



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO  
FACULTAD DE ECONOMIA Y CIENCIAS EMPRESARIALES**

***FUTURO DE LA PRENSA ESCRITA EN ECUADOR, COBERTURA VERSUS  
RENTABILIDAD: PRENSA ESCRITA EN GUAYAQUIL***

**Trabajo de titulación que se presenta como requisito para el título de  
ingeniera en ciencias empresariales**

**AUTORA:**  
María José Bohórquez Bermello

**TUTOR:**  
Ing. José Macuy

**Samborondón, Ecuador  
Mayo 2012**

## **AGRADECIMIENTO**

*En primer lugar quiero agradecer a Dios por todas sus bendiciones, y por las personas que puso en mi camino para poder desempeñar este trabajo. Así mismo agradezco de manera especial a todas las personas que me apoyaron a realizar este trabajo de investigación, el Ingeniero José Macuy, por ser mi tutor asignado por la Universidad Espíritu Santo. A la Lic. Benilda Menéndez Noboa Mg. Sc., una de las personas más importantes que influenció y dio el empuje que necesitaba para seguir adelante con mi trabajo, quien me orientó y dio mano solidaria, que se necesita para desarrollar este tipo de trabajo, así poder cumplir la meta, así mismo, debo destacar su disponibilidad y paciencia que hizo que la elaboración de este trabajo sea fructífero.*

*Asimismo, agradezco de manera especial al Sr. Claudio Moya, Gerente General de Ibope Media Ecuador, quien me facilitó los medios que se necesitaba para elaborar el trabajo de investigación, también, me brindó su apoyo y orientación que requería para la realización de este trabajo investigativo. Mi familia, igualmente fue fundamental para que yo pudiera concluir el trabajo de investigación con éxito, su aporte y amor fue imprescindible para avanzar en el cumplimiento de esta meta.*

*Importante la ayuda de varias personas del medio y los que realizan estudios al respecto, pues su aporte fue valioso, para el logro del trabajo, que tiene como fin aportar algunos elementos prácticos a las empresas periodísticas locales.*

## ***DEDICATORIA***

Este trabajo fue realizado con el fin de aportar recomendaciones sobre la mejor difusión de los ejemplares escritos de las empresas periodísticas. Me permitió conocer más a fondo este mercado, ya que esta cruzando por una evolución importante en la historia. Permitted observar e identificar como las empresas se enfrentaban con todos los obstáculos que se les presentan en estos últimos tiempos.

Dedico este trabajo a la Máster Benilda Menéndez Noboa, ya que gracias a la colaboración de ella, y por haberme brindado su valioso tiempo, ella, me pudo orientar y ayudarme a organizar las ideas que tenía para plantear este trabajo de investigación. Es muy importante recalcar la paciencia y dedicación que tuvo para poder sacar a flote este trabajo.

Así mismo, lo dedico a mi familia por siempre apoyarme, a mis padres a pesar de las dificultades dieron todo porque yo afronte las debilidades que presentaba y los supere como en efecto ocurrió y me prepara para ejercer mi profesión con el título superior logrado.

## ÍNDICE GENERAL

	Pág.
i. Carátula 1	I
ii. Agradecimiento	II
iii. Dedicatoria	III
iv. Índice general	IV
v. Índice de gráficos	VI
Capitulo I	
1. Introducción	3
Capitulo II	
2. Objetivo general y específicos	5
3. Justificación	7
Capitulo III	
3.1. Antecedentes del problema	8
A. Prensa escrita	
3.2.1. Evolución de la prensa escrita en el mundo	9
3.2.2. Principales diarios impresos a nivel mundial	13
3.2.3. La prensa escrita en América Latina	15
3.2.4. La prensa escrita en el Ecuador	16
3.2.5. La prensa escrita y su cobertura a nivel mundial	19
3.2.6. Cobertura/rentabilidad la prensa escrita en América Latina	21
3.2.7. Cobertura/rentabilidad de la prensa escrita en el Ecuador	24
B. Internet: Prensa digital	
3.1.8. Internet y su influencia a nivel mundial	28
3.1.9. Penetración de internet en la sociedad a nivel mundial	30
3.1.10. Penetración del internet en Latino América	32
3.1.11. Penetración de internet en Ecuador	33
3.1.12. Internet y los medios impresos	34
3.1.13. Penetración de medios/comunicación en Ecuador	36
3.1.14. Factores que influyen en la competitividad de medios Impresos	37
3.1.15. Modelos de empresas tradicionales/prensa digital	40
3.1.16. Factores Claves para el Éxito de un medio impreso	41

3.2.	Fundamentación legal .....	42
	3.2.1. Regulaciones legales para el funcionamiento de Prensa escrita/digital.....	42
Capitulo IV		
	Propuesta.....	44
	Conclusiones.....	47
	Recomendaciones.....	50
	Bibliografía.....	51

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Diagrama #1. Modelo de negocio tradicional.....	21
Gráfico #1. Población de países latinoamericanos 2011.....	24
Gráfico #2. Penetración de Diarios impresos en América Latina. 2011.....	25
Gráfico #3. Cobertura de Medios impresos (Guayaquil/Quito) 2012.....	26
Gráfico #4. Cobertura de diarios en Guayaquil y Quito 2012.....	26
Gráfico #5. Cobertura de diarios en niveles socio económicos (Guayaquil y Quito) 2012 .....	27
Gráfico #6. Ranking total de diarios más leídos en Guayaquil y Quito 2012.....	28
Gráfico #7. Ranking de diarios más leídos en Guayaquil y Quito 2012.....	29
Gráfico #8. Penetración de internet a Nivel Mundial. 2010.....	32
Gráfico # 9. Penetración de Internet en América Latina a Principios de 2012.....	33
Gráfico # 10 Penetración de internet en Guayaquil y Quito. 2011.....	35
Gráfico # 11. Penetración de Medios Ecuador 2011.....	38
Diagrama #2. Factores que influyen en la competitividad de un medio impreso.....	39
Diagrama #3. Factores Claves para el éxito de una empresa periodística.....	43

## RESUMEN

A través del tiempo, la sociedad ha sufrido transformaciones en los diversos sectores de su devenir cotidiano, en el campo de la comunicación también, desde el inicio de la imprenta en el mundo, con los descubrimientos de los elementos para generar la prensa escrita. (Alemania, Johann) expresa **CABRERA María de los Ángeles (2001)** que **La comunicación ha enriquecido el escenario mediático con la aparición de un nuevo medio que podemos denominar *online*, y que tiene su máxima expresión en Internet. (1)** La prensa escrita en Ecuador, como en otros países de América latina comenzó a partir de la colonización y la represión por los españoles. Inicio, para después de muchos años, buscar la independencia de cada país.

Las nuevas tecnologías, permite a la sociedad, estar más globalizada, accediendo con temas informativos, productos o servicios más a la mano, que cuente con variedad antes de elegir el producto. Por lo que los mercados de hoy en día cuentan con un ambiente de competencia constante. El mercado de la industria periodística impresa tradicional, permite visualizar que el hábito de los lectores ha evolucionado. Muy a parte de la diversidad que haya en el mercado, la sociedad se encuentra ante el auge de redes sociales y diarios digitales lo que les permite tener otras fuentes de información. El fin del trabajo, fue identificar los factores que influyen en el futuro de la prensa escrita en Ecuador:

En la cobertura versus rentabilidad, en Guayaquil, se determina la sostenibilidad de la prensa en el nuevo entorno de noticias digital y en tiempo real. Sustentado en la tendencia de proyectarse hacia la prensa digitalizada, como respuesta a la crisis mundial de la prensa escrita, no solamente económica, sino a la oferta de medio massa, que proyectan la difusión de las noticias en tiempo real, en diversos estratos a través de internet. Los diarios más leídos en las ciudades principales del país (Guayaquil y Quito) donde el diario Extra es el más leído, posiblemente debido a que el mayor porcentaje de la población del país es de estrato socioeconómico bajo, quienes, les agrada las noticias sensacionalista. Luego sigue los diarios tradicionales, que son El Universo y el Comercio.

A pesar de poseer diversidad de diarios que buscan llegar a diferentes targets y poder abarcar a todos los mercados. **TEXAS PAPERS ON LATIN AMERICA, Teresa LOZANO LONG**, del Institute of Latin American Studies, (1992-2007) expresa: **la prensa en América Latina está sufriendo una nueva revolución tecnológica. Las redes internacionales de computadoras que conforman Internet están redefiniendo los esquemas tradicionales de hacer periodismo. (1).** Cambios tecnológicos que inciden notablemente en las actividades del ser humano, y, particularmente en los medios de comunicación masiva. Tanto

la Prensa escrita de América latina como la mundial, sufre cambios de diversa naturaleza, en algunos casos por aumento poblacional, desarrollo de áreas de producción, crisis políticas, económicas y sociales, desastres naturales. Así como el desarrollo de tecnología. En cuanto a los factores que influyen en la competitividad del medio impreso, se identifica como actúan en la empresa y cual es su comportamiento con la colectividad. La competitividad, se mide en el desenvolvimiento de su entorno que tan influyente puede lograr ser en su crecimiento.

El desarrollo económico del país, como está estructurada la industria periodística, su demografía, y la relación con el gobierno de turno, comportamiento de consumidores y la penetración de nuevas tecnologías. Este **trabajo monográfico**, ha permitido observar y determinar y como ha evolucionado los acontecimientos periodísticos en el Ecuador, desde sus orígenes a la fecha. En la actualidad los diarios impresos, presentan sus contenidos noticieros, fuera del tiempo real, pues al captar, procesar, publicar los acontecimientos noticiero, y distribuir ha trascendido varias horas del hecho. Según la información recolectada, la prensa tradicional, para alcanzar a diferentes audiencias, ha diversificado su producto y direccionado a otros targets permitiendo tener mayor cobertura. Dado que los factores que influyen en la producción de la prensa escrita, esta regida por la competitividad, pues, primero se mide el desenvolvimiento de su entorno que tan influyente es para lograr su crecimiento.

Sustentado en esta condición, se consideran como claves los factores, del desarrollo económico del país, como está estructurada la industria periodística, su demografía, y la relación con el gobierno de turno, comportamiento de consumidores y la penetración de nuevas tecnologías. Ante esta situación de la prensa escrita, se establece este mecanismo de relación: **La vinculación a Universidades y empresas periodísticas de Guayaquil, para diseñar y ejecutar una investigación de mercado de producción y distribución de los diarios, particularmente en la región Costa**. Se puede llevar a la práctica a través de un convenio interinstitucional, con alguna empresa de prensa escrita local, que permita realizar investigaciones en el cuarto nivel de la carrera en coordinación con Universidades. Además se debe socializar con las partes intervinientes.

Palabras claves: **Periódico impreso Empresa Periodística Prensa digital Internet competitividad**



# **CAPITULO I**

## **1. INTRODUCCIÓN**

Hoy, nos encontramos con una sociedad altamente consumista, gracias a la facilidad de la creación de las nuevas tecnologías, que permite a la sociedad, estar más globalizada, accediendo con los temas informativos, productos o servicios más a la mano. Esto permite que el lector cuente con más variedad antes de elegir el producto. Por lo que los mercados de hoy en día cuentan con un ambiente de competencia constante.

La creación de estos nuevos medios de información ha tenido sus ventajas y desventajas para las industrias, y en esencial a la industria periodística. Hoy en día, los productores de noticias tienen una infinidad de nuevas formas de comunicación para llegar al público. Hay canales de entrevistas, sitios de web corporativos, sitios web gubernamentales, sitios web que aparentan ser bitácoras (blogs). Lo que hace una generación se lo comunica en los diarios tradicionales.

El mercado de la industria periodística, refiriendo a los diarios tradicionales impresos, de lo que nos vamos a enfocar en este trabajo, nos permite visualizar que el hábito de los lectores ha evolucionado. Muy a parte de la diversidad que haya en el mercado, la sociedad se encuentra ante el auge de redes sociales y diarios digitales lo que les permite tener otras fuentes de información. Por lo que este trabajo se basa en analizar estrategias competitivas, la forma de captar la atención de los lectores, y el manejo ante la presencia de la era digital.

Este trabajo, cuyo fin es identificar las causas del problema, en base a los resultados a logrados generar estrategias que contribuyan al mercado de la prensa escrita para optimizar recursos para lograr una mejor forma de llegar a los lectores, para que la sociedad siga contribuyendo a este mercado sustentado en el propósito de tener informada a la sociedad.

Los proveedores de Diarios tradicionales impresos en el país, brindan información cotidiana, se enfrentan a diferentes desafíos de crear estrategias innovadoras en las áreas de comercialización, difusión y de prensa, como herramientas competitivas para llegar al mercado, cubriendo las expectativas de la población. Por lo que este trabajo se basa en analizar sus estrategias competitivas, es decir investigando su forma de distribución, estudiando las diferentes maneras de captar sus lectores, y en su manejo ante la presencia de la era digital.

La finalidad de la ejecución de este trabajo, una vez identificadas las causas del problema, es generar las estrategias que contribuyan a la prensa escrita estudiada, a optimizar sus recursos para una mejor difusión y circulación del periódico en la población que contribuya a la socialización de las noticias en la colectividad.

## **CAPITULO II**

### **2. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS**

#### **2.1. Objetivo General:**

2.1.1. Identificar los factores que influyen en el futuro de la prensa escrita en Ecuador: en relación a la cobertura versus rentabilidad, Guayaquil, determinando la sostenibilidad de la prensa en el nuevo entorno de noticias digital y en tiempo real.

#### **2.2. Objetivos Específicos:**

1. Identificar los factores que influyen en la competitividad de la prensa escrita, en Ecuador
2. Identificar la población a la que llega este tipo de diarios locales en el ámbito local, centro, barrios urbano/marginal, zonas residenciales y nuevas audiencias.
3. Determinar los factores claves de éxito a futuro en relación a la prensa digital y recomendaciones para la supervivencia de la prensa tradicional

### **3. SITUACIÓN PRÁCTICA QUE SE PROPONE MEJORAR.**

Ecuador, en vías de desarrollo, trata de mejorar sus condiciones de productividad en todos los sectores de la industrial, entre ellos, los medios de difusión escrita, particularmente en el sector referente a los medios impresos. Circulan diariamente diferentes tipos de periódicos, que presentan, tanto las noticias locales, nacionales, como internacionales, de trascendencia, para el conocimiento de la población, dado que para la mayoría de ellos, aun está a su alcance por su bajo costo y buen contenido periodístico.

En cuanto a las características de sus contenidos, existe diversidad de diarios con diversos tipos de información, desde las noticias objetivas, concretas y veraces, como, las sensacionalistas y de poca credibilidad, diarios que están diseñados, para responder a la cultura existente en cada segmento de la población ecuatoriana. Distinguiendo, que el mercado publicitario y la demanda de la población esta clasificado de acuerdo a los diferentes estratos sociales que la conforman. Los principales diarios a nivel nacional se han enfocado para diferente público.

Los diarios nacionales de las principales ciudades del Ecuador, Quito, Guayaquil, Cuenca y Manta “El Universo”, “Expreso”, “El Comercio”, “El Telégrafo”, “ El Mercurio”, “El Hoy”, “La Hora” son diarios leídos por las personas de estrato social alto y medio, se los clasifica de esta manera, ya que su contenido es informativo y su calidad de producto es superior. Por otro lado, tenemos “El Extra”, “El Súper” que focaliza, noticias de crónica roja, lo que los convierte en mas populista, siendo mas leído por el estrato social medio y bajo.

Esta gama de Diarios, compiten día a día por obtener más cobertura en el país, sin embargo, existen causas como, la poca demanda de la población en algunas regiones, la producción de diarios no responde a las necesidades de la población, pues la mayoría, cubren las áreas de noticias con publicidad comercial otros factores que inciden en la competitividad, es lograr mayor cobertura sin considerar la calidad del producto ni su distribución al cliente.

Los empresarios y distribuidores de la prensa escrita tratan de abarcar más la población nacional y posicionarse en la mente de sus consumidores, con la finalidad de lograr mayores ventas, llegar a las localidades más lejanas de su centro de acción y mejorar ingresos. Sin embargo, para lograr estas acciones, no realizan adecuadamente, la captación de los distribuidores, pues no poseen un perfil determinado para el mismo, tampoco se lo capacita en el arte de venta y distribución del producto. A estas causas, se agrega, que la población culturalmente, no lee, es decir, no tiene hábitos de lectura y trata más bien, de enterarse de las noticias de manera verbal, o a través de la radio y la televisión, pues en ocasiones no disponen de tiempo para esta actividad personal.

Hoy en día nos encontramos en la era digital, medio en el cual se encuentran periódicos de todas las latitudes geográficas, y las personas, tiene fácil acceso a los mismos, lo que ha influido a que las personas, ahora, se inclinan por leer diarios digitales, lo que ha obligado a los empresarios de prensa a crear estrategias competitivas, abaratar costos, dar promociones para que pauten en sus diarios. Para llegar a otros publico han creado diferentes formas de difusión de las noticias, una de esas son creación de suplementos, que son mas atractivos por otro público, promociones, mejorar la calidad de información, crear otras fuentes de lectura.

#### 4. JUSTIFICACIÓN

Una de las razones, que me impulsaron a decidir estudiar, el futuro de la prensa escrita en Ecuador, su cobertura y rentabilidad en las ciudades principales como Guayaquil y Quito, fue, la tendencia de proyectarse hacia la prensa digitalizada, como respuesta a la crisis mundial de la prensa escrita, no solamente económica, sino a la oferta de medio massa, que proyectan la difusión de las noticias en tiempo real, en diversos estratos a través de internet,

La creación del internet, ha generado mayor socialización con la población a nivel mundial, a través de la creación de redes sociales, lo que ha permitido tener acceso a información variada y concluyente. Se hace constar las implicaciones que pudiera tener para el desarrollo técnico y la solución de los problemas prácticos. Razones por las cuales se propone mejorar la situación práctica seleccionada e impactos positivos que generara su mejoramiento.

