

tesis albarado montalvo

por Victor Cantos Luces

Fecha de entrega: 28-ago-2019 04:26p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1164545735

Nombre del archivo: extracto_2019828155612.docx (46.74K)

Total de palabras: 7964

Total de caracteres: 41758

INTRODUCCIÓN

En la actualidad los cambios a través de la tecnología son cada vez más fuertes, los medios de comunicación tradicionales que comúnmente conocemos como la televisión han ido evolucionando, adaptándose a los cambios de la sociedad.

Esta modificación permite que los canales de televisión busquen otras maneras de ofrecer un mejor servicio, optando por plataformas digitales para obtener mejoras y a su vez atraer más a la audiencia.

La evolución de los sistemas de la televisión afecta a toda la ciudadanía, y a los sectores sociales que ya se han adaptado a las nuevas tecnologías y básicamente con el internet, sin embargo, hay personas que tienen diferentes hábitos y aún no se acostumbran a estos cambios tecnológicos.

El presente trabajo de investigación busca analizar la evolución de la televisión, haciendo un pequeño énfasis en un breve resumen sobre el origen de la televisión y la era digital. También identificar los sistemas que se han implementado a través del tiempo en los televisores tanto analógicos y digitales, describiendo sus características y ventajas que tiene al traer los televisores digitales a la población.

La evolución de la tecnología está en constante cambio en todo el mundo en estos últimos años. Hay que tomar en cuenta las ventajas y desventajas que tienen ambos televisores ya sea empleando sistemas analógicos y digitales.

Mediante esta investigación, se llegará a determinar el alcance del público objetivo y el impacto que hay en ellas, tomando en juego un papel importante que marca la diferencia entre ambas formas de comunicación en el Ecuador.

También permitirá conocer más a fondo los espectadores y analizar los hábitos de consumo que tiene con respecto a las plataformas digitales a lo largo de este tiempo, además de la influencia del comportamiento de los mismos ante la migración de los canales de televisión, de analógica a digital.

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Los sistemas de comunicación conocidos como los canales de televisión, son analógicos y dentro los últimos años se han ido implementando los sistemas terrestres digitales, desde los procesos a los que se deben imponer para la transmisión de los canales televisivos cumpliendo con las reglas y normas establecidas de calidad para este tipo de servicio.

Estamos en una situación en donde las corporaciones televisivas buscan ajustarse a un nuevo concepto de la industria integral teniendo en cuenta las últimas tendencias de este sector, en la que se busca indicadores para las futuras posibilidades, de esta manera permita a la tecnología digital atraer a la audiencia por medio de la interactividad. (Muñoz, 2005).

Conforme con el CONATEL, se estipuló en la Resolución N°. 84-05 que se realizó el 25 de marzo del 2010, en el cual se aprobó el estándar para la **televisión digital ISDB-T Internacional (Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial)** para Ecuador.

Mientras que La Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL) también realizó una Resolución N°. ARCOTEL-2015-0301 que se dio el 14 de agosto del 2015, en la que se emitió **la Norma Técnica para el Servicio de la Radiofusión de Televisión Digital Terrestre**.

El proyecto estaba destinado a realizarse el 30 de diciembre del 2016 y a su vez ponerlo en el mercado, pero dijeron extenderlo para el mes de junio del 2017 según lo explicó el Ministerio de Telecomunicación.

Por medio del Comité Técnico de **Implementación de la Televisión Digital Terrestre**, en la Resolución N°. CITDT-2017-01-062 del 5 de enero de 2017, en la cual indica que el CITDT, establece como requisito indispensable realizar un apagón previo del sistema analógico, para

logar el objetivo de un 90% de los hogares ecuatorianos que no tengan los servicios de audio y video por suscripción, también se estableció una fecha para la realización del apagón como primera fase, el 30 de junio del 2017. En junio del mismo año el Ministerio de Telecomunicación y de la Sociedad de la Información, informó por medio de la prensa que la evolución de la televisión analógica a la televisión digital se pospondrá por un año aproximadamente.

El Plan Maestro se expuso con el objetivo de dar un giro en el ámbito de comunicación, cambiando la televisión analógica por la televisión digital terrestre. El Presidente de la República, Lenin Moreno visitó al país de Japón el 5 de septiembre del 2018, para contribuir e impulsar el desarrollo de la información y el conocimiento de transición para los televisores digitales.

La contribución de ambos países para el progreso de la televisión digital en el mercado trajo consigo estrategias para su debida ejecución. Tan pronto como este se ejecute se dará lo que es el “apagón de la televisión analógica”.

Cuando ocurra el apagón, toda la ciudadanía debe tener conocimiento de que eventualmente se realiza el cambio a la televisión digital que contará con sintonizador estándar ISDBT-Tb o ISDB-T Internacional o simplemente comprar un decodificador, que ya se están comercializando en el país.

En la ciudad de Quito será la primera transición, iniciando en el mes de mayo del 2020, siguiendo la ciudad de Guayaquil en el mes de julio de ese año. Hasta que en el mes de julio del 2022 se dé totalmente el apagón de la televisión analógica en los hogares de las diferentes ciudades del país con un alcance aproximadamente de 1 millón y 200.000 habitantes, y las ciudades que tienen menos de 200.000 habitantes aproximadamente será en diciembre del 2023.

Según el Ministerio de Telecomunicaciones, actualmente el país aún no se puede dar el paso de la migración de la televisión analógica (que es la que tenemos y que tiene una cobertura bastante buena con un 93%) a la televisión digital terrestre que ofrece muchos beneficios.

Varela (2010) afirma, que las plataformas digitales son consideradas como sistemas tecnológicos inteligentes, que sirven para una mejor emisión tanto de modulares como de datos, en la que los dueños de dichas plataformas y otras personas ofrecen sus contenidos y servicios, de esta manera poder agregar un valor a la plataforma y que la relación de los usuarios y los proveedores sea totalmente garantizada.

16 1.1. Objetivos

1.1.1. Objetivo general

- Analizar los factores que llevaron el cambio de los canales de televisión ecuatoriana a plataformas digitales.

