

---

# **UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO**

ESCUELA DE:

POSTGRADOS

**ANALISIS SOCIOECONOMICO DE LA TELEVISION PÚBLICA EN  
LA CIUDAD DE QUITO PERIODO 2010-2011**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: MAGISTER EN  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
MENCIÓN: FINANZAS**

**ING. MONICA ELIZABETH SANDOVAL DÍAZ**

**DIRECTOR: ING. IVAN VACA**

**Quito, Diciembre 2011**

## DECLARACIÓN

Yo, Mónica Sandoval declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mí autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado, calificación profesional, o proyecto público ni privado; y he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

---

Ing. Mónica Elizabeth Sandoval Díaz

## **CERTIFICACIÓN**

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Mónica Elizabeth Sandoval Díaz, bajo mi supervisión.

---

Ing. Iván Vaca  
**DIRECTOR DE TESIS**

## **AGRADECIMIENTO**

A Ecuador Tv, Televisión Pública por proveerme de toda la información requerida para la elaboración de esta tesis, a Enrique Arosemena y Gustavo Vargas, funcionarios de esta entidad por su apertura e inigualable colaboración en el desarrollo de este documento.

A Gastón Sandoval por su apertura a todos mis requerimientos como estudiante de la Universidad del Pacífico.

## **DEDICATORIA**

A Dios, mi Padre, mi creador, el dueño de mi fe, por quien vivo;

A mis Padres por su ejemplo y apoyo incondicional durante mi carrera profesional;

A mis hermanos por su cariño y ánimo en esta etapa de mi vida;

A mis abuelitos maternos por siempre recordarme que soy capaz de lograr todo lo que me proponga,

A Iván Vaca por haber creído en esta investigación y darme de su incondicional apoyo durante estos arduos meses de trabajo,

A mis más cercanos amigos por estar a mi lado y apoyarme en oración.

*No te vayas a creer lo que te cuentan del mundo  
en realidad el mundo es incontable  
en todo caso es provincia de ti  
no vayas a creer lo que te cuentan del mundo  
aun los que te aman mienten sobre él  
probablemente sin saber que mienten  
en la vigilia te sentirás lejano  
testigo de tu mundo desde el mundo  
sin nubes de tu aliento en los cristales  
la humareda del hombre se elevará en la noche  
y no sabrás de dónde viene el fuego  
pero la expectativa te volverá humilde  
en el mundo el abismo es un oficio  
las preguntas en vano/ una vieja costumbre  
los desatinos/ marca de abolengo  
no te vayas a creer lo que te cuentan del mundo  
(ni siquiera esto que te estoy contando)  
ya te dije que el mundo es incontable.*

*Mario Benedetti en  
"Las soledades de Babel"*

## INDICE

<b>Preámbulo: Motivación de la Investigación</b> .....	9
<b>Capítulo I:</b> .....	11
<b>Introducción</b> .....	11
<i>I. Justificación</i> .....	11
<i>III. Marco de Referencia</i> .....	15
<i>IV. Hipótesis</i> .....	17
<b>Capítulo II:</b> .....	<b>18</b>
<b>Historia y desarrollo de la Televisión Pública en América Latina</b> .....	<b>18</b>
<i>I. Historia</i> .....	18
<i>II. Desarrollo en América Latina</i> .....	22
<i>III. Características generales de la Televisión Pública</i> .....	25
<i>IV. Enfoque y segmento al que se dirige</i> .....	28
<i>V. Fuentes de Financiamiento</i> .....	31
<b>Capítulo III:</b> .....	<b>33</b>
<b>La Televisión Pública en el Ecuador</b> .....	<b>33</b>
<i>I. Nacimiento de la Televisión en el Ecuador</i> .....	33
<i>II. Reseña histórica de Gobiernos anteriores</i> .....	35
<i>III. Gobierno Actual</i> .....	37
<i>IV. Nuevos Actores en escena</i> .....	39
<i>V. Inicio y Alcance de la Televisión Pública en Ecuador</i> .....	41
<b>Capítulo IV:</b> .....	<b>43</b>
<b>Análisis de la inversión realizada por el Gobierno en la Televisión Pública y su impacto en el Presupuesto del sector de Telecomunicaciones.</b> .....	<b>43</b>
<i>I. Antecedentes</i> .....	43
<i>II. Presupuesto Operativo de Ecuador Tv</i> .....	46
<i>III. Impacto en el Presupuesto General del Estado</i> .....	47
<i>IV. Ahorro generado en la inversión de propaganda, publicidad e información de las actividades y acciones realizadas por el Gobierno.</i> .....	49
<b>Capítulo V:</b> .....	<b>56</b>
<b>Análisis de programas y rating</b> .....	<b>56</b>
<i>I. Análisis de contenidos de la Televisión Pública</i> .....	56
<i>II. Crecimiento del rating período 2010-2011</i> .....	59
<i>III. Encuesta opinión Televisión Pública</i> .....	62
<i>IV. Entrevista Líderes de Opinión</i> .....	75
<i>V. Estudio sobre la popularidad y satisfacción del público en cuanto a la oferta de la Televisión Nacional</i> .....	79
<b>Capítulo VI:</b> .....	<b>87</b>
<b>Planeación Estratégica orientada a resultados</b> .....	<b>87</b>
<i>I. Descripción de la Empresa</i> .....	87
<i>II. Guía Editorial</i> .....	87
<i>III. Giro del negocio</i> .....	90
<i>IV. Productos y Servicios</i> .....	91
<i>V. Análisis FODA</i> .....	92
<i>VI. Misión</i> .....	93
<i>VII. Visión</i> .....	94
<i>VIII. Factores Clave</i> .....	94
<i>IX. Objetivos Estratégicos</i> .....	94
<i>X. Política de Calidad</i> .....	94
<i>XI. Análisis Financiero</i> .....	95

<b>Capítulo VII:</b> .....	<b>114</b>
<b>Conclusiones y Recomendaciones</b> .....	<b>114</b>
I. Conclusiones .....	114
II. Recomendaciones .....	115
<b>Bibliografía</b> .....	<b>116</b>

## **Preámbulo: Motivación de la Investigación**

La historia de un país está marcada por su desarrollo social, político y económico. Esta tesis "*Evaluación Socioeconómica de la Televisión Pública en la ciudad de Quito período 2010-2011*" no es solo una tesis, sino que abarca un fenómeno social nuevo para el país como es el nacimiento de un medio de comunicación público enfocado para el desarrollo social educativo y cultural de sus ciudadanos.

¿Por qué trabajar en una tesis que hable sobre la Televisión Pública? Es muy simple, desde que somos pequeños nuestra primera escuela es la Televisión, la que nos enseña desde canciones, historias, series animadas hasta el "sentido" del bien y el mal.

Gran parte de mi infancia transcurrió frente a un enorme aparato de Televisión, que hoy en día gracias a la tecnología se ha transformado en cada vez más delgadas pantallas con alta definición. Fue gracias a la Televisión que conocí, por ejemplo que en este cruel mundo Superman, Batman y Bugs Bunny inexplicablemente conviven con las multitudes hambrientas de Etiopía y los huérfanos vietnamitas.

La Televisión se convirtió en mi cómplice, aquella amiga que me revelaba las cosas que los mayores preferían callar y que pobló con fantásticos personajes todos los sueños de mi infancia, que de vez en cuando acuden a mi memoria y me roban una sonrisa, y es que el tiempo no da marcha atrás.

Quizá por eso cuando me planteé hacer la tesis de maestría, el 80% de los temas que me interesaban investigar se relacionaban con la Televisión y con su impacto en la sociedad contemporánea, más aún con el reciente nacimiento de un Medio Público en mi hermoso país, Ecuador.

Al inicio opté por una propuesta de investigación que no tenía un enfoque claro, me encontraba prácticamente perdida en el desierto, y aunque en varias ocasiones pensé en cambiar de tema, entre en desesperación y me desanimé; fui encontrando en el camino personas que me ayudaron a seguir luchando por este proyecto, clarifique las ideas y las aterrice de un momento a otro.

Esto no sería posible sin la valiosa ayuda de mi Jefe, mi Director de tesis y mi familia.

A todos infinitas gracias.

## **Capítulo I: Introducción**

### *I. Justificación*

Una señal de Televisión es un servicio básico, al que debe existir un acceso universal, y con equidad de género. Los medios de comunicación deben estar enfocados en satisfacer las necesidades informativas y de entretenimiento del público local, teniendo como prioridad que sus contenidos sean tratados de manera imparcial, sin beneficiar a ninguna de las partes que conformen el hecho noticioso.

La Televisión Privada en sus informaciones y transmisiones asegura que tiene veracidad e imparcialidad; sin embargo todas las transmisiones de canales privados se rigen a la visión y misión del medio. Si es un medio que apoya la protección animal, jamás transmitirá en su programación programas o eventos que vayan en contra de los derechos de los animales, de la misma forma si están a favor de un sistema económico, tratarán en su mayoría de que la información y programación emitida se encamine por esta línea.

Como ejemplo de esto planteo el caso de la disputa que existió entre TC Televisión y Teleamazonas por un conflicto de intereses, citando la “Columna Quinta”<sup>1</sup> de Juan Francisco Beltrán<sup>2</sup>. Esta publicación pone en evidencia como muchas veces los intereses de los medios privados ponen en tela de duda la información que es transmitida para los televidentes; por esto es importante conocerla a continuación:

---

<sup>1</sup> La columna quinta es un blog de Juan Francisco Beltrán, <http://lacolumnaquinta.wordpress.com>

<sup>2</sup> Juan Francisco Beltrán es periodista desde 1997. Estudió en la escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca- Ecuador.

El cable de Wikileaks<sup>3</sup> ¿Cuán libre es la prensa en Ecuador? Habla del problema de esa libertad y los intereses económicos en Ecuador, fechado el 13 de Octubre del 2004. Este documento fue dado a conocer por diario El Comercio, pero la nota del Diario Quiteño no transcribe toda la parte donde la entonces Embajadora estadounidense Kristie Kenney habla de la disputa entre Teleamazonas y TC Televisión, que también se resume en estas dos notas de archivo del diario El Universo: “Iglesia advierte de caos financiero por pugna de poderosos”, y “Egas e Isaías intercambian comunicados”.

En resumen estas publicaciones explican lo siguiente:

Fidel Egas, entonces propietario de Teleamazonas y del Banco Pichincha, tuvo un conflicto con los hermanos William y Roberto Isaías, ex propietarios de Filanbanco y prófugos de la justicia ecuatoriana por la acusación de cometer actos de corrupción, que derivaron en la quiebra de su Banco. Teleamazonas inició la serie de reportajes “Prófugos por la Banca” y, en respuesta, en TC Televisión se cuestionó la solvencia y se acusó de “piramidación financiera” al Banco Pichincha, lo que desató un retiro masivo de depósitos. El entonces diputado Patricio Dávila, a quien se acusaba de estar vinculado con los Isaías, también hizo denuncias de irregularidades del Banco Pichincha, mientras Teleamazonas difundió denuncias en contra de Dávila. La jerarquía de la Iglesia Católica medió y logró un “pacto de no agresión” entre Teleamazonas y TC Televisión.

Según el cable filtrado por Wikileaks, Teleamazonas acordó dar marcha atrás a la cobertura de la familia Isaías y la quiebra de Filanbanco, mientras TC puso fin a sus ataques contra el Banco Pichincha. Al mismo tiempo, Teleamazonas se comprometió en dejar la cobertura de las acusaciones contra Dávila y él, a su vez, desistió de hacer las denuncias de irregularidades del Banco del Pichincha. Con esto lograron la paz y los depósitos volvieron al Banco Pichincha.

---

<sup>3</sup> **WikiLeaks** (del inglés *leak*, ‘fuga’, ‘goteo’, ‘filtración [de información]’) es una organización mediática internacional sin ánimo de lucro que publica a través de su sitio web informes anónimos y documentos filtrados con contenido sensible en materia de interés público, preservando el anonimato de sus fuentes.

Lo más interesante viene en la opinión de la embajadora Kenney, que no incluye diario El Comercio en su nota:

“Más preocupante es la relación entre el sector privado y los intereses comerciales de los medios de comunicación que lo demuestra la controversia TC Televisión - Teleamazonas. Es un ejemplo de que los intereses económicos limitan la libertad de prensa mediante la inhibición a la prensa para desempeñar su función de vigilancia.

Hubo escasa cobertura o análisis de esta disputa. Pero el hecho de que la prensa se sienta libre para criticar el Gobierno, pero no a un banquero prófugo y los intereses comerciales de su familia, revela mucho acerca de dónde reside el poder en el Ecuador.

De esta forma se puede observar que los medios de Televisión privados la mayoría de las veces están regidos a sus mayores inversionistas, como se lo explicó anteriormente en el caso de canales de Televisión Privada (Teleamazonas y TC Televisión). Esta disputa fue transmitida por los respectivos noticieros de cada canal, tratando de que el público tome la postura que ellos decían, era la correcta.

En contraste a esta realidad surge la Televisión Pública como una necesidad para tratar de establecer un equilibrio informativo y otorgar los espacios sociales que los medios privados no han dado apertura. La ejecución y operación del proyecto de la Televisión Pública en el Ecuador nació en Noviembre del 2007, con el objetivo de disponer de un medio de comunicación alternativo a las propuestas de señales privadas existentes, a fin de apoyar las actividades productivas, educativas, culturales y ambientales del público local.

Por lo expuesto la inversión que realiza el Gobierno Nacional debería estar enfocada en impulsar esta propuesta, tendiente a mejorar la cobertura, calidad y disponibilidad de los medios de comunicación e información alternativos para los ciudadanos y ciudadanas del país. Sin embargo se debe analizar hasta qué

punto esta inversión es totalmente objetiva a favor de la información descentralizada y hasta donde los intereses del Gobierno se han vuelto o no prioridad en las transmisiones de la Televisión Pública. Para esto se analizará la parrilla de programación, así como estudios de opinión.

Por los antecedentes antes mencionados este estudio socioeconómico busca ser una herramienta que refleje la conducta de la evolución de la Televisión Pública y su impacto en la sociedad ecuatoriana desde el punto de vista social, político, económico y comunicacional, siendo así una fuente de información para la toma de decisiones de los actores políticos y sociales de nuestro país.

## *II. Objetivos*

### Objetivo General:

Comprobar sí desde la creación de la Televisión Pública el Estado ahorra en la inversión realizada en publicidad, propaganda e información sobre las actividades realizadas; en comparación de los años anteriores, en los que no existía un medio de comunicación pública en el país; lo que permitirá tener un diagnóstico para la toma de decisiones por parte de los Directivos de la empresa a nivel estratégico y financiero, estableciendo mecanismos para que la Televisión Pública sea autosustentable.

### Objetivos Específicos:

- 1.- Verificar si la Televisión Pública fomenta los espacios de información y discusión de problemas sociales de manera imparcial y descentralizada.
- 2.-Comprobar si la Televisión Pública es realmente independiente para transmitir sus contenidos.
- 3.-Estimar el ahorro que el Gobierno Central ha podido consolidar con la tarifa que ofrece la Televisión Pública para cursar sus campañas informativas versus

las tarifas de las Televisoras Privadas y la redistribución del mismo en los sectores desatendidos en otros gobiernos.

4.- Elaborar y entregar una planeación estratégica orientada a resultados, que permita a los Directivos del canal mejorar la toma de decisiones.

### *III. Marco de Referencia*

En este punto es importante analizar autores que hayan escrito e investigado sobre el tema del impacto que ha tenido la Televisión Pública en los diferentes países en los que funciona, tanto a nivel de transmisión, de contenidos informativos y de entretenimiento, como de la inversión realizada por el estado, y el impacto que este ha causado.

Como una guía se va a utilizar la investigación que dos autores han tenido sobre el desarrollo e impacto de la Televisión Pública a través de la historia. Sin embargo para sustentar este trabajo de tesis se investigará la evolución que la Televisión Pública ha tenido en Ecuador, como caso específico Ecuador Tv, tanto en sus contenidos informativos y de entretenimiento, como la inversión económica que ha realizado el Estado, para comprobar hasta qué punto esta inversión es sustentable económicamente.

Patricia Ortega Ramírez autora del libro: *Medios, ciudadanía y estado. Hacia la construcción de una Televisión Pública de calidad*; menciona que una de las principales diferencias que existe entre los medios comerciales y los medios públicos es la manera como cada modelo se relaciona con la sociedad. Para los medios comerciales, tener un elevado número de radioescuchas o telespectadores, significa mayores índices de rating y mejores posibilidades de aumentar sus ganancias por la venta de publicidad. En cambio, los medios públicos deberán estar interesados en tener una relación equilibrada de contenido y audiencia. Es decir estos medios se dirigen a ciudadanos con necesidades diversas de información, de entretenimiento y de cultura. Por eso, la planeación de la programación de las Televisoras Públicas deberá contener un conocimiento del sector o sectores sociales a los que se están dirigiendo así

como de su contexto y situación social. Se trata de ofrecer a los ciudadanos una programación con contenidos de utilidad y a su vez atractivos para diversos sectores. A los medios públicos les deberá interesar tener una amplia presencia social en todos los horarios y para todos los sectores de la población, no solo en los horarios clasificados como prime time.

Juan Luis Mandredi sustenta el concepto de calidad en una clara distinción entre la oferta de contenidos del modelo de la radiodifusión pública y la comercial. Para ese autor, la calidad del servicio público radica en la manera en que éste logra ser relevante para la vida local, regional y nacional de la comunidad proporcionándole contenidos esencialmente diferentes a los de la Televisión Privada. Mandredi considera que entre las propuestas futuras para la Televisión Pública está apostar por un periodismo cívico, programas para poblaciones vulnerables, contenidos educativos y de formación continua y el rediseño de los contenidos locales. En este sentido, es importante afirmar que en el desarrollo de las relaciones globales, característica de la vida contemporánea de nuestros países, la Televisión cumple una función importante de mediación no solo dentro de una misma nación o entre naciones, sino también entre lo local y regional con el resto del mundo.

El desarrollo de la Televisión Pública en América Latina se ve marcado por tres aspectos, la calidad de vida, la convivencia democrática y el desarrollo cultural, englobado en una gran variedad de televisoras con diferente estatuto de propiedad, con diferentes formas de financiamiento y con diferentes énfasis en su programación: propiedad estatal con dependencia o con autonomía del Gobierno, financiamiento total o parcial con fondos públicos, autofinanciamiento total o parcial.

Como se ha dicho, los pocos canales públicos latinoamericanos con una programación orientada sustantivamente a la educación formal y a la difusión de la alta cultura están en grave decadencia por su escasa audiencia y sus problemas económicos. Igualmente las estaciones gubernamentales programadas con una función propagandística, más burda o más encubierta,

no sólo no tienen credibilidad ni sintonía, sino además graves problemas financieros.

#### *IV. Hipótesis*

##### *General*

1.- La Televisión Pública es un medio imparcial que únicamente busca satisfacer las necesidades de información y entretenimiento del público local, sin verse obligada a transmitir la ideología del Gobierno al ser este su único inversionista.

##### *Específica*

2.- La creación de la Televisión Pública le ha permitido al Estado ahorrar en la inversión de publicidad, propaganda e informe de actividades y acciones realizadas por el Gobierno de turno.

## **Capítulo II:**

### **Historia y desarrollo de la Televisión Pública en América Latina**

#### *I. Historia*

El surgimiento de los medios de comunicación siempre ha estado ligado a la historia de la sociedad y sobretodo de la humanidad, en un inicio con el origen de la prensa, siguiendo a los primeros intentos de cine, el nacimiento de la Radio y tiempo después la Televisión, conocida actualmente como el medio de comunicación masiva con mayor impacto a nivel mundial.

La Televisión o visión a distancia existe originalmente desde Galileo Galilei y su uso del telescopio que permitía tener un mayor conocimiento de los hechos que iban a suceder a una gran distancia. Sin embargo, no es hasta 1884, con la invención del disco de Paul Nipkow cuando surge el primer cambio relevante que daría inicio a la Televisión primitiva de cómo hoy la conocemos, ya que gracias a la invención del iconoscopio de Vladimir Zworykin y Philo Taylor Farnsworth, la Televisión se vuelve electrónica, al disponer de una mayor definición de imagen e iluminación propia. Años después para 1910, el disco de Nipkow fue utilizado en el desarrollo de los sistemas de Televisión de los inicios del siglo XX.

Es así que las primeras emisiones públicas de Televisión las efectuó la BBC en Inglaterra en 1927 y la CBS y NBC en Estados Unidos en 1930. En ambos casos se utilizaron sistemas mecánicos y los programas no se emitían con un horario regular.

Las emisiones con programación se iniciaron en Inglaterra en 1936, y en Estados Unidos en 1939, las emisiones programadas se interrumpieron durante la Segunda Guerra Mundial, reanudándose cuando terminó.<sup>4</sup>

Sin embargo es a mediados del siglo XX donde la Televisión se convierte en bandera tecnológica de los países y cada uno de ellos va desarrollando sus sistemas de Televisión nacionales y privados. En 1953 se crea Eurovisión que asocia a varios países de Europa conectando sus sistemas de TV mediante enlaces de microondas. Unos años más tarde, en 1960, se crea Mundovisión que comienza a realizar enlaces con satélites geoestacionarios cubriendo todo el mundo.

La producción de Televisión se desarrolló con los avances técnicos que permitieron la grabación de las señales de vídeo y audio; logrando realizar programas grabados que podrían ser almacenados y emitidos posteriormente.

Para los años 70 se empezaron a desarrollar equipos basados en la digitalización de la señal de vídeo y en la generación digital de señales, permitiendo que el montaje de salas de postproducción pueda realizar programas complejos.

El desarrollo de la Televisión no se paró con la transmisión de la imagen y el sonido. Pronto se vio la ventaja de utilizar el canal para dar otros servicios. En esta filosofía se implementó, a finales de los años 80 el teletexto que transmite noticias e información en formato de texto utilizando los espacios libres de información de la señal de vídeo. También se implementaron sistemas de sonido mejorado, naciendo la Televisión en estéreo o dual y dotando al sonido de una calidad excepcional.

Hace 70 años surge la Televisión Pública, en países europeos de alto a y desarrollo como Gran Bretaña, Francia, Alemania, Bélgica, España, Italia, Dinamarca, Suecia, Noruega, entre los más destacados. Debido al contexto

---

<sup>4</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n>

histórico y político que vivió Europa en esa época, generó que se considere a la Televisión como un servicio público y un bien del estado, dando paso a las bases que luego la constituirían en la Televisión que conocemos hoy en día.

Además de las guerras, el déficit económico e inestabilidad política, lo limitado del espectro, en ese tiempo un bien escaso, ayudó a que la Televisión fuese controlada en su mayoría por el Estado, considerando que debía ser vista nacionalmente ya que existía una audiencia unificada. Debido a esto los canales eran sostenidos por los espectadores a través de impuestos establecidos por ley; la publicidad no fue aceptada como una fuente de ingresos para estas televisoras.

Siete décadas después de su nacimiento, la Televisión Pública se ha transformado de manera distinta en el mundo, dependiendo si su desarrollo se basó en el modelo europeo o en el estadounidense. El modelo europeo se enfoca en una Televisión que genera sus contenidos de manera independiente al no depender de empresas privadas para su financiamiento, mientras que en el modelo estadounidense, la Televisión Pública no pudo desarrollarse a gran escala debido a la gran demanda publicitaria que se generó en el país, relegándola a espacios cerrados de Televisión pagada e Internet.

Históricamente se consideró que la importancia de la Televisión Pública provenía de dar un servicio a la comunidad que fuese universal y sin interrupciones; por tal motivo el acceso debía ser gratuito y la difusión por señal abierta, para poder transmitir una programación enfocada en la educación, la cultura y lo informativo, en virtud de que iba dirigida al público, mediante una Política Nacional y unos principios que señalaban a los ciudadanos como poseedores.

Una de las razones más fuertes del porque en Europa la Televisión Pública tuvo un gran desarrollo y consolidación, se debe a las políticas estatales, en las que se considera que el Estado debe garantizar la unidad de la nación y una Televisión abierta y gratuita, provee la posibilidad de hacerlo, se garantiza así también el que el espacio público se preserve de la injerencia de intereses anti-nacionales y de comercio. De esta forma la Televisión era controlada por el

Gobierno, sobre la base del financiamiento público que demandaba esta industria de alto costo.

Este tipo de Televisión en Europa se convirtió en un contribuyente de la identidad política y cultural de cada país. Sin embargo al tener un alto costo de operación estructuró una organización centralizada de manera geográfica, cultural y creativa en las capitales de los países, relegando a las provincias al rol de receptor pasivo de las emisiones. Pocos eran los emisores y creativos que podían acceder al medio, la función de programar una estación de Tv y emitir esa programación estaba unida a la tarea de producir el material que sería difundido.

Se debe recalcar que la dependencia de la Televisión Pública del Estado la convertía fácilmente en un instrumento al servicio de las políticas del gobierno de turno, instrumento que las teorías televisivas de la época consideraban de una eficacia persuasiva omnipotente. Por esto al existir un centralismo político y cultural ha ido naciendo la necesidad del desarrollo de una Televisión descentralizada y con un acceso más plural para permitir mayor variedad de expresiones.

En Europa surgió un medio de comunicación público con un espacio independiente de las políticas de estado y de los gobiernos locales, este es el caso de la BBC en Gran Bretaña que presenta una gran independencia política del Gobierno y del Parlamento, heredada desde la formación de la cooperación radial en los años 30, y que no es habitual en los países europeos. Frente a la mayor autonomía de la Televisión Pública Británica, Francia y en general los países europeos han ofrecido una Televisión menos controlada políticamente por el Ejecutivo, de esta forma Italia evolucionó hacia una Televisión Pública controlada proporcionalmente por el Parlamento. Frente a estos conflictos por la expresión cultural de una Televisión Pública independiente de los gobiernos locales, los medios de comunicación públicos han empezado a operar en la actualidad con dos señales, una de las cuales puede ser programada con una programación general de entretenimiento e información y la segunda puede

destinarse a una señal especializada en contenidos de alta cultura, artes y letras, ciencia y tecnología, etc.

De esta forma la Televisión Pública europea ha ido creciendo de gran manera, sin embargo en Latinoamérica su influencia no ha sido tan fuerte y se refleja tan solo en pocas décadas atrás, debido a que el boom televisivo surge a la par o con poco tiempo de diferencia que en Estados Unidos, adoptando un modelo muy semejante al norteamericano, la influencia de esta en la Televisión resulta determinante. Ya que aun se privilegia a los privados y los públicos se encuentran en un lugar marginal.

Este privilegio que se les tiene a los medios privados se debe a que estos asemejan el modelo de lucro, lo que genera que en el público comience a crecer la necesidad de una Televisión que esté más enfocada a informar y transmitir programas culturales; lastimosamente por esta gran influencia anterior, el desarrollo de la Televisión Pública en Latinoamérica se encuentra en un sitio intermedio, entre el modelo europeo y el estadounidense, tratando de generar contenidos de calidad pero llevando a costas el gran peso de estar en una continua desventaja en inversión económica.

La Televisión Pública tiene ya una larga historia, llena de altibajos, de paradojas, de búsquedas y retrocesos, siendo incapaces aun de alcanzar una unidad tanto en el aspecto de lugar en el dial, salida al aire, infraestructura, presupuesto, organigrama y régimen legal, como en la producción de contenidos propios, sin embargo con notables diferencias, debido a los Gobiernos Locales que ahora se encuentran a la cabeza de los distintos países.

## *II. Desarrollo en América Latina*

El desarrollo de la Televisión Pública en América Latina se ve marcado por tres aspectos: la calidad de vida, la convivencia democrática y el desarrollo cultural, englobado en una gran variedad de televisoras con diferente estatuto de propiedad, con diferentes formas de financiamiento y con diferentes énfasis en

su programación: propiedad estatal con dependencia o con autonomía del Gobierno, financiamiento total o parcial con fondos públicos, autofinanciamiento total o parcial.

En primer lugar, el autor insiste en la necesidad de un enfoque tridimensional que considere la Televisión desde su dimensión de empresa (con los consiguientes requisitos empresariales, de gestión, financiamiento, viabilidad económica, reproducción ampliada, competencia, optimización de recursos, etc.); tratan de privilegiar temas y enfoques que aumenten la audiencia, de acuerdo con sus preferencias.

América Latina se propone un modelo que incluye la formación de la audiencia familiar, mediante la construcción de una cultura del protagonismo social para el desarrollo y la superación de la pobreza, donde la Televisión no se ocupa tanto de transmitir conocimientos útiles sino de reforzar la autoestima en los sectores más excluidos de la sociedad, para avanzar hacia políticas nacionales debatidas e informadas. Es precisamente ahí cuando el desarrollo de la Televisión Pública en América Latina corre un grave riesgo, debido a que hay una línea muy delgada entre transmitir información que realmente busque una formación en la audiencia y transmitir información que quiera influenciar los ideales del gobierno local a la ciudadanía.

Este peligro de manipulación es lo que ha generado en muchos países que este tipo de Televisión carezca de credibilidad, sumado la falta de una programación que cause interés, adicionalmente la inestabilidad en el financiamiento ha provocado que muchos canales de Latinoamérica vayan a la quiebra o estén en peligro de desaparecer; al depender de gobiernos de turno y una continua inestabilidad en la Dirección de los medios.

Existen varias posturas tanto en Dirección del medio como en el financiamiento que se debe realizar. Una postura busca mantener la información en manos del Gobierno pero privatizando el resto de la programación. Esta solución se ha ensayado en la mayoría de los canales públicos de América Latina, para intentar resolver la crisis de carencia de recursos y creatividad; es así que el

modelo colombiano de Televisión Pública consiste en licitar espacios a programadoras privadas, quienes producen los programas y venden publicidad para financiarlos. En cambio en Uruguay por ejemplo el gobierno opera a través de la empresa estatal que elimina ese aporte publicitario privado, con lo cual el canal entró en gran precariedad; la empresa también sufre los vaivenes administrativos en su dirección superior, de acuerdo con la orientación política del gobierno.

