ANCORA EDITRICE	Lombardia	Italia
L7D8I	RADIO	Antenna Ave Maria	Sicilia	Italia
A440Y	RADIO	Antenna Febea	Calabria	Italia
I0W40	TV	Antenna Uno	Sicilia	Italia
ITA243	CASA EDITRICE	APHELORIA EDITRICE	Veneto	Italia
ITA206	CASA EDITRICE	AVE EDITRICE	Lazio	Italia
Q3Y0M	TV	Azzurra Tv	Calabria	Italia
1535V	TV	Azzurra TV	Sicilia	Italia

Fuente: www.intermirifica.net

En el caso de la comunidad de inmigrantes latino en Italia, el sitio web “Guía latina” proporciona datos de contacto de empresas y medios para uso por la población inmigrante. Este directorio funciona como un portal tipo “páginas amarillas” donde es posible identificar proveedores de servicios, incluyendo medios de comunicación, dirigidos a la comunidad latina. A mediados de mayo de 2011, el directorio de medios de comunicación dirigidos a inmigrantes estaba compuesto de 13 medios. Entre ellos destacan:

- Latinosenitalia.it
- Revista Mi Gente Latina
- Mensile Espresso latino
- Periódico Extra Latino
- Rabio Mambo

Gráfico 11. Sitio web de la agencia “Guía Latina”



Fuente: www.guialatina.it

Gráfico 12. Sitio Web de la agencia “Latinos en Italia”



Fuente: www.latinosenitalia.it

Gráfico 13. Sitio Web "Revista Mi Gente Latina"



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

Perú

En Perú, el mapeo de los medios de comunicación se ha llevado a cabo en varias oportunidades de manera académica (Ej. Carter Center y la Universidad de Calgary en 2006¹⁵, el Instituto de Investigaciones Científicas de la Universidad de Lima en 2009¹⁶, etc.). Adicionalmente, existen numerosos portales con información sobre empresas del sector (ver sitios Web <http://www.deperu.com/medios/> o <http://util.peru.com/medios/periodicos.asp>)

De acuerdo a los estudios indicados líneas arriba, los medios de comunicación juegan en el Perú un papel decisivo, tanto para la vida cultural como política. Junto con medios que tienen un tratamiento serio y veraz, durante las últimas décadas han surgido otros más bien de "lectura fácil" y de dudosa calidad y credibilidad, así como más baratos y accesibles al ciudadano de menores recursos económicos (también llamados "prensa amarilla"). Los periódicos más antiguos datan del siglo XIX, como "El Comercio", que aún sigue en circulación. Otros periódicos ampliamente leídos son: "La República", "Expreso", "El Correo", "El Peruano", etc. Algunas revistas semanales y quincenales tienen también una gran acogida por su versatilidad y variedad: las hay de política, economía, turismo, educación,

¹⁵ http://www.cartercenter.org/documents/nondatabase/agenda_eng.pdf

¹⁶ <http://www.ulima.edu.pe/Revistas/contratexto/v3/pdf/art11.pdf>

moda, variedades, etc. Se cuenta, por ejemplo con "Caretas", "Gente", "Actualidad Económica", "Agronoticias", "Somos", etc. La televisión también es muy diversa. Son pocos los canales de señal abierta, pero son estos los más populares; uno de ellos es Radio Televisión Peruana (Canal 7), administrada por el Estado. Las cadenas privadas más exitosas son América Televisión (Canal 4), Frecuencia Latina (Canal 2) y Panamericana Televisión (Canal 5).

"La radio está más cerca de la gente", es el lema que todas las radios peruanas dejan repetir en su programación. En el Perú se escucha mucha radio, en casa, en el trabajo, en los buses, etc. Las señales radiales más oídas son aquellas que incluyen una programación muy variada: noticias, arte, chismes del espectáculo, música, entrevistas, etc. Hay dos radios que se disputan la supremacía a nivel nacional: RPP (Radio Programas del Perú) y CPN (Cadena Peruana de Noticias). Estas últimas se enfocan en noticias, incluyendo información sobre espectáculos, y tienen reconocidos programas de variedades.

Gráfico 14. Sitio Web del Directorio "DePeru.com"



Fuente: <http://www.deperu.com/medios/>

Capítulo III. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

En este capítulo se detalla la metodología y se presentan los resultados obtenidos de la investigación de campo.

3.1 Metodología

3.1.1 Técnica empleada

Para la presente investigación se utilizó una ficha de levantamiento de información proporcionada por la UTP.

3.1.2 Descripción de los medios y unidades asignadas

En vista de que la presente investigación es sobre medios de comunicación con sede en España dirigidos al colectivo ecuatoriano-latino, se elaboró una lista de veinte medios de los cuales todos menos uno (Radio Megalatina FM) proporcionaron la información requerida.

Tabla 8. Medios de comunicación para la investigación

Nombre del medio	Tipo de medio	Localidad
1. Si se puede	Prensa	Madrid, Barcelona y Valencia
2. Latino	Prensa	Madrid, Barcelona y Valencia
3. Tateiju	Revista	Alicante
4. Ecuador tu revista	Revista	Madrid
5. Toumai	Revista	Madrid y Barcelona
6. Raíz ecuador	Revista	Madrid
7. Ocio latino	Revista	Madrid
8. Catalina	Revista	Barcelona
9. Corazón Tropical	Radio	Madrid
10. Fiesta FM	Radio	Madrid
11. BCN Latina	Radio	Barcelona
12. Canal latino TV	Televisión	Barcelona
13. El Comercio	Medio digital	Madrid
14. Gladys Palmera	Medio digital	Barcelona
15. Mundo hispano	Medio digital	Barcelona
16. Tribuna Latina	Medio digital	Barcelona
17. Euro Mundo Global	Medio digital	Madrid
18. El ecuatoriano	Medio digital	Madrid
19. Periodista digital	Medio digital	Madrid

Fuente: Elaboración propia

3.1.3 Variables

La información recolectada se clasificó en las siguientes variables: información general y legal, morfología de la empresa, recursos humanos y productos y servicios ofrecidos.

Como parte de información general y legal, se solicitó entre otros el nombre de la empresa propietaria del medio de comunicación, su dirección física, razón social, el nombre de los

promotores, la fecha de fundación, su misión y el sector de pertenencia (ej. prensa, revistas, medios digitales, radio o televisión).

En relación a la morfología de la empresa, se solicitó entre otros la cobertura, el formato y características específicas de cada medio (por ejemplo en el caso de la prensa, revistas y medios digitales se requería el número de secciones; en el caso de la radio y la televisión, el número de frecuencia y de repetidoras).

La información sobre recursos humanos ha incluido datos sobre el personal directivo, administrativo y técnico, incluyendo corresponsales, locutores, camarógrafos, etc.

Finalmente, se solicitó información sobre todos los productos y servicios ofrecidos por cada medio los cuales variaban dependiendo del sector de pertenencia ej. En el caso de la prensa y revistas se incluyeron la publicidad, publireportaje, clasificados, servicio y diseño gráfico, sociales, publicaciones externas, insertos, etc. mientras que en la radio y la televisión se incluyeron entre otros publicidad, spot, clasificados mencionados en vivo, propaganda, presentadores y animadores, entre otros.

3.1.4 Procedimiento

La información se obtuvo a través de entrevistas con los medios de comunicación identificados para la investigación. Estas se llevaron a cabo de varias maneras, incluyendo por vía telefónica, correo electrónico y, en aquellos casos donde fue posible, por medio de visitas a la sede de las empresas gestoras de los medios.

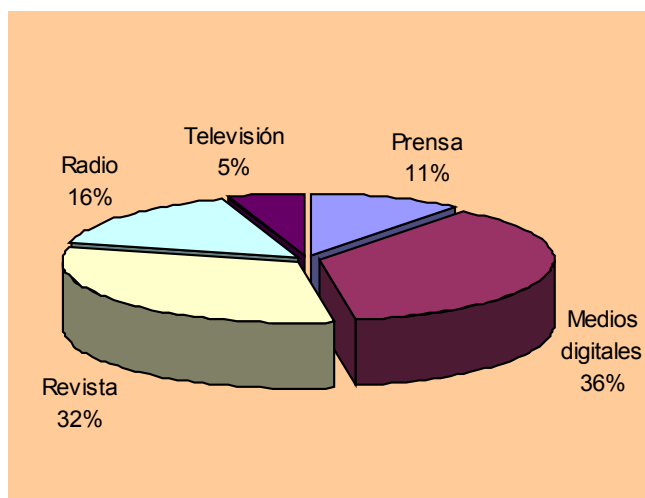
Las visitas se llevaron a cabo en la ciudad de Madrid y fueron establecidas con antelación (previa cita). Estas consistieron de un coloquio con la persona responsable del llenado de las fichas seguida de una visita a las instalaciones de la empresa. Aunque el coloquio se enfocó en recabar información sobre el medio, el mismo fue igualmente útil para observar *in situ* y obtener información adicional sobre el trabajo realizado por el medio.

Como parte del proceso de recolección y validación de información se contrastó la información recabada a través de las entrevistas con aquella disponible en el dominio público (ej. sitios Web, publicaciones, etc)

3.2 Presentación de resultados

Del total de medios que completaron la ficha (19), el 36% (7) fueron medios digitales, 32% (6) revistas, 16% (3) radios, 11% (2) prensa, y 5% (1) televisión.

Gráfico 15. Medios asignados



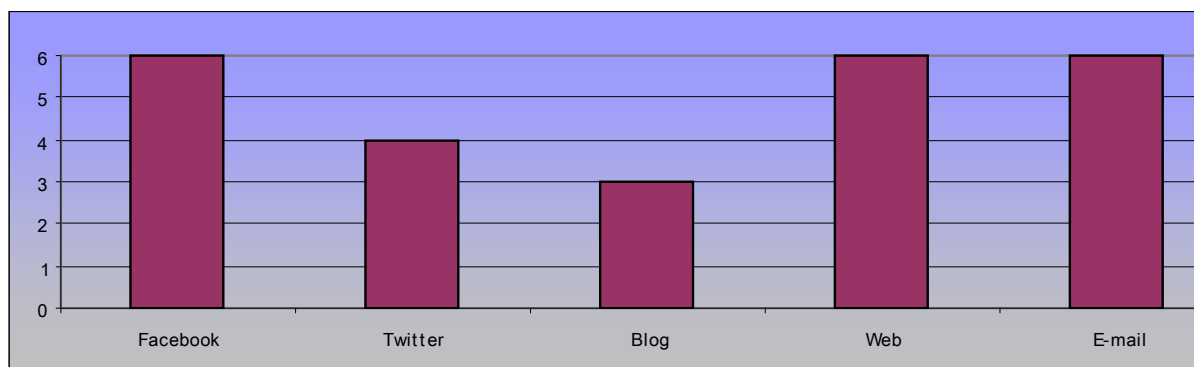
Fuente: Elaboración propia

3.2.1 Revistas

El análisis de las seis revistas¹⁷ investigadas muestra los siguientes resultados.

a) Existe una gran utilización del internet, particularmente del sitio Web, del e-mail y de facebook. En la mitad de los casos, las revistas investigadas hacían uso de twitter y blogs.

Gráfico 16. Participación tecnológica

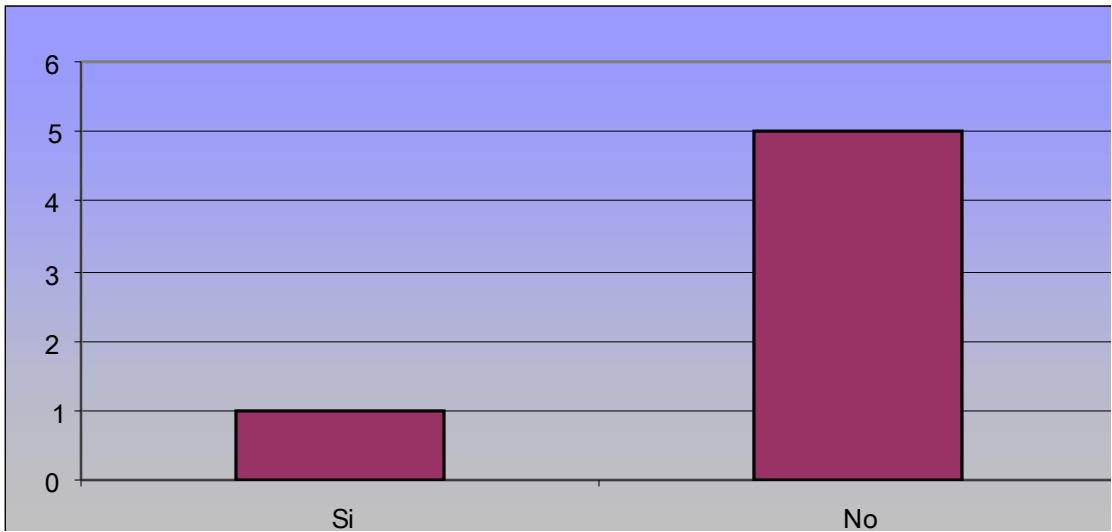


Fuente: Elaboración propia

b) La mayoría de revistas no pertenecen a grupos empresariales. El análisis de las respuestas muestra que esta característica ha podido tener incidencia en el tamaño y frecuencia de circulación del medio, pero no en la cobertura.

Gráfico 17. Pertenencia a grupo empresarial

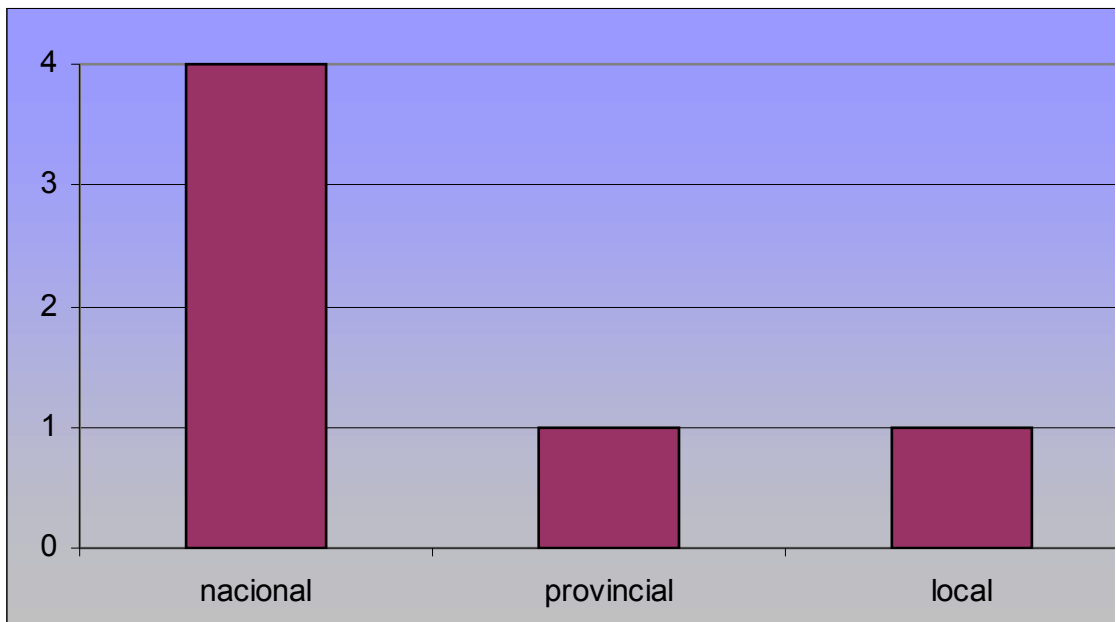
¹⁷ Tateiju, Ecuador tu revista, Toumai, Raíz ecuador, Ocio latino y Catalina.



Fuente: Elaboración propia

c) La mayoría de revistas tienen una cobertura nacional, mientras que una minoría se dirige a un público provincial o local.

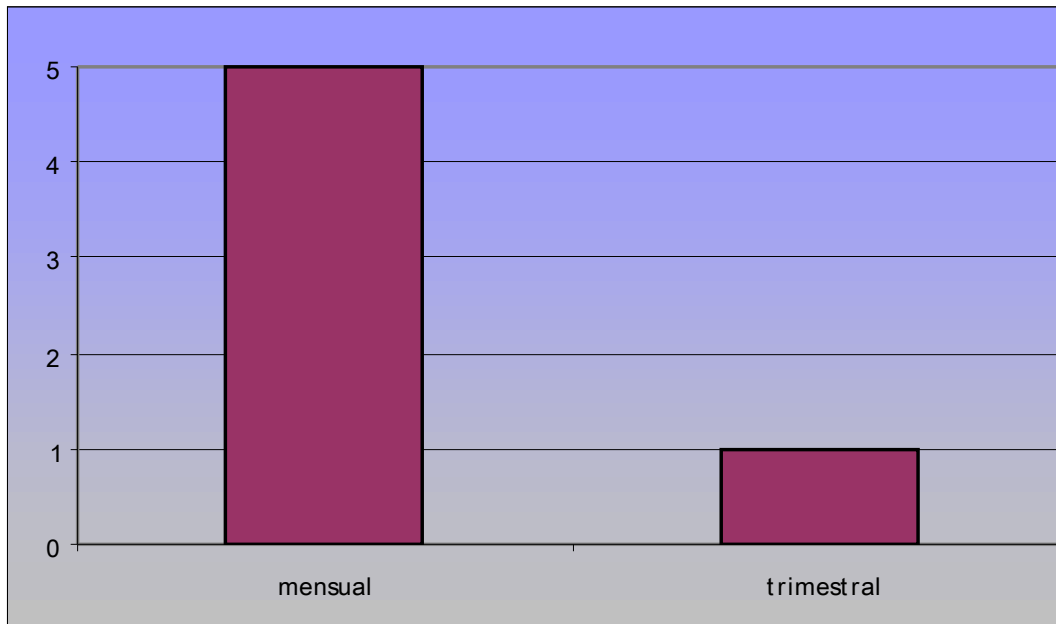
Gráfico 18. Cobertura



Fuente: Elaboración propia

d) La mayoría de revistas circula una vez al mes. En un solo caso la revista tenía una frecuencia trimestral.

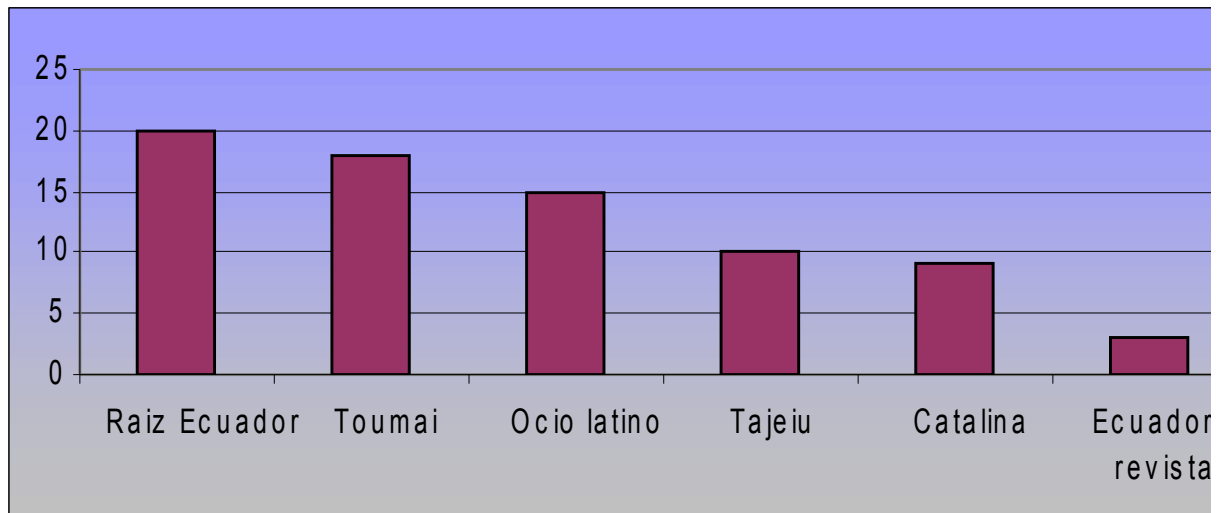
Gráfico 19. Frecuencia de circulación



Fuente: Elaboración propia

e) Con la excepción de una revista (que es propiedad de un grupo empresarial), el resto tiene menos de veinte personas empleadas.

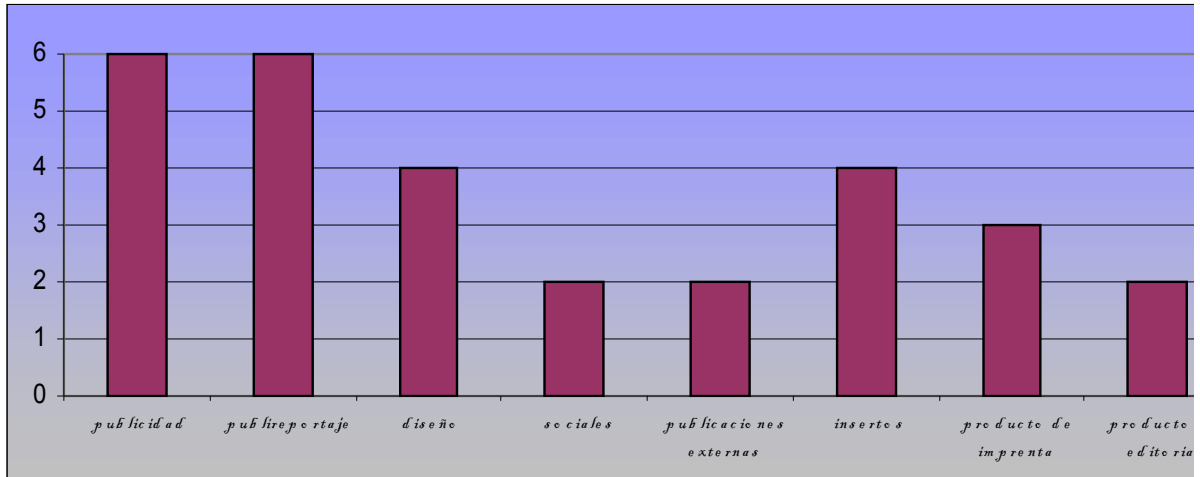
Gráfico 20. Recursos humanos



Fuente: Elaboración propia

f) Todas las revistas investigadas ofrecen publicidad y publireportajes, seguidos del servicio de diseño y la aparición de insertos. Otros servicios ofrecidos incluyen la inclusión de notas sociales, publicaciones externas y la elaboración de otros productos de imprenta y/o editorial.

Gráfico 21. Productos y servicios



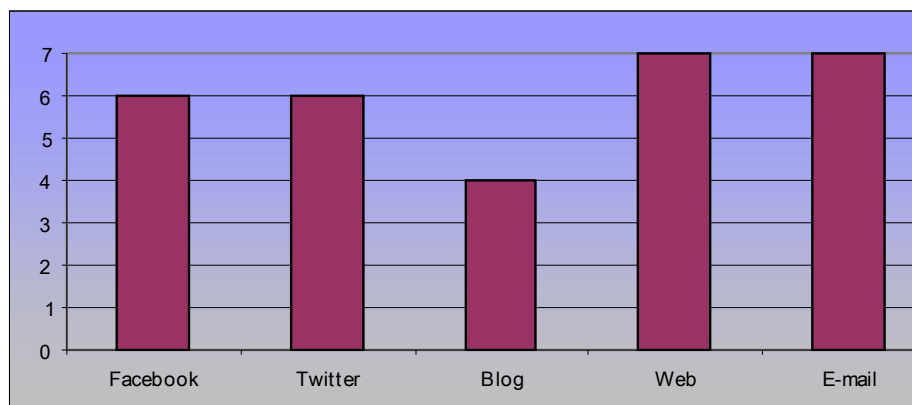
Fuente: Elaboración propia

3.2.2 Medios digitales

El análisis de los siete medios digitales¹⁸ investigados muestra los siguientes resultados.

a) Se evidencia una gran utilización del internet, particularmente a nivel del sitio Web, y del e-mail, seguido del uso de facebook y twitter.

Gráfico 22. Participación tecnológica

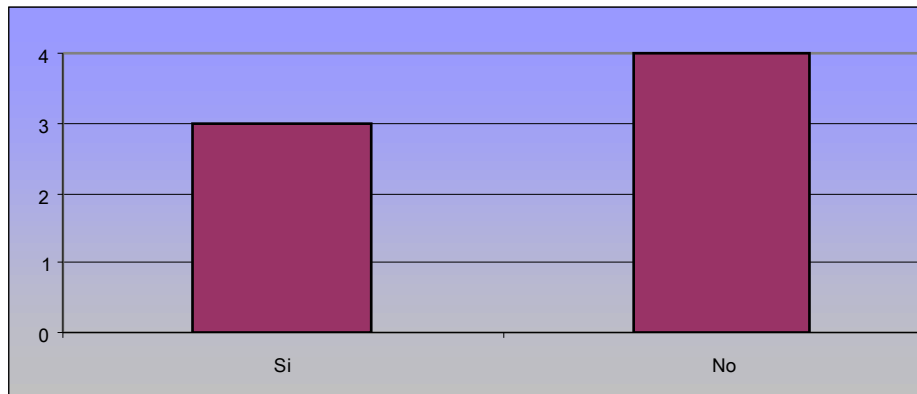


Fuente: Elaboración propia

b) La mayoría de empresas no pertenecen a grupos empresariales. De los cinco medios investigados, tres forman parte de conglomerados.

Gráfico 23. Pertenencia a grupo empresarial

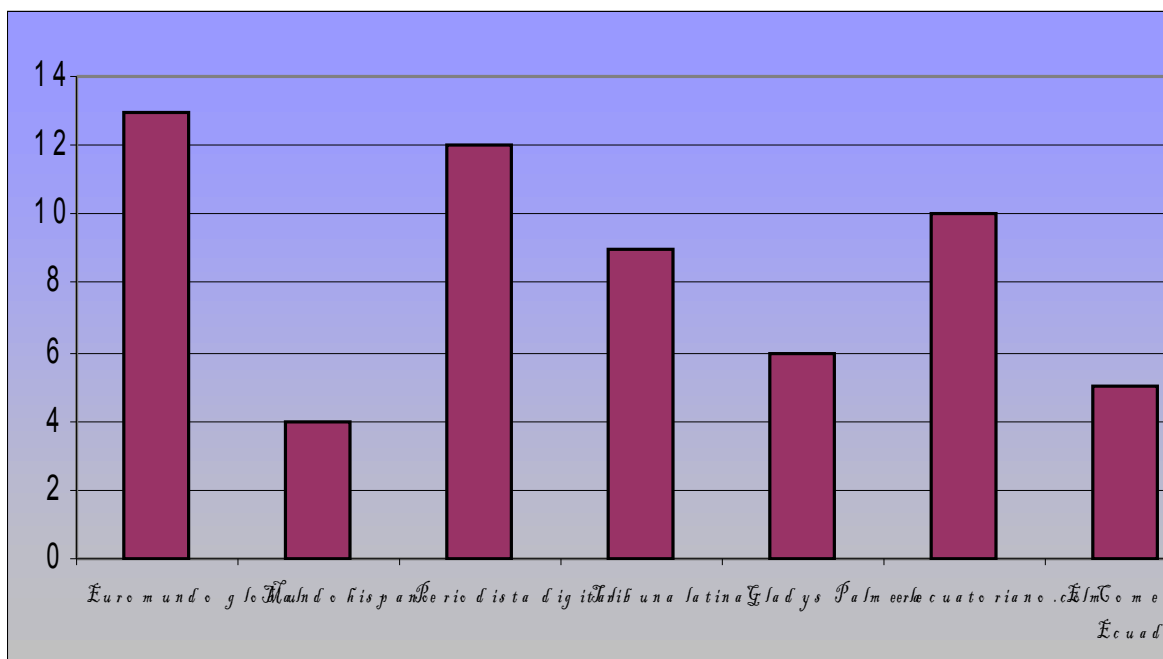
¹⁸ Mundo hispano, Tribuna Latina, Euro Mundo Global, Elecuadoriano, GladysPalmera, El Comercio del Ecuador (edición España) y Periodista digital.



Fuente: Elaboración propia

c) No existe un número estandar de secciones; las cuales estan en el rango de 4 (ej. Mundo hispano) a 13 (ej. Euromundo global). La tendencia es que los medios digitales tengan menos de 10 secciones.

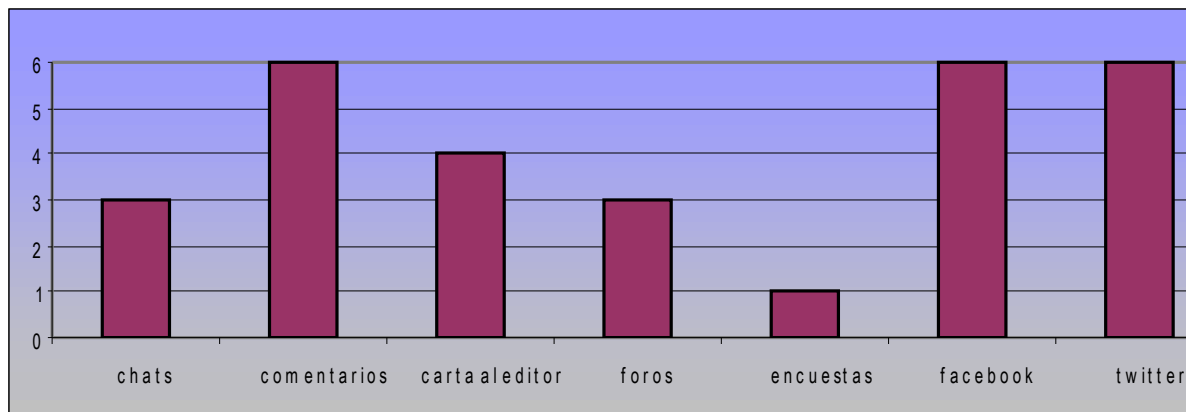
Gráfico 24. Numero de secciones



Fuente: Elaboración propia

d) Casi todos los medios digitales investigados cuentan con secciones para comentarios, y una gran mayoría cuenta además con foros, chats y permiten el envío de cartas al editor. Twitter y facebook son tambien muy utilizados como elementos de interacción.