1.1.2. Objetivo específico

- Determinar las ventajas y desventajas que conllevan el cambio tecnológico de la televisión analógica a televisión digital terrestre en Ecuador.
- Analizar el comportamiento de los usuarios con respecto a las plataformas digitales y la migración de los canales de televisión.
- Definir los cambios que se han realizado en las plataformas digitales con respecto a su contenido para atraer al usuario.

1.2. Justificación

La presente investigación está enfocada al público en general que esté interesado en el medio de comunicación televisivo y su evolución, a través de los tiempos hasta la actualidad, detalladamente e infundir términos de conocimiento general para una mejor comprensión. Se pretende dar a conocer un poco de la historia que ha llevado este medio de comunicación y la forma de cómo llegó al Ecuador y los canales de televisión, haciendo una breve introducción del tema que se analiza. Después en base a información de la Agencia de Regulación y Control de la Telecomunicaciones (ARCOTEL) y del Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (CORDICOM) explicar el desarrollo de este cambio trascendental y como los canales de televisión pasan a ser digitales y en qué consiste. Asimismo, analizar el comportamiento del usuario que ha tenido con la

evolución de las plataformas digitales y qué opinión tiene acerca de los avances tecnológicos de hoy en día.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Historia de la televisión en Ecuador

La llegada del televisor a Ecuador como medio de comunicación tiene su origen en Estados Unidos. Todo comienza a inicios del año de 1950, siendo Gliford Hartwell unos de los trabajadores de la empresa General Electric de Syracussa en Nueva York, quien encontró un televisor en mal estado y abandonado en el lugar donde laboraba, por lo que decidió restaurar dicho equipo en el año de 1954. En 1958, fue Hartwell quien enviaba los equipos de televisores desde su ciudad hasta el Ecuador teniendo en cuenta que se tomó 4 años en arreglar el equipo que encontró. Siendo que en 1959 llegara al país en la ciudad de Quito los primeros equipos de televisores. (León, 2016).

En ese mismo año, los equipos que llegaron al país fueron tomados por los protestantes y ¹² en el mes de agosto de ese mismo año la Unión de Periodistas llevo los equipos de televisores a la estación de radio HCJB (Hoy Cristo Jesús Bendice) para organizar una feria en el Colegio Americano para que los habitantes de Quito pudieran apreciar los televisores a blanco y negro. La feria de demostración de los televisores ³³ se llevó a cabo en octubre del año de 1960 en conjunto con la Casa de la Cultura, ambas logran que la televisión llegue al puerto de Guayaquil y a su vez a la instalación de una antena. (Córdova).

2.2. Principales canales de la televisión nacional

Con el transcurso del tiempo y desde la creación de los primeros canales de televisión en Ecuador se han ido aumentando con respecto a su cantidad. En el 2012, según Ortiz hay aproximadamente 183 canales de televisión en las cuatro regiones del país: en Región Costa consta de 92 canales de TV y Región Sierra consta de 44 canales de TV, ambas tienen 4 canales con cobertura nacional; en la Región Oriente consta de 47 canales de TV y Región Insular consta de 3 canales de TV, ninguno con cobertura nacional. (Carlos Ortiz, 2013).

2.3. Canales nacionales en el Ecuador

Hay muchos canales de televisión tanto nacional como regional, entre ellos se destacan:

- Ecuavisa (1 de marzo de 1967)
- RTS (12 de diciembre de 1960)
- Teleamazonas (22 de febrero de 1974)
- TC Televisión (30 de mayo de 1969)
- Gama TV (18 de abril de 1977)
- Canal Uno (6 de noviembre de 1992)
- Ecuador TV (29 de noviembre de 2007)
- Telerama (3 de noviembre de 1993)
- Canela TV (7 de junio de 2010)
- Oromar Televisión (1 de noviembre del 2010) (Vélez, 2013)

2.4. Clasificación del medio televisivo

La clasificación del medio televisivo se lo puede determinar de las siguientes variables, entre ellas tenemos:

- Por su cobertura
- Su titularidad
- Por su modelo de negocio
- Según la tecnología que utilice
- Según la red de difusión empleada
- En función de contenidos

2.4.1. Clasificación del medio televisivo por su cobertura

Los medios televisivos, según el ámbito por su cobertura se clasifica en:

- Televisión de ámbito nacional
- Televisión de ámbito autónomo
- Televisión locales

2.4.2. Clasificación del medio televisivo por su titularidad

Según la variable de pertenencia o titularidad son:

- Televisión pública
- Televisión pagada

2.4.3. Clasificación del medio televisivo por su modelo de negocio

Al identificar la variable dependiente del modelo de negocio, se pueden clasificar en:

- Televisión en abierto
- Televisión de pago

2.4.4. Clasificación del medio televisivo según la tecnología que utilice

Por lo tanto, según la tecnología que utilice se puede establecer dos tipos de televisión:

- Tecnología analógica
- Tecnología digital

2.4.5. Clasificación del medio televisivo según la red de difusión empleada

Hay cuatro tipos de televisores según la red de difusión empleada y son:

- Televisión vía terrestre
- Televisión por satélite
- Televisión por cable
- Televisión por ADSL

2.4.6. Clasificación del medio televisivo en función de contenidos

En función de contenidos tenemos:

- Generalistas
- Temáticas (Díaz, 2002)

2.5. Sistema analógico

El sistema analógico es un circuito electrónico que emplea mediante magnitudes de señales con variables continuos. Cada sistema analógico contiene dispositivos, que permite la manipulación de las cantidades físicas que se muestran de manera analógica. Dentro de un sistema analógico las cantidades de señales varían sobre un intervalo continuo de valores. (ITCA).

Las características de las señales analógicas frente a la transmisión de los sistemas de comunicación son:

- Valores que adoptan, son infinitas y con señal continua.
- La información está en la forma de la señal.
- Son muy precisas.
- Son menos inmune al ruido y el detector decide entre los valores infinitos.
- Las conversiones a digital lo realizan mediante el digitalizador A/D Y D/A.
- Los amplificadores aumentan la señal contras las atenuaciones.
- El parámetro característico es la ganancia.
- Y su característica es que de la misma forma en que se incrementa la señal, incrementará el ruido. (Miyara, 2004).