Otro caso es el de Bolivia que utiliza un financiamiento mixto: publicidad y asignación de recursos fiscales. Tiene poco rating y grandes limitaciones económicas por su clara orientación pro-gobierno de turno, quien ingresa y retira al director de la estación.

Un caso trágico es el de México que por la desorganización, la corrupción y pobre desempeño de las redes nacionales, los llevó a la privatización de los canales públicos y los convirtió en la empresa privada TV Azteca. Dejando en gran tela de duda los canales que quedaron como Televisión Pública que cubren parte del territorio por aire emitiendo una programación sustantivamente cultural, en el sentido tradicional de la expresión, con películas clásicas, documentales y series, programas de información e infantiles; de esta programación se han excluido las emisiones deportivas y las telenovelas, lo que ha hecho que su sintonía sea escasa con un rafting muy bajo.

En Chile la Televisión Pública lleva 40 años de existencia, durante sus primeros años fue totalmente financiada por el estado, sin embargo en la actualidad se autofinancia ya que transmite publicidad privada y los contenidos son similares a los de la Televisión Privada.

Al analizar la historia de la Televisión Pública en Latinoamérica los canales en crisis muestran una dirección ejecutiva superior cambiante según los vaivenes políticos; tal inestabilidad ha generado des continuidad en metas y planes empresariales, y en muchos casos corrupción e irresponsabilidad impune. Los pocos canales que subsisten exitosamente demuestran estabilidad en la dirección, y continuidad para desarrollar planificación estratégica en el mediano

y largo plazo; esto ha implicado profesionalización en la dirección empresarial administrativo-ejecutiva y en la realización programática.

Debido a esto las estaciones en crisis no lograron crear un eficiente sistema de sustentación económica, se intentó en la mayoría de los casos subsistir ignorando los intereses de la audiencia y fuera de la competencia por fondos económicos. Tampoco se logró insertarse en las redes de comercialización y doblaje para programas posibles a ser vendidos internacionalmente, en especial en América Latina.

La reciente reforma de TVN en Chile buscó también autonomizarla administrativamente para robustecerla como empresa e insertarla mejor en el mercado por la audiencia y por los recursos extraestatales. Los canales educativos estatales brasileños buscan también una reforma que les facilite la competencia por fondos económicos.

La reforma de la Televisión Pública en Colombia busca vigorizar el desarrollo de la industria diversificando la competencia. Esto es, los canales que sobreviven exitosamente lo hacen en el mercado, luchando por conquistar audiencia, por obtener recursos, y buscando insertarse en el intercambio internacional.

Otro de los problemas que existen con el desarrollo de la Televisión Pública en Latinoamérica según Rafael Roncagliolo <sup>5</sup>es que las estaciones públicas de Radio y Televisión “ante todo han sido instrumentos políticos, más que estar orientadas al servicio público, y han fallado en tener un impacto sociocultural importante”.

### *III. Características generales de la Televisión Pública*

Una de las principales características de la Televisión Pública es el desarrollo histórico y político, con el objetivo de un uso social y educativo de una

---

<sup>5</sup> Rafael Roncagliolo Orbegoso (Lima, Perú, 14 de noviembre de 1944) es un sociólogo, periodista y profesor universitario, especializado en derechos de la comunicación.

tecnología, al servicio público con un alcance masivo y que dependen de alguna instancia del Estado.

Al ser Televisión Pública su objetivo está enfocado en las necesidades y preferencias del ciudadano más que a las del consumidor, lo que le permite la construcción de un espacio público de comunicación y diálogo entre los diversos actores sociales y las diferentes comunidades culturales. Este tipo de apertura permite la elaboración de bases audiovisuales para formar una cultura nacional, en la que se modulan las diferencias regionales y locales.

Debido a esto la Televisión Pública tiene una gran responsabilidad social de hacerse cargo de la complejidad geopolítica y cultural de la nación, tanto en el plano de las prácticas sociales, valores colectivos y las expectativas de futuro, así como trabajar en la construcción de lenguajes comunes, que permitan que las diferentes realidades sociales y culturales se integren en una identidad nacional. Lo que nos lleva a señalar la siguiente característica de este medio, que es el ofrecimiento de una imagen permanente de pluralismo social, ideológico y político, abriendo espacios a las voces más débiles, como las minorías culturales (los indígenas) y los creadores independientes (en video, música, teatro, danza).

Es así que la razón por la cual se justifica y se legitima su existencia se debe a que esta puede ofrecer una programación diferente a la de otras estaciones, sin embargo para lograr este objetivo debe ser apreciada y sintonizada por la audiencia; en este sentido la programación que se transmite por la Televisión Pública debe ser atractiva para el televidente y capaz de competir con el atractivo de otras programaciones elegibles de los medios privados; sin que esto quiera decir que la programación emitida por el Medio Público va a remplazar lo privado, lo que en realidad se busca es generar contenidos complementarios a los de otras televisiones tanto nacionales como internacionales.

¿Porque es tan importante la programación que se transmite en la Televisión Pública? Por un hecho simple en los medios de comunicación en especial la

Televisión su razón de ser, de existir es su contenido pero sobretodo la influencia que genera en la sociedad, sea esta positiva o negativa, sino tienen audiencia caen en la paradoja de intentar constituirse en un servicio público sin público o con una audiencia elitaria y marginal; en este caso difícilmente tiene respaldo del público masivo y legitimidad sociopolítica, ya que los servicios públicos tradicionalmente se han concebido como bienes o servicios de baja calidad.

De ahí el valor del flujo televisivo que propicia ese descentramiento de la mirada, esa pluralidad de sensibilidades que desfilan por la programación, esa pantalla que se hace hipertexto por el zapping y ese palimpsesto en que se convierte la programación por lo que junta en estéticas, gustos, saberes, sueños, reconocimientos.

Al analizar este panorama, en cuanto a las características y funciones que tiene la Televisión Pública, debe ser entendida como un medio para hacer y crear cultura, ya que esta proporciona el escenario privilegiado en el cual se expresan las transformaciones más de fondo de las sensibilidades y las identidades de las mayorías sociales. Es decir tener la capacidad de ser un medio de comunicación que recoja y transmita una Televisión de calidad enfocada en captar la vida, sus rutinas y sus sorpresas, sus inercias y sus "milagros", al mismo tiempo la que expresa una estética propia mediante la permanente experimentación de sus lenguajes y expresividades, teniendo la capacidad de encerrar en un solo espacio transmisiones y contenidos que tengan como objetivo fundamental lo cultural, lo educativo y lo comunicativo deben tener como finalidad el proyecto ético de nación y comunidad deseada, como ejemplo en la naciente Televisión Pública Ecuatoriana, su enfoque es formar ciudadanos competentes para convivir con el otro y actuar en el horizonte de la paz y la diversidad cultural, ya que el concepto de Televisión Pública tiene sentido cuando se transmite a los usuarios un conjunto de mensajes e informaciones de naturaleza cultural que contribuyen de manera notoria a su mejor formación educativa e intelectual o a su elevación y dignificación espiritual.

#### *IV. Enfoque y segmento al que se dirige*

El enfoque de la Televisión Pública es cumplir a cabalidad la función que le corresponde de ser un espacio de representación de la diversidad social, política económica, étnica, religiosa, etc.

##### *La formación de la audiencia:*

Enfocada más en la línea de una educación extraescolar, la cual responde mejor a las necesidades existenciales latinoamericanas y a las expectativas de la audiencia concreta (educación para la vida cotidiana), en lugar de proponerse la escolarización formal de la Televisión.

En efecto, los estudios de recepción de la Televisión por parte de la audiencia han revelado que una de las grandes expectativas de utilidad educativa se relaciona con la mejoría de la calidad de vida en el hogar y la familia. Esta expectativa es consistente con el hecho que la recepción televisiva ocurre sustancialmente en el hogar.

Desde un punto de vista formal, la expectativa de la audiencia se relaciona con géneros habituales, a menudo descalificados como de «mera entretención», pero desde cuyo interior la audiencia tiene la expectativa de extraer elementos útiles para enfrentar las necesidades de la vida cotidiana. Es decir, los estudios indican no sólo contenidos sino también géneros y formas televisivas educativamente útiles a la audiencia, los cuales deben ser revalorizados y perfeccionados para hacerlos más satisfactorios a las demandas de la gente.

Este objetivo de formación puede beneficiarse de la acumulación efectuada por la educación popular latinoamericana, tendiendo como prioridad fortalecer la calidad de vida cotidiana en el hogar y en la familia; además, objetivamente se ha constatado que la baja calidad de vida familiar contribuye decisivamente a graves problemas sociales como la violencia intrafamiliar, maltrato infantil,

deserción escolar, drogadicción y alcoholismo, enfermedades, depresión e incapacidad de relaciones afectivas, pobreza, niños de la calle, delincuencia juvenil, etc.

*Generación de una cultura del protagonismo social:*

Para el desarrollo y para la superación de la pobreza en lugar de una Televisión al servicio del protagonismo de los líderes socio-políticos y la descalificación de sus adversarios.

En efecto, los estudios de recepción televisiva también permiten concluir que un importante esfuerzo educativo necesario de efectuar con el mundo popular es una comunicación televisiva para robustecer su autoconfianza personal y grupal como productores y como actores sociales.

Se ha detectado que la necesidad educativa más importante para la audiencia popular va más por el lado actitudinal de su auto estima que por transferencia tecnológica, o contenidos escolares formales. Ya no se trata de que expertos traspasen información y conocimientos técnicos sino potenciar el factor humano en su capacidad de protagonismo.

La autoestima de los niños puede ser fomentada a través de su protagonismo exhibido en secciones de programas infantiles y en algunas series extranjeras. El gran valor social que niños y jóvenes pueden esperar de la Televisión va mucho menos por el lado de entregar conocimientos escolarizados y más por programas que incentiven afectivamente estimulando la curiosidad, la seguridad en sus capacidades, confianza y energía para crecer ante los adversarios y la dureza de la vida.

El protagonismo juvenil es posible reforzarlo con su incorporación a programas de debate y conversación con adultos, como forma simbólica de valorización social (esto es, identidad y capacidad) en su transición al mundo adulto.

*Reforzamiento de la identidad a través de la presencia de la cultura:*

Desde un punto de vista cultural hoy se constata en América Latina un proceso que re aprecia muchos productos y mensajes culturales cuya circulación con popularidad masiva se estima que ha constituido el más importante cauce para mantener una identidad cultural-regional por encima de los límites geográficos y de los conflictos entre los estados, y por encima de las disputas ideológicas que han dividido a las elites académicas; las formas populares de religiosidad cristiana; el arte religioso popular barroco y la música religiosa popular, las fiestas populares y carnavales; las artesanías regionales y locales, etc. La mayoría de estos bienes culturales han sido sucesivamente descalificados como «vulgares» por las elites latinoamericanas, añorando productos similares a los europeos.

El hecho de que las elites políticas y académicas de América Latina no sepan reconocer las señales de identidad cultural que millones de latinoamericanos reconocen en la telenovela y en otros productos culturales populares sólo concluiría en la alienación estética y el racismo cultural de esas elites en relación al pueblo latinoamericano. La actual revalorización de estos bienes culturales no significa excluir la alta cultura de la Televisión Pública sino otorgarle un valor complementario a estas otras más importantes manifestaciones de identidad cultural masiva.

*Espacios de información y discusión:*

Aquí se abordan los problemas sociales para avanzar hacia políticas nacionales con el fin de enfrentarlos, así la información adquiere un estatuto más modesto, el cual es evitar la desinformación interesada. Este objetivo informacional dispone de un gran repertorio de géneros, como el noticioso, la entrevista, el debate, el reportaje, el documental, la revista, el periódico; los cuales se pueden entremezclar para adaptarse a los intereses de la audiencia.

Una programación con estos objetivos de utilidad pública cultural sería un modelo latinoamericano relativamente diferente a otras programaciones de canales comerciales, nacionales o internacionales diferente a los proyectos europeos clásicos de programación en Televisión Pública. Y al estar realizada en formatos atractivos para la audiencia puede proponerse ser masivamente apreciada y sintonizada.

#### *V. Fuentes de Financiamiento*

En América Latina más del 90% de canales son financiados directamente por el Estado. Países como México, Perú, Uruguay, Venezuela, Bolivia, Paraguay, Colombia, Argentina, Brasil trabajan de esta forma a excepción de Chile, donde la Televisión Pública se autofinancia transmitiendo publicidad pública y privada, sin embargo su línea editorial y los programas que transmite son muy similares a los de la Televisión Privada, y bueno de no ser así ¿Estarían las empresas privadas interesadas en pautar con este canal?.

De acuerdo con Juan Carlos Miguel<sup>6</sup>, los canales de Televisión Pública deben considerar en sus estrategias, cinco fuerzas de la competencia:

- 1) Cada una tendrá que diferenciarse de las demás, buscar su perfil e identidad; este punto es especialmente importante cuando se trata de Televisoras Públicas.
- 2) La segunda fuerza es la de las nuevas empresas que aparecen en el mercado.
- 3) La tercera es justamente la de “los productos sustitutos”. La Televisión Pública puede considerarse un “producto sustitutivo” que no representa amenaza en el terreno económico, señala Miguel. Sin embargo si lo es, y de manera fundamental, en el mercado y la lucha simbólica.

---

<sup>6</sup>Juan Carlos Miguel de Bustos (Palencia, 1955) Catedrático de Comunicación Audiovisual Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Universidad del País Vasco.

- 4) La cuarta fuerza es la de los proveedores. De acuerdo con su poder de negociación, se imponen los productos y los precios. Las Televisoras culturales acuden a proveedores externos para completar su carta programática. Y la oferta en esta materia es reducida, por lo cual se dificulta la diversificación. Los precios también suelen ser un obstáculo en razón de lo limitado de los presupuestos.
- 5) Finalmente se encuentra el poder de negociación de los agentes del mercado, en el caso de las televisoras privadas, mediante la publicidad.

En este caso el poder depende del interés que tenga el Estado en apoyar a los medios públicos, mientras que los requerimientos de capital suelen fluir cuando se acepta como responsabilidad gubernamental la existencia de dichos emisores. En caso contrario, los recursos escasean. El dinero fluye hacia los privados para lograr la promoción de políticos y estrategias gubernamentales, esto provoca que se descuide a los medios públicos.

Es probable que se requiera un sistema mixto, con alguna asignación de fondos públicos para programas específicos, publicidad y patrocinios e ingresos por otros negocios (venta de programas, inserción en el cable, etc.) pues hoy en día ni la publicidad ni los fondos estatales son suficientes para solventar el alto costo de la programación, ni la permanente renovación física y tecnológica, ni las inversiones de largo plazo.

## Capítulo III:

### La Televisión Pública en el Ecuador

#### *I. Nacimiento de la Televisión en el Ecuador*

Según el libro “La primera pantalla: Crónica del nacimiento de la Televisión en el Ecuador”, del escritor y la pluma portovejense y manabita Fernando Macías Pinargote, La historia del nacimiento de la Televisión en el Ecuador está ligada a algunos personajes, pero los principales son los esposos Michael Rosenbaum y Linda Zambrano de Rosenbaum, él Alemán, ella Manabita. Michael era hijo de inmigrantes judíos alemanes que habían huido de los fragores de la segunda guerra mundial y se habían radicado en Ecuador.

En Guayaquil conoció a Linda Zambrano, manabita nacida en Bahía de Caráquez, Provincia de Manabí, y se casaron.

En 1957 contrajo el matrimonio y realizó un viaje a varios países de Europa, y antes de retornar a Ecuador adquiere equipos de Televisión de la fábrica alemana Grundig y los trae al Ecuador. Llegan al país en Abril de 1959.

Acá arman los equipos a través de un técnico y realizan exhibiciones de Televisión en 1959, primero en Quito, y luego en Guayaquil. En Quito no logran apoyo para la instalación de un canal de Televisión, lo que sí encontraron de alguna manera en Guayaquil. El Primer circuito cerrado realizado en Guayaquil se efectuó el 29 de Septiembre de 1959, a las 8 y 30 de la noche.

Por esas cosas del destino, casi paralelamente sucedió otra historia: HCJB TV (hoy Televozandes), misión evangélica radicada en Ecuador, a través de su misión en Estados Unidos había recibido en donación unos equipos General Electric que habían pertenecido a una empresa de TV en Estados Unidos y que habían sido reparados por el misionero estadounidense Gifford Hartwell.

Los equipos llegaron a Quito en Junio de 1959 Ambos grupos, cada uno por su cuenta, y aparentemente ignorándose uno y otro, iniciaron las gestiones para la instalación de un canal de Televisión en el país. Para ello era necesario que se

elaborara una reglamentación sobre usos de frecuencia de TV, que no existía en el país. Esta se dio y fue el Decreto N° 1917, promulgado por el entonces Presidente Camilo Ponce Enríquez, publicado en el registro oficial con el número 985, el 5 de Diciembre de 1959 expiden reglamento para televisoras. Se aprobó el reglamento para la instalación de estaciones transmisoras de televisión. El Primer Mandatario firmó el Decreto N° 1917 que contiene el mencionado reglamento que fue elaborado por el Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones. En el reglamento se determina que se entiende por Televisión un sistema de telecomunicaciones para la transmisión de imágenes. En esta pugna por llegar primero, el Estado otorgó la primera frecuencia de Televisión a nombre de Linda Zambrano de Rosenbaum, para el funcionamiento de Canal 4, Teletortuga y Primera Televisión Ecuatoriana Canal 4 de Televisión con sede en Guayaquil, mediante decreto ejecutivo emitido con fecha 1 de junio de 1960.

Doña Linda recibió de manos del entonces Ministro de Obras Públicas Sixto Durán-Ballén el documento histórico que la convertía en la primera concesionaria de un canal de TV en la historia del país. El Canal fue inaugurado oficialmente el 12 de diciembre de 1960.

En cuanto a la misión evangélica, ésta tuvo de esperar hasta 1961 en que se otorga el permiso de funcionamiento para HCJB TV, que fue el segundo canal de TV en la historia del Ecuador, con funcionamiento en Quito. El Decreto Ejecutivo se publica en el registro oficial el 12 de Mayo de 1961, con el número 821, firmado por el Dr. José María Velasco Ibarra, Presidente del Ecuador. Así empezó la historia de la Televisión comercial en nuestro país. La Ex-Teletortuga y la Ex-Primera Televisión Ecuatoriana Canal 4 de Televisión hoy es la actual RTS Red Tele Sistema en la ciudad de Guayaquil, y la Ex-HCJB TV Canal 4 de Televisión hoy es la actual Teamazonas en la ciudad de Quito. Esta es la verdadera historia del nacimiento de la Televisión en el Ecuador, probada con testimonios fehacientes de los protagonistas y con los documentos históricos.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n\\_en\\_Ecuador](http://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n_en_Ecuador)

## II. *Reseña histórica de Gobiernos anteriores*

La República del Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia social, democrática, soberana, independiente, unitaria, intercultural plurinacional y laico. Se organiza en forma de República y se gobierna de manera descentralizada, según reza el artículo 1 de la Constitución de la República del Ecuador<sup>8</sup>.

Ecuador es un país que a lo largo de la historia ha tenido cambios significativos en cuanto al camino político y económico, esto de acuerdo al liderazgo y tendencia política del mandatario a cargo. Es así que ningún gobierno hasta la Presidencia del Eco. Rafael Correa Delgado, Presidente Constitucional de la República del Ecuador desde el año 2007 se ha preocupado por la existencia de medios de comunicación públicos, pese a que en área social han existido obras muy importantes enfocadas en salud y educación, aunque en su mayoría por partidos de izquierda o populistas más que de derecha, los medios públicos han sido dejados de lado.

Ahora es importante analizar los antecedentes que han tenido los gobiernos anteriores al del Eco. Rafael Correa. Comenzaré desde Jaime Roldós, quien marca el inicio de la vida democrática en el Ecuador después de mandatos militaristas y dictatoriales.

Jaime Roldós pese a que gobernó muy poco debido a que murió sin poder completar su periodo presidencial, es considerado por la historia como uno de los mejores líderes que ha tenido el Ecuador, debido a que impulsó las obras de sus antecesores, se preocupó de dotar de vivienda a los ecuatorianos más necesitados, como por ejemplo el sector de Durán Provincia del Guayas. Impulsó como una de sus grandes preocupaciones la educación en todos los niveles. El Plan Nacional de Alfabetización fue su gran anhelo, que se llevó a cabo en su administración así como el Desayuno Escolar desde el 4 de febrero de 1980, para combatir la desnutrición escolar, mantener el estado anímico y

---

<sup>8</sup> ([http://es.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica\\_de\\_Ecuador](http://es.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica_de_Ecuador))

capacidades intelectuales, consiguiendo así alumnos con mejores capacidades de aprendizaje.

Después del fallecimiento de Roldós el vicepresidente Oswaldo Hurtado, asumió la Presidencia de la República, intento seguir con las obras a medida de las posibilidades económicas del país, siempre dando una imagen derechista que está a favor de la libertad y la democracia. Por eso, sorprende que se haya publicado en forma reservada un decreto que, bajo el pretexto de la declaratoria del "estado de emergencia", autoriza una serie de requisiciones que violan los principios del convivir social ecuatoriano. Llegando al extremo de disponer que los medios de comunicación social serán administrados por sus propietarios, bajo control del Estado, pudiendo ser requisados.

León Febres Cordero en cambio marca el período político más difícil para la prensa ecuatoriana. En efecto, ni bien se apagan los ecos de algún hecho en que el periodismo aguantó lo suyo por obra y desgracia de un "malentendido", un equívoco o lo que fuere, cuando ya se alza un nuevo clamor porque ¡otra vez!-, el periodismo es objeto de señalamientos, acosos infundados, desautorizaciones..

Siguiendo esta línea de ataques a los medios de comunicación y a la libre expresión en general, en el Gobierno socialdemócrata de Rodrigo Borja se produjo un incidente con Radio Sucre cuando el Presidente decidió cerrar la emisora tras vencer el plazo dado a sus dirigentes para que demuestren una acusación en contra de un familiar cercano al primer mandatario.

Después de la presidencia de Sixto Durán Ballén se desata la crisis más dura que tuvo que vivir el Ecuador en estas últimas décadas, primero con el advenimiento del Gobierno populista de Abdalá Bucaram que reavivó las tensiones del poder y la prensa, sobre todo por el estilo vertiginoso y confrontativo del primer mandatario con los medios de comunicación.

En los años de democracia, las líneas del poder y los medios también han respondido a otras dinámicas, impuestas por otros actores, como sucedió

durante la crisis financiera de 1999, con los gobiernos de Jamil Mahuad y Gustavo Noboa, cuando la tensión adquirió un componente regional debido al control que algunos de los Banqueros ejercían sobre determinados medios de comunicación.

Pocos años atrás en la presidencia de Lucio Gutiérrez, él aclaró a la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (Aedep) "que no es su intención promover ninguna ley que amordace la libertad de expresión". Asimismo, Lucio Gutiérrez señaló que su "espíritu libre y honesto se revela ante la mentira, el chisme, la calumnia que se lanzan irresponsablemente y quedan en la impunidad". El Presidente, además, dijo coincidir con la Aedep de que existen leyes que establecen sanciones penales para las conductas difamatorias e injuriosas "pero en la práctica sabemos que aquello no se aplica".

Ante estos problemas su gobierno planteo tener su propia red de medios de comunicación para informar sobre las acciones de la administración estatal. Así lo confirmó el secretario de Prensa de la Presidencia de esa época, Marcelo Cevallos. El sistema de comunicación gubernamental incluiría una estación de Radio y otra de Televisión, e incluso podría agregarse un medio impreso. El Estado ya tenía bajo su administración a Radio Nacional que, según Cevallos, debía ser modernizada porque poseía equipos de hace 25 años. Asimismo, Cevallos descartó que la propuesta de la red de medios sea para que el presidente pueda manejar sus propias noticias.

Este fue el primer intento de generar medios de comunicación públicos en el país, lastimosamente pese a que existían los recursos, el gobierno de Gutiérrez estaba tan desgastado que no pudo poner en ejecución su idea de crear medios públicos, ya que automáticamente fue atacado e inculpado en querer obtener poder para opacar su mala función.

### *III. Gobierno Actual*

Rafael Vicente Correa Delgado (Guayaquil, Ecuador, 6 de abril de 1963) es el actual Presidente de la República del Ecuador desde su victoria en las

elecciones presidenciales de 2006 y su posterior revalidación del cargo en las elecciones de 2009. Correa fue ministro de Economía en el gobierno de Alfredo Palacio en el año 2005. Tras su ruptura con el gobierno fundó el movimiento político Alianza PAIS, con el que ganó las elecciones de 2006, asumiendo el cargo de Presidente el 15 de enero de 2007. Durante su mandato tuvo lugar la promulgación de la actual constitución ecuatoriana en 2008. Fue presidente pro tempore de la Unión de Naciones Suramericanas en el año 2009.

En su discurso de toma de posesión, Correa se refirió a la necesidad de "la lucha por una Revolución Ciudadana, consistente en el cambio radical, profundo y rápido del sistema político, económico y social vigente".

Durante su gobierno, Correa dio importancia a la creación y fortalecimiento de medios públicos los cuales están administrados por instancias estatales a través del grupo de medios públicos RTVECUADOR, y son: Ecuador TV y Radio Pública, El Telégrafo, El Ciudadano, el periódico popular PP y la Agencia de Noticias ANDES.

Correa constantemente ha denunciado, lo que él ve como activismo político, a la reacción de varios canales de la televisión ecuatoriana. Denunciando el hecho de que estos son propiedad de grupos de negocios, relacionados con bancos que quebraron en la crisis financiera de 1999, dónde se dieron millones de dólares del Estado para rescatarlos, mientras miles de personas se quedaron sin sus ahorros de toda la vida.

Correa ha criticado a los medios de comunicación ecuatorianos de modo constante. Ha llegado a acusar a importantes medios de comunicación de estar vinculados a intereses bancarios y grupos de poder económico, señalando a muchos de ellos de manera directa (TC, Teleamazonas, Gamavisión, etc). Teleamazonas pertenece a los dueños de Banco Pichincha, mientras que TC, Gamavisión (hoy Gama TV) y Cablevisión están directamente vinculados a los hermanos Isaías, ex dueños de Filanbanco.

El 12 de julio se expidió un decreto ejecutivo, para modificar el reglamento de la Ley de Radiodifusión y Televisión, para prohibir la difusión de videos o grabaciones clandestinos a menos que estos sean realizados por instituciones para detectar actos de corrupción. La sanción para los medios podría incluir una multa y la suspensión de la concesión. Varios gremios periodísticos, entre ellos la AER y la UNP, consideraron que esto era violatorio a la libertad de expresión, y además una violación a la Constitución y las Leyes. La mayoría de diputados en el Congreso Nacional también señalaron que era inconstitucional e ilegal.

La OEA y la Comisión Interamericana de Derechos Humanos hicieron un llamado a eliminar los artículos del Código Penal sobre el desacato (230, 231, 232, 233), por considerar que constituyen violaciones a los derechos humanos. "Las leyes de desacato violan el derecho humano a la libertad de expresión, expresado en numerosos instrumentos internacionales, entre ellos la Convención Americana sobre Derechos Humanos y la Declaración Universal de Derechos Humanos. Las organizaciones internacionales y las organizaciones no gubernamentales de todo el mundo han expresado en forma uniforme la necesidad de abolir estas leyes, que limitan la libertad de expresión al castigar las expresiones que pudieran ofender a los funcionarios públicos".

#### *IV. Nuevos Actores en escena*

Estos nuevos actores están enfocados en los representantes del Estado que tienen que ver con la creación y desarrollo de los medios de comunicación pública ya sea de una manera directa o indirecta, según el rol definitivo que estos medios cumplirán en su papel de informar entretener a la ciudadanía a través de programas culturales, educativos e informativos imparciales, y por su puesto la ciudadanía que tiene un papel fundamental en el desarrollo de este tipo de medios que son creados para su beneficio y no para cuestiones políticas.

De esto pueden surgir muchas dudas e inquietudes, ya que los tres actores nuevos son los medios públicos entendidos como Prensa, Radio y Televisión,

sin embargo para el análisis de esta tesis todo el enfoque estará en la Televisión Pública. Una de las dudas puede ser cual sería la estrategia gobiernista para los tres tipos de medios públicos, pero para llegar a un mejor análisis al respecto voy a citar el informe de monitoreo que realizó Fundamedios<sup>9</sup> en octubre del 2009.

Se asume que los medios públicos deben cumplir una tarea periodística comprometida con el ciudadano, con el elector, con el hombre de a pie, con la sociedad desagregada e individualizada y a la cual el poder político debe su razón de ser. Se asume además que esa tarea se enmarca en principios que rigen a los medios públicos a nivel general.

Para medir el real impacto que tiene este medio en la sociedad se debe analizar los sistemas que se han ido creando, sumado a si existe o se plantea la existencia de un organismo conformado por la sociedad civil, críticos, academismos, comunicadores y representantes de la asamblea que definan y analicen hasta qué punto es necesaria la creación y manutención de la Televisión Pública por parte del gobierno y si esta en realidad cumple con los objetivos, por los cuales fue creada.

Teniendo en cuenta el impacto que puede generar la Televisión Pública está sumergida como todas en el desarrollo de su programación por la competencia que existe para Ecuador TV es aún más difícil lograr una adecuada modernización de la programación que involucra no sólo una evolución conceptual sino un conflicto social por el poder de expresarse televisivamente. Así, la comparecencia televisiva involucra una lucha por la identidad y por la capacidad como actor sociocultural. Pero ahora el conflicto es más complejo pues trasciende ampliamente la antigua lucha por la expresión televisiva entre los actores políticos en disputa por el poder.