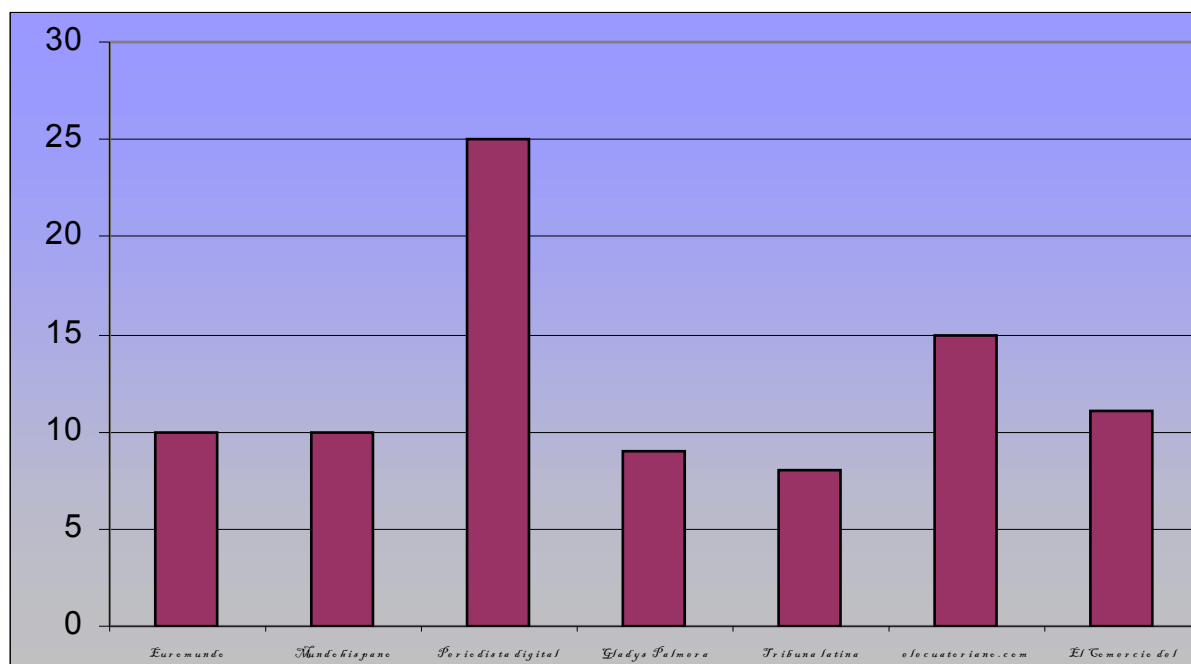
Gráfico 25. Elementos de interacción



Fuente: Elaboración propia

e) Con excepción de una empresa, los medios investigados no tienen más de 15 empleados.

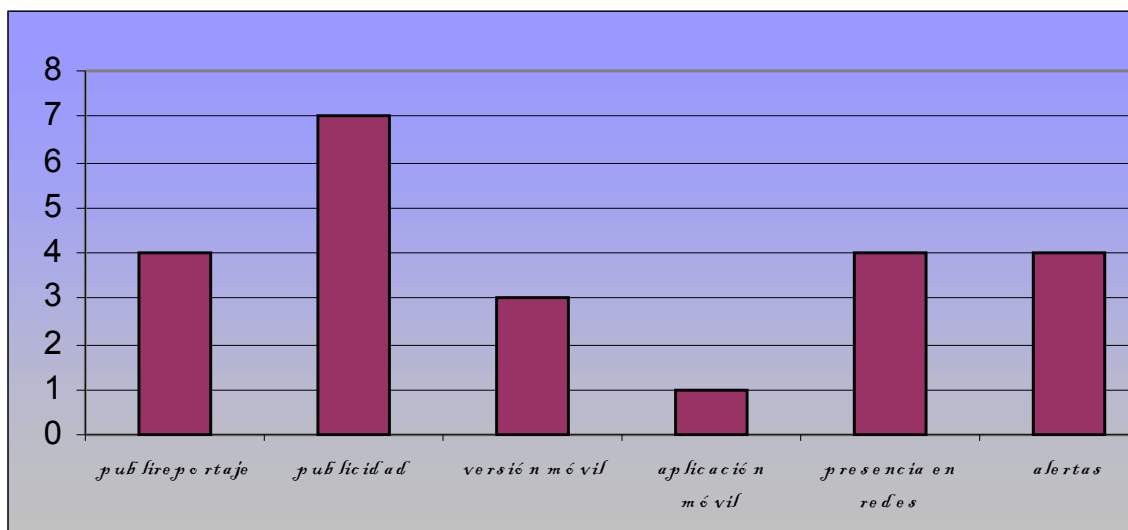
Gráfico 26. Número de empleados



Fuente: Elaboración propia

f) Todos los medios investigados ofrecen publicidad, y la mayoría tienen presencia en redes y preparan alertas, publireportajes y versiones para el móvil.

Gráfico 27. Productos y servicios ofrecidos



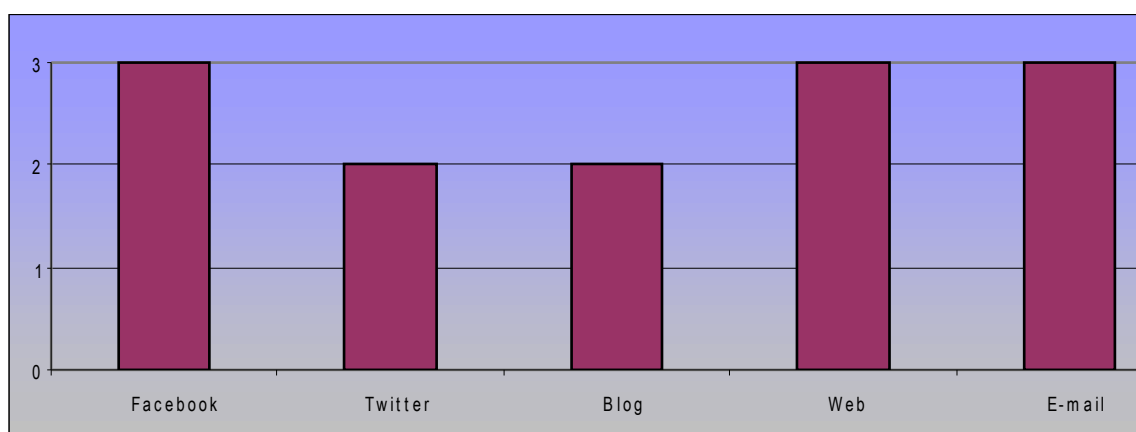
Fuente: Elaboración propia

3.2.3 Radio

El análisis de las tres radios¹⁹ investigadas muestra los siguientes resultados.

a) Todas tienen sitio Web, y utilizan e-mail y facebook. En menor medida, utilizan también twitter y blogs.

Gráfico 28. Participación tecnológica

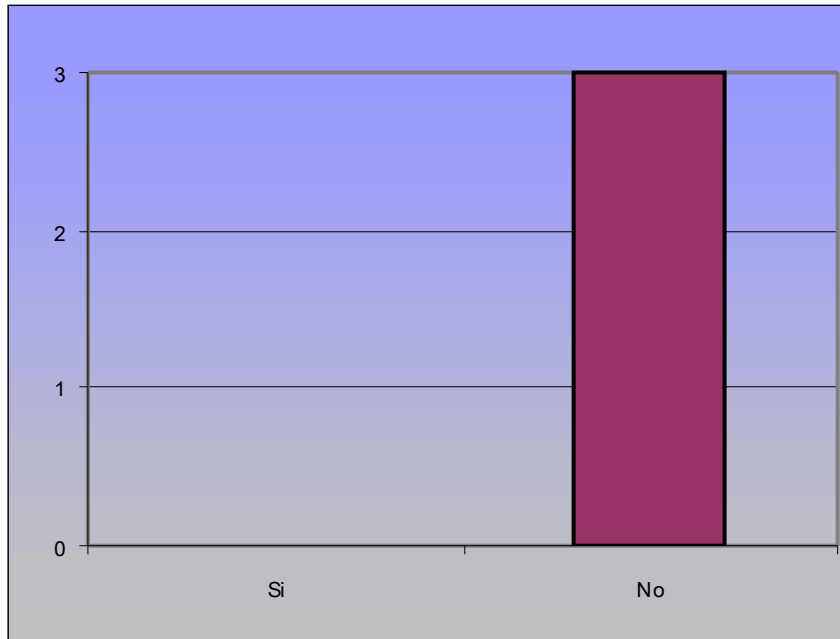


Fuente: Elaboración propia

b) Ninguna radio pertenece a un grupo empresarial.

Gráfico 29. Pertenencia a grupo de empresas

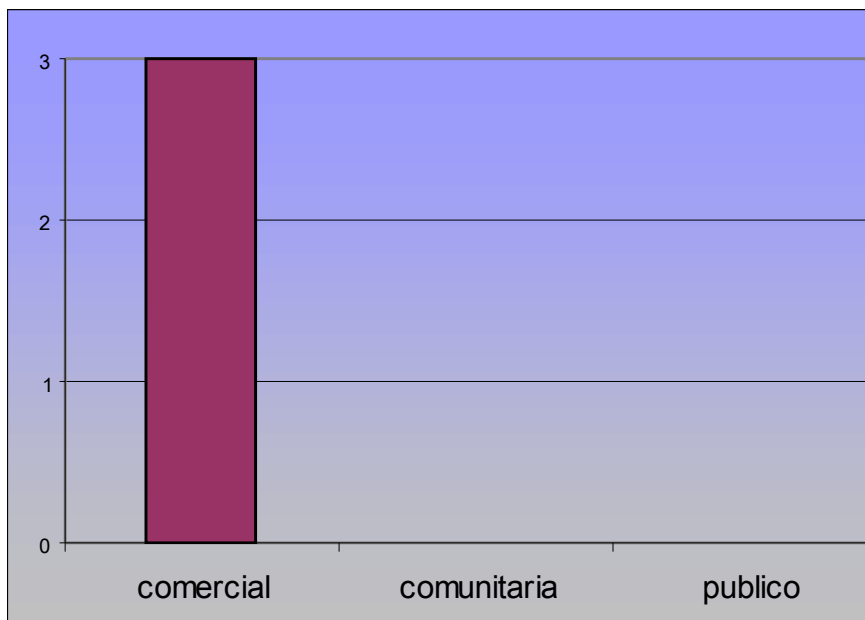
¹⁹ Corazón Tropical, Fiesta FM y BCN Latina.



Fuente: Elaboración propia

c) Todas las radios tienen objetivos comerciales.

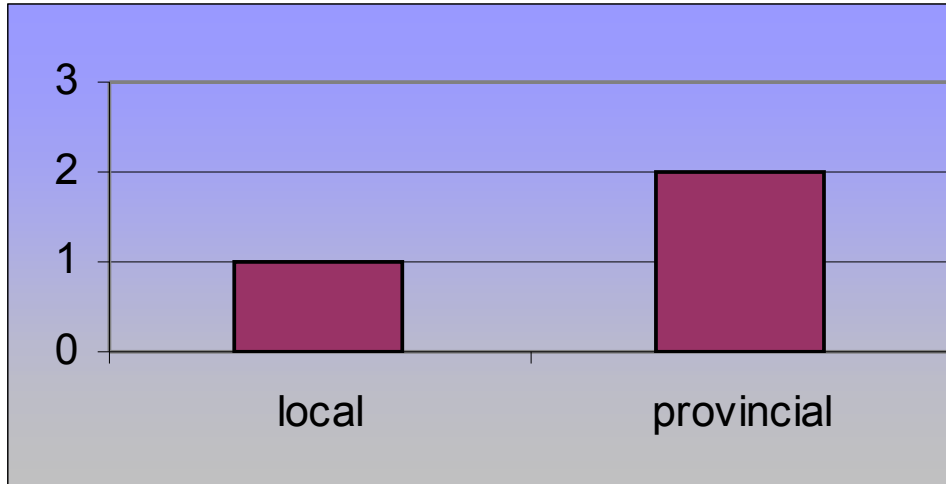
Gráfico 30. Tipo de estación



Fuente: Elaboración propia

d) Las radios investigadas tienen cobertura local y/o provincial.

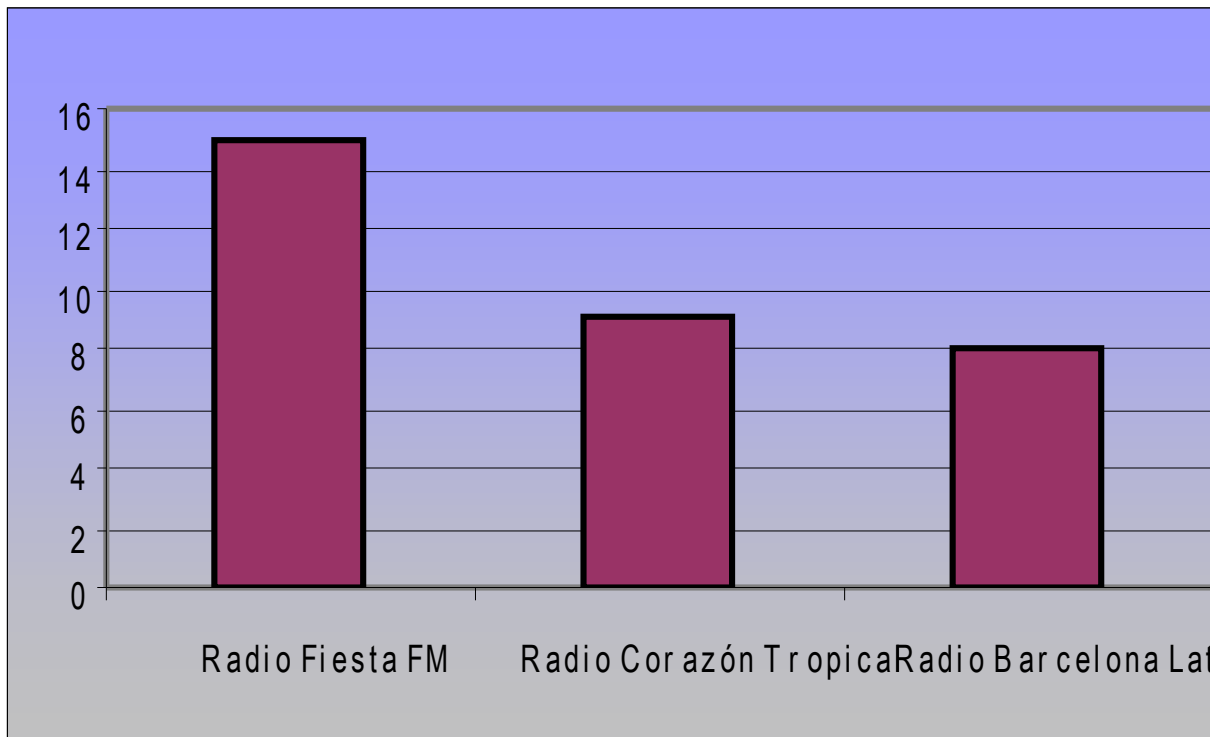
Gráfico 31. Cobertura



Fuente: Elaboración propia

e) Ninguna radio registra más de 15 empleados. En general las radios tienden a tener un menor número de empleados cuando su cobertura es menor.

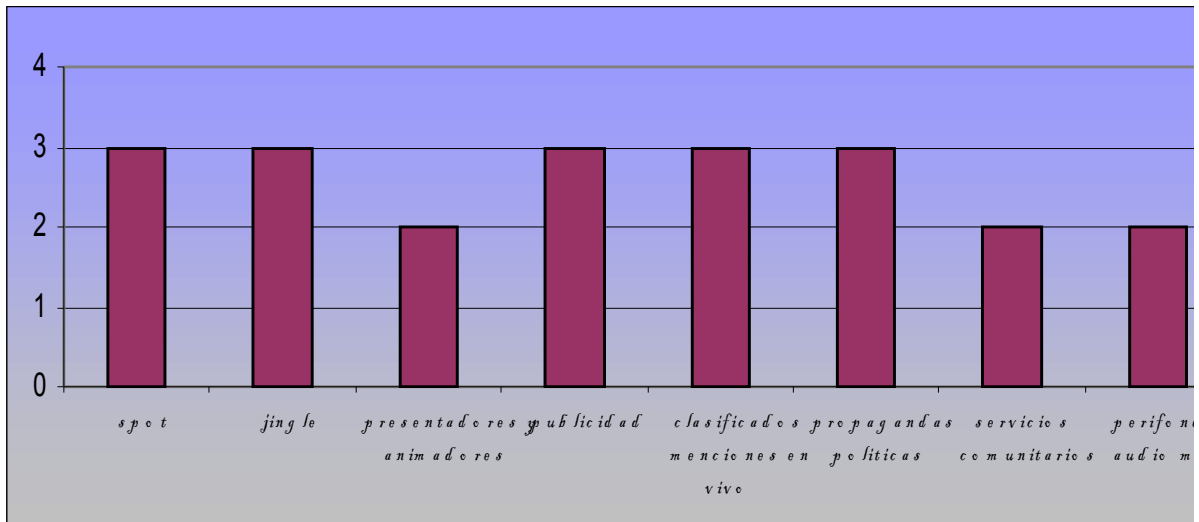
Gráfico 32. Número total de trabajadores



Fuente: Elaboración propia

f) Todas las radios ofrecen servicios de publicidad, propagandas políticas, spots, jingles y mencionan anuncios clasificados en vivo, mientras que una mayoría también tiene presentadores y animadores y prestan servicios comunitarios.

Gráfico 33. Productos y servicios ofrecidos



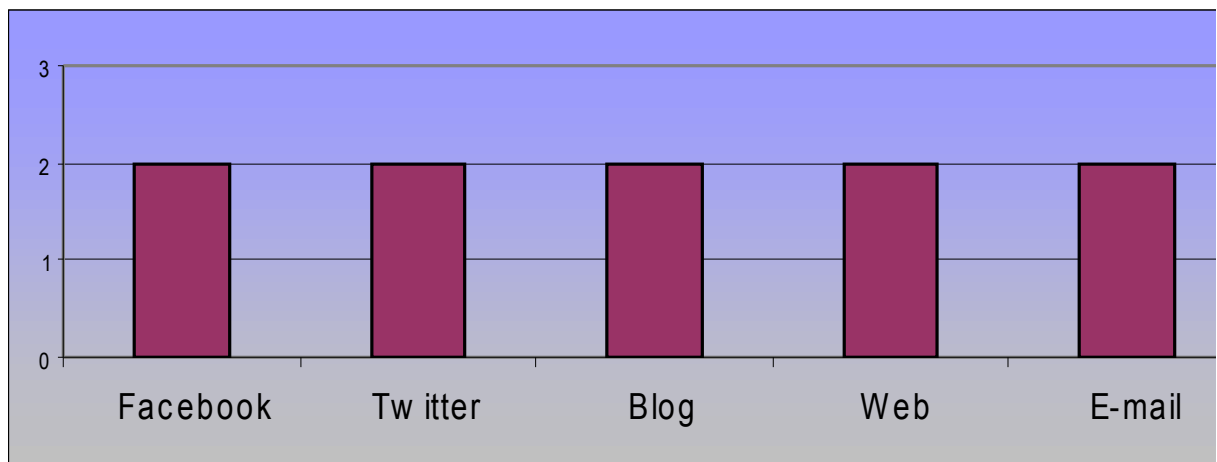
Fuente: Elaboración propia

3.2.4 Prensa

El análisis de los dos periódicos²⁰ investigados muestra los siguientes resultados.

a) Todos los periódicos tienen Facebook, twitter, blog, sitio Web y utilizan el e-mail.

Gráfico 34. Participación tecnológica

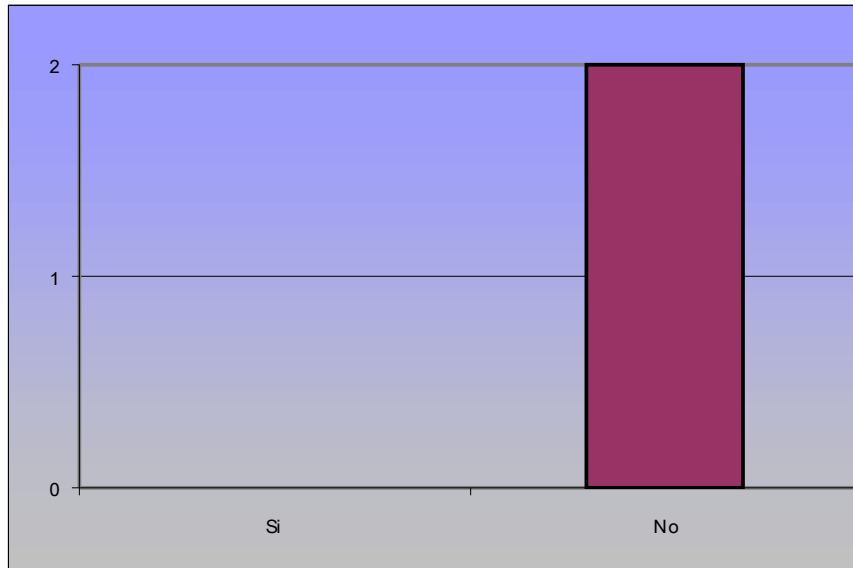


Fuente: Elaboración propia

²⁰ Si se puede y Latino.

b) Ninguno de los medios pertenece a un grupo empresarial.

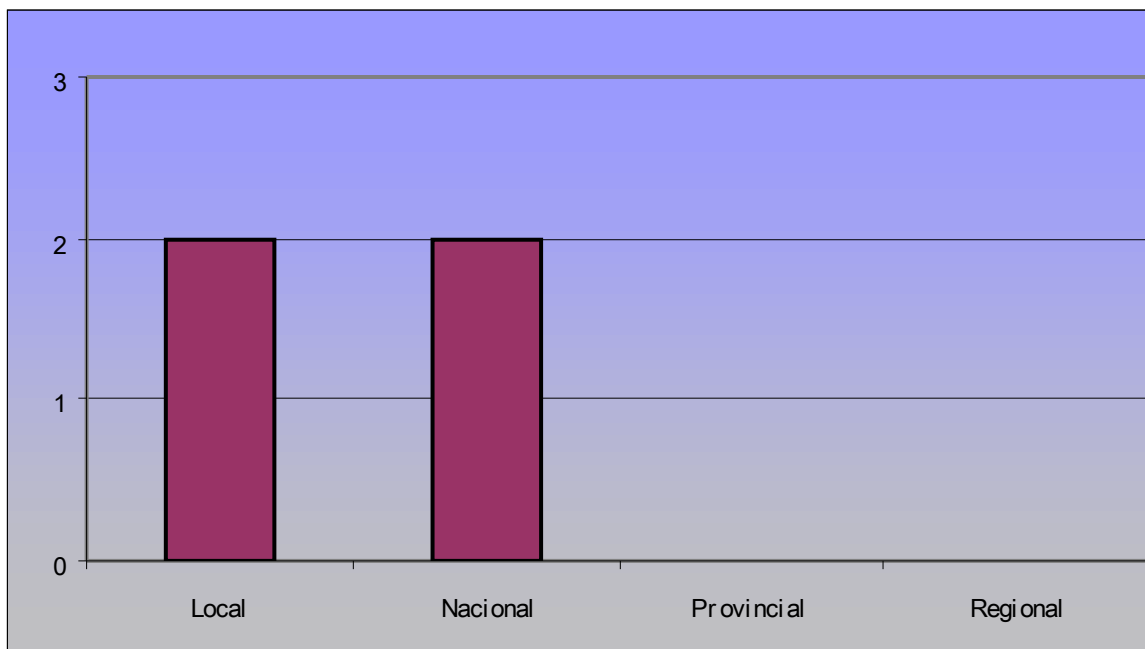
Gráfico 35. Pertenencia a grupos empresariales



Fuente: Elaboración propia

c) Todos los medios tienen cobertura nacional así como ediciones diferenciadas para distintas localidades.

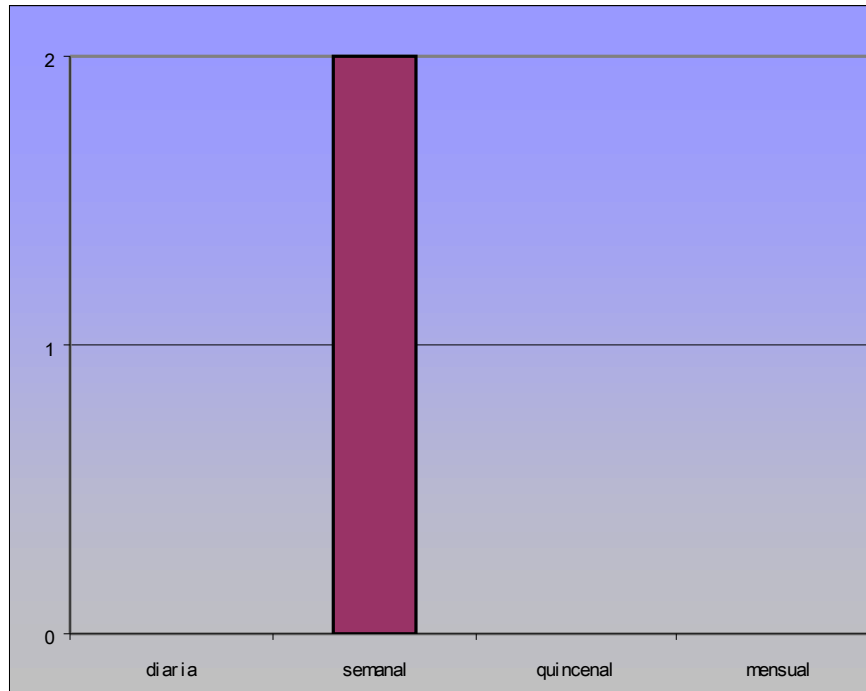
Gráfico 36. Cobertura



Fuente: Elaboración propia

d) Todos los medios tienen circulación semanal.

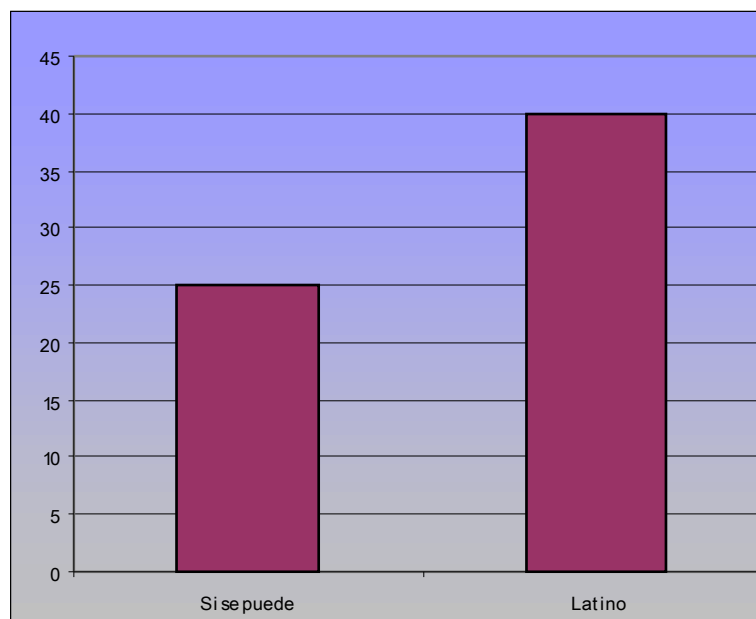
Gráfico 37. Frecuencia de circulación



Fuente: Elaboración propia

e) El número de empleados varía entre 40 (Latino) y 25 (Si se Puede).