2.6. Televisión analógica

La televisión analógica también conocida como la tradicional, comparada con la Digital TV (DTV), éste no requiere de codificación binaria si no que utiliza la analógica, parecido a la eléctrica, permitiendo la susceptibilidad al ruido que ocasiona el ambiente, y a su vez estropear la nitidez al momento de transmitir, incluyendo en las señales de radio abierta. (Raffino, 2018).

Según Tomas Marte (2018) mediante su sitio web “La tecnología de información y comunicaciones, afirma que la televisión analógica es una tecnología de televisión original, que emplea señales analógicas para transmitir audio y video. Por lo que, en una transmisión de televisión analógica, el brillo, los colores y el sonido se muestran por medio de variaciones rápidas de la amplitud.

Una de las características que posee los televisores analógicos, son las señales de video que se emiten en AM y el audio se emite en FM, obteniendo como resultado, las transmisiones que se realizan mediante la televisión analógica, además tenían interferencias como imágenes fantasmas y nieve, del cual depende de los factores como la distancia y la ubicación geográfica que percibe la señal del televisor.

Una de las principales características que tiene esta clase de transmisión, es la mucha cantidad de espectro que se requiere para enviar una suficiente cantidad limitada de información, lo que “resulta que sea poco efectiva en la actualidad y no permite el crecimiento de otros servicios por la insuficiencia de disposición de capacidad en el espectro radioeléctrico”. (Marte, 2018).

2.7. Era digital

El internet se originó para el ámbito militar a finales del año de 1969. En la Guerra Fría, Estados Unidos, decidió que su sistema de comunicación era muy vulnerable, a partir de ahí comenzó el desarrollo de varios métodos de comunicación haciendo hincapié en proyectos sobre redes informáticas. En 1969, apareció el primer prototipo que se desarrolló como una red experimental conocida como ARPANET, cuyo objetivo era enviar información a varios equipos y a su vez que fuera recibida. Para que esto se llevara a cabo ARPANET desarrolló un sistema de división para la información de paquetes, en las que cada uno tenía información en su cabecera para así llegar a su destino. Se presentó un protocolo en 1974 llamado Transmisión Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP), facilitaba un sistema totalmente independiente para el intercambio entre los ordenadores y las redes locales de los distintos orígenes, conservando así las ventajas relativas con respecto a las técnicas de conmutación de paquetes. En los años 80, muchas corporaciones ya tenían sus propias redes de área local

(ral) que estaban conectadas a los nodos de la red, siendo de esta manera la evolución de una red conocida como ¹¹ARPA Internet, formada por muchos equipos. Con el paso del tiempo, el nombre sufrió más ¹¹cambios como Federal Research Internet, TCP/IP Internet y por último INTERNET como actualmente lo conocemos. (Gardok, 2011).

Según Manovich (2001), afirma que, “la percepción de ⁴los nuevos medios se identifica mediante el uso de un ordenador para la destrucción y la exhibición, más que la producción”. Se consideran nuevos medios los libros que son distribuidos por un ordenador como los sitios web o los libros electrónicos, sin embargo, los que solo se distribuyen en papel no lo son.

La era digital, es la época en la que vivimos, ofreciendo un espacio virtual que es el Internet. El internet se caracteriza por la rapidez de las comunicaciones que ha cambiado el ámbito social de ahora incluso hasta la manera de interactuar. (Carvajal, 2017).

La Revolución Digital hoy en día es la unión de tecnologías, que por medio de las aplicaciones ³²abarca una amplitud de oportunidades permitiendo la comunicación humana. El vínculo entre ³²la tecnología y los medios de comunicación en masa facilita las posibilidades de comunicación, también se produce una división y segmentación de contenidos. La digitalización no solo consiste en la reorganización integral de productos y contenidos, también en la manera de trabajar y de la misma estructura empresarial. (Marín, 2016).

Desde la incorporación de la digitalización tecnológica se están utilizando procesadores de texto que pueden servir para redactar documentos, editar fotografías desde un teléfono celular, seguidamente publicarlas en las redes sociales, además de búsquedas de información en internet, etc. El poder de realizar todo ese proceso se emplea el ²sistema binario. El sistema binario es un sistema que solo utiliza dos valores para representar las cuantías, es decir que es un sistema de base dos y esos dos valores son el 1 y el 0. Por lo que se puede decir que el 1 significa que está conectado o que hay señal, mientras que el 0 significa que esta desconectado o que no hay señal. En las computadoras los valores 0 y 1 son conocidos como ¹⁰dígitos binarios o bit, que provienen de la lengua inglesa binary digit. También el bit es considerado como la menor unidad de información de las computadoras. (Raúl Montoliu Colás, 2015).

El mundo digital ya no es del futuro si no del presente. Actualmente la tecnología digital esta alrededor de nosotros como los teléfonos móviles, cámaras fotográficas, ordenadores, etc., todos ellos se formaron partiendo de la digitación. (Gómez, 2005).

2.8. Sistema digital

Se conoce como sistema digital a la unión de varios dispositivos, encargados y diseñados para utilizar tanto cantidades físicas como información, que se interprete de manera digital. Muchos de estos dispositivos son electrónicos, sin embargo, hay mecánicos, magnéticos y neumáticos. Algunos de los usos que en los que se aplica los sistemas digitales son: computadoras, equipo digital de audio y video, la telefonía. (Tocci, 2004).

Obtener un resultado excelente que brinda la señal digital es primordial, por ello se lo analiza mediante datos digitales, a esta técnica se llama codificación. Hay muchos métodos de codificación, entre ellos están los más conocidos:

- **NRZ (No Return to Zero):** Es el método que se emplea para representar el cambio de la señal digital mediante un crucigrama. En cada nivel lógico sea 0 o 1 toma una valoración diferente de tensión.
- **NRZI (No Return to Zero Inverted):** Si se transmite un uno, la señal no cambia y si se transmite un cero, la señal se invierte.
- **RZ (Return to Zero):** Cuando el bit es uno, la primera de la celda estará en uno. En cualquier ocasión la señal vale cero.
- **Manchester:** Para representar los valores lógicos se hace como transiciones en mitad de la celda de un bit mas no como niveles de la señal. También un flanco de bajada refleja un cero y un flanco de subida en un uno.
- **Manchester diferencial:** Para este método se utiliza la codificación diferencial. Al principio del intervalo bit, la señal se cambia invertidamente si se transmite en un cero, y no cambia si se lo transmite en un uno.