Con los resultados que se obtendrán de la investigación, se pretende beneficiar a los productores de la industria periodística, dado que permitirá conocer, como la población acepta los productos reflejados en los periódicos que vende con periodicidad diaria. A su vez, considero que los resultados pueden tener aplicación práctica, con la correspondiente difusión de los mismos a las empresas productoras de la prensa escrita.

Si la información que produce la prensa escrita, tiene acogida en la población, es indudable, que las instituciones educativas y/o comunidad, hará buen uso de la misma, pues se mantendrá diariamente informado del acontecer mundial y nacional, fortaleciendo la formación de las nuevas generaciones.

## **CAPITULO III**

### **3.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

La prensa escrita en Ecuador, como en otros países de América latina comenzó a partir de la colonización y la represión por los españoles. Lo que llevo después de muchos años, a buscar la independencia de cada país. La prensa escrita es el medio de comunicación más antiguo, lo que permitió en su instancia tener informado a la sociedad de clase media alta.

El primer diario impreso que surgió en el país, fue “La Gaceta de la Corte de Quito” luego, al independizarse apareció en el gobierno de Juan Jose flores “El Espectador de Quito”. Por su forma de expresarse contra el gobierno, tuvo sus problemas y fue cerrado. Situación que refleja en el pasado, como en el presente, que el medio de comunicación en el país era limitado por el gobierno.

En el siglo XIX, surge Diarios que hoy en día aun existen. Aparecen en las ciudades principales del país. En Quito fue fundado el “Comercio” en 1906 y el Telégrafo en Guayaquil en 1922. Diarios, que dieron otro concepto a este medio de comunicación, haciéndolo mas consolidado en la sociedad. Así mismo, aparecen diarios como Últimas Noticias (El Comercio) (1938), El Hoy en Quito, El Universo (1921) y El Expreso (1969) en Guayaquil, el Mercurio (1924) y el tiempo en Cuenca. Siendo hoy en día los principales diarios de cada localidad y el país.

En Ecuador, existe una diversidad de diarios impresos, dependiendo las características de sus contenidos, esto es debido a que las compañías de diarios han diversificado el tipo de información que entregan al público, en este mismo mercado para obtener más cobertura y llegar diferentes audiencias. Así tenemos los diarios formales, diarios populares, diarios gratuitos, revistas diarias, suplementos y suplementos infantiles, entre otros.

El mercado publicitario y la demanda de la población están clasificados por los diferentes estratos sociales. Por tal motivo existe la clasificación de diarios que se dirigen exclusivamente a un segmento de mercado. La prensa escrita tradicional se difunde a través de la venta de ejemplares y la venta espacios publicitarios en el medio impreso. Siendo su principal función mantener informadade acontecimientos a la población, también busca ofertar atreves de spots publicitarios.

Los eventos sociales y económicos, desarrollados en las diversas épocas del país, han traído cambios importantes en la prensa escrita actual. Esto nos permite dilucidar sobre las diversas posibilidades que puede surgir para que se mantenga aun en vigencia su consumo diario en la población. El poder de la prensa escrita en el país, de informar a la población de situaciones económicas y políticas, son razones principales por las cuales un diario puede estar vigente. Hoy en día encontramos una variedad de diarios en el mercado que cumplen un rol importante en la sociedad, y sobre todo hacia el estrato social-económico al que esta dirigido.

El futuro de la prensa escrita en Ecuador, como en otros países de América latina está dirigiendo una transición de cambios, por lo que están estimulando a innovar nuevos modelos de negocios. Permutas, que son debido a la crisis económica, publicitaria, y a su vez, la era de la tecnología ha provocado modificaciones en el hábito del lector.

Este trabajo, tiene el fin de identificar las causas del problema, analizar la cobertura y rentabilidad de los principales diarios del país para así entender las estrategias que contribuyan a optimizar sus recursos a la prensa escrita estudiada, para una mejor difusión y circulación del periódico en la población, que contribuya a la socialización de las noticias en la colectividad.

## **3.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### ***A. Prensa escrita***

#### **3.2.1. Evolución de la prensa escrita en el mundo**

A través del tiempo, la sociedad ha sufrido transformaciones en los diversos sectores de su devenir cotidiano, y es así, que en el campo de la comunicación, se han producido cambios notables desde el inicio de la imprenta en el mundo, con los descubrimientos de los elementos para generar la prensa escrita. Tenemos en Alemania, al famoso Johann Gutenberg que llevo a presentar con su avance tecnológico de la época la biblia Gutenberg.

La prensa escrita ha estado presente en los eventos históricos más importantes de la humanidad, siendo desde un comienzo, la portadora de mensajes políticos y religiosos. Con el transcurso del tiempo el diario impreso obtuvo mas participación en la sociedad, convirtiéndose en el primer medio informativo de la sociedad.

Así tenemos que según expresa, **BAUTISTA LANDAETA Lisandro (2009) [versión electrónica]** que: **La prensa escrita empieza en el siglo XV con la evolución del renacimiento, pues, la clase media principió a ser mas prospera e ilustrada, lo que permitió la demanda**

**de materiales escritos. A partir de 1600 aparece el periódico en Alemania, en 1640 Italia, España 1661 y en 1695 Inglaterra (pág.1).** la evolución social, trajo al mundo, cambios notables que contribuyeron al progreso de los pueblos, es así, que la prensa escrita, se convirtió en herramienta de desarrollo en el viejo continente, pues las poblaciones, pudieron comunicarse de mejor forma, fomentando las letras y la cultura, que fortaleció el desarrollo de países como Italia, Alemania y España entre otros.

La prensa escrita, tenía como función principal informar a la sociedad de los eventos que pasaban en su medio, a la vez fomento la formación de redactores y escritores que se desarrollaron con el tiempo. No solo informaban sino analizan las adversidades que pasaban en su entorno. Dando a la sociedad un medio para poder entender las situaciones de su ámbito social, económico y político.

Según expresa, **BELANE Carlos (2011) [versión electrónica]** que:

**Los primeros límites de la libertad de prensa, fue en Francia Con Napoleón. Desde el año 1631 hasta 1789 habían nacido más de 300 periódicos tras la revolución. Napoleón utilizó todos los medios a su alcance para frenar la posible oposición a su mandato, dejando que París contara con solo cuatro periódicos, con el fin de no estropeen ambiciones (pág. 2).**

La prensa escrita tuvo sus inconvenientes desde el principio de su existencia, pues, comienza a tener conciencia del poder que tiene ante la sociedad, donde se expresan las adversidades que vivía el pueblo y así mismo, expresaban con libertad sus pensamientos de la situación del país, lo que no le convenía los gobernantes de turno, o en particular a la persona que estaba en el mandato. Es por eso que limitaban a toda prensa que se oponía al gobierno. Como se vivió en esa época restricciones por parte de gobierno. Así mismo sucede en la actualidad. En ciertos países la libertad de expresión es limitada.

Si continuamos con la evolución de la prensa escrita, tenemos que autores como, **BAUTISTA LANDAETA Lisandro(2001) [versión electrónica]** expresa que:

**A finales del siglo XVIII, toma forma de negocio, se implantan innovaciones técnicas, se establece una infraestructura informativa para recopilar la noticia y optimizar los sistemas de reproducción, se reducen los costos, se aumenta la capacidad productiva y en consecuencia aparecen**



## **periódicos representativos como The Times en 1785. (pág. 2)**

La historia nos demuestra, que en el siglo XVIII, la prensa escrita, adquiere valor adquisitivo, pues se convierte en un beneficio negociable, creando un producto que brinde un estereotipo de información, lo que permite que la producción de los diarios sean optima y a si se va reduciendo costos. A partir de este desarrollo se incremento el inicio de nuevos diarios que hoy en día son reconocidos a nivel mundial.

La participación de más diarios en el mercado, hizo este medio de comunicación más consolidado, fuerte y a su vez más poderoso. Ya que era un medio que solo leía la sociedad de elite y tenia poder de adquisición, lo que permitió a la prensa, su crecimiento y desarrollo. Su rentabilidad y cobertura creció con el pasar del tiempo. Haciendo presencia en el orden social, político, económico y cultural convirtiéndose un instrumento de gran influencia en la sociedad.

Surgen nuevos medios cuantitativa y cualitativamente distintos a los del siglo XIX y que constituyen el origen de la prensa moderna. A partir esta fecha, los países del viejo continente establecen leyes, en los que se reconoce la libertad de expresión y organizan su estructura informativa en torno a las agencias de noticias que mantienen estrechas relaciones con los gobiernos y facilitan información a los periódicos. Bajo esta formación de la prensa escrita moderna, estas agencias produjeron cambios que hicieron que se publique la información uniforme en todos los diarios impresos a nivel mundial.

La información periodística, comienza a tomar forma a inicios desde este siglo, teniendo como contenido, artículos de opinión, noticias entrevistas, reportajes, a su vez anuncios publicitarios, dando a las empresas especializadas la apertura de nuevos ingresos monetarios para este medio de comunicación, a través del tratamiento de diarios de información. La participación de la prensa escrita en la sociedad, se vuelve más importante siendo este en el tiempo actual uno de los medios que forma parte del quinto poder del estado de cada país.

Al comienzo de este siglo, los medios de comunicación tienen su auge, y desde el punto de vista económico, vive uno de sus mejores momentos. Creando una influencia fuerte en las sociedades y así generando más demanda y fomento la producción de más tirajes. Paralelo a esto, el gobierno de cada país, estableció leyes de prensa, con la finalidad de normatizar su producción, dando énfasis al reconocimiento de la libertad de expresión, se da paso a la organización de la estructura informativa. A mediados de este siglo se crea el fotoperiodismo, donde aparecen los otros medios que son la radio, la televisión y el cine.

Desde la década de los noventa, se inicia una revolución de información con las nuevas tecnologías, optimizando el sistema de producción, y su vez la creación del Internet donde permite a la sociedad estar conectadas con mayor rapidez. La prensa escrita y los otros medios de comunicación se sienten afectados ya que el internet permite tener la información en tiempo real. Lo que estimuló a que ellos no se queden atrás creando portales de internet, así llegando a nuevas audiencias, reduciendo los costos de producción y optimizando el tiempo de los colaboradores.

El efecto que tuvo el internet en los medios impresos es la creación de la prensa digital y blogs que permite a la sociedad poder opinar e interactuar con los acontecimientos que pasan en el mundo. Por ser una herramienta eficaz que permite optimizar recursos e inclinar la publicidad hacia ese medio siendo ellos la fuente de ingreso para la prensa escrita. Ciertos medios impresos han creado ciertas estrategias para poder perdurar en el medio.

Los diarios más representativos a nivel Mundial, entre otros se cuenta con el New York Times (EU), Times (UK), Le Monde (FR), Corriere (IT), Washington Post (EU), El País (ES), La Vanguardia (ES), El Universal (MX), El Tiempo (COL), El Clarín (AR). Siendo ya ellos diarios digitales donde algunos como estrategia ya cobran el acceso a su portal.

Estando ya en la era digital, se han creado muchas herramientas para el consumo del medio digital donde permite al consumidor estar conectado e informado en lugar donde este. No obstante los medios impresos en la actualidad no han dejado de ser un medio popular es decir aun tienen un gran alcance para la divulgación y el análisis de los acontecimientos que suceden en el mundo, permitiendo hoy por hoy estar en el medio.

La prensa escrita con el desarrollo que obtuvo por la nueva tecnología como expresa **CABRERA María de los Ángeles (2001) [versión electrónica]** que:

**La comunicación ha enriquecido el escenario mediático con la aparición de un nuevo medio que podemos denominar *online*, y que tiene su máxima expresión en Internet. Este nuevo medio, se ha convertido en la plataforma donde la prensa se ha hecho presente mediante la publicación digital de sus ediciones (pag#1).**

Hoy en día, los medios de comunicación han evolucionado creando un nuevo medio llamado online. El primer medio de comunicación que puedo ser el primero en utilizar esta plataforma es la prensa escrita convirtiéndose en prensa digital. Para esta informado y conectado con las situaciones que pasan hoy en día, están las redes sociales y los blogs. Donde todos tienen la libertad de expresarse.

De la misma manera expresa el autor, **CABRERA María de Los Ángeles (2001) [versión electrónica]** referente a la: **coexistencia de la prensa en el medio tradicional (papel), y en el medio *online*, exige una reflexión acerca de las condiciones en que se produce esta convivencia, el estado actual de la cuestión y su proyección hacia el futuro inmediato(pag.1)**. Con la llegada de las nuevas tecnologías, la prensa escrita siendo un medio tradicional tuvo su empuje al desarrollo en el medio digital es decir en el *online* donde fue el primer medio que apareció como prensa digital. Lo que le permitió llegar a nuevas audiencias.

Los medios de comunicación a nivel mundial han sufrido cambios debido al auge de la era digital, lo que debido a esto los diarios locales no se quedan atrás cada uno de ellos tienen sus portales en la cual pueden llegar a nuevas audiencias. Las generaciones hoy en día tienden a tener mayor acceso en internet. Lo que permite tener información en tiempo real.

### **3.2.2. Principales diarios impresos a nivel Mundial**

Hoy en día que nos encontramos en un mundo donde tenemos fácil acceso de información y noticias, se hace necesario conocer la existencias de diarios de diversas naturalezas en el área mundial, así mismo es urgente conocer el cambio de hábitos de consumo de la población. Los principales diarios que a continuación mencionamos, han creado estrategias que les han permitido mantenerse en el mercado de la industria periodística. Posicionándose como más influyentes a nivel mundial.

El “***New York Times***” – **EU**, Es un diario impreso que ha estado en el mercado desde hace muchos años, tiene 160 años de historia periodística, su desarrollo en el mercado, ha sido un modelo a seguir a diarios de países del tercer mundo. En los últimos años la circulación de los ejemplares y la inversión publicitaria ha decaído notablemente, así como en la mayoría de los diarios principales a nivel mundial. Se caracteriza por ser el primer diario que ha incursionado por cobrar el acceso a la entrada de su portal web, generando ingresos y implementado inversión en publicidad online. Siendo así un modelo de negocio para este mercado.

En cuanto al “***Times***” (**UK**), considerado como uno de los principales diarios impresos del Reino Unido, fue uno de los primeros en circular a nivel internacional. Este diario impreso, es uno de los tantos periódicos ingleses, que aun no sufre las adversidades por las están pasando la mayoría de los diarios, ya que en vez de decrecer su circulación ha aumentado. Hoy en día en la era de la tecnología también cuenta con su

portal web. A pesar de que El Reino Unido, es un país fiel a los periódicos tradicionales, sobre todo a los que son populares

Este diario "**Le Monde**" (FR), de origen francés, también es apreciado como uno de los diarios más influyentes del mundo, se convirtió en un diario generalista, siendo solo leído por ejecutivos, personas de altos ingresos y líderes de opinión, así posicionando como el diario de calidad francés número uno. Así mismo como los otros diarios tiene su portal web. Logro un sitio web de referencia a nivel país e internacional. Lo que le permite tener mayores ingresos y así cubrir las pérdidas que daba su diario tradicional. Se convirtió en uno de los modelos a seguir en este mercado.

En relación a este diario la "**Corriere**" (IT), de procedencia e impreso italiano, es uno de los diarios más vendidos en su país, lo que le ha permitido segmentarse en ese mercado como número uno. Así mismo tiene su portal web, lo que le ha permitido llegar a nuevas audiencias. El objetivo de este diario en su inicio era ser consumido por la burguesía italiana, alcanzando gran prestigio hasta la actualidad.

Referente al "**Washington Post**" (EU), Es uno de los diarios impresos más antiguos y poderosos en Estados Unidos, por lo que le ha permitido llegar a tener alto prestigio junto con el New York Times, así también, es uno de los diarios de mayor circulación a nivel nacional. No obstante se vio amenazado con la caída que sufrió este mercado de la industria del periodismo a nivel mundial, Debido a la caída de la industria periodística han implementado algunas estrategias para poder mantenerse en el mercado, una de ellas, fue crecer en internet y tener mayor compromiso con la edición on line, rediseñar el diario impreso e investigar nuevas vías de ingresos. Lo que le ha permitido mantener una de las penetraciones en el mercado más altas, en relación a otros diarios metropolitanos.

Si consideramos al diario "**El País**" (ES), como el diario impreso con mayor difusión en España, lo que ha permitido establecer como el primer diario en ese país, diario impreso que se caracteriza por su sobriedad, ha mantenido su liderazgo como diario generalista más vendido en España. Así como todo diario se vio obligado tener presencia en los cibermedios, teniendo su portal web.

La participación de estos grandes Diarios, que han estado por muchos años en el medio, posicionándose como el medio informativo fundamental en las nacionales, está cursando por ciertas dificultades a la entrada de la nueva era de la tecnología. En comparación con los otros medios de comunicación es uno de los que más tendrá que rediseñar al llegar a su grupo objetivo.

### 3.2.3. La prensa escrita en América Latina

Ecuador, como los otros países en América Latina, fue colonizado por los españoles, sus pobladores, fueron objeto de censura, control y represión. Lo que no les permitían expresar libremente de las situaciones que vivían, para de esa manera mantenerlos fuera del contacto de comunicación de poblaciones en similares condiciones. Otro factor importante que afectó el desarrollo de la prensa escrita, fue el alto costo del papel en su entonces, de difícil elaboración, que dificultaban la producción de los periódicos.