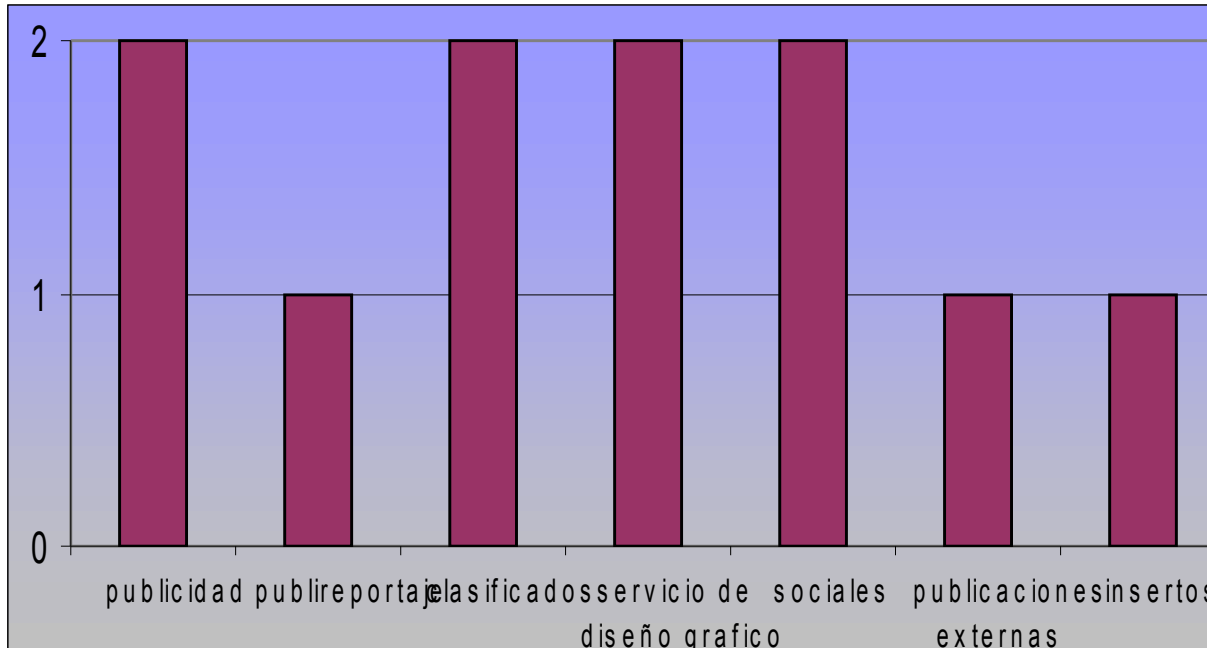
Gráfico 38. Numero de empleados



Fuente: Elaboración propia

f) Todos los periódicos ofrecen el servicio de publicidad y clasificados, y le siguen los publireportajes, servicios de diseño gráfico y sociales.

Gráfico 39. Productos y servicios ofrecidos

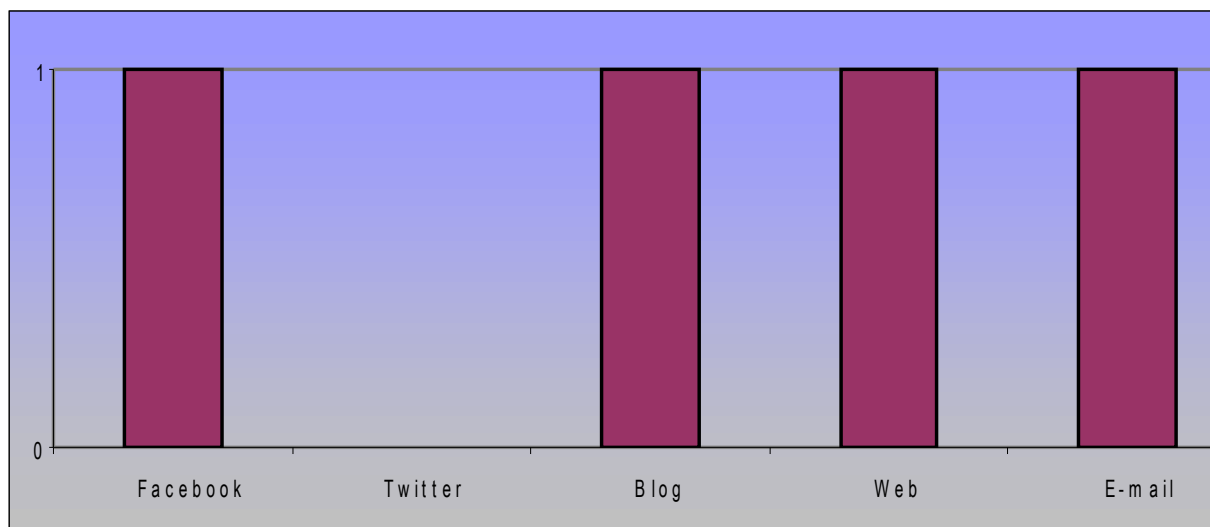


Fuente: Elaboración propia

3.2.5 Televisión

a) Canal Latino TV tiene facebook, blogs, web y e-mail.

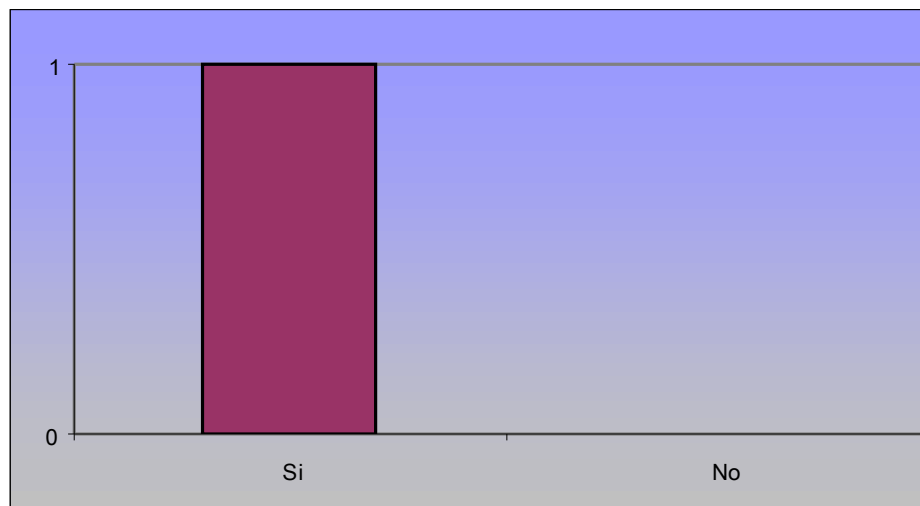
Grafico 40. Participación tecnológica



Fuente: Elaboración propia

b) El canal de televisión pertenece a un grupo empresarial.

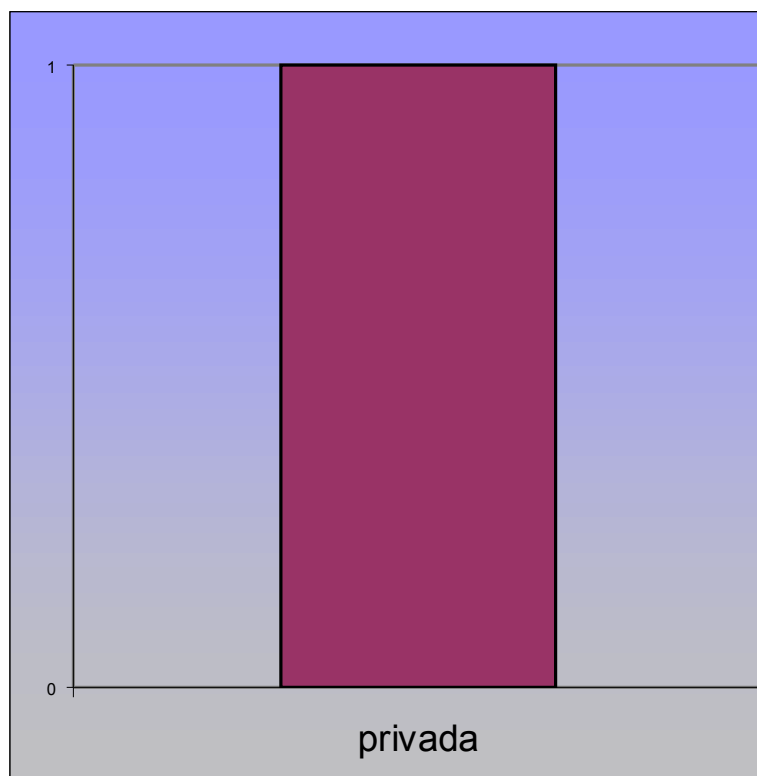
Gráfico 41: Pertenencia a grupo empresarial



Fuente: Elaboración propia

c) El canal de televisión es de tipo privado.

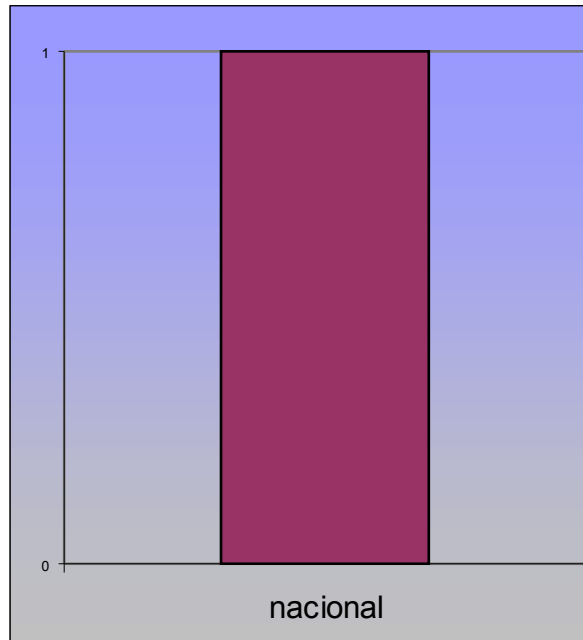
Gráfico 42: Tipo de estación



Fuente: Elaboración propia

d) La cobertura del canal de televisión es nacional.

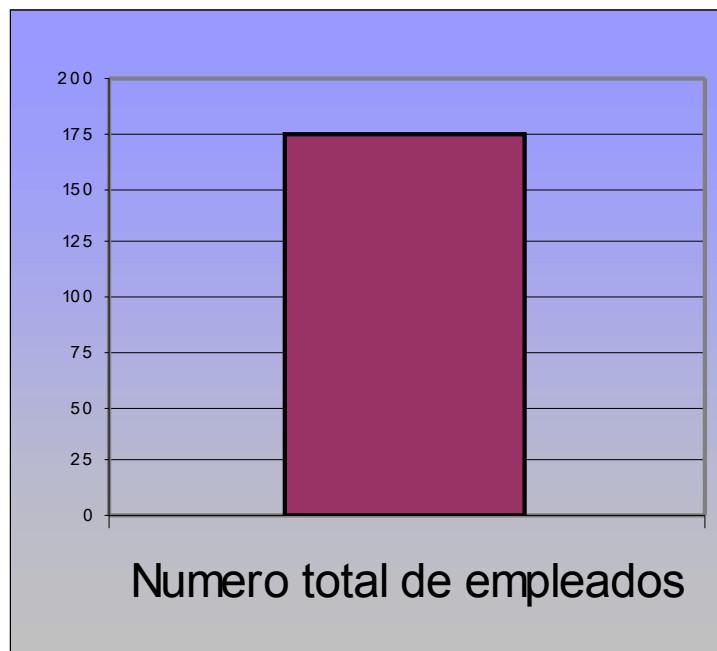
Gráfico 43. Cobertura



Fuente: Elaboración propia

e) El canal tiene 175 empleados.

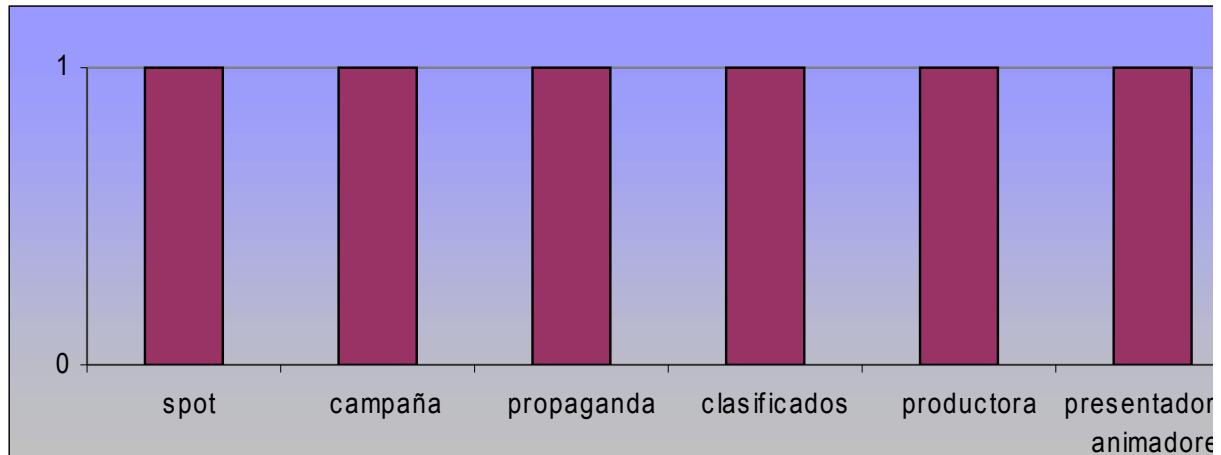
Gráfico 44. Recursos humanos



Fuente: Elaboración propia

f) El canal ofrece varios servicios, incluyendo spots, campaña, propaganda, clasificados, productora, presentadores y animadores.

Gráfico 45. Productos y servicios ofrecidos



Fuente: Elaboración propia

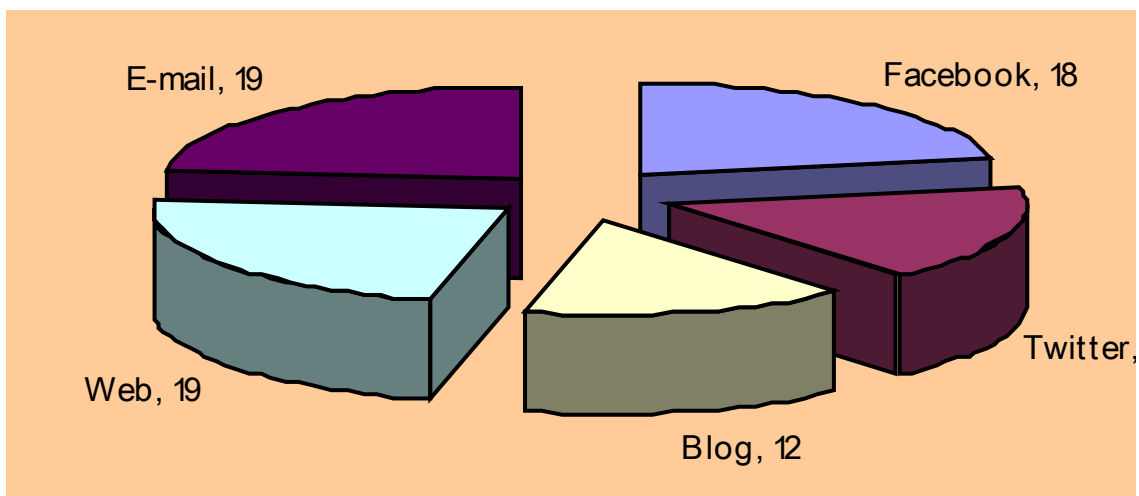
3.3 Presentación de cruces de información

En base al análisis anterior, se han realizado los siguientes cruces de información:

3.3.1 Todos los Medios

Casi todos los medios analizados tienen sitio Web y acceso a e-mail. Una gran mayoría también tiene un perfil en Facebook. Una ligera mayoría tiene twitter, y por último, blogs.

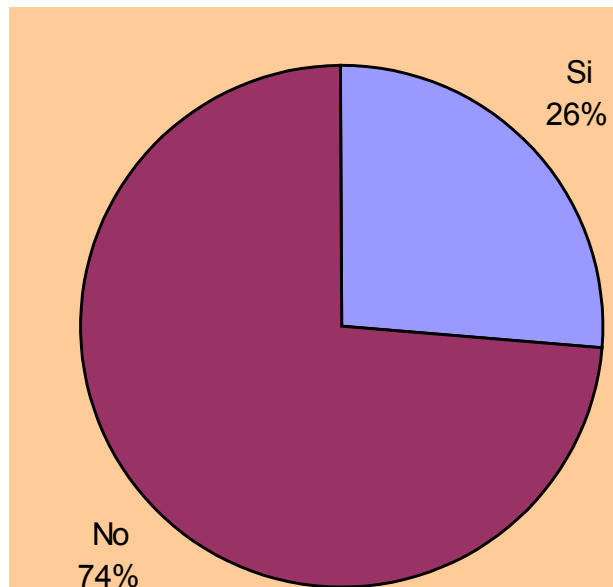
Gráfico 46. Participación tecnológica



Fuente: Elaboración propia

La gran mayoría de medios no pertenece a ningún grupo empresarial. Solo Canal Latino TV, Raíz Ecuador (revista), Euromundo, El Comercio del Ecuador y Periodista Digital (medios digitales) forman parte de conglomerados.

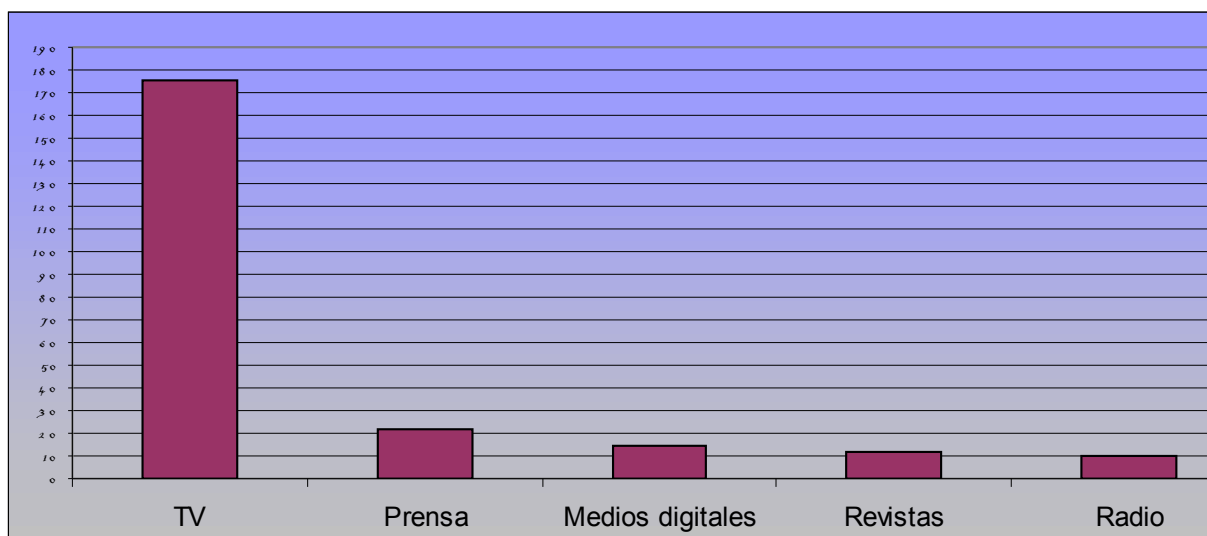
Gráfico 47. Pertenencia a grupos de empresas



Fuente: Elaboración propia

Con excepción de la televisión, la gran mayoría de medios tienen un número limitado de empleados (en promedio entre 10 y 25).

Gráfico 48. Numero promedio de empleados

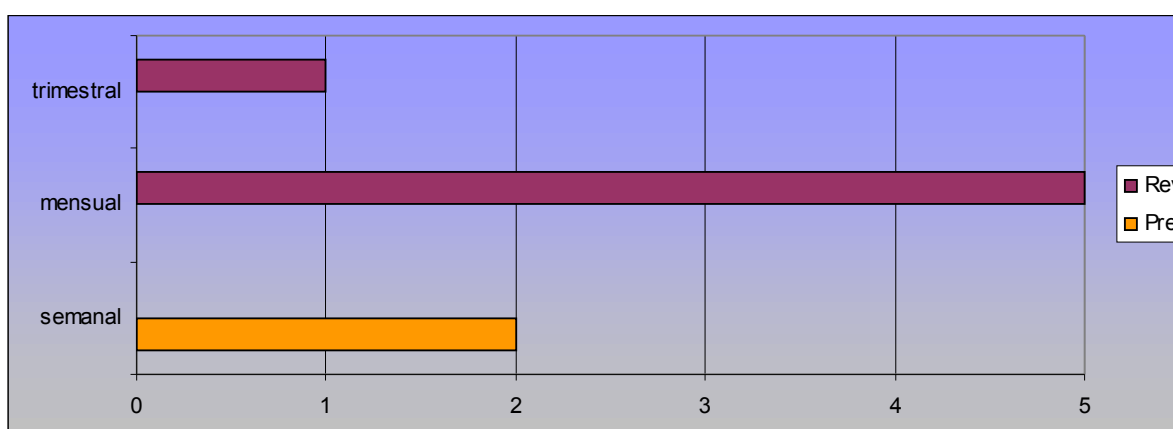


Fuente: Elaboración propia

3.3.2 Prensa y Revistas

El análisis siguiente presenta algunas coincidencias y diferencias, entre la prensa y las revistas investigadas. Por ejemplo, y como se preveía, la prensa tiende a ser un producto cuya frecuencia de circulación es más corta que la revista. Como se observa en el gráfico, las revistas investigadas tienen una periodicidad mensual o trimestral, mientras que la prensa tiene una periodicidad semanal.

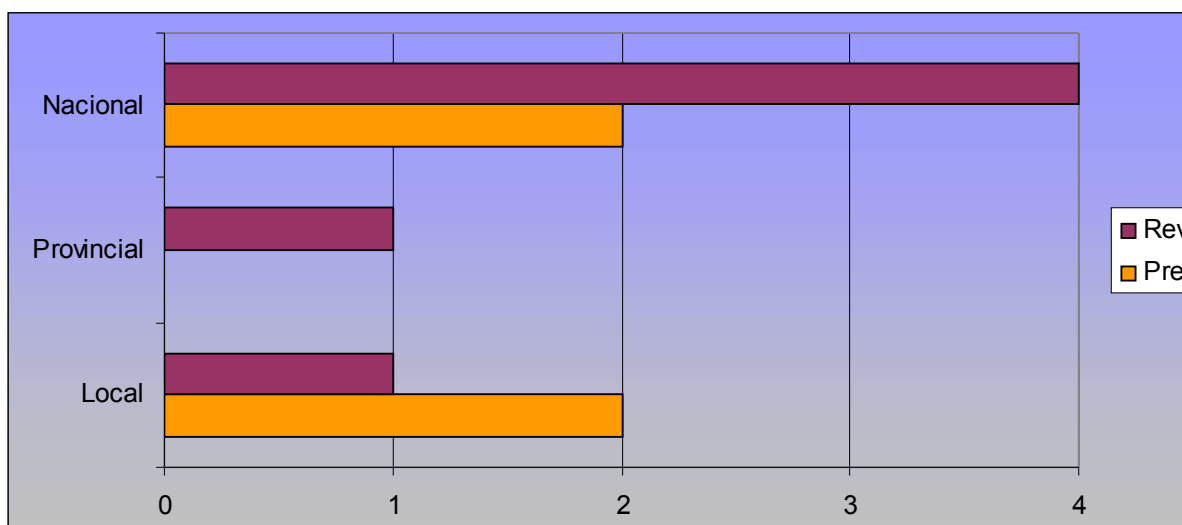
Gráfico 49. Frecuencia de circulación



Fuente: Elaboración propia

De otro lado, tanto la prensa como las revistas investigadas se dirigen en su mayoría a un público a nivel nacional y en ambos casos existen ediciones diferenciadas para ciertas localidades y/o provincias.

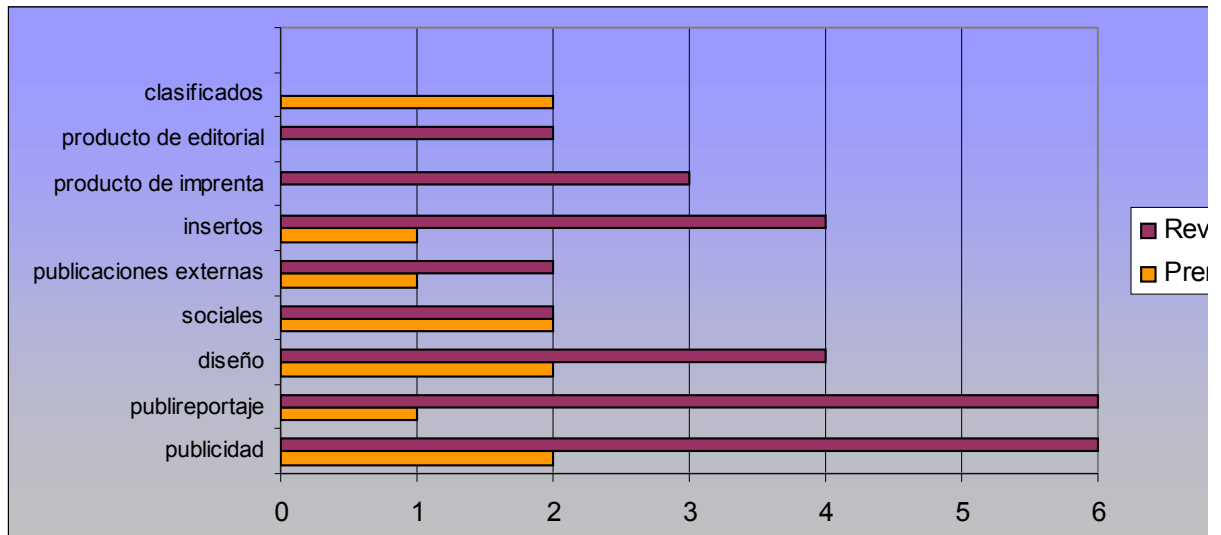
Gráfico 50. Cobertura



Fuente: Elaboración propia

Ambos medios escritos tienen en la publicidad a su mayor fuente de ingresos. Es de notar que la prensa cuenta igualmente con los clasificados, el diseño y las notas sociales, mientras que las revistas ofrecen publireportajes, insertos y servicios de diseño gráfico.

Gráfico 51. Productos y servicios ofrecidos



Fuente: Elaboración propia

Capítulo IV. ANÁLISIS INDIVIDUAL DE RESULTADOS

En este capítulo se hace un análisis individual de cada medio de comunicación investigado²¹ así como un análisis grupal por área (ej. prensa, radio, revista, medio digital y televisión).

4.1 De los medios y empresas investigadas

4.1.1 Prensa

A. Latino

El diario impreso Latino, quienes usan como lema “La voz de nuestra comunidad” es una empresa editorial²² fundada en 2005 y establecida con el objetivo de servir al colectivo latinoamericano residente en España a través de un medio de comunicación masivo, riguroso, profesional y cercano a sus lectores.

En conversación telefónica con el Director, el Sr. Marc Baste, este manifestó que por encima de todo, ellos se deben a sus lectores y particularmente a las comunidades latinas establecidas en España. Visitando las instalaciones tuve la oportunidad de conocer a la Sra. Francia Buitriago, quien forma parte del equipo de trabajo. Mi relación con la Sra Francia y el Sr. Marc ha sido grata y excelente.

Ellos siempre se mostraron colaboradores y diligentes en proporcionar información, permitiendo así desarrollar este análisis del medio.

La sede del medio está ubicado en un edificio moderno en el centro de Madrid en la famosa calle Preciados. El equipo de Latino busca que sus publicaciones sean un instrumento informativo imprescindible para las comunidades latinas. Personalmente he podido apreciar la calidad y precisión de las entrevistas y reportajes, caracterizado por el colorido de las fotografías y la pertinencia de los temas que tocan.

Además, Latino tiene cobertura nacional y local y frecuencia semanal, lo cual permite al colectivo latino acceder a noticias relevantes tanto a nivel nacional como local de manera regular.

El periódico tiene un gran arraigo ya que cuenta con varias secciones entre ellos actualidad, noticias locales e internacionales, clasificados, gente & ocio y un espacio familiar.

²¹ Ver fichas completas en Anexo 1.

²² Novapress Media S.L.

El periódico está manejado de manera profesional ya que emplea personal capacitado. Al día de hoy ocupa un sitio preferencial en términos de audiencia tal y como se identificó en el marco teórico.

B. Si se Puede

El diario impreso Si Se Puede, fundado en 2004 y que tiene como lema “El periódico de la integración” está dirigido al colectivo de inmigrantes con capacidad de integrarse a la sociedad española.

Las instalaciones de la empresa en Madrid consisten de unas oficinas modernas y adaptadas al nuevo esquema de trabajo por áreas y secciones. En la sede del diario me entrevisté con el Director el Sr. Gonzalo Castellero quien desde el primer momento se mostró colaborador y muy motivado en responder a mis preguntas.

De acuerdo al Director, Si Se Puede es un periódico imparcial: dedicado en brindar información veraz y objetiva. En la visita al diario también aprendí que Si Se Puede no solo se publica en idioma español sino también algunos contenidos son escritos en otros idiomas (tales como el rumano o el árabe).

He leído un ejemplar de la edición Madrid y pude apreciar la calidad de los reportajes y del diseño del mismo. La edición impresa cuenta con una cobertura local y nacional ya que tienen ediciones no solo en Madrid, sino también en Barcelona, la comunidad Valenciana y la región de Murcia.

Las secciones del periódico más importantes son: noticias, reportajes y entrevistas; también cuenta con sección de deportes, entretenimiento y música, entre otras.

4.1.2 Revista

A. Catalina

Catalina es un magazín dirigido a ofrecer noticias del mundo latino, para inmigrantes que residen en Cataluña y su población en general. El magazín ofrece una producción periodística propia realizada por profesionales de la comunicación que le dan un nivel de excelencia al contenido informativo. Catalina fue fundada en 2004.

La revista cuenta con varias secciones tales como social, integrador, educativo, turismo, gastronomía, espectáculos, eventos, y una guía comercial y de profesionales.

En Cataluña se distribuyen 12.000 ejemplares gratuitos a través de diversas instituciones públicas como privadas, así también como locutorios, bares, bibliotecas, comercios y

empresas, despachos de profesionales, tiendas entre otras. Según el magazín la comunidad más numerosa en Cataluña es latinoamericana, superando las otras regiones del mundo.