Según el informe de Fundamedios, no solo los medios públicos son ahora los nuevos actores en escena, como los contenidos que se están desarrollando

---

<sup>9</sup> Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios

también han empezada a trazar una nueva tendencia y un nuevo desarrollo, es así que resultan relevantes las conclusiones a las que se llega tras la lectura del documento:

La política, la economía, la sociedad y los deportes abarcan el mayor espacio de la agenda de los medios públicos. Los otros temas cultura, tecnología, salud, etc.; son elementos marginales, casi de relleno. Este hecho revela que la agenda de los medios públicos desde su lógica e intereses no es muy distinta ni distante de la agenda de los medios privados, vistos también desde su lógica y desde sus intereses. Lo que interesa a los medios públicos es la esfera del Poder; lo que interesa a los medios privados es la esfera del Poder pero visto desde la otra orilla.

Mas actores sociales están presentes, como ciudadanos, en los espacios informativos y de opinión, pero carecen de fuerza, sistematización y presencia en la agenda de los medios públicos, ya que su participación efectiva se diluye en medio de la abrumadora agenda del Poder que manejan. Algo similar con otras características se ve en los medios privados, aunque las nuevas tecnologías de la comunicación, sobre todo las digitales, están forzando a las redacciones de los medios privados a ocuparse con mayor fuerza de las redes sociales y del periodismo ciudadano.

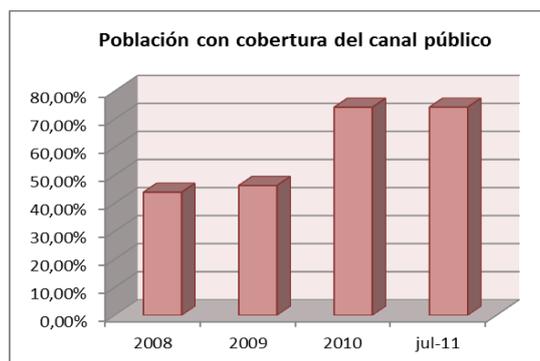
#### *V. Inicio y Alcance de la Televisión Pública en Ecuador*

Ecuador TV - Televisión Pública, es el canal de televisión ecuatoriana de servicio público de Ecuador, establecido el 26 de octubre de 2007 gracias a una provisión de fondos no-reembolsables de \$ 5 millones del Banco de Desarrollo Social y Económico de Venezuela (BANDES). El canal fue establecido al mismo tiempo que la instalación de la Asamblea Constituyente de manera que las sesiones pudiesen ser transmitidas en vivo a todo el país, operada por el Sistema Ecuatoriano de Radio y Televisión (SERTVE) en las ciudades de Quito y Guayaquil.

Ecuador Tv inicio su señal de prueba el 29 de Noviembre de 2007 con motivo de la instalación de la Asamblea Constituyente desde Ciudad Alfaro en Montecristi, provincia de Manabí. Desde primeras horas de la mañana transmitió su programación empezando con la entrevista al Presidente Correa y acto seguido con la instalación oficial de la Asamblea Constituyente de Plenos Poderes. Desde su nacimiento Ecuador TV se ha caracterizado por ser el canal con la tecnología más avanzada existente en el país, con transmisiones vía satélite de forma libre y online a través de internet para el mundo.

En el 2009 ganó el concurso de Mejor sitio web e interactivas TIC en la categoría Medios de Comunicación. En el 2010 fue el primer canal de Televisión de Ecuador en recibir a certificación ISO 9001-2008.

En la actualidad la señal de Ecuador Tv llega a todas las capitales de provincias, cubriendo el 74% de la población Ecuatoriana.



**Fuente: CENSO 2001**



**Foto: Estación Cerro Pichincha Televisión Pública**

## Capítulo IV:

### **Análisis de la inversión realizada por el Gobierno en la Televisión Pública y su impacto en el Presupuesto del sector de Telecomunicaciones.**

#### *I. Antecedentes*

Como se mencionó en el capítulo anterior el Banco de Desarrollo Social y Económico de Venezuela (BANDES) entregó al país un crédito no reembolsable de 5 millones de dólares para la creación de la Televisión Pública, sin embargo previo a la entrega de este crédito la Presidencia de la República presentó un proyecto denominado “Funcionamiento del Canal Tv Ciudadanía Ecuador “ a la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) para que sea viabilizado y aprobado, tomando en cuenta la inversión inicial por parte de BANDES.

En el análisis de la viabilidad económica financiera dicho proyecto menciona que el principal beneficio que se ha considerado es el derivado de los ahorros que el estado obtendría al evitar invertir en publicidad, propaganda e informar a la ciudadanía de las actividades y acciones que realiza el gobierno, no solamente como respuesta a las demandas colectivas, sino además, en cumplimiento de disposiciones legales que determina comunicar periódicamente a la comunidad los alcances, logros y limitaciones de las propuestas gubernamentales, haciendo efectiva la rendición de cuentas sobre el uso de los recursos públicos que están bajo su responsabilidad.

Para este análisis se utilizaron los siguientes supuestos:

*Beneficios cuantificables:* El funcionamiento de la Tv Pública Estatal posibilitará la inversión de presupuestos de organismos públicos en una entidad estatal, convirtiéndose finalmente en una reinversión. Los ahorros que generaría el proyecto están relacionado con la inversión que en los tres últimos años a realizado el sector público en diversos medios de comunicación y en especial

en el uso del tiempo aire, estimándose el 50% de los gastos realizados como atribuible al proyecto, como se indica en el cuadro siguiente:

<b>AHORROS POR INVERSION TV PRIVADA</b>			
<b>INSTITUCIONES PUBLICAS</b>			
<b>DOLARES</b>			
<b>ANIO</b>	<b>INVERSION TOTAL</b>	<b>INVERSION TELEVISION</b>	<b>50% TV</b>
2005	\$ 30.356.159,00	\$ 15.135.605,00	\$ 7.567.802,50
2006	\$ 48.053.989,00	\$ 26.899.307,00	\$ 13.449.653,50
2007*	\$ 44.596.065,00	\$ 24.563.633,00	\$ 12.281.816,50
			\$ 33.299.272,50
		<b>Promedio</b>	\$ 11.099.757,50

Realizado el cálculo del promedio invertido en los tres años, se realiza la correspondiente proyección de lo que eventualmente serían los gastos y que al funcionar el canal estatal se convierten en ahorros y será la justificación económica para su creación y funcionamiento, y que posteriormente se utilizaría en la estructuración del flujo de caja.

<b>PROYECCION</b>		
<b>Año</b>	<b>Inversión TV</b>	<b>% Incremento*</b>
2008	\$ 11.987.738,00	8,00
2009	\$ 12.922.782,00	7,80
2010	\$ 13.904.913,00	7,60
2011	\$ 13.961.686,00	7,60
2012	\$ 16.098.775,00	7,60
Nota: Incremento del PIB Nominal		

*Beneficios no cuantificables o intangibles:* La inversión que realice el Estado para promover la transición de nuestro país a la era digital provocará una movilidad grande de iniciativas y recursos por una sana disputa de la preferencia de la audiencia.

Mejora de la comunicación e información a nivel de toda la ciudadanía en un espacio donde la Televisión Privada no lo ha realizado hasta ahora.

Conocimiento en tiempo real de todas las realidades del país y sus problemas, es evidente que solo lo que se conoce se aprecia o es posible solucionarlo oportunamente.

Fortalecimiento de la identidad nacional y la construcción de un país desde lo local.

Fortalecer, ampliar la cobertura y mejorar la calidad de las actividades educativas a nivel nacional con mayor incidencia en las áreas dispersas y alejadas de las zonas rurales, con lo cual se podría convertir en un instrumento educativo de apoyo a las tareas y acciones de alfabetización, de difusión cultural y valores éticos y morales, que al momento se está desperdiciando o por lo menos subutilizado.

*Costos de operación y mantenimiento:* Un resumen de los costos que demandará la operación y mantenimiento del canal estatal se indica en el cuadro siguiente. Para las proyecciones de los siguientes años, se ha tomado como punto de referencia la tasa de crecimiento de la inflación del 2,9% anual, misma que es la considerada para el período de vigencia del Plan de Gobierno.

DESCRIPCION	COSTOS OPERATIVOS
Presupuesto 2007-Fase A	\$ 992.000,00
Presupuesto 2008-Fase B	\$ 5.844.000,00
<b>TOTAL</b>	\$ 6.836.000,00

Con estos antecedentes en este capítulo analizaremos si en realidad el Estado ahorra desde la creación de la Televisión Pública, comprobando o negando así la hipótesis específica planteada en el capítulo uno de esta tesis.

## II. Presupuesto Operativo de Ecuador Tv

A continuación se detalla la proforma presupuestaria real de los años 2007, 2008, 2009, 2010 y 2011 que Ecuador Tv recibió por parte del Gobierno para poder mantener operativo el canal.

DETALLE	2007	2008	2009	2010	2011
Gastos Operativos	698.495	5.708.660	9.004.400	13.736.405	22.348.376
Gastos de Capital	60.000	209.944	2.406.368	3.088.904	6.448.202
Inversión	0	0	0	16.958.000	3.776.197
<b>TOTAL</b>	<b>758.495</b>	<b>5.918.604</b>	<b>11.410.768</b>	<b>33.783.309</b>	<b>32.572.775</b>

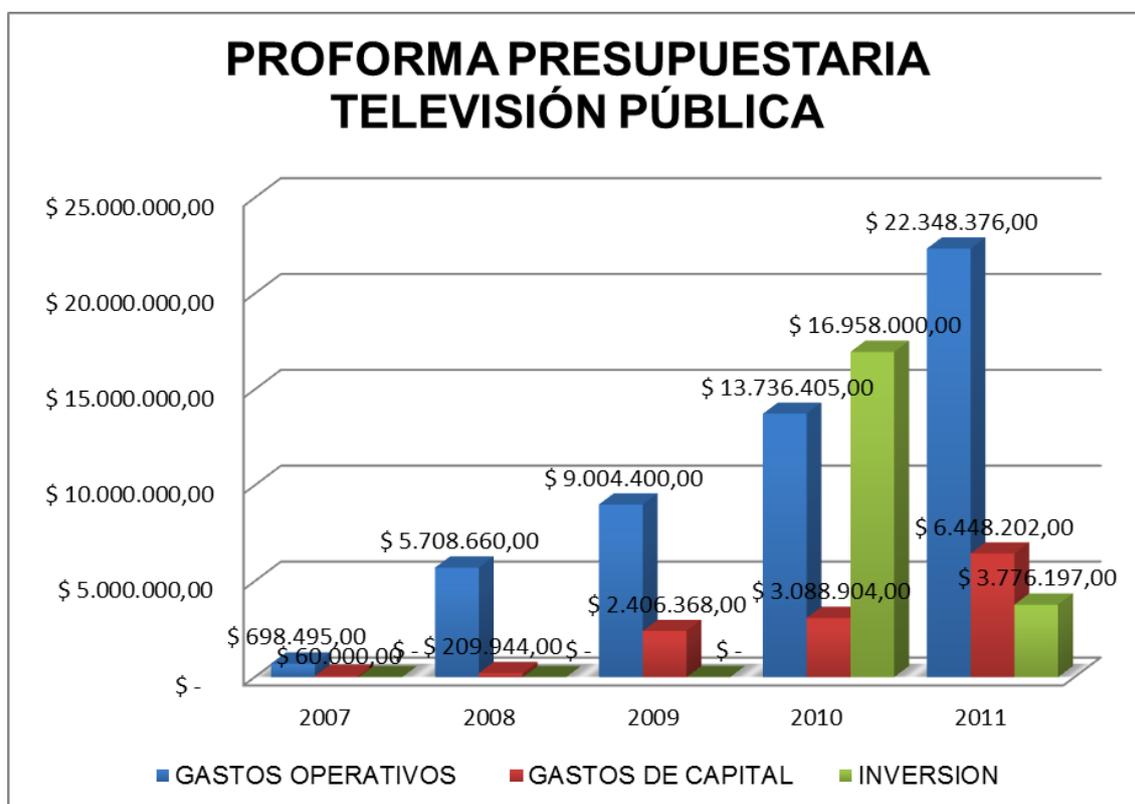


Gráfico # 1 Fuente: Coordinación de Presupuestos, Televisión Pública 2011

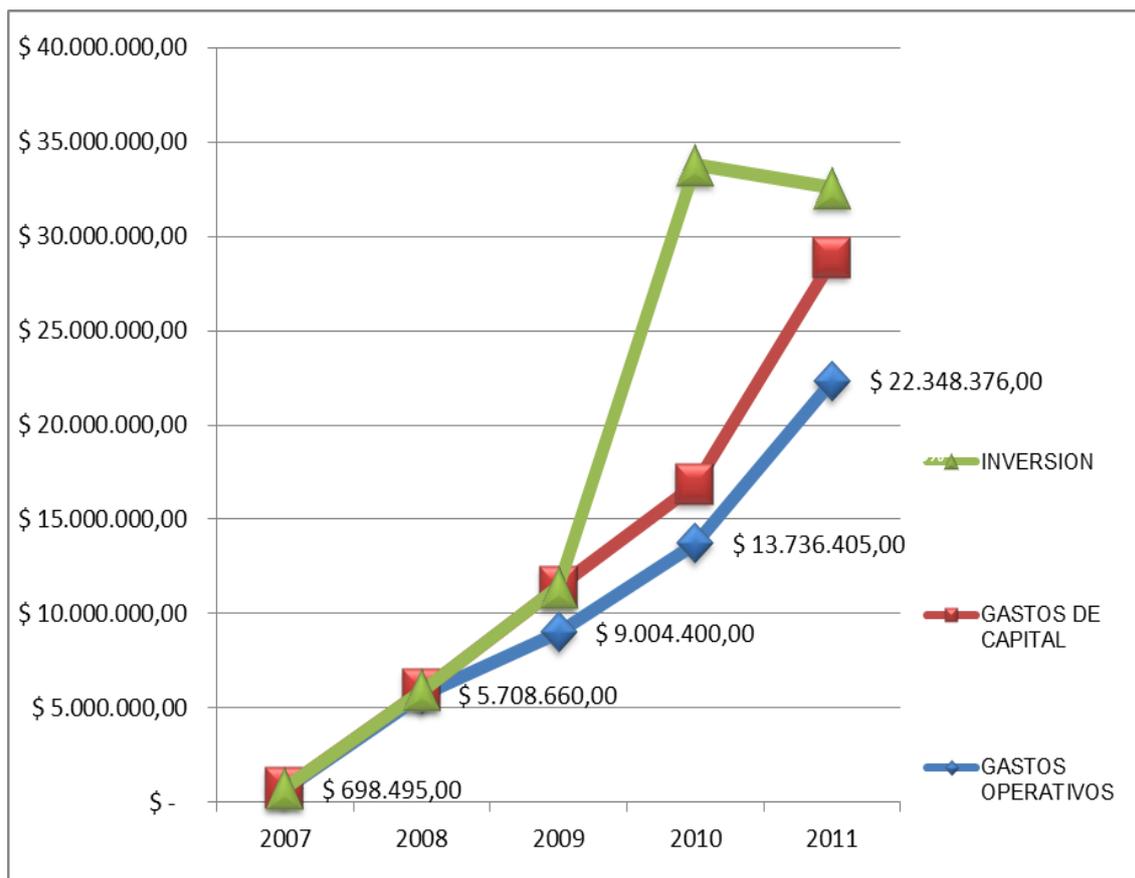


Gráfico # 2 Fuente: Coordinación de Presupuestos, Televisión Pública 2011

Se observa en el gráfico número 2 el incremento del gasto operativo del año 2010 al año 2011 es del 63%, un incremento bastante representativo en comparación con la proyección realizada por la Presidencia de la República.

### *III. Impacto en el Presupuesto General del Estado*

Recordemos que nunca antes el Gobierno había invertido en un medio de comunicación público como lo es la Televisión, por lo tanto es importante analizar qué impacto tiene en el Presupuesto General del Estado.

La inversión durante los últimos años en el sector de comunicaciones es el siguiente:



Gráfico # 3 Fuente: Ministerio de Finanzas, Presupuesto General del Estado

Se observa que en el gráfico número 3 existe un incremento abismal del año 2007 al 2008, justamente en este año toma posesión el actual Presidente de la República. Es importante mencionar que en este sector de comunicaciones intervienen varias empresas públicas como son: telefonía, telecomunicaciones, servicio de correo, entre otras; lo importante es notar que el Estado ha invertido más en este sector, si bien es cierto el porcentaje de participación de Ecuador Tv es mínimo en relación al monto total invertido en este sector, apenas un 0,084% en el año 2007, 0,227% en el año 2008, 0,189% en el año 2009, 0,470% en el año 2010 y 0,484% en el año 2011, pero a nivel general este porcentaje hace que el Estado tenga que invertir mas año tras año.

*IV. Ahorro generado en la inversión de propaganda, publicidad e información de las actividades y acciones realizadas por el Gobierno.*

En el gráfico número 4 se observa como en el proyecto inicial de la Presidencia de la República las proyecciones realizadas no se acercaron en lo más mínimo a la realidad, ya que a medida que el canal ha ido creciendo requiere de más recursos para mantener operativo este medio de comunicación público.

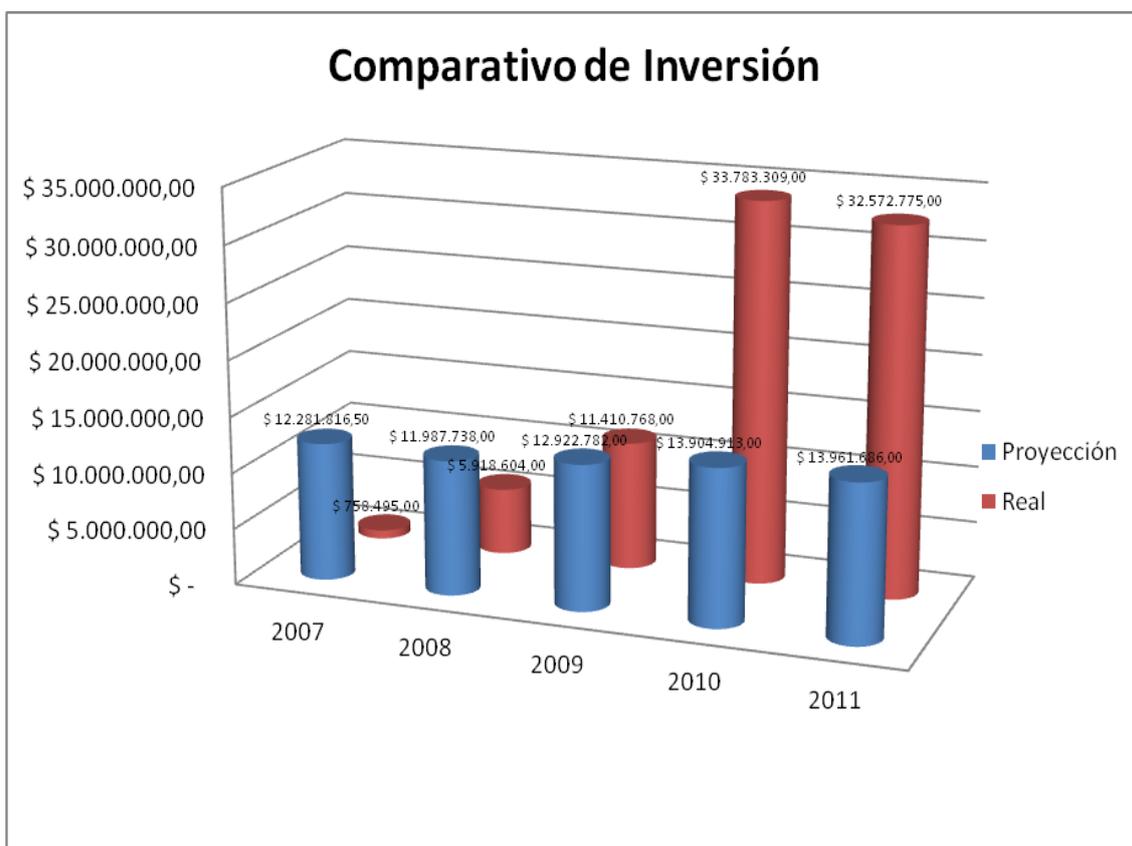


Gráfico # 4 Fuente: Televisión Pública, Coordinación de Presupuestos; Proyecto Presidencia de la República página

En el gráfico número 5 se observa la inversión que ha realizado el Estado en los medios de comunicación privados desde el año 2007 al año 2011, esta información provista por Infomedia-Ibopetime (Empresa que se dedica a la investigación de audiencia en Televisión) nos muestra que el Estado ha seguido invirtiendo fuertemente en los medios privados. Es importante mencionar que en dicha información no es tomado en cuenta Ecuador Tv sino hasta el año 2011, sin embargo la participación de Ecuador Tv es mínima.

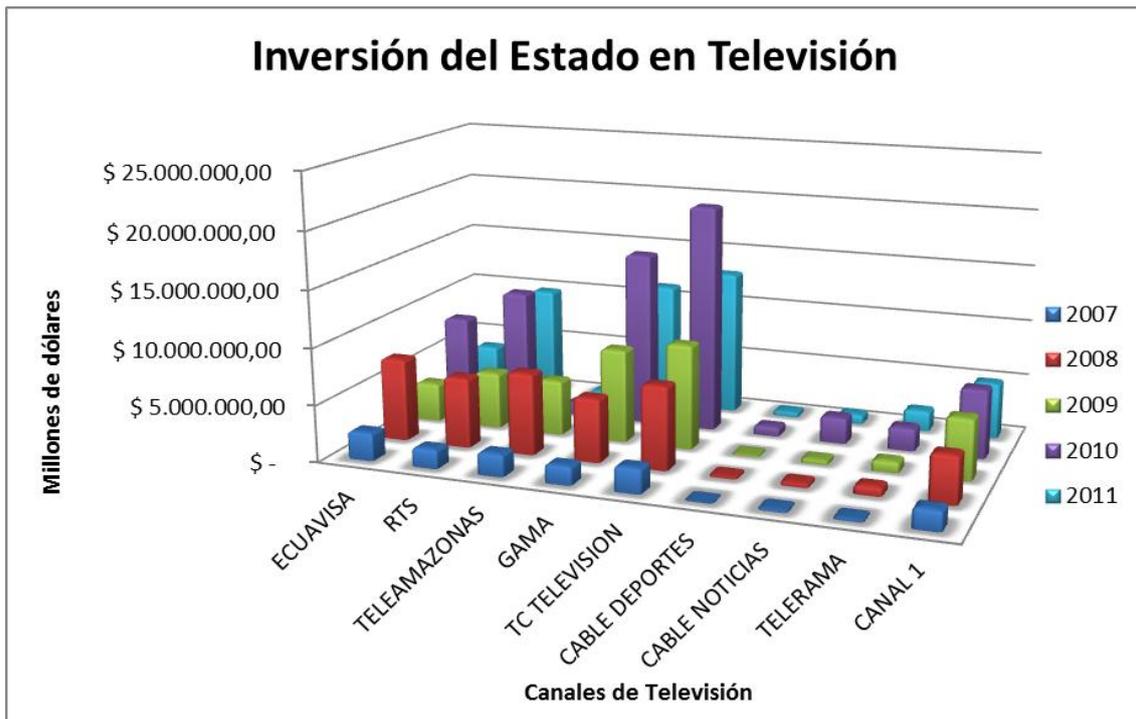


Gráfico # 5 Fuente: Infomedia- Ibopetime Inversión del Estado en Publicidad

El los gráficos 6, 7, 8, 9 y 10 se observa el porcentaje de participación de los medios de comunicación privados, lo interesante es ver como el Estado año tras año comienza a invertir más en Gama Tv y TC Televisión, canales privados que le pertenecían al Grupo Isaías y que fueron incautados en el año 2008 por el fideicomiso no mas impunidad.



Gráfico # 6 Fuente: Infomedia- Ibopetime Inversión del Estado en Publicidad

## Porcentaje de Paritipación 2008

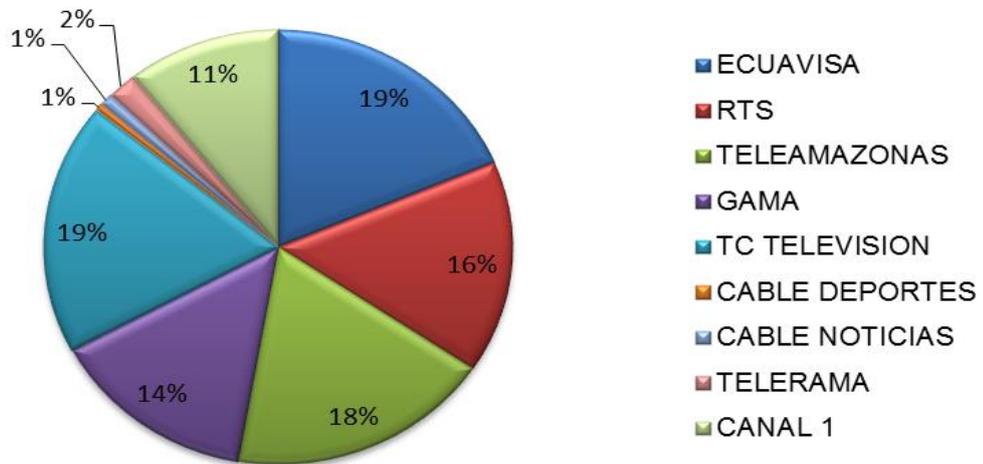


Gráfico # 7 Fuente: Infomedia- Iboptime Inversión del Estado en Publicidad

## Porcentaje de Participación 2009

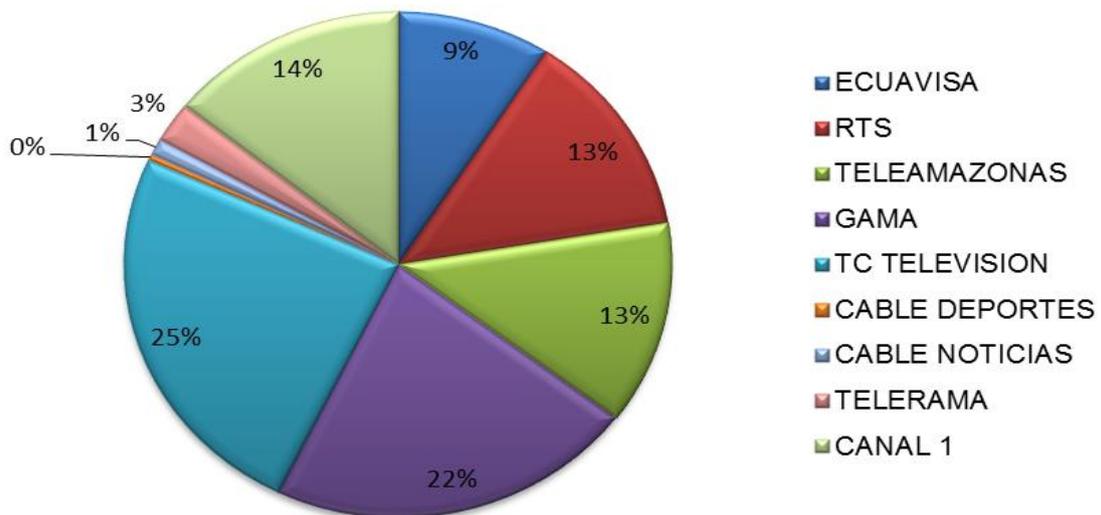


Gráfico # 8 Fuente: Infomedia- Iboptime Inversión del Estado en Publicidad

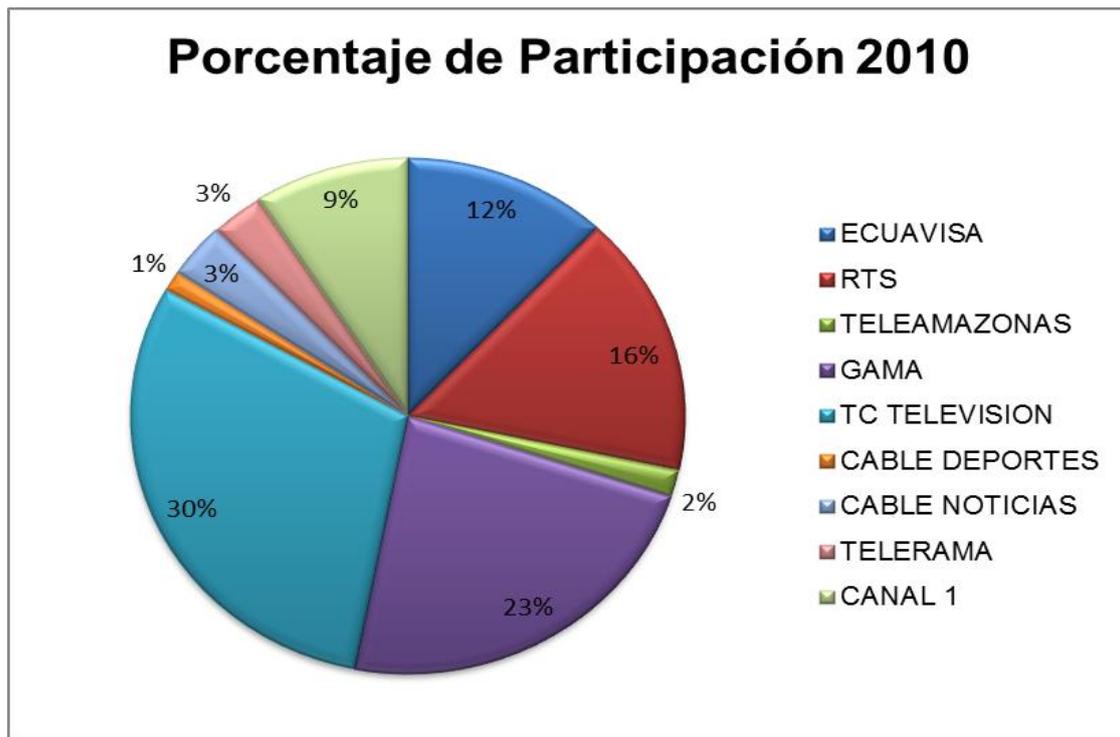


Gráfico # 9 Fuente: Infomedia- Iboptime Inversión del Estado en Publicidad

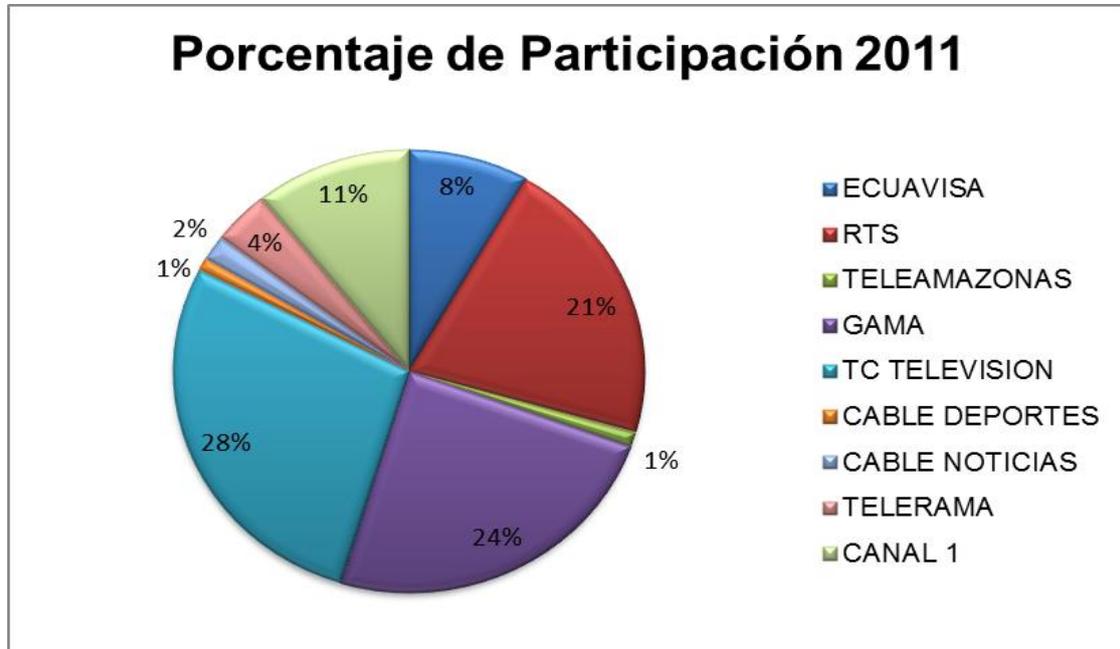


Gráfico # 10 Fuente: Infomedia- Iboptime Inversión del Estado en Publicidad

Se observa en el gráfico número 11 el Estado ha invertido fuertemente en los medios televisivos. La inversión más fuerte se registra en el año 2010, esto

debido a que el Presidente de la República llamó a elecciones presidenciales al pueblo ecuatoriano.

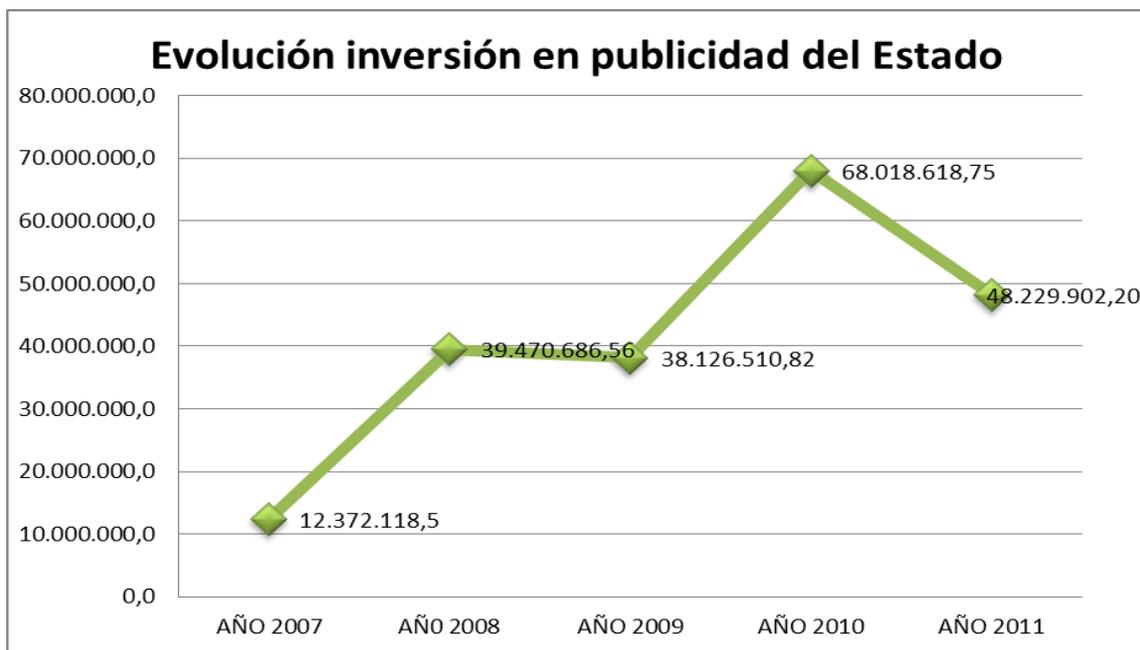


Gráfico # 11 Fuente: Infomedia- Iboptime Inversión del Estado en Publicidad

En la gráfica número 12 se observa cuanto ha invertido el Estado en publicidad en Ecuador Tv, si bien es mínimo el valor comparándolo con lo que los medios privados se llevan año tras año, la inversión ha ido incrementando. Ahora hay que tomar en cuenta algo importante, Ecuador Tv cobra un 40% menos al Estado por el minuto al aire en comparación con los canales privados, ahí ya existe un ahorro, sin embargo sigue siendo poco representativo.

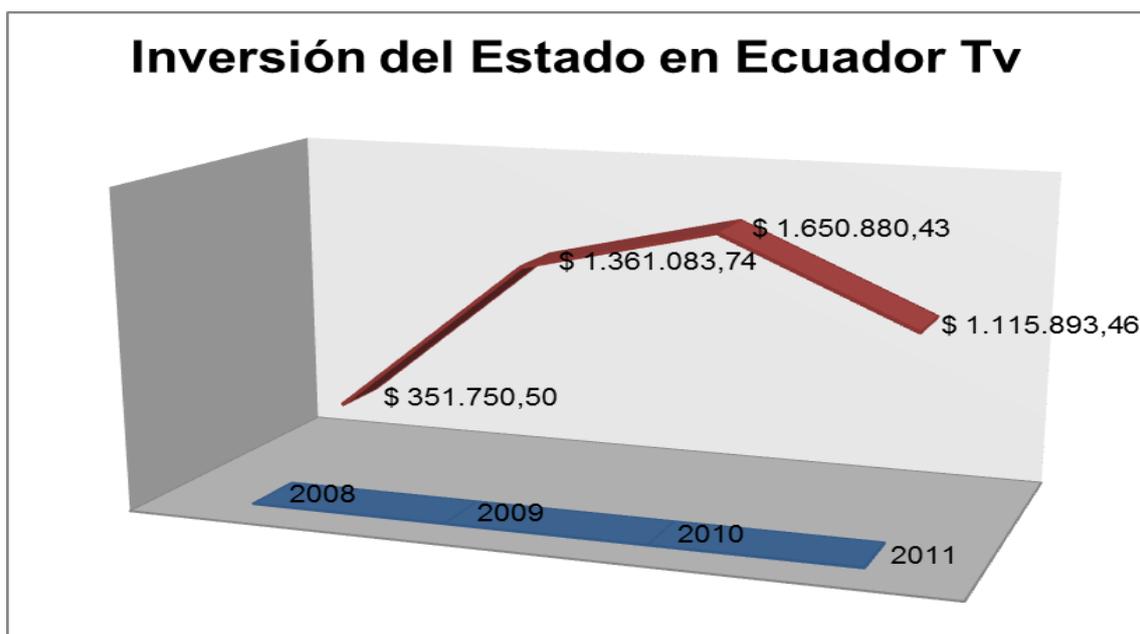


Gráfico # 12 Fuente: Televisión Pública/ Departamento de Presupuestos

Por otro lado hay que tomar en cuenta que Ecuador Tv transmite sábado tras sábado la cadena sabatina del Presidente, donde pone en conocimiento de la población las actividades realizadas durante la semana. Ecuador Tv no factura por este servicio a la Presidencia, por lo tanto el Gobierno está ahorrando un promedio de 1.113.648 dólares al año tomando en cuenta el escenario medio de la tabla que se detalla a continuación:

ECUADOR TV	Escenario Bajo	Escenario Medio	Escenario Alto	Escenario Internacional
Costos Directos	\$ 3.493,00	\$ 9.001,00	\$ 13.663,00	\$ 34.424,00
Costos Indirectos	\$ 10.200,00	\$ 10.200,00	\$ 10.200,00	\$ 10.200,00
Gasto Lengua Noticias	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 17.693,00</b>	<b>\$ 23.201,00</b>	<b>\$ 27.863,00</b>	<b>\$ 48.624,00</b>

En la gráfica número 13 se observa el ahorro que el Estado ha generado al pautar y transmitir las cadenas sabatinas con Ecuador Tv, estos valores se encuentran registrados en los casilleros de color verde. Es importante mencionar que los valores registrados en la línea de tendencia roja son los valores reales de lo que al Estado le costó pautar con Ecuador Tv; los valores registrados en la línea de tendencia azul son los valores de lo que le habría costado pautar con medios de Televisión Privados.



En el gráfico #14 se compara el ahorro generado versus el gasto operativo de los años 2008 al 2011, se observa una diferencia negativa y creciente para todos los años.

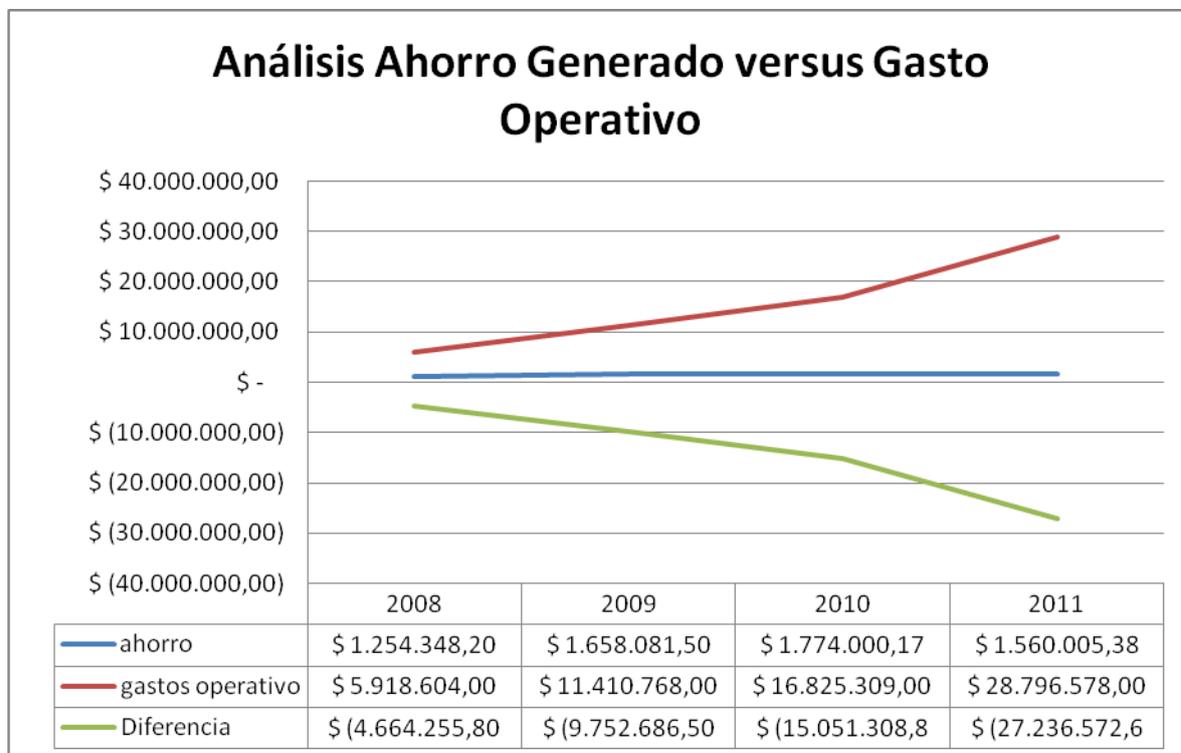


Gráfico # 14 Fuente: Televisión Pública/ Departamento de Contabilidad y Costos

Con estos antecedentes podemos concluir que la hipótesis específica planteada en esta tesis es negativa, ya que al Estado le cuesta más dinero mantener un medio de comunicación público que pagar a un canal por la transmisión de los enlaces sabatinos.

## Capítulo V:

### Análisis de programas y rating

#### I. Análisis de contenidos de la Televisión Pública

A continuación revisaremos la parrilla de programación de dos canales privados y Ecuador Tv correspondientes al mes de Julio del año 2011.



Hora	LUNES 11 JULIO 2011	H-Ini	LUNES 11 JULIO 2011	H-Ini	LUNES 11 JULIO 2011
4:00	FUTBOL UNO - EDICION ESPECIAL - COPA AMERICA - RR - DOM	5:30	PARE DE SUFRIR	5:30	Noticiero Telesur
4:45		5:45		6:00	Gente al día
5:00		6:00		7:45	Lo público
5:15	FUERZA COSMICA	7:45	GAMA NOTICIAS I	8:30	Así me gano la vida
5:30	TREMENDA CORTE	8:00	T VENTAS	9:00	tele carton
5:55		8:45		9:15	Bayardigans
6:00	NOTICIERO UNO AL AMANECER	9:00	SUEÑOS Y CAMELOS	9:45	Topy / mama mirabelle
6:45	NOTICIERO UNO MATINAL	9:15		10:00	Pinky Dinky Doo
7:30	DE CAMPEONATO NOTICIERO UNO	10:15	GANCHO AL CORAZON	10:30	clip and kat
7:45	UNO EN LA COMUNIDAD	10:30	DUEÑOS DEL MEDIO DIA	10:45	JHONNY TEST
8:00	GYE Y PAIS: HOY EN LAS NOTICIAS / QUITO: HOY EN LAS NOTICIAS QUITO	12:15		11:00	magic nation
8:30		12:30	11:30	cordero shaun /insectoscope	
		13:15	11:40	Garfield	
9:00	DIVINAS	13:30	GAMANOTICIAS II	12:00	Descubriendo el mundo ingenierias extremas
9:30		14:00		12:30	ECTV MERIDIANO
10:00	MARKETING WORLD WIDE	14:15	TERESA	12:50	Oshin
10:30		15:00		13:20	BRENARDO / CORDERO
11:00	LA COCINA DE BIACHI	15:15	RAFAELA	13:20	la pequeña Lulu
		16:00		14:00	ECTV MERIDIANO

Hora	LUNES 11 JULIO 2011	H-Ini	LUNES 11 JULIO 2011	H-Ini	LUNES 11 JULIO 2011
11:30	MARKETING WORLD WIDE	16:15	MI PECADO	14:20	Fimble /topy
12:00		17:00		14:30	Bayardigans
12:30	LA TREMENDA CORTE	17:15	LLENA DE AMOR	15:00	pies magicos de franny
13:00	NOTICIERO UNO MEDIO DIA	18:15		15:30	kit vs kat
13:30		18:30	EL CHAVO	15:45	Fútbol galáctico
14:00	DE CAMPEONATO	18:45		16:00	JHONNY TEST
		19:00	GAMA NOTICIAS	16:30	Operación Tierra
14:30	JUANA LA VIRGEN	19:45		17:00	
15:00		ESTE ES EL SHOW	20:00	17:30	MI DULCE ENCANTO
15:30	20:45		TRIUNFO DEL AMOR	18:00	ECTV REGIONAL
16:00	CANTALO	21:00	ROSA DE GUADALUPE	18:30	PITUFOS
16:30		21:45		19:00	ECTV NOTICIAS
18:00	LOS COMPADRITOS	22:00	LALOLA	19:45	Donde yo vivo
18:30		22:45		20:15	Triunfadores Estreno
18:55	NOTICIERO UNO	23:00	CUANDO ME ENAMORO	20:45	El País de la mitad
19:45		23:45		21:15	Palabra suelta
19:55	EN CARNE PROPIA	0:00	TEMPLO DEL FUTBOL	22:00	EQUAdOR
21:45		0:30		22:45	ventana ciudadana
22:00	SHOWMATCH	0:45	MI PECADO	23:15	En busca de la verdad
23:15		1:30		23:45	ECTV NOTICIAS ®
23:30	FUTBOL UNO - EDICION ESPECIAL - COPA AMERICA	1:45	DUEÑOS DEL MEDIO DIA	0:30	
0:00		2:45		1:00	
0:15	NOTICIERO UNO MEDIANOCHES	3:00	SUEÑOS Y CARAMELOS	2:30	ECTV NOTICIAS
0:55	UNO AL MAXIMO	3:30		3:00	
1:00	NOTICIERO UNO ESTELAR (RR)	3:45	GANCHO AL CORAZON	3:45	LO PUBLICO ®
1:30		4:15		4:30	Mi dulce encanto ®
2:00	CANTALO	4:30	MAÑANA ES PARA SIEMPRE	4:45	Himno Nacional
3:45		5:15		5:00	EQUADOR ®

Fuente: Infomedia

En el gráfico # 15 dentro de los datos mas relevantes se observa que el 45,23% de la programación de Ecuador Tv está destinada a programas infantiles mientras que Gama Tv destina tan solo un 7,40% y Canal Uno un 3,70%. En cuanto a entrevistas Ecuador Tv destina el 14,28% mientras que Canal Uno y Gama Tv destinan el 0%.

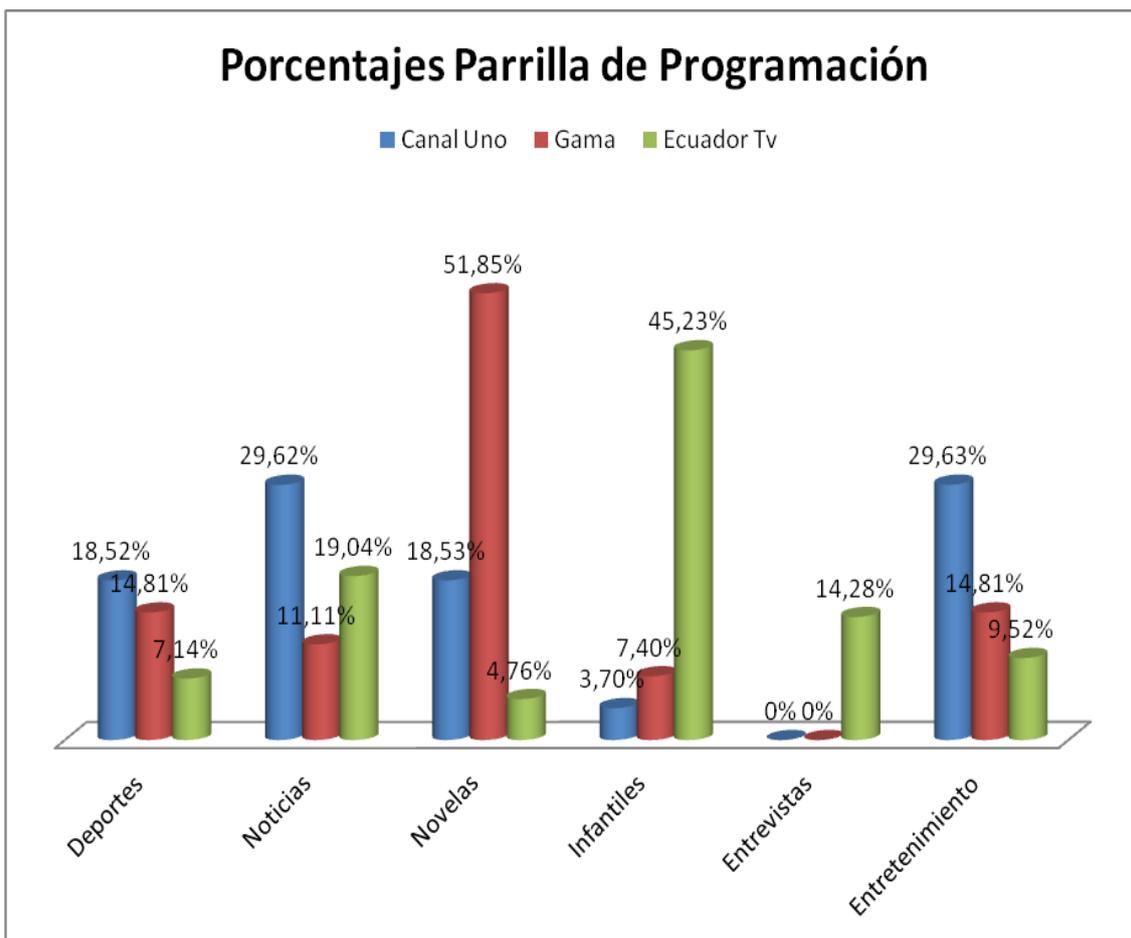


Gráfico # 15 Fuente: Ibope Time

Es bastante notorio el enfoque de cada canal tomado para este análisis, como por ejemplo Gama Tv que destina más del 50% a Telenovelas, Canal Uno que destina más del 20% a Noticias y Ecuador Tv que destina más del 40% programación infantil.

Por otro lado revisando el contenido de los programas de entretenimiento que trasmite Ecuador Tv, estos programas están direccionados a que el público televidente conozca más de su país, programas como el país de la mitad, donde yo vivo, entre otros rescatan la belleza y riqueza que Ecuador posee.

En los noticieros de Ecuador Tv las personas entrevistadas pertenecen en un 50% a partidos políticos de oposición y en un 50% de diferencia a partidos de la lista de Gobierno. Esto con el fin de buscar igualdad e imparcialidad.

## II. Crecimiento del rating período 2010-2011

Cada punto de rating es un punto porcentual de un entendido Universo de televidentes (o de hogares o aparatos de Televisión) en una ciudad o el consolidado nacional. 1 ptp de rating es 1% del universo. De acuerdo a los reportes que emite Ibope Time, se refiere a hogares (al menos 1 aparato encendido en cada domicilio). Este valor no pondera la posibilidad de que a diferentes horas del día aumenten los espectadores ante cada aparato. Así, a las 09h00 habrá quizá 1, a las 18h00 2 y tal vez 3 ó 4 a las 21h00.

### ENCENDIDO

Es el total de televidentes (personas, hogares, aparatos, según el caso) que está simultáneamente junto a un aparato de Televisión. También llamado ENCENDIDO. Apreciamos que a diversas horas del día y dependiendo de la localidad, éste varía. Para el caso actual, es la acumulación de puntos de rating de todas las televisoras.

HORA	QUITO
6:00	18.0
9:00	25.0
12:00	20.0
15:00	35.0
18:00	40.0
21:00	60.0
00:00	20.0

### PARTICIPACIÓN

Esta proporción o SHARE es el resultado de que a diferente hora y por tanto de encendido, el RATING que obtiene un programa es proporcional al mismo.

Así, 5 puntos de rating a las 9am en Quito, con un encendido de 20 puntos, significarán una participación del 25%; mientras que los mismos 5 puntos a las 21h00 serían apenas el 8%.

### TENDENCIAS

A continuación se observa la Tendencia de Rating de varios canales de Televisión Privada y Ecuador Tv.

#### PROMEDIO DIARIO

	ECUAV	RTS	TELMZ	GAMA	TC	UNO	ECTV
QUITO	8,1	4,2	7,4	8,2	6	1,3	2,1

#### MATUTINO

	ECUAV	RTS	TELMZ	GAMA	TC	UNO	ECTV
QUITO	6	2,3	4,4	5,4	4,7	5,5	2,2

#### VESPERTINO

	ECUAV	RTS	TELMZ	GAMA	TC	UNO	ECTV
QUITO	8	4,8	7,2	8,8	4,9	1,0	2,3

#### NOCTURNO

	ECUAV	RTS	TELMZ	GAMA	TC	UNO	ECTV
QUITO	10,3	5,5	14	12,5	10,5	3	2,2

Para corroborar lo enunciado, se observa por ejemplo, que con un rating similar, en la mañana en Quito, Ecuador Tv tiene 2,2 de rating, que equivaldría a 7,5% de participación (share) en ese bloque; mientras que en el horario nocturno, los mismos 2,2 de rating equivalen apenas al 3,8% de share.

## Evolución de la sintonía ECUADORTV últimos 3 años

Rating Consolidado (Quito)

Promedio Diario 06h00-24h00

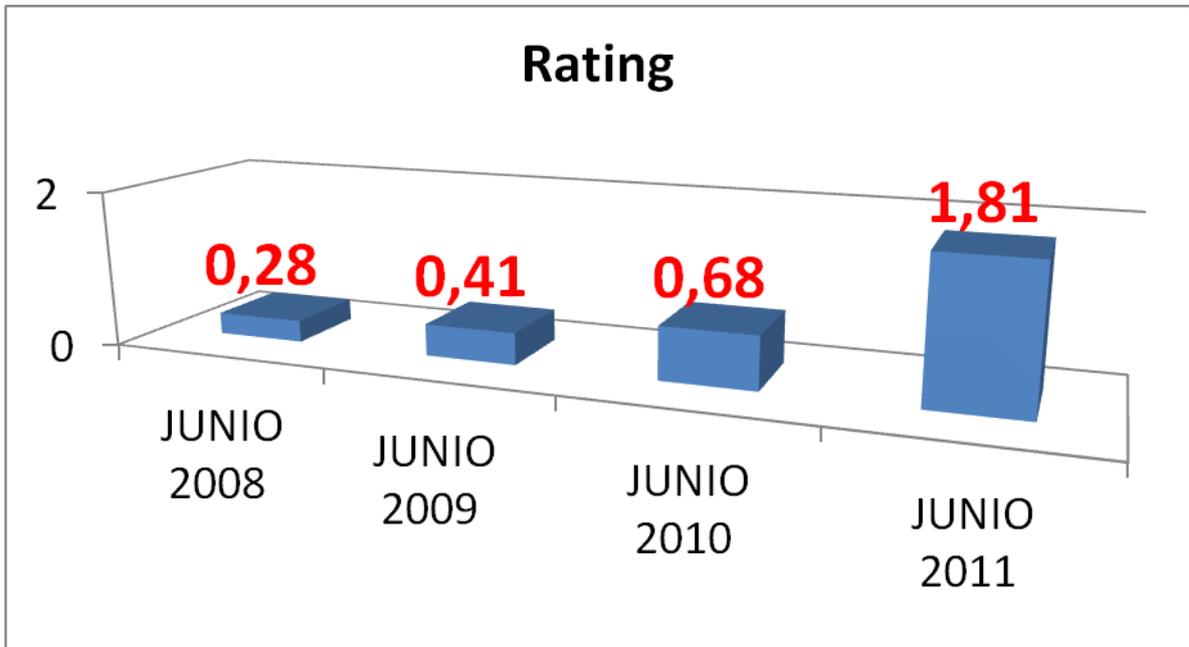


Gráfico # 16 Fuente: Ibope Time

## Crecimiento de la sintonía ECUADORTV

Consolidado (Quito)

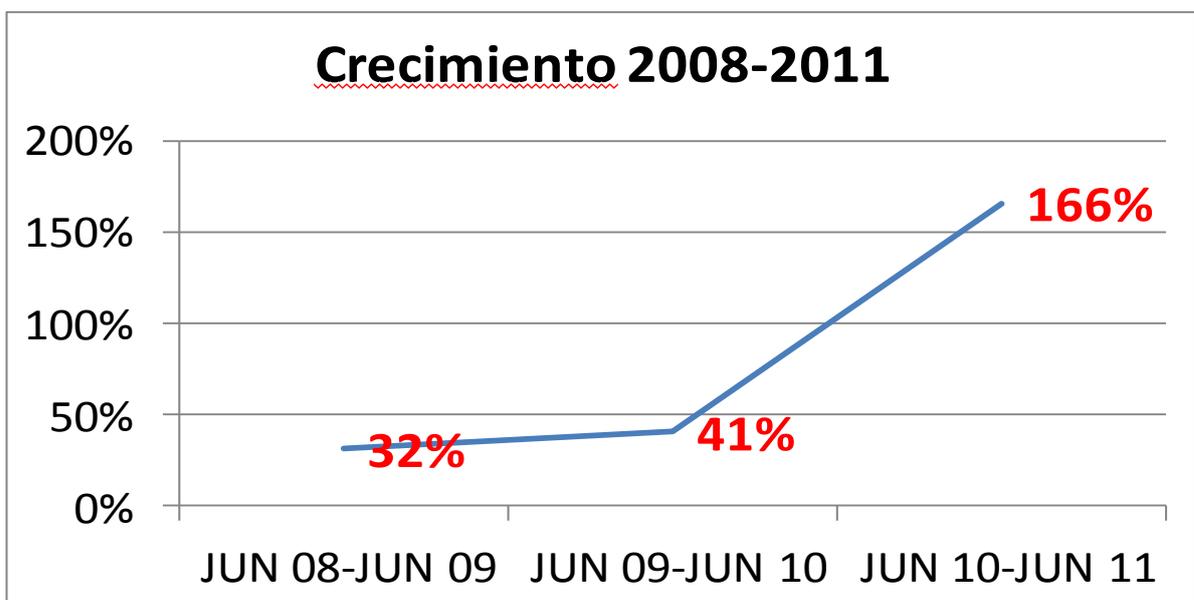


Gráfico # 17 Fuente: Ibope Time

Evolución de la sintonía ECUADORTV últimos 12 meses  
Rating Consolidado (Quito + Guayaquil)  
Promedio Diario 06h00-24h00

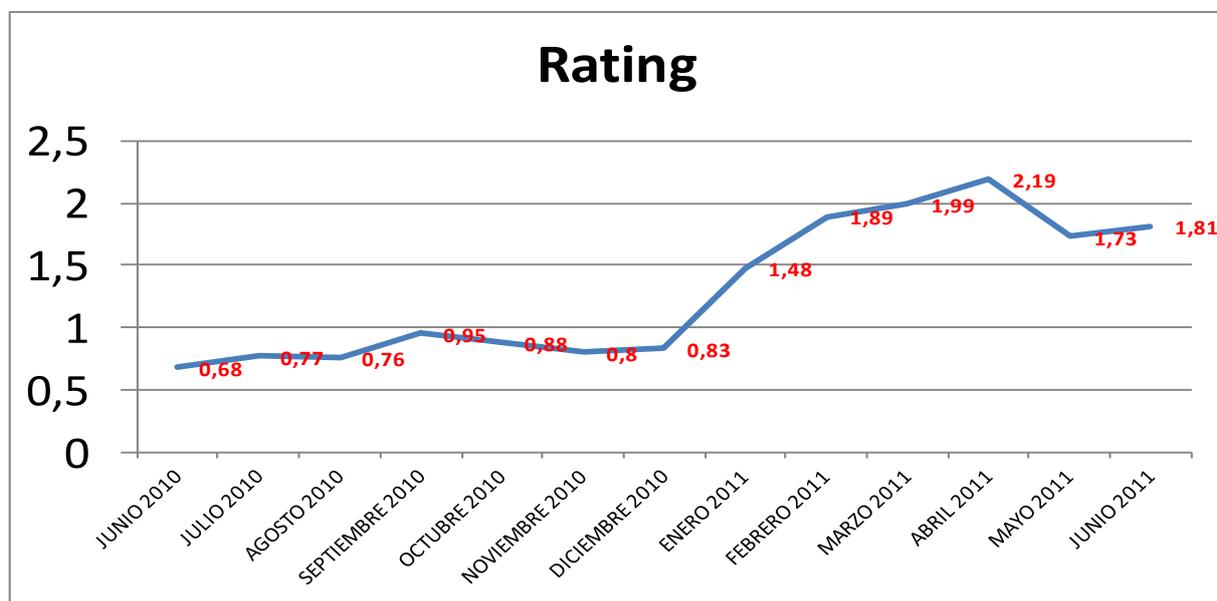


Gráfico # 18 Fuente: Ibope Time

Se observa como Ecuador Tv ha tenido un crecimiento del 166% de rating en los últimos tres años, si bien es cierto sigue siendo uno de los más bajos en comparación de los canales privados, sin embargo lleva pocos años lo cual es un gran logro que vale la pena recalcar.

