



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING
EXAMEN COMPLEXIVO: COMPONENTE PRÁCTICO**

**ANÁLISIS DEL MERCADO DE LA TELEVISIÓN PAGADA EN LA CIUDAD DE
PUYO**

**AUTORA:
GABRIELA ALEXANDRA CASTRO GUAMANQUISPE**

**Guayaquil, Ecuador
2016**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **GABRIELA ALEXANDRA CASTRO GUAMANQUISPE**, como requerimiento para la obtención del Título de **INGENIERA EN MARKETING**.

TUTORA

Ing. Diana Espinoza Alcívar, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Lcda. Patricia Torres Fuentes, Mgs.

Guayaquil, a los 29 días del mes de Agosto del año 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Gabriela Alexandra Castro Guamanquispe**

DECLARO QUE:

El componente práctico del Examen Complexivo **Análisis del mercado de la televisión pagada en la ciudad de Puyo**, ha sido desarrollado en base a una investigación, respetando derechos intelectuales de terceros conforme a las citas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del componente práctico del examen complejo referido.

Guayaquil, a los 29 días del mes de Agosto del año 2016

LA AUTORA

Gabriela Alexandra Castro Guamanquispe



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING

AUTORIZACIÓN

Yo, **Gabriela Alexandra Castro Guamanquispe**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del componente práctico del examen complejo: **Análisis del mercado de la televisión pagada en la ciudad de Puyo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 29 días del mes de Agosto del año 2016

LA AUTORA:

Gabriela Alexandra Castro Guamanquispe

AGRADECIMIENTO

Primeramente quiero agradecer a Dios por darme la salud, la vida y la sabiduría para llegar a esta etapa de mi vida, agradezco a mi bella familia y a todos quienes directa e indirectamente formaron parte de este proceso de formación que me encuentro terminando, y tengo un profundo agradecimiento por los conocimientos inculcados por la Universidad Católica Santiago de Guayaquil de la cual me encuentro orgullosa de pertenecer como profesional.

DEDICATORIA

Lo dedico a mi Dios, a mi familia, a mis amigos, a mis compañeros, a mis maestros y a la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Diana Espinoza Alcívar, Mgs.

REVISORA

f. _____

Lcda. Patricia Torres Fuentes, Mgs.

DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

Ing. Jaime Samaniego López, Msc.

COORDINADOR DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

Informe Urkund

The screenshot displays the URKUND web interface. At the top left, the logo 'URKUND' is visible. The user 'Diana Espinoza (diana.espinoza02)' is logged in. The main content area is divided into several sections:

- Documento:** ENSAYO GABY JUNIO.docx (D20879725)
- Presentado:** 2016-06-15 17:40 (-05:00)
- Recibido:** diana.espinoza02.ucsg@analysis.arkund.com
- Mensaje:** Gabriela Castro complejo [Mostrar el mensaje completo](#)

Below the message, it states: "0% de esta aprox. 23 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 0 fuentes."

On the right side, there is a 'Lista de fuentes' (List of sources) table:

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	http://www.arsotel.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/re..
	http://www.lexsolutionecuador.com/biblioteca/reglament..
	ENSAYO FINAL JUNIO.DOCX
	http://docplayer.es/10504297-Reglamento-para-sistemas-d..
	1429223790_CAPITULO 4 correccion.docx
	puyo.docx

At the bottom of the interface, there is a toolbar with icons for navigation and actions, and a main text area containing the following text:

anunciará
la
realización de este trámite por uno de los periódicos de mayor circulación de Quito y
Guayaquil y, por el de la localidad,
a costo del peticionario, con el objeto de que, en el plazo de quince días contados a partir de la publicación, cualquier persona pueda impugnar, conforme a la ley, dicha concesión;
y,
Si no se producen impugnaciones al trámite de autorización o si estas son desestimadas, el Consejo, otorgará el término de hasta 60 días para que el peticionario presente ante la SUPERTEL los documentos indicados en el numeral 3
del artículo 16 del Reglamento General a la Ley de Radiodifusión y Televisión,
que son los siguientes: - Una garantía en dinero en efectivo o cheque certificado a favor de la Superintendencia de Telecomunicaciones por cada

Índice General

Portada	i
Certificación	ii
Declaración de responsabilidad	iii
Autorización	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Resumen	xi
Introducción	11
Desarrollo	13
2.1 Objetivos	13
2.1.1 Objetivo General	13
2.1.2 Objetivos específicos	13
2.2 Pregunta de Investigación	14
2.3 Audio y Video por suscripción en el Ecuador	16
2.4 Reglamentos para ofrecer servicios de televisión pagada	16
2.5 Empresas que ofrecen servicios de televisión pagada en la ciudad de Puyo.	16
2.6 Análisis de la Demanda Potencial según ARCOTEL	19
2.7 Publicidad de los servicios de televisión pagada en la ciudad de Puyo.	20
2.7.1 Publicidad de Claro Satelital	20
2.7.2 Publicidad de DIRECTV	21
2.7.3 Publicidad de Televisión de CNT	21
2.7.4 Publicidad American Cable	22
2.8 Comparativo potencial entre servidores de Televisión Pagada	22
Conclusiones	23
Bibliografía	25

Anexos	27
---------------------	-----------

Índice de Figuras

Figura. 1	Modalidades de Servicios de Audio y Video por Suscripción .	33
Figura. 2	Planes de Claro TV.....	34
Figura. 3	Publicidad de Claro TV	35
Figura. 4	Publicidad de DIRECTV.....	36
Figura. 5	Publicidad de televisión de CNT	37
Figura. 6	Planes de CNT TV	38
Figura. 7	Paquete HBO de CNT	39
Figura. 8	Publicidad de American Cable.....	40
Figura. 9	Canales de American Cable	41
Figura. 10	Comparativo competencia Planes SD	42
Figura. 11	Comparativo Competencia Planes HD	42

RESUMEN

El ensayo se encuentra delimitado por el Análisis del mercado de la televisión pagada en la ciudad de Puyo, basando su desarrollo en conocer cuáles son las reglamentaciones que deben cumplir las empresas que prestan los servicios de televisión pagada para lo cual fue necesario fundamentar teóricamente las bases legales para instalar, operar y explotar sistemas de audio y video pagados a nivel nacional, donde se pudo conocer que existen parámetros que las empresas al cumplirlos aseguran la calidad de su servicio así como la estabilidad en el mercado. Posteriormente se identificó el número de empresas que ofrecen servicios de televisión pagada en la ciudad de Puyo, encontrando la novedad que no todas cumplen con las reglamentaciones a nivel nacional, sin embargo las empresas más grandes así como la única local sí cumplían con todos los requisitos establecidos por la SUPERTEL, teniendo a la televisión de CNT como el principal proveedor de este servicio, seguido de DIRECTV, Claro y American Cable, que aunque esta al final en consumo y preferencia por los usuarios se encuentra trabajando con fibra óptica y precios accesibles que están ocasionando que los consumidores empiecen a preferir sus servicios. Finalmente se analizó la publicidad de los principales servidores de televisión pagada de la ciudad de Puyo, posicionando en primer lugar de consumo a la televisión de CNT con respecto a la ciudad de Puyo, siguiendo el mismo orden descendente descrito anteriormente, por lo que existe necesidades por parte de las otras empresas para el trabajo en estrategias publicitarias que permitan a los usuarios conocer sus servicios con sus ventajas en especial de la empresa local de American Cable.