Según el Sr Sergio Andreo, miembro del equipo de trabajo de la revista CATALINA, este es un medio integrador que muestra Cataluña -en el sentido más amplio- a través de sus lugares, su lengua, sus servicios, su arte y su gente, a los inmigrantes latinoamericanos; y la cultura, la realidad, el aporte y el presente de los latinoamericanos a los catalanes.

También cuenta con un sitio Web que funciona como una ventana para tocar los temas que atañen a la comunidad latinoamericana; una referencia para el conocimiento del tema migratorio en Internet, un puente informativo entre Cataluña y Latinoamérica, y un espacio activo en el proceso integrador de la población inmigrante con la población local.

B. Toumai

Toumaï es una revista gratuita orientada por completo al sector de los inmigrantes. El lema es: “orgullo de ser inmigrantes”. La revista tiene una periodicidad mensual que ha conjugando los intereses e inquietudes de todas las comunidades de inmigrantes.

En conversación telefónica con el Sr. Fernando Bachiller, miembro del equipo de trabajo, este enfatizó que la revista, fundada en 2003, fue el primer medio de comunicación dirigido al colectivo inmigrante de los denominados “segunda oleada” (formada por medios de comunicación profesionales que se especializaron en el colectivo inmigrante tras el boom migratorio que se inició en el año 2000 y la aparición del modelo de prensa gratuita). También cuentan con Ediciones Toumaï la cual es la editorial responsable de la publicación cada mes de la revista toumaï, y del portal www.toumai.es. Se trata de una sociedad mercantil de capital privado aportado por los periodistas fundadores e inversores comprometidos con proyectos emprendedores. Desde su inicio tiene una total independencia de grupos de comunicación o grandes editoriales lo cual les permiten aportar información rigurosa y de interés desde un punto de vista profesional.

Entre los productos y servicios que ofrecen están: publicidad, publrreportajes, productos de imprenta y productos de editorial. TOUMAI trabaja fortaleciendo lazos entre las culturas y promoviendo principios de comunicación como referente al desarrollo de las comunidades.

C. Ecuador tu revista

Ecuador tu revista es un magazín dirigido a la comunidad ecuatoriana y fundada por ecuatorianos profesionales en comunicación social. El objetivo primordial es informar y

promover actividades sociales dirigidas a la comunidad en beneficio no solo social sino económico y cultural. Fue fundada en 2003.

Ecuador tu revista se distribuye solo en Madrid una vez al mes, cuenta con varias secciones entre ellas: política, deportes, economía, cultura entre otros. En conversación telefónica con el Sr. Nelson Moran, miembro del equipo de trabajo de la revista, se me informó que el grupo de personas que hacen Ecuador tu revista tienen una gran motivación por el desarrollo de la comunidad inmigrante en España a través de los medios de comunicación.

En una reunión posterior con el Sr. Patricio Ulloa, administrador de la revista, quién es una persona locuaz, versátil y apasionada de los temas de comunicación, se me explicó como la revista ha llegado a tener una gran aceptación dentro de la comunidad ecuatoriana en Madrid. La revista tiene instalaciones propias, aunque en la actualidad estas están en re-estructuración. El equipo profesional consta de 3 personas fijas y 5 colaboradores de manera permanente quienes trabajan en diferentes áreas. A pesar de que este magazín fue fundado en el 2003 la crisis también ha mermado en la participación de otros integrantes, sin embargo, esta situación no ha limitado el desarrollo de la revista quien hasta ahora cuenta con una notable de aceptación en Madrid.

Personalmente pienso que a pesar de las limitaciones en términos de recursos humanos y financieros, Ecuador tu revista esta escrita con precisión y realidad, con sentido del periodista ciudadano. Destaca en particular la forma clara y breve de los titulares, quienes a su vez son los que hacen resaltar las noticias divulgadas por el magazín.

D. Ocio Latino

La revista Ocio latino, con su eslogan “Nuestros sitios, Nuestra gente”, se fundó en 1995 con sede en Madrid. Cuenta el Sr. Salvatierra, su director general, que fue la primera revista que dirigió su mirada y todo su esfuerzo a la comunidad latinoamericana residente en España. Su estilo, sus secciones, su diseño, su forma de dividir los espacios para los anuncios, y su periodismo cercano a la gente, han marcado la pauta en un sector que cuenta hoy en día con una mayor oferta de medios.

Las secciones cumplen un único objetivo, el de difusión de la cultura latinoamericana para el público español y por supuesto latino. Espectáculos, gastronomía, actividades culturales, viajes, música, concursos, ofertas, entrevista, son espacios completamente abiertos a todos nuestros lectores y clientes.

Cada uno de los más de 30.000 ejemplares que Ocio Latino distribuye mensualmente es leído por un promedio de cuatro personas, lo que convierte a esta revista en la que mayor

lectoría tiene por ejemplar. Desde mi punto de vista Ocio Latino tiene estándares de calidad similares a las otras revistas anteriormente mencionadas.

E. Raíz Ecuador

Raíz Ecuador forma parte del portal Club Raíz, el mismo que produce en total trece revistas dirigidas a diferentes colectivos de inmigrantes en España.

Fue fundada en el año 2006. Es una fiel representación de su slogan “El portal de la inmigración en España”; la misma cuenta con un archivo de noticias y entrevistas de actualidad relacionados con Ecuador y el colectivo de inmigrantes ecuatoriano. Además, dispone de una interesante guía multimedia y un listado de servicios y utilidades.

En conversación con el Sr. Fernando Solano, miembro del equipo de trabajo, este expresó el interés de Club Raíz Ecuador en seguir difundiendo información de interés para el colectivo inmigrante incluyendo asesoría jurídica en materia de inmigración y promoviendo la creación de empresas por parte de emprendedores inmigrantes.

La revista Club Raíz Ecuador tiene una cobertura nacional y su frecuencia de circulación es mensual. Entre las secciones de la revista más importantes tenemos: opinión, deportes, economía, educación, social y cultura. Cuentan con un equipo de trabajo de aproximadamente 20 personas.

F. Tateiju

Tateiju o mejor conocida como la guía del inmigrante tiene como slogan “Queremos ser tu mejor apoyo”. Este magazín es el resultado de un proyecto creado por un inmigrante venezolano para proporcionar información que responda a las dudas comunes a los nuevos inmigrantes. Gabriel Bastardo es el fundador de la revista y es quien lleva adelante este interesante proyecto que en la actualidad es una organización sin fines de lucro con sede en Tenerife.

Desde abril de 2006, Tateiju contribuye a la integración de la comunidad de inmigrantes, orientando y respondiendo dudas comunes, ofreciendo testimonios de gente común, promoviendo así una integración armoniosa y productiva dentro de la sociedad española.

La guía del inmigrante tiene cobertura nacional con una frecuencia trimestral. También ofrece los servicios de: publicidad, publi-reportajes, diseño grafico, publicaciones externas, Insertos y productos de editorial, entre otros.

El equipo de trabajo esta conformado por 19 personas aproximadamente, quienes trabajan como colaboradores y voluntarios, permitiendo el desarrollo y promoción de ideas y

proyectos que permitan un canal de comunicación eficaz y con sentido solidario. Esta revista tiene de mi punto de vista un enfoque más comunitario que privado, ya que la guía del inmigrante aporta a la comunidad un soporte técnico en materia de inmigración en España.

4.1.3 Radio

A. Barcelona Latina

Radio BCNLatina FM ha sido siempre un vocero de las inquietudes del colectivo latino. Su slogan “La Radio de l’Integracion” explica claramente su misión. Fue fundada en 2005.

De acuerdo al Sr. Jorge Sanchez, miembro del equipo de BCNLatina FM, la radio es la más valorada entre la gente amante de la cultura latina quienes la premian por ser tanto una fábrica de programas de contenidos propios como por ser un canal de mensajes útiles para la integración del inmigrante.

BCNLatina FM ha evolucionado mucho en los últimos tiempos. Además de haberse convertido en una estación comercial de frecuencia FM que transmite las 24 horas del día, cuenta con un equipo de trabajo de aproximadamente 8 personas. Ofrece productos y servicios tales como: spot, jingle, perifoneo y audio móvil, presentadores y animadores, publicidad, servicios comunitarios, clasificados menciones en vivo, y propagandas políticas.

B. Corazón Tropical

La misión de la radio Corazón Tropical es convertirse en la voz del emigrante latino por el desarrollo y la integración. Esta radio emite desde el año 2003 música latina con sabor y ritmo para todos los gustos. Cuenta con un grupo de locutores y colaboradores de diferentes nacionalidades latino-americana, voces nativas y estilos propios que realizan cada día una completa programación.

El Sr Ismael García Báez, miembro del staff de la radio, expreso que Corazón Tropical nació de la necesidad de comunicación surgida del movimiento migratorio en España de los últimos años y se ha convertido en puente de intercambio cultural entre personas de varias nacionalidades. Además es un instrumento valioso para la divulgación de productos y servicios que tengan relación con el creciente mercado latino-americano en la península.

Aparte de la música, los oyentes reciben asesorías por parte de profesionales en derecho, ofertas financieras e inmobiliarias, etc. Con más de 7 años de vida la radio se ha consolidado entre quienes han escogido radicarse en España y tienen como origen algún país de Latinoamérica así como los recién llegados que escogen como referencia esta

estación para mantener nexos de comunicación con sus sitios de procedencia e integrarse a la nueva sociedad.

Cuenta con un equipo de trabajo de 9 personas aproximadamente y con un grupo de colaboradores que hacen posible que Radio Corazón tropical llegue a los oyentes latinos las 24 horas del día.

Entre los productos y servicios que ofrecen cuentan con: spot, jingle, perifoneo y audio móvil, presentadores y animadores, publicidad, clasificados menciones en vivo, servicios comunitarios y propaganda política.

C. Fiesta FM

FIESTA FM 107.2 es un medio dirigido a hispanohablantes, residentes en Madrid, Palma de Mallorca y Alicante. Fue establecida hace 10 años en la Comunidad de Madrid para ofrecer a toda la población inmigrante información, educación y entretenimiento. FIESTA FM está de hecho especializada en música y noticias. Su misión principal es integrar, entretener, informar y acompañar.

De acuerdo a la Sra. Esperanza Restrepo, miembro del equipo de la radio, el consumo de radio musical en la comunidad de inmigrantes latinos es bastante alto por lo que se debe responder con una oferta integral que responda a múltiples perfiles de interés.

Fiesta FM tiene una cobertura provincial y trabaja con una repetidora las 24 horas del día. Su equipo de trabajo es de aproximadamente 15 personas. Entre sus productos y servicios, ofrecen: spot, jingle, publicidad, clasificados menciones en vivo y propaganda política.

4.1.4 Medios digitales

A. El ecuatoriano.com

El ecuatoriano.com hoy es un diario en tiempo real online que forma parte de un conglomerado de medios dirigidos a la comunidad inmigrante ecuatoriana.

De acuerdo al Sr. Oscar Imbaquingo, director del medio digital, la plataforma registra más de cuatro mil visitas diariamente. La información disponible trata de satisfacer los requerimientos de los inmigrantes, no sólo ecuatorianos sino latinos en general. Elecuadoriano.com es hoy un referente para la sociedad de inmigrantes. Las noticias e información proporcionada tienden a ser de gran pertinencia. El equipo de trabajo verifica cada noticia que llega, y la analiza para después publicarlas en la Web. Lo interesante es que el internauta tiene la oportunidad de interactuar, opinar, cuestionar o reproducir las noticias publicadas en el portal.

Entre sus productos y servicios, ofrecen: publicidad, aplicación móvil, alertas, y presencia en redes. El Sr. Imbaquingo hizo hincapié en que ellos son un proyecto de red social de auto-comunicación y auto-formación, con una futura presencia en todos sectores de comunicación. De hecho, el Sr Imbaquingo se encuentra actualmente desarrollando medios digitales complementarios tales como un canal de televisión dirigido a ecuatorianos ("ElecuatorianoTV.Com") y otro a inmigrantes latinos ("MigranteLatinoTV.Com").

B. Euromundo Global

EuroMundo Global es un periódico electrónico fundado en Madrid en 1994 y orientado de manera preferencial a la cobertura de noticias iberoamericanas.

En conversación con el Sr. Juan Ignacio Vera, director general, este expresó que Euromundo global constituye un sólido referente para el colectivo de inmigrantes hispanohablantes que reside en España. Para esto tiene un equipo de trabajo de aproximadamente 19 personas quienes hacen posible que el portal brinde información fiable y actualizada a los internautas.

El portal de Euromundo global incorpora espacios dedicados a temas que por lo general no encuentran espacios relevantes en otros periódicos (electrónicos o impresos) y que tienen relación, con aspectos orientados al mundo del turismo, viajes, aviación comercial e información hotelera, dando cobertura a importantes destinos vacacionales y de interés cultural tanto en América del Sur como en Europa y resto del mundo.

C. Periodista Digital

Periodista Digital surgió en el verano del año 2000 por un grupo de periodistas, reporteros y corresponsales quienes pensaron que no existía un medio con carácter divulgativo e informativo que ponga a disposición de cualquier persona interesada información noticiosa y reportajes de actualidad.

En conversación con el Sr David Rojo, director del medio, este expresó que el diario online ofrece información general y local, acotando además que Periodista Digital es el más leído por la comunidad inmigrante latina en España ya que ofrece noticias de actualidad al instante tales como: política, periodismo, tecnología, deportes, turismo, salud, religión, entre otros. La estructura y los contenidos del sitio son de una calidad superior al resto de medios digitales investigados. El equipo de trabajo está conformado por aproximadamente 25 personas. Entre los productos y servicios que ofrecen: publirreportajes, publicidad, versión móvil y presencia en redes.

D. Tribuna Latina

Tribuna Latina es un diario digital propiedad de RED DIGITAL XXI que comenzó a publicarse en 2005. Aborda la actualidad española, latinoamericana y europea atendiendo a la realidad de la inmigración.

En conversación con la Sra. Inma Garrido Lopez, miembro del equipo de trabajo, esta acotó que Tribuna Latina tiene secciones específicas para los inmigrantes en España así como sobre Latinoamérica. El equipo de trabajo consta aproximadamente de ocho personas quienes hacen posible la actualización regular del portal. Entre los productos y servicios que ofrecen están: publrreportajes, publicidad y presencia en redes.

E. Gladys Palmera

Gladys Palmera es una radio digital que fue fundada en 1999 por la Sra. Alejandra Fierro Eleta (mejor conocida como Gladys Palmera), quien ya se había dado a conocer años atrás como una de las principales impulsoras de la música latina en España, a través de la cadena COPE con su programa Sabrosura.

Aunque en sus inicios la radio Gladys Palmera se enfocaba en el público latino, hoy en día su audiencia es global. En conversación con el Sr. Enrique Romero, miembro del equipo de trabajo, se indicó que la radio dispone de servidores dedicados y escalables para ofrecer el mejor rendimiento en el acceso a la Web así como una óptima calidad en la señal de los canales online.

El equipo de trabajo consta aproximadamente de 9 personas. La radio ofrece productos y servicios tales como spot, jingles, presentadores y animadores y publicidad.

F. Mundo Hispano

Mundo Hispano es un portal que trata sobre inmigración y políticas españolas y latinoamericanas. Fundado en 2003 como medio impreso, la última edición impresa de Mundo Hispano salió a la calle la primavera de 2010 y desde entonces el medio se convirtió en periódico online.

De acuerdo al Sr Monroy Gonzalez, editor Web, el portal es gestionado por una asociación sin fines de lucro la cual cuenta con aproximadamente diez empleados para su gestión.

Desde mi punto de vista, la reciente transición a medio digital y el hecho de que sea un medio no comercial son las principales razones por las que la pertinencia y cantidad de los reportajes disponibles sean de menor interés para el público latino, en comparación con los otros portales investigados.

G. El Comercio de Ecuador

El diario digital “El Comercio de Ecuador en España” fundado en 2006 forma parte del conglomerado que gestiona el diario “El Comercio” de Ecuador. Tiene su sede en Madrid y su casa matriz en Quito Ecuador. Este diario fue el primer periódico ecuatoriano en llegar a los inmigrantes residentes en España, especialmente en la comunidad de Madrid y Murcia.

En la entrevista con el Sr. Pablo Guzmán de El Comercio de Ecuador en España me expresó que son el medio digital con mayor alcance al grupo objetivo ecuatoriano. A través de mi conversación con el Sr. Guzmán he podido apreciar, la constancia y dedicación del diario en hacer llegar a sus con-nacionales noticias de interés sobre Ecuador.

Este medio opera con oficina propia en donde se desarrolla todo el trabajo de edición y diseño del periódico digital. Tiene un equipo de trabajo de 11 personas de las cuales 5 trabajan en Ecuador y las otras 6 en Madrid.

4.1.5 Televisión

A. Canal Latino

Canal Latino TV es la primera y única televisión dirigida a la comunidad latina en España. De acuerdo a la Sra. Carmen Sanchez, Canal Latino Tv tiene una programación ágil, fresca y entretenida, realizada por profesionales latinoamericanos y españoles al servicio de la integración de las distintas comunidades iberoamericanas. Canal Latino TV cuenta con más de 12 horas de producción propia en directo, transmitiendo las 24 horas del día. La parrilla de programación incluye contenidos especialmente pensados para la audiencia inmigrante latina, como servicios informativos, jurídicos y laborales. Igualmente, se transmiten programas de interés general (por ejemplo noticiarios), musicales y de entretenimiento.

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

4.2.1 Prensa

En base a la investigación preliminar sobre los medios de comunicación y los datos levantados a través de la investigación de campo, encuentro que el sector prensa está consolidado; en gran medida por que está compuesto por empresas con varios años de experiencia, con cuadros técnicos reconocidos, lo cual ha permitido el progresivo aumento del tiraje y la audiencia de estos medios. De los datos recogidos se deduce que los periódicos investigados están consolidados y son gestionados de manera empresarial (han invertido recursos financieros substanciales, emplean un número apreciable de personas y tienen una cobertura nacional).

4.2.2 Revista

En base a la investigación preliminar sobre los medios de comunicación y los datos levantados a través de la investigación de campo, encuentro que este sector está constituido por empresas con diferente nivel de madurez. Algunas empresas tienen varios años de experiencia, lo cual se traduce en que las revistas producidas tienen un gran tiraje y una amplia base de lectores. De otro lado, existen revistas que con un menor alcance (cobertura local) y menos medios a su disposición (muchas cuentan con menos de 10 empleados) tienen todavía que demostrar su viabilidad y conquistar un nicho específico en el espectro de *ethnic media* en España.

4.2.3 Radio

En base a la investigación preliminar sobre los medios de comunicación y los datos levantados a través de la investigación de campo, encuentro que la radio está constituida por empresas con una gran variedad de perfiles. Por un lado, algunas tienen varios años de experiencia, lo cual se traduce en que las estaciones de radio tienen una amplia cobertura y una parrilla de programación variada. De otro lado, existen radios que tienen características informales: solo tienen cobertura local, cuentan con menos de 5 empleados y por ende, ofrecen una parrilla de programación limitada.

4.2.4 Medios digitales

En base a la investigación preliminar sobre los medios de comunicación y los datos levantados a través de la investigación de campo, este sector se caracteriza por albergar a empresas con un grado de profesionalismo muy variable. Muchas de las empresas tienen

varios años de experiencia no solo como medio digital sino también en medios más tradicionales (como la prensa o la radio), lo cual se traduce en que los medios digitales tienden a tener un buen tratamiento de la información y varios canales para interactuar con los usuarios. La excepción a esta regla serían los portales de Mundo Hispano y el Comercio del Ecuador que como se comentó anteriormente se encuentran todavía en proceso de transición de medios impresos a digital.

Sobre la base de los datos levantados no es clara la viabilidad (financiera) de todos los medios investigados. Sin embargo, la presencia de diversos grupos empresariales, el hecho de que el acceso a internet se siga popularizando y la magnitud de los recursos humanos disponibles (muchas veces mayor que en medios más tradicionales como la prensa o la radio) dejan entrever que este formato siga creciendo en el futuro.

4.2.5 Televisión

En base a la investigación preliminar sobre los medios de comunicación y los datos levantados a través de la investigación de campo, encuentro que el sector de la televisión ha también venido prestando una gran atención al colectivo inmigrante latino. Prueba de ello es que a pesar del gran costo de funcionamiento, existe un canal que por varios años viene presentando y produciendo programas dirigidos específicamente al colectivo latino. Además, varios programas de televisión en las cadenas de televisión más importantes de España están dirigidos al colectivo latino lo cual, al igual que el caso de los medios de comunicación estudiados anteriormente, es neto reflejo de la creciente importancia de este colectivo en la sociedad y economía española.

CONCLUSIONES

Las siguientes son mis conclusiones del estudio de medios de comunicación en España dirigidos a inmigrantes del colectivo latino:

1. Existe un gran número de medios de comunicación dirigidos al colectivo latino; sin embargo, no todos tienen la misma capacidad en términos de cobertura, calidad, manejo empresarial, recursos financieros o humanos. De manera particular se notó una mayor **consolidación** en los sectores prensa y televisión. En los otros sectores investigados (revistas, medios digitales y radio), se notó mayor variabilidad en el grado de **consolidación** de las empresas investigadas.
2. En cuanto a la prensa, se concluye que es un sector **maduro**, en gran medida por que está compuesto por empresas con varios años de experiencia, con cuadros técnicos reconocidos, lo cual ha permitido el progresivo aumento del tiraje y la audiencia de estos medios.
3. En cuanto a las revistas, se concluye que este sector está constituido por empresas con diferente nivel de madurez. Algunas empresas tienen varios años de experiencia, lo cual se traduce en que las revistas producidas tienen un gran tiraje y una amplia base de lectores. De otro lado, existen revistas que con un menor alcance (cobertura local) y menos medios a su disposición (algunas cuentan con menos de **10** empleados) tienen todavía que demostrar su viabilidad y conquistar un nicho específico en el espectro de *ethnic media* en España.
4. En cuanto a la radio, ésta está constituida por empresas que se caracterizan por encontrarse **en proceso de consolidación. La mayoría de las empresas son de reciente creación y tienen parrillas de programación que están dirigidas al colectivo inmigrante local.**
5. En cuanto a los medios digitales, este sector se caracteriza por albergar a empresas con un grado de profesionalismo variable. Muchas de las empresas tienen varios años de experiencia no solo como medio digital sino también en medios más tradicionales (como la prensa o radio), lo cual se traduce en que en general los medios digitales tienden a tener un buen tratamiento de la información y varios canales para interactuar con los usuarios.
6. En cuanto a la televisión, este sector ha venido prestando una gran atención al colectivo inmigrante latino. Prueba de ello es que a pesar del gran costo de funcionamiento, existe un canal que por varios años viene presentando y produciendo programas dirigidos específicamente al colectivo latino. Además, varios programas de televisión en las cadenas de televisión más importantes de España están dirigidos al colectivo latino lo cual, al igual

que el caso de los medios de comunicación estudiados anteriormente, es neto reflejo de la creciente importancia de este grupo en la sociedad y economía española.

Bibliografía

Basica

- *Anuarios de la comunicación del inmigrante en España* (2006, 2007 and 2009). Ed. Etnia Comunicación. Madrid.
- Baladrón, Antonio (2011) *Publicidad para inmigrantes en España. Un estudio desde las agencias*. Revista Latina de Comunicación Social Numero 66.
- Díaz Nosty, Bernardo (2007). *Los medios de comunicación en la experiencia migratoria latinoamericana*. Fundación Telefónica.
- Revuelta, Gemma (2003) *Salud y medios de comunicación en España. Observatorio de la Comunicación Científica*. Universidad Pompeu Fabra. Barcelona.
- Sabés-Turmo, Fernando (2008) *Los medios de comunicación para la nación latina que vive en España*. Universidad Autónoma de Barcelona, España
- Santillán, Jose Ramón (2008) *Medios Latinos en España*. Revista Digital Razón y Palabra Numero 63.

Paginas y sitios webs, Enlaces

- www.ine.es
- www.ecuadorencifras.com
- es.wikipedia.org/wiki/Medio_de_comunicaci%C3%B3n
- www.sisepuede.es
- www.enlatino.com
- www.elcomerciodelecuador.es
- www.ociolatino.com/nosotros
- www.gladyspalmera.com/
- canallatino.tv/x2/index.php?id=8&titulo=descripcion
- www.contodoslosacentos.tve.es
- www.ejc.net/media_landscape/article/spain/
- www.rtve.es/
- www.telemadrid.es
- www.ymedia.es/mapa_de_medios.php
- www.mediatico.com/
- www.intermirifica.net
- www.guialatina.it
- www.latinosenitalia.it
- www.revistamigentelatina.com/
- www.cartercenter.org/documents/nondatabase/agenda_eng.pdf
- www.ulima.edu.pe/Revistas/contratexto/v3/pdf/art11.pdf
- www.deperu.com/medios/

Anexo 1 – Fichas

Prensa

1. Si se puede
2. Latino

PRENSA

Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.

Ficha para levantar información.

		INFORMATION GENERAL Y LEGAL			
1	Nombre de la Empresa	Sí Se Puede			
2	Razón Social	Se Puede Comunicación S.L.			
3	RUC	B83972505			
4	Ciudad	Madrid			
5	Dirección física	Av. Córdoba 21, Planta 4 Oficina 3B			
6	Datos de ubicación	Teléfono:	Fax:	E-mail:	Web:
		0034 91 51 79 915	0034 91 473 37 07	redaccion@siseuede.es	www.siseuede.es
6	Datos de ubicación	Código	Blog:	Facebook:	Twitter:
		28006	http://www.siseuede.es/blogs.html	www.facebook.com/periodicosiseuede	www.twitter.com/si_se_puede
7	Nombre de promotores / fundadores	Gonzalo Castellero, Director			
8	Nombre de propietarios (accionistas)	Gonzalo Castellero			
9	Nombre de representante legal	Gonzalo Castellero			
10	Nombre de directivos	Angel Sabat, Director General			
11	¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si ()	No (X)	Díganos su nombre:	
12	Fecha de fundación	2004			
13	Objeto social (Misión)	Les interesa informar y entretener a los "nuevos vecinos" independientemente de cuál sea su país de origen.			
14	Organización social	Pública ()			
		Privada (x)	¿De qué tipo?	Limitada (X)	Mixta ()
		Suscrito (x)	Autorizado ()	Valor por acción ()	
15	Tipo de capital	Prensa (x)	Medios Digitales ()	Revista ()	Radio ()
				Telesión ()	Productoras Audiovisuales ()
					Productoras Cinematográficas ()
16	Sector al cual pertenece			Agencias de marketing y publicidad ()	Agencias de Relaciones Públicas ()

17 Morfología de la Empresa									
1	Cobertura del periódico	Local (X)		Provincial ()		Regional ()		Nacional (X)	
		Doble tabloide ()	Full color (X)	Tabloide (X)	B/N ()	Otros especificar:	Mixto ()		
2	Formato del periódico								
3	Modo impresión								
4	Frecuencia de circulación	Diaria ()		Semanal (X)		Quincenal ()		Mensual ()	OTRA: _____
5	Número de secciones del diario	Menor a 12 (X)		Entre 13-16 ()		Entre 17-20 ()		Mayor a 21 ()	
		Política (X)		Deportes (X)		Economía ()		Social (X)	Ciencia ()
6	Secciones del periódico	Opinión (X)		Actualidad (X)		Local (X)		Educación ()	Mundo (X)
7	Número de páginas del periódico	16							
8	Número de cuadernos de periódicos	1 (X)		2 ()		3 ()		4 ()	5 ()
9	Número de suplementos	N/a							Mas de 6 () Especifique: _____
10	Nombre de los suplementos	N/a							
11	Número de publicidades en portada de cada cuaderno			2					
12	Número de publicidades en páginas internas			21					
13	Número de páginas de clasificados			1					
14	Número de publicidades externas en portada y contraportada en los suplementos			0					
15	Número de publicidades en páginas internas de los suplementos			0					
16	Promociones	Libros ()		Cd ()		Coleccionables ()		Otros ()	especificar

18. Recursos Humanos	
	Número directores 1
1 Staff de dirección	Número subdirectores 0
	Número editores 1
2 Número redactores y reporteros	12
3 Número fotógrafos	1
4 Número de personal de dibujantes e infografía	1
5 Número de corresponsales	0
6 Número de freelancer	0
7 Número de personal de ventas	8
8 Número de personal administrativo	1
9 Número total de empleados	25
10 Número de empleados con título de tercer nivel	3
11 Número de empleados sin título	22

Nombre de la persona que nos proporciona la información: Gonzalo Castillero

Correo Electrónico: redaccion@sisepuede.es

Teléfono: 0034 917818981

Firma y Sello de la institución:

Observaciones Generales de la entrevista: Es un periódico semanal muy interesante. El equipo de Trabajo esta compuesto por personas de diferente nivel académico y otras que aunque no tienen estudios especializados han tenido experiencia de Trabajo lo cual les permite participar en la creación semanal del diario.
El Sr. Castillero ha sido muy colaborador y gentil. La Instalación es muy moderna.

SE PUEDE COMUNICACIÓN, S.L.
P.P.