### *III. Encuesta opinión Televisión Pública*

Esta encuesta está enfocada en conocer la opinión de los jefes de familia de los hogares quiteños de niveles socioeconómicos medios bajos, medios típicos y medios altos; en cuanto a la existencia de la Televisión Pública y la influencia que esta puede tener de forma positiva o negativa para la ciudadanía.

A continuación se calcula el tamaño de la muestra con el fin de identificar el número de encuestas que se realizarán.

Quito	1'839.853
Hogares	485.703

NSE (medio bajo y medio 60,50%) 293.850

Z = +- 1,96

P=q= 50%

K= 9,8%

$$n = \frac{z^2 N p q}{K^2 (N-1) + z^2 p q}$$

$$n = \frac{1,96^2 (293.850) 0,50 * 0,50}{0,098^2 (293.850-1) + 1,96^2 0,50 * 0,50}$$

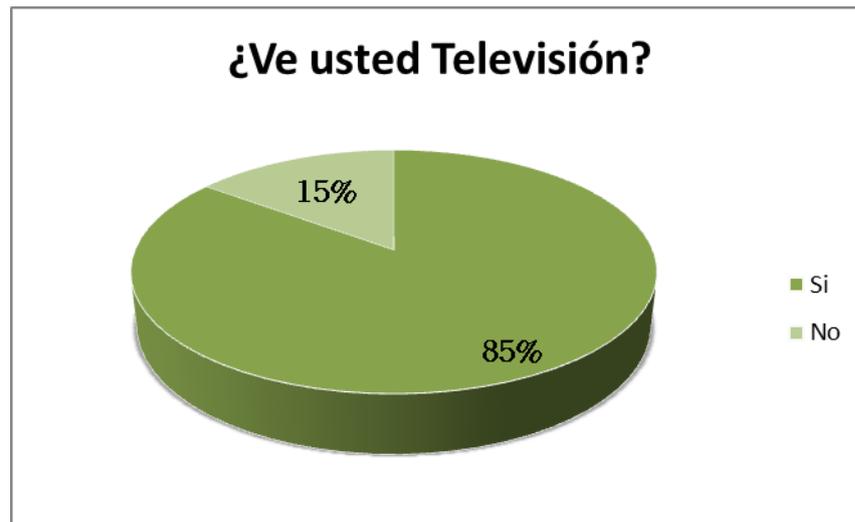
n= 99,96

El número de encuestas a realizarse serán 100.

#### Ficha Técnica de la Encuesta

UNIVERSO DEL ESTUDIO	Hogares con un Nivel Socioeconómico medio bajo y medio de la Ciudad de Quito.		
TÉCNICA / PROCEDIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta directa en hogares</li> </ul>		
MARCO MUESTRAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población Ciudad de Quito</li> <li>• Número de Hogares de la Ciudad de Quito</li> <li>• Nivel Socio Económico Medio Bajo y Medio de la Ciudad de Quito</li> </ul>		
TAMAÑO Y SEGMENTOS	<b>Muestra 100</b>		
MARGEN DE ERROR Y CONFIABILIDAD	Confiability	95,0%	
	Error	+9,8%	

Gráfico No. 19 Sintonía de Televisión

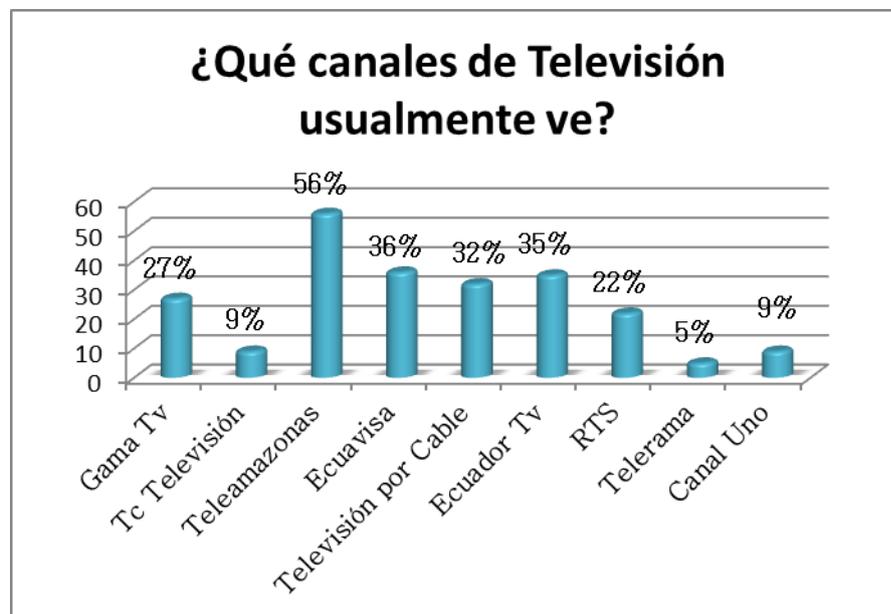


Elaborado por: Mónica Sandoval

### Interpretación

Del total de los encuestados, el 85% afirma que sintoniza canales de Televisión seguido de un 15% que no lo hace.

Gráfico No. 20 Preferencia de sintonía de Canales de Televisión



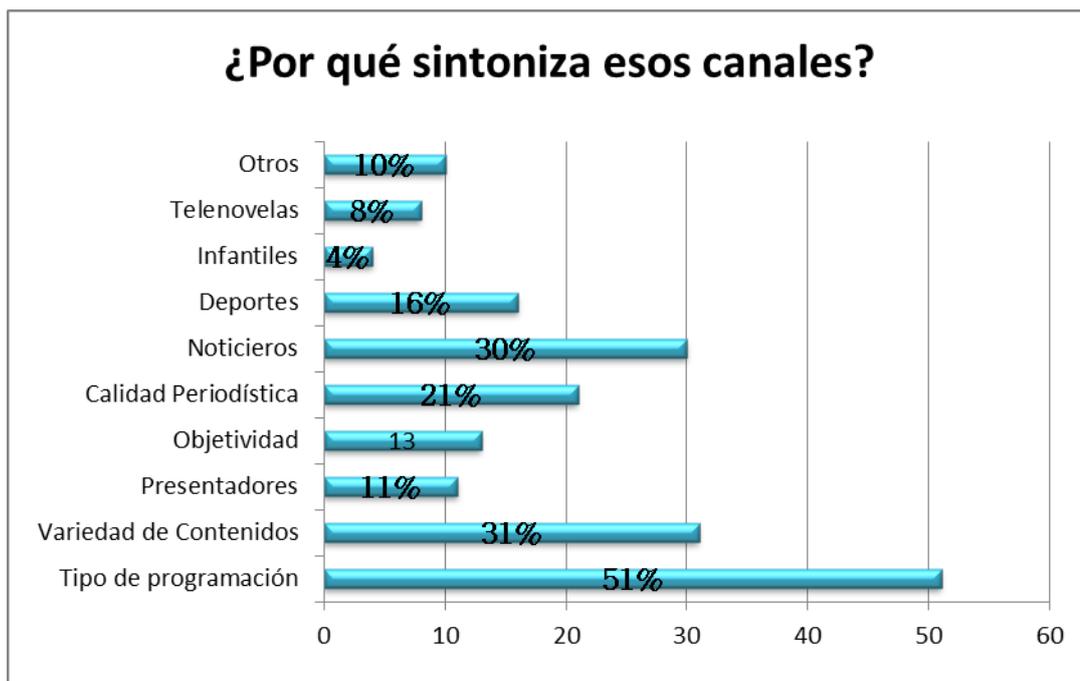
Elaborado por: Mónica Sandoval

### Interpretación

Según las preferencias de los encuestados en cuanto a que canales de Televisión usualmente sintonizan, se obtuvo un 56% Teleamazonas, seguido

con un 36% Ecuavisa y en tercer lugar con un 35% Ecuador TV. Es importante mencionar que este tercer lugar es muy importante en este análisis ya que supera a canales como RTS, Canal Uno que llevan mas de 10 años en el mercado.

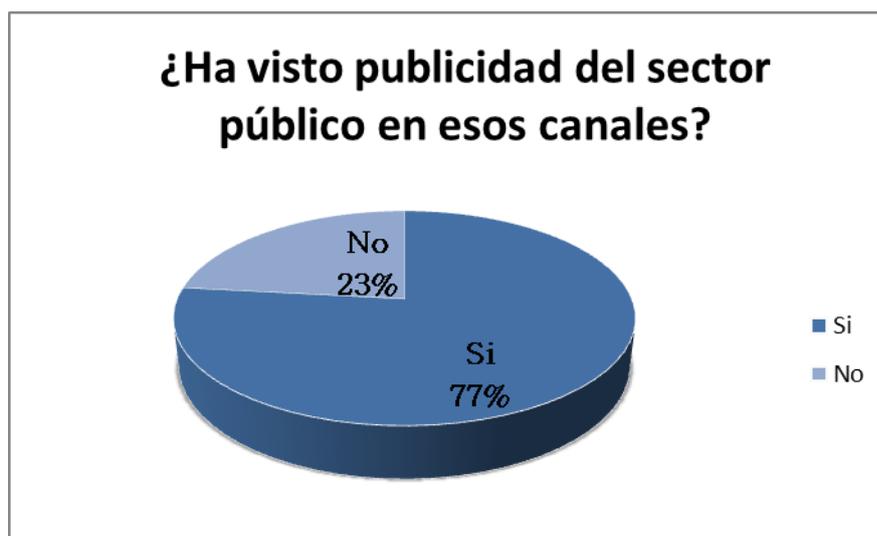
**Gráfico No. 21 Preferencia de sintonía de Canales de Televisión**



**Elaborado por:** Mónica Sandoval

### **Interpretación**

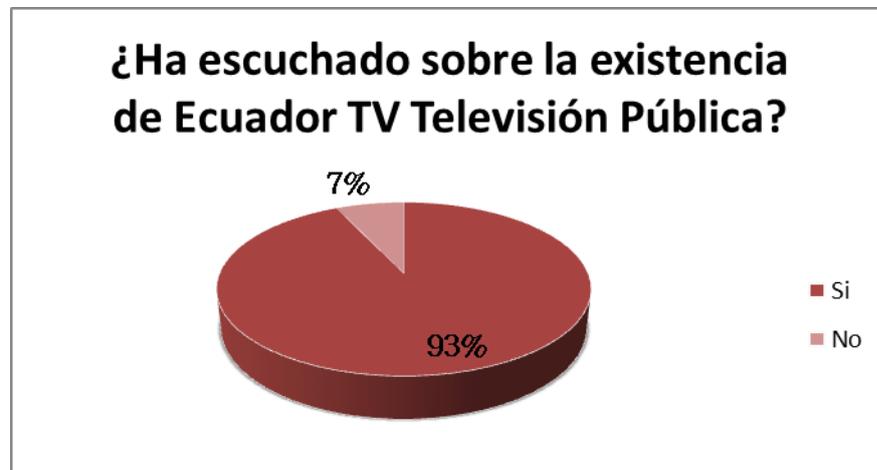
La primera razón por la que los encuestados sintonizan los canales de mayor preferencia es por su tipo de programación con un 51%, además por la variedad de contenidos con un 31% y sus noticieros con el 30%.

**Gráfico No. 22 Publicidad sobre Sector Público en los canales nacionales**

**Elaborado por:** Mónica Sandoval

### **Interpretación**

El 77% de los encuestados afirma que ha visto publicidad del Sector Público en los canales de mayor sintonía.

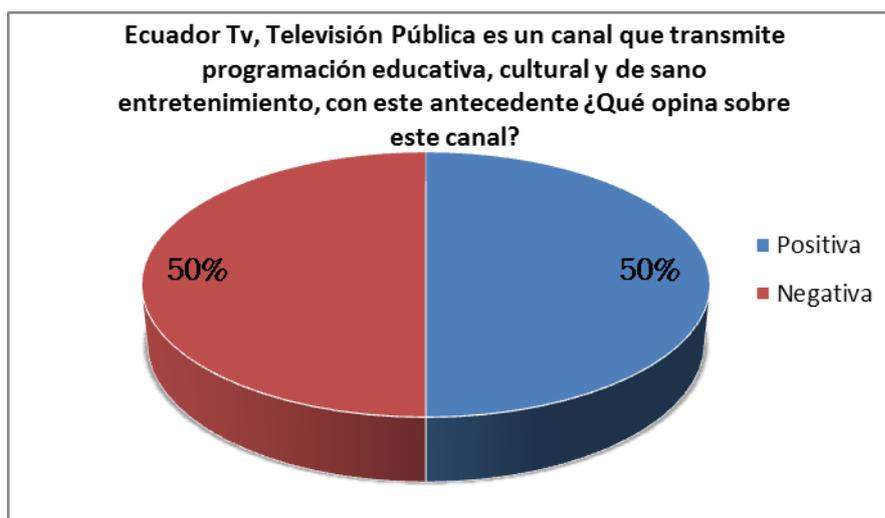
**Gráfico No. 23 Conocimiento de la existencia de Televisión Pública**

**Elaborado por:** Mónica Sandoval

### **Interpretación**

Del total de los encuestados el 93% afirman que ha escuchado sobre la existencia de Ecuador TV Televisión Pública, seguido de un porcentaje menor de los encuestados el cual niega haber escuchado sobre Ecuador TV.

### Gráfico No. 24 Conocimiento de la existencia de Televisión Pública



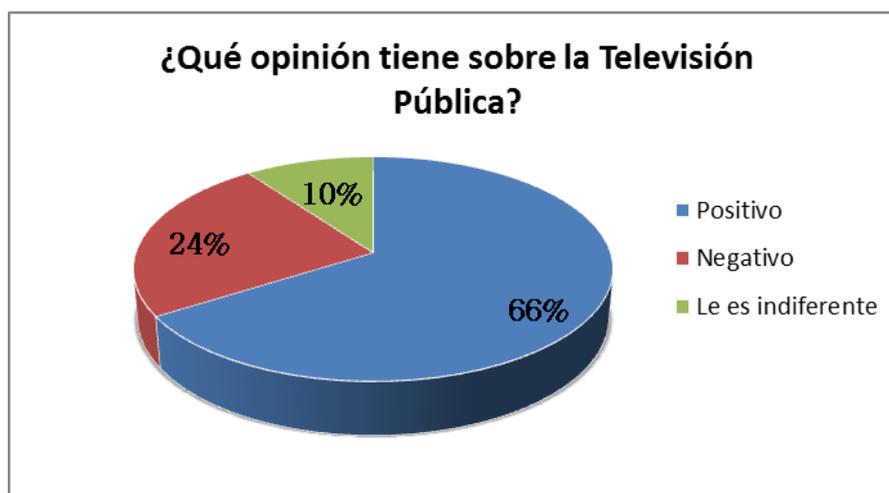
Elaborado por: Mónica Sandoval

#### Interpretación

En el caso de que los encuestados negaran el haber escuchado de Ecuador TV se realizó la siguiente pregunta, obteniendo como resultado que la mitad de los encuestados opinan positivamente y la otra mitad negativo. Sin embargo es importante mencionar que el 50% negativo corresponde al 3,5% de la población en general. Los motivos más representativos de su respuesta fueron:

Positivo	Negativo
Porque se transmite buena programación sobre todo educativa y cultural	Porque sus programas están fuera de contexto.
Porque posee una programación interesante, que instruya y no destruya.	Porque considero que sus programación no es muy buena.
Porque su entrenamiento en programación es sano.	Porque depende que quiere decir sano entretenimiento.
Porque deja una buena enseñanza sus programas.	Porque en mi opinión su programación y noticieros está favor del Gobierno.

**Gráfico No. 25 Opinión sobre Televisión Pública**



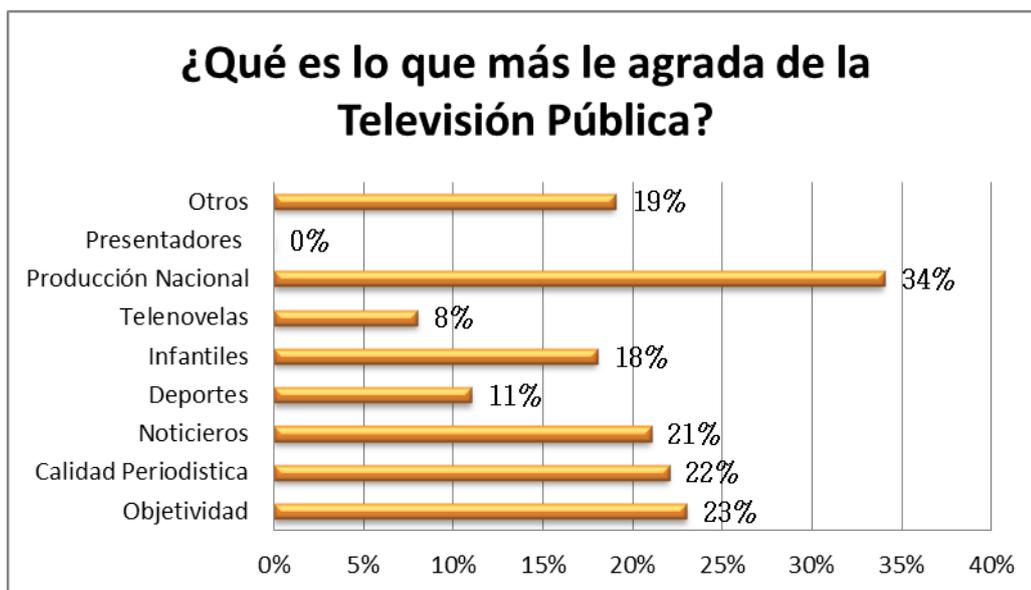
**Elaborado por:** Mónica Sandoval

### Interpretación

De acuerdo a la siguiente pregunta sobre la opinión de los encuestados de la Televisión Pública, un 66% opina positivamente sobre Ecuador TV, caso contrario con un 24% de los encuestados opina negativo y el 10% le es indiferente. Los motivos más representativos de su respuesta fueron:

<b>Positivo</b>	<b>Negativo</b>
Programación sana, sin violencia o escenas sexuales.	Agobia tanta información del Gobierno, muy politizado.
Muestra el desarrollo del país.	Siento que el canal es del Gobierno y no pueden haber opiniones en contra de él
Tienen un enfoque real del país y no es tan comercial.	Imparcial, y solo transmite lo positivo y no la realidad que estamos viviendo.
Variedad, Calidad de su programación.	Inversión desperdiciada.
Los programas son interesantes y educativos.	Considero que le falta calidad a los contenidos aunque las iniciativas en los enfoques son innovadores, le falta mucho para ser canal público.
No hay tanto sensacionalismo	Porque es un monopolio del estado donde se ve y se escucha lo que el Gobierno quiere y no lo que el pueblo necesita.

**Gráfico No. 26 Motivos por la sintonía de Televisión Pública**

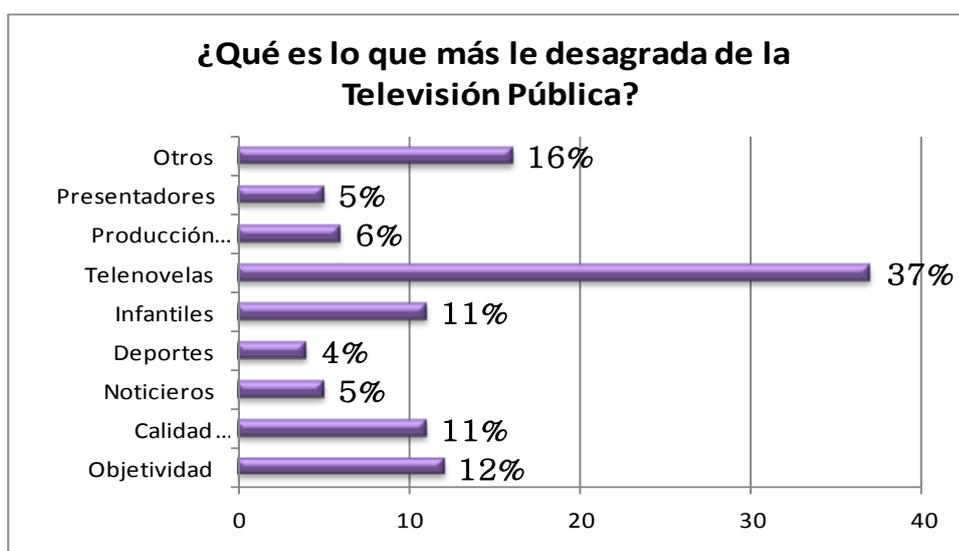


**Elaborado por:** Mónica Sandoval

### Interpretación

Para conocer más detalladamente sobre lo que le agrada a los encuestados de la Televisión Pública fue necesario plantear la siguiente pregunta, dando ciertos parámetros basados a lo que ofrece RTVECUADOR, arrojando los siguientes resultados: con un porcentaje mayor de 34% le agrada la Producción Nacional que transmite, seguido con un 23%, 22%, 21% le agrada sus objetividad de sus programas, Noticieros y la Calidad Periodística el cual se maneja.

**Gráfico No. 27 Motivos por la sintonía de Televisión Pública**



**Elaborado por:** Mónica Sandoval

### Interpretación

Al igual que existe agrado por sus programas, se presenta la contra parte el cual es importante analizar, arrojando los siguientes resultados con un 37% un porcentaje mayor no le agrada las Telenovelas que trasmite la Televisión Pública seguido con un 16% la opción otros tales como:

- No me agrada porque cortan la libertad de expresión y pensamiento.
- No me agrada ya que transmiten mucha propaganda del Gobierno.
- No me agrada la calidad y la imagen de sus programas que transmiten.
- No me agrada ya que le falta más sensacionalismo eso es lo que le gusta a la gente.
- No me agrada ya que tiene tendencia al Gobierno y no al Estado.
- No me agrada porque le falta variedad de programación.
- No me agrada su programación en general.

Es importante mencionar que el 37% de las personas a las que no les agradan las Telenovelas que Ecuador Tv transmite representa el 8,9% de la población en general.

**Gráfico No. 28 Motivos por la sintonía de Televisión Pública**



**Elaborado por:** Mónica Sandoval

### Interpretación

Sabemos que RTVECUADOR no pauta con entidades privadas, las leyes podrían cambiar pero la pregunta va enfocada a saber la percepción de los encuestados y analizar si tiene una buena sintonía la Televisión Pública. Al realizar la siguiente pregunta, se obtuvo que el 58% si transmitiría publicidad de una empresa en RTVECUADOR, y con un 42% opinan que no pautarían con RTVECUADOR. Esto quiere decir el que el 58% corresponde al 13,95% de la población en general y el 42% corresponde al 10,10% de la población en general.

**Gráfico No. 29 Motivos por la sintonía de Televisión Pública**



**Elaborado por:** Mónica Sandoval

### Interpretación

De acuerdo a una amplia recopilación de información, se concluye con la siguiente información anexado por la razón se recomendaría sintonizar Televisión Pública. Del total de los encuestados el 65% afirma recomendar la sintonía del canal aduciendo los siguientes motivos:

- Por la veracidad de sus noticieros.
- Por su programación en cuanto a dar a conocer nuestro país.
- Por su objetividad en transmitir la información.
- Por la nueva modalidad de transmitir la programación y resaltar la producción nacional.
- Por transmitir variedad de programas, y me gusta que transmiten mucho deportes.
- Porque da otra visión de la actualidad nacional.
- Por sus documentales y programas educativos.

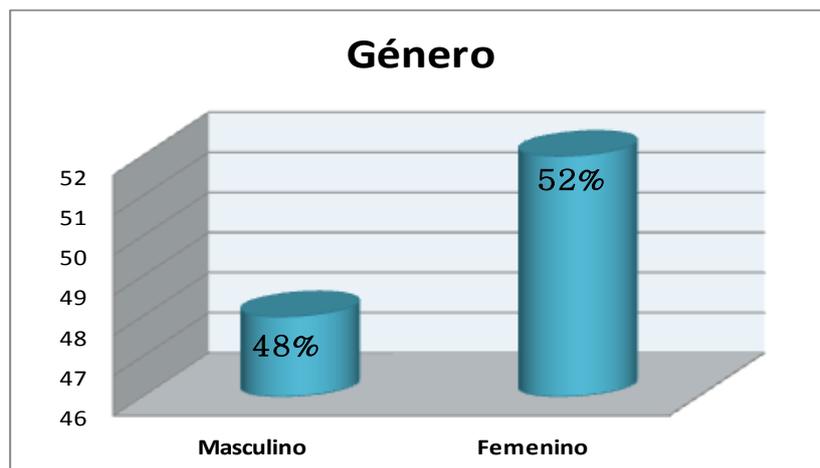
- Por ser un Canal que informa la realidad de nuestro País.
- Porque ser una alternativa positiva de programación.
- Aunque le falta mucho para llegar a ser Televisión Pública por programas como Lo Público y Palabra Suelta, considero recomendar la sintonía del Canal.

El otro 35% de los encuestas no recomiendan que se sintonice Televisión Pública. Es muy aceptable la opinión de los encuestados y lo importante es analizar los dos puntos.