Palabras claves: Análisis, mercado, Televisión por cable, Televisión satelital, Televisión pagada, servicio, oferta, demanda, publicidad.

Análisis del mercado de la televisión pagada en la ciudad de Puyo

Introducción

A nivel mundial el crecimiento de la televisión ha ido evolucionando, en vista que desde sus inicios la televisión enfrentó grandes retos de cobertura, así como permanencia en las pantallas de la población mundial debido a las guerras e intervención política, por lo que la TV tenía como propósito la información social que a muchos gobiernos como EEUU y Alemania no les convenía en tiempos de Guerra. (Cuenca, 2013)

Sin embargo luego de los 50, los empresarios que buscan comercializar tanto las marcas de televisión como canales exclusivos permitieron tener acceso a canales que al principio únicamente eran locales para su país o ciudad de origen, y que con el avance tecnológico han concedido que la sociedad acceda a información inmediata de primera mano, garantizando y brindando a los consumidores la oportunidad de acceder a canales preferenciales por un costo adicional al que normalmente se paga en cada país. (Cuenca, 2013)

En América Latina con el acceso de la sociedad a la televisión, se ha ido consolidando como el principal medio de difusión de masas, contemplando como principal característica el carácter comercial del medio y la relación existente entre la política y la milicia, siendo conscientes de gran uso y acogida de la televisión a nivel de latino américa, ya que el avance que ha tenido la televisión en términos técnicos, ha sido muy considerable, por la adquisición de tecnología que permite un mejor desenvolvimiento de la misma, brindando a los televidentes calidad en la transmisión de los programas. (Ramos, 2010)

En Ecuador, por la década de los ochenta se da paso a la televisión por cable, siendo la empresa TV Cable la primera en posesionarse en este

mercado por el año de 1986, teniendo un crecimiento progresivo de afiliaciones, ya que el crecimiento a nivel nacional es masivo, con mayores exigencias tanto en oferta televisiva como en calidad de señal con respecto al servicio. (Ramos, 2010)

La televisión pagada tiene como característica principal el tipo de señal, la cual es más nítida y cuenta con mayor cantidad de canales que la televisión pública la cual tienen acceso todos los hogares por medio de antenas de aire y que no necesariamente satisface las necesidades de entretenimiento de los usuarios.

Actualmente a nivel de la provincia de Pastaza se destaca que la televisión es un medio de comunicación trascendental, ya que juega un papel muy importante desde el punto de vista económico, político, social y cultural, que informa, orienta y entretiene.

En la ciudad de Puyo no existe buena recepción de canales a través de antenas de aire, por lo que el servicio de televisión pagada se ha vuelto una necesidad, como se muestra en los datos recolectados en el Censo Poblacional INEC (2010), que indican la gran acogida de la población de Pastaza por el servicio pagado de televisión, destacando que el 26,5% señalado en los datos estadísticos están representando a familias de la zona urbana de Pastaza que se encuentran concentrados en la cabecera provincial que es la ciudad de Puyo, esto se debe principalmente a la buena recepción de señal de televisión pagada que se da en cada uno de los hogares.

También hay que mencionar que la señal de televisión ofrecida va de la mano de una serie de servicios extra que dan un valor agregado a la programación y que la normativa está enfocada tanto en el servicio satelital como el que se maneja a través de cable, contando con cinco servicios principales en la ciudad de Puyo que son CNT, Claro, DIRECTV, American Cable y Puyo Visión, teniendo como principales serviciadores de televisión pagada en todos los sectores urbanos de Puyo.

Desarrollo

El desarrollo del ensayo está basado en un análisis sobre el mercado de la televisión pagada en la ciudad de Puyo, para lo cual fue necesario conocer la realidad a través de la historia tanto a nivel mundial como de Latinoamérica con respecto a la televisión pagada, en vista que ésta ha venido evolucionando a través de los años, convirtiéndose en la actualidad como un medio en auge y dominante, en especial en sectores donde el servicio de televisión pública no satisface las necesidades de los usuarios, destacando que ésta característica forma parte de la provincia de Pastaza y la ciudad de Puyo, por lo que el ensayo se basa en un estudio investigativo sobre las diferentes opciones de televisión pagada que existe, garantizando de esta manera una señal de televisión de calidad para todos los clientes de la ciudad.

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo General

Realizar un análisis del mercado de la televisión pagada en la ciudad de Puyo

2.1.2 Objetivos específicos

- Identificar el número de empresas que ofrecen servicios de televisión pagada en la ciudad de Puyo.
- Analizar la publicidad de los principales servidores de televisión pagada de la ciudad de Puyo.

2.2 Pregunta de Investigación

¿Se ha realizado un análisis del mercado de la televisión pagada en la ciudad de Puyo?

El servicio de audio y video por suscripción conocidas en la ciudad de Puyo para el año 2014 alcanzó una participación, sobre el 56,94% del total de suscriptores de AVS. En este sentido el Servicio de Audio y Video por suscripción seccional de Pastaza tiene un incremento del 28,02% a diciembre del mismo año, lo cual se entiende como el porcentaje de suscriptores de televisión y Video para la ciudad de Puyo. (Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones, 2015)

Los datos estadísticos corresponden a que en la actualidad la televisión ha aportado algo muy importante para la sociedad como es la oportunidad de mantenerse informado, ya que a través de la cobertura que éste medio ejerce, los usuarios de este servicio tiene acceso al conocimiento de problemas sociales del país y el mundo, así como del quehacer empresarial, chismes de famosos como medio de entretenimiento y eventos sociales a nivel nacional e internacional.

La importancia de la investigación se enfoca principalmente en el análisis de medios de televisión pagados que pueden o no ser beneficiosos para la sociedad, en vista que existen temas que para un grupo social pueden ser beneficiosos y de interés cultural, educativo, espiritual o cualquier otro ámbito que no necesariamente concuerden con otro grupo diferente que vean ciertos programas como ofensivos, fuertes emocionalmente, religiosamente no permisivos o políticamente ofensivos, ya que la televisión pagada está abierta a todo tipo de sociedad sin restricciones en vista que existe un intercambio permanente de opiniones e informaciones sobre problemas sociales que afectan a la comunidad, para que a través de ella puedan ayudar a solventar dichas problemáticas o en otras ocasiones agravarlas dependiendo de la ubicación geográfica, cultura o religión a la que pertenezca dicha sociedad.

Económicamente la televisión representa un incremento para todas las empresas de consumo a nivel mundial, en vista que a través de la televisión pueden acceder a sentidos más profundos de la sociedad como es la vista y el oído, generando sensaciones que hacen que los consumidores sientan la necesidad de adquirir ciertos productos con el simple hecho de poder visualizarlos, y todo esto se logra a través de campañas y anuncios publicitarios que se transmiten en los diferentes canales, logrando así una publicidad para cada tipo de productos.

Hay que destacar que la publicidad es la principal actividad televisiva, en vista que orienta al consumidor sobre las distintas opciones de compra que se le presentan en relación a la extensa gama de productos o servicios, incrementando de esta manera la oferta y demanda de empresas multinacionales que satisfacen las necesidades de una sociedad a cambio de crecimiento competitivo en el mercado, mismo que requiere mano de obra, contribuyendo así al crecimiento económico de un país.

Analizando a la televisión como medio de comunicación masiva debe cumplir con la educación a la ciudadanía a través de programas educativos, además de entretener a través de diferentes programas de películas, series, novelas entre otros que permiten al televidente distraerse y entretenerse durante ciertos periodos de tiempo, por otra parte se destaca el hecho de que la televisión divierte a los usuarios con el uso de los mismos programas mencionados anteriormente sin dejar de lado la información continua de hechos que se dan a nivel mundial, nacional y local, destacando un punto de culturización en el cual no muchos están de acuerdo ya que más que adentrarse en el fortalecimiento cultural crea conflictos entre sociedades con distintas creencia, influyendo directamente en su educación ancestral, tradicional o creencias culturales propias de un lugar. En la actualidad, los canales de televisión enfocan su programación a la diversión y entretenimiento, dándole menos prioridad al aspecto cultural y educativo, por lo que su contribución en esta área es mínima.

2.3 Audio y Video por Suscripción en el Ecuador

Según la Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones, (2015); El servicio de audio y video por suscripción a la diversión y entretenimiento da menos prioridad al aspecto cultural y educativo, por lo que con respecto al entorno cultural y educativo su aporte es mínimo, dándole menos importancia a la riqueza educativa y apoyándose más en el crecimiento económico y publicitario.

En el Ecuador, actualmente para proporcionar el servicio de audio y video por suscripción existen 3 modalidades: Televisión por cable terrestre, Televisión Codificada Terrestre y Televisión Codificada Satelital, que se las puede observar de manera gráfica en la figura N. 1 del anexo N. 3. Además se destaca que a nivel nacional ha crecido 19,34% desde el 2010. (Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones, 2015)

2.4 Reglamentos para Ofrecer Servicios de Televisión Pagada

La Ley de Radiodifusión y Televisión, en el artículo 2 dispone que, "El Estado, a través del Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (CONARTEL), otorgará frecuencias o canales para radiodifusión y televisión, así como regulará y autorizará estos servicios en todo el territorio nacional, de conformidad con esta Ley, los convenios internacionales sobre la materia ratificados por el Gobierno ecuatoriano, y los reglamentos." (Consejo nacional de Telecomunicaciones, 2011)

Con respecto a los términos de referencia para el expendio de audio y video por suscripción se acoge las bases legales expuestas en el Consejo nacional de Telecomunicaciones, (2011), que se encuentran expuestas en el anexo 1.

2.5 Empresas que Ofrecen Servicios de Televisión Pagada en la ciudad de Puyo.

Es importante conocer algo sobre la ciudad de Puyo, es por eso que se hace énfasis en las características del lugar de estudio y su población por lo que se destaca lo siguiente:

La ciudad de Puyo se fundó en 1899 por el explorador hispano, Fray Álvaro Valladares. Aquí se produjo un intenso proceso de colonización y conversión al cristianismo de sus pobladores nativos llevando a muchas etnias originales su extinción o fusión con otras mayores. La Producción del caucho, la fruta de la caña de azúcar y naranjilla han marcado el desarrollo de esta ciudad a través de la historia, sin olvidar la explotación maderera. (Ledesma, 2012)

Puyo, que significa Neblina en el idioma nativo, es recorrida por el río Pastaza, navegable hasta su desembocadura en el río Amazonas. Puyo, capital de la provincia de Pastaza, es una ciudad moderna, con una capacidad hotelera de más de 2.000 habitaciones. Enclavada en la Selva Amazónica, tiene un clima agradable de 18 a 20 grados centígrados. (Ledesma, 2012)

Puyo cuenta con dos compañías de tv cable la primera: American Cable cuyos servicios cubren los costos de quince dólares lo que corresponde a la instalación y doce dólares la mensualidad, la instalación se la hace de un día para otro aunque si hay problemas de red el usuario debe esperar 48 horas para tener en casa su tv cable. En la actualidad American Cable ofrece servicios de televisión pagada a través de cable de fibra óptica, que permite que su señal sea más nítida, ganando mercado a nivel local, ofertando 62 canales donde se incluye canales nacionales e internacionales, con programación las 24 horas del día.

La segunda opción de tv cable pagado es Puyo visión el costo va de veinte dólares por servicio de instalación lo que abarca 20 metros de cable y si el usuario desea más cable por cada metro le cuesta 80 centavos de dólar, la compañía entrega su servicio para el siguiente día, con un costo de sus mensualidades de 12 dólares con 50 centavos para un solo televisor si

el cliente requiere para un segundo o tercer televisor adicional por cada uno deberá cancelar 2, 20 ctvs. De dólares. Cuenta con 60 canales, su servicio de cable cubre lo que es la ciudad del Puyo y parte rural como: Veracruz, Primavera y Santa Rosa por el momento, ya que piensan expandirse por mas lugares con su sistema de cable. Es importante destacar que es una empresa local que no tiene mayor cobertura y ha presentado varios inconvenientes con el corte o suspensiones del servicio por lo que no se lo categoriza como una empresa estable que brinde garantías y satisfacción a los usuarios de dicho servicio. (Puyo Visión, 2015)

Otro servicio de televisión pagada es el que ofrece CNT en Pastaza, es de tipo de tecnología satelital, al igual que claro y DIRECTV, caracterizando a la Compañía de Telecomunicaciones del Ecuador como una entidad pública que permite acceder a 70 canales por un costo de 15 dólares mensuales, con un costo inicial de \$20.00, por concepto del equipamiento entregado (Antena y LNB). (Corporación Nacional de Telecomunicaciones, 2015)

Claro tiene como argumento de venta frente a CNT TV, que aún no posee las señales básicas del grupo HBO, esta condición cambio desde el 26 de agosto ya que todas estas señales son incluidas en el paquete básico sin incremento en el precio del paquete lo cual es una ventaja frente a Claro ya que su paquete básico es más costoso. \$24,00 dólares incluido impuestos por 34 señales de video. (Corporación Nacional de Telecomunicaciones, 2015)

Indudablemente el precio de CNT TV frente a DIRECTV es un argumento bastante fuerte a dar al cliente. El precio más económico de CNT TV es \$15 dólares vs \$20,95 dólares de DIRECTV. En paquetes HD el costo de instalación de DIRECTV es de \$78,00 con tarjeta de crédito y \$112,00 con débito bancario en servicio HD DVR y sin DVR \$56,00 tarjeta de crédito y \$78,40 débito bancario, mientras que CNT TV tiene una tarifa única de instalación de HD DVR de \$20,00 y \$20,00 en SD. DIRECTV cobra por el

servicio de grabaciones todos los meses, mientras CNT no. (Corporación Nacional de Telecomunicaciones, 2015)

2.6 Análisis de la Demanda Potencial según ARCOTEL

Con respecto al consumo de televisión pagada, se analiza el informe económico financiero de la solicitud de concesión para la explotación del servicio de televisión por cable donde se estima una demanda potencial que es calculada en base al -12.26% de la población total por hogar respecto del PEA; sin embargo el solicitante puede enfocarse en los hogares que aún no han sido atendidos, que representan el 64.40% del total de hogares de la parroquia Puyo. Esta apreciación se señala en razón de que el dato de hogares satisfechos por hogar (3.370) es superior a la demanda potencial por hogar definido con el PEA; apreciando que el gusto del consumo respecto del servicio es favorable aunque el porcentaje de NBI sea del 47,8%. (Resolución ARCOTEL, 2016)

Tabla. 1 Demanda Potencial según ARCOTEL

VARIABLES	N.
Población total	35.976
Número de Hogares - Población Total/ (3,8 habitante)	9.167
Población económicamente activa PEA'	16.083
Necesidades básicas insatisfechas NBI	47.8%
Necesidades básicas satisfechas NBS = 100% - NBI	52.2%
Demanda potencial por habitante = PEA•NBS	8.395
Demanda potencial por hogar = demanda potencial por Habitante/ (3,8 hab.)	L209
Demanda satisfecha por hogar del servicio en el mercado (estadística ARCOTEL)	3370
Demanda potencial insatisfecha por hogar en el mercado demanda potencial por hogar-demanda satisfecha del Servicio en el mercado	-1.161
Demanda potencial % -demanda potencial insatisfecha por Hogar en el mercado/número de hogares	12.26%

Fuente: American Cable, (2015)

La demanda potencial se ha calculado a partir de la población económicamente activa, discriminando la población con Necesidades

Básicas Insatisfechas, de tal manera que se ha considerado que únicamente la Población Económicamente Activa que cuenta con servicios básicos satisfechos, esto dividido para el número de habitantes por hogar (publicado por el INEC (2010) con un promedio de 3,8 habitantes por hogar), y deduciéndole el número de suscriptores captados por concesionarios que operan en el mercado se estima los siguientes datos expuestos en la tabla 1. (Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones, 2015)

2.7 Publicidad de los servicios de televisión pagada en la ciudad de Puyo.

La publicidad se ha ganado su mala fama. Pero ¿quién tiene realmente el poder, el publicista o el consumidor? La intrusión de la publicidad en la vida de una sociedad es una de las particularidades del nuevo milenio.

Hace más de 60 años que la cultura del consumo se ha ido enraizando en la civilización y la publicidad ha sido parte del círculo mercantil que va conformando la sociedad actual, en especial en lo que tiene que ver con el mercado de televisión pagada, ya que el ofrecimiento es bastante amplio en lo que tienen que ver con la satisfacción de los televidentes, con sus exigencias con respecto a la programación.

La publicidad se analiza como necesaria y propia de una empresa para financiarla, y por tanto también de la televisión como empresa que es, en el libro “La televisión y los españoles”.

2.7.1 Publicidad de Claro Satelital

En lo que respecta a paquetes y promociones Claro se mantiene en tres paquetes indispensables que abarcan Deportes, películas y canales preferenciales que tienen costos adicionales por programaciones especiales, mas actualizadas y con mayor acogida a nivel mundial, tales como os que se puede observar en el anexo N. 4 de las figuras 2 y 3.

La publicidad de Claro Satelital en todavía limitada ya que está incursionando en este tipo de servicio, por lo que la mayor parte de su publicidad está anclada a la telefonía celular que está posicionada en el mercado, en especial de Pastaza por su señal más amplia a lugares lejanos de la zona urbana, destacando de esta manera una publicidad a través de mensajería de texto, algo por medios de televisión y en especial a través de internet, teniendo acceso progresivo y una clara competencia por otras empresas con mejores precios y promociones.

2.7.2 Publicidad de DIRECTV

El servicio de Televisión Satelital de DIRECTV se caracteriza por prestar servicios prepago y pos pago, con recargas que permiten al usuario manejar su tiempo y canales desde cualquier parte, además posee antenas individuales que garantizan una señal de primera, ofertando servicios de internet con mejor señal que otras operadoras con servicios similares.

2.7.3 Publicidad de Televisión de CNT

La publicidad que maneja la Corporación Nacional de Telecomunicaciones es bastante amplia y agresiva, ya que según el censo poblacional (2010), 5.753 personas poseen servicio de telefonía fija y que una gran parte de la población restante está en busca de puertos disponibles por lo que están en continuo contacto con la Corporación Nacional de Telecomunicaciones – Pastaza, donde reciben publicidad sobre los diferentes servicios, dentro de los cuales se encuentra la Televisión satelital, que en Pastaza tuvo gran acogida por los costos, las facilidades de pago y el fácil acceso a planes y promociones como se muestra en las publicidades adjuntas.

Es importante destacar que la oferta que brinda CNT es bastante económica con respecto a otras operadoras, por lo que los usuarios prefieren el servicio ofertado, sin embargo existen otras empresas que están en auge como es el caso de American Cable y otras operadoras locales que

según los estudios no cuentas con la autorización reglamentaria de ARCOTEL, por lo que no cabe en el estudio realizado.

2.7.4 Publicidad American Cable

La empresa American Cable, se caracteriza por incursionar en el servicio de televisión por cable de fibra óptica que brinda una señal nítida a sus clientes.

Destacando los servicios de American Cable existe una gama de canales que en otras operadoras tienen costos adicionales, sin embargo mantienen precios módicos y se encuentran innovando sus servicios, destacando que su publicidad no es tan amplia y agresiva como de otras empresas y al tener el servicio a través de cable permite a los usuarios conectar varias televisiones sin costos exagerados ni cableados excesivos en los hogares, y que por las condiciones climáticas el uso de la fibra óptica mantiene la nitidez del servicio a diferencia de operadoras que utilizan antenas que se ven afectadas por las condiciones climáticas características de la ciudad de Puyo.

Por otra parte American Cable cuenta con su propio canal a través del cual hace publicidad de sus servicios, descuentos y ofertas, que permiten que otros usuarios se acerquen personalmente a conocer los servicios y las garantías que ofrecen a sus usuarios.

2.8 Comparativo Potencial entre Servidores de Televisión Pagada

En base al análisis realizado por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (2015), se puede determinar que entre las más grandes empresas que prestan servicios de televisión pagada en Puyo, sobresale con mejores costos y servicios la televisión de CNT.

Sin embargo al considerar la empresa local de American Cable que no está en el análisis anterior se puede decir con seguridad que esta empresa

ofrece mejores servicios con mejor señal y precios accesibles para la ciudadanía, por lo que en ocasiones la publicidad se la puede manejar por medio del servicio directamente, aunque cabe destacar que American Cable todavía se encuentra trabajando para posicionarse en el mercado de Pastaza debido a que recientemente reanudó y mejoró su prestación por cuestiones administrativas que limitaron su servicio, perdiendo gran cantidad de clientes que optaron por CNT y que nuevamente están en busca de proveedores locales de televisión.

Conclusiones

- Al fundamentar teóricamente las bases legales para instalar, operar y explotar sistemas de audio y video pagados a nivel nacional, se pudo determinar que es de suma importancia que las empresas realicen estudios de factibilidad para garantizar la operatividad y el éxito de su empresa, así como establecer garantías de un servicio de calidad para lo cual a nivel nacional, se ha venido aplicando regulaciones empresariales legales para instalar, operar y explotar sistemas de audio y video pagados, se pudo determinar que es de suma importancia que las empresas realicen estudios de factibilidad, para determinar su incursión en el mercado de la televisión pagada y de esta manera poder garantizar a los usuarios un servicio garantizando con una oferta en base a la demanda actual.
- Al identificar el número de empresas que ofrecen servicios de televisión pagada en la ciudad de Puyo se pudo establecer que de las cinco que se encuentran operando actualmente, una de ellas no cumple con lo establecido por la Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones, como es el caso de Puyo visión, por lo que no se ha hecho énfasis en esta empresa y únicamente se la describió con los servicios que oferta sin realizar análisis comparativos con el mercado y

las otras empresas que son Televisión CNT, Claro, DIRECTV y American Cable que basan el soporte de sus empresas garantizando servicios de calidad con planes y promociones que atraen a sus clientes, con variedad en sus costos para toda clase de gustos.

- Al realizar el análisis de la publicidad de los principales servidores de televisión pagada de la ciudad de Puyo se pudo determinar que la empresa con mayor publicidad escrita, televisiva, personalizada y en línea es la televisión pagada de CNT, teniendo la mayor acogida de los usuarios, no solo por la publicidad sino por las diferentes opciones y los precios que atraen a los consumidores. No se queda atrás DIRECTV que maneja publicidad televisiva en mayor medida, así como puntos de venta a nivel nacional que permiten a los usuarios acceder a planes prepago y pos pago, le sigue la televisión satelital de Claro que en la actualidad se encuentra incursionando en este servicio y que no cuenta con mayor publicidad pero trabaja con sus clientes de telefonía celular para dar a conocer sus planes y promociones destacando que los costos de claro sobrepasan a las operadoras anteriores, finalmente se encuentra American Cable que es una empresa local que no cuenta con publicidad abierta ni costosa, únicamente cuenta con la publicidad a través de volantes que son dados a conocer a través de los que ya han accedido al servicio de esta empresa y que ven sus beneficios tanto en costos como en la calidad de la señal, sin dejar de lado la cantidad de canales en comparación con otras empresas que ofrecen el mismo servicio a mayores costos y con menos calidad, por lo que se concluye que la publicidad es importante pero la población de Puyo prefiere costos bajos con calidad que solo pueden brindar empresas que cumplan con los requerimientos establecidos por la Superintendencia de Telecomunicaciones así como la Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones.

Bibliografía

- Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones, A. (2015). Boletín Estadístico del Sector de Telecomunicaciones. Quito - Ecuador: ARCOTEL
- Cañas J., (2005), La Televisión en El Salvador y las compañías de tv y tv digital, trabajo de grado de la Universidad Centroamericana pag.19. El Salvador.
- CONATEL, (2011). Reglamento para Clientes de Servicios que Presta la CNT EP. La Gerencia General de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP. Quito
- Corporación Nacional de Telecomunicaciones, C. (2015). Guía Comercial . Puyo - Ecuador: CNT.
- Consejo nacional de Telecomunicaciones, C. (2011). Reglamento de Audio y Video por Suscripción. Quito - Ecuador: CONATEL
- Cuenca y L, (2013). Panorama audiovisual en Am11). 5). Telecomunicaciones CNT EP. Quito. [En línea]:
http://www.dmasillorenteycuenca.com/publico/130808_informe_especial_region_latam.pdf.
- Isdefe, (2013). Hacia la transformación (en línea) Disponible en www.techfaq.com/lang/es/historia-of-satelitetelevision.html línea]:
http://publicaciones.caf.com/media/39809/informe_tecnologiacaf.pdf.

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (2013). Tecnologías de la Información y Comunicaciones, Quito, Ecuador.
- Ledesma, O. (2012). Reseña Histórica de la ciudad de Puyo: Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión - Puyo.
- Martín, O. (1 de Abril de 2014). Fen Opina Online. Obtenido de http://www.fcsh.espol.edu.ec/Delosserviciosalconsumomasivo_OlgaMartin
- Puyo Visión, T. (2015). Televisión por Cable. Puyo.
- Ramos D, G. D. (2010). La influencia de la Televisión en las familias de la ciudad de Puyo. Puyo: UTPL.
- Resolución ARCOTEL, (2016). Informe económico financiero de la solicitud de concesión para la explotación del servicio de televisión por cable. Quito: ARCOTEL.

Anexos

Anexo 1. Competencia de los sistemas de audio y video por suscripción

CAPITULO I AMBITO Y COMPETENCIA

Art. 1.- Los sistemas de audio y video por suscripción, son competencia del CONATEL y se regulan por el presente reglamento y demás normas que expida el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) sobre la materia.

Art. 2.- El presente reglamento norma:

- a) La concesión, instalación, operación, explotación de los sistemas de audio y video por suscripción y sus servicios de valor agregado, en todo el territorio nacional;
- b) La autorización a los propietarios u operadores satelitales, para la utilización de las facilidades del segmento espacial y comercialización de la señal satelital de los servicios de radiodifusión y televisión en el territorio nacional; y,

Cualquier otro sistema que preste servicios de Audio y Video por suscripción y que opere o se implemente técnicamente en el futuro. (Consejo nacional de Telecomunicaciones, 2011)

Anexo 2. Concesiones para instalar, operar y explotar sistemas de audio y video por suscripción, en base a los establecido por el Consejo nacional de Telecomunicaciones, (2011)

CAPITULO III
DE LAS CONCESIONES

Art. 5.- El CONATEL, es el único organismo que a nombre del Estado otorga concesiones para instalar, operar y explotar sistemas de audio y video por suscripción; y autoriza su operación y funcionamiento.

El CONATEL, se pronunciará sobre la concesión y autorizará la contratación, instalación, operación y explotación de sistemas de audio y video por suscripción, con base a los documentos que presente el interesado, previo cumplimiento de los requisitos reglamentarios y considerando los informes que emita la SUPERTEL, los mismos que serán presentados en un plazo no mayor de quince días, término este que podrá ser ampliado previa petición escrita y fundamentada de la SUPERTEL.

Cuando la información estuviere incompleta, la SUPERTEL suspenderá el trámite, requerirá al interesado los documentos y requisitos faltantes e informará al CONATEL, lo correspondiente.

Art. 6.- Las solicitudes de concesión serán tramitadas y procesadas en el orden que las reciba la Secretaría del CONATEL, en un plazo de sesenta días, luego de la entrega de los informes por parte de la SUPERTEL.

Art. 7.- La concesión de cualquier sistema de audio y video por suscripción será específica y con expresa indicación del área de operación autorizada, la que en ningún caso será menor a la que corresponda a una parroquia, determinándose las localidades a servir.

Cuando se requieran ampliaciones de cobertura para los sistemas en funcionamiento, el concesionario / prestador deberá presentar la correspondiente solicitud al CONATEL; la SUPERTEL y SENATEL emitirán los informes técnicos y legales relacionados con la factibilidad y potestad para proceder a otorgar la ampliación de cobertura, conjuntamente con el proyecto de minuta de adenda al contrato. Con los informes favorables emitidos por la SUPERTEL y la SENATEL, el CONATEL, otorgará la ampliación de cobertura, para lo cual la SUPERTEL en sus informes hará constar que se ha cumplido con los requisitos establecidos en el artículo 20 de la Ley de Radiodifusión y Televisión, en concordancia con el artículo 16 de su Reglamento General, esto es:

- Solicitud dirigida al CONATEL;
- Fotocopia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del concesionario;
- Ultimo comprobante de pago otorgado por la SENATEL;
- Registro Único de Contribuyentes, RUC;
- Estudio de ingeniería;
- Título de propiedad de los equipos, a falta de este la promesa de compraventa judicialmente reconocida y/o notariada;
- Garantía a favor de la Superintendencia de Telecomunicaciones para avalar el cumplimiento de la instalación de la extensión de red, por el valor equivalente de 20 salarios mínimos vitales del trabajador en general, vigentes a la fecha de suscripción del contrato y,

- Declaración juramentada elevada a escritura pública otorgada por el concesionario de no encontrarse incurso en las prohibiciones señaladas en los artículos 312 de la Constitución de la República e innumerado 8 que consta a continuación del artículo 74 de la Ley de Radiodifusión y Televisión, reformado por la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.

Para el caso de personas jurídicas, adicionalmente se deberá presentar la siguiente documentación:

- Constitución de la compañía y Reformas en caso de haberlas;
- Nombramiento del Representante Legal debidamente inscrito en el Registro Mercantil;
- Fotocopia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del Representante Legal;
- Nómina de los socios o accionistas de la Compañía, otorgada por la Superintendencia de Compañías;
- Certificado de Cumplimiento de Obligaciones, otorgado por la Superintendencia de Compañías; y,
- Declaración juramentada elevada a escritura pública, otorgada por el Representante Legal de que él ni su representada se encuentran incursos en las prohibiciones señaladas en los artículos 312 de la Constitución de la República e innumerado 8 que consta a continuación del artículo 74 de la Ley de Radiodifusión y Televisión, reformado por la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.

Para los casos en los cuales el concesionario requiera instalar una nueva estación transmisora (head-end), corresponderá a un nuevo sistema. Para el caso de las modificaciones dentro del área de cobertura corresponderá a la Superintendencia de Telecomunicaciones autorizarlos.

Nota: Artículo reformado por Resolución del CONATEL No. 599, publicada en Registro Oficial 815 de 23 de Octubre del 2012.

Art. 8.- Los requisitos que debe presentar el peticionario para obtener la concesión y ser autorizado para instalar, operar y explotar un sistema de audio y video por suscripción, son aquellos enumerados y descritos en los artículos 20 de la Ley de Radiodifusión y Televisión y 16 de su reglamento general.

El CONATEL aprobará los formatos individuales de requisitos para cada servicio. Además de los requisitos legales y reglamentarios, los concesionarios del sistema codificado satelital, deberán presentar el respectivo acuerdo o convenio de comercialización suscrito con el operador del servicio. Además de los requisitos legales y reglamentarios, los peticionarios para obtener una concesión de un sistema de audio y video por suscripción, deberán presentar un estudio que demuestre la factibilidad financiera de su proyecto, para lo cual se utilizarán los formularios señalados en este artículo.

Art. 9.- OTORGAMIENTO DE LA CONCESION:

- a. Una vez que se cumplan los requisitos referidos en el artículo anterior, para decidir sobre la concesión y resolver sobre la autorización, el CONATEL conocerá: la solicitud, documentación e informes emitidos por la SUPERTEL y SENATEL. De ser favorable el pronunciamiento del CONATEL, este dispondrá anunciar en prensa la realización del trámite de suscripción del contrato correspondiente, conforme se indica en el siguiente literal del presente artículo.

Nota: Literal sustituido por Resolución del CONATEL No. 599, publicada en Registro Oficial 815 de 23 de Octubre del 2012.

- b. De conformidad con lo dispuesto en el cuarto inciso del Art. 9, reformado de la Ley de Radiodifusión y Televisión, el CONATEL anunciará la realización de este trámite por uno de los periódicos de mayor circulación de Quito y Guayaquil y, por el de la localidad, a costo del peticionario, con el objeto de que, en el plazo de quince días

contados a partir de la publicación, cualquier persona pueda impugnar, conforme a la ley, dicha concesión; y, Si no se producen impugnaciones al trámite de autorización o si estas son desestimadas, el Consejo, otorgará el término de hasta 60 días para que el peticionario presente ante la SUPERTEL los documentos indicados en el numeral 3 del artículo 16 del Reglamento General a la Ley de Radiodifusión y Televisión, que son los siguientes:

- Una garantía en dinero en efectivo o cheque certificado a favor de la Superintendencia de Telecomunicaciones por cada uno de los sistemas que solicita para el fiel cumplimiento de la instalación y operación de los mismos, por el valor equivalente a 20 Salarios Mínimos Vitales del Trabajador en General, vigentes a la fecha de suscripción del contrato;
- Título de propiedad de los equipos, a falta de éste la promesa de compraventa judicialmente reconocida y/o notariada;
- Título de propiedad, o contrato de arrendamiento, del lugar en donde se instalará el head-end.
- Copia de las publicaciones realizadas por la prensa.

Una vez cumplido los requisitos que anteceden, la SUPERTEL remitirá el informe de que el peticionario ha cumplido con los requisitos señalados anteriormente, y el proyecto de minuta para la suscripción del respectivo contrato, posterior a lo cual, la SENATEL emitirá un informe respecto a la continuidad del trámite respectivo, y enviará toda la documentación al CONATEL para la resolución correspondiente.

Nota: Literal reformado por Resolución del CONATEL No. 599, publicada en Registro Oficial 815 de 23 de Octubre del 2012.

Anexo 3. Modalidades de Servicio de Audio



Figura. 1 Modalidades de Servicios de Audio y Video por Suscripción
Fuente: ARCOTEL, (2015).

Anexo 4. Publicidad de Televisión Satelital Claro

Claro Sport Ecuador



Aumenta tu entretenimiento mirando el Campeonato Ecuatoriano de Fútbol por ClaroTV. Servicio prestado y facturado por CONECEL S.A.

Destacados



Disfruta nuestra mejor programación en ClaroTV. Servicio ClaroTV modalidad satelital es prestado por Conecel S.A.

Canales de Pago



Contrata el paquete Adicional que más te guste para tu plan y podrás disfrutar las más recientes películas, así como los mejores filmes para adultos, con apenas un costo adicional de tu valor mensual. Servicio prestado y facturado por CONECEL S.A.

Figura. 2 Planes de Claro TV

Fuente: Claro, (2016)

Televisión Satelital



[Solicitar >](#)

PLANES TV

PORQUE EN CASA TIENES TODO PARA DIVERTIRTE EN FAMILIA.

Claro-tv

53 CANALES

INCLUYE PAQUETE PREMIUM FOX+
ADEMAS RECIBE 12 CANALES ADICIONALES DURANTE 3 MESES

PRECIO FINAL NORMAL \$29.62

23 CANALES +

PRECIO PROMOCION POR 6 MESES

\$20⁶⁰

+ IMP / MES
CUOTA FINAL PROMO \$27.42

Servicio Televisión satelital es prestado por Conecel S.A

Paquetes Adicionales Digitales

Solicitar >

DISFRUTA DE LA ALTA DEFINICIÓN **CON CLARO TV**

Logos of various channels including: Nickelodeon HD, FOX HD, A&E HD, H&W HD, Nat Geo Wild, Discovery HD, h&h, FOX HD, FOX Sports HD, ESPN HD, ESPN 2 HD, FOX HD, MTV, Telenovelas HD, FOX HD, HBO, TNT HD, TLC, HBO, MGM, and others.

Servicio Televisión modalidad Cable es prestado por Ecuatoriatelecom S.A. Válido en Guayaquil, Daule y Samborondón.

Figura. 3 Publicidad de Claro TV
Fuente: Claro, (2016)

Anexo 5. Publicidad de DIRECTV

PROGRAMACIÓN FAVORITA EN ALTA DEFINICIÓN

DIRECTV HD
pre-pago

AHORA TAMBIÉN FUEROS
CONSULTAR TU SALDO
EN EL CANNAL 100

AHORA CON **5 días** más de programación favorita en alta definición

TOTAL **131** CANALES

PARA ACTIVAR TU KIT LLAMA AL 82 299 99 99

KIT incluye: • SATÉNTE • RECEPTOR • SATELITE INTELIGENTE • MANUAL DE INSTALACIÓN • CONTROL REMOTO • ACCESORIOS DE INSTALACIÓN • CABLE COAXIAL

Logos of various channels including: FOX+, HBO, FOX+, and others.



Figura. 4 Publicidad de DIRECTV
Fuente: DIRECTV, (2016).

Anexo 6. Publicidad de Televisión de CNT

Cnt TV Planes SD

Planes SD



Instalación
\$ 20,00

PLAN	TARIFA	TARIFA ICE+IVA	CANALES
PLAN SUPER SD	\$ 15,00	\$ 19,32	71
PLAN SUPER SD + TOTAL PLUS	\$ 25,00	\$ 32,20	101

NOTA:

- El valor de los planes total Plus es de \$10.00.
- Para la contratación del Plan Total Plus debe contratar el Plan Súper.
- Dentro de las 71 señales del Plan Súper se incluyen 10 señales de audio:



Cnt TV CONTENIDO PLAN SÚPER

El tríptico de ventas más gráfico con uso de logos de señales

PLAN SÚPER
 69 señales
 PAGO MENSUAL
\$15.00

LOCAL					TV	TV	TV	TV	TV
PARADOIS					TV	TV	TV	TV	TV
108	109	110	111	112	113	114	115	116	117
118	119	120	121	122	123	124	125	126	127
128	129	130	131	132	133	134	135	136	137
138	139	140	141	142	143	144	145	146	147
148	149	150	151	152	153	154	155	156	157
158	159	160	161	162	163	164	165	166	167
168	169	170	171	172	173	174	175	176	177
CANALES DE AUDIO					TV	TV	TV	TV	TV

Eliminación señal

Figura. 5 Publicidad de televisión de CNT
Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones, (2016).



CNT TV PAQUETE TOTAL PLUS CON 50% DESCUENTO

SÚMALE 30 CANALES A TU PLAN SÚPER ~~PAGO MENSUAL \$10.00~~ **\$ 5.00 + I+P**
PAGO MENSUAL

PLAN SÚPER +

56	58	59	60	PELÍCULAS Y SERES	107	108	109
INFANTIL nick jr.	nick jr.	nick jr.	nick jr.	PELÍCULAS Y SERES	C-SAT	Syfy Imaginación	tbs veryfunny
156	158	303	305	DOCU-MENTAL	356		
VARIADO/ ESTILO DE VIDA glitz+	glitz+	DEPORTES FOX B	ESPN 3	DOCU-MENTAL 50C			
357	358	359	360	NOTICIAS	402	404	453
VIM & PPS	Civilizean	turbo	tru	NOTICIAS CNN INTERNACIONAL	CNN INTERNACIONAL	404 THE WORLD NOW	MÚSICA VH1
505	506	INTER-NACIONAL	550	501	552	553	
CINE amc	amc	INTER-NACIONAL E	INTER-NACIONAL CINEMA	amundo	tve	FOX HISTORIA VIVA	
554	555	RELIGIOSO	600	601	610		
RELIGIOSO 50C	RELIGIOSO 50C	RELIGIOSO	EVANGELIO 50C	entace	EMPRESARIAL WOB		

Incorporación ESPN desde el 1 de Octubre.