¹ <http://sisepuede.es/images/stories/pdf/tarifas2011.pdf>

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN	
1 Publicidad	(X)
2 Publiportajes	<input checked="" type="checkbox"/>
3 Clasificados	(X)
4 Servicio de diseño gráfico	<input checked="" type="checkbox"/>
5 Sociales	(X)
6 Publicaciones externas	()
7 Insertos	()
8 Otros productos y servicios:	
9 Producto o servicio más demandado: Publicidad	
Anexar tarifario de producto y servicio¹	
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN	

[Handwritten signature]



NOVAPRESS MEDIA S.L.
Plaza de las Cortes 4, 3º derecha
28014 MADRID
CIF: B 84185404

PRENSA

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

INFORMACION GENERAL Y LEGAL												
1	Nombre de la Empresa	Latino										
2	Razón Social	Novapress Media S.L.										
3	RUC	B84185404										
4	Ciudad	Madrid										
5	Dirección física	Preciados 34 2º izquierda. Madrid										
6	Datos de ubicación	Teléfono:	Fax:	E-mail:	Web:							
		0034	0034	info@novapress.es	www.enlatino.com							
		91429 23 32	914293663			Facebook	Twitter:					
		Código	Blog:	http://www.enlatino.com/blogs		enlatino.com						
		28013									enlatino	
7	Nombre de promotores / fundadores	Marc Basté, Director / Carlo Campos										
8	Nombre de propietarios (accionistas)	Marc Basté / Carlo Campos										
9	Nombre de representante legal	Marc Basté										
10	Nombre de directivos	Marc Basté, Director; Angel Garcia, Director Comercial; Laura Fornell, Directora Financiera										
11	¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si ()	No (X)	Díganos su nombre:								
12	Fecha de fundación	2005										
13	Objeto social (Misión)	Es un medio al servicio del colectivo latino en España, con el firme objetivo de ser La voz de nuestra comunidad.										
14	Organización social	Pública ()										
		Privada (x)	¿De qué tipo?	Limitada (X)	Mixta ()	Anónima ()	Hecho ()					
15	Tipo de capital	Suscrito (x)	Autorizado ()	Valor por acción ()								
		Prensa (x)	Medios Digitales ()	Revista ()	Radio ()	Televisión ()	Productoras Audiovisuales ()	Productoras Cinematográficas ()	Agencias de marketing y publicidad ()	Agencias Relaciones Públicas ()		

[Handwritten signature]

17 Morfología de la Empresa										
1	Cobertura del periódico	Local (X)	Provincial ()	Regional ()	Nacional (X)					
2	Formato del periódico	Doble tabloide ()	Tabloide (X)	Otros especificar:						
3	Modo impresión	Full color (X)	B/N ()	Mixto ()						
4	Frecuencia de circulación	Diaria ()	Semanal (X)	Quincenal ()	Mensual ()	OTRA:				
5	Número de secciones del diario	Menor a 12 (X)	Entre 13-16 ()	Entre 17-20 ()	Mayor a 21 ()					
6	Secciones del periódico	Política (X)	Deportes (X)	Economía ()	Social (X)	Ciencia ()	Cultura (X)			
		Opinión ()	Actualidad (X)	Local (X)	Educación ()	Mundo (X)				
		16		3 ()		4 ()		5 ()		Mas de 6 ()
8	Número de cuadernos de periódicos	1 (x)	2 ()	3 ()	4 ()	5 ()	6 ()	Especifique:		
9	Número de suplementos	N/a								
10	Nombre de los suplementos	N/a								
11	Número de publicaciones en portada de cada cuaderno	3								
12	Número de publicaciones en páginas internas	12								
13	Número de páginas de clasificados	1								
14	Número de publicaciones externas en portada y contraportada en los suplementos	2								
15	Número de publicaciones en páginas internas de los suplementos	N/a								
16	Promociones	Libros ()	Cd ()	Coleccionables ()	Otros () especificar					

Flow

18, Recursos Humanos		
1	Staff de dirección	Número directores 3 Número subdirectores N/a Número editores 1
2	Número redactores y reporteros	9
3	Número fotógrafos	3
4	Número de personal de dibujantes e infografía	1
5	Número de corresponsales	8
6	Número de freelancer	10
7	Número de personal de ventas	4
8	Número de personal administrativo	1
9	Número total de empleados	40
10	Número de empleados con título de tercer nivel	19
11	Número de empleados sin título	21
Nombre de la persona que nos proporciona la información:		
Correo Electrónico:		
Teléfono:		
Firma y Sello de la institución:		

Marc Basté

mbaste@novapress.es

914292332

Observaciones Generales de la entrevista:

Excelente visita. Latimo Trabaja con empleados y coboradores, estos últimos trabajan medio tiempo o por horas, formando así el equipo de Trabajo con calidad periodística.

NOVAPRESS
MEDIA

NOVAPRESS MEDIA S.L.

Plaza de las Cortes 4, 3ª derecha

28014 MADRID

CIF: B 84185404

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN		
1	Publicidad	(X)
2	Publireportajes	()
3	Clasificados	(X)
4	Servicio de diseño gráfico	(x)
5	Sociales	(x)
6	Publicaciones externas	(x)
7	Insertos	(x)
8	Otros productos y servicios: N/a	
9	Producto o servicio más demandado: Publicidad	
Anexar tarifario de producto y servicio		
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN		

Se

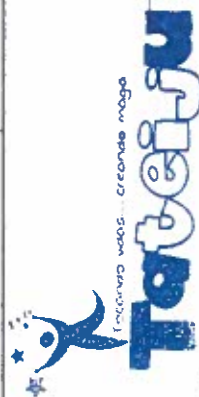
Revista

1. Tateiju
2. Ecuador Tu revista
3. Toumai
4. Raiz Ecuador
5. Ocio latino
6. Catalina

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

INFORMACION GENERAL Y LEGAL

1	Nombre de la Empresa	Revista TATEIJU									
2	Razón Social	Asociación Socio Cultural TATEIJU ESPAÑA									
3	RUC	G54124433									
4	Ciudad	Elche									
5	Dirección física	Calle Almanse, Nave 16B, Polígono de Carrús, Elche - Alicante									
6	Datos de ubicación	Teléfono:	Fax:	E-mail:	Web:						
		866 288 898	No aplica	guiaimmigrante@gmail.com	www.leguadedeimmigrante.org						
6	Datos de ubicación	Código	Blog:	Facebook:	Twitter:						
		03206		Revista TATEIJU España Guía del Inmigrante	@guiaimmigrante						
7	Nombre de promotores / fundadores	Gabriel Bastardo Venegas									
8	Nombre de propietarios (accionistas)	Gabriel Bastardo Venegas									
9	Nombre de representante legal	TATEIJU ESPAÑA									
10	Nombre de directivos	Presidente: Magaly Venegas Bello – Tesorera: Heidi Villegas Padrón – Secretaria: Cornelia Wojcik									
11	¿Pertenece a un grupo de empresas?	SI ()	No (X)	Diganos su nombre:							
12	Fecha de fundación	Asociación TATEIJU ESPAÑA: Abril de 2008									
13	Objeto social (Misión)	Contribuir en la integración de la comunidad de inmigrantes, orientando y respondiendo dudas comunes, ofreciendo testimonios de gente común como ejemplos que ayuden a dar ánimo para seguir adelante y sobre todo, promover una integración armoniosa y productiva dentro de la sociedad española.									
14	Organización social	Pública ()	Privada (x)	¿De qué tipo?	Limitada ()	Mixta ()	Anónima ()	Hecho ()	Asociación Civil sin fines de lucro		
15	Tipo de capital	Suscrito (x)	Autorizado ()	Valor por acción ()	Revista (x)	Radio ()	Televisión ()	Productoras Audiovisuales ()	Productoras Cinematográficas ()	Agencias de marketing y publicidad ()	Agencias de Relaciones Públicas ()
16	Sector al cual pertenece	Prensa ()	Medios Digitales ()								



Gabriel B

Yan

17 Morfología de la Empresa									
1	Cobertura	Local ()		Provincial ()	Regional ()		Nacional (X)		OTRA:
		A3 ()	A4 ()	Otros: A5	Trimestral (X)	Semestral ()	Social (x)	Ciencia ()	
2	Formato	Quincenal ()		Mensual ()	Trimestral (X)		Semestral ()		OTRA:
		Política ()	Deportes ()	Economía ()	Social (x)	Ciencia ()	Cultura (X)		
3	Frecuencia de circulación	Opinión ()		Actualidad ()	Local ()		Educación ()		Otros (X)
									Periodismo Social
5	Número de cuadernos de revistas			9					
6	Número de páginas			56					
7	Número de suplementos			0					
8	Número de secciones de la revista			18					
9	Número de publicidades en portada de cada cuaderno			0					
10	Número de publicidades en páginas internas			19					
11	Número de páginas de clasificados			0					
12	Número de publicidad externa en portada y contraportada en los suplementos			N/a					
14	Número de publicidad en páginas internas de los suplementos			N/a					
13	Promociones	Libros ()		Cd ()	Coleccionables ()		Otros		



C.R. 117443
 Asociación Socio-Cultural Tatouju
 Teléfono Sede: 966 174 819
 Calle Politécnica, 17-010116 Politecnico-Centro
 Fecha: 17/04/2016

Handwritten signature: Gabriel

16. Recursos Humanos		
	Número directores	1
1 Staff de dirección	Número subdirectores	-
	Número editores	1
2 Número redactores / reporteros		1
3 Número fotógrafos		1
4 Número de personal de dibujantes e infografía		1
5 Número de corresponsales		-
6 Número de freelancer		-
7 Número de diseñadores gráficos		1
8 Número de personal de ventas		3
9 Número de personal administrativo		1
10 Número total de empleados		10
11 Número de empleados con título de tercer nivel		3
12 Número de empleados sin título		7

Nombre de la persona que nos proporciona la

Información:

Gabriel Bastardo Venegas

Correo Electrónico:

guiainmigrante@gmail.com

Teléfono:

808 860 580

Firma y Sello de la Institución:

Observaciones Generales de la entrevista:



Gabriel

La entrevista con Gabriel Bastardo ha sido excelente, es un comunicador de ideas y de optimismo que lo expresa a través de la página web. Bastardo es un joven emprendedor de visiones, que llega al conocimiento en cada edición de la revista y actualización de la web. Tatetíju con 3 millones de visitas y 7 páginas universitarias.

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN	
1	Publicidad (x)
2	Public reportajes (x)
3	Clasificados ()
4	Servicio de diseño gráfico (x)
5	Sociales ()
6	Publicaciones externas (x)
7	Insertos (x)
8	Productos de imprenta ()
9	Productos de editorial (x)
10	Otros productos o servicios:
11	Producto o servicio más demandado: Publicidad
Anexar tarifa de producto y servicio	
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACION	

REVISTA

Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.

Ficha para levantar información.

INFORMACION GENERAL Y LEGAL

1	Nombre de la Empresa	Ecuador tu Revista						
2	Razón Social	Union Plus SL						
3	RUC	B 84715580						
4	Ciudad	Madrid						
5	Dirección física	Avenida Amaniel, 24 local Madrid						
6	Datos de ubicación	Teléfono:	Fax:	E-mail:	Web:			
		0034	0034	ecuadorturevista@yahoo.es	www.ecuadorturevista.com			
		699724439	699724439					
7	Nombre de promotores / fundadores	Código	Blog:	Facebook:	Twitter:			
		28013	www.ecuadorturevista.blogspot.com	Ecuadorturevista				
8	Nombre de propietarios (accionistas)	Nelson Morán, Henry Moscoso, Rody Rivas						
9	Nombre de representante legal	Nelson Moran, Henry Moscoso, Rody Rivas						
10	Nombre de directivos	Rody Rivas						
11	¿Pertenece a un grupo de empresas?	Sergio Andreo						
12	Fecha de fundación	Si ()	No (x)	Díganos su nombre:				
13	Objeto social (Misión)	2003						
14	Organización social	Integración social e informar a los ecuatorianos extranjeros residentes en España.						
		Pública ()						
		Privada (X)	¿De qué tipo?	Limitada (x)	Mixta ()	Anónima ()	Hecho ()	
15	Tipo de capital	Suscrito ()	Autorizado ()	Valor por acción ()	Radio ()	Telesión ()	Productoras Cinematográficas ()	
16	Sector al cual pertenece	Prensa ()	Medios Digitales ()	Revista (x)	Productoras Audiovisuales ()	Productoras marketing y publicidad ()	Agencias de Relaciones Públicas ()	

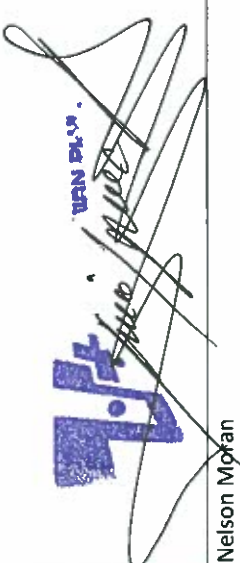
Revista Nati



17 Morfología de la Empresa									
1	Cobertura	Local (X)	Provincial ()	Regional ()	Nacional ()	OTRA: _____			
2	Formato	A4 (x)	A3 ()	Otros: especificar					
3	Frecuencia de circulación	Quincenal ()	Mensual (x)	Trimestral ()	Semestral ()	OTRA: _____			
4	Secciones de la revista	Política (x)	Deportes (x)	Economía (x)	Social ()	Ciencia ()			
		Opinión (x)	Actualidad (X)	Local (x)	Educación ()	Mundo (x)	Otras () Especifique:		
5	Número de cuadernos de revistas		62						
6	Número de páginas		24						
7	Número de suplementos		2						
8	Número de secciones de la revista		6						
9	Número de publicidades en portada de cada cuaderno		1						
10	Número de publicidades en páginas internas		10						
11	Número de páginas de clasificados		0						
12	Número de publicidad externa en portada y contraportada en los suplementos		2						
14	Número de publicidad en páginas internas de los suplementos		0						
13	Promociones	Libros ()	Cd ()	Coleccionables ()	Otros				



Handwritten signature or mark.

18. Recursos Humanos			
1	Staff de dirección	Número directores	3
		Número subdirectores	N/a
		Número editores	N/a
2	Número redactores / reporteros	N/a	
3	Número fotógrafos	N/a	
4	Número de personal de dibujantes e infografía	N/a	
5	Número de corresponsales	N/a	
6	Número de freelancer	N/a	
7	Número de diseñadores gráficos	N/a	
8	Número de personal de ventas	N/a	
9	Número de personal administrativo	N/a	
10	Número total de empleados	3	
11	Número de empleados con título de tercer nivel	2	
12	Número de empleados sin título	1	
Nombre de la persona que nos proporciona la información:			
Nelson Moran			
Correo Electrónico			
ecuardorturevista@yahoo.es			
Teléfono:			
0034 699724439			
Firma y Sello de la institución:			
			
Observaciones Generales de la entrevista: En la revista solo trabajan 3 Directores quienes se ocupan de desarrollar todo el trabajo de la revista.			
La dirección que esta descrita en información general y legal es la correcta, ya que esta en re-estructuración.			

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN	
1	Publicidad (X)
2	Publireportajes (X)
3	Clasificados ()
4	Servicio de diseño gráfico (X)
5	Sociales (X)
6	Publicaciones externas ()
7	Insertos (X)
8	Productos de imprenta (X)
9	Productos de editorial ()
10	Otros productos o servicios:
11	Producto o servicio más demandado: Publicidad
Anexar tarifario de producto y servicio	
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN	

Ellos tienen cosas buenas que forman parte del equipo de Trabajo, solo que trabajan por horas o medio tiempo de pendiente de la necesidad de la publicación. Se un grupo de personas y la revista es muy útil. Excelente!

ENTREVISTA



REVISTA

Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.

Ficha para levantar información.

INFORMACION GENERAL Y LEGAL	
1	Nombre de la Empresa TOUMAI
2	Razón Social Ediciones Toumai S.L.
3	RUC B83548982
4	Ciudad Madrid
5	Dirección física C/ Fernando VI nº 11 4º JK
6	Datos de ubicación Teléfono: 0034 913195375 Fax: 0034 913196257 E-mail: redaccion@toumai.es redaccion@revistatoumai.com Web: www.toumai.es Código 28004 Blog: toumai.es/tuespacio/blogs/blog-invitado Facebook: Revista Toumai Twitter: @revistatoumai
7	Nombre de promotores / fundadores Mónica Prat / Itziar Marañón
8	Nombre de propietarios (accionistas) Mónica Prat / Itziar Marañón y 4 empresas más de inversión en capital riesgo.
9	Nombre de representante legal Mónica Prat
10	Nombre de directivos Mónica Prat / Fernando Bachiller
11	¿Pertenece a un grupo de empresas? Si () No (x) Díganos su nombre:
12	Fecha de fundación 2003
13	Objeto social (Misión) La visión de Toumai es ser un medio de comunicación de referencia para todos los inmigrantes presentes en España, siendo capaz de poner al alcance de las distintas comunidades de inmigrantes toda la información y servicios demandados.
14	Organización social Pública () Privada (x) ¿De qué tipo? Limitada (x) Mixta () Anónima () Hecho ()
15	Tipo de capital Suscrito (x) Autorizado () Valor por acción () Television () Productoras Audiovisuales () Productoras Cinematográficas ()
16	Sector al cual pertenece Prensa () Medios Digitales () Revista (x) Radio () Agencias de marketing y publicidad () Agencias de Relaciones Públicas ()

17 Morfología de la Empresa									
1	Cobertura	Local ()		Provincial ()	Regional ()		Nacional (x)	OTRA:	
		A4 (x)	Quincenal ()		A3 ()	Trimestral ()		Semestral ()	OTRA:
2	Formato	Otros: especificar							
3	Frecuencia de circulación	Quincenal ()		Mensual (x)	Trimestral ()	Social (x)		OTRA:	
4	Secciones de la revista	Política ()		Deportes ()	Economía ()	Educación ()		Ciencia ()	Cultura ()
		Opinión ()		Actualidad (x)	Local ()	Mundo ()		Otras () Especifique:	
5	Número de cuadernos de revistas			95					
6	Número de páginas			24					
7	Número de suplementos			3					
8	Número de secciones de la revista			4					
9	Número de publicaciones en portada de cada cuaderno			1					
10	Número de publicidad en páginas internas			5					
11	Número de páginas de clasificados			0					
12	Número de publicidad externa en portada y contraportada en los suplementos			0					
14	Número de publicidad en páginas internas de los suplementos			0					
13	Promociones	Libros ()		Cd ()	Coleccionables()		Otros		

18. Recursos Humanos		
1	Staff de dirección	Número directores 1 Número subdirectores 1 Número editores 1
2	Número redactores / reporteros	2
3	Número fotógrafos	1
4	Número de personal de dibujantes e infografía	0
5	Número de corresponsales	1
6	Número de freelancer	8
7	Número de diseñadores gráficos	1
8	Número de personal de ventas	2
9	Número de personal administrativo	0
10	Número total de empleados	18
11	Número de empleados con título de tercer nivel	.
12	Número de empleados sin título	-
Nombre de la persona que nos proporciona la información: Fernando Bachiller		
Correo Electrónico: Fernando@toumai.es		
Teléfono: 913195375		

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN	
1	Publicidad (x)
2	Publireportajes (x)
3	Clasificados ()
4	Servicio de diseño gráfico ()
5	Sociales ()
6	Publicaciones externas ()
7	Insertos ()
8	Productos de imprenta (x)
9	Productos de editorial (x)
10	Otros productos o servicios: Productos de servicio más demandado: Publicidad
11	Anexar tarifario de producto y servicio
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN	



Es una revista creada con calidad periodística, Impamp y comunicativa al mismo tiempo con dinamismo y actualidad

Firma y Sello de la institución:

Observaciones Generales de la entrevista:

El equipo de Tvsap es el tipo de medios
Ni me de amador con o sin T.H. no fue suministrado

REVISTA

Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.

Ficha para levantar información.

INFORMACION GENERAL Y LEGAL	
1	Nombre de la Empresa Raiz Ecuador
2	Razon Social Copernal Publishing S.L
3	RUC B83804146
4	Ciudad Madrid
5	Dirección física C/ Isaac Peral, 22 Madrid
6	Datos de ubicación Teléfono: 0034 915432241 Fax: 0034 935005211 E-mail: pwillarroel@clubraiz.com Web: www.clubraiz.com Código: 28015 Blog: Facebook: clubraiz facebook Twitter:
7	Nombre de promotores / fundadores Juan Carlos Ruiz, Fernando Solano
8	Nombre de propietarios (accionistas) Juan Carlos Ruiz, Fernando Solano
9	Nombre de representante legal Juan Carlos Ruiz
10	Nombre de directivos Juan Carlos Ruiz, Fernando Solano
11	¿Pertenece a un grupo de empresas? Si (x) No () Diganos su nombre: Copernal Publishing SL
12	Fecha de fundación 2006
13	Objeto social (Misión) Medio Comunicación, Publicidad
14	Organización social Pública () Privada (x)
15	Tipo de capital ¿De qué tipo? Autorizado () Limitada (x) Mixta () Prensa () Medios Digitales () Revista (x) Radio () Suscrito () Valor por acción (x)
16	Sector al cual pertenece Productoras Audiovisuales () Productoras Cinematográficas () Agencias de marketing y publicidad () Agencias Relaciones Públicas ()

17 Morfología de la Empresa									
	Local ()	Provincial ()	Regional ()	Nacional(x)	OTRA:				
1	Cobertura	A4 ()	A3 ()	Otros: especificar A5					
2	Formato								
3	Frecuencia de circulación	Quincenal ()	Mensual (x)	Trimestral ()	Semestra I ()	OTRA:			
4	Secciones de la revista	Política (x)	Deportes (x)	Economía (x)	Social (x)	Ciencia ()			Cultura (x)
		Opinión (x)	Actualidad(x)	Local (x)	Educación (x)	Mundo(x)			Otras () Especifique:
5	Número de cuadernos de revistas		13						
6	Número de páginas		48						
7	Número de suplementos		5						
8	Número de secciones de la revista		6						
9	Número de publicaciones en portada de cada cuaderno		1						
10	Número de publicidad en páginas internas		8						
11	Número de páginas de clasificados		0						
12	Número de publicidad externa en portada y contraportada en los suplementos		2						
14	Número de publicidad en páginas internas de los suplementos		6						
13	Promociones	Libros ()	Cd ()	Coleccionables ()	Otros				

REVISTA

Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.

Ficha para levantar información.


INFORMACION GENERAL Y LEGAL

1	Nombre de la Empresa	Ocio Latino					
2	Razón Social	Diseño Latinoamericano S.L.					
3	RUC	B83172197					
4	Ciudad	Madrid					
5	Dirección física	C/ Puerto de Suebe, 13, local					
6	Datos de ubicación	Teléfono:	Fax:	E-mail:	Web:		
		0034 914771479	0034 917570075	prensa@ociolatino.com ociolatino@ociolatino.com	www.ociolatino.com		
7	Nombre de promotores / fundadores	Código	Blog:	Facebook:	Twitter:		
		28038		ocio latino	@ocio_latino		
8	Nombre de promotores / fundadores	José Luis Salvatierra Gonzáles / Nilton López					
9	Nombre de propietarios (accionistas)	José Luis Salvatierra Gonzáles					
10	Nombre de representante legal	José Luis Salvatierra Gonzáles					
11	¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si ()	No (x)	Díganos su nombre:			
12	Fecha de fundación	1995					
13	Objeto social (Misión)	Nuestras secciones cumplen un único objetivo, el de difusión de la cultura latinoamericana para el público español y por supuesto latino. Espectáculos, gastronomía, actividades culturales, viajes, música, concursos, ofertas, entrevistas..., son espacios completamente abiertos a todos nuestros lectores y clientes.					
14	Organización social	Pública ()	Privada (x)	¿De qué tipo?	Limitada (x)	Mixta ()	Anónima ()
15	Tipo de capital	Suscrito (x)	Autorizado ()	Valor por acción ()	Revista (x)	Radio ()	Televisión ()
16	Sector al cual pertenece	Prensa ()	Medios Digitales ()	Medios Digitales ()	Revista (x)	Radio ()	Televisión ()
					Productoras Audiovisuales ()	Productoras Cinematográficas ()	Agencias de marketing y publicidad ()
							Agencias de Relaciones Públicas ()

17. Morfología de la Empresa									
1	Cobertura	Local ()	Provincial (X)	Regional ()	Nacional ()	OTRA:			
2	Formato	A4 ()	A3 ()	Otros: A5					
3	Frecuencia de circulación	Quincenal ()	Mensual (X)	Trimestral ()	Semestral ()	OTRA:			
4	Secciones de la revista	Política ()	Deportes (X)	Economía ()	Social (X)	Ciencia ()			
		Opinión ()	Actualidad (X)	Local (X)	Educación ()	Mundo ()	Cultura (X)		
5	Número de cuadernos de revistas		56						
6	Número de páginas		35						
7	Número de suplementos		0						
8	Número de secciones de la revista		7						
9	Número de publicaciones en portada de cada cuaderno		0						
10	Número de publicaciones en páginas internas		40						
11	Número de páginas de clasificados		1						
12	Número de publicidad externa en portada y contraportada en los suplementos		N/a						
14	Número de publicidad en páginas internas de los suplementos		N/a						
13	Promociones	Libros ()	Cd ()	Coleccionables ()	Otros:				

Handwritten signature

18. Recursos Humanos			
Staff de dirección	Número directores	1	
1	Número subdirectores	N/a	
	Número editores	1	
2	Número redactores / reporteros	1	
3	Número fotógrafos	1	
4	Número de personal de dibujantes e infografía	1	
5	Número de corresponsales	2	
6	Número de freelancer	3	
7	Número de diseñadores gráficos	1	
8	Número de personal de ventas	4	
9	Número de personal administrativo	0	
10	Número total de empleados	15	
11	Número de empleados con título de tercer nivel	-5	
12	Número de empleados sin título	-10	
Nombre de la persona que nos proporciona la información:			
José Luis Salvatierra Gonzáles			
Correo Electrónico:			
prensa@ociolatino.com			
Teléfono:			
91 4771479			
Firma y Sello de la institución:			
Observaciones Generales de la entrevista:			



 Me conversado con el Sr. Salvatierra, quien ha sido excelente expositor sobre el desarrollo del Trabajo de la revista. La revista es Innovadora y útil. El grupo de Trabajo maneja calidad u creatividad.

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN	
1	Publicidad (x)
2	Publireportajes (x)
3	Clasificados ()
4	Servicio de diseño gráfico (x)
5	Sociales (x)
6	Publicaciones externas ()
7	Insertos ()
8	Productos de imprenta ()
9	Productos de editorial ()
10	Otros productos o servicios:
11	Producto o servicio más demandado: Publireportajes
Anexar tarifario de producto y servicio	
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN	



 PUEBLO...
 TEL. 91 477 1479

REVISTA # A

Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.

Ficha para levantar información.

INFORMACION GENERAL Y LEGAL									
1	Nombre de la Empresa	Revista Catalina							
2	Razón Social	Asociación para la integración latina SERES							
3	RUC	G63625503							
4	Ciudad	Barcelona							
5	Dirección física	Tramuntana # 48, 1º 1ª							
6	Datos de ubicación	Teléfono:	Fax:	E-mail:	Web:				
		0034	0034	revistacatalina@revistacatalina.com	www.revistacatalina.com				
		934550908	934550908			Twitter:			
6	Datos de ubicación	Código	Blog:	Facebook:	Twitter:				
		08030	www.revistacatalina.com/patrones/blogs.php	Revista Catalina	twitter.com/revistacatalina				
7	Nombre de promotores / fundadores	Sergio Andreo, Sergio Alessandria							
8	Nombre de propietarios (accionistas)	Asociación Para la Integración Latina "Serres"							
9	Nombre de representante legal	Sergio Andreo							
10	Nombre de directivos	Sergio Andreo							
11	¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si ()	No (X)	Díganos su nombre:					
12	Fecha de fundación	2004							
13	Objeto social (Misión)	Noticias del mundo latino, para inmigrantes que residen en Catalunya.							
14	Organización social	Pública ()	Privada (x)	¿De qué tipo?	Limitada ()	Mixta ()	Anónima ()	Hecho ()	Asociación sin fines de lucro
		Suscrito (x)	Autorizado ()	Valor por acción ()	Revista (x)	Radio ()	Televisión ()	Productoras Audiovisuales ()	Productoras Cinematográficas ()
15	Tipo de capital								
16	Sector al cual pertenece	Prensa ()	Medios Digitales ()	Revista (x)	Radio ()	Televisión ()	Productoras Audiovisuales ()	Productoras Cinematográficas ()	Agencias de marketing publicidad ()
									Agencias de Relaciones Públicas ()

17 Morfología de la Empresa

1	Cobertura	Local ()		Provincial ()	Regional ()		Nacional (x)	OTRA:	
		A4 (x)	A3 ()		Otros: especificar				
2	Formato								
3	Frecuencia de circulación	Quincenal ()		Mensual (x)	Trimestral ()		Semestral ()		OTRA:
4	Secciones de la revista	Política (x)		Deportes (x)		Economía (x)		Social (x)	Ciencia ()
		Opinión (x)		Actualidad (x)		Local ()		Educación ()	Mundo (x)
5	Número de cuadernos de revistas								
6	Número de páginas			23					
7	Número de suplementos			16					
8	Número de secciones de la revista			0					
9	Número de publicaciones en portada de cada cuaderno			4					
10	Número de publicidad en páginas internas			0					
11	Número de páginas de clasificados			4					
12	Número de publicidad externa en portada y contraportada en los suplementos			1					
14	Número de publicidad en páginas internas de los suplementos			N/a					
13	Promociones	Libros ()		N/a					
				Cd ()		Coleccionables ()		Otros	

18, Recursos Humanos		
1	Staff de dirección	Número directores 1 Número subdirectores Número editores
2	Número redactores / reporteros	1
3	Número fotógrafos	1
4	Número de personal de dibujantes e infografía	1
5	Número de corresponsales	1
6	Número de freelancer	1
7	Número de diseñadores gráficos	2
8	Número de personal de ventas	1
9	Número de personal administrativo	
10	Número total de empleados	9
11	Número de empleados con título de tercer nivel	4
12	Número de empleados sin título	5

Nombre de la persona que nos proporciona la información: Sergio Andreo

Correo Electrónico: revistacatalina@revistacatalina.com

Teléfono: 0034 93450908

Firma y Sello de la Institución:

Observaciones Generales de la entrevista:

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN	
1	Publicidad (x)
2	Publireportajes (x)
3	Clasificados ()
4	Servicio de diseño gráfico ()
5	Sociales ()
6	Publicaciones externas ()
7	Insertos (x)
8	Productos de imprenta ()
9	Productos de editorial ()
10	Otros productos o servicios:
11	Producto o servicio más demandado:
Anexar tariffario de producto y servicio	
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN	

ASOCIACION PARA LA INTEGRACION LATINA "SERIES"
REVISTA CATALINA
C.I.F. 083625503

Fantástica Revista! Interesante conversación con el Sr. Andreo. Catalina es innovadora y creativa llega a todo ya que permite identificar Impacto al último du de catalina.