### Datos Personales

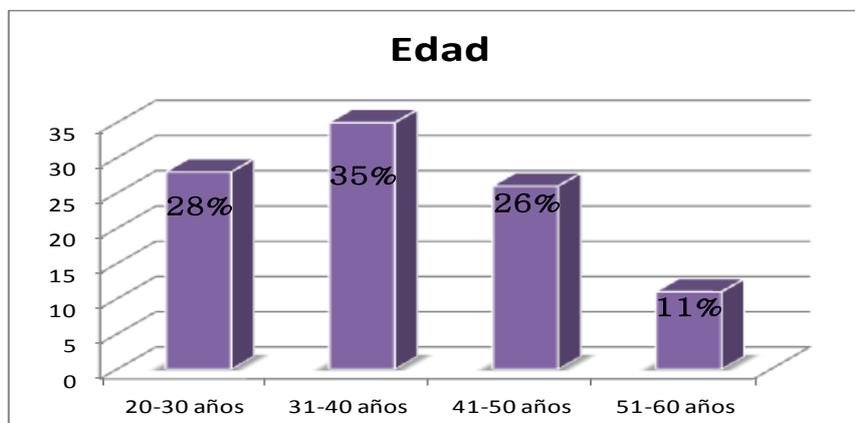
Muestra: 100 Encuestados

Gráfico No. 30



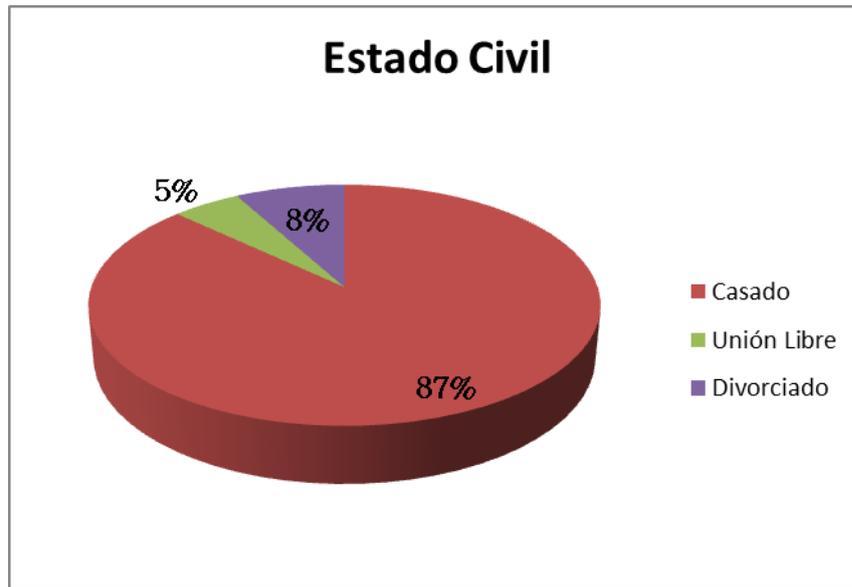
Elaborado por: Mónica Sandoval

Gráfico No. 31



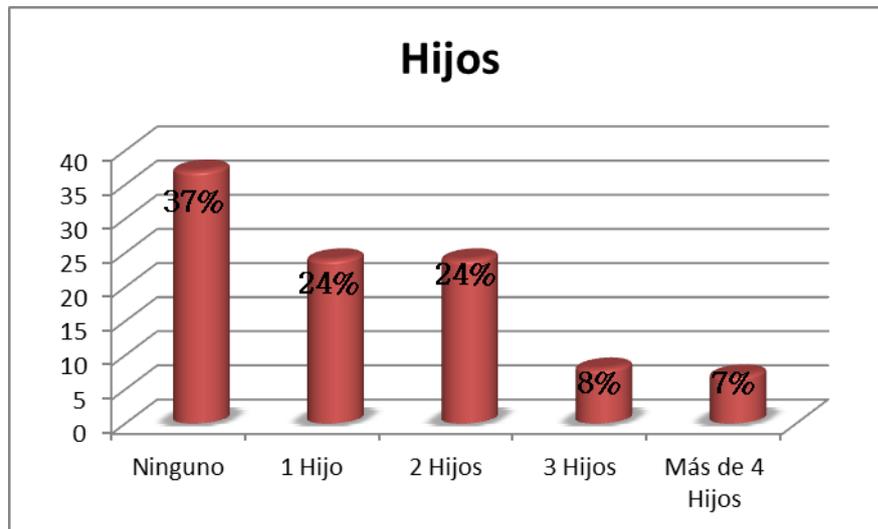
Elaborado por: Mónica Sandoval

Gráfico No. 32



Elaborado Por: Mónica Sandoval

Gráfico No. 33



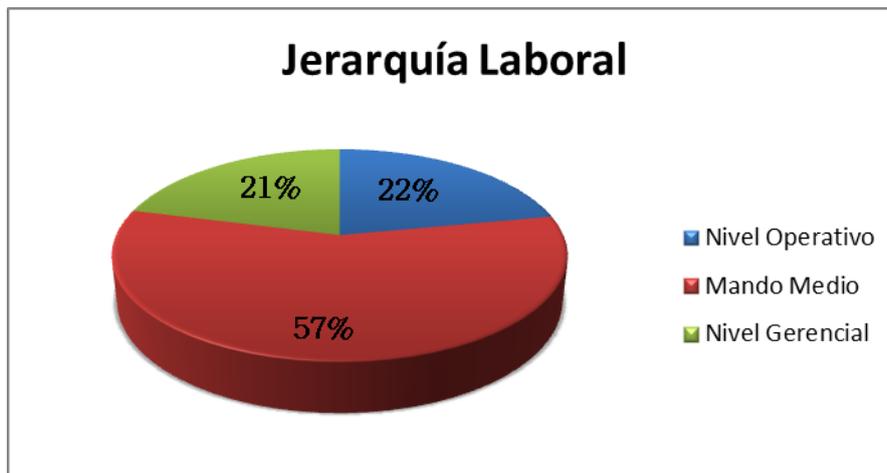
Elaborado Por: Mónica Sandoval

Gráfico No. 34



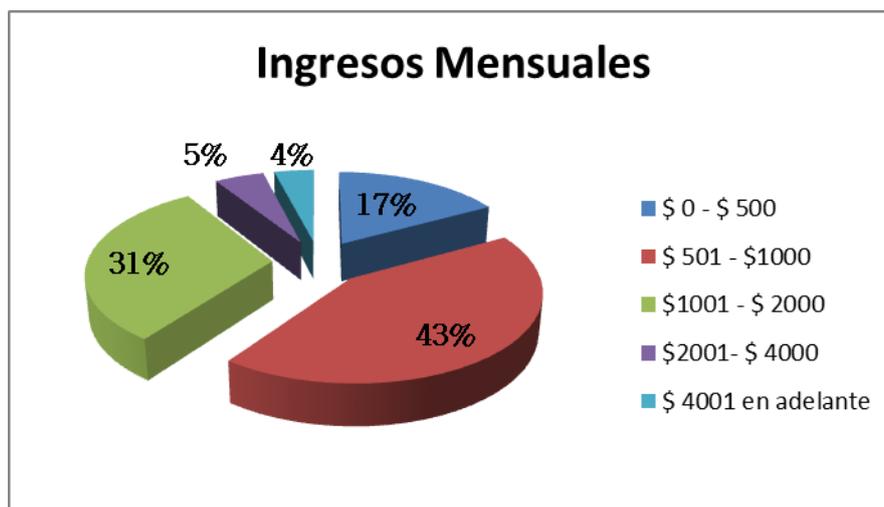
Elaborado por: Mónica Sandoval

Gráfico No. 35



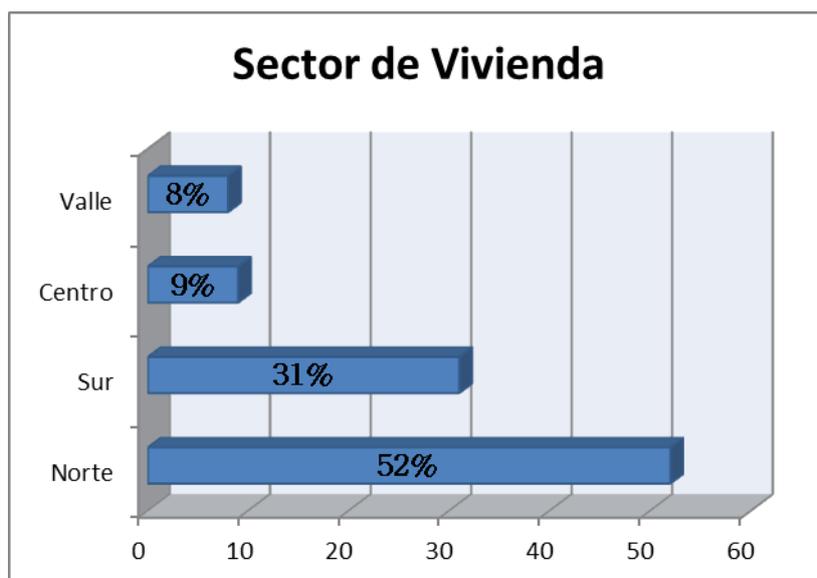
Elaborado por: Mónica Sandoval

Gráfico No. 36



**Elaborado por:** Mónica Sandoval

Gráfico No. 37



**Elaborado por:** Mónica Sandoval

#### *IV. Entrevista Líderes de Opinión*

Se ha realizado entrevistas a personajes importantes dentro del medio televisivo, las mismas que se detallan a continuación:

## **Presentador de Noticias Canal Uno Lcdo. Andrés Carrión**

### **1.- Qué significa para usted la Televisión Pública en términos generales?**

La Televisión Pública es, o los medios públicos son los medios que representan o de alguna manera tienen una presencia de la ciudadanía en su conjunto, a mi criterio no puede haber un Medio Público que ofrezca a un interés de un Gobierno en particular, sino que tiene que defender, tiene que proteger, o tiene que atender las necesidades de las sociedades en su conjunto; ese es un Medio Público. Un Medio Público es un medio que pertenece al Estado y el Estado está por encima de los Gobiernos, por encima de los Municipios, los Concejos Provinciales, así debe ser entendido un Medio Público. Las experiencias más cercanas y conocidas son por ejemplo la Televisión Española, la BBC de Londres, la Televisión Nacional de Chile, en fin una gran cantidad de medios que funcionan en el mundo y que son públicos, esto es que no dependen del Gobierno de turno sino de la ciudadanía y del Estado; para ello hay una estructura de propiedad que está representada en un Consejo administrativo, en un Consejo de manejo de ese medio donde están los trabajadores, donde están los estudiantes, en donde pueden estar las Casas de la Cultura, por ejemplo en donde están los movimientos sociales; en fin los movimientos y grupos que no representan al Gobierno de turno.

### **2.- Qué opinión tiene sobre la Televisión Pública en el Ecuador?**

Yo creo que es un proceso, hasta el momento no me parece que han definido claramente cuál es el rol sino que se ha convertido en una Televisora del Gobierno y eso es muy grave, porque finalmente no contribuye a que la ciudadanía en su conjunto conozca lo que ocurre en el país. Sin embargo como digo es un proceso, tengo la esperanza de que en un futuro poco a poco esto se vaya resolviendo y que además puedan ser una especie de alternativa en los medios privados a los medios tradicionales. Me parece que en algunos casos la Televisión Pública en el Ecuador actual contribuye y se está abriendo espacios se está permitiendo que hayan opciones culturales o informativas o de un sano entretenimiento; eso me parece que es muy

valioso y hay que rescatarlo, pero siempre debe haber la independencia con el gobierno, eso es fundamental.

**3.- Que tanto apoyo considera que este medio de comunicación le brinda al gobierno, refiriéndome no solo al gobierno de turno sino al gobierno en general?**

Claro lo importante es eso, que se entienda que no es un instrumento, que no es una herramienta del Gobierno de turno; sino que tiene que ser una cosa que trascienda mas allá de Gobierno del momento que sea un medio del Estado y en ese sentido me parece a mí que el país se puede beneficiar de un Canal Público y es un gran aporte porque hay cosas que en los canales privados no se ven o no se atienden, por decir algo de música clásica, un concierto, una presentación de una obra de teatro, en fin esas cosas no, entonces el canal público tiene que llenar, tiene que cubrir ese ámbito. Me da la sensación de que en algunos casos eso si está ocurriendo en la Televisión Pública y eso es bueno pero tiene que lograrse una independencia total con el Gobierno, no solo con el Gobierno de turno; sino en general con el Gobierno que llegue a futuro, porque si es necesario que haya un Medio Público y es bueno que se haya estructurado, que se haya constituido.

**4.- ¿Considera usted que gracias a Ecuador Tv el estado ha ahorrado en publicidad, propaganda e información sobre las actividades realizadas en comparación a los años anteriores donde no existía la Televisión Pública?**

Me parece que no, en el actual Gobierno no, eso no ocurre, más bien al Gobierno le cuesta más tener una Televisión Pública como el Canal Público, y además hacer publicidad en los otros medios, de modo que esa idea de que un momento dado puede ser estiba en sentido que el Gobierno al tener un medio difunde a través de ese medio las obras que está haciendo, me parece que en este caso no se logra adecuadamente porque el Gobierno destina igualmente grandes cantidades de dinero a la publicidad en los medios privados, así que me da la sensación de que ahí no hay un ahorro, más bien hay un costo; en el sentido que el tener un Canal Público le cuesta al pueblo ecuatoriano.

## **Gerente General Televisión Pública Ingeniero Enrique Arosemena**

### **1.- ¿Para usted que significa Televisión Pública?**

La Televisión Pública es una Televisión de servicio público, es decir que no está enfocada en un fin comercial, en tener una utilidad como legítimamente lo hacen los medios privados, y se enfoca más bien en que la programación tenga un fin, que se convierta en un servicio gratuito al público, un derecho de comunicación que tienen los ciudadanos, y eso es lo que la diferencia con la Televisión Privada. No tenemos nosotros que competir por el rating, si tenemos novelas no tenemos diez novelas como tiene normalmente en su parilla los medios privados, y evidentemente no tenemos segmentos de crónica roja que son los que generan el rating. La dinámica de la Televisión Pública se preocupa mucho más del ciudadano, en este caso del televidente y no de un usuario de la Televisión, que en el fondo se convierte en un consumidor, esa es la diferencia entre para la Televisión Privada, que los televidentes son consumidores porque los anunciantes necesitan venderles sus productos, en el caso de la Televisión Pública no tenemos que vender productos de ninguna empresa a nuestros televidentes, entonces reciben básicamente un servicio de entretenimiento y a la vez de contenidos positivos, informativos para ellos.

### **2.- ¿Considera usted que gracias a Ecuador Tv el estado ha ahorrado en publicidad, propaganda e información sobre las actividades realizadas en comparación a los años anteriores donde no existía la Televisión Pública?**

La publicidad que sale en Ecuador Tv no creo yo que sea algo suficientemente significativa como para decir que habido un ahorro. De hecho la inversión de publicidad del Gobierno se la sigue haciendo en Gama Tv, Tc Televisión, en otros canales privados, pero yo creo donde que donde ha existido no sé si un ahorro o más bien un apoyo, es el hecho de las coberturas, por ejemplo la principal que realizamos es el enlace sabatino, es un aporte realmente del canal público para que la ciudadanía este informada directamente a través del Presidente de la República. Hay muchas críticas del enlace sabatino, antes realmente los ciudadanos no tenían ni idea de lo que hacía el presidente, de las decisiones que tomaba, hoy en día pues es el mismo Presidente quien cuenta directamente y para nosotros ser parte es muy importante.

### **3.- ¿Qué le falta a Ecuador Tv para generar más confianza y aceptación en los televidentes?**

Le falta tiempo, le falta años, es muy difícil que la ciudadanía, la mayoría de la ciudadanía que ha visto la Televisión Privada durante cuarenta, cincuenta años de repente cambie su hábito, su actitud hacia una pantalla que es Ecuador Tv. Los rostros en las Noticias con los años ganan credibilidad y entonces eso hace que la gente busque esos rostros, en el caso nuestro la mayoría de nuestros reporteros, anchors, no han tenido una trayectoria tan larga. Yo pienso que en la medida que pase el tiempo van a tener mayor credibilidad por parte de los televidentes, por otro lado también está el tema de que la mayoría de la ciudadanía está acostumbrada a lo que ha visto por cuarenta, cincuenta años en la Televisión, ha visto crónica roja, ha visto programas de prensa rosa, que se siguen dando, no se renueva la parilla de los canales privados porque compiten por el rating y por eso necesitan eso que saben que funciona; y desgraciadamente es porque la gente está acostumbrada a ver novelas, el amarillismo, el sensacionalismo, y ahí si le tiene cuesta arriba Ecuador Tv, porque es todo lo contrario lo que hacemos nosotros, si te puedo decir que en la programación infantil esta nuestra fortaleza, porque a los niños le estamos dando la programación que no se lo dan los medios privados, ya que consideran que la programación dirigida a los niños no es rentable, porque no logran tener auspiciantes o anunciantes para esos programas.

#### *V. Estudio sobre la popularidad y satisfacción del público en cuanto a la oferta de la Televisión Nacional*

Revista Tame abordo edición No. 71 con fecha Octubre15-Noviembre15 2010, gracias al apoyo de la Unidad de Opinión y Mercado de Corporación Ekos, realizó un estudio en las principales ciudades del país sobre la popularidad y satisfacción del público en cuanto a la oferta de la Televisión Nacional, arrojando los siguientes resultados:

### Las Noticias

Por mejor canal en programación noticiosa en la Ciudad de Quito los tres mayores puntajes los obtuvieron Ecuavisa 33,4%, Teleamazonas 32,6% y Tc Televisión 17,4%, se concluye que para Quito los dos primeros canales han logrado consolidar su imagen informativa en el contexto noticioso.<sup>10</sup> Considerando que estos dos canales llevan más de 30 años al aire han captado la mayor audiencia por el tiempo al aire, además son canales que emiten programas con profesionalismo. Ecuador Tv de acuerdo a esta pregunta obtuvo un 1.6%.

**Gráfico No. 38**



Fuente: Revista Tame Abordo Edición 71, Octubre 15-Noviembre 15 2010

### Los Deportes

Según Revista Abordo considera que, para que exista posicionamiento de un canal en el Ecuador se tome en cuenta la audiencia deportiva. Para este contexto el mejor canal en programación deportiva con un 33,7% Teleamazonas<sup>11</sup>, según los encuestados califican el trabajo de Teleamazonas como un excelente canal en cuanto a la transmisión de hechos deportivos

<sup>10</sup> ZAPPING ECUATORIANO RANKING DE CANALES DE TELEVISIÓN, Revista Abordo Edición 71, 15 Octubre-15 Noviembre 2010, página 60 Las noticias.

<sup>11</sup> ZAPPING ECUATORIANO RANKING DE CANALES DE TELEVISIÓN, Revista Abordo Edición 71, 15 Octubre-15 Noviembre 2010, página 60 y 61 Los deportes.

como el fútbol y fórmula uno por su gran credibilidad. Ecuador Tv de acuerdo a esta pregunta obtuvo un porcentaje bajo, ya que para el 2010 no contaba con un segmento deportivo como ahora lo tiene independiente de las Noticias.

**Gráfico No. 39**



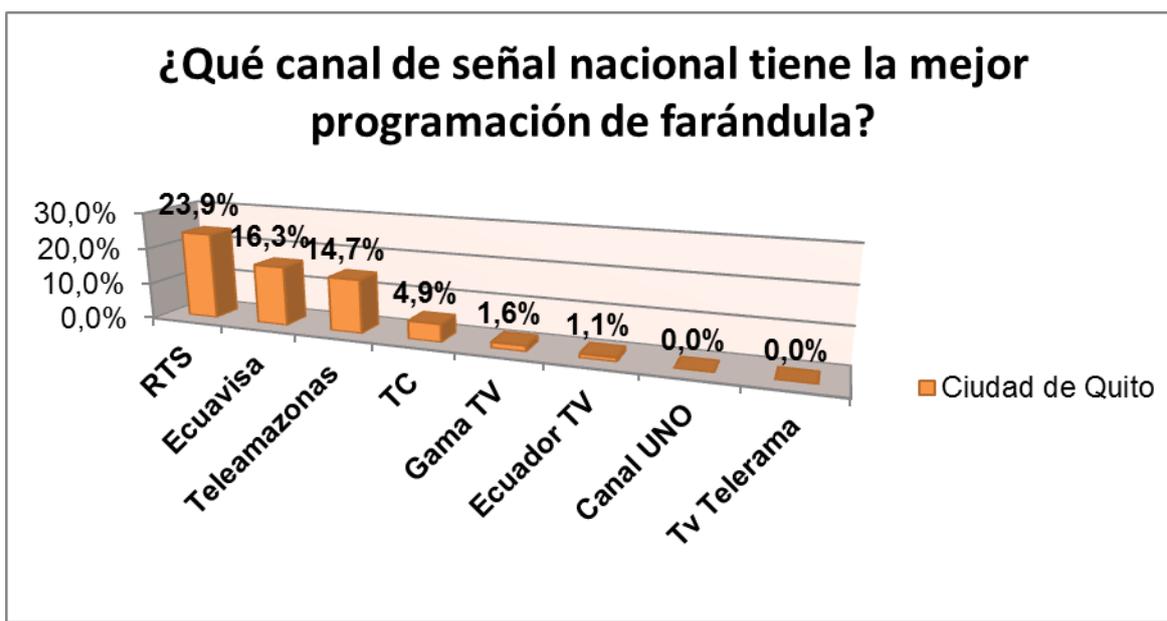
**Fuente:** Revista Tame Abordo Edición 71, Octubre 15-Noviembre 15 2010

### **La Farándula**

En este contexto el canal líder es RTS con un 23,9% gracias a su programa estrella el cual hasta el día de hoy se mantiene en sintonía. Según comentario de la Revista Abordo la noticia rosa genera siempre polémica no solo por su contenido, pero también por la pobreza de algunos de sus formatos o por lo inadecuado del horario que son transmitidos.<sup>12</sup>

<sup>12</sup> ZAPPING ECUATORIANO RANKING DE CANALES DE TELEVISIÓN, Revista Abordo Edición 71, 15 Octubre-15 Noviembre 2010, página 61 La farándula.

Gráfico No. 40

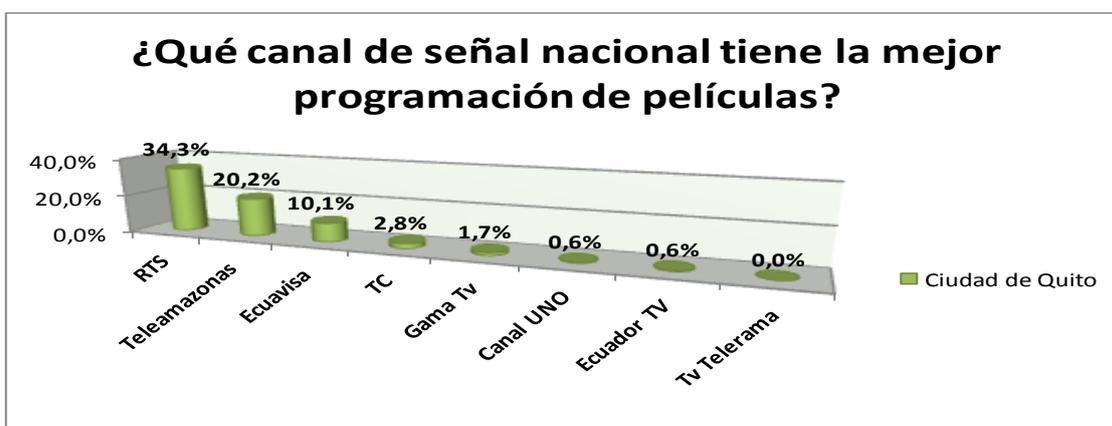


**Fuente:** Revista Tame Abordo Edición 71, Octubre 15-Noviembre 15 2010

### Películas

Considerando que en nuestro país el séptimo arte es muy escaso, la transmisión de películas en canales nacionales suelen ser en días festivos o fines de semana, pero a pesar de ello el canal que lidera en este contexto es RTS con un 34,3% transmitiendo diariamente y en horario prime time.<sup>13</sup> Para Ecuador Tv las películas no son su producto estrella pero a pesar de ello obtuvo un 0,6% ocupando el séptimo puesto de ocho.

Gráfico No. 41



**Fuente:** Revista Tame Abordo Edición 71, Octubre 15-Noviembre 15 2010

<sup>13</sup> ZAPPING ECUATORIANO RANKING DE CANALES DE TELEVISIÓN, Revista Abordo Edición 71, 15 Octubre-15 Noviembre 2010, página 61-62 Películas.

### **Humor – Comedia**

Dentro de esta categoría no existe un posicionamiento abismal , pero según la opinión de los encuestados el canal que cumple con las expectativas en este contexto es Telemazonas con un 19,6% por su programación cómica nacional transmitida en horarios prime time. Para esta categoría Ecuador Tv considerando que es un canal con pocos años de creación obtuvo un 0,5% superando un escalafón a Telerama.<sup>14</sup>

**Gráfico No. 42**



**Fuente:** Revista Tame Abordo Edición 71, Octubre 15-Noviembre 15 2010

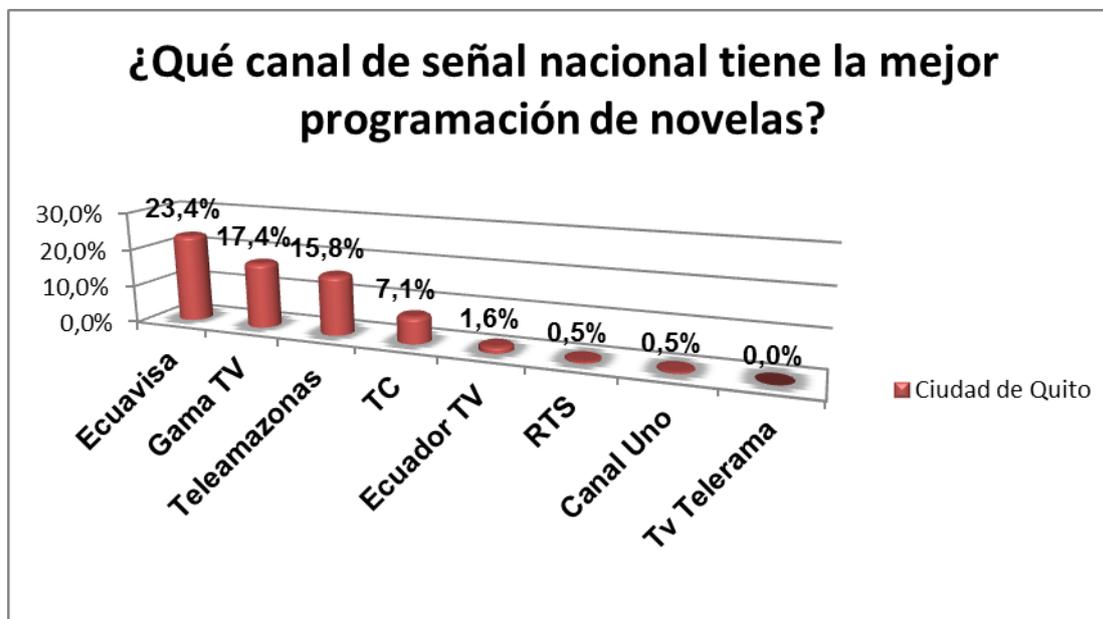
### **Telenovelas**

Dentro del aspecto de Telenovelas es importante mencionar que anteriormente las telenovelas se relacionaban solo con la audiencia femenina, con el transcurso del tiempo el mercado ha evolucionado y la audiencia masculina se ha involucrado por novelas provenientes de Brasil y Colombia. El canal que lidera esta categoría es Ecuavisa alcanzando un 23,4%. Dentro de este

<sup>14</sup> ZAPPING ECUATORIANO RANKING DE CANALES DE TELEVISIÓN, Revista Abordo Edición 71, 15 Octubre-15 Noviembre 2010, página 62 Humor/Comedia.

contexto Ecuador Tv obtuvo el 1.6% sobrepasando a Canal Uno, Tv Telerama y RTS.<sup>15</sup>

Gráfico No. 43



**Fuente:** Revista Tame Abordo Edición 71, Octubre 15-Noviembre 15 2010

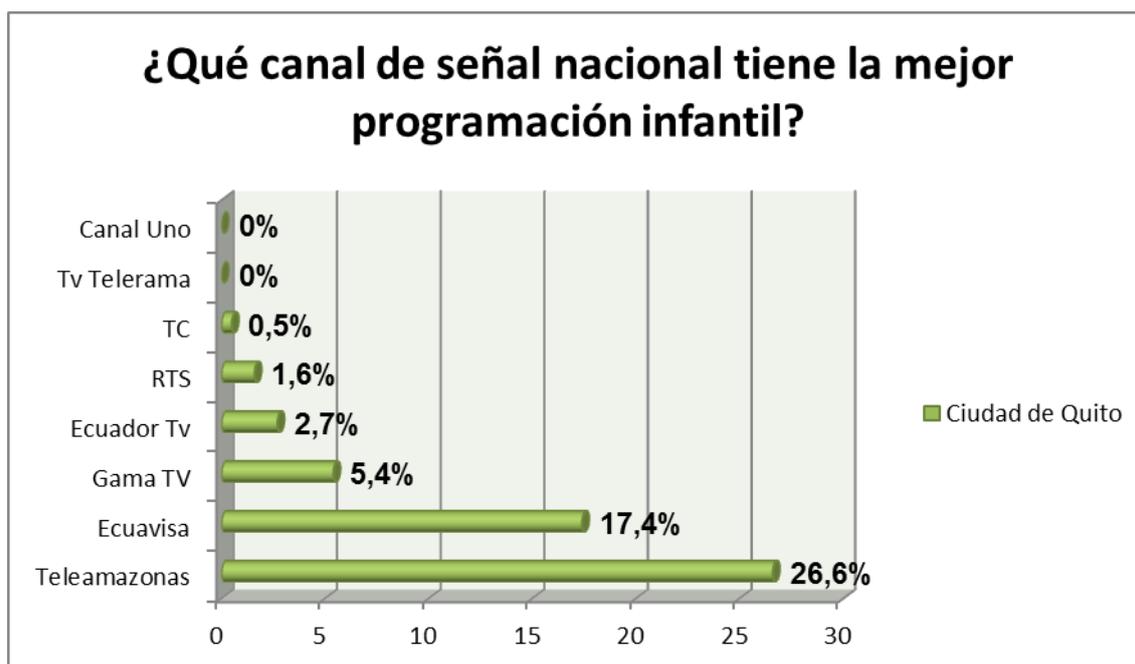
### **Programación Infantil**

El canal con la mejor programación infantil de acuerdo a la opinión de los encuestados es Teleamazonas con un 26.6%.<sup>16</sup> Ecuador TV tiene como objetivo de calidad brindar a la ciudadanía contenidos televisivos que satisfagan y entretenga sanamente y para muestra de ello, dentro de esta categoría ocupa el quinto puesto con un 2,7%.