El procedimiento por el cual se obtiene la señal analógica a partir de datos digitales se la conoce como modulación. Se transmite esa señal mientras que el receptor hace el proceso contrario, se la conoce como demodulación para poder recuperar la información. Mientras

que el modem se encarga de realizar aquel proceso. Unos de los esquemas más simples de la modulación son:

- **FSK (Modulación por desplazamiento de la Frecuencia):** Permite modificar la frecuencia de la portadora dependiendo del valor del bit que se vaya a transmitir.
- **ASK (Modulación por desplazamiento):** A diferencia de FSK, este no modifica la frecuencia de la portadora, más bien la amplitud. Con los dos valores binarios se puede representar los diversos niveles de amplitud que transmite la señal.
- **PSK (Modulación por desplazamiento de fase):** En esta modulación permite que tanto la frecuencia como la amplitud se mantengan constante, pero varía la faceta de la portadora para mostrar los niveles de uno y cero con diferentes ángulos de la fase. (Pillou, 2016).

El sistema digital realiza operaciones mediante dígitos, que normalmente se interpreta como números binarios. Las principales operaciones del sistema digital son: ingreso, procesamiento, transmisión, almacenamiento y despliegue de datos digitales. (Bijit, 2010).

2.9. Televisión digital

La televisión digital permite el uso de una sola línea o una conexión vía satelital para transmitir muchos canales digitales. Todo esto es realizado debido a la transmisión digital, de la cual no necesita ser descodificada sincronizada mente, a diferencia de aquellas transmitidas en forma analógica que si las necesitan. También ofrece una mejor resolución de imágenes con los nuevos y mejores servicios audiovisuales para los usuarios. En cada minuto de recepción que capte de cualquier programa por medio de un sistema normal, se puede percibido por más de cien programas de manera digital.

Como consecuencia del incremento de los satélites, desarrollo del cable, la potencialidad y la perspectiva que ejecutan las autopistas de información como los sistemas interactivos de televisión; las tecnologías deben de incorporarse para entregar sistemas de comunicación y distribución cada vez más apropiado cubriendo las demandas del mercado, conformado en esta situación por las audiencias. (López & Paredeses, 2005).

2.10. Ventajas de la televisión digital

La televisión digital tiene muchas ventajas que se utiliza y se puede entender, de manera que se destaca las siguientes:

- **Menor consumo de frecuencias:** Según el estándar americano y europeo, los televisores con sistemas analógicos o digitales transmiten los canales de televisión con un ancho de banda de 8 o 6 MHz. Al emplear los métodos analógicos a los televisores para transmitir, no se prestan a la presión de un ancho de banda, por lo tanto, no puede utilizar mucha información. Ahora con la tecnología actual, a nivel mundial se estima que la transmisión analógica revela un empleo improductivo de un espacio muy valioso para el espectro electromagnético.
- **Mayor número de canales de televisión:** Comparada con la televisión analógica, el consumo espectro electromagnético es menor en la televisión digital, por lo tanto, se brinda una cantidad mayor de número de canales empleando el mismo espectro que de la televisión analógica. El aumento de los canales implica una mezcla entre los canales abiertos y de pago. Teniendo en cuenta que cada canal radioeléctrico proporciona varios programas y servicios multimedia.
- **Mejor calidad de imagen y sonido:** Se refiere a una televisión libre de ruidos, interferencias, doble imagen, con tamaños de imágenes panorámicos y convencionales y variados subtítulos. Con respecto a la imagen, tiene una mayor resolución comparada a la analógica, parecido a un DVD. El sonido es de una calidad parecida al de un CD, con efectos envolventes y multilingüe.
- **Ofrecer más servicios:** Mediante la digitalización, se desarrolla mejor el aprovechamiento del ancho de banda, de la cual posibilita muchos servicios como: guía electrónica de programación, pagos por visión, servicios interactivos, acceso al internet, entre otras. La interacción de la televisión digital accede a las participaciones de encuestas, concursos, visionar programas después de que sea transmitido, revisar el tiempo, visualizar información del tráfico, entre otros. (Tejedor).

2.11. Comunicación de masas

Según la definición de Janowitz (1968), “la comunicación de masas incluye las instituciones

y técnicas mediante las cuales unos grupos especializados emplean artilugios tecnológicos como prensa, radio, cine, etc., para diseminar contenidos simbólicos a públicos de muy amplia naturaleza, homogéneos y sumamente dispersos". Hay muchas otras definiciones en las que emplean la palabra comunicación como un sinónimo de transmisión, teniendo en cuenta al emisor, cuando debe ser de sentido completo al término, implicando las nociones de respuesta como de compartir e interactuar.

2.12. La audiencia como masa

El concepto de masa abarca muchas características de la audiencia de la televisión y de la radio, en las que se muestran ambas o por separados. La masa en sí es muy grande, dispersa y casi sus miembros no se conocen entre sí. Sin embargo, falta auto conciencia y auto identidad y no puede actuar de manera organizada para lograr sus objetivos. Este se caracteriza por estar compuesta dentro de fronteras cambiantes. También es heterogénea, numerosa, de todos los estatus sociales y de los grupos demográficos, pero homogénea con respecto a su conducta de elegir un objeto de interés y de concordancia a captación de quienes quieren maniobrarla. (MCQUAIL).