Radio

1. Corazón Tropical
2. Fiesta FM
3. BCN Latina

RADIO

Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL										
1	Nombre de la Empresa	Radio Corazón Tropical								
2	Razón Social	Ismael Production Comunicaciones S.L.								
3	RUC	B83415208								
4	Ciudad	Madrid								
5	Dirección física	Hermanos Garcias Noblezas # 41, 5B								
6	Datos de ubicación	Telefono	Fax	E-mail:	Web:					
		0034	0034	tropicalfm@gmail.com	www.tropicalfmMadrid.com					
		913678630	615390932			Facebook:	Twitter:			
7	Nombre de promotores / fundadores	Ismael Garcia								
8	Nombre de propietarios (accionistas)	Ismael Garcia								
9	Nombre de representante legal	Armando Lucendo								
10	Nombre de directivos	Ismael Garcia / Roger Garcia								
11	¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si ()	No (X)	Díganos su nombre:						
12	Fecha de fundación	2003								
13	Objeto social (Misión)	La voz del emigrante latino por el desarrollo y la integración								
14	Organización social	Pública ()								
		Privada (X)	¿De qué tipo?	Limitada (x)	Mixta ()	Anónima ()	Hecho ()			
15	Tipo de capital	Suscrito (x)	Autorizado ()	Valor por acción ()						
16	Sector al cual pertenece	Prensa ()	Medios Digitales ()	Revista ()	Radio (X)	Televisión ()	Productoras Audiovisuales ()	Productoras Cinematográficas ()	Agencias de marketing y publicidad ()	Agencias de Relaciones Públicas ()

17. Morfología de la Empresa					
1	Tipo de estación:	Comercial (x)	Comunitaria ()	Pública ()	
2	Frecuencia:	AM ()	FM (x)	SW ()	Web ()
3	Número de frecuencia radial	102.1 y 102.2			Otra: especificar _____
4	Cobertura:	Local ()	Provincial (x)	Nacional ()	Internacional ()
5	Número de repetidoras	1			
6	Tiempo de programación al día	24 horas			
7	Anexar parrilla de contenidos por periodos / temporadas del año				

18. Recursos Humanos		
1	Staff de dirección	Número Directores 2
		Número Subdirectores 2
2	Número de editores de audio	1
3	Número de locutores de radio	2
4	Número de personal administrativo	2
5	Número total de empleados	9
6	Número de empleados con título de tercer nivel	4
7	Número de empleados sin título	5

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN	
1	Spot (x)
2	Jingle (x)
3	Perifoneo y audio móvil <input checked="" type="checkbox"/>
4	Presentadores y animadores (x)
5	Publicidad (x)
6	Servicios para conmutadores ()
7	Clasificados menciones en vivo (x)
8	Servicios comunitarios (x)
9	Propagandas Políticas (x)
10	Otros productos o servicios:
11	Producto o servicio más demandado: Publicidad
Anexar tarifario de producto y servicio	
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN	

Nombre de la persona que nos proporciona la información:

Roger Garcia

elroger@gmail.com

0034 914062626

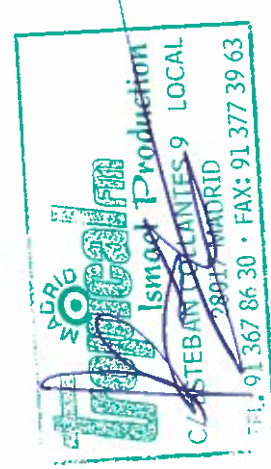
Correo Electrónico:

Teléfono:

Firma y Sello de la institución:

Excelente entrevista con el boato /
Roger Garcia.

102.2 Madrid
102.2 San Blas y Ciudad Lineal.



RADIO

**Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.
INFORMATION GENERAL Y LEGAL**

1	Nombre de la Empresa	Fiesta FM					
2	Razón Social	Phone World Communication S.L.					
3	RUC	B82607532					
4	Ciudad	Madrid					
5	Dirección física	C/ Juan Español, 47					
6	Datos de ubicación	Telefono	Fax	E-mail:	Web:		
		0034	0034	info@fiestafm.net	www.fiestafm.net		
		915001257	915001257			Twitter:	fiestafm madrid
6	Datos de ubicación	Código	Blog:	Facebook:			
		28026	fiestafmadrid.blogspot.com	fiestafm Madrid			
7	Nombre de promotores / fundadores	Esperanza Restrepo					
8	Nombre de propietarios (accionistas)	Norberto Latorre Forero					
9	Nombre de representante legal	Norberto Latorre Forero					
10	Nombre de directivos	Norberto Latorre Forero					
11	¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si ()	No (x)	Díganos su nombre:			
12	Fecha de fundación	2003					
13	Objeto social (Misión)	EMISION DE PROGRAMAS RADIALES DESTINADOS AL PUBLICO LATINO					
14	Organización social	Pública ()					
		Privada (X)	¿De qué tipo?	Limitada (x)	Mixta ()	Anónima ()	Hecho ()
15	Tipo de capital	Suscrito (x)	Autorizado ()	Valor por acción ()			
		Prensa ()	Medios Digitales ()	Revista ()	Radio (X)	Televisión ()	Productoras Audiovisuales ()
16	Sector al cual pertenece						Agencias de marketing y publicidad ()
							Agencias de Relaciones Públicas (0)

17. Morfología de la Empresa

1	Tipo de estación:	Comercial (X)	Comunitaria ()	Pública ()
2	Frecuencia:	AM ()	FM (X)	SW ()
3	Número de frecuencia radial	107,2		Otra: especificar _____ Web () _____
4	Cobertura:	Local ()	Provincial (X)	Nacional ()
5	Número de repetidoras	1		Internacional ()
6	Tiempo de programación al día	24 horas		
7	Anexar parrilla de contenidos por periodos / temporadas del año			

18. Recursos Humanos

1	Staff de dirección	Número Directores	1
		Número Subdirectores	0
2	Número de editores de audio		1
3	Número de locutores de radio		8
4	Número de personal administrativo		5
5	Número total de empleados		15
6	Número de empleados con título de tercer nivel		3
7	Número de empleados sin título		12

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN

1	Spot	(x)
2	Jingle	(x)
3	Perifoneo y audio móvil	()
4	Presentadores y animadores	()
5	Publicidad	(x)
6	Servicios para conmutadores	()
7	Clasificados menciones en vivo	(x)
8	Servicios comunitarios	()
9	Propagandas Políticas	(x)
10	Otros productos o servicios:	
11	Producto o servicio más demandado: Publicidad	
Anexar tarifario de producto y servicio		
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN		

Nombre de la persona que nos proporciona la información:

Correo Electrónico:

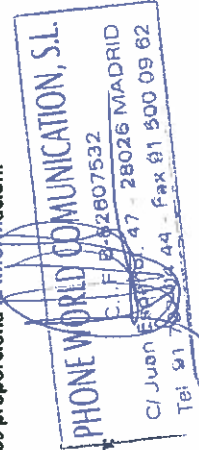
Teléfono:

Firma y Sello de la institución:

Esperanza Restrepo

info@fiesta.fm.net

0034 915001257



Comere con la Sr. Toribolopéz
 Quien fue muy amable y gentil.
 La Radio es muy moderna y
 el equipo de locutores son de un
 nivel.

RADIO # A

Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.

INFORMATION GENERAL Y LEGAL												
1	Nombre de la Empresa	Radio Barcelona Latina										
2	Razón Social	Asociación latinoamericana para la integración de Cataluña										
3	RUC	G65214066										
4	Ciudad	Barcelona										
5	Dirección física	C/ Pau Claris, 79,2,1										
6	Datos de ubicación	Telefono	Fax	E-mail:	Web:	Facebook: Barcelona Latina	Twitter: BcnLatinafm	Productoras Audi-visuales ()	Television ()	Productoras Cinematográficas ()	Agencias de marketing y publicidad ()	
		0034	0034	info@bcnlatina.es	www.bcnlatin.es							
		931842986	933027040	bcnlatina@gmail.com								
7	Nombre de promotores / fundadores	Ernesto Pérez Sánchez, Jorge Sánchez, Roberto Espinal										
8	Nombre de propietarios (accionistas)	Ernesto Pérez Sánchez, Jorge Sánchez, Roberto Espinal										
9	Nombre de representante legal	Carlos Bufala										
10	Nombre de directivos	Ernesto Pérez Sánchez, Jorge Sánchez, Roberto Espinal										
11	¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si ()	No (x)	Díganos su nombre:								
12	Fecha de fundación	2005										
13	Objeto social (Misión)	Promover la integración Latinoamérica en Cataluña.										
14	Organización social	Pública ()	Privada (x)	¿De qué tipo?	Limitada ()	Mixta ()	Anónima ()	Hecho ()	Asociación sin fines de lucro			
		Suscrito ()	Autorizado (x)	Valor por acción ()	Revista ()	Radio (x)	Television ()	Productoras Audi-visuales ()	Productoras Cinematográficas ()	Agencias de marketing y publicidad ()	Agencias de Relaciones Públicas ()	
15	Tipo de capital											
16	Sector al cual pertenece											

Bcn Btmo => no proporcione el tamaño de precio.

17. Morfología de la Empresa					
1	Tipo de estación:	Comunitaria ()	Pública ()		
2	Frecuencia:	FM (x)	SW ()	Otra: especificar	Web (x)
3	Número de frecuencia radial	AM ()			
4	Cobertura:	104.7	Nacional ()	Internacional ()	
5	Número de repetidoras	1	Provincial ()		
6	Tiempo de programación al día	24 horas			
7	Anexar parrilla de contenidos por periodos / temporadas del año				

18. Recursos Humanos		
1	Staff de dirección	Número Directores
2	Número de editores de audio	2
3	Número de locutores de radio	3
4	Número de personal administrativo	1
5	Número total de empleados	8
6	Número de empleados con título de tercer nivel	2
7	Número de empleados sin título	6

Nombre de la persona que nos proporciona la información:
 Correo Electrónico:
 Teléfono:

Firma y Sello de la institución

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN	
1	Spot (x)
2	Jingle (x)
3	Perifoneo y audio móvil (x)
4	Presentadores y animadores (x)
5	Publicidad (x)
6	Servicios para conmutadores (x)
7	Clasificados menciónes en vivo (x)
8	Servicios comunitarios (x)
9	Propagandas Políticas (x)
10	Otros productos o servicios: -
11	Producto o servicio más demandado: Publicidad
Anexar tarifario de producto y servicio	

Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

la entrevista con Jorge Sanchez fue genial, BCN Latina promueve a través de su página medios digitales, Integración Ilustrando SdH, en Cádiz, conlino uw



Reverendo del Emancipante Latino. Promueve a su vez la consolidación

[Handwritten signature]

Televisión

1. Canal Latino TV

Ficha para levantar información
INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL

1	Nombre de la Empresa	Canal Latino TV								
2	Razón Social	Leknes Enterprise, SL								
3	RUC	B84951904								
4	Ciudad	Barcelona (Sabadell)								
5	Dirección física	C/ Francesc Eiximenis, 6								
6	Datos de ubicación	Telefono:	Fax:	E-mail:	Web:					
		0034650427087	0034902170197	info@canallatino.tv	www.canallatino.tv					
		Codigo 08205	Blog:	facebook:	Twitter:					
7	Nombre de promotores / fundadores	MARIO COLOMER / RAFAEL MARTINEZ / JEROME DIAZ								
8	Nombre de propietarios	RAFAEL MARTINEZ / JEROME DIAZ								
9	Nombre de representante legal	RAFAEL MARTINEZ								
10	Nombre de directivos	JEROME DIAZ								
11	¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si (x)	No ()	Especificar: M&M						
12	Fecha de fundación	2004								
13	Objeto social (Misión)	Canal Latino es y siempre ha sido la única cadena de televisión hecha por y para el colectivo latino. Cada semana, Canal Latino ofrece más de 38 horas de noticias, deportes y entretenimiento, que no están disponibles en ningún otro canal de cable destinado al sector. La cadena está comprometida a proveer una conexión con la gente, los lugares y los eventos de mayor importancia para la comunidad latina en Europa. Nuestra exitosa programación está diseñada específicamente para satisfacer los gustos, las preferencias y las necesidades informativas de la audiencia latina en Europa, brindándole una conexión incomparable a sus estrellas y entretenimiento favoritos.								
14	Organización social	Pública ()	Privada (X)	¿De qué tipo?	Limitada ()	Mixta ()	Anónima ()	Hecho ()		
15	Tipo de capital	Suscrito ()		Autorizado ()	Valor por acción (X)					
16	Sector al cual pertenece	Prensa ()	Medios Digitales ()	Revista ()	Radio ()	Televisión (x)	Productoras Audiovisuales ()	Productoras Cinematográficas ()	Agencias de marketing y publicidad ()	Agencias Relaciones Públicas ()

17. Morfología de la Empresa			
1	Tipo de estación	Comunitaria ()	Privada (X) Pública ()
2	Número de frecuencia del canal de televisión	HISPASAT + 173 IMAGENIO	
3	Cobertura:	Local ()	Provincial () Nacional (X) Internacional ()
4	Número de repetidoras	IMAGENIO	
5	Anexar parrilla de contenidos por periodos / temporadas del año		

18. Recursos Humanos		Número directores	1
		Número subdirectores	4
1	Staff de dirección para programación de TV.	Número jefes de noticias	2
		Número programadores	6
		Número asistentes de dirección.	4
		Número asistentes de producción	7
2	Número de redactors		9
3	Número de personal de documentación		12
4	Número de corresponsales		22
5	Número de freelancers		29
6	Número de locutores de TV		6
7	Número de productores		12
8	Número de realizadores		9
9	Número de personal de script		5
10	Número de editores de TV		11
11	Número de camarógrafos		23
12	Número de sonidistas		8
13	Número de técnicos en iluminación		5
14	Número de asistentes técnicos de producción		7
15	Número de personal de vestuario, peluquería y maquillaje		3
16	Número de personal de ventas		2
17	Número de personal de decorados y escenografía		5
18	Número de personal administrativo		13
19	Número total de empleados		115
20	Número de empleados con título de tercer nivel		-
21	Número de empleados sin título		-

Nota: no se suministró la información referente al ítem 20 y 21 respectivamente, ya que la persona responsable lo se encuentra en su momento

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN	
1	Spots publicitarios (X)
2	Campañas publicitarias (X)
3	Propaganda (X)
4	Clasificados menciones en vivo (X)
5	Productora (X)
6	Presentadores y Animadores (X)
7	Otros productos o servicio:
8	Producto o servicio más demandado: Spot publicitario

Nombre de la persona que nos proporciona la información:
 Correo Electrónico:
 Teléfono:

CARMEN SANCHEZ
 info@canallatino.tv
 0034902877529

Firma y Sello de la institución:

Observaciones Generales de la entrevista:

Por motivos logísticos no fue dado el mio de empleado con título de 3 nivel y el mio de empleados sin título.
 En canallatino tu son versátil, Innovador y creativo.
 Heem lo que se llama hoy día nueva televisión, haciendo posible llegar a los hispanohablantes.
 Carmen, siempre colaborador y gentil.
 Excelente programa.

LEKINES ENTERPRISE, S. L.
 C.I.F. B-84951904
 C/. Francesc Eiximenis, 6
 08205 SABADELL (BCN)

Handwritten signature

Medio Digital

1. El Comercio
2. Gladys Palmera
3. Mundo Hispano
4. Tribuna Latina
5. Euro Mundo Global
6. El Ecuatoriano
7. Periodista Digital

MEDIO DIGITAL

Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.

Ficha para levantar información.
INFORMACION GENERAL Y LEGAL

1	Nombre de la Empresa	El Comercio de Ecuador				
2	Razón Social	EDITORES ECUATORIANOS S.A				
3	RUC	A84663210				
4	Ciudad	Madrid				
5	Dirección física	Calle José Ortega y Gasset número 44, 2° A				
6	Datos de ubicación	Teléfono:	Fax:	E-mail:	Web:	
		0034 914029229	0034 91 401 94	cpaternain@elcomercio.com	www.elcomerciodeecuador.es	
		914029229	87	espana@elcomercio.com		
7	Nombre de promotores / fundadores	Código	Blog:	Facebook:	Twitter:	
		28006		Elcomerciodeecuador.es	@elcomerciodeecuador	
		Celia Paternain, Directora				
8	Nombre de propietarios (accionistas)	Editores Ecuatorianos S.A.				
9	Nombre de representante legal	Celia Paternain				
10	Nombre de directivos	Celia Paternain				
11	¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si (x)	No ()	Díganos su nombre: Grupo El Comercio del Ecuador		
12	Fecha de fundación	2006				
13	Objeto social (Misión)	Desarrollar una labor editorial y contenidos Web.				
14	Organización social	Pública ()	Limitada ()	Mixta ()	Anónima (X)	Hecho ()
		Privada (X)				
		Suscrito ()	Autonzado ()			
15	Tipo de capital	¿De qué tipo?	Revista ()	Radio ()	Television ()	Productoras Audiovisuales ()
		Autonzado ()				
		Medios Digitales (X)				
16	Sector al cual pertenece	Prensa ()	Productoras Cinematograficas ()	Productoras de marketing y publicidad ()	Agencias de Relaciones Públicas ()	

17 Morfología de la Empresa		Comentarios (x)		Cartas al editor ()	Foros (x)	Encuestas ()	Facebook (x)	Twitter (x)	Otros: (x)
1	Número de secciones								
2	Número de publicidad								
3	Número de fotografías								
4	Elementos de interacción	Chats ()	Enlaces externos (x)						
5	Hipertextualidad	Enlaces internos (x)	Enlaces externos (x)						
6	Multimedia	Si (x)	No ()						
7	Número de blogs								
8	Mapa Web/ mapa del sitio	Si ()	No (x)						
9	Noticias con firmas	Nombre completo del periodista: N/a		Anónimo: (x)	Siglas:	Correo electrónico: saludosweb@elcomercio.com			

nota: no se suministró la información solicitada en firmas.

18. Recursos Humanos		
	Staff de dirección	Número directores
1		2
		Número editores
		1
2	Número redactores / reporteros	2
3	Número fotógrafos	1
4	Número personal de dibujantes e infografía	1
5	Número de diseñadores gráficos	1
6	Número de corresponsales	1
7	Número de freelancers	1
8	Número de personal administrativo	2
9	Número total de empleados	11
10	Número de empleados con título de tercer nivel	11
11	Número de empleados sin título	0

Nombre de la persona que nos proporciona la información: Pablo Guzmán

Correo Electrónico: pguzman@elcomercio.com

Teléfono: 914029229

EDITORES ECUATORIANOS, S.A.
 C.I.F.: A884663210
 C/ José Ortega y Gasset, 44 - 2ªA
 Tel.: 91 402 92 29 - Fax: 91 400 04 87
 28006 MADRID

Firma y Sello de la institución: *Pablo Guzmán*

Observaciones Generales de la entrevista:

no fue dado el nombre de los periodistas ya que la empresa es responsable del contenido de los artículos.
 El Sr. Guzmán ha sido gentil y colaborador.
 A principios de año (2011) El comercio dio de sí prensa escrita y pasó a ser prensa digital.
 Excelente primer mes.

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN	
1	Publireportajes (x)
2	Publicidad Animada (x) Estática (x)
3	Versión móvil ()
4	Aplicación móvil ()
5	Alertas ()
6	Presencia en redes (x)
7	Otros productos o servicios:
8	Producto o servicio más demandado: publicidad
Anexar tarifario de producto y servicio	
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN	

Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL

1	Nombre de la Empresa	Radio Gladys Palmera									
2	Razón Social	Gladys Palmera, s.l.									
3	RUC	B61807244									
4	Ciudad	Barcelona									
5	Dirección física	Calle Roger de Lluria, 128 (4-4) Barcelona - España									
6	Datos de ubicación	Teléfono:	Fax:	E-mail:	Web:						
		932082140		info@gladyspalmera.com administracion@GLADYSPALMERA.COM	http://www.gladyspalmera.com						
6	Datos de ubicación	Código	Blog:	Facebook:	Twitter:						
		08037 BARCELONA	gladyspalmera.com/blog	gladyspalmera.com	gladyspalmera						
7	Nombre de promotores / fundadores	Alejandra Fierro Elela									
8	Nombre de propietarios (accionistas)	Alejandra Fierro Elela									
9	Nombre de representante legal	Inmaculada Alfonso									
10	Nombre de directivos	Alejandra Fierro, Inmaculada Alfonso, Alex García, Enrique Romero									
11	¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si ()	No (x)	Díganos su nombre:							
12	Fecha de fundación	1999									
13	Objeto social (Misión)	Propone una opción musical acorde con los nuevos tiempos: global sound, culture, news y broadcast media, con énfasis en música latinoamericana									
14	Organización social	Pública ()									
		Privada (X)	¿De qué tipo?	Limitada (x)	Mixta ()	Anónima ()	Hecho ()				
15	Tipo de capital	Suscrito (x)	Autorizado ()	Valor por acción ()							
16	Sector al cual pertenece	Prensa ()	Medios Digitales (X)	Revista ()	Radio ()	Televisión ()	Productoras Audiovisuales ()	Productoras Cinematográficas ()	Agencias de marketing y publicidad ()	Agencias de Relaciones Públicas ()	

Radio Gladys Palmera ⇒ no proponemos tampoco que
que la persona responsable
en esto sea ella de
Udeseñal. Juan

17 Morfología de la Empresa									
1	Número de secciones	6		Cartas al editor ()	Foros ()	Encuestas ()	Facebook (x)	Twitter (x)	Otros: (x) - flickr
2	Número de publicidad	2							
3	Número de fotografías	7							
4	Elementos de interacción	Chats ()	Comentarios (x)						
5	Hipertextualidad	Enlaces internos (x)	Enlaces externos (x)						
6	Multimedia	Si (x)	No ()						
7	Número de blogs	8							
8	Mapa Web/ mapa del sitio	Si (x)	No ()						
9	Noticias con firmas	Nombre completo del periodista: N/a		Anónimo: (x)	Siglas:	Correo electrónico:			

Nota: Lo rezo Ebdays Plomero no tiene periodistas, ya que ellos son unos reojo digital y trabaja con los otros.

18, Recursos Humanos		
1	Staff de dirección	Número directores 1
2	Número redactores / reporteros	7 (locutores)
3	Número fotógrafos	-
4	Número personal de dibujantes e infografía	-
5	Número de diseñadores gráficos	-
6	Número de corresponsales	-
7	Número de freelancer	-
8	Número de personal administrativo	-
9	Número total de empleados	11
10	Número de empleados con título de tercer nivel	1
11	Número de empleados sin título	10

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN	
1	Publireportajes ()
2	Publicidad (x) Estática (x)
3	Versión móvil ()
4	Aplicación móvil ()
5	Alertas ()
6	Presencia en redes (x)
7	Otros productos o servicios: spot, jingle
8	Producto o servicio más demandado: cuñas
Anexar tarifario de producto y servicio	
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN	

Nombre de la persona que nos proporciona la información:

Correo Electrónico:

Teléfono:

Enrique Romero

eromero@gladyspalmera.com

932082140

Enrique Romero | Product Manager

GLADYSPALMERA.COM
GLOBAL SOUND • CULTURE • NEWS • BROADCAST MEDIA

eromero@gladyspalmera.com Tel: +34 93 208 21 40

www.gladyspalmera.com

Calle Roger de Lluria 25 08034 08037 Barcelona - Spain

Firma y Sello de la institución:



Observaciones Generales de la entrevista:

Es un radio digital masifica,
llega a muchos latinos a
Travez de la opión musical
como nueva perspectiva
de musica en-Live.
El Sr. Romero fue muy
colaborador y gentil.
me encanta la programación.

MEDIO DIGITAL # C

Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.

Ficha para levantar información.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL										
1	Nombre de la Empresa	Mundo Hispano. Latinoamérica en tus manos								
2	Razón Social	Asociación Ser Hispano								
3	RUC	G63515704								
4	Ciudad	Barcelona								
5	Dirección física	C/ Cartagena, 318 Barcelona, España								
6	Datos de ubicación	Teléfono:	Fax:	E-mail:	Web:					
		0034	0034	direccion@mundohispano.info	www.mundohispano.info					
		628717142	934121273	redaccion@mundohispano.info						
7	Nombre de promotores / fundadores	Código	Blog:	Facebook:	Twitter:					
		08025								
8	Nombre de propietarios (accionistas)	Felipe Villa de la Torre, Matilde Crespo Paul Brito Ramos								
9	Nombre de representante legal	Felipe Villa de la Torre								
10	Nombre de directivos	Felipe Villa de la Torre								
11	¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si ()	No (X)	Díganos su nombre:						
12	Fecha de fundación	2003								
13	Objeto social (Misión)	Proporcionar información sobre inmigración y política latinoamericana y española que acerque a los iberoamericanos a la realidad de ambos continentes.								
14	Organización social	Privada (X)	¿De qué tipo?	Limitada ()	Mixta ()	Anónima ()	Hecho ()	ASOCIACIÓN SIN FINES DE LUCRO		
		Suscrito (x)	Autorizado ()	Valor por acción ()						
15	Tipo de capital	Prensa ()	Medios Digitales (x)	Revista ()	Radio ()	Televisión ()	Productoras Audiovisuales ()	Productoras Cinematográficas ()	Agencias de marketing y publicidad ()	Agencias de Relaciones Públicas ()

17 Morfología de la Empresa									
1	Número de secciones	4							
2	Número de publicidad	VARIABLE (MÍNIMO 3 ANUNCIOS A PÁGINA COMPLETA O SU PROPORCIONAL EN OTROS TAMAÑOS)							
3	Número de fotografías	10 MÍNIMO							
4	Elementos de interacción	Chats ()	Comentarios (x)	Encuestas ()	Foros ()	Facebook ()	Twitter ()	Otros: ()	
5	Hipertextualidad	Enlaces internos (x)	Enlaces externos (x)						
6	Multimedia	Si (x)	No ()						
7	Número de blogs	0							
8	Mapa Web/ mapa del sitio	Si ()	No (x)						
9	Noticias con firmas	Nombre completo del periodista: N/a			Anónimo: (x)	Siglas:	Correo electrónico:		

la empresa es la responsable de todo lo que se publica

18. Recursos Humanos		
	Staff de dirección	Número directores
1		1
	Número editores	1
2	Número redactores / reporteros	0
3	Número fotógrafos	2
4	Número personal de dibujantes e infografía	1
5	Número de diseñadores gráficos	1
6	Número de corresponsales	0
7	Número de freelancer	4
8	Número de personal administrativo	0
9	Número total de empleados	10
10	Número de empleados con título de tercer nivel	8
11	Número de empleados sin título	2

Nombre de la persona que nos proporciona la información:

Correo Electrónico:

Teléfono:

Rafael Monroy González

redaccion@mundohispano.info

656 650 603

Firma y Sello de la institución:

Rafael Monroy González
ASOCIACIÓN SER HISPANO. A.C.
 CIF: G63515704
 C/ Cartagena, 318. Barcelona.

Observaciones Generales de la entrevista:



ESTO dedicada a Informal, y lo
 me la originalidad y
 veracidad en el de sus
 artículos.
 Han sido muy Gentil y
 colaborador.

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN		
1	Publireportajes	()
2	Publicidad	Animada (x) Estática (x)
3	Versión móvil	()
4	Aplicación móvil	()
5	Alertas	(x)
6	Presencia en redes	()
7	Otros productos o servicios:	
8	Producto o servicio más demandado: Banner publicitario web	
Anexar tarifario de producto y servicio		
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN		

Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.

Ficha para levantar información.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL												
1	Nombre de la Empresa	Tribuna Latina								Agencias de Relaciónes Públicas ()		
2	Razón Social	Red Digital XXI								Agencias de marketing y publicidad ()		
3	RUC	B63898712								Productoras Cinematográficas ()		
4	Ciudad	Barcelona								Productoras Audiovisuales ()		
5	Dirección física	C/ Montfar 16 - 18								Telesión ()		
6	Datos de ubicación	Teléfono:	Fax:	E-mail:	Web:							
		0034	0034	direccion@tribunalatina.com	www.tribunalatina.com							
		934447423	93 410 62 12			Twitter:	http://twitter.com/#/Tribuna_Latina					
7	Nombre de promotores / fundadores	Código	Blog:	Facebook:								
		08004		redaccion tribuna								
		Barcelona										
7	Nombre de promotores / fundadores	Francisc Moreno Reyes										
8	Nombre de propietarios (accionistas)	Francisc Moreno Reyes										
9	Nombre de representante legal	Francisc Moreno Reyes										
10	Nombre de directivos	Francisc Moreno Reyes										
11	¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si (X)	No ()	Díganos su nombre: RED DIGITAL XXI								
12	Fecha de fundación	2007										
13	Objeto social (Misión)	Medio de comunicación										
14	Organización social	Pública (x)		¿De qué tipo?		Limitada (x)		Anónima ()		Hecho ()		
		Privada ()			Valor por acción (x)		Radio ()		Telesión ()		Productoras Audiovisuales ()	
		Suscrito ()	Medios Digitales (X)		Revista ()		Radio ()		Telesión ()		Productoras Cinematográficas ()	
15	Tipo de capital	Prensa ()		Medios Digitales (X)		Revista ()		Radio ()		Telesión ()		
16	Sector al cual pertenece	Prensa ()		Medios Digitales (X)		Revista ()		Radio ()		Telesión ()		

Diana Digital Tribuna Latina ⇒ No proporcione el tribuna
ya que están de usarlo.

Yagu

[Handwritten signature]

17 Morfología de la Empresa									
1	Número de secciones	9							
2	Número de publicidad	5							
3	Número de fotografías	20							
4	Elementos de interacción	Chats ()	Comentarios (x)	Cartas al editor (x)	Foros (x)	Encuestas ()	Facebook (x)	Twitter (x)	Otros: ()
5	Hipertextualidad	Enlaces internos (x)	Enlaces externos (x)						
6	Multimedia	Si (x)	No ()						
7	Número de blogs	0							
8	Mapa Web/ mapa del sitio	Si (x)	No ()						
9	Noticias con firmas	Nombre completo del periodista: N/a		Anónimo: (x)	Siglas:	Correo electrónico:			

la empresa es responsable de lo publicado en la web.

18, Recursos Humanos		
1	Staff de dirección	Número directores 1
		Número editores 1
2	Número redactores / reporteros	3
3	Número fotógrafos	1
4	Número personal de dibujantes e infografía	0
5	Número de diseñadores gráficos	1
6	Número de corresponsales	0
7	Número de freelancer	0
8	Número de personal administrativo	1
9	Número total de empleados	8
10	Número de empleados con título de tercer nivel	5
11	Número de empleados sin título	3

Nombre de la persona que nos proporciona la información:

Correo Electrónico:

Teléfono:

Inma Garrido López
redaccion@tribunalatina.com
934.447.423

(+0034)

Firma y Sello de la institución:

Observaciones Generales de la entrevista:

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN		
1	Publireportajes	(x)
2	Publicidad	Animada (x) Estática (x)
3	Versión móvil	()
4	Aplicación móvil	()
5	Alertas	()
6	Presencia en redes	(x)
7	Otros productos o servicios: Agencia de Comunicación asociada a Tribuna Latina "Red21" (servicios audiovisuales)	
8	Producto o servicio más demandado: noticias, artículos de opinión y videoentrevistas (Red21)	
Anexar tarifario de producto y servicio		
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN		

Estoy muy contenta con mi colaboración con Emma, el medio digital ET2 ofreciendo nueva RED DIGITAL XXI, S.L. alternativa B-63898712 de comunicación a nivel transnacional.

TRIBUNA LATINA
RED DIGITAL XXI
C.I.F. B-63898712

MEDIO DIGITAL

Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.

Ficha para levantar información.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL	
1	Nombre de la Empresa Euromundo Global
2	Razón Social Asociación Cultural Euromundo Global
3	RUC G85861771
4	Ciudad Madrid
5	Dirección física C/ Piedras Vivas, 1 bajo. 28 692 Villafranca del Castillo (Madrid)
	Teléfono: 0034 918154669 Fax: redaccion@euromundoglobal.com Web: www.euromundoglobal.com
6	Datos de ubicación Código: 28692 Blog: euromundoglobal.com/section /165/blogs Facebook: euromundoglobal Twitter: about@euromundoglobal
7	Nombre de promotores / fundadores Juan Ignacio Vera
8	Nombre de propietarios Juan Ignacio Vera, Juan Ignacio Vera dávila, Verónica Vera Dávila, Jesús Camero GamBero, María Olivia Dávila H.
9	Nombre de representante legal Juan Ignacio Vera
10	Nombre de directivos Juan Ignacio Vera, Juan Ignacio Vera dávila, Verónica Vera Dávila, Jesús Camero GamBero, María Olivia Dávila H.
11	¿Pertenece a un grupo de empresas? Si () No (X) Diganos su nombre:
12	Fecha de fundación 1994
13	Objeto social (Misión) Constituye un sólido referente para el grueso de la población inmigrante hispanoamericana que reside en España y en el resto de los países europeos con un potencial de lectores iberoamericanos que en conjunto en Europa, superan los dos millones de personas.
14	Organización social Pública () Privada (x) ¿De qué tipo? Autorizado (x) Limitada () Mixta () Anónima () Asociación Cultural sin fines de Lucro
15	Tipo de capital Suscrito () Prensado () Valor por acción ()
16	Sector al cual pertenece Prensa () Medios Digitales (X) Revista () Radio () Televisión () Productoras Audiovisuales () Productoras Cinematográficas ()
	Agencias de marketing y publicidad () Agencias de Relaciones Públicas ()

17 Morfología de la Empresa			
1	Número de secciones	13	
2	Número de publicidad	12	
3	Número de fotografías	80-90 por edición	
4	Elementos de interacción	Chats (X)	Comentarios (X)
5	Hipertextualidad	Enlaces internos (X)	Enlaces externos ()
6	Multimedia	Si (X)	No ()
7	Número de blogs	9	
8	Mapa Web/ mapa del sitio	Si (X)	No ()
9	Noticias con firmas	Nombre completo del periodista: N/a	

Cartas al editor (X)	Foros (X)	Encuestas (X)	Facebook (X)	Twitter ()	Otros: ()
Anónimo: (X)					
Siglas:			Correo electrónico:		

la empresa es responsable de lo publicado en la web.

18 Recursos Humanos			
	Staff de dirección	Número directores	01
1		Número editores	01
2	Número redactores / reporteros	06	
3	Número fotógrafos	02	
4	Número personal de dibujantes e infografía	01	
5	Número de diseñadores gráficos	01	
6	Número de corresponsales	06	
7	Número de freelancer	03	
8	Número de personal administrativo	01	
9	Número total de empleados	20	
10	Número de empleados con título de tercer nivel	48	
11	Número de empleados sin título	2	

Nombre de la persona que nos proporciona la información: **JUAN IGNACIO VERA**

Correo Electrónico: redaccion@euromundoglobal.com

Teléfono: **00 34 91 815 46 69**

Firma y Sello de la institución:

Juan Ignacio Vera



www.euromundoglobal.com
 C/Pequeña Vía 1, bajo 28012 Vía Pequeña del Calle Pequeña
 Tfn: +34 91 815 46 69 +34 96 196 83 73

Observaciones Generales de la entrevista:

[Handwritten signature]

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN	
1	Publireportajes (x)
2	Publicidad Animada (x) Estática (x)
3	Versión móvil (x)
4	Aplicación móvil ()
5	Alertas (x)
6	Presencia en redes (x)
7	Otros productos o servicios: -
8	Producto o servicio más demandado: Publicidad
Anexar tarifario de producto y servicio	
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN	

*son inmobiliarios y
 cretivar, hegan a
 todas las transmisiones
 no solo en España
 sino en toda Europa.
 son Gentiles y
 colaboradores.*

*Magmiles manera de
 descollar la noticia.*

MEDIO DIGITAL

Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.

Ficha para levantar información.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL											
1	Nombre de la Empresa	elEcuatoriano.com									
2	Razón Social	EL MIGRANTE ECUATORIANO SL									
3	RUC	G84866102									
4	Ciudad	Madrid									
5	Dirección física	Paseo Muñoz Grandes # 27									
6	Datos de ubicación	Teléfono:	Fax:	E-mail:	Web:						
		0034 914627992	0034 679763393	webmaster@elEcuatoriano.com	www.elEcuatoriano.com						
		Código 28025 Madrid	Blog: elEcuatoriano.blogspot.com	Facebook: www.elEcuatoriano.com/facebook/	Twitter: http://twitter.com/#/elEcuatoriano						
7	Nombre de promotores / fundadores	Oscar Imbaquingo									
8	Nombre de propietarios (accionistas)	Oscar Imbaquingo									
9	Nombre de representante legal	Oscar Imbaquingo									
10	Nombre de directivos	Oscar Imbaquingo									
11	¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si (X)	No ()	Díganos su nombre: AMAUTA NET							
12	Fecha de fundación	1997									
13	Objeto social (Misión)	La comunicación al inmigrante. Somos un proyecto de red social de auto-comunicación y auto-formación, con presencia en los sectores radio, prensa y televisión online.									
14	Organización social	¿De qué tipo?	Limitada (X)	Mixta ()	Anónima ()						
		Privada (X)	Valor por acción ()	Radio ()	Televisión ()						
15	Tipo de capital	Suscrito (X)	Medios Digitales (X)	Revista ()	Productoras Audiovisuales ()	Productoras Cinematográficas ()					
16	Sector al cual pertenece	Prensa ()	Publica ()	Privada (X)	Agencias de marketing y publicidad ()	Agencias de Relaciones Públicas ()					
		Suscrito (X)	Medios Digitales (X)	Revista ()	Radio ()	Televisión ()	Productoras Audiovisuales ()	Productoras Cinematográficas ()			

17 Morfología de la Empresa									
1	Número de secciones	10							
2	Número de publicidad	5							
3	Número de fotografías	3							
4	Elementos de interacción	Chats (X)	Comentarios (X)	Cartas al editor (x)	Foros ()	Encuestas ()	Facebook (x)	Twitter (x)	Otros: (x)
5	Hipertextualidad	Enlaces internos (x)	Enlaces externos (x)						
6	Multimedia	Si (x)	No ()						
7	Número de blogs								
8	Mapa Web/ mapa del sitio	Si (x)	No ()						
9	Noticias con firmas	Nombre completo del periodista: N/a		Anónimo: (x)	Siglas:	Correo electrónico:			

Nota: La responsabilidad de las noticias es de la empresa.

18. Recursos Humanos		
		Número
1	Staff de dirección	3
		Número editores
		12
2	Número redactores / reporteros	-
3	Número fotógrafos	-
4	Número personal de dibujantes e infografía	-
5	Número de diseñadores gráficos	-
6	Número de corresponsales	-
7	Número de freelancer	-
8	Número de personal administrativo	-
9	Número total de empleados	15
10	Número de empleados con título de tercer nivel	15
11	Número de empleados sin título	-

Nombre de la persona que nos proporciona la información:

Oscar Imbaquingo

Correo Electrónico:

webmaster@elecuatoriano.com

Teléfono:

0034 914627992

Firma y Sello de la institución:



Observaciones Generales de la entrevista:

AMAUTA.NET
C/Andrés Torrejón, 24
28014 Madrid
C/F: G-84866102



19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN	
1	Publireportajes ()
2	Publicidad Animada () Estática (X)
3	Versión móvil (X)
4	Aplicación móvil (X)
5	Alertas (X)
6	Presencia en redes (X)
7	Otros productos o servicios:
8	Producto o servicio más demandado: Publicidad
Anexar tarifario de producto y servicio	
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN	

Los Trabajadores son todos profesionales de 3 nivel.

El grupo de periodista están bajo el nombre del ecuatoriano.com, en decir ellos no firman los noticias.

Ellos no tienen Tarifa y que Tisapm con la empresa Adsem,

en decir Tisapm con el sistema de apertura real. La publicidad llega a través de Banner.

Extraordinaria Empresa On-line.

MEDIO DIGITAL

Proyecto de Investigación: Mapa de Comunicación del Ecuador 2011.

Ficha para levantar información.

INFORMACIÓN GENERAL Y LEGAL

1	Nombre de la Empresa	Periodista Digital				
2	Razón Social	Periodista Digital S.L.				
3	RUC	B82785809				
4	Ciudad	Madrid				
5	Dirección física	Avenida de Asturias, 49				
6	Datos de ubicación	Teléfono:	Fax:	E-mail:	Web:	
		0034 917321905	0034 91732905	redaccion@periodistadigital.com	www.periodistadigital.com	
		Código 28029 Madrid	Blog: http://blogs.periodistadigital.com/	Facebook: http://www.facebook.com/PeriodistaDigit	Twitter: http://twitter.com/Periodistadigit	
7	Nombre de promotores / fundadores	Alfonso Rojo y David Rojo				
8	Nombre de propietarios (accionistas)	Alfonso Rojo y David Rojo				
9	Nombre de representante legal	David Rojo				
10	Nombre de directivos	Alfonso Rojo y David Rojo				
11	¿Pertenece a un grupo de empresas?	Si ()	No (X)	Díganos su nombre:		
12	Fecha de fundación	Septiembre 2000				
13	Objeto social (Misión)	Su objeto social tiene una misión de divulgar e informar y pretende poner a disposición de cualquier persona interesada información sobre noticias y reportajes de actualidad.				
14	Organización social	¿De qué tipo?	Limitada (X)	Mixta ()	Anónima ()	Hecho ()
		Autorizado ()	Valor por acción ()			
15	Tipo de capital	Suscrito (X)				
16	Sector al cual pertenece	Prensa ()	Medios Digitales (X)	Revista ()	Radio ()	Televisión ()
				Productoras Audiovisuales ()	Productoras Cinematográficas ()	Agencias de marketing y publicidad ()
						Agencias de Relaciones Públicas

17 Morfología de la Empresa									
1	Número de secciones	12		Cartas al editor ()	Foros (x)	Encuestas ()	Facebook (x)	Twitter (x)	Otros: (x)
2	Número de publicidad	4 por artículo							
3	Número de fotografías	2 por artículo							
4	Elementos de interacción	Chats (x)	Comentarios (xx)						
5	Hipertextualidad	Enlaces internos (x)	Enlaces externos (x)						
6	Multimedia	Si (x)	No ()						
7	Número de blogs	Si (x)	No ()						
8	Mapa Web/ mapa del sitio	Nombre completo del periodista:		Anónimo:					
9	Noticias con firmas	<p>Luis Balcarce luisbalcarce@periodistadigital.com</p> <p>Roberto Marbán robertomarban@periodistadigital.com</p> <p>Teresa Palacios teresapalacios@periodistadigital.com</p> <p>Irene Perezagua ireneperezagua@periodistadigital.com</p> <p>Antonio Chinchetru antonio chinchetru@periodistadigital.com</p> <p>Paul Monzón paulmonzon@periodistadigital.com</p> <p>Miguel Pato migueipato@periodistadigital.com</p> <p>Juan Velarde juanvelarde@periodistadigital.com</p>		<p>Siglas:</p> <p>Correo electrónico:</p>					

Handwritten signature

18. Recursos Humanos		
	Staff de dirección	Número directores
1		1
		Número editores
		1
2	Número redactores / reporteros	12
3	Número fotógrafos	2
4	Número personal de dibujantes e infografía	1
5	Número de diseñadores gráficos	2
6	Número de corresponsales	4
7	Número de freelancers	1
8	Número de personal administrativo	1
9	Número total de empleados	25
10	Número de empleados con título de tercer nivel	24
11	Número de empleados sin título	1

David Rojo

Nombre de la persona que nos proporciona la información:

Correo Electrónico:

redaccion@periodistadigital.com

Teléfono:

0034 917321905

Firma y Sello de la institución:



Observaciones Generales de la entrevista:

19. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN		
1	Publireportajes	(x)
2	Publicidad	Animada (x) Estática (x)
3	Versión móvil	(x)
4	Aplicación móvil	()
5	Alertas	()
6	Presencia en redes	(x)
7	Otros productos o servicios:	
8	Producto o servicio más demandado: edición online	
Anexar tarifario de producto y servicio		
Fin de la encuesta GRACIAS POR SU COLABORACIÓN		

Se extraordinariamente
como medio digital,
el equipo de
Inmobiliar y el
marcan con veracidad
en la noticia.
me ha gustado mucho
el diseño de la web.

Anexo 2 – Tarifarios

Prensa

1. Si se puede
2. Latino

TARIFAS 2011

- Precios mensuales (sin IVA: precios CPM: 17 €)
- Medidas de los banners en pixels, se aceptan formatos jpg, gif y swf

○ Diseño del banner: 75 €/unidad

- 1) 728x90 Home: 1.100 €
- 1) 728x90 Sección: 750 €

- 2) 180x90 Home: 510 €
- 2) 180x90 Sección: 300 €

- 3) Patrocinio, 150 x 125: 1.295€

- 4) 400x50 Home: 750 €
- 4) 400x50 Sección: 575 €

- 5) 250x250 Home: 800 €
- 5) 250x250 Sección: 600 €

- 6) 468x60 Home: 800 €
- 6) 468x60 Sección: 600 €

- 7) 250x250 Home: 800 €
- 7) 250x250 Sección: 600 €

- 8) 250x250 Home: 800 €
- 8) 250x250 Sección: 600 €

- 9) 468x60 Home: 800 €
- 9) 468x60 Sección: 600 €

- 10) 265x85 Home: 510 €
- 10) 256x85 Sección: 300 €

- 11) 210x50 Home: 325 €
- 11) 210x50 Sección: 210 €



CONTACTO: publicidad@sisepuede.es
 Avenida de Córdoba 21 - 28006 MADRID, Teléfono 91 517 99 15

Formato	Dimensiones
Página (5x8)	260 x 322
1/2 Página Horizontal (5x4)	260 x 160
1/2 Página Vertical (3x8)	154 x 322
Robapáginas Grande (4x6)	207 x 241
Robapáginas Pequeño (4x5)	207 x 200,5
1/4 Página Horizontal (5x2)	260 x 79
1/8 Página Horizontal (5x1)	260 x 39,5
1/6 Página Ventana (2x2)	101 x 79
Columna (1x8)	48 x 322
Doble Columna (2x8)	101 x 322

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

Impresión	Offset
Lineatura	100/pulgada
Nº columnas	5
Ancho de módulo	48 mm
Alto de módulo	38,5 mm
Nº de módulos por columna	8
Nº de módulos por página	40
Ancho de página	290 mm
Alto de página	370 mm

	MADRID	CATALUNYA	LEVANTE	NACIONAL
Página (5x8)	7.872	4.498	4.498	14.244
Doble Página (10x8)	14.818	8.467	8.467	26.989
1/2 Página Horizontal (5x4)	4.399	2.514	2.514	8.012
1/2 Página Vertical (3x8)	5.279	3.016	3.016	9.615
Robapáginas Grande (4x6)	5.557	3.175	3.175	10.121
Robapáginas Pequeño (4x5)	4.631	2.646	2.646	8.434
Robapáginas Mini (3x4)	2.778	1.588	1.588	5.060
1/4 Página Horizontal (5x2)	2.199	1.257	1.257	4.005
1/8 Página Horizontal (5x1)	1.099	628	628	2.002
1/6 Página Horizontal (3x2)	1.389	794	794	2.530
1/6 Página Vertical (2x3)	1.389	794	794	2.530
1/10 Página Ventana (2x2)	880	503	503	1.602
Columna (1x8)	1.760	1.005	1.005	3.205
Doble Columna (2x8)	3.519	2.011	2.011	6.410
Funda Falsa Portada	25.005	14.288	14.288	45.544
Falso Encarte Interior (4 páginas)	23.153	13.230	13.230	42.171
Portada Modular	926	530	530	1.686
Portada Inferior	4.399	2.514	2.514	8.012
Contraportada	9.261	5.292	5.292	16.868
Módulo Interior	232	132	132	419
Encarte 0,17/ejemplar	Tiradas parciales o distribución en zonas concretas, consultar			
Fajín 0,29/ejemplar	Tiradas parciales o distribución en zonas concretas, consultar			
Sampling 0,29/ejemplar	Tiradas parciales o distribución en zonas concretas, consultar			

Recargos: por espacio fijo 25%; por ubicación en página impar 20%; por composición de anuncio 20%

CONDICIONES TARIFARIAS

Los precios fijados en tarifa corresponden a una sola inserción. No incluye el I.V.A. La suspensión de un anuncio deberá ser comunicada 72 horas antes de su publicación. Salvo acuerdo detallado en la orden de inserción, el precio de los anuncios será el fijado en estas tarifas. De no contratarse un espacio fijo, los espacios publicitarios serán ubicados según el criterio editorial. **Sí, Se Puede** se reserva el derecho de publicación. Este derecho se extiende al aplazamiento de un anuncio por falta de espacio. Entrega de originales: 48 horas antes de su publicación.

ENTREGA DE ORIGINALES

Programas: Freehand, Illustrator y Adobe Photoshop, recomendado siempre el formato EPS con todas las fuentes trazadas.

Soportes: CD y DVD

Fuentes: Enviar fuentes de pantalla (maleta) y fuentes de impresora (tipo postscript).

Documentos: Preferiblemente en Macintosh o compatible con éste. Las fotos en cualquier tipo de formato Photoshop o compatible con éste, recomendado TIFF o EPS.

Pruebas: Prueba láser o prueba impresora con las especificaciones tanto en color como notas de aclaración.

MEDIDAS MODULARES	en mm	1	2	3	4	5	6	7	8
	ALTO	38,5	79	119,5	160	200,5	241	281,5	322
ANCHO	48	101	154	207	260				

MADRID:
Avenida de Cordoba, 21
28026 MADRID
Tel.: 91 517 99 15 - Fax: 91 476 02 88
Email: publicidad@sisepuede.es

BARCELONA:
C/ Sepulveda 65, bajos despacho 4
08015 BARCELONA
Tel.: 93 292 77 65 - Fax: 93 244 08 55
Email: publicidadbcn@sisepuede.es

VALENCIA:
C/ Cirilo Amorós 6, Entresuelo
46004 VALENCIA
Tel.: 96 353 39 00 - Fax: 96 352 91 89
Email: publicidadlevante@sisepuede.es

Tarifas por ediciones

Formatos		Módulos		EDICIÓN	
Alto x Ancho en mm	Generales	Alto x Ancho	MADRID	BARCELONA	VALENCIA
AUDIENCIA EMI 2008					
TIRADAS SEMANALES PGD enero/dici 2009		233.700 Lectores	108.100 Lectores	22.461 Ejemplares	89.100 Lectores
		55.037 Ejemplares			13.392 Ejemplares
35 x 39,4	Módulo	1x1	220 €	95 €	90 €
73,8 x 260	Faldón	2x6	2.230 €	980 €	930 €
151,4 x 127,8	Cuarto de Página	4x3	2.090 €	940 €	890 €
306,5 x 83,8	Doble Columna	8x2	4.080 €	1.810 €	1.630 €
306,5 x 127,8	Media Página Vertical	8x3	5.000 €	2.220 €	1.990 €
151,4 x 260	Media Página Horizontal	4x6	4.350 €	1.930 €	1.830 €
229 x 215	Robapágina	6x5	6.430 €	2.975 €	2.800 €
306,5 x 260	Página	8x6	8.300 €	3.580 €	3.400 €
306,5 x 554	Doble Página	8x12	16.200 €	7.000 €	6.650 €
Formatos especiales					
Alto x Ancho en mm		Alto x Ancho	MADRID	BARCELONA	VALENCIA
151,4 x 171,6	Taco centrado página impar	4x4	4.650 €	2.000 €	2.000 €
306,5 x 127,8	Media Página Vertical en Portada	8x3	17.350 €	5.900 €	5.900 €
(306,5x83,8)+(73,8x171,6) L en portada		8x2+2x4	19.100 €	6.500 €	6.500 €
73,8 x 554	Doble faldón centrado	2x12	5.850 €	2.570 €	2.570 €
321,2 x 554	Falsa Portada	8x12+8x12	26.607 €	11.515 €	10.878 €
151,4 x 554	Doble media página centrada	4x12	10.900 €	4.875 €	4.875 €
Alto x Ancho en mm		Alto x Ancho	MADRID	BARCELONA	VALENCIA
45 x 50	Botón Cabecera Portada	(Especial)	2.200 €	965 €	965 €
56 x 84	Taco Portada	2x2	2.890 €	985 €	985 €
302,5 x 260	Contraportada	8x6	12.000 €	5.270 €	5.270 €
Alto x Ancho en mm		Alto x Ancho	MADRID	BARCELONA	VALENCIA
consultar medidas		1x6	1.800 €	775 €	740 €

ACCIONES ESPECIALES

Acción	Hasta 15.000 Ej.	Hasta 50.000 Ej.
Coste por unidad Fajin	0,35 € c/u	0,34 € c/u
Coste por unidad Sampling	0,35 € c/u	0,32 € c/u
Coste por unidad Encarte díptico	0,24 € c/u	0,22 € c/u
Cada página más	0,01 €	

Revista

1. Tateiju
2. Ecuador Tu revista
3. Toumai
4. Raiz Ecuador
5. Ocio latino
6. Catalina

TATEIJU ESPAÑA "Guía del Inmigrante"



Desde la Asociación Socio Cultural TATEIJU ESPAÑA, extendemos a ustedes información de nuestro soporte para invitarle a participar con sus programas de Acción Social en "La Guía del Inmigrante"

Nuestro medio impreso, considerado como una revista solidaria, ha sido galardonado con 3 Premios:
2009 - Premio de la Universidad Europea de Madrid en la II Entrega de Jóvenes Emprendedores Sociales
2010 - Reconocimiento Starbucks "Share The Planet" de manera conjunta con la "Youth Action Grants"
2011 - Reconocimiento International YOUTH Action Foundation, organización americana que busca desarrollar una nueva generación de ciudadanos, generadores de cambios positivos en su comunidades.

Nuestro objetivo: Promover la RSC de su empresa ante la comunidad de lectores de nuestros medios solidarios, bajo el concepto de "Publicidad Responsable", que tiene en cuenta a su entorno, y consigue promover en su clientes valores y buenas costumbres.

Distribución: España, Provincia de Alicante, Valencia, Barcelona y Madrid:

- | | |
|------------------|-----------------------------|
| 1. Alfaz del Pi | 13. Guardamar del Segura |
| 2. Aspe | 14. Ibi |
| 3. Albaterra | 15. Jijona |
| 4. Almoradi | 16. Muchamiel |
| 5. Alicante | 17. Madrid |
| 6. Castalla | 18. San Juan de Alicante |
| 7. Catral | 19. San Vicente del Raspeig |
| 8. Cox | 20. Santa Pola |
| 9. Dolores | 21. Torrellano |
| 10. El Campello | 22. Torrevieja |
| 11. Elche | 23. Valencia |
| 12. Gran Alacant | 24. Villa Franqueza |

Puntos de distribución: Locutorios, Puntos de Información Turísticas, comercios anunciantes, Universidad de Alicante, Universidad Miguel Hernández, CC. El Aljub, Hipermercados Eroski, Instalaciones de Radio Elche, Cadena Ser, Onda Cero Elche, Recepción de la empresa Pikolinos, Tempe, Ayuntamiento de Elche, Estación de Autobuses de Elche, Universidad Europea de Madrid, Oficinas de Fundar Valencia y Alicante, Clínicas Dentales, Oficinas AMICS, otras Asociaciones (Argentina, Colombia, Senegal, etc).

Impresión: 10.000 Ejemplares.

Formato: Información en versión digital TIFF o JPG

Página Web: De acuerdo a las estadísticas de Google, desde el 7 de Septiembre 2010 al mes de Mayo 2011, nos están leyendo en 65 países, con un promedio de 27.000 visitas.

PATROCINIO ANUAL 2011 – 2 Medios Solidarios (Impresos + Página Web)

Diario	Mensual	Anual	Desgravable IRPF 35%	Coste real de la "Publicidad Responsable"	Impacto en comunidad / Beneficiarios Est. en 45.000 lectores
11,23 €	341,67 €	4.100,00 €	1.435,00 €	2.665,00 €	0,059 cent€

Se tramita a través de la Fundación Rose el Certificado de Donación para presentar ante IRPF
Patrocinio está exento de IVA

Bienvenido a la "Publicidad Responsable" Nuestros soportes solidarios difunden Su programa de Acción Social!!

TATEIJU ESPAÑA – Guía del Inmigrante
c/ Almansa Nave 16, 03206 Elche – Alicante
Telf: 966 288 898 - 608 860 590
E-mail: guiainmigrante@gmail.com

Tarifas Ecuador tu Revista 2011

Coste de portada

En tamaño de 210mm x 50mm de ancho tiene un costo de 800 euros

Contraportada 210mm x 297mm de ancho 1700 euros

Página 2 y 3 un costo de 1500 euros

Páginas centrales 1800 euros las dos páginas

Contraportada interior 1300 euros

El costo de página indeterminada es de 800 euros

NOTA. Estos son costes sin IVA, en ESPAÑA es del 18%

06

las tarifas revista.

ESPACIOS	Supl. Madrid	Supl. Catalunya	Supl. Norte	Ed. General (toda España)
Página 200x270mm	2.555€	2.050€	1.250€	5.750€
Media Página 200x131mm	1.335€	1.070€	688€	3.018€
Faldón 200x89mm	930€	750€	458€	2.107€
Robapáginas 127x196mm	2.002€	1.611€	980€	4.790€
Contraportada 200x270mm	3.139€	2.526€	1.600€	8.246€
Faldón portada 200x38mm	1.100€	850€	510€	2.392€

Recargos.-
Impar 10%
Espacio preferente 15%

Distribución.-
Flyer's 0,09€/ejemplar
Encarte 0,10€/ejemplar
Póster 1,9€/ejemplar

Características técnicas.-
Papel satinado 56gr.
11 números al año

Condiciones.-
Precios sin IVA
Originales. 300 ppi, TIFF
o JPEG de alta y CMYK
Entrega, 7 días antes.



07

las tarifas web.



CARACTERÍSTICAS			BANNER GENERALES	BANNERS FIJOS	PATROCINIO SECCION
Denominación	Tamaño	Posición	CPM	MENSUAL	MENSUAL
top	(468 x 60px)	Cabecera	10 €	500 €	-
Súperbanner	(728 x 90px)	Superior central	12 €	600 €	-
destacado	(220 x 90 px)	Superior central	2,5 €	80 €	-
Banner cuadrado	(300 x300px)	lateral	5 €	200 €	-
Skyline	(160 x 600px)	lateral	8 €	450 €	200 €
Bolón	(120 x 90px)	lateral	1 €	50 €	25 €
Cuadrado lateral	(125 x 125px)	Lateral	2 €	100 €	100 €
Cuadrado noticia	(125 x 125px)	Interior noticia	3 €	-	100 €
Pie noticia	(468 x 60px)	Interior noticia	2 €	-	200 €
Top sección	(468 x 60px)	Cabecera sección	-	-	250 €
Doble interior	(468 x 60px) (468 x 60px)	Cabecera sección Interior noticia	-	-	400 €
Súperbanner botton	(728 x 90px)	Pie pagina	3 €	120 €	-

Raíz
www.clubraiz.com

Ecuador

Target: Individuos 20-49 años, clase media baja, ámbito urbano & rural, procedentes de Ecuador.

Periodicidad: Mensual

Tirada: 59.000 ejemplares. Control PGD.

Cobertura: Nacional.

Formato	Tarifa
Página Impar	5.900 €
1/2 Página	3.450 €
1/3 Página	2.470 €
1/4 Página	1.870 €
Contraportada	10.200 €
Doble Página	8.700 €
Int.Portada	7.000 €
Int.Contraportada	6.800 €



MEDIDAS Y ENTREGAS DE MATERIALES

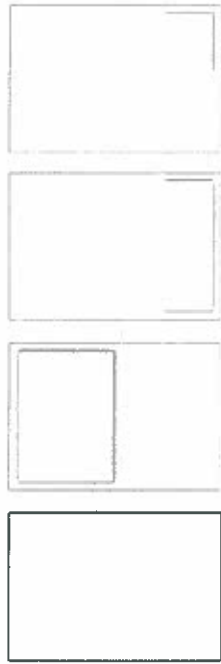
- **Tamaños a sangre:**
 - Página: DIN A5, 148 mm base x 210 mm altura.
 - Doble Página: 296 mm base x 210 mm altura.
 - Faldón de portada: 148 mm base x 40 mm altura.
 - Media Página: 148 mm base x 105 mm altura.
 - 1/3 Página Horizontal: 148 mm base x 70 mm altura.
 - 1/4 Página Horizontal: 74 mm base x 105 mm altura.
 - Faldón: 148 mm base x 30 mm altura.
 - Módulo: 74 mm base x 50 mm altura.
- **Márgenes:** 3 mm por todos los lados + 3 mm de sangre
- **Traducción de Materiales:** 200 €.
- **Resolución del Material:** JPG a 300 pixeles por pulgada
- **Fecha de Cierre:** Día 25 de cada mes.
- **Fecha de Salida:** Primera semana de cada mes.



Tarifas 2011

Para una sola ciudad: **Madrid o Barcelona**

TIRAJE Y DISTRIBUCIÓN: Madrid: 20.000 ejemplares/mes • Barcelona: 10.000 ejemplares/mes



1 página 1/2 página 1 faldón 1 módulo
medidas: 14,5 x 21 cms medidas: 12,8 x 8,8 cms medidas: 12,3 x 4,4 cms medidas: 5,3 x 4,4 cms

Edición Madrid o Barcelona

Tamaño de anuncio	Precio Tarifa	Sólo para pagos por adelantado		
		15% Dcto. Contratos de 3 meses	30% Dcto. Contratos 6 meses	50% Dcto. Contratos de 1 año
1 página	900	765	630	450
½ Página	450	382.50	315	225
1 Faldón	250	212.50	175	125
1 Módulo	150	127.50	105	75

OBSERVACIONES: • Precios sin IVA / • Ubicación preferencial: 15 % de recargo sobre tarifa
• FECHA Y DISTRIBUCIÓN : Los días 1 de cada mes En Madrid 20 mil ejemplares. En Barcelona 10 mil ejemplares
Todos nuestros ejemplares son gratuitos y llegan directamente a las manos de nuestro público objetivo desde hace 14 años en comercios latinos, eventos y puntos de reunión de latinoamericanos en Madrid y Barcelona, además de consultores, embajadas e instituciones. Ni un solo ejemplar desperdiciado por distribuciones aleatorias en el metro.
RECEPCION DE ORIGINALES: Hasta 1 semana antes del día 1 de cada mes.
FORMATOS recomendados para el envío de sus ficheros de anuncios PDF/JPG /TIFF/ en CMYK y 300ppp

FORMA DE CONTACTO:
Oficina central: T. 91 477 1479 • ocio@latino.es • www.ocio@latino.com Madrid: 607 74 94 19 • Barcelona: 618 729 735
Oficina central: C/ Puerto de Suebe, 13 - Local 28038 Madrid • Website: www.ocio@latino.com

CATALINA

la Catalunya Política

Tarifario

Tarifas por mes (No incluyen IVA)

Espacio / ubicación	tarifa
Página interior 210 x 280mm	1190
Media página (Vertical u horizontal) 93 x 260 190 x 128mm	790
Cuarto de página 93 x 128mm	450
Faldón 46 x 190mm	290

Descuento agencia 15%

Consultar descuentos para contratos de más de una inserción

CATALINA

Edita: Asociación para la integración latina "Seres". CIF B 63625503
Tramuntana, 48 - 1º 1ª. 08030 - Barcelona.

Tel/fax: 93 4550908 - revistacatalina@revistacatalina.com - 646101361

Radio

1. Corazón Tropical
2. Fiesta FM
3. BCN Latina

España y Latinoamérica unidas
con un sentimiento, una pasión, por una esencia

Tropical FM
Madrid
Se oye y se siente

102.1

Somos tu

MÚSICA
Somos

**Información
Orientación
y Cultura**

24 Horas

CONIGO

También radio en INTERNET

www.tropicalmadrid.es

Ip

La música como expresión viva de los pueblos no conoce fronteras

Tropical FM
Madrid
la radio de todos

Si Publicidad llegara a donde usted quiere llegar y más allá

TARIFAS

1 Cuña de 20 seg

Programa de 14 a 16 horas **25€**

"La Hora Tropical"
Horario de 8 a 14 y
de 16 a 20 horas **20€**

Otros horarios **15€**

Cuñas de 30" incremento del 30%
Cuñas de 45" incremento del 50%

IVA no incluido
Madrid, España, Teléfono: +34 91 367 86 30

Consulte paquetes publicitarios
y descuentos para Agencias

tropicalfm@gmail.com

Jermiel Production
Tel: 91 367 86 30
Fax: 91 377 39 63
móvil o celular: + (34) 615 290 832

CLIENTES-GRANDES EMPRESAS

FORD
CARREFOUR
TELEFONICA-MOVISTAR
VODAFONE
ORANGE
LEBARA
WESTER UNION
MONEY GRAM
CORTE INGLÉS
DIGITAL +
KFC
COCACOLA
AYUNTAMIENTO
COMUNIDAD DE MADRID

CLIENTES-NEGOCIOS DE INMIGRANTES

DISCOTECAS
PUBS, BARES
LOCUTORIOS
TIENDAS DE ALIMENTACION
AGENCIAS DE VIAJES
INMOBILIARIAS
ONGS
PROMOCION DE CONCIERTOS

OTROS CLIENTES

TAROTISTAS
PROGRAMAS RELIGIOSOS
CONSULADOS

FIESTA FM

Tarifas 2011

Cuña hasta 20 "	7 E
Cuña hasta 30 "	10 E
Mención	15 E
Segundo adicional	2 E
Minuto	32 €
Señal Horaria	30 Euros
(incluye 1 cuña, 1 mención)	
Patrocinio programa	250 €
(incluye 1 cuña, 1 mención y un saludo por emisión)	
Publicirreportaje :	250
Duración 10 minutos	
Conexiones en directo:	400 €
Convocatoria 1 semana + 1 horas directo 8 salidas	
(50 Cuñas y 20 Menciones)	

SOPORTE TÉCNICO

*Producción y Grabación de cuña (hasta 30"): 100€

*Voz adicional: 50€

*Hora de estudio: 100€ por hora

Producción de Jingles consultar según características

Dale Volumen a tu radio

Medio Digital

1. El Comercio
2. Gladys Palmera
3. Mundo Hispano
4. Tribuna Latina
5. Euro Mundo Global
6. El Ecuatoriano
7. Periodista Digital



Tarifas

EL COMERCIO
DELCUADOR • ES

HOMEPAGE Y SECCION DEPORTES

Formato	Coste/semanal	Coste/semanal \$	CPM	CPM Dolares
Banner de Cabecera 728x90	1.000 €	\$730	11,8 €	\$8,6
Banner de Horizontal 590 x90	500 €	\$365	5,9 €	\$4,3
Banner de cuadrado 300x250	300 €	\$219	3,5 €	\$2,6
Botón cabecera 260x90	300 €	\$219	3,5 €	\$2,6
Botón cabecera 300x90	350 €	\$260	4€	\$3



Tarifas

EL COMERCIO
DEL ECUADOR • ES

SECCIONES SERVICIOS-REVISTA

Formato	Coste/semanal	Coste/semanal \$	CPM	CPM Dolares
Banner de Cabecera 728x90	500 €	\$365	5,9 €	\$4,3
Banner de Horizontal 590 x90	350 €	\$256	4,1 €	\$3,0
Patrocinio módulos	250 €	\$183	2,9 €	\$2,1
Banner de cuadrado 300x250	250 €	\$183	2,9 €	\$2,1
Botón cabecera 260x90	250 €	\$183	2,9 €	\$2,1
Botón cabecera 300x90	300 €	\$200	3,5 €	\$2,6

Tarifas 2011

Mundo Hispano le ofrece un modelo sencillo de contratación publicitaria, basado en temporalidad y sin fórmulas complicadas. Con nosotros no hay límite de impresiones ni clics.

Le ofrecemos anuncios entre fechas concretas, no por cada mil impresiones (la medida estándar en Internet), ya que entendemos que usted quiere que su mensaje llegue a su público final hasta el último minuto de campaña, sin que esto signifique un gasto variable. Con este modelo, usted sabe cuánto pagará desde el principio y hasta cuándo durará su campaña.

Tipo de anuncio	Ubicación	Tiempo	Precio (más IVA)
Banner 468x60 px.	Cabecera toda la web	1 mes	700€
	Primer scroll Portada	1 mes	500€
	Pie Portada y noticias	1 mes	300€
Mailing en html	Envío de email a más de 500 suscriptores		300€/envío

Contacte con nosotros para otras medidas y ubicaciones. ¡Estaremos encantados de ayudarle a llegar a su público e incrementar sus ventas!

TARIFAS PUBLICITARIAS 2010 / 2011

www.euromundoglobal.com

TIPOS DE BANNERS	UBICACIÓN	TAMAÑO	PRECIO/MES	FORMATO Y PESO
FULL BANNER SOBRE CABECERA	PORTADA O SECCIÓN	980 X 90 PX	1.105,00 €	jpg,gif,flash(.swf)Máx.50 kb
FULL BANNER BAJO CABECERA	PORTADA Y RESTO DE SECCIONES (FDO)	980 X 90 PX	940,00 €	jpg,gif,flash(.swf)Máx.50 kb
FULL BANNER A PIE DE PAGINA	PORTADA Y RESTO DE SECCIONES (FDO)	980 X 90 PX	800,00 €	jpg,gif,flash(.swf)Máx.50 kb
BANNER ENTRE NOTICIAS PRINCIPALES	PORTADA O SECCIÓN	725 X 80 PX	725,00 €	jpg,gif,flash(.swf)Máx.40 kb
BANNER ZONA COMUN	PORTADA O SECCIÓN	420 X 80 PX	480,00 €	jpg,gif,flash(.swf)Máx.15 kb
MEGABANNER ZONA COMUN	PORTADA O SECCIÓN	420 X 200 PX	1.000,00 €	jpg,gif,flash(.swf)Máx.20 kb
BANNER 2ª COLUMNA	PORTADA O SECCIÓN	300 X 80 PX	300,00 €	jpg,gif,flash(.swf)Máx.10 kb
ROBAPAGINA	PORTADA O SECCIÓN	300 X 250 PX	925,00 €	jpg,gif,flash(.swf)Máx.20 kb
MEGABANNER 2ª COLUMNA	PORTADA O SECCIÓN	300 X 125 PX	468,00 €	jpg,gif,flash(.swf)Máx.25 kb
BANNER PEQUEÑO 3ª COLUMNA	PORTADA Y RESTO DE SECCIONES (FDO)	240 X 48 PX	150,00 €	jpg,gif,flash(.swf)Máx.8 kb
BANNER NORMAL 3ª COLUMNA	PORTADA Y RESTO DE SECCIONES (FDO)	240 X 80 PX	240,00 €	jpg,gif,flash(.swf)Máx.10 kb
BANNER GRANDE 3ª COLUMNA	PORTADA Y RESTO DE SECCIONES (FDO)	240 X 125 PX	375,00 €	jpg,gif,flash(.swf)Máx.20 kb
MEGABANNER 3ª COLUMNA	PORTADA Y RESTO DE SECCIONES (FDO)	240 X 200 PX	600,00 €	jpg,gif,flash(.swf)Máx.15 kb
PUBLIRREPORTAJE	SECCIÓN A DETERMINAR POR EL CLIENTE		400,00 €	600 PALABRAS + 3 FOTOS
SPOT VIDEO (VIDEO DE 15 SEG)	PORTADA Y RESTO DE SECCIONES (FDO)	240 X 172 PX	1.500,00 €	
SKIN BANNER	PARA CAMPAÑAS CON UNA DURACION DETERMINADA		consultar	
SUPERSTICIAL	SE ACTIVA PREVIAMENTE A LA CARGA DE LA WEB		consultar	jpg,gif,flash(.swf)Máx.30 kb
	EN PANTALLA COMPLETA			
NEWS LETTERS	PORTADA(no admiten animaciones flash(.swf) ni codigos JAVA)	560 X 70 PX	800,00 €	jpg,gif Máx.30 kb
PDA'S Y DISPOSITIVOS MÓVILES	PORTADA O SECCION	240 X 50 PX	500,00 €	jpg,gif Máx.8 kb

I.V.A. NO INCLUIDO

Los precios señalados no incluyen la confección del banner. Si el banner es confeccionado por "EuroMundo Global" se agregará un cargo extra (por una sola vez) de 20.00€ como mínimo, y de 75.00€ como máximo, dependiendo del tamaño y la complejidad del banner a realizar. Este cobro se incluirá en la primera factura.

- Los precios están expresados en Euros
- Comisión de Agencia: 15% sobre el neto

Tarifas El Ecuatoriano.com

La compañía no publica sus tarifas. Esta empresa tiene un modelo diferente de negocio. La publicidad se realiza a través de “banners” que son gestionados por la empresa Google Ad Sense.

Más información esta disponible en:

<https://www.google.com/accounts/ServiceLogin?service=adsense&rm=hide&nui=15&alwf=true<mpl=adsense&passive=true&continue=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2Fadsense%2Fgaiaauth2%3Fhl%3Des&followup=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2Fadsense%2Fgaiaauth2%3Fhl%3Des&hl=es>



Windows Internet Explorer

google.com/accounts/ServiceLogin?service=adsense&rm=hide&nui=15&alwf=true<mpl=adsense&passive=true&continue=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2Fadsense%2Fgaiaauth2%3Fhl%3Des&followup=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2Fadsense%2Fgaiaauth2%3Fhl%3Des&hl=es

Tools Help

Google AdSense

Español

Maximice los ingresos de su contenido online.

Google AdSense es un programa gratuito que posibilita que los editores online aumenten sus ingresos mostrando los anuncios relevantes en una amplia variedad de contenido online entre el que se incluye

- Resultados de búsqueda del sitio**
Añada fácilmente un motor de búsqueda personalizado a su sitio y obtenga beneficios de los anuncios de las páginas de resultados de búsqueda
- Sitios web**
Muestre anuncios en su sitio web adaptados a los intereses de su publico y obtenga beneficios de los clics válidos o de las impresiones
- Aplicaciones y páginas web para móviles**
Conecte a sus usuarios móviles con el anuncio correcto en el momento adecuado cuando busquen información fuera de la oficina

[Vea todas las soluciones de Google para editores.](#)

Regístrate ahora

Inicio de sesión

Cuenta de Google

Correo electrónico:

Contraseña:

Acceder

[¿No puedes acceder a tu cuenta?](#)

©2011 Google - [Ayuda](#) - [Casos de éxito](#) - [Blog](#) - [Foro](#) - [Términos](#) - [Políticas del programa](#) - [Interfaz nueva](#)

FORMATOS INTEGRADOS				
Formatos	Medidas (pixel)	Peso máx (Kb)	Home €/ CPM*	Secciones/ROS €/ CPM*
Megabanner	728x90	40 Kb	80	60
Robapáginas	300x250	40 Kb	80	60
Banner	468x90	40 Kb	70	50
Megabanner desplegable	728x90x210	40 Kb	90	70
Robapáginas desplegable	300x250x500	40 Kb	90	70
Intertitular	800x600	40 Kb	100	90
Layer	max 600x400	40 Kb	90	80
* Coste por cada mil impresiones / ** En Rotación general solo posibilidad de Layer. No Cortipila.				
FORMATOS FIJOS				
Formatos	Medidas (pixel)	Peso máx (Kb)	Home fijo mes	Secciones fijo mes
Botón	120x80	40 Kb	3000	1800
Banner Boletín	200x200	40 Kb	5000	-
Web del día	120x120	40 Kb	1.800/día	1.250/día
Cintillo portada	728x80	40 Kb	8.500	5.300
FORMATOS ESPECIALES				
Formatos	Especificaciones			Tarifa €/ CPM*
Formatos con vídeos	18 20 Segundos/ Sonido sin activación previa			100
* Coste por cada mil impresiones				



ACCIONES ESPECIALES		
Formatos	Especificaciones	Tarifa €
Brand Day	<p>Todos nuestros formatos publicitarios en la Home, durante todo el día, en exclusiva</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 Megabanner de 728x90 px - 3 Robapáginas de 300x250px - 1 Rascacielos 120x600 	20.000
Patrocinios	<p>Posibilidad de realizar acciones especiales y patrocinios integrados, o crear una acción a medida</p> <p>Entrevista o debate en nuestros estudios de radio, publicando posteriormente el vídeo en la Home y en el Boletín</p>	Consultar
Entrevista		Consultar
Publireportaje	<p>noticia con una llamada desde la Home</p> <p><small>* Consultar precios.</small></p>	Consultar
SEGMENTACIONES		
Formatos	Tarifa	
Adserver/Contenido	2€ por cada criterio, sección frecuencia IP...	

Anexo 3 – Parrillas de Programación

Radio

1. Corazón Tropical
2. Fiesta FM
3. BCN Latina

CORAZON TROPICAL FM 102.1 LA RADIO DE TODOS

6:00 A 8:00	FAMILIA UNIDA PASTORES - BRASIL		
8:00 A 9:30	CON AROMA LATINA <i>Música y noticias</i> LETICIA - LA PECHOCHA - REP. DOM Y WILDON CABALLERO-BOLIVIA		8 H NOTICIAS AL MOMENTO
9:30 A 10:30	ENERGIA MIX ROGER DJ - REP. DOM TABLON DE ANUNCIO 10:15 H	VIERNES RUTAS DEL PERU	10 H NOTICIAS AL MOMENTO
10:30 A 12:00	LAS MAÑANAS DE CORAZON JOSE SUAREZ - ECUADOR MIERCOLES 11:40 H GINECOLOGIA		
12:00 A 14:00	ZONA 829 EL PILOTO-GREGORY ADAMES - REP. DOM		
14:00 A 15:30	LA HORA TROPICAL FREDDY MACLOCF - REP. DOM.	DE 2 A 4 VIERNES ISMAEL PRODUCTION	
15:30 A 16:30	ECHANDOLE GANAS DJ RICKY - ECUADOR	DE 4 A 5 VIEJOTECA	17 H NOTICIAS AL MOMENTO
16:30 A 18:00	LA COMBINACION PERFECTA MR. QUEEN - REP. DOM. SECCION JURICA MARTES 16:40 H	DE 5 A 6 NUEVOS TALENTOS	
18:00 A 20:00	LATINOS PERO CON SABOR JORGE EL DR. AMOR - ESPAÑA GILBERTO EL TIERNO - REP. DOM		20 H NOTICIAS AL MOMENTO
20:00 A 21:00	CONEXION TROPICAL WALTER CASTILLO - PERU	VIERNES 20 A 22 LO QUE SUENA EN PLATINIUM	CON NOTICIAS DE INMIGRACIÓN
21:00 A 22:00	ROMANTICOS A PLENITUD FERNANDO SPIGA - BRASIL.		21 H NOTICIAS AL MOMENTO
22:00 A 00	DEBATE PUBLICO - FAMILIA UNIDA		10 A 12
EN NUESTRA WEB Continuamos con la programación musical			
MADRUGADA	CONECTANDO en FM con www.radiopositiva.com		MADRUGADA

HORARIO	PARRILLA FIN DE SEMANA		HORARIO
	SABADO	DOMINGO	
SABADO NOTICIAS AL MOMENTO 8, 10, 15, 18 H			
8 A 9:30	SELECCIÓN MUSICAL		SABADO 8H NOTICIAS AL MOMENTO
9:30 A 10	ESPECIAL BACHATAS		9:30 A 10
10 A 12	ISMAEL PRODUCTION DESPERTAR ROMANTICO		10 A 12 SABADO 10 H NOTICIAS AL MOMENTO
12 A 14	SALSABOR EDUARD SENSATION		12 A 2
14 A 15:30	CANDELAZO URBANO EL MICHEL	CANDELAZO URBANO	2 A 3 SABADO 15 H NOTICIAS AL MOMENTO
		VEREDA TROPICAL ONG. VOMADE- REP. DOM.	
15:30 A 16:30	ACTUALIDAD POLITICA Lic. Francisco Cueto	ESPECIAL BACHATAS	4 A 5:30
16:30 A 18	RUTAS DEL PERU DEIMER		SABADO 18 H NOTICIAS AL MOMENTO
18 A 20	MIXIAO OSCAR CONDOR		
20 A 22	LO QUE SUENA EN PLATINIUM	NOVEDADES Y CLASICOS DE ORO DANILO DJ y DIGNO DE JESUS	8 A 10
22 A 00	FAMILIA UNIDA		10 A 12
MADRUGADA	EN NUESTRA WEB Continuamos con la programación musical		MADRUGADA
MADRUGADA	CONECTANDO en FM con www.radiopositiva.com		MADRUGADA

PARRILLA DE PROGRAMACIÓN FIESTA FM 107.2 MADRID

LUNES A VIERNES

- 06:00 A 08:00 **El Mañanero** - Ancízar Fernández El Toto
- 08:00 A 11:00 **EL DESPERTADOR** - Norberto Latorre Forero
- 11:00 A 13:00 **EL BIG SHOW** - Xavier Alexander López
- 13:00 A 14:00 **CARAVANA DEPORTIVA** - Edgar Silva (EL BOLI)
- 14:00 A 16:00 **CLASIFICADOS FM** - Gonzalo Giraldo (CHALO)
- 16:00 A 18:00 De lunes a Jueves **EL DESINFORMATIVO** Edwin Giraldo - Willian Castro / Viernes **MUCHA MÚSICA** - Esteven Vallejo
- 18:00 A 20:00 **LA VALLENATA** - Ruben Font López
- 20:00 A 21:00 **TROPICALES DE SIEMPRE** - Jorge Ramírez - El Niño de la Radio
- 21:00 A 24:00 **EL CLUB DE LA SALSA** - Omar Chía
- 24:00 A 01:00 **ALGUIEN TE ESCUCHA** - Marlon Alzate

SÁBADOS

- 05:00 A 09:00 **COLOMBIA UNIVERSAL** - Herbin Hoyos
- 09:00 A 11:00 **MIX**
- 11:00 A 12:00 **AESCO**
- 12:00 A 13:00 **BACHATAZO** - Fior Ventura
- 13:00 A 15:00 **ENTRE DOS MUNDOS (ANTAPI)**
- 15:00 A 17:00 **FIESTA DE JUVENTUD** - Nelson Orozco
- 17:00 A 19:00 **ROCK EN SALSA** - Juan Carlos Elías
- 19:00 A 20:00 **LA NAVE DE URBAN SHOW** - Jorge Medrano
- 20:00 A 24:00 **FIESTA MIX** - Jorge Ramírez - El Niño de la Radio

DOMINGO

- 07:00 A 09:00 **LAS VOCES DEL SECUESTRO** - Herbin Hoyos
- 09:00 A 13:00 **TAN AGUSTITO** - Ancízar Fernández (El toto)
- 13:00 A 14:00 **TU PONES FIESTA**
- 14:00 A 17:00 **SIEMPRE EN DOMINGO** - Nelson Orozco
- 17:00 A 18:00 **RUTA DE ESCAPE**
- 18:00 A 19:00 **MIX**
- 19:00 A 21:00 **LA NAVE DE URBAN SHOW** - Jorge Medrano
- 21:00 A 22:00 **TU PONES LA FIESTA**

Director : Norberto Latorre Forero

PARRILLA BCN LATINA

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Horario	Sábado	Domingo
06:00	PROGRAMACION MUSICAL					06:00	PROGRAMACION MUSICAL	
06:00 10:00	DESPERTADOR LATINO NOTICIAS DE ESPAÑA Y AMERICA LATINA SERVICIOS INFORMATIVOS					06:00 10:00	Clásicos Del Romance Mario Rey MUSICA, ANIMACION Y LLAMADAS	
10:00 13:00	PROGRAMACION REGULAR Mayer Londoño MUSICA, ANIMACION Y LLAMADAS					10:00 15:00	FIN DE SAMANA CLASICO con Deivid Zam MUSICA, ANIMACION Y LLAMADAS	
13:00 15:00	ACTUALIDAD LATINA Raquel Kaizapanta INFORMATIVA,SOLIDARIA Y PLURAL							
16:00 20:00	Radio Formula Musical Con el Deivid Zam MUSICA, ANIMACION Y LLAMADAS					15:00 17:00	D'Rumba con El Papa con Juniorjr MUSICA, ANIMACION Y LLAMADAS	
20:00 22:00	PROGRAMACION REGULAR con Ito Tambora MUSICA, ANIMACION Y LLAMADAS					17:00 21:00	EL MEGA FUEGO con Ray Ramirez y Katy Arau MUSICA, ANIMACION Y LLAMADAS	
12:00 01:30	VA X VOS Con Eduardo Romero MUSICA, ANIMACION Y LLAMADAS							

Televisión

1. Canal Latino TV

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
00:00-00:30							
00:30-01:00	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL
01:00-01:30							
01:30-02:00		VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL		VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	
02:00-02:30							
02:30-03:00							
03:00-03:30	VDA UNIVERSAL			VDA UNIVERSAL			VDA UNIVERSAL
03:30-04:00		FEEL LATIN DANCERS	FORMULA LATINA		VDA UNIVERSAL	FEEL LATIN DANCERS	
04:00-04:30							
04:30-05:00							
05:00-05:30							
05:30-06:00							
06:00-06:30	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL
06:30-07:00							
07:00-07:30	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL
07:30-08:00							
08:00-08:30	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL
08:30-09:00							
09:00-09:30							
09:30-10:00							
10:00-10:30			VDA UNIVERSAL		EL TROVADOR DE OLIVERA	VDA UNIVERSAL	
10:30-11:00							
11:00-11:30	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	FORMULA LATINA	VDA UNIVERSAL	FORMULA LATINA	FEEL LATIN DANCERS	
11:30-12:00							
12:00-12:30					VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL
12:30-13:00							
13:00-13:30			VDA UNIVERSAL		FEEL LATIN DANCERS		
13:30-14:00							
14:00-14:30	FEEL LATIN DANCERS	FORMULA LATINA		FEEL LATIN DANCERS	FORMULA LATINA	FORMULA LATINA	VDA UNIVERSAL
14:30-15:00			FORMULA LATINA		FORMULA LATINA		VDA UNIVERSAL
15:00-15:30							
15:30-16:00							
16:00-16:30							
16:30-17:00	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL
17:00-17:30							
17:30-18:00	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL
18:00-18:30	VDA UNIVERSAL	FEEL LATIN DANCERS		VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	FEEL LATIN DANCERS	FEEL LATIN DANCERS
18:30-19:00							
19:00-19:30	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL
19:30-20:00							
20:00-20:30	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL
20:30-21:00							
21:00-21:30	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL
21:30-22:00							
22:00-22:30	VDA UNIVERSAL	FEEL LATIN DANCERS	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL
22:30-23:00							
23:00-23:30	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL	VDA UNIVERSAL
23:30-00:00							

Programación: **ABRIL 2011**
MAYO 2011
JUNIO 2011

LEKNES ENTERPRISE, S. L.
 C.I.F. B-84951904
 C/. Francesc Eiximenis, 6
 08205 SABADELL (BCN)