<sup>15</sup> ZAPPING ECUATORIANO RANKING DE CANALES DE TELEVISIÓN, Revista Abordo Edición 71, 15 Octubre-15 Noviembre 2010, página 66 Telenovelas.

<sup>16</sup> ZAPPING ECUATORIANO RANKING DE CANALES DE TELEVISIÓN, Revista Abordo Edición 71, 15 Octubre-15 Noviembre 2010, página 65-66 Producción Infantil.

Gráfico No. 44



**Fuente:** Revista Tame Abordo Edición 71, Octubre 15-Noviembre 15 2010

Al entrevistar a los líderes de opinión podemos llegar a la conclusión de que el Estado no ha ahorrado al tener un medio de comunicación público, sino que le ha costado más dinero crearlo y mantenerlo, ya que sigue invirtiendo en los medios privados para transmitir la publicidad que requiere. Si bien es cierto los canales privados le llevan una ventaja representativa a Ecuador Tv por sus años de trayectoria, sin embargo el objetivo y razón de ser de la Televisión Pública es totalmente distinto y deberá trabajar fuertemente para posicionarse en la mente de los televidentes.

Como podemos observar en el estudio realizado por la Revista Tame abordó gracias al apoyo de la Unidad de Opinión y Mercado de Corporación Ekos, Ecuador Tv en los pocos años de trayectoria está tomando posicionamiento en varios de los segmentos mencionados, en muchos casos se encuentra por sobre canales con gran trayectoria, siendo un gran merito para el corto tiempo que lleva en el mercado.

La encuesta nos ayudo a identificar la percepción de los entrevistados con respecto a Ecuador Tv, permitiéndonos identificar las áreas de mejora que se tomarán en cuenta para la planeación estratégica orientada a resultados.

Al revisar la parrilla de programación podemos comprobar la hipótesis general planteada en esta tesis, ya que Televisión Pública es un medio imparcial que únicamente busca satisfacer las necesidades de información y entretenimiento del público local, sin verse obligada a transmitir la ideología del Gobierno al ser este su único inversionista. Esto se comprueba ya que la programación que trasmite es netamente cultural, educativa, infantil y de sano entretenimiento. Si bien es cierto sábado tras sábado transmite la cadena sabanita de la Presidencia de la Republica, pero debemos recordar que al ser un medio de comunicación público está en su deber de informar a la ciudadanía las actividades que el Gobierno realiza.

## ***Capítulo VI:***

### ***Planeación Estratégica orientada a resultados***

Una vez que se ha comprobado que la hipótesis planteada en esta tesis es negativa, es decir que el Gobierno no ha ahorrado desde que existe la Televisión Pública, sino que al contrario le cuesta más mantenerla, a continuación se presenta una propuesta de planeación estratégica que busca guiar a este medio de comunicación a alcanzar un posicionamiento en la mente de los televidentes.

#### *I. Descripción de la Empresa*

Ecuador Tv es un medio de comunicación público sin fines de lucro que busca ser un medio eficiente, moderno y un espacio plural e incluyente de la ciudadanía.

#### *II. Guía Editorial*

1. Los espacios periodísticos de Ecuador TV se definen como servicios informativos públicos, independientes, nacionales, defensores del Estado de Derecho y comprometidos con el orden democrático y legal establecido en la Constitución.

Acogerán todas las tendencias de la sociedad con excepción de aquellas que propugnan la violencia para el cumplimiento de sus fines.

2. Los servicios informativos de Ecuador TV nacen con el fin de satisfacer el derecho constitucional del público a la información. Su obligación primordial es presentar diariamente una información veraz, imparcial, completa, interesante y clara, junto a las herramientas de análisis suficientes para que el público pueda comprender la realidad, formar su propio criterio y adoptar posiciones libres e informadas sobre los asuntos que son de su incumbencia.

**3.** El interés público prevalecerá por encima de cualquier otra consideración en materia de política editorial. Las decisiones editoriales se tomarán en función de las siguientes prioridades:

- ✚ Satisfacer el derecho constitucional del público a la información.
- ✚ Respetar la libertad de expresión.
- ✚ Respetar y defender los derechos de las personas, su bienestar y su seguridad, especialmente de los niños y grupos vulnerables de la sociedad. Informar y debatir, por tanto, sobre las acciones que vulneren esos derechos: la injusticia, la corrupción, el abuso de poder, las conductas delictivas, etc.
- ✚ Prevenir a las personas contra la manipulación y el engaño, informarlas sobre los casos de incompetencia o negligencia de las autoridades y de todos quienes haciendo uso de su poder afectaren al bienestar ciudadano.

**4.** La información es un bien social, pertenece al público y no a las fuentes que la originan. Por tanto, debe ser difundida sin censuras, cortapisas, cálculos de conveniencia o límites de cualquier naturaleza. No reconoceremos la validez de ninguna restricción en ese sentido pues consideramos que nuestra libertad de expresión es, en sí misma, un asunto de interés público.

**5.** La información tampoco pertenece al comunicador que la transmite. Los periodistas de Ecuador TV no buscarán obtener del ejercicio de su profesión ningún tipo de ventajas, y sus posiciones personales no condicionarán su manejo de la información ni su trato con las fuentes.

**6.** Los servicios informativos de la televisión pública perseguirán los más altos parámetros de calidad editorial. Su relación con el público, así como con las fuentes, colaboradores y protagonistas de la información, se regirá por la ética profesional y de respeto a los derechos de las personas. Nuestros valores éticos y editoriales se pueden resumir en cinco principios básicos.

- ✚ Rigor: sobre el tratamiento de la información y la fidelidad a los hechos.
- ✚ Imparcialidad: sobre el respeto a la libertad de expresión y la obligación de no ser actores de la información, tan solo mediadores de la misma.
- ✚ Independencia: sobre nuestra propia agenda informativa y nuestras relaciones con el poder y las fuentes.
- ✚ Responsabilidad pública: sobre los derechos de las personas.
- ✚ Claridad: sobre nuestro estilo periodístico.

**7. Rigor.** El rigor y la veracidad son las primeras obligaciones de nuestros servicios informativos y constituyen valores periodísticos más importantes que la velocidad.

Satisfacer el derecho a la información significa colocar a la ciudadanía en posición de tomar decisiones libres e informadas sobre los asuntos públicos. Para ello, la información ha de ser completa, confiable y contextualizada, *por lo que la televisión pública hará permanentes esfuerzos de capacitación de sus miembros*. Nos esforzaremos por presentar contenidos fundamentados, demostrables y basados en evidencia visual y sonora cuando sea posible. Seremos honestos con respecto a lo que ignoramos y evitaremos toda suerte de especulaciones y rumores. Emitiremos sólo noticias comprobadas y no afirmaremos nada que no podamos demostrar.

**8. Imparcialidad.** Los servicios informativos de la televisión pública respetan la libertad de expresión de las personas y tienen una mentalidad abierta para incluir a todos los ciudadanos sin importar sus posturas o tendencias. Su compromiso es reflejar la diversidad de opiniones, creencias y valores de la sociedad sin tomar partido ni inducir al espectador a pronunciarse por una u otra postura. Con ese fin, no serán actores ni protagonistas de la información, no expresarán opiniones editoriales ni promoverán puntos de vista particulares sobre los debates públicos.

**9. Independencia.** El público tiene derecho a confiar en que nuestras decisiones editoriales y nuestros contenidos informativos en general no estén influenciados por presiones políticas, comerciales, personales o de otro tipo. Por ello, seleccionaremos y cubriremos la información en función de nuestras

propias agendas editoriales. Nos mantendremos independientes tanto del gobierno como de los partidos y movimientos políticos. No endosaremos nuestro apoyo ni otorgaremos prominencia a ningún tipo de organización, producto, actividad o servicio.

**10. Responsabilidad pública.** Los servicios informativos de la televisión pública son conscientes del enorme poder de la herramienta que tienen en sus manos y se comprometen a no utilizar jamás ese poder en perjuicio de los intereses públicos, ni a lesionar con él los derechos de las personas. Durante el proceso de recolección de la información consideraremos los derechos de aquellas personas que nos la facilitan o son objeto de ella, es decir, los derechos de las fuentes, colaboradores y protagonistas de la información. Durante el proceso de difusión de la información velaremos por los derechos de las personas a quienes esa información va dirigida, es decir, los derechos del público.

**11. Claridad.** El propósito de los servicios informativos de la televisión pública es comunicar hechos e ideas a un público heterogéneo y disperso. Por tanto, nuestro estilo periodístico será claro, preciso, conciso, fluido, fácilmente comprensible para la mayoría, respetuoso de las normas del idioma y capaz de captar el interés y la atención del público. Nos expresaremos con el lenguaje de los periodistas, no con el de las fuentes.<sup>17</sup>

### *III. Giro del negocio*

A través de Decreto Ejecutivo No. 193, de 29 de Diciembre de 2009, publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 110, de 18 de Enero de 2010, se creó la empresa pública Televisión y Radio de Ecuador E.P, RTVECUADOR, cuyo objetivo social es el siguiente:

---

<sup>17</sup> Guía Editorial Ecuador Tv Televisión Pública  
<http://www.ecuadortv.ec/docutransparencia/GUIAL%20EDITORIAL%20RTVECUADOR.pdf>

Instalar, operar y mantener los servicios públicos de radiodifusión y televisión pública, así como la creación, producción, postproducción de programas de radio y televisión. Este objeto social tiene, en última instancia la finalidad de brindar a la ciudadanía contenidos televisivos y radiofónicos que les formen informen y entretengan sanamente, fomentando y fortaleciendo los valores familiares, sociales, culturales y la participación ciudadana.

#### *IV. Productos y Servicios*

Los productos y servicios que ofrece Ecuador TV, Televisión Pública son los siguientes:

##### Programas

- ✚ Programas de Opinión
- ✚ Programas de Noticias e Informativos
- ✚ Programas de Investigación
- ✚ Programas de Entretenimiento General
- ✚ Programas Culturales
- ✚ Programas Educativos
- ✚ Transmisión de Eventos y Especiales
- ✚ Programas Regionales
- ✚ Programas Documentales
- ✚ Programas Deportivos (RPE)
- ✚ Programas de Entretenimiento Infantiles (ECTV)

##### Servicios

- ✚ Producción Contratada
- ✚ Alquiler de Equipos e Infraestructura
- ✚ Venta de Espacios de Programación
- ✚ Página Web: Difusión, Información y Comunicación
- ✚ Web 2.0: Twitter, Facebook, Youtube
- ✚ Patrocinio de Eventos

- ✚ Espacios de Participación Ciudadana
- ✚ Señal Digital

## V. *Análisis FODA*

### 1. *Fortalezas*

- ✚ Conversión a empresa pública con régimen especial.
- ✚ Modelo de gestión administrativa eficiente y orientada a la calidad.
- ✚ Infraestructura y tecnología de punta.
- ✚ Personal calificado, competente y profesional.
- ✚ Diversidad y calidad de la programación.
- ✚ Certificación del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2008.
- ✚ Fortalecimiento de la imagen institucional.
- ✚ Ampliación de cobertura en el territorio nacional.
- ✚ Recursos económicos asegurados.
- ✚ Funcionamiento del Consejo Consultivo.

### 2. *Oportunidades*

- ✚ Confianza y apoyo del Gobierno en el Equipo Directivo y el Proyecto de la Televisión Pública.
- ✚ Necesidades insatisfechas de la teleaudiencia.
- ✚ Establecer alianzas estratégicas con medios públicos nacionales e internacionales.
- ✚ Cambio a Tecnología Digital.
- ✚ Autorización de la Procuraduría para comercializar.
- ✚ Televisión por Internet.
- ✚ Debilitamiento en la credibilidad de imagen y calidad de otros medios.
- ✚ Ley que establece un incremento de contenidos nacionales en la programación de TV.
- ✚ Disponibilidad de Tecnología Digital.
- ✚ Necesidad ciudadana de recibir la señal de Televisión Pública.

### 3. Debilidades

- ✚ En algunos casos, falta de compromiso de ciertos colaboradores.
- ✚ Frecuencia de transmisión UHF en la mayoría de la red.
- ✚ Problemas de calidad técnica en la señal.
- ✚ Falta de infraestructura suficiente en ciudades y lugares clave del país.
- ✚ Falta de aplicación/implementación de algunos controles de calidad en procesos productivos, administrativos y operativos.
- ✚ Débil posicionamiento de marca de Ecuador Tv.
- ✚ Proceso de inducción deficiente para personal de nuevo ingreso.

### 4. Amenazas

- ✚ Cambios de personas en el Gobierno que toman decisiones acerca de los Medios Públicos.
- ✚ Influencia de diversas autoridades gubernamentales en contenidos de los Medios Públicos.
- ✚ Ataques y descréditos de medios privados hacia la Televisión Pública.
- ✚ Restricciones en el suministro de energía
- ✚ Nueva Ley de Comunicación.
- ✚ Calidad deficiente y tratamiento desigual por parte de operadores de cable.
- ✚ Recorte presupuestario.
- ✚ Nueva postura de la Supertel ante la Televisión Pública.

## VI. Misión

Brindar a los ciudadanos y ciudadanas del Ecuador contenidos que les formen, informen y entretengan sanamente, libres de violencia, fomentando y fortaleciendo los valores familiares, sociales, culturales y la participación ciudadana.

## *VII. Visión*

Ser un medio de comunicación público competitivo y eficiente que sea un espacio abierto para el acceso de los ciudadanos y ciudadanas del Ecuador.

## *VIII. Factores Clave*

- 1) Ofrecer contenidos de calidad, información veraz y sano entretenimiento, facilitando la participación ciudadana y fomentando valores.
- 2) Ofrecer a toda la población ecuatoriana una señal con estándares óptimos de calidad técnica.
- 3) Transparencia y honestidad en la Gestión Administrativa.
- 4) Ser una alternativa atractiva, innovadora, incluyente, diversificada, accesible y universal.
- 5) Ofrecer espacios de servicio Público/Comunitario.
- 6) Contenidos desde lo local para lo nacional.
- 7) Exportar el producto de la Televisión Pública.

## *IX. Objetivos Estratégicos*

- 1) Eficientar los espacios de comunicación con la ciudadanía.
- 2) Incrementar los contenidos de Televisión producidos en el país.
- 3) Mejorar continuamente la calidad de los contenidos de Televisión.
- 4) Crear contenidos apegados a las necesidades reales de la audiencia.
- 5) Garantizar el derecho ciudadano al acceso de Ecuador Tv.
- 6) Desarrollar e implementar la estructura comercial.

## *X. Política de Calidad*

Brindar a los ciudadanos y ciudadanas del Ecuador contenidos que les formen, informen y entretengan sanamente, libres de violencia, fomentando y fortaleciendo los valores familiares, sociales, culturales y la participación ciudadana, con un enfoque sustentado en un Sistema de Gestión de Calidad.

### *XI. Análisis Financiero*

Considerando que la inversión de la Televisión Pública es toda materialización de medios financieros en bienes, que van a ser utilizados en el proceso productivo de la empresa.

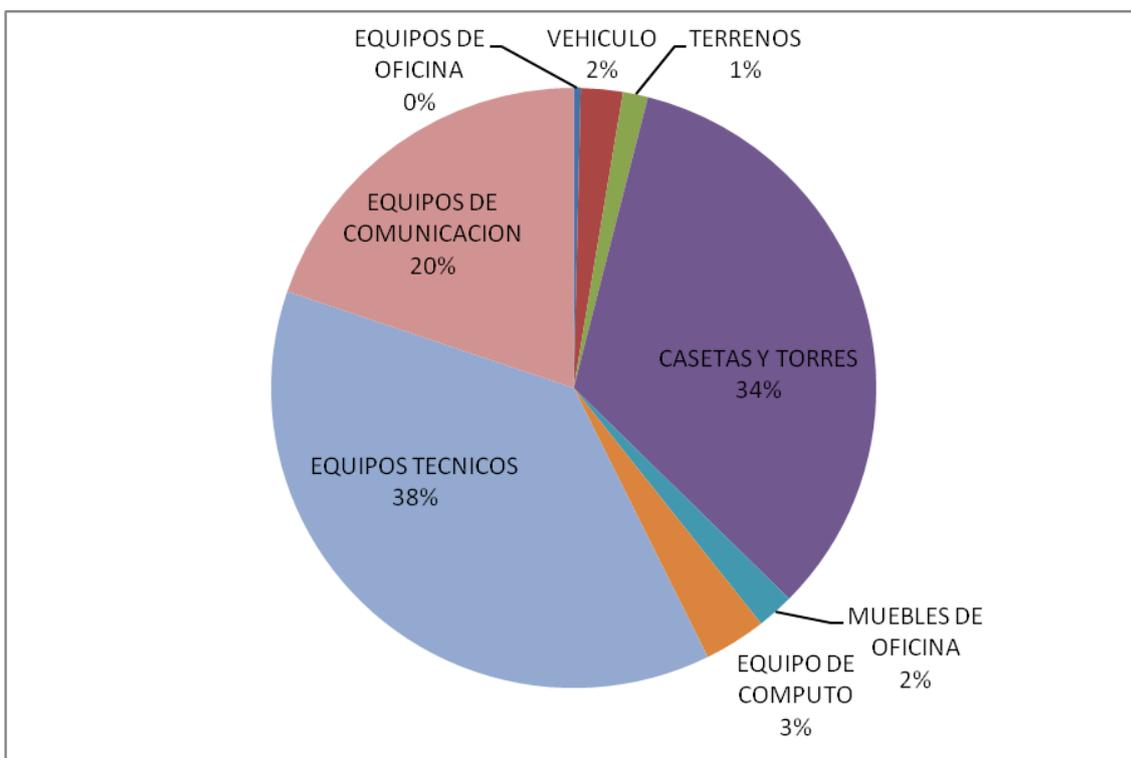
Las inversiones de la Televisión Pública hasta el 31 de diciembre del 2011 es de \$.33.075.388 dólares.

<b>ACTIVOS</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>TOTAL</b>
TERRENOS				275.350	169.966	445.316
CASEROS Y TORRES (EDIFICIO)				2.035.917	9.016.817	11.052.734
MUEBLES DE OFICINA	10.555	22.637	295.538	258.095	67.709	654.534
EQUIPO DE COMPUTO	3.250	241.383	122.444	371.488	363.559	1.102.124
EQUIPOS TECNICOS	864	554.513	1.550.576	5.653.360	4.649.651	12.408.964
EQUIPOS DE COMUNICACION	5.529	684.933	100.842	207.771	5.549.241	6.548.316
EQUIPOS DE OFICINA	3.349	69.632	1.925	8.601	39.249	122.756
VEHICULO		204.481	106.812	294.444	134.906	740.644
<b>TOTAL</b>	<b>23.547</b>	<b>1.777.579</b>	<b>2.178.137</b>	<b>9.105.026</b>	<b>19.991.098</b>	<b>33.075.388</b>
<b>INCREMENTO ANUAL DE ACTIVOS</b>	<b>0%</b>	<b>5%</b>	<b>7%</b>	<b>28%</b>	<b>60%</b>	<b>100%</b>

### **TABLA NO. 1**

**TITULO:** Cuadro de Inversiones de Televisión Pública

**ELABORADO POR:** Mónica Sandoval



#### GRAFICO NO. 45

**TITULO:** Gráfico de Inversiones Televisión Pública

**ELABORADO POR:** Mónica Sandoval

##### 1. Gastos de Producción y Programación

Con respecto a los datos históricos de Ecuador Tv sobre gastos de producción del canal, se identifica un incremento en la contratación de la producción nacional, producción del exterior e incluso la contratación de la producción deportiva a partir del año 2010.

PRODUCCION	2008	2009	2010	2011
Programacion Nacional	302.445,48	770.836,52	1.098.747,49	2.139.680,71
Programacion del Exterior	375.365,33	598.371,66	512.021,54	956.276,44
Programacion Deportiva	-	-	290.054,81	810.714,24
<b>TOTAL</b>	<b>677.810,81</b>	<b>1.369.208,18</b>	<b>1.900.823,84</b>	<b>3.906.671,39</b>

**TABLA NO. 2**

**TITULO:** Cuadro de Gastos de Producción y Programación

**ELABORADO POR:** Mónica Sandoval



#### **GRAFICO NO. 46**

**TITULO:** Cuadro de Gastos de Producción y Programación

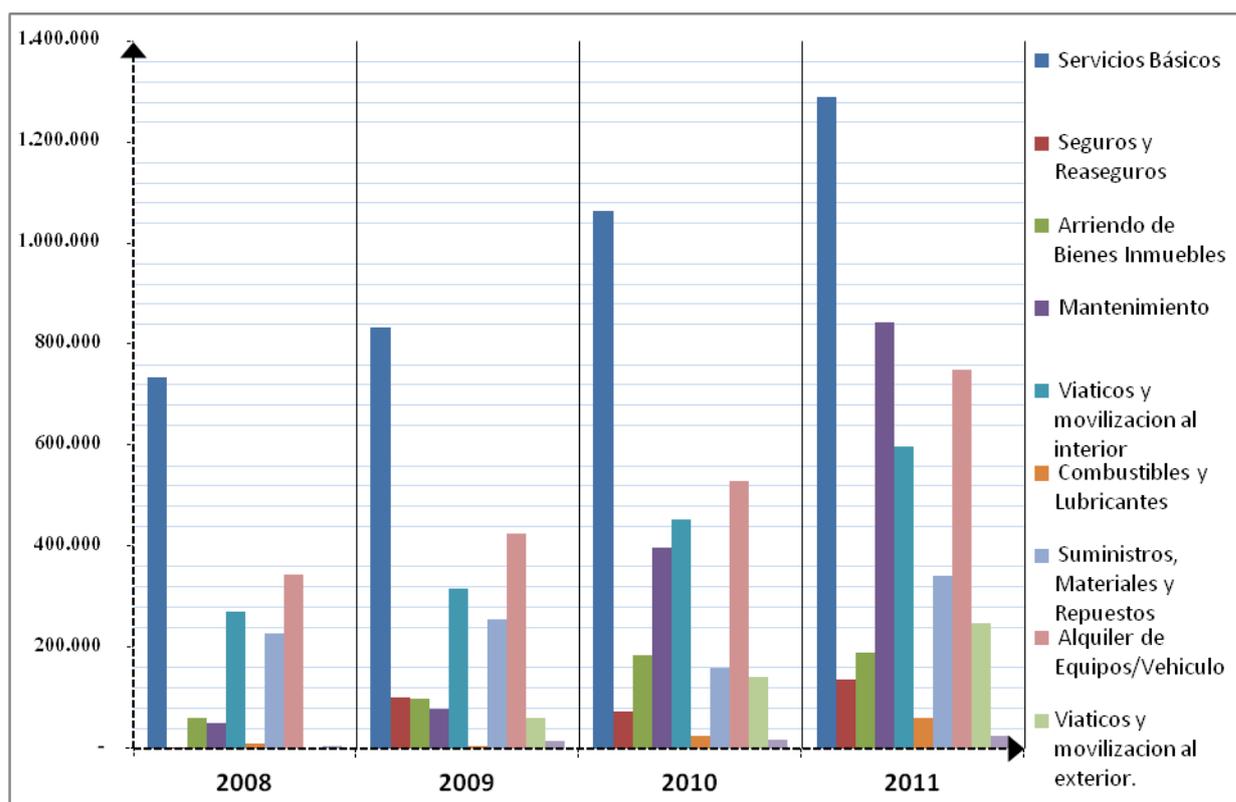
**ELABORADO POR:** Mónica Sandoval

#### *2. Gastos Generales.*

Estos gastos representan servicios básicos, arriendo de bienes inmuebles, mantenimiento, transporte, combustibles y lubricantes, seguros, alquileres, suministros y materiales, viáticos al interior y exterior.

El mayor porcentaje del gasto se determina por la utilización servicios básicos como de energía eléctrica, telefonía, internet, agua potable, seguridad y vigilancia y señal satelital representando el 34% del total de gastos fijos.

Los servicios básicos han sido los gastos más altos desde el año 2008 al 2011.



**GRAFICO NO. 47**

**TITULO:** Cuadro de Gastos Fijos de Televisión Pública (cuentas significativas)

**ELABORADO POR:** Mónica Sandoval

GASTOS FIJOS		2008	%	2009	%	2010	%	2011	%	TOTAL	%
Servicios Básicos	Telefonia	64.061,14	4%	147.558,52	7%	368.999,20	12%	189.569,16	4%	770.188,02	
	Internet	108.501,94	6%	102.044,74	5%	85.311,26	3%	106.488,47	2%	402.346,41	
	Correo	39.741,22	2%	11.616,82	1%	36.584,86	1%	11.256,44	0%	99.199,34	
	Web Site	8.700,00	1%	42.120,00	2%	43.700,01	1%	68.380,00	2%	162.900,01	
	TVCable	1.594,48	0%	2.321,33	0%	3.613,33	0%	5.124,64	0%	12.653,78	
	Energia Electrica	27.114,05	2%	112.403,45	5%	132.881,65	4%	270.174,99	6%	542.574,14	
	Agua Potable	2.970,06	0%	9.196,20	0%	9.072,21	0%	4.770,84	0%	26.009,31	
	Seguridad y Vigilancia	38.945,16	2%	50.028,77	2%	53.369,62	2%	301.305,58	7%	443.649,13	
	Señal Satelital	442.521,94	26%	355.877,00	16%	330.748,98	11%	333.019,47	7%	1.462.167,39	
		<b>734.149,99</b>	<b>43%</b>	<b>833.166,83</b>	<b>38%</b>	<b>1.064.281,12</b>	<b>35%</b>	<b>1.290.089,59</b>	<b>29%</b>	<b>3.921.687,53</b>	<b>34%</b>
Arriendo de Bienes Inmuebles	Arriendo Oficinas	61.245,15	4%	98.228,24	4%	101.279,78	3%	89.493,70	2%	350.246,87	
	Arriendo Terrenos	496,10	0%	678,66	0%	82.546,78	3%	80.281,66	2%	164.003,20	
	Almacenamiento	0,00	0%	505,67	0%	0,00	0%	20.787,96	0%	21.293,63	
			<b>61.741,25</b>	<b>4%</b>	<b>99.412,57</b>	<b>5%</b>	<b>183.826,56</b>	<b>6%</b>	<b>190.563,32</b>	<b>4%</b>	<b>535.543,70</b>
Mantenimiento	Mantenimiento Vehiculos	6.056,14	0%	14.630,70	1%	61.037,66	2%	185.518,40	4%	267.242,90	
	Mantenimiento Edificios	15.898,07	1%	46.500,65	2%	28.829,51	1%	150.154,59	3%	241.382,82	
	Mantenimiento Equipos Comunicación	29.250,00	2%	17.476,00	1%	119.001,99	4%	111.398,25	2%	277.126,24	
	Adecuaciones e Instalaciones	410,00	0%	483,19	0%	189.365,83	6%	397.601,96	9%	587.860,98	
			<b>51.614,21</b>	<b>3%</b>	<b>79.090,54</b>	<b>4%</b>	<b>398.234,99</b>	<b>13%</b>	<b>844.673,20</b>	<b>19%</b>	<b>1.373.612,94</b>
Transporte	Transportes y Fletes	4.296,35	0%	15.277,11	1%	18.396,50	1%	24.620,66	1%	62.590,62	
		<b>4.296,35</b>	<b>0%</b>	<b>15.277,11</b>	<b>1%</b>	<b>18.396,50</b>	<b>1%</b>	<b>24.620,66</b>	<b>1%</b>	<b>62.590,64</b>	<b>1%</b>
Combustibles y Lubricantes	Combustibles y Lubricantes	9.237,48	1%	4.121,40	0%	24.997,91	1%	60.347,98	1%	98.704,77	
		<b>9.237,48</b>	<b>1%</b>	<b>4.121,40</b>	<b>0%</b>	<b>24.997,91</b>	<b>1%</b>	<b>60.347,98</b>	<b>1%</b>	<b>98.704,80</b>	<b>1%</b>
Seguros y Reaseguros	Poliza de Seguros	321,08	0%	102.545,94	5%	74.590,75	2%	135.881,13	3%	313.338,90	
		<b>321,08</b>	<b>0%</b>	<b>102.545,94</b>	<b>5%</b>	<b>74.590,75</b>	<b>2%</b>	<b>135.881,13</b>	<b>3%</b>	<b>313.339,00</b>	<b>3%</b>
Alquiler de Equipos/Vehiculo	Alquiler de Equipos Tecnico	316.319,08	19%	403.477,64	18%	462.355,77	15%	688.455,59	15%	1.870.608,08	
	Alquiler de Vehiculos	29.415,87	2%	22.501,56	1%	66.923,75	2%	62.724,95	1%	181.566,13	
		<b>345.734,95</b>	<b>20%</b>	<b>425.979,20</b>	<b>19%</b>	<b>529.279,52</b>	<b>17%</b>	<b>751.180,54</b>	<b>17%</b>	<b>2.052.174,21</b>	<b>18%</b>
Suministros, Materiales y Repuestos	Suministros - Materiales -Repuestos	189.186,04	11%	247.474,97	11%	136.071,53	4%	316.994,86	7%	889.727,40	
	Envios y Correos	39.741,22	2%	8.503,10	0%	22.923,79	1%	23.993,23	1%	95.161,34	
		<b>228.927,26</b>	<b>13%</b>	<b>255.978,07</b>	<b>12%</b>	<b>158.995,32</b>	<b>5%</b>	<b>340.988,09</b>	<b>8%</b>	<b>984.888,74</b>	<b>9%</b>
Viaticos y movilizacion al interior	Pasajes aereos internos	142.373,78	8%	153.317,09	7%	146.400,30	5%	154.865,11	3%	596.956,28	
	Viaticos y subsistencias al interior	128.306,48	8%	162.735,51	7%	308.160,90	10%	444.239,02	10%	1.043.441,91	
		<b>270.680,26</b>	<b>16%</b>	<b>316.052,60</b>	<b>14%</b>	<b>454.561,20</b>	<b>15%</b>	<b>599.104,13</b>	<b>13%</b>	<b>1.640.398,19</b>	<b>14%</b>
Viaticos y movilizacion al exterior	Pasajes aereos exterior	0,00	0%	35.164,31	2%	69.271,98	2%	99.811,10	2%	204.247,39	
	Viaticos y subsistencias al exterior	0,00	0%	24.523,35	1%	73.665,03	2%	149.636,23	3%	247.824,61	
		<b>0,00</b>	<b>0%</b>	<b>59.687,66</b>	<b>3%</b>	<b>142.937,01</b>	<b>5%</b>	<b>249.447,33</b>	<b>6%</b>	<b>452.072,00</b>	<b>4%</b>
<b>TOTAL GASTOS FIJOS</b>		<b>1.706.702,83</b>	<b>100%</b>	<b>2.191.311,92</b>	<b>100%</b>	<b>3.050.100,88</b>	<b>100%</b>	<b>4.486.895,97</b>	<b>100%</b>	<b>11.435.011,75</b>	

TABLA NO. 3

TITULO: Tabla de gastos fijos de Televisión Pública (cuentas significativas)

ELABORADO POR: Mónica Sandoval

### 3. Gastos de Publicidad y Comisiones.

La publicidad no solamente comprende mensajes comerciales, dependiendo del ámbito en que se desenvuelva la empresa, es necesario reflexionar de manera intensa antes de acometer cualquier gasto en publicidad, es decir estudiar el segmento al que está dirigido y comprobar nuestra capacidad de respuesta.