2.13. Audiencia televisiva

Como todo medio de comunicación masiva, la audiencia es de mucha importancia para el medio de la televisión, sin tener en cuenta la clase de televisión, ya que todas ellas dependen aumentar la audiencia. La industria de la televisión ha sido muy productiva desde el año de 1950, con ingresos que se incrementan año tras año y todo esto es debido a la audiencia. Con respecto a la televisión abierta, este depende mucho de la publicidad con la que se maneje para su debida existencia, por lo que es gratuita y no obtiene ganancia de la gente, sin embargo, si no tuviera audiencia, los grandes empresas y comerciantes no comprarían tiempo y espacio de publicidad, por lo que la relación que hay entre audiencia – publicidad es muy importante. En cuanto a los costos se refiere por el tiempo de las publicidades en la televisión, estos dependen mucho del horario que se desea transmitir y contratar, un ejemplo, es el tiempo al aire a medio día que tiene un menor costo que el tiempo por las noches conocido como el horario estelar. Para que las diferentes empresas televisoras obtengan una mayor audiencia se debe realizar diferentes actividades como:

- Los contenidos de los programas deben ser actuales, interesantes y que sea del gusto de la audiencia, por lo que las compañías realizan estudios de audiencia en donde pequeños grupos de personas desarrollan exhibiciones de programas pilotos para de esa manera obtener una retroalimentación y pronosticar si el programa tenga éxito o no, cabe rescatar que también salen a realizar entrevistas a las calles preguntando al público lo que les gustaría ver en la televisión.
- Dar a conocer publicidades en donde se realicen promociones como regalos y que muchas veces son en dinero, para así hacer crecer la audiencia de un programa, ya que, podría ganar el premio mencionado. Los participantes deben responder preguntas referentes al programa que se esté transmitiendo.
- Aliarse con otros medios de comunicación masiva incluyendo las revistas para promocionar los programas.
- Realizar convenciones con las empresas de televisión de paga para la transmisión, por medio de sus divisiones como satelital o por cable. La audiencia se inclina según el género de programas que van dirigidos, esto se explicará a continuación:
 - **Entretenimiento:** Este género tiene como objetivo brindar diversión y un pasatiempo al televidente, por ejemplo, los programas relacionados a la comedia, musical, telenovelas, películas, etc.
 - **Información:** El objetivo de este género es de reunir información para convertirlas en mensajes que serán publicados en los programas de noticias o de discusión y debate.
 - **Educativo y cultural:** Tiene la finalidad de emitir valores educativos, analizar nuevas culturas y emitir la propia cultura, también busca la manera de impulsar nuevas rutinas saludables para la vida del ser humano.

Con respecto a la televisión de paga, esta enfrenta diferentes desafíos en cuanto a la audiencia se refiere, por lo que solo reciben ganancias por contratación, la cantidad de personas que son contratadas por la televisión de paga son menores que las que ven en las televisiones abiertas, por lo tanto la televisión de paga debe realizar un equilibrio entre los ingresos y la publicidad que se vende en sus canales, además de la renta que se cobra por el servicio que ofrece, así mismo que la televisión abierta, deben dar a conocer de sus servicios a otros medios de comunicación, dedicar promociones y una excelente programación o transmisiones totalmente exclusivas. (Goya, 2012).

2.14. Hábitos de consumo

Los hábitos de consumo no es otra cosa que el comportamiento del consumidor al momento de adquirir un producto o servicio. Al indagar el comportamiento de compra de los clientes, se considera los elementos tanto físicos como mentales que definen al cliente como es, y a su vez permite preparar un plan de marketing empleando los hábitos de compra de un segmento de mercado que obtenga ganancias. (Analítica Retail, 2018).

Los consumidores de hoy en día considera a los clientes con un perfil de ser muy selectivos, principalmente para el lanzamiento de los nuevos productos o servicios, el cliente requiere e incita en la búsqueda de más información sobre el desarrollo de los productos o servicios que va a consumir, por lo tanto, se puede decir que el consumo masivo está aquí, por el lanzamiento de nuevos productos, marcas, y tendencias innovadoras para el consumo. Por medio de las Tics se ha podido ofrecer este tipo de comercialización que ha tenido como consecuencia grandes inversiones mediante el internet, además permite que los servicios al cliente estén más cerca del usuario, del cual se ha convertido como un factor primordial para el consumo de la población de los países industrializados. La sociedad debe estar preparada para adaptarse a los nuevos usuarios que cada vez se vuelven más exigentes en la comercialización de los productos o servicios, ya que los nuevos clientes de las futuras generaciones originan cambios tanto en la oferta como en la demanda. (Edison Javier Guaña Moya, 2015).

2.15. Hábitos de consumo por generaciones

- **Generación Baby Boomer (1946 – 1964)**

Son considerados como los “clientes mayores”, son los usuarios que más realizan sus compras, adquieren menos productos por internet y en menor frecuencia, pero cuando realizan compras online, escogen los productos más caros. La generación Baby Boomer se siente atraída por la marca ya sea por los sentimientos o por la historia que emite en comparación de la generación Z. las empresas emplean estrategias multicanal para poder atraer a ese segmento de mercado, por lo que ciertas empresas continúan con sistemas analógicos para comunicarse con el cliente a través de vía telefónica o personal.

- **Generación X (1964 – 1979)**

Su entorno no es digital, pero se han ido acostumbrando poco a poco. Un ejemplo es que una

cuarta parte de la población, realizó compras mediante el teléfono móvil en los establecimientos físicos en el 2017.

- **Generación Millenials o Y (1980 – 2000)**

En esta generación se produce el consumo de contenidos en internet, además están pendiente del medio ambiente, utilizan las redes sociales para realizar compras, casi un 70% de los consumidores realizan compras online a través de los teléfonos celulares, algunos de ellos se benefician por los descuentos, las entregas gratuitas, las transacciones son rápidas y las devoluciones son complicadas.

- **Generación Z (2001 – 2010)**

Son jóvenes que nacieron conectados a la tecnología, en esta generación compran más vía online ya sea por comodidad o por las ofertas que posee dicha página web, a comparación de las otras generaciones, sin embargo, disfrutan de ir a establecimientos físicos. (Muriel, 2018).

2.16. Plataformas digitales

Las plataformas digitales se formaron con el desarrollo de la tecnológica a través de los tiempos, cuyo trabajo es dar soluciones vía online, permitiendo la realización de diferentes actividades dentro de un mismo lugar por medio del internet.

La importancia de las plataformas digitales es de llevar la comunicación y distribución de contenidos de mucha utilidad para las personas que usan el internet, ya que ellos serían clientes potenciales y que buscan soluciones en las redes informáticas.