**José VILLAMARIN CARRASCAL, (2006) [versión electrónica], expresa que: El periodismo regular en América Latina puede dividirse en dos etapas: la primera, prensa oficial y pro colonialista (XVIII), segunda, la prensa revolucionaria e insurgente (inicios del S. XIX) en la primera, fueron básicamente informativos y, de la segunda, político-panfletarios. (Pág. 1)** La prensa escrita en América latina se creó para informar a los monarcas españoles las situaciones en las que vivían los españoles en territorios americanos, luego de su etapa revolucionaria la prensa escrita, paso hacer un medio informativo de las situaciones locales, de carácter político, económicos, sociales y algunas de referente a anuncios de diversos productos para el uso del público.

Los países de América latina, crecieron con el apoyo de países potenciales como, Estados Unidos y el del Viejo continente: Europa. La sociedad latinoamericana luego de su revolución independentista, comenzó a crecer en diferentes ámbitos, sociales, políticos y culturales. Estos países adquirieron una combinación de culturas y costumbres, que ha permitido la generación de diversidad de audiencias en la población Latinoamérica.

En América latina, luego de su revolución libertaria, en su ámbito social todavía estaban presentes las estructuras feudales, donde se monopolizaban el poder social, político de estos países. La evolución de la sociedad latino americana llevó décadas, para lograr un desarrollo social y cultural.

Como Expresa **SOHR Raúl, (1998), [versión Electrónica]** que:

**La sociedad civil latinoamericana-el conjunto de las instituciones no estatales, donde se sitúa la prensa- posee escasa fortaleza. Los medios que se enfrentan al poder tienen una vida ardua y corren el riesgo de desaparecer. Las presiones del poder en forma de subsidios, avisaje o abastecimiento de papel han creado una prensa sumisa. (pag21)**

La prensa escrita en América latina, tuvo sus controversias con las instituciones estatales desde un comienzo, donde su libertad de expresión era reprimida. Donde no podían comentar y analizar las situaciones que había con respecto al gobierno que estaba vigente, ya que corrían el riesgo de cerrarlas. Las empresas periodísticas aun así, informaban de los acontecimientos locales e internacionales. La industria del periodismo en sus inicios se enfrento a diferentes adversidades ya sea en ámbito económico y político. Siendo el primer medio informativo de la sociedad de clase media.

En la revista **TEXAS PAPERS ON LATIN AMERICA**, expresa **Teresa LOZANO LONG**, del Institute of Latin American Studies, **(1992-2007)[versión electrónica]**, que la: **prensa en América Latina está sufriendo una nueva revolución tecnológica. Las redes internacionales de computadoras que conforman Internet están redefiniendo los esquemas tradicionales de hacer periodismo. (Pág#1)**. Cambios tecnológicos que inciden notablemente en todas las actividades del ser humano, y, particularmente en los medios de comunicación masiva, dado que, las redes internacionales y nacionales, permiten a la población, estar informado de manera oportuna y en tiempo real.

Tanto la Prensa escrita de América latina como a nivel mundial, sufre diversos cambios de diversa naturaleza, en algunos casos por el aumento poblacional, desarrollo de las áreas de producción, crisis políticas, económicas y sociales, desastres naturales, entre otros. Así como al desarrollo de la tecnología que se transforma cada vez más rápido. Una de ellas es el auge del Internet que mantiene informado a todas las poblaciones en tiempo real. Situación, que provoco que un creciente de números de periódicos en América Latina, tenga una presencia más activa en Internet. Que la Prensa escrita entre a ser parte como portador de información, muchos de los diarios tienen su portal es decir pagina web, lo que permite esto llegar a nuevas audiencias de diferentes partes del mundo.

Los diarios impresos en los países de la América latina, pasan por adversidades debido a la crisis y la caída de los ingresos por publicidad. Han optado por buscar nuevas estrategias que les ha permitido mantenerse en el mercado. Los principales diarios impresos como La Nación de Argentina, O. Globo de Brasil, El Mercurio de Chile, El tiempo de Colombia, La Nación de Costa Rica, El Universal de México, el Nuevo Día de Puerto Rico, El Comercio de Perú, El País de Uruguay, El Nacional de Venezuela, como tienen su portal en internet. También han incurrido a otros modelos de negocios.

### 3.2.4. La prensa escrita en Ecuador

La sociedad de América latina como en Ecuador, sufrió transformaciones a partir de su colonización por los españoles. Se implantó costumbres y formas de vivir, donde se da paso a varias expresiones de la cultura, aunque manteniendo condición elitista, educación para españoles y los criollos, desarrollo de las letras y el arte, lo que genera la prensa escrita, sustentada por la llegada de la imprenta por los españoles.

Según **RIVADENERIA Kathy (2008) [versión Electrónica]** que:

**La primera imprenta fue traída desde España a la Real Audiencia de Quito por la Compañía de Jesús, en 1755. Hasta 1825 fue utilizada para imprimir hojas sueltas y para el periódico titulado “El Espectador Quiteño”. En la presidencia del Gral. Juan José Flores se atacó a la imprenta ya que imprimían alusiones personales contra él. (pág. 1)**

Con la llegada de los españoles hubo cambios que ayudaron al progreso de los pueblos y la llegada de la imprenta fue la herramienta que permitió que la sociedad este más informada, desarrollando mejor comunicación.

Así mismo, como en el resto del mundo, la llegada de la imprenta creó libertad de expresión, en localidades geográficas, donde sentían la necesidad de expresar las situaciones que vivían, la prensa escrita tuvo desde su inicio un lugar muy importante en la sociedad, facilitando la creación de diarios donde podrían argumentar y tener informada a la sociedad con los acontecimientos que existían, dando así, soluciones informáticas para satisfacer las necesidades de comunicación diaria de la población.

Expresa **RIVADENERIA Kathy (2008) [versión Electrónica]** que:

**En medio de los levantamientos por conseguir la independencia española, aparece en 1809 la “Gaceta de la Corte de Quito” del cual se editaron seis números. Sus escritores estaban en contra de la revolución, justificando que no era decoroso denominarse, lo cerraron. Esta fue la primera publicación de índole satírica que apareció en el Ecuador 55 palabras. (pág. 2)**

Desde un comienzo la prensa escrita tuvo problemas en nuestro país, ya que no se permitía argumentar cosas referentes a como era gobernada la nación, pues se continuaba con la misma política de represión de los

medios de comunicación escrita, coartando a los comunicadores para que puedan expresar las situaciones que existían en su entonces.

La prensa escrita de un comienzo tuvo dificultades para poder argumentar libremente lo que pasaba con el país, en su entonces había la esclavitud del pensamiento. Al llegar la Restauración, con el gobierno de José María Placido hubo el renacimiento de la Cultura, especialmente en literatura y bellas artes. Donde se da la libertad de la prensa. Y permite la creación de varios diarios.

En Ecuador, en las ciudades más importantes aparecen en un comienzo el Comercio en Quito (1906) y El Telégrafo en Guayaquil (1922), diarios que fueron fundados por familias de posición económica - social consolidada y de apellidos destacados. La trayectoria y tiempo que han permanecido en el mercado ecuatoriano es gracias a la credibilidad de su contenido que ha logrado posicionarse en la mente de la mayoría en el país. A la vez que iba creciendo el país, fueron logrando llegar a otras ciudades, así mismo aparecen diarios como Ultimas Noticias (El Comercio) (1938), El Hoy en Quito, El Universo (1921), El expreso en Guayaquil (1969), el Mercurio (1924) y el tiempo en Cuenca. Siendo diarios hoy en día los más fuertes y consolidados en el país, Quito y Guayaquil cuenta con 12 periódicos escritos.

La prensa escrita con el pasar del tiempo fue cambiando su imagen, es decir, el uso de diversos tipos de papeles, tipo de contenido y diversificando en cuanto otro producto nuevo ha ofrecer. El mercado ecuatoriano tiende en algunos periódicos a generar noticias amarillistas, lo que hicieron en la practica, fue atacar a un nicho de mercado donde vieron que la gente se sentía más atraída a ese tipo de información, lo que permitió crear diferentes tipos de diarios con contenidos: de noticias amarillistas, de noticias más acertadas a la realidad del acontecimiento, creación de suplementos y revistas de periódicos, etc.

Hoy en día nos encontramos en la era de la tecnología, donde ahora puedes obtener información fácilmente y rápidamente. La creación de redes sociales tiene a la población más conectada e informada con las situaciones que pasan a nivel mundial. La prensa escrita ha incursionado en tener portales web, de tal manera poder llegar a este tipo de audiencias. En Ecuador, contamos con una gama de diarios para diferentes tipos de poblaciones, lo que les ha permitido tener un mercado estable.

Ecuador, como otros países de Latinoamérica, tiene problemas con los gobiernos vigentes, lo que ha generado algunas controversias que impide el normal funcionamiento de la prensa escrita. El gobierno, constantemente los acusa de ser desinformantes, corruptos, cuando el tipo de información que emiten, afecta el trabajo del gobierno, en ocasiones producto de errores de autoridades, que no desean



comprender que también se equivocan. Cabe notar que el posicionamiento de un diario específico en la mente del consumidor que se encuentra muy arraigado, como es la credibilidad de la prensa escrita en el mercado, influye mucho en la estabilidad y desarrollo de los gobiernos vigentes.

El tratar de mantener la libertad de expresión de la prensa, por mantener a la población informada sobre los acontecimientos que ocurren en el país, acarrea a la prensa escrita en su mayoría, sanciones, en ocasiones no merecida, en la actualidad se discute en la Asamblea Nacional, las nuevas regulaciones jurídicas de la ley de comunicación, muy cuestionada por los medios de comunicación.

Este tipo de adversidades por las que pasan los diarios impresos mas el decrecimiento de la inversión publicitaria y los cambios de los hábitos del lector han hecho que el mercado de la industria del periodismo este frágil. Su responsabilidad social de informar a la población ya sea un acontecimientos económicos, políticos y culturales, ha hecho que ocupe en el transcurso del tiempo un papel fundamental en la sociedad.

### **3.2.5. La prensa escrita y su cobertura a nivel mundial**

El propósito de la industria del periodismo, es tener a la sociedad informada de los acontecimientos locales e internacionales, siendo difundida a través de su producto, los diarios impresos. Como todo producto debe buscar posicionarse en la mente de los consumidores. La cobertura de un diario impreso depende del tiraje y su rentabilidad depende las publicidades por parte de anunciantes y la venta de sus ejemplares.

La industria del periodismo está atravesando por un momento de transición y transformación, ya que además de la crisis económica que ocurre en esta industria, el hábito de los lectores esta en un momento de cambio. Ya que la era digital y el boom de internet ha provocado que los consumidores se inclinen a la prensa digital.

El uso intensivo de Internet para acceder a la información y la caída de los ingresos por publicidad debido a la actual crisis económica están determinando una difícil situación económica en la industria de los periódicos lo que los lleva a buscar fuentes de ingresos.

Por estas adversidades que está cruzando la prensa escrita se ve obligada a crear nuevas estrategias para que puedan sobrevivir en la industria de los periódicos. La era de la nueva tecnología ha producido que existan otras herramientas y medios para dar información a la sociedad.

Expresa AOROSA Joaquín,(2009) [versión electrónica], que:

**En la industria está modificando su modelo de negocios a partir del crecimiento y expansión de Internet y sus herramientas. Mientras que durante toda la historia los periódicos se caracterizaron por distribuirse mediante un medio impreso, hoy en día es cada vez más común encontrar publicaciones digitales de cualquier diario. (pág. 7).**

Muy aparte de la crisis económica que se vive a nivel mundial, la industria ha buscado otras formas para poder sobrevivir en el mercado de la prensa escrita; ya que no solamente tiene que verse con el factor de la influencia de la prensa digital en el mercado, sino también la manera de cómo atraer a más lectores, con el fin de poder difundir de forma masiva la información.

Existe hoy la prensa digital, donde se han creado dispositivos móviles que hace ver a la prensa más atractiva para el consumidor. Las tendencias de los consumidores han cambiado con estas creaciones, lo que ha incitado en la industria del periodismo crear nuevos modelos de negocios en su mercado.

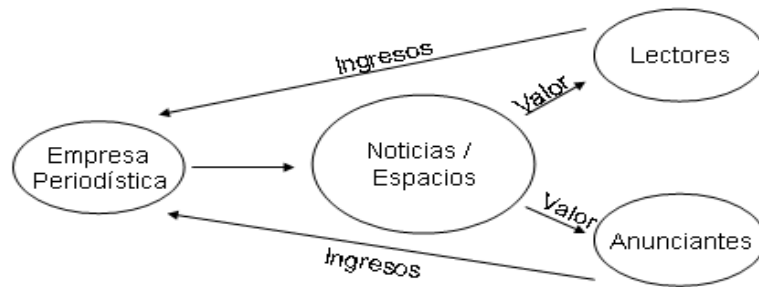
Según el informe de WAN-IFRA el desarrollo de la difusión de la prensa escrita en distintas regiones geográficas 2009 a 2010, se aprecia como las variaciones producidas fueron muy heterogéneas. En Asia, creció su difusión en 7% de 2009 a 2010, en América latina de igual forma experimento un crecimiento de 2% con respecto al 2010. Pero en el caso de Europa y Norteamérica si se registraron bajadas, existió un 2,5% en la reducción de la difusión en la prensa escrita en el año 2009 y 2010 en Europa. En Norteamérica existió un caso mucho mas alarmante, se produjo una pérdida de la difusión de la prensa escrita de 11% interanual (2009-2010).<sup>1</sup>

Actualmente y en años pasados la prensa escrita se ha ilustrado un modelo de negocio en el sector periodístico, que debido a nuevos factores se considera que es necesaria la elaboración de una estrategia de la innovadora.

---

<sup>1</sup> WAN-IFRA, Tendencias mundiales de prensa, Larry Kilman, Paris- Francia, Octubre 2011.

Diagrama #1. Modelo de negocio tradicional<sup>2</sup>.



F.I. Universidad San Andrés, dpto. Académico de Administración, Victoria, Argentina, Junio 2011.

El Modelo de negocios tradicional, demuestra que la principal función de la prensa periodística es informar a todos la sociedad de los sucesos que pasan en la sociedad ya sea local e internacional. La prensa tradicional para tener ingresos vende sus ejemplares a sus lectores y vende espacio publicitario a sus anunciantes.

La industria de los soportes impresos, no solamente se ha inclinado a la prensa digital, sino que ha buscado otras formas para tener más ingresos y más cobertura en su mercado, creando nuevos medios impresos de diferentes contenidos, enfocado para cada target específico. Lo que permite aumentar su cobertura en el mercado y así mantenerse en el.

Como expresa **MENSING Donica, (2007) [versión electrónica]** que:

**Ha surgido un nuevo modelo de negocios que se ha vuelto cada vez más popular. Estos modelos solo se basan en la publicidad. Se trata de los diarios de distribución gratuita. Al no obtener ningún tipo de ingresos por cada ejemplar distribuido, es necesario que la publicidad financie el costo del producto y a la vez genere ganancias. (pág.1)**

La industria del periodismo para seguir en el mercado aparte de inclinarse a la prensa digital, ha creado un modelo de negocio donde han hecho que el mercado se diversifique con diferente producto para poder llegar al consumidor final que es el lector. Ahora las empresas de los diarios impresos han ingresado al mercado, diarios gratuitos que subsiste por medio de inversión publicitaria, para poder distribuirlo e imprimirlo sus ganancias son solamente de las publicidades que se pongan en dicho

<sup>2</sup>Universidad San Andrés, dpto. Académico de Administración, Victoria, Argentina, Junio 2011.

diario. Lo que les permite llegar a más audiencias y captar más lectores y así poder tener más cobertura y posicionarse ante los consumidores.

### **3.2.6. Cobertura y rentabilidad de la prensa escrita en América Latina**

La población de América latina está compuesta por 41 países de diversidad cultural, lingüística y biológica, los indígenas constituyen una porción relevante de su población. En estos países, presentan los mayores niveles de desigualdad socioeconómica del mundo. El porcentaje del estrato socioeconómico más alto de clase media y baja, por lo que la prensa ha creado una diversidad de diarios para llegar a estas audiencias.

Países donde su estrato social medio bajo predomina, las empresas de prensa escrita han innovado modelos de negocios que le permitan llegar más audiencias y así aumentar su cobertura. Los medios impresos en América latina no han perdido su esencia, los diarios impresos siguen con una participación muy alta en el mercado. Por lo que permite crear varios modelos con los que aun pueden mantenerse en el medio. Por ser una población compuesta por diferentes culturas, que permite diversificar diferentes productos para responder a las necesidades de informarse.

La rentabilidad de la empresa periodística determina el monto que puede invertirse en la captación de noticias, en las tecnologías de producción y distribución y en el nivel de ingresos del personal. Las empresas periodísticas de América latina como a nivel mundial cruzan por una transición. La era digital que hoy en día nos encontramos, ha transformado el hábito del consumidor y consecuencia el consumo de los diarios impresos ha disminuido lo que a su defecto los ingresos por medio de la publicidad han decrecido. Por lo que los incita a buscar nuevas estrategias para poder seguir en el mercado.

Uno de los sucesos que también afecta a la industria del periodismo es la crisis publicitaria. Así que los obliga a ver otros recursos para subsistir en el medio. Las empresas periodísticas aunque tienen su diario tradicional también han creado diarios populares para llegar a otras audiencias los que les ha permitido crecer en el mercado. Pero por otra parte tienen dificultades ya que por el contenido que llevan, las agencias no quieren pautar.