El departamento de comercialización de Ecuador Tv ha utilizado sus recursos de una manera muy importante a través de la asistencia a eventos, ferias de todo tipo, reuniones sectoriales, etc. Este tipo de situaciones ayudado a la buena imagen del canal.

Enfatizando en que la publicidad es buena para la empresa, las cifras indican desde el año 2008 al 2011 se ha incrementado el gasto en un 89%, se puede analizar los gastos de publicidad a través de la siguiente tabla:

<b>GASTOS VARIABLES</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
Gastos de Publicidad	485.008,41	313.238,01	413.870,50	546.326,30
Comision por ingresos	2.804,07	27.032,12	22.912,80	38.793,58
<b>TOTAL</b>	<b>487.812,48</b>	<b>340.270,13</b>	<b>436.783,30</b>	<b>585.119,88</b>

#### **TABLA NO. 4**

**TITULO:** Tabla de Gastos de Publicidad y Comisión

**ELABORADO POR:** Mónica Sandoval



#### GRAFICO NO. 48

**TITULO:** Cuadro de Gastos Fijos de Televisión Pública (cuentas significativas)

**ELABORADO POR:** Mónica Sandoval

El gasto por comisión ha sido generará por motivo de incentivo a la fuerza impulsadora de las ventas.

#### 4. Gastos por Remuneraciones y Beneficios Sociales.

Estos gastos son generados por la contratación del personal que se requerirá para el buen funcionamiento de la empresa, por ley incluimos todos los beneficios sociales que corresponden a cada colaborador.

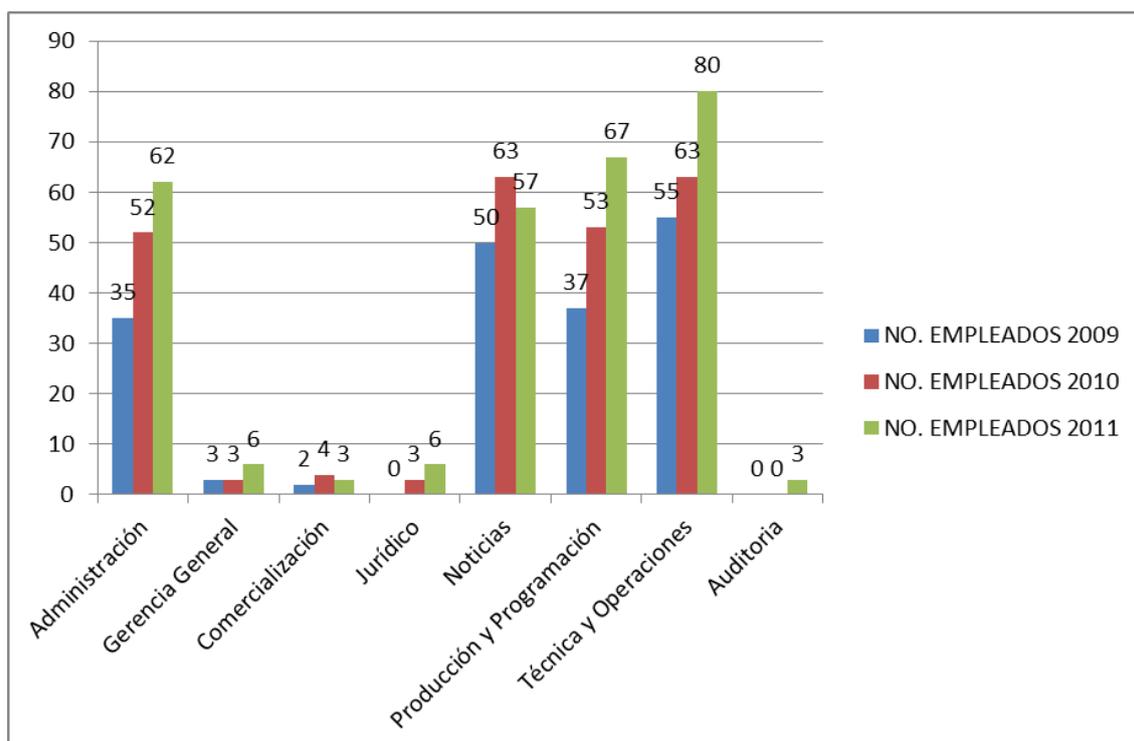
NOMINA	ANUAL 2009	NO. EMPLEADOS 2009	ANUAL 2010	NO. EMPLEADOS 2010	ANUAL 2011	NO. EMPLEADOS 2011
Administración	\$ 1.720.268,79	35	\$ 678.532,48	52	\$ 905.102,48	62
Gerencia General	\$ -	3	\$ 143.680,14	3	\$ 238.097,10	6
Comercialización	\$ -	2	\$ 93.749,70	4	\$ 104.874,50	3
Jurídico	\$ -	0	\$ 34.169,67	3	\$ 135.036,69	6
Noticias	\$ 428.141,27	50	\$ 1.083.991,74	63	\$ 1.224.823,41	57
Producción y Programación	\$ 349.647,30	37	\$ 781.316,35	53	\$ 1.110.364,61	67
Técnica y Operaciones	\$ 509.722,18	55	\$ 923.370,50	63	\$ 1.218.386,85	80

Auditoría	\$ -	0	\$ -	0	\$ 72.446,56	3
<b>TOTALES</b>	\$ 3.007.779,54	\$ 182,00	\$ 3.738.810,58	\$ 241,00	\$ 5.009.132,20	\$ 284,00

### TABLA NO. 5

**TITULO:** Tabla de Gastos Remuneraciones Televisión Pública

**ELABORADO POR:** Mónica Sandoval



### GRAFICO NO. 49

**TITULO:** Crecimiento en número de empleados de Televisión Pública

**ELABORADO POR:** Mónica Sandoval

#### 5. Capital de Trabajo

El capital de trabajo son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente.

La empresa para poder operar, requiere de recursos los mismos que deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

El capital de trabajo supone determinar con cuantos recursos cuenta la Televisión Pública para operar si se pagan todos los pasivos a corto plazo. Los balances al 31 de diciembre del 2011 indican los siguientes saldos en las cuentas del activo y pasivo:

Activo Circulante:

Bancos	\$.	763.832,00
Cuentas por cobrar BEDE	\$.	1.385.669,10
Cuentas por cobrar clientes	\$.	1.141.356,35
Otras cuentas por cobrar	\$.	87.967,06
Devolución del IVA	\$.	852.944.54

Pasivo Circulante:

Cuentas por pagar proveedores	\$.	1.698.051.62
Cuentas por pagar IESS	\$.	219.764.47
Cuentas por pagar del personal	\$.	16.356.38
Impuestos por pagar	\$.	459.968.68

El capital de trabajo neto sobre deudas a corto plazo de la Televisión Pública para el año 2011 indica que los activos corrientes es mayor al pasivo noventa en un índice financiero de 0.90, lo que indica que la empresa no tendrá problemas para cumplir con las deudas a corto plazo.

#### 6. Estructura de Financiamiento.

La Televisión Pública tiene garantizada su operatividad debido a que el 77% de sus ingresos, proceden de Gobierno Central y cuyos valores son acreditados a la corriente del Banco Central por parte del ente rector, Ministerio de Finanzas.

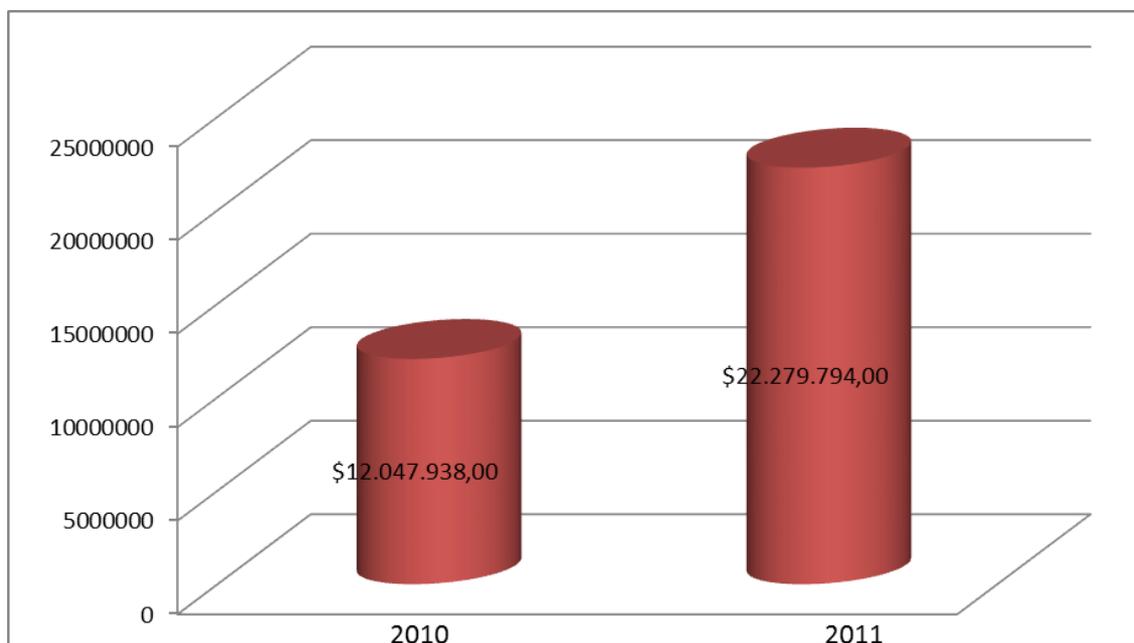
Esto tal y como indica el Art. 7 del Decreto No. 193 firmado por el Eco. Rafael Correa Delgado el 29 de Diciembre del 2009, en donde indica: “El Ministerio de Finanzas efectuará las asignaciones presupuestarias que se requieran para el funcionamiento y gestión de la empresa pública Televisión Pública, hasta que ésta sea autosustentable, de acuerdo al requerimiento que efectúe el Directorio de la Empresa.”

ASIGNACIONES	2010	2011
Asignación Gobierno Central	\$ 12.047.938	\$ 22.279.794
Presupuesto General RTVECUADOR	\$ 16.825.309	\$ 28.796.578
INGRESO MINISTERIO FINANZAS	<b>72%</b>	<b>77%</b>

#### TABLA NO. 7

**TITULO:** Asignaciones por parte del Ministerio de Finanzas

**ELABORADO POR:** Mónica Sandoval



#### GRAFICO NO. 50

**TITULO:** Asignaciones Ministerio de Finanzas

**ELABORADO POR:** Mónica Sandoval

Cabe mencionar que conscientes con la realidad económica del país, se ha generado mayor ingreso por autogestión, esto con la finalidad de cubrir todos los gastos operativos del canal.

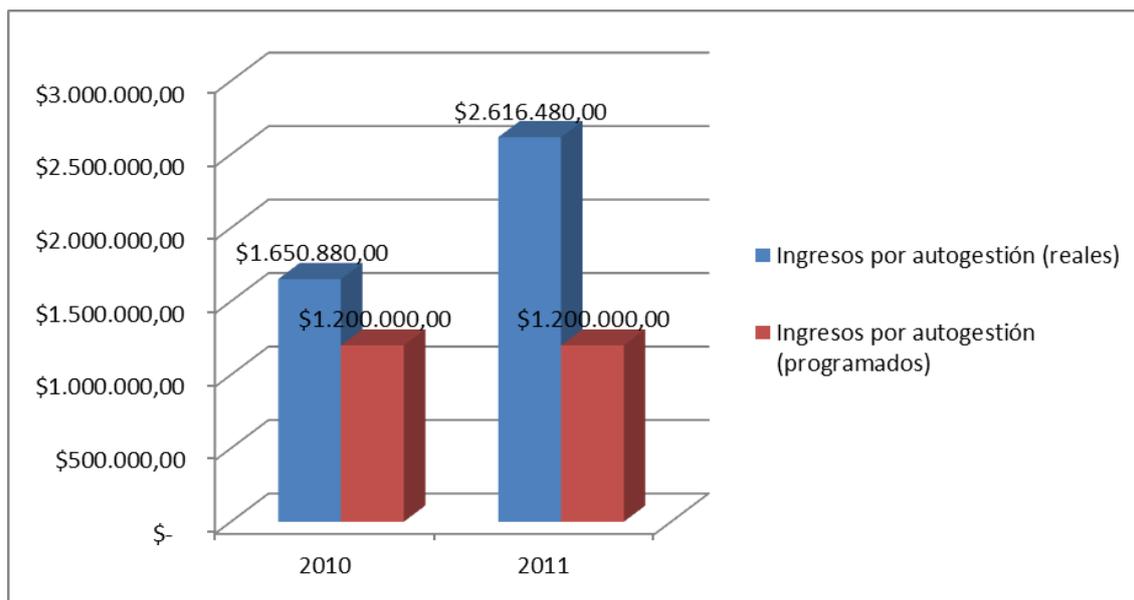
De esta manera se determinó que en el año 2010 el presupuesto contempla ingresos por autogestión se incrementaron en un 38% en relación a lo presupuestado y en el año 2011 los ingresos fueron mayores en un 118% en referencia a lo presupuestado.

<b>INGRESOS POR AUTOGESTION</b>	<b>2010</b>	<b>%</b>	<b>2011</b>	<b>%</b>	<b>TOTAL INGRESOS</b>
INGRESOS POR AUTOGESTION (REALES)	\$ 1.650.880	38%	\$ 2.616.488	118%	\$ 4.267.369
INGRESOS POR AUTOGESTION (PROGRAMADOS)	\$ 1.200.000		\$ 1.200.000		\$ 2.400.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 450.880</b>		<b>\$ 1.416.488</b>		<b>\$ 6.667.369</b>

**TABLA NO. 8**

**TITULO:** Tabla de ingresos por autogestión año 2010 y 2011

**ELABORADO POR:** Mónica Sandoval



### GRAFICO NO. 51

**TITULO:** Ingresos por Autogestión Televisión Pública

**ELABORADO POR:** Mónica Sandoval

#### 7. Proyección de Ingresos

La proyección de ingresos para el año 2012 para la Televisión Pública se incrementará con la venta de publicidad comercial según lo expuesto por el Procurador General del Estado que según Oficio No. 4687 del 11 de Noviembre del 2011, el mismo que indica: “en aplicación del principio de jerarquía normativa previsto en el artículo 425 de la Constitución de la República y con fundamento en los numerales 3 y 9 del artículo 2 y los artículos 39 y 42 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas, se concluye que es jurídicamente procedente que la empresa pública Televisión Pública, comercialice sus productos a través de la contratación de publicidad comercial en su programación”

<b>INGRESOS POR AUTOGESTION PROYECTADOS</b>	<b>2012</b>	<b>ENE</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAY</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SEP</b>	<b>OCT</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC</b>
Ingresos por autogestión (Prog. Privadas)	5.500.000	550.000	220.000	220.000	220.000	220.000	330.000	\$330.000	550.000	715.000	715.000	715.000	715.000
Ingresos por Autogestión (Prog. Públicas)	3.000.000	300.000	120.000	120.000	120.000	120.000	180.000	180.000	300.000	390.000	390.000	390.000	390.000
<b>TOTAL</b>	<b>8.500.000</b>	<b>850.000</b>	<b>340.000</b>	<b>340.000</b>	<b>340.000</b>	<b>340.000</b>	<b>510.000</b>	<b>510.000</b>	<b>850.000</b>	<b>1.105.000</b>	<b>1.105.000</b>	<b>1.105.000</b>	<b>1.105.000</b>

## **TABLA NO. 9**

**TITULO:** Tabla de proyección ingresos por autogestión 2012

**ELABORADO POR:** Mónica Sandoval

Los ingresos por autogestión para el año 2012 serán de \$. 5.500.000 dólares, los cuales provendrán de la venta de publicidad y de \$. 3.000.000 a entidades gubernamentales.

### *8. Evaluación de Proyectos*

La Televisión Pública desde el año 2010 ha venido desarrollando proyectos de Ampliación de Cobertura Geográfica, esto cumpliendo con el Objetivo de Calidad 2010-2012

El desarrollar proyectos de Ampliación de Cobertura satisface el derecho al acceso de la información y comunicación de la población beneficiada, la misma que cubre con una señal de Televisión Pública al 76% de la población es decir se alcanza al 37% de los cantones a Nivel Nacional

Los proyectos que la Televisión Pública se encuentra desarrollando a partir del año 2010 son:

Proyecto de Ampliación de Cobertura (BEDE)

Proyecto Complementario No. 1 (MINTEL)

Proyecto Complementario No. 2 (FRONTERA NORTE)

**PROYECTO DE AMPLIACION DE COBERTURA:**

Este proyecto se encuentra en ejecución desde marzo del 2009 con un préstamo no rembolsable por parte del Banco del Estado de \$. 20.000.000 de dólares, su ejecución presupuestaria para el año 2010 fue del 42% y para el 2011 fue del 39%.

**PROYECTO COMPLEMENTARIO NO. 1 (MINTEL) :**

El Proyecto Complementario No. 1 es un proyecto financiado por el Ministerio de Telecomunicaciones y ejecutado por Ecuador Tv, el mismo tiene como objetivo principal el transmitir la señal de la Televisión Pública a 27 localidades en las cuales no existe señal de televisión abierta en poblaciones ubicadas en la frontera con Colombia.

**PROYECTO COMPLEMENTARIO NO. 2 (FRONTERA NORTE) :**

El Proyecto Complementario No. 2 tiene como objetivo la expansión de cobertura de Ecuador Tv para 10 repetidoras de televisión que serán instaladas en la frontera norte.

La ejecución presupuestaria de los proyectos de inversión de la Televisión Pública es la siguiente:

PROYECTO DE INVERSION	2010			2011		
	ASIGNADO	EJECUTADO	%	ASIGNADO	EJECUTADO	%
BEDE	20.000.000	8.490.346	42%	-	7.754.434	39%
MINTEL				3.034.716	2.285.217	75%
FRONTERA				1.796.821	1.183.779	66%

**TABLA NO. 10**

**TITULO:** Ejecución Presupuestaria de Proyectos de Inversión

**ELABORADO POR:** Mónica Sandoval

### 9. Análisis Social

Cumpliendo el compromiso que la Televisión y Radio Pública de Ecuador mantiene con la ciudadanía se ha logrado incrementar nuestros niveles de sintonía.

A continuación se detallan todas las provincias del Ecuador, en donde la señal de Ecuador Tv se encuentra al aire.

ESTACIONES PROYECTO BEDE			
Item	Cerro	Provincia	Ciudad Principal de Cobertura
1	Cuevas (San Jose)	Carchi	Tulcán
2	Cotacachi	Imbabura	Ibarra
3	Pilizurco	Tungurahua	Ambato
4	Putzalagua	Cotopaxi	Latacunga
5	Cashca Totoras	Bolivar	Guaranda
6	Cacha	Chimborazo	Riobamba
7	Rinsian	Cañar	Azogues
8	Guachichambo	Loja	Loja
9	Via Cascajo	Galápagos	Santa Cruz
10	Chiguilpe Alto	Santo Domingo	Santo Domingo
11	Las Delicias	Los Rios	Quevedo, La Mana
12	Periferia	Los Rios	Periferia de Babahoyo
13	Repen	El Oro	Machala
14	Gatazo	Esmeraldas	Esmeraldas
15	Guayas	Manabí	Chone
16	Loma del Viento	Manabí	Bahía de Caraquez
17	Condijua	Napo	Baeza
18	Lumbaqui	Sucumbios	Lumbaqui
19	Capaes	Santa Elena	Salinas
20	Icto Cruz	Azuay	Cuenca

21	De Hojas	Manabi	Manta
22	Del Carmen	Guayas	Guayaquil
23	Pichincha	Pichincha	Quito
24	Azul	Guayas	Guayaquil
25	Santa Mónica	Orellana	Francisco de Orellana-Coca
26	Mirador	Napo	Tena
27	Sta. Cecilia-vía Al Coca	Sucumbios	Nueva Loja-Lago Agrio
28	Calvario	Pastaza	Puyo
29	Quilamo	Morona	Macas
30	Cuello	Zamora Chinchipe	Zamora
31	Periferia de Mataje	Esmeraldas	Mataje
32	KM5 Via San Lorenzo	Esmeraldas	San Lorenzo
33	Borbon	Esmeraldas	Periferia Borbon
34	La Y	Esmeraldas	Las Peñas
35	Periferia Limones	Esmeraldas	Limones
36	Panecillo	Esmeraldas	Rio Verde
37	Tanques de Agus	Esmeraldas	Atacames
38	Periferia de Same	Esmeraldas	Same (Tonchigue)
39	Periferia de Muisne	Esmeraldas	Muisne
40	HDA. La Hernandez	Manabí	Pedernales
41	VIA el Matal KM1	Manabí	Jama
42	Cerro Macho	Manabí	Canoa
43	El Palto	Loja	Macara
44	Periferia Crucita	Manabí	Aromo (Crucita)
45	Periferia Pto. Cayo	Manabí	Pto. Cayo
46	Periferia Pto. Lopez	Manabí	Pto. Lopez
47	Sta. Maria del Fiat	Santa Elena	Montañita
48	Cabras	Imbabura	Chota Pimampiro
49	Solar 11 Manzana 50	Guayas	Playas
50	Cochabamba	Bolivar	Chical

**TABLA NO. 11****TITULO:** Ciudades del Ecuador con cobertura de la Televisión Pública**ELABORADO POR:** Mónica Sandoval

ESTACIONES PROYECTO FRONTERA NORTE			
Item	Cerro	Provincia	Ciudad
1	Tobar Donoso	Carchi	Tobar Donoso
2	Chical	Carchi	Chical
3	Maldonado	Carchi	Maldonado
4	Tufiño	Carchi	Tufiño
5	El Carmelo	Sucumbios	El Carmelo
6	Santa Barbara	Sucumbios	Santa Barbara
7	General Farfan	Sucumbios	General Farfan
8	Cooper	Sucumbios	Dureno
9	Palmar	Sucumbios	Palmar
10	Puerto del Carmen	Sucumbios	Puerto del Carmen
11	Puerto Rodriguez	Sucumbios	Puerto Rodriguez

**TABLA NO. 12****TITULO:** Ciudades del Ecuador con cobertura de la Televisión Pública y Radio Pública**ELABORADO POR:** Mónica Sandoval

ESTACIONES PROYECTO MINTEL			
ITEM	CERRO	PROVINCIA	CIUDAD
1	Ingapamba	Cotopaxi	Sigchos
2	Sta. Cruz de Alivia	Chimborazo	Guamote
3	Tanque de Agua	Chimborazo	Chunchi
4	Comunidad Tilague	Chimborazo	Huigra
5	Loma Chichicahua	Bolívar	Chillanes
6	Curva Grande	Cañar	Rivera
7	Molle	Cañar	Taday Pingilig
8	Planta de Agua	Azuay	Nabón
9	Haciendo JJ	Manabí	Flavio Alfaro
10	Periferia de Olmedo	Manabí	Olmedo de Manabí
11	Sector Orellana (Manga del Cura)	No delimitada	Paraíso la 14

12	Cdla. Guillermo Juez	Los Ríos	Mocache
13	Cdla. Divino Niño	Los Ríos	Palenque
14	La variante	Bolívar	San Luis de Pambil
15	Pisagua Bajo	Los Ríos	Montalvo
16	La Lucia	Chimborazo	Bucay
17	Campamento Copte	Azuay	Molleturo
18	Santa Rosa	Pichincha	San Jose de Minas
19	Loma de Tomebamba	Azuay	Guachapala
20	Barrio Pueblo Viejo	Imbabura	Intag
21	Cartagena	Pichincha	Nanegal
22	Entrada a la Ciudad	Sucumbíos	Tarapoa
23	Cushca (Colta)	Chimborazo	Colta Chusca
24	Loma Zumbahua	Cotopaxi	Zumbahua
25	Loma El Balcon	Loja	Olmedo de Loja
26	Loma de Turi	Azuay	Sevilla de Oro el Pan
27	Periferia San Carlos de las Minas	Zamora	San Carlos de las Minas

### TABLA NO. 13

**TITULO:** Ciudades del Ecuador con cobertura de la Televisión Pública

**ELABORADO POR:** Mónica Sandoval

#### XII. Desarrollo del Plan de Acción

Sabemos que el canal lleva pocos años de trayectoria, por lo tanto su posicionamiento es bastante bajo en comparación a los canales privados, sin embargo como lo menciono Andrés Carrión Periodista Ecuatoriano es importante recalcar que la programación que ofrece este canal es una programación sana, sin violencia y es ahí donde se debe trabajar con mayor énfasis; logrando entrar en los hogares de los ciudadanos y ciudadanas de la ciudad de Quito.

Para lograrlo el plan de acción sugerido en esta tesis es el siguiente:

- ✚ Campañas publicitarias
- ✚ Mayor apertura para participación de los ciudadanos y ciudadanas
- ✚ Nuevos programas enfocados a atender las necesidades insatisfechas de los televidentes.
- ✚ Imparcialidad en contenidos, entrevistas y noticieros.

- ✚ Como se mencionó en el análisis financiero, en el transcurso del desarrollo de esta tesis el Procurador General del Estado, según Oficio No. 4687 del 11 de Noviembre del 201, indicó que “en aplicación del principio de jerarquía normativa previsto en el artículo 425 de la Constitución de la República y con fundamento en los numerales 3 y 9 del artículo 2 y los artículos 39 y 42 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas, se concluye que es jurídicamente procedente que la empresa pública Televisión Pública, comercialice sus productos a través de la contratación de publicidad comercial en su programación”. Esta nueva disposición le permitirá a Ecuador Tv generar mayores ingresos por autogestión, adicionalmente la creación de un fuerte equipo de ventas le permitirá cumplir con la proyección de ingresos mencionada en la tabla No. 9.

## ***Capítulo VII:***

### ***Conclusiones y Recomendaciones***

#### *I. Conclusiones*

- ✚ El estado ecuatoriano no ha ahorrado en la transmisión de publicidad propaganda e información de las actividades que realiza desde que tiene un canal de Televisión Pública como lo es Ecuador Tv, por lo tanto la evaluación económica realizada es negativa y que al estado le cuesta más dinero mantener a este medio de comunicación, con esto se comprueba la hipótesis específica planteada en esta investigación.
- ✚ Con respecto a la evaluación social es notable que el tipo de programación que se transmite en este medio está enfocado en transmitir valores, principios, a atender las necesidades insatisfechas del público infantil, por lo tanto es un gran aporte social el que se está realizando, sin embargo mientras el televidente no lo valore ni sintonice este medio de comunicación la inversión no representa un retorno social positivo. Con esto podemos comprobar que la hipótesis general planteada en esta investigación es verdadera.
- ✚ Se revisó la parrilla de programación comprobando la apertura a espacios de opinión y discusión de problemas sociales de manera imparcial y descentralizada.
- ✚ Se comprobó que el Gobierno central si obtiene un descuento por parte de Ecuador Tv para transmitir publicidad, sin embargo ese descuento no es lo suficientemente representativo como para hablar de un ahorro en términos generales.

## *II. Recomendaciones*

- ✚ Es necesario generar recursos por autogestión con el fin de no ser una carga en su totalidad al presupuesto general del Estado, sin perder el enfoque educativo, cultural y social.
  
- ✚ Es necesario aplicar el plan estratégico y plan de acción sugerido en esta tesis, como aporta a la mejora continua y posicionamiento de la Televisión Pública.
  
- ✚ Es importante trabajar en la imagen institucional, logrando posicionarse en la mente de los televidentes como un medio de comunicación del Estado y no del gobierno de turno.

## ***Bibliografía***

- ✚ Proyecto de Canal de Televisión Público en el Ecuador elaborado por la Presidencia de la República
- ✚ Informes rating de sintonía Consultora IBOPE TIMPE
- ✚ Revista Tame a Bordo
- ✚ Ley de Telecomunicaciones
- ✚ Ley de Comunicación y Acceso a la Información
- ✚ Apuntes Televisión Pública en América Latina diversos autores
- ✚ Presupuesto General del Estado
- ✚ Presupuesto Ecuador Tv Televisión Pública
- ✚ <http://lacolumnaquinta.wordpress.com/2011/05/04/esa-%E2%80%9Ccontra%E2%80%9D-amenaza-a-la-libertad-de-expresion/>