Dependiendo de los objetivos y metas que plantee cualquier empresa, se debe elegir una estrategia adecuada ²⁷ para obtener nuevas oportunidades de negocio, por lo cual hay dos ecosistemas que se puede aplicar:

- **Ecosistemas abiertos:** Son aquellos sitios que publican sus contenidos en internet sin ninguna restricción ni permiso, a diferencia de las páginas web.

- **Ecosistemas cerrados:** Son aquellos sitios que publican sus contenidos en internet con ciertas reglas determinadas, en este ecosistema se encuentra Google Play y la App Store y a su vez muchas otras aplicaciones que son para descargar.

En una plataforma digital hay que tener en cuenta los siguientes aspectos principales:

- **Accesibilidad:** Hace énfasis al alcance que tiene una plataforma digital para que

pueda ser factible en cualquier usuario, sin importar el dispositivo que esté utilizando.

- **Usabilidad:** Es la magnitud de la experiencia entre el usuario y su relación con una plataforma digital.
- **Navegación:** Se refiere a la simplicidad en que el usuario se desplaza a la plataforma.
- **SEO (Search Engine Optimization):** Es la unión de procesos para la optimización de búsqueda de una página.
- **Contenido:** Es aquello que se quiere comunicar en la página, puede ser imágenes, textos, videos, etc. (Central Interactiva, s.f.).

2.17. Leyes de la Comunicación con respecto a las plataformas digitales

Según el Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación, indica lo siguiente:

Art. 17.- Difusión de contenidos en medios audiovisuales. - La producción y difusión de contenidos que circulan a través de los medios de comunicación audiovisuales, de señal abierta y por suscripción, dirigidos a las audiencias de todo público y con vigilancia de un adulto, en horario de 6:00 a 22:00 horas, deben realizarse respetando los derechos constitucionales y la dignidad de las audiencias y de las personas participantes o referidas en tales programas. Cualquier programación que puedan contener ideas, imágenes, diálogos, reales o ficticios, contrarios al respeto y ejercicio de los derechos solo podrán difundirse por los medios audiovisuales, de señal abierta y por suscripción, para audiencias de adultos en la franja horaria que va desde las 22:00 hasta 6:00 horas. En estos casos, los medios de comunicación tienen el deber de anunciar al inicio del programa y al final de la pauta publicitaria que el programa puede contener ideas, imágenes o diálogos que son contrarios al respeto y ejercicio de los derechos fundamentales.

Art. 18.- Programación de contenidos en servicios de audio y video por suscripción. - Los sistemas de audio y video, deberán implementar mecanismos efectivos para que el usuario cuente con la información suficiente referente al contenido de la programación a fin de garantizar el ejercicio de sus derechos a la comunicación.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

3.13.1. Modalidad de la Investigación

Para la aplicación del propósito se empleará una modalidad deductiva, ya que partiremos de los hechos e información pre existente de forma general, para determinar las estrategias de marketing que fueron utilizadas con anterioridad.

3.2. Tipos de Investigación

Utilizaremos información proveniente de fuentes secundarias previamente calificada, tales como:

Según la fuente de información:

- **Investigación Documental:** La investigación se basa en la recopilación y selección de información a través de la lectura de revistas, libros, y demás materiales bibliográficos. Las fuentes de información que se empleó para la investigación fue la documentación electrónica, en la que se recopiló materiales de información en internet como libros, revistas, investigaciones documentales y artículos que se publican en plataformas digitales.

Según el nivel de medición y análisis de la información:

- **Investigación Cualitativa:** La investigación realizada busca analizar, determinar, estudiar y establecer los principales cambios que han provocado la migración de los canales de televisión ecuatoriana, para tener una mejor captación y mayor medición por parte de la nueva audiencia.

- **Investigación Descriptiva:** Se van a detallar y comparar los diferentes sistemas de televisión que existen en Ecuador, comenzando por su origen a través del tiempo de manera general y después en el Ecuador, diferenciando las características que ambos tienen, a su vez las ventajas y desventajas. También verificar las razones por la que se dio la migración de estos sistemas en el país y del mismo modo determina el aspecto más importante de la industria televisora que es la audiencia.

Según su ubicación temporal:

- **Investigación histórica:** La investigación hace un pequeño énfasis sobre el origen de los televisores y la llegada del mismo hacia el Ecuador, para tener una base sobre este medio de comunicación.

CAPÍTULO 4

DESARROLLO DEL TEMA

El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información como entidad competente, está a cargo del desarrollo y de la progresión tecnológica del país, dentro de este cambio tecnológico se encuentra el planteamiento de la televisión digital, cuyo servicio es transmitir, recibir imágenes y sonidos, por medio de señales digitales.

La Televisión Digital permite un incremento, en cuanto a la calidad de la recepción se refiere y de la extensa oferta que hay tanto en la cantidad de canales como en la diversidad del sistema. Por lo tanto, se procura precisar la firma de un Convenio de Cooperación Interinstitucional con la entidad de la Corporación Financiera nacional (CFN), con el objetivo de tener la disposición de los créditos de financiación para el desarrollo de varias estaciones, beneficiando a las concesiones de canales con formato digital.

La Televisión Digital Terrestre llegó al Ecuador por medio de un Decreto Ejecutivo 681 el 18 de octubre del 2007, en el que a la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL) la excluyeron de la indagación de la nueva plataforma. En los años de 2008 y 2009 se realizaron las primeras pruebas de transmisión mediante unos equipos otorgados por el Gobierno de Japón, La Unión Europea y China, por algunos problemas de coordinación no se aplicó el ensayo del estándar estadounidense. (Daniel Barredo Ibáñez).

Con las asistencias de algunos representante del sector de telecomunicaciones como el Sr. Guillermo León, Ministro de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información; Sr. Edwin Almeida, Director Ejecutivo de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL); Sr. Francisco Cevallos, Director Ejecutivo de la Agencia de Regulación y Control Postal; Sr. Darwin Romero, Gerente General de la CNT E.P.; y otras autoridades de las diferentes entidades de las estaciones de televisión tanto pública como privada, dieron a conocer el Plan Maestro para el cambio a la Televisión Digital Terrestre 2018 – 2021.