Los diarios tradicionales aun son un producto fuerte en este medio, aunque estemos en la era de la tecnología aun los leen. Hoy en día las redes sociales permiten que la población esté informada de los sucesos antes de que se impriman el medio impreso. Lo que ha obligado también a ellos estar a la par. Los ingresos de las empresas periodísticas dependen de la circulación de cada diario, lo que permite determinar la tendencia y la participación que tiene su diario en el mercado.

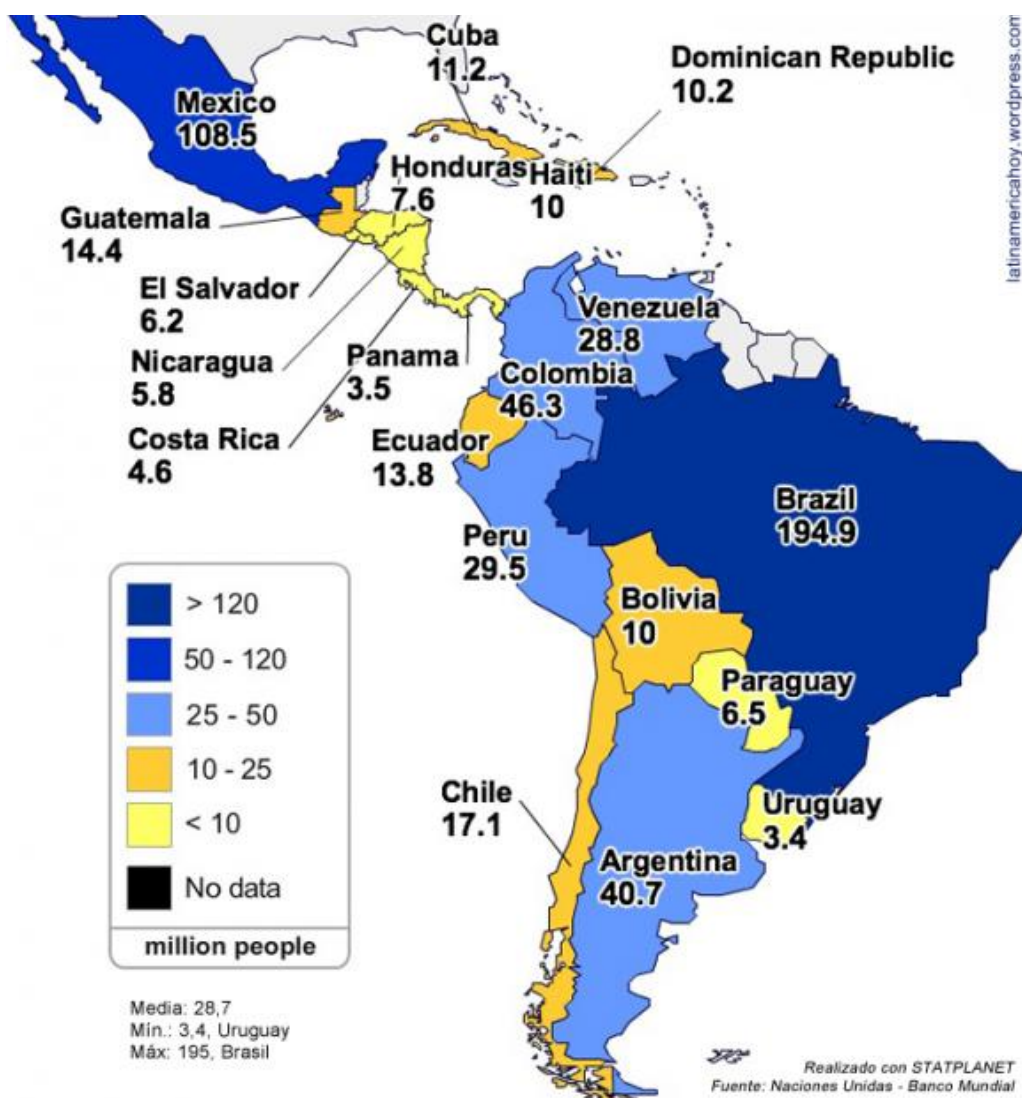
Las nuevas tecnologías nos obligan a hacer cosas diferentes, a crear nuevos modelos de negocio de la industria del periodismo en América Latina, no solo se ha visto en el desarrollo de la prensa digital. La población de los países en América latina la mayoría es de bajos recursos y para poder llegar a más audiencias, se han creado y han fortalecido los diarios populares, amarillistas con contenidos fuertes que llamen más la atención de lector. También se han creado los diarios gratuitos que sus ingresos solamente son las publicidades de los anunciantes. Permitiendo mantenerse en el mercado de esta industria.

Hoy en día nos encontramos en un mundo de cambios, los hábitos de las personas a nivel global han cambiado debido a la era de tecnología que nos encontramos. Las noticias y la información ya llega de una forma mas rápida, lo que complica un poco a los diarios impresos.

Los países de latino América, su población está compuesta por diferentes culturas, los niveles socioeconómicos es muy marcado. Lo que los diarios han tenido la oportunidad de diversificar diferentes tipos de diarios con diferentes contenidos para poder abarcar a más audiencias.

La cantidad de variedades de diarios en este entorno, es debido las diferentes lectores que encontramos en el mercado, lo que permite que el tiraje aumente, por lo que las empresas periodísticas han incluido en su cartera de productos, diarios tradicionales, diarios gratuitos, diarios populares, suplementos infantiles.

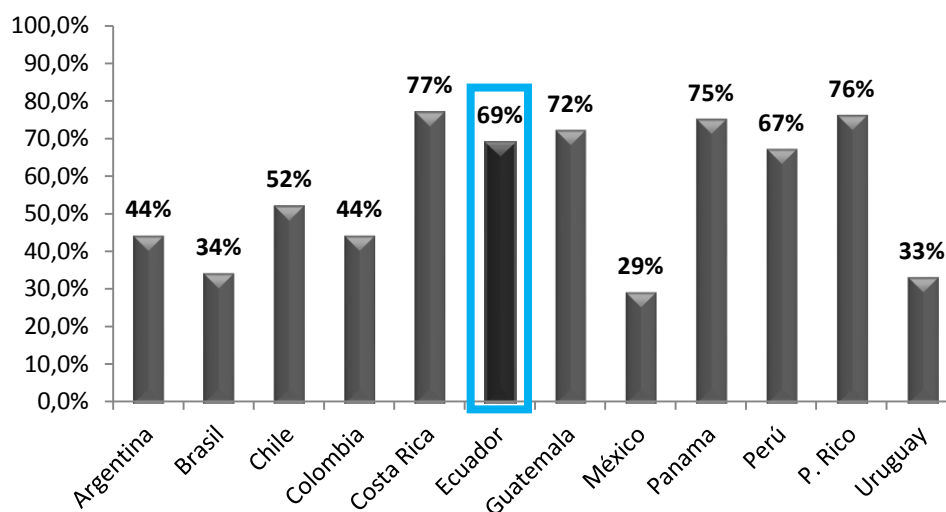
**Grafico 1: Población de Países latinoamericanos 2011 (millones de personas)**



Fuente: Banco Mundial, naciones unidas, Indicadores del desarrollo mundial (2011)

Como nos indica el Banco Mundial, los países de América latina con mayor población, están considerado el Brasil con 194 millones, siguiéndole México con 108 millones, y de manera decreciente los restantes países, como demuestra el grafico #1., donde se determina el tamaño de mercado donde está expuesto la prensa escrita de cada país.

**Grafico 2: Penetración de Diarios impresos en América latina. 2011**



FI: IBOPE (Instituto Brasileiro de opinión pública y estadística), 2011

Como vemos en la grafica #2, la penetración del medio impreso en el año 2011 en los países de América latina, aun son muy altos. Ya que aun este medio es muy fuerte en el mercado. Es por esto aun tienen como subsistir en cada país.

La penetración por países en América latina, referente al medio impreso se clasifica de la siguiente manera: en Paraguay, Puerto Rico, presentan los porcentajes más alto de penetración entre el 85.0% y 81.0% proporcionalmente, mientras que en nivel intermedio se encuentra Costa Rica, Guatemala, Perú y Ecuador, con porcentajes que van de 76.0% al 68.0% respectivamente. Mientras que países como Argentina, Brasil, Chile entre otros, tiene poca penetración de medios impresos.

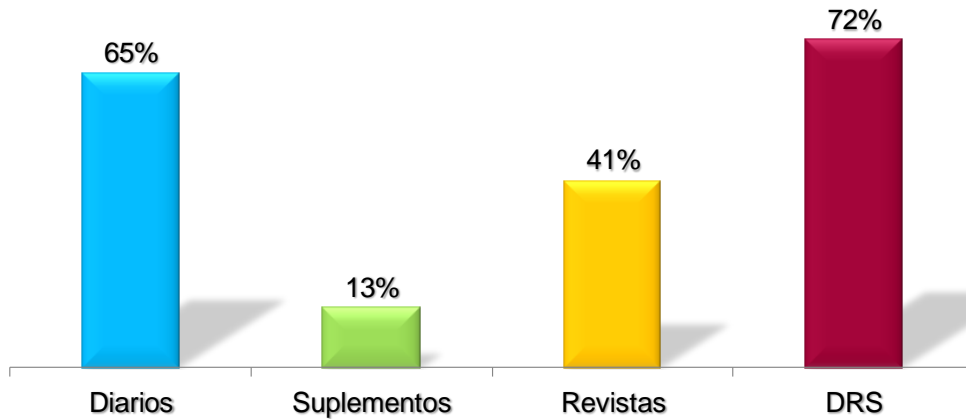
Lo que nos demuestra que la penetración de la prensa escrita en países subdesarrollados sigue aumentando debido a que existen nuevos lugares que al momento la difusión de la prensa escrita recién está llegando. En los casos de los países más desarrollados como Brasil y Argentina se denotan un menor porcentaje en el mercado es debido que la difusión de la prensa escrita está llegando a un límite.

### **1.1.1. Cobertura y rentabilidad de la prensa escrita en Ecuador**

El mercado de la industria periodística en el Ecuador, como a nivel mundial, ha tenido una caída que ha hecho que las empresas periodísticas tome medidas de previsión implementación de estrategias para que puedan mantenerse en el mercado. Ecuador cuenta con una gama de diarios que ha permitido abarcar audiencias de todo tipo de clase social. Siendo un país que el porcentaje mayor de su población es de la clase baja desde el punto de vista económico, los diarios más fuertes son los populares – amarillistas, y le sigue los diarios tradicionales.

En cuanto a la cobertura de la prensa escrita en Ecuador, la empresa **Kantar media Research** (03/2011), expresa en el estudio se realiza en ciudades principales Guayaquil y Quito, que la ola de información esta determinada en los resultados que se presentan a continuación.

**Gráfico 3: Cobertura de Medios impresos (Guayaquil y Quito) 2012**

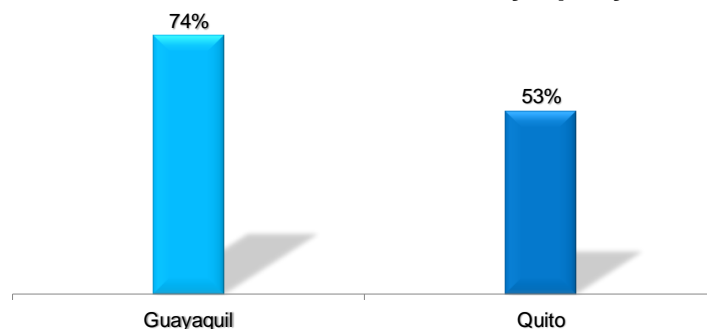


Fuente: Estudio de Lectoría KMR (kantar media Research) Ecuador, Base 23  
Periodo Febrero11-Marzo12

El gráfico 3, determina que la cobertura total de los medios impresos (Diarios, Suplementos, Revistas) en ambas ciudades, es de 72%, los Diarios superan a los otros medios impresos, debido a que la periodicidad de distribución es diferente. Si bien es cierto los suplementos vienen junto a los diarios, algunos tienen periodicidad desigual puede ser diaria, semanal, quincenal. Los Diarios impresos tradicionales tienen mayor peso en el medio, por su estructura, por la forma se distribuyen para llegar a su objetivo que es el lector/a.

En cuanto a la cobertura de los Diarios a nivel de ciudades importantes como Guayaquil y Quito, observamos en el siguiente gráfico que:

**Gráfico 4: Cobertura de Diarios en Guayaquil y Quito, 2012**



Fuente: Estudio de Lectoría KMR (kantar media Research) Guayaquil/Quito-Ecuador, Base 23  
periodo Febrero11-Marzo12

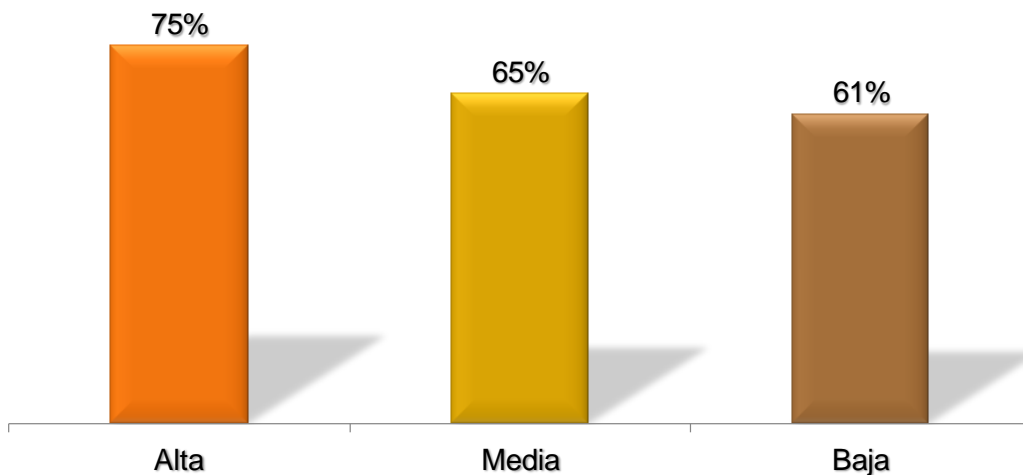
El gráfico 4, nos indica la cobertura que tienen los diarios en estas ciudades, podemos observar que Guayaquil tiene mayor cobertura con 74% y Quito 53%. Esta diferencia posiblemente se da, porque la mayoría



de las empresas periodísticas y la circulación periodística se encuentran en Guayaquil, por ser la más poblada.

El poco porcentaje de cobertura de lectores en la capital, probablemente se debe al mayor insumo del servicio de internet, que en los actuales momentos, es utilizado por los diversos estratos sociales, con mayor facilidad.

**Grafico 5: Cobertura de Diarios en Niveles socioeconómicos (Guayaquil y Quito) 2012.**

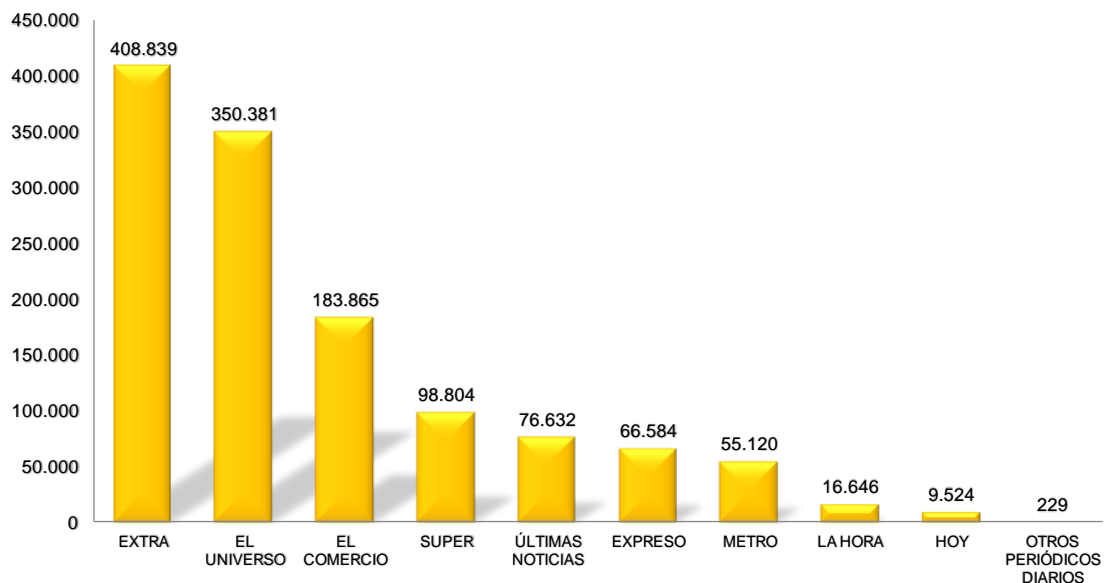


Fuente: Estudio de Lectoría KMR (kantar media Research) Ecuador, Base 23 periodo Febrero11-Marzo12

En este grafico observamos cómo están distribuidos los diarios en poblaciones de diferentes niveles socioeconómicos de las dos ciudades más pobladas del Ecuador, Guayaquil y Quito, con mayor cobertura del 75% en el nivel Alto. Lo que muestra que éste segmento de población presenta mayor afinidad hacia la lectura de diarios o tiene posibilidades de adquisición de los mismos.

Si bien es cierto la cobertura de la prensa escrita en los niveles socioeconómicos medios y bajos no son tan altos en comparación de la cobertura con el nivel socioeconómico alto, la demanda de los diarios dirigidos al segmento medio y alto están en aumento. Ya que los estudios demuestran que el mercado de la sociedad con mayor potencial de difusión y expansión son los mercados de menor estrato social. Esto hace que los diarios de la prensa escrita dirijan sus estrategias de cobertura hacia estos segmentos de mercado.