FOX+ PAGO MENSUAL **\$ 10.00 + I+P**

509	510	511	512	513	514
FOX MOVIES	FOX Classics	FOX family	FOX comedy	FOX ACTION	FOX CINEMA



Figura. 6 Planes de CNT TV
 Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones, (2016).

TRANSFORMA
TU MANERA DE IMAGINAR
TRANSFÓRMALO

HBO MAX DIGITAL DEFINICIÓN ESTÁNDAR
D Pago Mensual \$10

518	519	520	521	522	523	524
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Figura. 7 Paquete HBO de CNT

Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones, (2016).

Anexo 7. Publicidad de American Cable

Máximo entretenimiento familiar 71 canales

El mejor servicio de TV por cable de Pastaza
americancablepuyo@gmail.com
(03) 2884 919 / 0995047600

La mejor tecnología de la fibra óptica, los mejores canales, al mejor costo y con la mayor cobertura.

Figura. 8 Publicidad de American Cable
 Fuente: American Cable, (2016).



american CABLE
tu nueva imagen

SERVICIOS:

- Televisión por cable.
- Creación y difusión de publicidad audiovisual privada e institucional.
- Arrendamiento de espacio televisivo.
- Transmisiones de eventos en vivo.
- Servicios generales de publicidad.

PUYO
Atahualpa entre 9 de Octubre y 10 de Agosto
(03) 2884 919 / 0995047600

N° CANAL	NOMBRE
2	UCSG
3	CANELA
4	TELEAMAZONAS
5	TC TELEVISION
6	AMERICAN CABLE
7	OROMAR TV
8	SONOVISION
9	GAMA TV
10	RTU
11	RTS
12	CANAL 1 ECUADOR
13	ECUAVISIA
14	TELERAMA
15	ECUADOR TV
16	CIUDADANO TV
17	AVENTURA TV
18	TELESISTEMA 11
19	CANAL 6 HONDURAS
20	NICK TOONS
21	DICOVERY KIDS
22	NICKELODEON
23	DISTRITO COMEDIA
24	AZ CORAZON
25	AZ MUNDO
26	TL NOVELAS
27	CANAL DE LAS ESTRELLAS
28	TELEMUNDO
29	CINECANAL
30	TELEVEN
31	LA TELE
32	FOX SPORT
33	FOX SPORT 2
34	FOX SPORT 3
35	UNICABLE
36	ESPN 3
37	CLARO SPORT (VIVA SPORT)
38	DISCOVERY CHANNEL
39	DISCOVERY HOME & HEALT
40	NATIONAL GEO.
41	ANIMAL PLANET
42	TELEFUTURO
43	TELEANTOQUIA
44	CORAL 39
45	GOLDEN EDGE
46	GOLDEN
47	UNIVERSAL CHANNEL
48	FOX CHANNEL
49	FX
50	FILM ZONE
51	PARAMOUNT CHANNEL
52	MUNDO FOX
53	CINE LATINO
54	MULTIPREMIER
55	TIIN
56	FOX LIFE
57	CABLE NOTICIAS
58	CITY TV
59	TV AGRO
60	AZTECA SIETE
61	TELEPACIFICO
62	TELEANTILLAS
63	NU MUSIC EXA TV
64	RUMBA TV
65	TELENOSTALGIA
66	MI GENTE
67	HOGAR TV
68	TELESUR
69	ENLACE
70	ENLACE JUVENIL
71	EWTN
72	BETHEL

Figura. 9 Canales de American Cable

Fuente: American Cable, (2016).

Anexo 8. Promociones de CNT TV, Claro Tv y DIRECTV



Figura. 10 Comparativo competencia Planes SD
Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones, (2016).



Figura. 11 Comparativo Competencia Planes HD
Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones, (2016).



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis del mercado de la televisión pagada en la ciudad de Puyo.		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Castro Guamanquispe Gabriela Alexandra		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Ing. Diana Espinoza Alcívar, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Ingeniería en Marketing		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Marketing		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	29 de Agosto del 2016.	No. DE PÁGINAS:	41
ÁREAS TEMÁTICAS:	Marketing, Administración ,Emprendimiento		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Análisis, mercado, consumo, televisión por cable, televisión satelital, televisión pagada, servicio.		
<p>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): El ensayo se encuentra delimitado por el Análisis del mercado de la televisión pagada en la ciudad de Puyo, basando su desarrollo en conocer cuáles son las reglamentaciones que deben cumplir las empresas que prestan los servicios de televisión pagada para lo cual fue necesario fundamentar teóricamente las bases legales para instalar, operar y explotar sistemas de audio y video pagados a nivel nacional, donde se pudo conocer que existen parámetros que las empresas al cumplirlos aseguran la calidad de su servicio así como la estabilidad en el mercado. Posteriormente se identificó el número de empresas que ofrecen servicios de televisión pagada en la ciudad de Puyo, encontrando la novedad que no todas cumplen con las reglamentaciones a nivel nacional, sin embargo las empresas más grandes así como la única local sí cumplían con todos los requisitos establecidos por la SUPERTEL, teniendo a la televisión de CNT como el principal proveedor de este servicio, seguido de DIRECTV, Claro y American Cable, que aunque esta al final en consumo y preferencia por los usuarios se encuentra trabajando con fibra óptica y precios</p>			



accesibles que están ocasionando que los consumidores empiecen a preferir sus servicios. Finalmente se analizó la publicidad de los principales servidores de televisión pagada de la ciudad de Puyo, posicionando en primer lugar de consumo a la televisión de CNT con respecto a la ciudad de Puyo, siguiendo el mismo orden descendente descrito anteriormente, por lo que existe necesidades por parte de las otras empresas para el trabajo en estrategias publicitarias que permitan a los usuarios conocer sus servicios con sus ventajas en especial de la empresa local de American Cable.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593 0996103304/0996449227	E-mail: gabby-nena@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Samaniego López Jaime Moisés	
COORDINADOR DEL PROCESO DE UTE	Teléfono: +593-4-2206950	
	E-mail: Jaime.samaniego@cu.ucsg.edu.ec	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA	
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Castro Guamanquispe Gabriela Alexandra, con C.C: # 160060895-2 autora del componente practico de titulación: Análisis del mercado de la televisión pagada en la ciudad de Puyo. Previo a la obtención del título de **INGENIERO EN MARKETING** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 29 de Agosto del 2016

f. _____

Castro Guamanquispe Gabriela Alexandra

C.C: 160060895-2