El Ecuador adoptó un nuevo tipo de Televisión Digital Terrestre (TDT) japonés basileño ISDB-T (Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial), cuya tecnología se está utilizando en varios países de Latinoamérica, según lo manifiesta el exministro del

CONATEL, Guillermo León.

El Plan Maestro para su debida ejecución se fomentará un acuerdo que tendrá las siguientes estrategias:

- Promover el ámbito regulatorio y renovar las condiciones que beneficien el desarrollo de infraestructura.
- Promover los mecanismos que ayuden con el crecimiento de los niveles de acceso a los hogares.
- Impulsar la implementación de los nuevos servicios, brindar soluciones propias al estándar ISDB-T y a sus mejoras tecnológicas.

Paola Venegas, subsecretaria de Telecomunicaciones y TIC, manifiesta que el Plan Maestro dispone de condiciones indispensables para el desarrollo de la transformación de televisión analógica a la digital, por lo que se asegura los derechos de los residentes del país para que puedan acceder a la información, Incluso también afirmó, que el Plan Maestro tiene tres principales objetivos:

- Aumentar la cobertura del servicio de los televisores digitales a todo el país.
- Incrementar la enseñanza a la ciudadanía para el acceso del servicio de televisión digital.
- Promover los nuevos servicios que se brinda y las respectivas soluciones relacionados a la televisión digital. (Agencia de Regulación y Control de la Telecomunicaciones, s.f.).

Se estimaba que para el 2018, el sistema de televisión analógico desaparecería por completo descargando frecuencias que posibilite incrementar la oferta de los canales, su calidad, entre otros servicios que propone la Televisión Digital Terrestre (TDT). Además, el MINTEL (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información) se ocupará de realizar campañas de difusión para la ciudadanía, con el objetivo de comunicar sobre la migración a un nuevo servicio de televisión. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, s.f.)

El 26 de febrero del 2014, el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (CORDICOM), aprobó el nuevo reglamento para la medición de la sintonía de los canales de televisión. El documento se ha dado a conocer después de

algunas semanas y de arduo trabajo de todos los miembros del consejo que colaboraron para lograr un reglamento de conformidad que establece una nueva idea de comprender la medición de la televisión.

Según la Ley Orgánica de Comunicación, en el artículo 67, establece que, “las empresas privadas que se dediquen a medir la sintonía de los canales de televisión deberán realizar la medición siguiendo la metodología que para el efecto determine mediante reglamento el CORDICOM”, disposición otorgada al CORDICOM de realizar esta la normativa.

Patricio Barriga, presidente del Consejo de Regulación, afirma que romper las barreras tradicionales para la medición de las audiencias en la televisión en cuanto a rating comercial se refiere por lo que establece un nuevo prototipo elaborado con valores cualitativos cuyo objetivo es lograr una televisión de inclusión y de excelente calidad.

Las audiencias en la televisión convencional se medían solamente en las ciudades de Quito y Guayaquil mediante los audímetros, por lo que ahora se replanteo este sistema y de tener oportunidades de encontrar un nuevo modelo que consta de nuevas medidas. Y no solamente tratar de calcular el porcentaje de audiencia en un programa sino descubrir el valor social que tiene las audiencias.

El ministro de CORDICOM, manifiesta que con este nuevo modelo cambiará la forma de medir las audiencias como se daban años atrás y está claro que las empresas de publicidad y los anunciantes requieren de percatarse de los datos cualitativos de esa manera saber dónde difundir sus contenidos. A este reglamento se le concede un valor añadido que es la percepción social de sus contenidos. Bajo todos esos parámetros se permitirá conocer la valoración de las personas en caso de que se encuentren en situaciones de exclusión. También se conocerá un enfoque sobre la calidad de la televisión, asimismo, la implementación de políticas públicas en cuestión de comunicación.

Por medio de este reglamento se podrá fijar la metodología que se empleará como base para la medición de las sintonías de los canales de televisión ecuatorianos que son públicos y privados.

En base al reglamento se crea el Sistema de Medición de Sintonía Televisiva del Ecuador que abarca los servicios como la medición de la misma por medio de muestra, los sondeos de la audiencia por medio de la metodología cualitativa y cuantitativa como también la monetización de las opiniones públicas de los contenidos televisivos tanto en las redes sociales como por diversos espacios de internet. (Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, 2014).

Como se menciona anteriormente, en los últimos meses se ha dado una cita en el auditorio de la ESPOL, para una charla sobre la televisión digital para una mejor comprensión, ya que a principios del próximo año comenzará la transmisión digital por medio de una selección de 20 canales de televisión privadas. Cabe recalcar que el canal de televisión Ecuador TV, es el único canal que transmite en señal digital como prueba ²⁶ en las ciudades de Guayaquil y Quito.

¹⁵ En estos últimos años, los consumidores digitales son considerados como un nuevo segmento de mercado, que representa a los clientes que son selectivos y con deseos de consumir, sigue las nuevas tendencias y cada vez está más involucrado con el desarrollo de las nuevas tecnologías en especial de los medios de comunicación como lo son los canales de televisión.

Al momento de introducir plataformas digitales en Ecuador, trajo consigo muchas de estas ventajas para el país como:

- Promover una nueva forma de negocio
- Llamar la atención de los clientes a las diferentes plazas
- Permitir la venta online
- Posesionar ²⁵ la marca en la mente de los consumidores
- Recrear una mejor cultura empresarial
- Brinda una mejor presentación el contenido que se produce

Se ha realizado un estudio sobre el uso de internet en Latinoamérica a través de la página Tendencias.com por medio de una encuesta vía internet, desde del mes de julio hasta septiembre de 2017, en el cual como testigo estuvieron periodistas del Diario Expreso. Para este estudio participaron los siguientes países: Ecuador, Perú, Argentina, México, Costa Rica, Guatemala, Chile, Colombia, El Salvador, Panamá, República Dominicana, Venezuela y

Uruguay. Con un total de 5.000 encuestados aproximadamente.