**Grafico 6: Ranking total de Diarios más leídos en Guayaquil y Quito (Lectores en miles) – Año 2012**



Fuente: Estudio de Lectoría KMR (kantar media Research) Ecuador, Base 23 periodo Febrero11-Marzo12

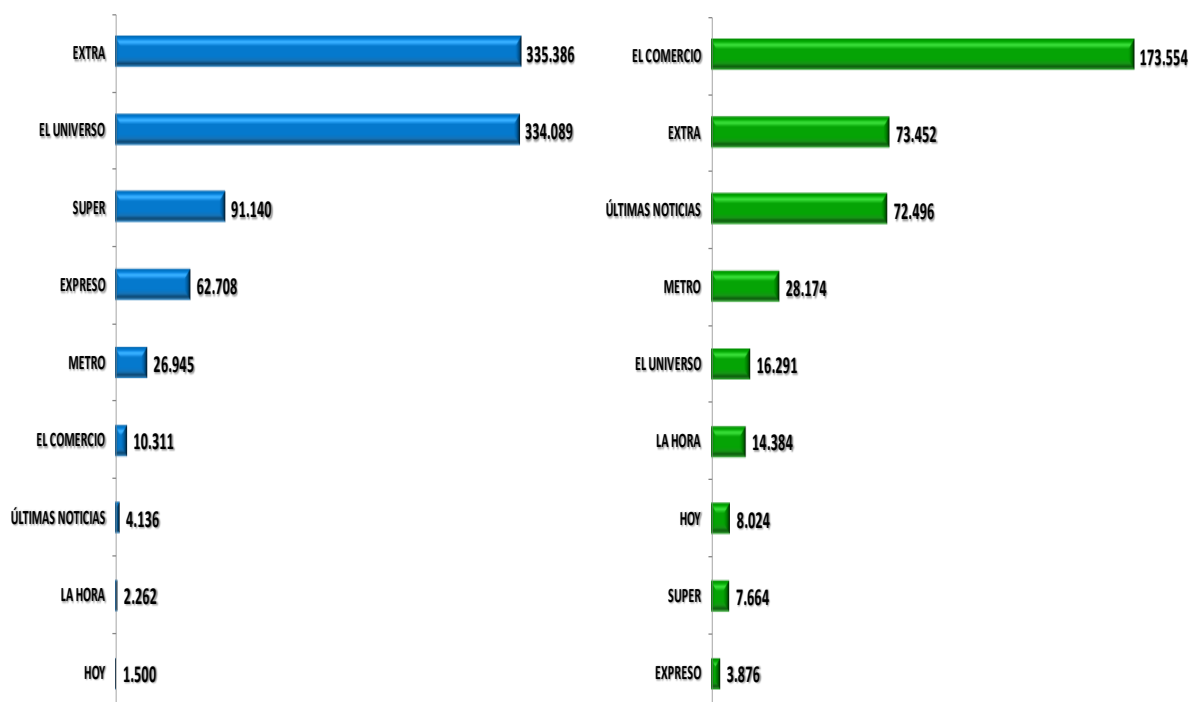
En la Grafica 6, nos indica el ranking de los diarios más leídos en las ciudades principales del país (Guayaquil y Quito) donde claramente se ve que el diario Extra es el diario más leído, posiblemente debido a que el mayor porcentaje de la población del país es de estrato socioeconómico bajo, quienes, les agrada las noticias sensacionalista. Luego sigue los diarios tradicionales, que son El Universo y el Comercio.

La prensa escrita ecuatoriana como en los otros países de Latinoamérica, cuenta con una diversidad de diarios que buscan llegar a diferentes targets y poder abarcar a todos los mercados. Como podemos ver en el Grafico 6, en el Ecuador el tipo de diario que tiene mayor acogida es la prensa amarillista-populista; de igual forma este tipo de diario es el que tiene mayor acogida en países latino americanos, debido a la misma cultura.

En el Ecuador, los diarios más importantes e influyentes, son El Universo en la Costa y El Comercio en la sierra; El Universo y el Comercio con el fin de abarcar los diferentes segmentos de mercado, establecieron una estrategia para llegar a diferentes estratos; por lo que cuentan con una multiplicidad de diarios desde el tradicional, popular y gratuito.

Es así que el diario El Universo como una estrategia competitiva empleada edita otros diarios como El Súper, Sambo, Viva Samborondón y Viva Guayaquil. De igual forma El comercio edita Últimas Noticias, en un horario vespertino.

**Grafico #7. Ranking de Diarios más leídos en Guayaquil (Azul) y Quito (Verde), (Lectores en miles) – Año 2011**



Fuente: Estudio de Lectoría KMR (kantar media Research) Ecuador, Base 23  
Periodo Febrero11-Marzo12

Observando en la grafica, se puede comparar que el comportamiento de ambas ciudadenses diferente, en Guayaquil lidera el periódico El Extra con 335.386 lectores y el universo con 334.089 lectores, en cambio en Quito lidera El comercio con 173.554 lectores, y los demás diarios están por debajo de los 100.000 lectores. Por lo que se puede concluir que en el país, de acuerdo a las regiones, la población tiene diferentes hábitos y gustos al momento de seleccionar los diarios para la lectura..

La prensa escrita en el Ecuador también cruza por la crisis de los diarios impresos, suceso que ocurre en la mayoría de los países en el mundo, no solo es la fuerte penetración de internet, sino también la crisis publicitaria y económica que pasamos en todo en el mundo. Por lo que se han creado modelos de negocios en este mercado para poder mantenerse.

## **B. Internet como prensa digital**

### **3.2.8. Internet y su influencia a nivel mundial**

Referente al internet, como medio de difusión de información, por diversos medios como redes sociales, blogs, entre otros, ha traído consigo un sinnúmero de retos en los ámbitos científico, tecnológico y humano, que

definirán de manera radical los parámetros sobre los cuales crecerán y se formaran las sociedades del futuro.

El uso y desarrollo de internet, también ha permitido que se desenvuelva la brecha digital, en la que se puede observar de manera clara las diferencias entre los países desarrollados y los no desarrollados. Esta brecha digital ha sido medida mediante la determinación de variables sociales, económicos, tecnológicas, culturales, políticas y de infraestructura de telecomunicaciones e informática que han definido el nivel de exclusión científico-tecnológica de todos los países alrededor del mundo.

En cuanto al mercado de la prensa escrita, el internet esta ganando cada día mayor campo de actuación en el área de la difusión de la información, acortando tiempos y distancias, comunicando e interrelacionando grupos humanos con diversos intereses, y dado la migración permanente en todas las latitudes, las personas necesitan estar comunicados a través de la prensa digital con los suyos.

Al respecto, de la prensa escrita en relación al internet, se pronuncian varios autores referentes al futuro y formas de mantenerse en el medio, como expresa **Leonard WITT, (2005) [versión electrónica]** que:

**Hoy en día, la tecnología está transformando a los ciudadanos de consumidores pasivos de noticias producidas por profesionales a participantes activos que pueden componer su propio periodismo a partir de elementos dispares. A medida que los ciudadanos utilicen Google para buscar información, se alimentan de una infinita variedad de soportes, leen bitácoras (blogs) o las escriben, se convierten en sus propios editores, investigadores, e incluso corresponsales. (Pág. 2)**

Gracias a la facilidad de la evolución de la tecnología, la sociedad ha cambiado sus hábitos y uno de ello, es el de lectura de medios impresos, por la lectura digital, pues, tienen más opciones para poder llegar a la información. También da ímpetu a la iniciativa de expresarse y conocer información de manera libre sin ataduras, que en ocasiones sucede con la prensa escrita, pues permite intercomunicarse con mayor facilidad, caso Twitter que es empleada por la televisión para que la comunidad participe y se exprese en vivo.

La creación de blogs, páginas webs y redes sociales, permite a que la sociedad también se involucre en la producción y distribución de las noticias. Lo que a su efecto provoca que los diarios tradicionales no tengan la misma penetración en el mercado que antes.

### 3.2.9. Penetración de internet en la sociedad a nivel mundial

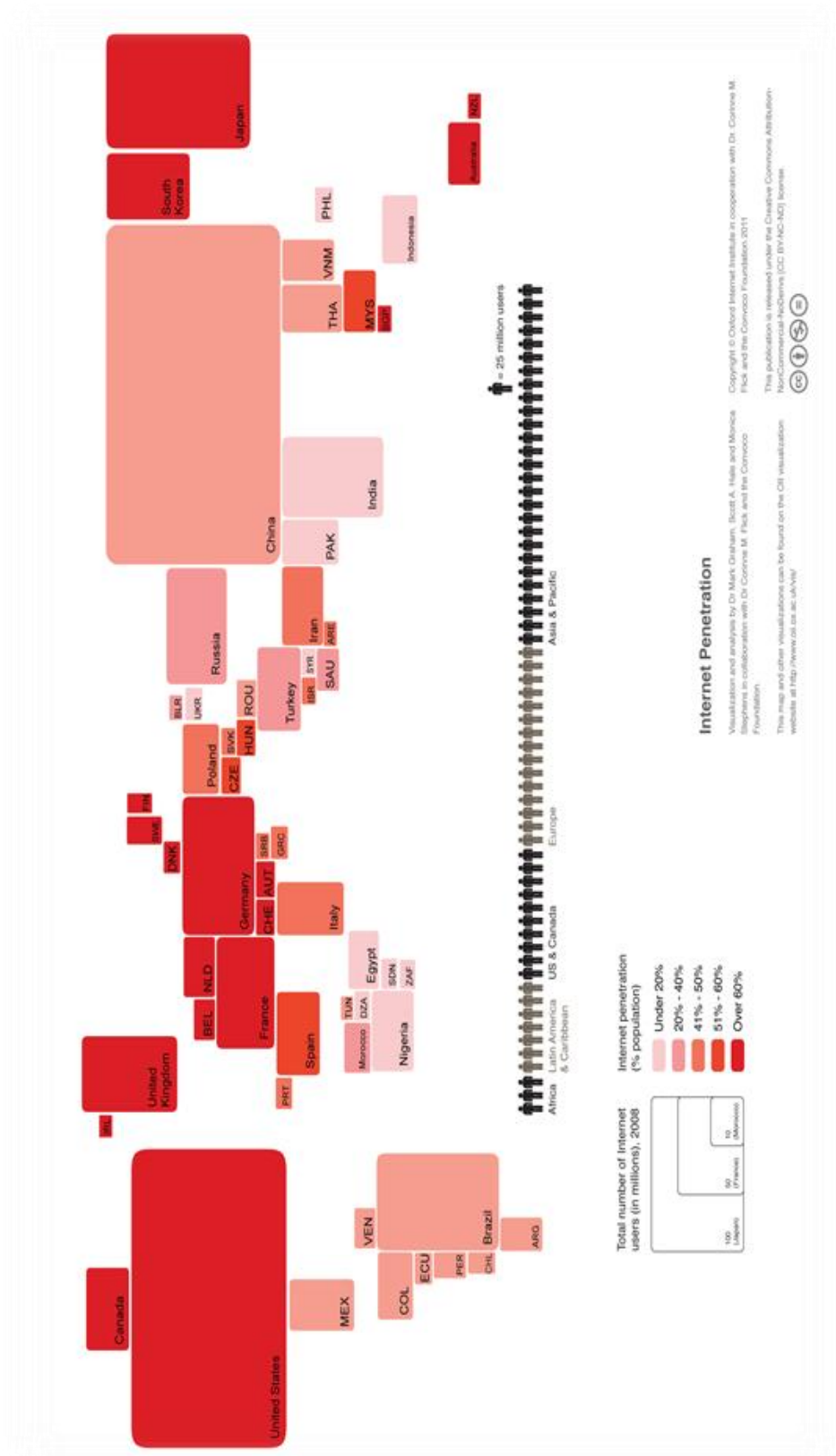
El desarrollo del internet en el mundo, ha permitido que la sociedad este mas informada e involucrada en las situaciones que transcurren en las diversas latitudes. Así mismo nos encontramos con una sociedad de fuertes y acelerados cambios, donde sus hábitos ya no son los mismos, de igual manera, se ha vuelto una sociedad más selectiva. El internet permitió al mercado crear una diversificación extensa de productos y servicios de diversas características donde podemos encontrar un sinnúmero de cosas con relativa facilidad, aunque también existe el peligro en ocasiones de salir perjudicado.

Siendo este medio de difusión, una red de comunicaciones de cobertura mundial, que posibilita intercambiar información a ordenadores situados en diferentes partes del mundo. Tiene un impacto profundo en el universo laboral, ocio y el incremento del conocimiento, por medio de esta, millones de personas pueden tener acceso fácil e inmediato a una cantidad extensa y diversa información en línea.

Su desarrollo ha impactado e incrementado en los países más ricos ya que su poder adquisitivo es más fuerte que los países de tercer mundo. No obstante estos países también se han desarrollado y hoy en día el internet es una herramienta básica y fundamental para hogares y empresas.

Como expresa el Sr. GURREA, de la UNIVERSIDAD de ZARAGOZA(2006), [versión electrónica]: **El continuo desarrollo de Internet y la creciente generalización de su uso en el ámbito empresarial suponen cambios notables en la forma y frecuencia con la que se establecen las relaciones entre dos partes fundamentales de cualquier negocio: empresa y sus clientes. (pág. 48)** El auge que ha tenido el internet en la sociedad donde su desarrollo ha ido creciendo, gracias a la facilidad que da a muchos usuarios ya que se formo una herramienta de trabajo, estudio. El internet se volvió un parte de la vida cotidiana de todos. En el siguiente grafico describe la penetración del internet en diferentes continentes.

## Grafico # 8. Penetración de internet a Nivel Mundial. 2011



f. Graham, M., Hale, S. A. and Stephens, M. (2011) Geographies of the World's Knowledge. London, Convoco Edition.

El uso del internet en las diferentes regiones del mundo aumenta cada vez más, como nos muestra la Grafica # 8 observamos que Norte América y la mayor parte de Europa y Oceanía/Australia ocupan más del 60% y los países que siguen e desarrollo en comparación a nivel mundial ocupan el 20%. Se puede sacar conclusión que el internet se volvió fundamental en la sociedad ya con ello los mantiene no solamente conectado sino facilita obtener cualquier producto o servicio que lo requieran.

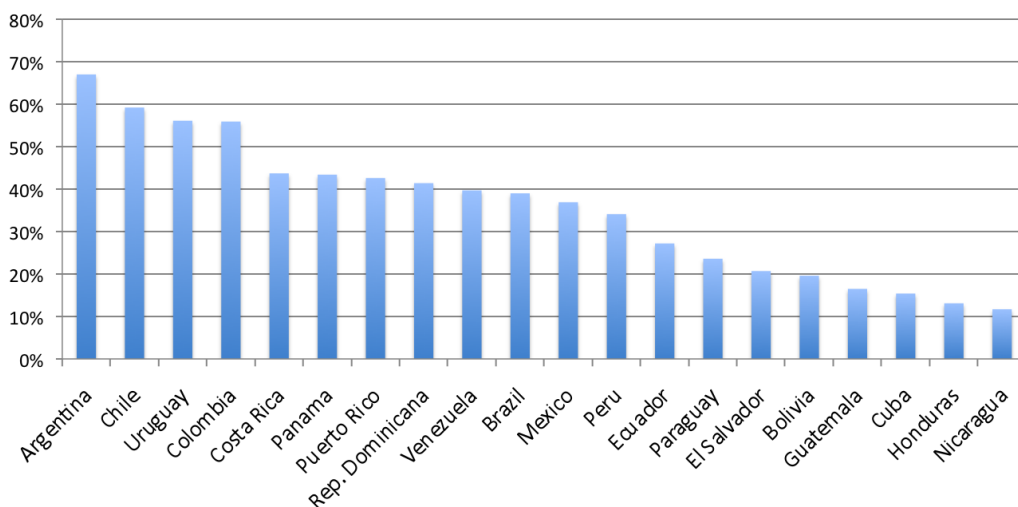
Muchos ven al internet como un problema por el cambio de habito del consumidor, que afectado algunos medios y empresas. Por lo que ha incitado a incursionar por este medio. El comercio creció en este medio, los medios de comunicación así mismo crearon sus portales web, debido al auge que ha tenido el uso del internet. Así mismo están la creación de redes sociales, the blogs, donde permite tener a sociedad estar conectada y globalizada. No solo permite estar conectada sino informada de los sucesos que pasan en el tiempo real.

Internet se convirtió en una herramienta fundamental en la vida cotidiana de la sociedad. Globalizo la información y permite que la sociedad este conectada en diferente parte del mundo. El desarrollo del internet creció e innovo nuevos mercados, satisfago la necesidad de millones de personas al poder acceder y resolver sus cosas con tan solo un clic.

### 3.2.10. Penetración de internet en Latino América

El empleo del Internet en América latina, ha contribuido con rápidas e importantes transformaciones en el comercio, economía y sociedad. Ha aportado; en sus canales de distribución de bienes y servicios, en la difusión de información y colocando a la región en condiciones favorables para la internacionalización e integración con el resto del mundo.

**Grafico # 9. Penetración de Internet en América Latina a Principios de 2012**



FI: Latin America Hoy / Internet Word stats

La penetración de internet en América latina como lo demuestra la Grafica #8, nos indica, que son proporcionales los países que tienen menos penetración en Bolivia, Guatemala, Cuba, honduras Y Nicaragua. Podemos decir que el internet en América latina esta creciendo fuertemente por lo que en ciertas áreas complica a los medios. Los países de Latinoamérica son considerados los países pobres lo que se da anotar en la grafica que la era de la tecnología a llegados a todos, lo que provoco los cambios de habito del lector. La creación del internet permitió a mundo a estar conectados, e informados a la vez. Se crearon redes sociales donde todos pueden acotar las situaciones que se viven en cada país o a nivel mundial.

El uso del internet en Latinoamérica, se ha incrementado en estos últimos tiempos, lo que ha permitido no solo estar globalizados, fomento el crecimiento del comercio entre diferentes personas en el mundo. Así mismo permite que la sociedad este mas informada de los sucesos que pasan a nivel mundial. Así mismo dio facilidad para obtener la información, satisfacer alguna necesidad. Gracias al internet la comunicación y relación entre diferentes países a nivel mundial a permitido estar más conectados e informados por lo que sucede en cada uno de ellos.

### **3.2.11. Penetración de internet en Ecuador**

El internet incremento y tuvo su auge a partir de la migración que hubo de personas a otros países, y utilizaban el internet para poder estar en contacto a menudo y así fue aumentando el uso del internet en redes sociales. Las empresas, colegios utilizaban el internet como herramienta de trabajo y estudio. Este se volvió más fuerte en el mercado y ahora se volvió fundamental en las vidas de los ciudadanos.

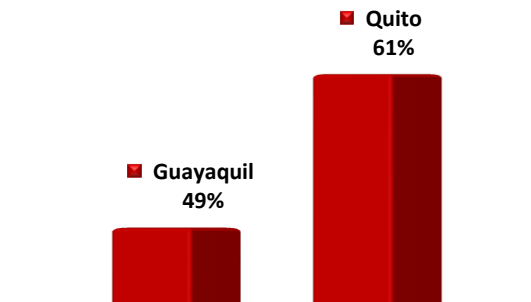
En el diario digital **EL CIUDADANO(2008)** nos indica, **El uso del internet se incrementó en el Ecuador del 25,7% en el 2008 a 29% en el 2010. Es decir creció 3.3 puntos. Estos datos fueron proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) como resultado de una encuesta realizada a 21.768 hogares a escala nacional, en diciembre del 2010. ( pág. 1)**, esto refleja que la sociedad ecuatoriana tiene acceso a internet más a menudo, no solamente por medio de ordenadores sino también por móviles, por lo que están informados minuto a minuto.

Debido a estas tendencias de uso de internet, los medios de comunicación ya sea televisión o impreso, han incurrido a la convergencia del internet, por lo que mantienen informados a la sociedad mediante redes sociales o portales web.



Según la empresa Ibope, una de las empresas prestigiadas en el área de opinión pública y estadística, en la siguiente grafica indica la penetración que tiene el internet en las ciudades principales del país.

**Gráfico #10: Penetración de internet en Guayaquil y Quito. 2011**



FI: IBOPE (Instituto Brasileiro de opinión pública y estadística), TGI, 2011

Como el grafico # 9 nos indica de forma general que la ciudad con mayor penetración de internet es Quito. De cierta manera se puede deducir que se deba a la menor población que existe en relación a Guayaquil, pero también podría ser producto de mayor número de cyber a disposición de la colectividad, es más alta que en Guayaquil por lo que consumo y uso de internet tiene más peso en esa ciudad. El internet en Ecuador, ha crecido en estos últimos tiempos, ya que no solamente se lo obtiene por un ordenador sino mediante un móvil, donde permite que todos estén conectados las 24 hrs del día.

El uso del internet en Ecuador, se ha convertido indispensable para muchas empresas y para el uso personal de la sociedad, no solamente están informados, sino que les permite satisfacer la necesidad que tengan ya que para obtener algún producto, o investigar alguna información que se requiera. Hoy en día la información se realiza y se procesa con mayor rapidez y facilidad, gracias a las redes sociales, en la cual la sociedad a su vez tienen la libertad de poder expresar sus opiniones.

### **3.2.12. Internet y los medios impresos**

El desarrollo de Internet en los últimos años, está suponiendo rápidas e importantes transformaciones en los canales de distribución de bienes y servicios. Este hecho está provocando modificaciones en los procesos de gestión y aprovechamiento de las nuevas posibilidades que presentan los canales digitales. Del mismo modo, el continuo desarrollo de Internet y la creciente generalización de su uso en el ámbito empresarial están suponiendo cambios notables en la forma y frecuencia con la que se

establecen las relaciones entre las dos partes fundamentales de cualquier negocio.

Las comunicaciones a través del tiempo, han empleado diversas formas para su difusión, desde la palabra oral, hasta el desarrollo de los multimedia, lo que se ha incrementado con la evolución del internet; provocando cambios de hábitos de consumo en el lectoría en la población, situación, que indujo a los medios escritos para incursionar en internet; así, creando portales web, que permita ampliar su ámbito de difusión, permitiendo a la prensa escrita su subsistencia.

El auge del internet, ha influido de alguna manera que la prensa tradicional, vaya decreciendo, lo que les ha obligado a crear diferentes estrategias para seguir en el mercado.

La era tecnológica digital que se vive hoy en día, ha producido que los medios de comunicación y especialmente los medios impresos vivan una serie de inconvenientes. Debido al cambio de hábito que ha tenido la sociedad, gracias al fácil acceso a la información digital, y la creación de nuevas tecnologías como (the tablet Android), han hecho que la venta y la producción de los diarios impresos disminuya, provocando dificultades al mercado periodístico impreso.

La prensa por Internet, se la puede catalogar como una herramienta de expansión o también, como amenaza para la prensa escrita, ya que en la actualidad, la información es accesible desde cualquier lugar, con las conexiones inalámbricas para acceder a internet, como teléfonos móviles, agendas electrónicas, ordenadores portátiles dándole facilidades de estar informados en tiempo real, por lo que permite una difusión masiva.

El internet, permitió a la prensa escrita tradicional crea nuevos canales para difundir la información a diferentes partes del mundo. Así mismo, creo cambios de hábito en la sociedad, provocando la disminución de los lectores de medios impresos, permitiendo la interactividad de la sociedad con la información logrando que estos se encuentren más involucrados en los acontecimientos, fomentando a la sociedad a dar su opinión. El internet sirvió como herramienta para la creación de los blogs, que son páginas web donde la persona pueda escribir cualquier tema que desee y debatirlo con la persona que le interesa.

La expansión de la información en el internet es sumamente veloz, lo que facilita a la sociedad obtener información en tiempo real; situación que se ha convertido en uno de los inconvenientes para la prensa tradicional. La prensa escrita, provee información que esta ordenada en función a una periodicidad (diarios, semanal, mensual, etc.). El diario tradicional, publicado desde la mañana va perdiendo su interés informativo a medida que pasa el día; a diferencia con el internet, que es un medio fluido y en

continua actualización, no hay límites ni plazos temporales, lo que permite tener a la sociedad informada minuto a minuto.

La información en el medio impreso tradicional en la sociedad es básica, sin duda igual en el ámbito virtual, la información difundida por parte de ellos da una clara visión de los eventos ocurridos en el medio, ya sean políticos, económicos y culturales. Por lo cual el internet se ha convertido en una herramienta que permite llegar a nuevos mercados con mayor facilidad. Así mismo, muchas de las empresas periodísticas ven al internet como una amenaza, ya que facilita y da con mayor rapidez la información.

Debido a la era digital que vivimos, la sociedad está muy entendiada con todo lo que se relacione a la tecnología y el desempeño de la red de redes (internet). Permite que la interacción de la sociedad a nivel mundial pueda hacerse con mayor rapidez. El pensamiento de estas empresas es que debido a esa facilidad y comodidad que brinda el internet, la prensa tradicional en el futuro será sustituida por la prensa digital.

La evolución de los medios en la red ha incentivado a la creación de redes sociales y blogs (bitácoras), donde la sociedad tiene la libertad de poder expresar su perspectiva de los sucesos que pasan a nivel mundial, donde pueden debatir e informar a otras audiencias. Estos lugares en la web son cada vez más visitados, uno de los que está en su auge es el Twitter, es una red social que permite estar informado y ser un vocero más de los acontecimientos ya sean nacional e internacional, cultural, político y social.

En Ecuador, las empresas periodísticas no ven a la prensa tradicional sustituida con la prensa digital, debido a que, aun la penetración de los diarios impresos es muy fuerte en el mercado. Los Diarios impresos en el país han trabajado en conjunto a las oportunidades que brinda el internet, siguen siendo los voceros de noticias que ahora cuentan con otras audiencias que son los cibernautas.

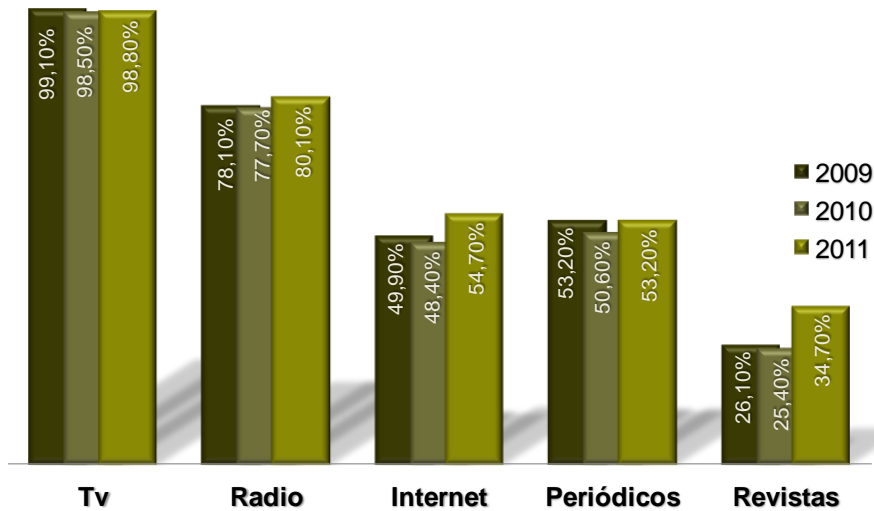
Las empresas periodísticas como toda empresa deben estar actualizándose para poder tener mejor desempeño empresarial y poder cumplir determinadas necesidades que se presentan en cuanto a los gustos del consumidor ya que los hábitos de la sociedad esta en un cambio constante.

### **3.5. Penetración de medios de comunicación en el Ecuador**

El sector industrial de la prensa escrita en Ecuador, tuvo su década de oro, era el monopolio de la información solo existían algunos diarios que hoy en día son los líderes del mercado; diarios que por su credibilidad y posicionamiento entro a los hogares de todos los ecuatorianos. Hoy en día, el mercado de los medios de comunicación se ha diversificado, por lo que tenemos Tv, Radio, Diario, Revista e Internet, medios que también

cumplen la función de informar a la población de los acontecimientos actuales.

**Grafico #11. Penetración de Medios Ecuador 2011**



FI: IBOPE (Instituto Brasileiro de opinión pública y estadística), TGI, 2011

El Grafico #10, nos permite visualizar que el internet está incrementando cada vez más en el mercado ecuatoriano con una penetración de 54,70%, este estudio se hace en Guayaquil y Quito, las principales ciudades del país; se observa también que los otros medios aun se mantienen en su promedio, sigue liderando la TV y Radios dejando en tercer lugar a la prensa escrita.

El mercado de los medios impresos se encuentra en una etapa de transición, el impacto de la tecnología ha dado un cambio a las necesidades de los lectores. Los lectores de la prensa escrita se volvieron sus propios autores, adquiriendo el internet como medio para ser autores de noticias que concurren día a día; el lector además de consumidor se volvió proveedor de la información; ya que con ellos la prensa escrita se apoya para obtener información que no tiene a su alcance y poder difundir a la población.

### **3.2.14. Factores que influyen en la competitividad de un medio impreso.**

En cuanto a los factores que influyen en la competitividad del medio impreso, es necesario identificar cada uno de ellos, para entender como actúan en la empresa y cual es su comportamiento con la colectividad.

Estos factores permiten a las empresas periodísticas a ver el escenario en el que se encuentran y que estrategias implementar antes la influencia de uno de estos factores, permitiéndoles subsistir en el medio.

**Diagrama #2. Factores que influyen en la competitividad de un medio impreso.2012**



FT: Elaborado por la Autora, abril 2012

La competitividad de toda empresa se mide primero en el desenvolvimiento de su entorno que tan influyente puede lograr ser en su crecimiento. Por lo que son claves los siguientes factores, El desarrollo económico del país, como está estructurada la industria periodística, su demografía, y la relación con el gobierno de turno, comportamiento de consumidores y la penetración de nuevas tecnologías.

Para el desarrollo de toda empresa, es básico observar su entorno, uno de los factores que más influyen e importante, es el desarrollo económico, ya que este factor determina el equilibrio entre lo social, económico y político. Por ende el progreso y crecimiento en la sociedad de una

empresa. Este factor, nos permite reconocer que tan atractivo o riesgoso es para la empresa invertir, competir en el mercado y que resultados favorables para traer a la empresa.

El desarrollo económico general de Ecuador para el año 2011, logró ser próspero, ya que fue reconocido a nivel internacional, tuvo un crecimiento continuo de 8,9% vs a los países de su región, su reducción de pobreza fue clasificada por primera vez como alto/medio por el índice de Desarrollo Humano del programa de la Naciones Unidas (IDH) y el índice de desempleo disminuyó de 7,4% del 2010 a 5,5% del 2011, incremento de las exportaciones, así como recuperar la producción del petróleo.

Estos resultados nos permitieron obtener una mejor imagen del país, y según la información obtenida, Ecuador ha crecido y desarrollado exitosamente en comparación de los gobiernos anteriores. Lo que hace más atractivo al sector empresarial.

La estructura de la industria periodística se basa en el desarrollo del mercado, como está conformada y sus puntos principales son las situaciones financieras de los principales diarios, el equilibrio entre la inversión publicitaria y sus ventas de tiraje, y como se las distribuye, son puntos importantes para poder describir la estructura de una industria que ha logrado mantenerse en los todos estos años como el principal vocero de información de sucesos políticos, sociales y culturales del país.

La situación financiera de los diarios impresos a nivel mundial está sufriendo diferentes adversidades que ha provocado una crisis en las grandes empresas periodísticas. En Ecuador aun no encontramos ese contratiempo con los principales periódicos del país, por lo que les da una ventaja trabajar contra esa crisis que se está viviendo a nivel mundial.

Pese a la crisis publicitaria y la penetración de internet que se tiene hoy en día, la prensa escrita se ha mantenido, la venta de su tiraje y su distribución han hecho que la prensa escrita tenga fuerza fundamental en el mercado. Permitiendo a que su desarrollo en el mercado se mantenga y sea más consolidada.

La estructura de distribución de los diarios impresos es una información confidencial para las empresas periodísticas, la distribución masiva a nivel nacional permite obtener mayor cobertura, y comienza desde la venta de los canillitas hasta la entrega de diarios en el sector empresarial y urbano.

También obtenemos la difusión por forma digital permitiendo alcanzar a diferentes targets. Para esta difusión debe ser puntual y no extenso por redes sociales y portales web.

### **3.2.15. Modelos de empresas periodísticas tradicionales versus prensa digital**

Las empresas de medios impresos llevan años siendo los principales informantes de sucesos a nivel político, económico, deportivo y social, entre otros. Su larga trayectoria en el medio ha permitido consolidar su imagen como uno de los medios más influyentes en la sociedad, posicionándolo como una fuente de credibilidad y asertividad en una nación. Su estructura de administración y desempeño son influenciadas dependiendo de los factores que en su tiempo afectaban, debido a esto podemos notar las estrategias competitivas que las empresas periodísticas implementaban para el desarrollo de la misma.

Según expresa **Manuel ALMEIDA, 2008 [versión electrónica]:**

**El modelo empresarial de la prensa es una reliquia de la era del monopolio de la información: la escasa visión de futuro y el culto a la rentabilidad inmediata provocan que las empresas periodísticas no elaboren estrategias de inversión o reinversión a medio y largo plazo. “Internet no provoca beneficios y, por tanto, no vamos a invertir más allá de lo indispensable en ella (pág. 1)**

El internet proporciona a los diarios tradicionales diferentes actividades donde pueden desenvolverse por ese medio, como canal de difusión de información, como medio adicional para la publicidad. Por medio del internet los medios impresos o cualquier medio o empresa que está en el mundo virtual tienen la oportunidad de hacerse conocer en cualquier parte del mundo. Es por ello que es importante el diseño y la calidad de información que se brinda a la sociedad, para poder diferenciarse de los demás.

En el ámbito comercial de los diarios impresos tradicionales como cualquier empresa es dar un buen servicio, con respecto al diario impreso es tener un contenido que se diferencie de los demás, que atraiga más al lector, a su vez satisface las necesidades de los que publican en sus diarios, ya que la empresa periodística tiene como ingresos, la publicidad y la venta de sus ejemplares. En la actualidad también se suma la publicidad digital que se anuncia en los portales web de cada uno de ellos.

Hoy en día, los diarios impresos, la publicidad impresa y digital, están atravesando por diferentes crisis en cada sector, los gestores han empleado diferentes modelos de negocios para levantarse de la crisis por la que atraviesan. Por lo que queda demostrado que no es viable cien por ciento para todo tipo de diario, la forma de haber llevado a cabo ha sido

de forma intuitiva siguiendo la estrategia de error a prueba, la estrategia implementada para la obtención de ingresos, es la publicidad on-line, el pago de contenidos para obtener la información dada por medio de la pagina web y el comercio electrónico.

Estos diferentes modelos han concedido probar a diferentes tipos de diarios a nivel internacional poder obtener otro tipo de ingresos aparte de la venta de ejemplares. La participación de ellos como ejemplo permite analizar a otros diarios. Y ver lo conveniente y lo necesario para poder emplear y salir de las diferentes crisis que se presentan.

En el mercado encontramos una diversidad de diarios tradicionales y digitales por lo que es esencial que apliquen una estrategia de diferenciación y poder sobresalir en el mercado.

### **3.2.16. Factores claves para el éxito de una prensa escrita**

Como sabemos hoy en día los medios de comunicación están en tiempo de transición por la emigración de los medios a la nueva era de la tecnología. Actualmente los medios impresos tienden a una crisis por motivo de los nuevos accesos de información provocando disminución de circulación de ejemplares e incitando que las pautas publicitarias se inclinen a otros medio de información.

A nivel mundial se observa que las empresas periodísticas mas grandes en el mundo tuvieron un fuerte contratiempo en esta transición, creando nuevas estrategias para poder subsistir al cambio. Esto permitió a las medianas y pequeñas empresas periodísticas a tener modelos de negocio para tomar las precauciones preventivas ante este cambio.

Una de las amenazas para las empresas periodísticas muy aparte por la emigración a los medios digitales, también es por su relación con el gobierno vigente, la situación del país y por el cambio de habito de lector. la participación de nuevos accesos de información y las nuevas tecnologías a influenciado en el habito del consumidor, ya sea por lectura o por obtener algún producto o servicio. Este les permite a los consumidores tener mayor facilidad, comodidad al obtener su producto y satisfaciendo al consumidor teniendo un servicio personalizado.

El cambio del hábito de los lectores, que son mas influenciados por la era digital como los son los adolescentes, ha provocado que el consumo de diarios impresos de ese target disminuya. Así mismo influenció que la sociedad que es receptora de información, también sea emisora, permitiendo participación en informar en tiempo real.

La participación de la prensa escrita es fundamental en la sociedad, es el medio informativo tradicional y principal dentro de una nación. Es por ello que la reinención del medio impreso es esencial. Las nuevas

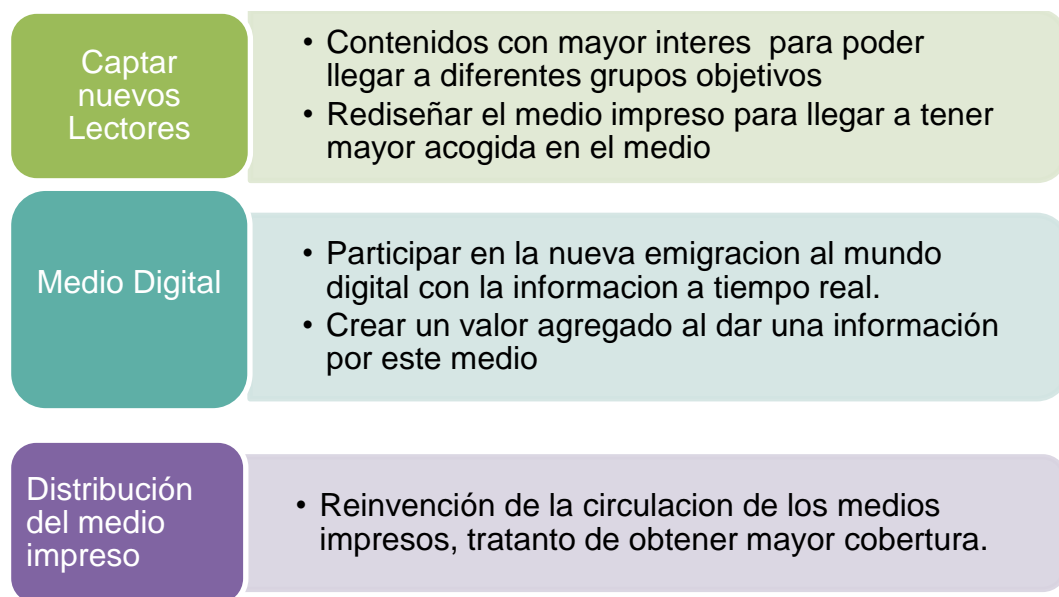


generaciones son targets que se inclinan a un medio maságil y entretenido y que la información sea mas directa, real y eficaz.

La participación de los medios digitales como las redes sociales, plataformas de información, blogs y otro tipo que permita acceder a la información ha creado una facilidad de obtener la noticia en tiempo real, en cualquier parte del mundo, ya sea social, político, económico o cultural. Es por ello que algunas empresas han implantado con un de los factores claves ser participe en la medio digital agrupando diferentes diarios digitales colocándolos en una sola plataforma y así poder tener acceso en un solo lugar por medio de tablets, androides, celulares móviles, y así mismo cobrar el acceso.

Los Factores Claves que se debería tener para el éxito de una empresa periodística es la siguiente.

### Diagrama #3 Factores Claves para el éxito de una empresa periodística



FT: Elaborado por la Autora, abril 2012

Para poder captar nuevos lectores, como los targets que se inclinan mas al medio digital, se deberá rediseñar el medio con nuevos contenidos, información que sea mas atractiva a ese grupo objetivo. Apoyándose con la información en tiempo real. Los medios digitales será el medio donde interactúe con los nuevos grupos objetivos.

Para la distribución del medio impreso, se reinventara la circulación del medio por diferentes áreas urbanas de la ciudades principales del Pais, permitiendo tener mas presencia a nivel nacional.

La medición de los ejemplares que circulan en el mercado periodístico, no la tienen, tanto como agencias y las empresas periodísticas, trabajan con el número de lectores, que les ofrece el estudio de lectoría de Kantar Media Research, permitiendo tener una idea de la cobertura y participación de cada uno de ellos.

### **3.3. FUNDAMENTACION LEGAL**

#### **3.3.1. Regulaciones legales para el funcionamiento de prensa escrita/digital**

Siendo la prensa escrita, el medio de comunicación más antiguo de la población, desde un inicio fue un medio donde publicaban los hechos de diversa naturaleza, que sucedían en cada época. Estuvo presente informando e ilustrando a la sociedad. Siendo un medio donde los redactores y expositores del pensamiento, podían expresarse libremente.

A partir del surgimiento de las agencias informativas o de noticias, comenzaron a tener relación con los gobiernos de turno, facilitándoles la información política de cada uno de los países, se establecieron leyes donde se regula la información publicada, haciendo esto. Que la información se genere permanentemente, cuando tienen el apoyo de los grupos gobernantes. Hoy en día, contamos con una variedad de diarios impresos para diferentes audiencias,

La prensa escrita, está considerada como un medio, donde se informan situaciones políticas, sociales, educativas de salud y culturales, entre otros asuntos, así mismo, comenta y analizan la vida cotidiana de las personas importantes de la colectividad. Desde su primicia, como medio de información tuvo problemas con los gobiernos, ya que publicaban contenidos que no les convenían a ellos, porque demostraban a la población del tipo de comportamiento de sus gobernantes. Por lo que se crearon asociaciones de diarios a nivel mundial, latinoamericano y local, donde orientan y respaldan a las empresas de prensa escrita.

Los medios impresos como expresa **Robert MCKENZIE, (2009) [versión electrónico]:**

**En el mundo, los medios de comunicación son regulados con base en la idea universal de que su contenido y actividades pueden influir significativamente sobre economías, políticas sociales y el debate político, pero por sobre todo, la vida de las personas. Las diferencias en los contenidos de los medios de comunicación son el resultado de normas jurídicas prohibitivas aplicadas por el gobierno o por agencias gubernamentales, en**

**un intento por obtener resultados que se adecuen a las políticas y filosofías prevalecientes sobre su actividad. (pág. #1)**

Las regulaciones que fueron creadas para que cumplan los medios impresos ya sea local e internacional, ha sido diseñados con el propósito de que exista una información real y uniforme, que lo que se publique no influya negativamente al ámbito social, gubernamental y económico. Hoy en día vivimos en un mundo conflictivo y ambicioso, donde grupos políticos, económicos, que ejercen de alguna manera el poder, donde cada vez la libertad de expresión se encuentra más oprimida.

Por lo que se crearon asociaciones nacionales e internacionales donde los diarios impresos pueden encontrar la orientación, y cuando llegue necesitarlo. El fin de estas asociaciones es para que los diarios impresos estén respaldados y haya una entidad quien los represente.

Como indica **Antonio LAM SAN JUAN, (2009) [versión electrónica]:**

**¿Qué observamos en la literatura respecto de estas dos posiciones? Según Djankov (2001) la propiedad gubernamental de los medios es mayor en países pobres, con regímenes de gobierno autocráticos y alta propiedad pública en la economía. Estos resultados se contraponen con la idea de que la propiedad estatal tiene fines benevolentes. Los resultados muestran derivaciones indeseadas asociadas a la propiedad estatal sobre los medios. Estos resultados son inconsistentes con la mirada Pigouviana de un estado benevolente (Pág. #16).**

El gobierno vigente influye en países pobres, como hoy en día se está viviendo en Ecuador, lo que provoca inestabilidad en la industria periodística, y caos entre el estado y el medio. No solamente Ecuador está pasando por estas dificultades, es costumbre ver en otros países pobres, la falta de estabilidad entre ambas entidades.

Las regulaciones jurídicas para la protección del medios de comunicación en el Ecuador, permiten a los medios impresos a crear orden en los contenidos de cada uno de ellos y además de contenidos, también permite que haya una libertad de expresión por lo que hoy en día, el estado esta en pleno proceso de renovación de las leyes que regulan la existencia de los medios escritos en el país.

Según expresa la **ASOCIACION DE EDITORIALES DE PERIODICOS (AEDEP)(7/06/2011) [versión electrónica]** apoyados en la **CONSTITUCION DE ECUADOR**, en la Sección tercera, referente a la Comunicación e Información:

**Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos. 2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.(Pag.1)**

La prensa escrita en Ecuador, está pasando por situaciones difíciles, ya que la relación con el gobierno vigente no es buena, por lo que el gobierno quiere regular el contenido de los medios de comunicación, y se sienten privado a una comunicación libre. Esto ha provocado una inestabilidad en el mercado de la industria donde los entes encargados de interferir en estas situaciones han pedido al gobierno ningún atropello más a la industria periodística.

## CAPITULO IV

### 4. PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE LA SITUACION PRÁCTICA

Este trabajo monográfico, ha permitido observar y determinar los acontecimientos periodísticos en el transcurso de la historia del Ecuador, y como ha evolucionado desde sus orígenes a la fecha. En la actualidad los diarios impresos, presentan sus contenidos noticieros, fuera del tiempo real, pues al captar, procesar, publicar los acontecimientos noticiero, para su distribución ha transcurrido varias horas del hecho sobre el cual informan.

Así mismo, el auge del desarrollo tecnológico y la apertura de nuevos medios de masificación digital de la información, que ha mas de ubicar al lector en tiempo y hecho real, llega a mas interesados, que en su mayoría disponen de servicios digitalizados, no solo a través de ordenadores sino también de teléfonos móviles, que de a poco, ha modificado los hábitos de lectura del lector/a regular y lectores potenciales, como las poblaciones joven y adulta/o mayor. Para así, conocer el comportamiento de ellos y las tendencias de los lectores ante este cambio. La prensa tradicional a nivel nacional como internacional está cursando diferentes adversidades, debido al cambio de hábito de los lectores, crisis económica, participación del gobierno ante la credibilidad de las noticias expuestas, y crisis publicitaria.

Es con este tipo de factores, que las empresas periodísticas deben convivir diariamente, se ha tomado diferentes medidas para seguir subsistiendo en el mercado, según la información recolectada en el transcurso de este trabajo de investigación, la prensa tradicional a aplicado formas para poder alcanzar a diferentes audiencias en el transcurso del tiempo. Una de ellas es la diversificar su producto y poder direccionar a otros targets permitiendo tener mayor cobertura. Conocida de manera general la situación de la prensa escrita, se hace necesario establecer algún mecanismo de relación como:

***La vinculación de universidades y empresas periodísticas de Guayaquil, para diseñar y ejecutar una investigación de mercado de producción y distribución de los diarios, particularmente en la región Costa.***

Una manera a través de la cual se puede llevar a la práctica sería establecer un convenio interinstitucional, con alguna empresa

periodística escrita local, que permita realizar investigaciones en el cuarto nivel de la carrera en coordinación con universidades. Además se debe socializar con las partes intervinientes.

En base a los resultados de esta tesina, los potenciales aspectos a lograr:

- Interrelación entre universidades, como entidad formadora del talento humano y la empresa de prensa escrita.
- Mejor conocimiento de la realidad periodística local, que permita identificar problemas, para contribuir con alternativas posibles de aplicar.
- Fortalecimiento del talento humano en la formación de 3º y 4º nivel.
- Potenciales áreas de prácticas en empresas que se convierten en potenciales fuentes de trabajo para los egresados.

Ecuador, y otros países con mayor similitud en cuanto al tipo de población que hay, han manejado este tipo de diversificación creando diarios más pequeños dando noticias con otro enfoque, esto tienen como nombre populista, permitiendo llegar a más todo tipo de nivel socioeconómico. Así como los diarios, en los canales de televisión los noticieros se han vuelto más amarillos, viendo que ese tipo de noticias aumenta su audiencia.

En el mercado de la prensa escrita encontramos diferentes tipos de diarios impresos, tradicionales, amarillistas - populistas, gratuitos. Los diarios subsisten por la venta de ejemplares y la venta de espacios publicitarios en cada ejemplar. Los gratuitos netamente por la venta de espacios publicitarios.

Estamos en la era de la tecnología, donde todo es globalizado, las empresas periodísticas más grandes del mundo aplicaron en participar como prensa digital, viendo que la venta de ejemplares con el transcurso de los años no iba lograr ser rentable como en sus años de oro, por lo que uno de ellos optó por cobrar la información el acceso a las noticias publicadas en ese medio.

Lo que se pretende con este trabajo es reforzar ese vínculo que hay entre el medio impreso y el lector, si bien es cierto que nos encontramos en la era de la tecnología, Ecuador un país aun por crecer no se ve afectado a este cambio que están sintiendo las empresas periodísticas a nivel mundial. Pero aun así las empresas nacionales de prensa escrita han creado portales web.

Este trabajo de investigación se basa en el funcionamiento de las empresas periodísticas principales en el país de diferente región costa y sierra, El universo y el grupo el comercio. Diarios tradicionales que se

mantienen en el mercado por ser su trayectoria y participación en el sociedad. Estando en un mercado de versátil ellos han realizado los diferentes modelos como la diversificación del producto, la participación en internet y con la sociedad haciéndose más presentes y veraces que otros medios.

#### **4.1. Estrategias competitivas**

Si bien es cierto, la prensa escrita ha jugado un papel importante en la presentación y difusión de diversos tipos de noticias, también es cierto, que la prensa digital está ganando respecto a las difusión de noticias de todas las latitudes en tiempo real y al momento, siendo en muchos caso llamadas “primicias”, por llegar de inmediato a diversos públicos.

1. Entre las estrategias competitivas, se podría considerar, incluir temas de noticias que llegan a otros segmentos de la población, como jóvenes y adultos mayores.
2. Mantener interrelación universidad/empresa, con miras a la capacitación permanente de personal y la prestación de áreas para la práctica del estudiante de las universidades.
3. Empleo de Internet, para la difusión de noticias en tiempo real y captación de más jóvenes al consumo periodístico.

## **CONCLUSIONES**

Después del análisis de la información recolectada para el estudio de la prensa escrita en el Ecuador y su relación con la prensa digital, se llegó a las siguientes conclusiones:

1. Que los factores que influyen de manera sustancial en la producción de la prensa escrita en Ecuador, esta regida por la competitividad de toda empresa, pues, primero se mide el desenvolvimiento de su entorno que tan influyente consiguen ser en lograr su crecimiento. Sustentado en esta condición, se consideran como claves los factores, del desarrollo económico del país, como está estructurada la industria periodística, su demografía, y la relación con el gobierno de turno, comportamiento de consumidores y la penetración de nuevas tecnologías.

Como expresa en economista. Paulo ZAMBRANO, en el diario EL CIUDADANO de Ecuador(26/12/2011) que el desarrollo económico general de Ecuador para el año 2011, logró ser próspero, reconocido a nivel internacional, con un crecimiento continuo de 8,9% vs a los países de su región; su reducción de pobreza fue clasificada por primera vez como alto/medio por el índice de Desarrollo Humano del programa de la Naciones Unidas (IDH) y el índice de desempleo disminuyó de 7,4% del 2010 a 5,5% del 2011, incremento de las exportaciones, así como recuperar la producción del petróleo.

Por lo que se concluye en este estudio, que los factores que influyen la prensa escrita, principalmente, es el desarrollo del mercado, el incremento de la demografía nacional, son hábitos de lectura del consumidor, la competitividad de la empresa periodística, la influencia de nuevas tecnologías, el internet como fuente de difusión de noticias a tiempo real y sin costo.

2. En cuanto a la cobertura versus rentabilidad en el país, se concluye que, la sostenibilidad de la prensa en el nuevo entorno de noticias digital y en tiempo real, el mercado de la industria periodística en el Ecuador, no esta afectada por el implemento de nuevas tecnologías, la prensa digital se convirtió en una diversificación de difusión de noticias en tiempo actual. De forma adicional la prensa escrita., ha implementado ciertas estrategias de previsión, como la diversificación de varios tipos de diarios,



diversos enfoques informadores, ante la crisis, que ve venir el medio impreso para mantenerse en el mercado.

Por lo que Ecuador cuenta con una gama de diarios impresos en el medio que brinda información de todo tipo y para diferentes estratos sociales. De esa forma abarca más audiencia y obtiene mayor cobertura. Los diarios tradicionales cuya fuente de información es lo económico, político y social, va dirigida a todo nivel socioeconómico, mas es consumida por los niveles alto medio, los diarios con fuentes sensacionalista son lo que obtienen mayor lectoría, debido que el mayor peso de lectores esta en el nivel Medio Bajo.

En cuanto a la cobertura de la prensa escrita en Ecuador, la empresa **Kantar media Research** (03/2011), expresa en el estudio se realiza en ciudades principales Guayaquil y Quito, que la ola de información, determina que la cobertura total de los medios impresos (Diarios, Suplementos, Revistas) en ambas ciudades, es de 72%, los Diarios superan a los otros medios impresos, debido a que la periodicidad de distribución es diferente. Si bien es cierto los suplementos vienen junto a los diarios, algunos tienen periodicidad desigual puede ser diaria, semanal, quincenal. Los Diarios impresos tradicionales tienen mayor peso en el medio, por su estructura, por la forma se distribuyen para llegar a su objetivo que es el lector/a.

En cuanto a la cobertura de los medios impresos, se concluye que en Ecuador, en las ciudades principales **Guayaquil y Quito** aun siguen siendo las principales fuentes de información para la sociedad. Se reconoce, que los diarios cumplen el rol de informar los acontecimientos a nivel económico, político y social, su mayor demanda viene del nivel socioeconómico Alto/Medio.

3. Se puede concluir finalmente, que los beneficios que tiene las empresas periodísticas con el buen desarrollo de la prensa digital, es crear nuevas factores claves de éxito a futuro en relación a la prensa digital para la supervivencia de la prensa tradicional. Dado que entre los factores claves del éxito está, trabajar en relación a obtener leyes reguladoras de la comunicación, que con equidad, eviten la censura y obstrucción del trabajo periodístico científico y garantizado, sea de carácter impreso o digital. Otro aspecto importante, el fortalecimiento de las estructuras de la industria, participación democrática del Gobierno, conocimientos de la demografía nacional, y empleo de la Tecnología de absorción (disponibilidad de ancho de bandas fija, móvil y costos)

La participación de la prensa digital como soporte a la prensa escrita, nos permite establecer relación en conjunto. Entre ellas, la estructura de la industria como prensa escrita, que permite visualizar el desarrollo de la empresa y las nuevas modalidades se pueden optar para su mejor funcionamiento y supervivencia en el medio. En estas condiciones la prensa digital ayudara a la prensa escrita, en ahorro de papel, tinta, uso de equipos y materiales, lo que permitirá, mejorar la producción y genera márgenes de ganancias apoyado en medios de publicidad digital. Así mismo ayuda hacer una ventana para el exterior y tener un reconocimiento internacional que no se lograba al ser una prensa impresa.

Otro factor, que en la práctica afecta a la prensa escrita, es la dificultad y censura del medio impreso por autoridades de gobierno, cuando consideran que la prensa, lesiona su dignidad. Es importante destacar la era digital, como estímulo al cambio de hábitos del lector, dada las características de la población, particularmente la joven, de estar mas en contacto con el avance tecnológico, por lo tanto, es susceptible al cambio al consumo de productos que llame la atención, esto, podría ser una estrategia para inducir a la lectura a las personas, especialmente en los primeros años de vida. Y, es una de las formas de lograr la captación de nuevas audiencias, brindando nuevos diseños, nuevos contenidos, de una forma multimedia. Y así atraer la atención de las nuevas audiencias.

Se considera, que no es el periodismo el que está en crisis, sino el periódico, que debe reinventarse en un producto probablemente más sencillo, más analítico, más local, más especializado, menos de masas, más complementario de Internet, con una estructura empresarial y laboral muy distinta, con un ajuste duro de reducción de costes y redacciones más pequeñas, sinergias multimedia, nuevas formas de distribución. Sobrevivirán los grandes diarios, las marcas que generen credibilidad, que tengan periodistas capaces de darle valor añadido al lector, orden y jerarquía en la información, comentario y opinión cualificada. Esa es la fuerza del periodismo, esa es su baza, que tendrá que saber jugar si quiere sobrevivir a su propia metamorfosis.

## **RECOMENDACIONES**

1. hacer un estudio de mercado para determinar el nivel de competitividad de la prensa escrita, donde se involucre a estudiantes de post grado, de unidades académicas involucradas en esta área de formación, dado que no solo, se debe producir los diarios, sino que se debe conocer como esta la competencia en el mercado de consumo.
2. combinar la produccion escrita con la digital, porque la primera llega en tiempos ya pasados de las noticias, y la digital es en tiempo real, con menor costo, la dificultad es que no toda la población tiene acceso al sistema digital.
3. tratar de crear medios digitales que estimulen a la población joven a la lectura de noticias cotidianas fundamentadas en la ciencia y tecnología que reflejen la realidad de los acontecimientos
4. fomentar los hábitos de lectura en los estudiantes de las universidades, a través de programas vinculantes con la comunidad.

## BIBLIOGRAFIA

1. HANELORE Dobler, El Periodismo On line. Amenaza de muerte al Periodismo tradicional? Revista latinoamericana de Comunicación Chasqui, Marzo, Numero 073. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América latina, Quito, Ecuador. 2001
2. LARA REYES Ruth, Configuración de la Prensa Riobambeña Liberal a inicios del siglo XX, Universidad Técnica Particular de Loja, facultad latinoamericana de ciencias sociales maestría de comunicación, Loja 31 de octubre del 2007.
3. Kantar media research. KMR Ecuador. 2010.
4. Lisandro Bautista Landaeta. Magíster.  
<http://www.lasrelacionespublicas.com/evolucion-de-la-prensa-escrita-desde-el-papiro-hasta-internet/> Domingo, Mayo 3, 2009 Estudiante de Comunicación Social en la Universidad Católica Cecilio Acosta.
5. Carlos Belane, Nace la prensa escrita. Los comienzos del periodismo,  
<http://www.actuallynotes.com/Nace-la-Prensa-Escrita-Los-comienzos-del-Periodismo.htm>
6. Raúl Sohr Biss, Historia y poder de la prensa.(1998)  
[http://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=Huu hP5\\_inREC&oi=fnd&pg=PA12&dq=historia+de+la+prensa+escrita+%22america+latina%22&ots=dif EXw6DAZ&sig=NthDuHS8bzI8UmLe7E9-H7QbN8#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=Huu hP5_inREC&oi=fnd&pg=PA12&dq=historia+de+la+prensa+escrita+%22america+latina%22&ots=dif EXw6DAZ&sig=NthDuHS8bzI8UmLe7E9-H7QbN8#v=onepage&q&f=false)
7. Teresa LOZANO LONG, TEXAS PAPERS ON LATIN AMERICA, La Prensa Latinoamericana en Internet: una instantánea de los primeros años, Institute of Latin American Studies, University of Texas at Austin (1992-2007).
8. Mensing, Donica. 2007. Online revenue bussines model has changes

- Little since 1996. Newspaper Research Journal 28 (2).EBSCO, <http://ebSCO.com>
9. Antonio Lam San Juan y Carlos Rojas, LA ECONOMÍA DE LA INDUSTRIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: UNA REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA, Universidad Diego Portales de Chile, (2009).
  10. Robert Mackenzie, Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM(2011)  
<http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/decoi/n/cont/6/art/art6.htm>
  11. Asociación de editoriales de periódicos (AEDEP), ARTÍCULOS CONCERNIENTES A LA PRENSA QUE SE ENCUENTRAN EN LA CONSTITUCIÓN APROBADA EN REFERÉNDUM DEL 28 DE SEPTIEMBRE DEL 2008,  
[http://www.aedep.org.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=55:legislacion&catid=31:general&Itemid=89](http://www.aedep.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=55:legislacion&catid=31:general&Itemid=89)
  12. Octavio Islas / Fernando Gutiérrez, INTERNET Y LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN  
Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI, diciembre, número 084 Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Quito, Ecuador 2003,  
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/html/160/16008410/16008410.html>
  13. Dr. Mark Graham, Scott A. Hale, Monica Stephens, Penetración de Internet a Nivel Mundial, Junio 2011  
<http://www.oii.ox.ac.uk/vis/?id=4e3c0200>
  14. América Latina: uso de Internet y redes sociales / Juan Mora, 29/03/12  
<http://latinamericahoy.wordpress.com/2012/03/29/america-latina-internet-redes-sociales/>
  15. El uso del Internet en Ecuador aumentó 3.3 puntos en dos años, 01 de Abril de 2011, MI Presidencia de la República.  
[http://www.elciudadano.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=22951:el-uso-del-internet-en-ecuador-aumento-33-puntos-en-dos-anos&catid=40:actualidad&Itemid=63](http://www.elciudadano.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=22951:el-uso-del-internet-en-ecuador-aumento-33-puntos-en-dos-anos&catid=40:actualidad&Itemid=63)

16. Leonard Witt y Francisco Seoane Periodismo del Futuro, Revista latinoamericana de comunicación, Quito – Ecuador
17. Revista número 86 - Enero - Marzo 2011 de TELOS Cuadernos de comunicación e innovación, La metamorfosis de la prensa. - Hacia un nuevo modelo periodístico.  
[http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/Dossier/DetalleArticuloTELOS\\_86TELOS\\_DOSSIER4/section=1266&idioma=es\\_ES&id=2011012608400001&activo=6.do#](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/Dossier/DetalleArticuloTELOS_86TELOS_DOSSIER4/section=1266&idioma=es_ES&id=2011012608400001&activo=6.do#)
18. Kilman Larry, Tendencias mundiales de la prensa: los periódicos siguen teniendo mayor alcance que Internet, Deputy CEO, Executive Director, Communications and PublicAffairs París/Francia, 2011-10-12  
<http://www.wan-ifra.org/es/press-releases/2011/10/12/tendencias-mundiales-de-la-prensa-los-periodicos-siguen-teniendo-mayor-alc>
19. Zambrano Pablo, Ec., Desempeño económico ecuatoriano año 2011, revista El Ciudadano #93,  
<http://visaaldesarrollo.blogspot.com/2012/01/desempeno-economico-ecuadoriano-en-2011.htm>

# PRINCIPALES DIARIOS

## Diarios impresos a Nivel mundial



## Diarios impresos de Latino America

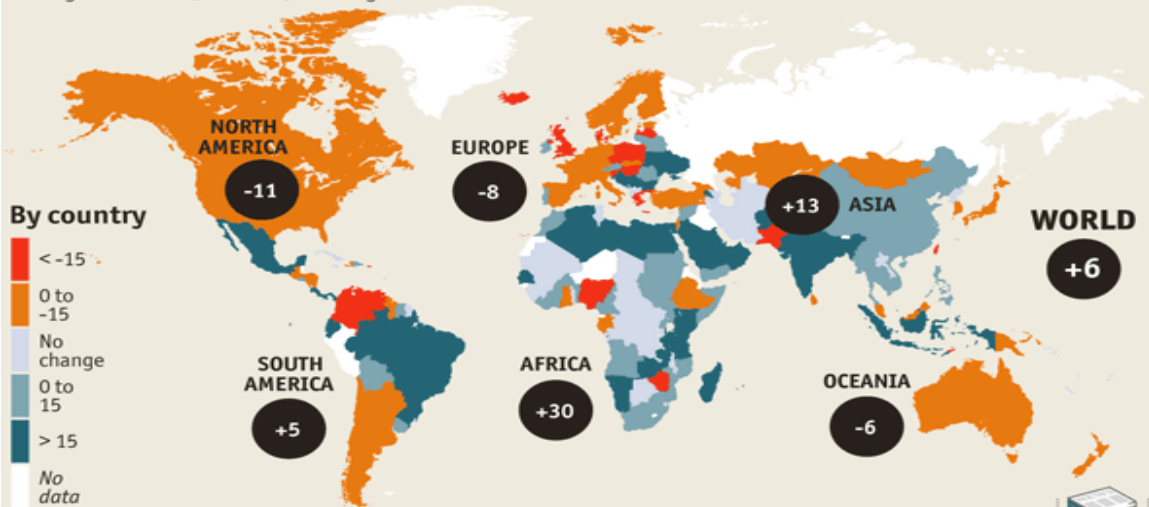


## Diarios impresos de Ecuador



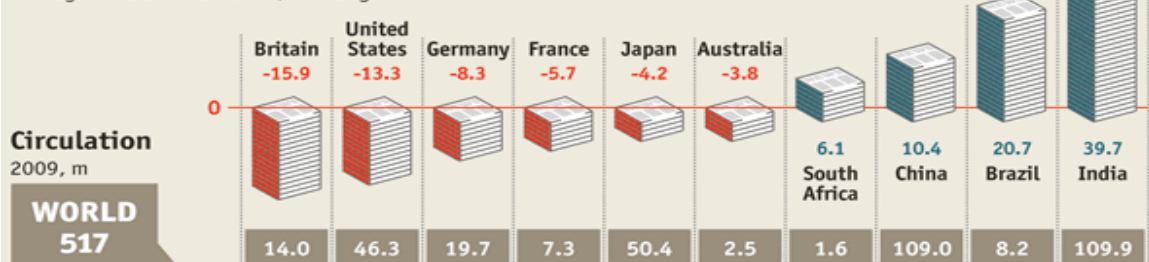
## Paid-for daily newspapers

Average circulation, 2005-09, % change



### Selected countries

Average circulation 2005-09, % change



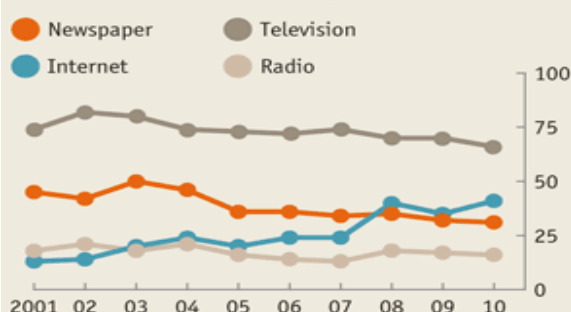
### Social-media penetration

% of population, Q2 2011



### News sources

Where Americans get most of their news about national and international issues, % of respondents:



### Newspaper revenues

Contribution to paid-for daily-newspaper revenues, 2008, % of total



F: World Association of Newspapers



## Estrategia y Diseño: Al rescate de los Diarios Impresos.

Apr 30th, 2009 | By Loy Iglesias Thevening | Category: Diseño

Los diarios impresos en el mundo están muriendo, hay suficientes razones para que eso este ocurriendo, internet, los móviles, los blogs, videoblogs, los Ipods, Itunes y sus noticias vía podcast, en resumen: la información mientras estas conectado y en movimiento,

cuando quieras y a la hora que quieras y encima de eso gratis.

El panorama no es nada alentador para los diarios, aun así, me atrevo asegurar que están lejos de desaparecer por completo, es seguro que muchos desaparecerán, sobretodo aquellos que aun confían en su esquema tradicional y creen que, a lo sumo, con un sitio web todo esta solucionado. Si, muchos diarios van a desaparecer, pero otros muchos nacerán con un concepto totalmente renovado, muy diferente de lo que hasta hoy conocemos como un Diario, serán Diarios mas dinámicos mas



visuales y serán un complemento de la información online interactiva y no al revés.

A mi juicio hay algunos puntos clave que debe tener en cuenta un diario impreso que quiera renovarse para montarse en esta ola de las nuevas tecnologías de la información, es imposible mantenerse mucho tiempo si siguen haciendo las cosas como se vienen haciendo tradicionalmente en los Diarios impresos.

Tener un sitio web o un sitio wap para móviles o un blog como están haciendo la mayoría de los diarios impresos, puede que sea parte de la solución, y aunque es un primer paso en el inicio de una transformación para penetrar en las nuevas generaciones que no compran periódicos y mantener una audiencia, esto no es suficiente. Tampoco se trata de cerrar el diario impreso y abrir un sitio web y apostar toda la información a través de internet, se trata de que co-existan sin que a largo plazo el Diario impreso desaparezca y la manera para que eso ocurra es darle el valor adecuado a cada medio, adaptando la información y el contenido de manera estratégica a cada cual, creando contenidos complementarios entre la versión impresa y la versión online y/o móvil,

**Algunas ideas para lograr esto:**

**Crear siempre algún contenido exclusivo importante solo en la edición impresa con resúmenes para la versión online y así motivar el consumo del diario impreso entre los lectores que desean ampliar los detalles de determinadas noticias, evitar en lo posible el contenido repetitivo versión impresa y versión online, la versión online no debe ser una copia de la versión impresa, el marketing y el uso estratégico de la red no solo debe servir para difundir la noticia, si no para motivar la lectura ampliada de determinadas noticias en la edición impresa, la interactividad online es obvia, una exigencia de la web 2.0, pero la gran novedad estaría en crear interactividad también en el medio impreso, son solo algunos ejemplos.**

**Y el diseño puede salvar a los diarios impresos?, según Jacek Utko exitoso diseñador de periódicos,” No. El diseño solo no, el diseño hace parte del proceso. Y el proceso no es sólo cambiar la apariencia de los Diarios, sino de mejorar el producto completamente”**

**Jacek Utko es un afamado diseñador polaco que esta aumentando las ganancias de los principales periódicos europeos, logrando aumentar hasta en un 100% la circulación de algunos y ganado infinidad de premios en toda Europa, gracias a sus innovadores y atrevidos diseños, muy visuales, con primeras paginas y paginas interiores tipo posters, con muchas ilustraciones y fotos gigantes. El secreto del éxito de sus premiados diseños según sus propias palabras: “ Tratar al diario como una sola pieza, como una única composición, al igual que la música, que tiene ritmos, altos y bajos,...”**

**Termino con otra frase de Jacek Utko,” ...inspiración, visión y determinación. Ser buenos no es suficiente.”**

**F: <http://estrategiasdepublicidad.com/blog/?p=189>**

---