El estudio que se realizó, se obtuvieron los siguientes resultados: el Ecuador tiene el primer lugar con un 77% del uso del internet con respecto a los demás países encuestados, en cuanto a la clasificación por sexo el 58% son hombres y el 42% mujeres que son usuarios. Por la clasificación según las generaciones, la generación X incrementó un 50% de los usuarios, al igual que los Millenials y Baby Boomers.

En cuanto a las plataformas digitales como las redes sociales, YouTube obtuvo el primer lugar con un 95% que los usuarios utilizan, seguido de Facebook con un 84% de las cuales la mayoría del usuario tienen esta red social, después están LinkedIn y Twitter con un 56% e Instagram y Skype tienen un 47% y 45% de uso de estas redes sociales. (Espinoza, 2018).

En el 2017, el Ecuador ha tenido un incremento sobre el hábito de consumo con respecto a las plataformas de video en streaming como, por ejemplo, en el 2016 la plataforma Netflix obtuvo un incremento del 25%. Sin embargo, YouTube sigue liderando la posición de plataformas de videos preferidos por los usuarios ecuatorianos. Algunos sitios web como Vimeo, Movistar Play, TU TV han obtenido una cantidad menor de consumo. La mayoría de los usuarios visitan plataformas de video dedicadas a escuchar música con un 76% de los usuarios, le sigue los sitios para ver videos musicales con un 69% de los usuarios y el 58% son los espectadores que ven películas. Muchos de los cibernautas ven videos desde un Smartphone con un 46% mientras que el 16% miran desde una computadora de escritorio. (IAB. ECUADOR, 2017).

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

En la actualidad los medios de televisión han cambiado su entorno entrando al mundo digital, transformando los sistemas a un nuevo enfoque donde las ventajas son altas. Los canales de televisión emigraron a plataformas digitales con el objetivo de ofrecer a la población mejoras como las resoluciones de imágenes, audio y video, en los programas que se transmita en cualquier canal televisivo.

La evolución de los sistemas analógicos a digitales dio a conocer por personas competentes como el ARCOTEL y CONATEL formado por un grupo de alto élite para el desarrollo y planificación del Plan Maestro, que, sin duda alguna, si no se hubiera dado una buena presentación del plan tanto desde la planificación hasta el control del sistema digital, no se hubiera dado este cambio.

El plan maestro consiste en transformar la tecnología en algo más allá, que sea productivo para los canales de televisión, con el objetivo de brindar un mejor servicio y realizar mejoras en él. Aunque el proyecto se retrasó, tendrá hasta el 2023 para que se implemente por completo.

Para un mejor desarrollo de la tecnología en los medios de televisión en el Ecuador, se realizaron varios debates que concluyeron en resoluciones por parte de ARCOTEL y CONATEL, accediéndole responsabilidad para la implementación de la Televisión Digital Terrestre.

A pesar que la tecnología avanza, el comportamiento del consumidor también va cambiando, volviéndose más exigentes con los servicios que requiere. Las plataformas digitales cada vez están tomando más posición en el mundo de la tecnología, realizando estrategias para atraer al espectador, considerando que los Millenials y la generación Z son los más propensos para adquirir los servicios digitales, ya que ellos viven en el mundo tecnológico ya sea que utilicen redes sociales o sitios de entretenimiento digital.

Qué cambios en el futuro habrá con respecto a los medios de comunicación digital, nadie lo sabe, pero si estamos seguros que cada evolución dejará una huella en la sociedad, que a través del tiempo nos adaptaremos y los que ya existen mejorarán para ofrecer un mejor servicio y atraer a más usuarios de las nuevas generaciones que vendrán.

tesis albarado montalvo

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

unidadunocbtis1.blogspot.com

Fuente de Internet

2%

2

Submitted to Escuela Politecnica Nacional

Trabajo del estudiante

1%

3

es.scribd.com

Fuente de Internet

<1%

4

emiliafriedrichimd2011.blogspot.com

Fuente de Internet

<1%

5

interculturalcommunication.org

Fuente de Internet

<1%

6

www.nakamachi.com

Fuente de Internet

<1%

7

chino-chore.blogspot.com

Fuente de Internet

<1%

8

www.dspace.espol.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

9

Submitted to Universidad Europea de Madrid

Trabajo del estudiante

<1%

10	Submitted to Universidad Autónoma de Madrid Trabajo del estudiante	<1%
11	Submitted to Universidad San Francisco de Quito Trabajo del estudiante	<1%
12	johnnie.foros.hispavista.com Fuente de Internet	<1%
13	Submitted to Escuela Superior Politécnica del Litoral Trabajo del estudiante	<1%
14	www.cepedsa.com Fuente de Internet	<1%
15	www.clmjoven.net Fuente de Internet	<1%
16	estrategiasludicasfabianrivera.blogspot.com Fuente de Internet	<1%
17	Submitted to COLEGIO CARDENAL DE LA TORRE Trabajo del estudiante	<1%
18	Walden, Therese C.. "Clinical benefits and risks of bilateral amplification : Beneficios clínicos y riesgos de la amplificación bilateral", International Journal of Audiology, 2006. Publicación	<1%

19

www.dnp.gov.co

Fuente de Internet

<1%

20

prezi.com

Fuente de Internet

<1%

21

etheses.whiterose.ac.uk

Fuente de Internet

<1%

22

www.thepanamanews.com

Fuente de Internet

<1%

23

www.fundacionalternativas.com

Fuente de Internet

<1%

24

osic.blogia.com

Fuente de Internet

<1%

25

www.docstoc.com

Fuente de Internet

<1%

26

www.ort.edu.uy

Fuente de Internet

<1%

27

oxagencia.com

Fuente de Internet

<1%

28

www.scribd.com

Fuente de Internet

<1%

29

www.hipermarketing.com

Fuente de Internet

<1%

30

www.co.computrabajo.com

Fuente de Internet

<1%

31

www.paraperiodistas.com

Fuente de Internet

<1%

32

enlasgradas.com

Fuente de Internet

<1%

33

Submitted to Unviersidad de Granada

Trabajo del estudiante

<1%

34

Submitted to Politécnico Colombiano Jaime
Isaza Cadavid

Trabajo del estudiante

<1%

35

www.ladosis.com

Fuente de Internet

<1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado