



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR ECUATORIANO DE
PRODUCTIVIDAD**

CARRERA TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN

**“DESARROLLO DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR CONTENIDOS,
INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA EN LOS SERVICIOS DE TRANSMISIONES EN
VIVO DE RTV CANAL DIGITAL”**

**Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo Superior en
Administración de Empresa.**

AUTOR: KLEBER PLUTARCO NARANJO TITUAÑA

TUTOR: MSC. RAMIRO TORO

Quito, 2024

CESIÓN DE DERECHOS

Quito, 11 de julio de 2024

Yo Kleber Plutarco Naranjo Tituaña alumno de la Carrera de Administración de Empresas, reconozco que el presente proyecto es de mi autoría, pero los derechos de propiedad intelectual pertenece al Instituto Superior Tecnológico Ecuatoriano de la Productividad.

Tema: DESARROLLO DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR CONTENIDOS, INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA EN LOS SERVICIOS DE TRANSMISIONES EN VIVO DE RTV CANAL DIGITAL

Kleber Plutarco Naranjo Tituaña
C.I. 1712280682

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Kleber Plutarco Naranjo Tituaña, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, autentica, es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad

Kleber Plutarco Naranjo Tituaña

C.C: 1712280682

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Kleber Plutarco Naranjo Tituaña portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1712280682 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado “Desarrollo de Estrategias para Mejorar Contenidos, Innovación y Tecnología en los Servicios de Transmisiones en vivo de rtv Canal Digital” con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Ecuatoriano de Productividad

Kleber Plutarco Naranjo Tituaña

C.C: 1712280682

Quito, 11/07/2024

DEDICATORIA

"Dedico este trabajo de investigación a mis padres María y Plutarco, a mis hermanos Nelly y René, por su constante apoyo anímico y económico. A mi mentor MSC. Ramiro Toro, por su guía experta y paciencia. A Jade y Raquel, por su influencia y ánimo en los momentos difíciles. Y a todas las personas que, de una forma u otra, contribuyeron a hacer posible este proyecto."

AGRADECIMIENTO

"Quisiera expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que hicieron posible la realización de este trabajo de investigación y a la Asociación de Empleados y Servidores Municipales (ASEM) del DMQ, por su respaldo y apoyo.

A mi tutor, Msc. Ramiro Toro cuya orientación experta y apoyo constante fueron fundamentales para el desarrollo de este proyecto. Su dedicación y conocimientos han sido una inspiración para mí. A rtv canal digital por su colaboración invaluable en la recolección y análisis de datos. Su contribución fue esencial para obtener resultados significativos.

A mis amigos y familiares por su apoyo inquebrantable durante este proceso, sus palabras de aliento y comprensión me impulsaron a seguir adelante incluso en los momentos más desafiantes. Finalmente, quiero expresar mi gratitud a mi hermana, por proporcionar el respaldo económico necesario para llevar a cabo esta investigación, mi más profundo agradecimiento. Este trabajo no habría sido posible sin su ayuda y apoyo constante."

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I	1
1 ANTECEDENTES	1
1.01 CONTEXTO	1
1.02 JUSTIFICACIÓN	3
CAPÍTULO II.....	10
2. ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS.....	10
2.01 Mapeo de Involucrados	10
2.02 Matriz de análisis de involucrados	10
CAPÍTULO III	15
3. ÁRBOL DE PROBLEMAS Y OBJETIVOS.....	15
3.01 Árbol de problemas	15
3.02 Árbol de objetivos	18
CAPÍTULO IV.....	20
4.01 DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	20
2 MATRIZ DE MARCO LÓGICO (MML)	22
CAPÍTULO V	25
CAPÍTULO VI.....	51
1. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	51
6.01 RECURSOS	51
6.0.1.1 Recursos Humanos	51
6.0.1.2 Recursos Técnicos	52
6.0.1.3 Recursos Financieros	52
6.0.1.4. Recursos Organizacionales.....	53
6.0.1.5. Recursos de Infraestructura	53
6.1.0.6. Recursos Legales	54
6.1.0.7. Recursos de Capacitación y Desarrollo	54

6.02 PRESUPUESTO	55
6.0.2.1. Inversión Inicial (Excel)	55
6.0.2.6 Total General del Presupuesto Anual	56
6.03 CRONOGRAMA.....	57
CAPÍTULO VII.....	59
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	59
7.01 CONCLUSIONES.	59
7.02 RECOMENDACIONES	61
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
ANEXOS	65

INTRODUCCIÓN

RTV canal digital se enfrenta a desafíos en su proceso administrativo que impactan la eficiencia y la rentabilidad. Para abordar esta situación, hemos desarrollado un plan estratégico enfocado en mejorar y optimizar nuestras operaciones administrativas.

Para esto identificamos áreas clave de mejora en nuestro proceso administrativo, incluyendo la gestión del área tecnológica, la contabilidad y finanzas, y talento humano y la atención al cliente. Estas deficiencias han generado pérdidas de tiempo, recursos y oportunidades de mejora continua.

La implementación de un sistema integrado de gestión empresarial (ERP) para optimizar procesos y centralizar la información, identificadores claves de rendimiento o medidor de desempeño (KPIs) para monitorear el desempeño y la eficacia de las mejoras implementadas, para obtener los resultados se deberá considerar que la evaluación y selección de un sistema ERP sea el adecuado para las necesidades de la empresa. La implementación gradual del ERP, comenzando por áreas prioritarias identificadas, el monitoreo continuo del desempeño y ajuste de estrategias según sea necesario. Se asignarán recursos financieros para la adquisición e implementación del sistema ERP, así como para la capacitación del personal y la automatización de procesos. Se espera que estas inversiones generen ahorros significativos a largo plazo y mejoren la competitividad de la empresa en el mercado.

Con la implementación de este plan de negocios para mejorar el proceso administrativo, nuestra empresa estará mejor posicionada para enfrentar los desafíos del entorno empresarial actual. La optimización de las operaciones administrativas permitirá operar de manera más eficiente, reducir costos y ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes.

ABSTRACT

The RTV digital channel faces challenges in its administrative process that impact efficiency and profitability. To address this situation, we have developed a estrategia plan focused on improving and optimizing our administrative operations.

To do this, we identified key areas of improvement in our administrative process, including the management of the technology area, accounting and finance, and human talent and customer service. These deficiencies have generated losses of time, resources and opportunities for continuous improvement.

The implementation of an integrated business management system (ERP) to optimize processes and centralize information, key performance identifiers or performance meters (KPI) to monitor the performance and effectiveness of the implemented improvements, to obtain the results it must be considered that the evaluation and selection of an ERP system is appropriate for the needs of the company. The gradual implementation of the ERP, starting with identified priority areas, continuously monitoring performance and adjusting strategies as necessary. Financial resources will be allocated for the acquisition and implementation of the ERP system, as well as for staff training and process automation. These investments are expected to generate significant long-term savings and improve the company's competitiveness in the market.

With the implementation of this business plan to improve the administrative process, our company will be better positioned to face the challenges of the current business environment. Optimizing administrative operations will allow us to operate more efficiently, reduce costs and offer better service to our customers

CAPÍTULO I

1 Antecedentes

1.01 Contexto

Macro: La historia del streaming tiene sus raíces en los avances tecnológicos y las necesidades cambiantes de consumo de medios. Los inicios de la transmisión en línea: A fines de la década de 1990 y principios de la década de 2000, con el aumento de la banda ancha y la tecnología de compresión de datos, surgieron las primeras plataformas de transmisión en línea. Estas permitían la entrega de contenido multimedia, como música y video, a través de Internet de manera más eficiente. Los avances tecnológicos, la mejora en la velocidad y capacidad de las conexiones a Internet fue fundamental para el desarrollo del streaming. La tecnología de compresión de datos, como el formato MP3 para audio y el formato MPEG para video, también desempeñó un papel importante al permitir la transmisión de contenido de alta calidad con menos uso de ancho de banda.

YouTube, fundada en 2005, marcó un hito importante en la historia del streaming. La plataforma permitió a los usuarios cargar, compartir y ver videos de forma gratuita, democratizando la creación y distribución de contenido en línea. Su éxito impulsó el interés en el streaming de video como una forma de entretenimiento y comunicación. El auge de las plataformas de transmisión de video en vivo, con el avance de la tecnología móvil y la mejora de las redes de datos móviles, las plataformas de transmisión de video en vivo como Periscope (adquirida por Twitter en 2015) y Facebook Live (lanzada en 2016) se volvieron populares. Estas plataformas permitieron a los usuarios transmitir eventos en tiempo real desde sus dispositivos móviles, dando lugar a una nueva forma de interacción social y cobertura de noticias.

El auge de las plataformas de streaming de video bajo demanda como Netflix, fundada en 1997 como un servicio de alquiler de DVD por correo, se convirtió en una de las principales plataformas de streaming de video bajo demanda a partir de la década de 2010. Su modelo de negocio de suscripción mensual por acceso ilimitado a contenido

audiovisual cambió la forma en que las personas consumen películas y programas de televisión.

El streaming se ha expandido más allá del entretenimiento, con aplicaciones en áreas como la educación (transmisión de conferencias y clases en línea), los deportes (transmisión en vivo de eventos deportivos) y los negocios (transmisión de reuniones y presentaciones en línea). En resumen, el streaming ha evolucionado a lo largo de las décadas como resultado de avances tecnológicos, cambios en el comportamiento del consumidor y la innovación en la entrega de contenido multimedia a través de Internet.

Meso: El streaming¹ llegó a Ecuador en conformidad con su expansión global en las últimas décadas, especialmente en la década de 2010. Aunque no hay una fecha específica para el inicio del streaming en el país, podemos decir que empezó a ser accesible y popularizado a medida que la tecnología y la infraestructura de Internet mejoraron.

Plataformas de streaming de música como Spotify y servicios de transmisión de video como Netflix y YouTube, Facebook live se volvieron ampliamente disponibles en Ecuador a lo largo de la década de 2010. La penetración de Smartphone y dispositivos inteligentes, junto con el crecimiento de la conectividad de banda ancha, contribuyeron al aumento del uso del streaming en el país.

Además, la adopción de servicios de streaming localizados y específicos para el mercado ecuatoriano también se ha incrementado en los últimos años como TikTok, aplicación X antes Twitter, entre otras, ofreciendo contenido adaptado a las preferencias culturales y lingüísticas de la población local.

En resumen, el streaming se ha convertido en una parte integral de la vida digital en Ecuador, siguiendo las tendencias globales y adaptándose a las necesidades y gustos de la audiencia local.

¹ Cualquier reproducción de audio, vídeo y otros contenido multimedia en un dispositivo en tiempo real a través de Internet

Micro: rtv canal digital es un medio digital que empieza sus transmisiones en el año del 2018 con la cobertura de un campeonato interno dentro de la parroquia de Cumbayá denominado Torneo de Campeones, este fue el inicio de rtv canal digital en coberturas deportivas, para el año 2019 empieza con las transmisiones en vivo (streamig) por la plataforma de Facebook con la inauguración y torno de Campeón de campeones organizado por la Asociación de ligas rurales del cantón Quito, para el 2019 y 2020 realiza la cobertura y transmisiones en vivo del torneo infanto juvenil interparroquial parroquial, para el 2020 por la pandemia mundial del COVID-19 rtv lanza la programación diaria en horario nocturno con entrevistas y presentación artísticas, desde este año rtv no ha dejado de transmitir programación diaria contando con 1100 programas en dos plataformas en simultaneo Facebook y YouTube, incrementado la presencia en redes como Instagram, blogger, TikToK y X; actualmente rtv cuenta con presencia en las 33 parroquias del DMQ, llevando la información del acontecer, deportivo, educativo, cultural, noticioso y de opinión de manera veraz y oportuna, con alto sentido de responsabilidad social y ambiental.

1.02 Justificación

El deporte, la cultura y la educación son herramientas poderosas para fomentar la integración y la cohesión social en las parroquias. Estas actividades brindan oportunidades para que las personas de diferentes edades, géneros, culturas y trasfondos socioeconómicos se unen en torno a un interés común, fortaleciendo los lazos comunitarios y promoviendo el entendimiento intercultural, por lo tanto la difusión por medio de canales digitales mediante las herramientas y aplicaciones en redes sociales se han convertido en instrumentos primordiales para poder promover y comunicar de todas las actividades, deportivas, fiestas culturales acciones educativas y promover la pertenencia e identidad parroquial. Para justificar un plan de negocios destinado a mejorar el proceso de producción y transmisión, es importante resaltar los beneficios tanto económicos como estratégicos.

Eficiencia operativa: Mejorar el proceso de producción y transmisión de televisión puede aumentar la eficiencia operativa de la empresa. Esto podría reducir los costos de

producción al optimizar los recursos, reducir el desperdicio y minimizar los tiempos de inactividad.

Al mejorar los procesos, se puede elevar la calidad del producto final. Una producción de transmisión de mayor calidad puede atraer a una audiencia más amplia y aumentar la retención de espectadores, lo que potencialmente conduce a mayores ingresos por publicidad y suscripciones. En un mercado altamente competitivo como el de las transmisiones, es crucial mantenerse actualizado con las últimas tecnologías y prácticas de producción. Mejorar el proceso de producción y transmisión puede ayudar a mantenerse relevante y competitiva en el mercado.

La flexibilidad y adaptabilidad, es un factor que se debe tomar en cuenta, los avances tecnológicos están transformando rápidamente la industria de las transmisiones vía streaming. Un plan para mejorar el proceso de producción y transmisión puede permitir adaptarse más rápidamente a los cambios en el mercado y aprovechar nuevas oportunidades emergentes, como la transmisión en línea o la producción de contenido en formatos innovadores.

Al optimizar los procesos, se pueden reducir los riesgos operativos y técnicos asociados con la producción y transmisión de streaming. Esto puede incluir la mitigación de fallas técnicas durante la transmisión en vivo o la minimización de errores de producción que podrían afectar y repercutir la imagen de rtv canal digital.

Mejorar los procesos de producción y transmisión también puede contribuir a los objetivos de sostenibilidad de la empresa al reducir el consumo de recursos naturales, minimizar los residuos y disminuir la huella de carbono asociada con las operaciones de streaming.

Un plan de mejora a los procesos, sin lugar a duda ayudará a fomentar la innovación dentro de rtv canal digital, al promover la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías y metodologías de producción. Esto puede abrir nuevas oportunidades de negocio y mejorar la posición de rtv canal digital como líder del mercado.

En este marco, rtv Canal Digital es un canal digital deportivo, cultural, educativo y social al servicio de la comunidad, coherentes con nuestro slogan “más allá del deporte” trabajamos en el mejoramiento continuo de nuestras transmisiones y programas de entretenimiento para nuestros seguidores, con criterios amigables y de protección del cuidado del deporte y del ambiente y proponiendo una mejora continua al plan de negocios para mejorar el proceso de producción y transmisión de rtv canal digital.

1.03 Objetivo General

Implementar un plan de negocios integral en rtv canal digital, destinado a mejorar los procesos de producción y transmisiones en vivo de programas de entretenimiento de carácter deportivo, social, cultural y educativo en el DMQ , con el fin de aumentar la eficiencia operativa, elevar la calidad del producto final, fortalecer la competitividad en el mercado y fomentar la innovación tecnológica.

1.04 Objetivos Específicos.

Desarrollar e implementar procedimientos y tecnologías que optimicen los flujos de trabajo de producción, reduciendo los tiempos de producción, minimizando los errores y maximizando la utilización de recursos, con el objetivo de aumentar la eficiencia operativa en un 50% dentro de un período de tiempo determinado.

Actualizar y mejorar la infraestructura técnica utilizada para la transmisión de contenidos, mediante la implementación de equipos y sistemas de transmisión de última generación, con el fin de garantizar una mayor calidad de imagen y sonido, una mayor estabilidad de la señal y una menor probabilidad de interrupciones, alcanzando una mejora del 50% en la satisfacción del cliente en un plazo específico.

Desarrollar estrategias y capacidades para la producción y distribución de contenido en plataformas digitales emergentes, como el streaming en línea, las redes sociales y los dispositivos móviles, con el objetivo de diversificar las fuentes de ingresos, alcanzar nuevas audiencias y mantener la relevancia en un mercado televisivo en constante evolución, logrando un aumento del 20% en la participación de mercado digital en un período definido.

1.05 Definición del Problema Central

En el contexto actual de las transmisiones vía streaming, enfrenta desafíos significativos en cuanto a la eficiencia de los procesos de producción y transmisión de contenido. Se identifican diversos problemas que afectan la calidad, la competitividad y la rentabilidad.

Las transmisiones en vivo, tiene picos y caídas en la cantidad de espectadores, lo que dificulta mantener un número constante y significativo de seguidores activos, La producción de contenido debe ser relevante y de alta calidad siendo este un factor importante y crucial para retener a los espectadores. Si el contenido se percibe como monótono o repetitivo, la audiencia simplemente abandona la transmisión.

A pesar de tener espectadores, lograr que interactúen mediante comentarios, likes² y shares, se vuelve un desafío constante para un canal digital, e vista que la transmisión no capta el interés deseado de los internautas.

Las interrupciones en la transmisión, los problemas de conexión, mala calidad de video o audio, son factores que frustran a la audiencia y hacen que dejen de seguir un canal digital, El retener a los espectadores ocasionales, y convertirlos en seguidores leales que asistan a todas las transmisiones, se ve afectado por la falta de estrategias efectivas para fidelizar a los mismos, esto puede resultar en una base de audiencia fluctuante y poco comprometida, de ahí que con tantas opciones de contenido disponible en redes sociales, es vuelve muy competitivo destacarse y atraer a la audiencia a una transmisión en vivo.

Las limitaciones tecnológicas, equipos obsoletos y procedimientos desactualizados, se traduce en una experiencia de visualización inferior a lo óptimo, lo que afecta la fidelidad del público y disminuye los ingresos por publicidad del canal.

² Es una forma de indicarles a las personas que la publicación te agrada sin tener que dejar un comentario

1.03.01 Matriz T.

La identificación de las fuerzas que impulsan y bloquean la solución de un problema central o global relacionado con un proyecto es un aspecto crucial del análisis estratégico y de la gestión de proyectos. Este análisis permite comprender mejor los factores que pueden ayudar o entorpecer el progreso hacia los objetivos del proyecto. A continuación, se describen estas fuerzas y se presenta un marco para su identificación.

Fuerzas Impulsoras: Las fuerzas impulsoras son aquellos factores que favorecen y facilitan la solución del problema o la consecución de los objetivos del proyecto.

Estas pueden incluir:

- **Apoyo de la Dirección:** El respaldo activo de la alta dirección puede proporcionar los recursos necesarios y eliminar barreras.
- **Recursos Adecuados:** Disponibilidad de recursos financieros, humanos y técnicos adecuados para el proyecto.
- **Competencias del Equipo:** Un equipo de proyecto con las habilidades y conocimientos necesarios.
- **Innovación y Tecnología:** Uso de tecnologías avanzadas que pueden acelerar el progreso y mejorar la eficiencia.
- **Cultura Organizacional Positiva:** Una cultura que fomente la colaboración, la creatividad y la resolución de problemas.
- **Normativas y Regulaciones Favorables:** Regulaciones y normativas que apoyan y facilitan la implementación del proyecto.
- **Demanda del Mercado:** Alta demanda del producto o servicio que se desarrollará, lo que asegura la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Fuerzas Bloqueadoras: Las fuerzas bloqueadoras son aquellos factores que obstaculizan o dificultan la solución del problema o el avance del proyecto.

Estas pueden incluir:

- **Resistencia al Cambio:** La oposición de empleados o partes interesadas a nuevas formas de trabajo o nuevas tecnologías.

- Falta de Recursos: Insuficiencia de recursos financieros, humanos o técnicos necesarios para llevar a cabo el proyecto.
- Competencias Inadecuadas: Carencia de habilidades o conocimientos necesarios en el equipo de proyecto.
- Barreras Tecnológicas: Limitaciones tecnológicas o infraestructura inadecuada. Cultura Organizacional Negativa: Una cultura que desaliente la innovación, la colaboración o la adaptabilidad.
- Regulaciones Restrictivas: Normativas o regulaciones que dificultan la implementación del proyecto.
- Competencia en el Mercado: Alta competencia que puede reducir la cuota de mercado o la viabilidad del proyecto.

Proceso de Identificación

- Análisis del Entorno: Realizar un análisis del entorno interno y externo del proyecto para identificar las fuerzas impulsoras y bloqueadoras.
- Reuniones de Equipo: Llevar a cabo sesiones de lluvia de ideas con el equipo de proyecto y otras partes interesadas clave para discutir y listar las fuerzas identificadas.
- Análisis FODA (SWOT): Utilizar el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) para estructurar y organizar las fuerzas impulsoras y bloqueadoras.
- Evaluación de Impacto: Evaluar el impacto potencial de cada fuerza identificada y priorizar las que tengan mayor relevancia para el proyecto.
- Plan de Acción: Desarrollar estrategias y planes de acción para aprovechar las fuerzas impulsoras y mitigar o eliminar las fuerzas bloqueadoras.

PLAN DE MARKETING ESTRATEGICO					
MATRIZ T(rtv canal digital)					
SITUACION EMPEORADA	SITUACION ACTUAL				SITUACION MEJORADA
Perdidas económicas y cierre de la empresa	No se vende el producto				Incremento en ventas posicionamiento de marco
FUERZA IMPULSADORA	I -	PC +	I +	PC -	FUERZA BLOQUEADORA
Realizar Análisis FODA (situacional)	1	5	4	1	No identificar de manera óptima el plan FODA
Planificación de eventos en las parroquias a transmitir	1	3	5	1	No tener un cronograma de eventos en las parroquias y planificar transmisiones
Capacitar a los colaboradores en manejo de equipos para trasmisión streaming	1	5	3	1	Insipiente conocimiento de los colaboradores en manejo de equipos de transmisiones
Poner un presupuesto para mejora de equipos y tecnología	3	5	3	1	Presupuesto insuficiente para actualizar equipos de transmisiones.
Plan de ventas de publicidades de auspiciantes	2	5	5	2	No tener un plan de ventas sectorizados por posibles clientes
I = INTENSIDAD PC = POTENCIAL DE CAMBIO					
PONDERACION					
baja	1				
media baja	2				
medio	3				
medio alto	4				
alto	5				

Elaborado por: Kleber Naranjo
Fuente: investigación propia

CAPÍTULO II

2. Análisis de Involucrados

2.01 Mapeo de Involucrados

El mapeo de involucrados, también conocido como mapeo de las partes interesadas (stakeholders³), es una herramienta y proceso utilizado en la gestión de proyectos y en la toma de decisiones estratégicas para identificar y analizar a todas las partes interesadas o involucradas en un proyecto, iniciativa o actividad. Si se necesita gestionar una relación con diferentes grupos y personas involucradas en un proyecto, se puede optar por crear un mapa de stakeholders que te permita comprender mejor el nivel de interés de cada uno y así poder tomar decisiones más estratégicas e inteligentes.

2.02 Matriz de análisis de involucrados

La matriz de análisis de involucrados para rtv canal digital resulta una herramienta útil para identificar, clasificar y planificar la gestión de las relaciones con todas las partes interesadas en el proyecto. Aquí se presenta un ejemplo de cómo se podría estructurar esta matriz:

Involucrado	Intereses	Influencia	Impacto	Estrategias de Gestión
Audiencia/ Espectadores	Contenido de calidad, entretenimiento, información veraz	Alta	Alto	Encuestas de satisfacción, interacción en redes sociales, mejorar la calidad del contenido.
Anunciantes	Maximizar la exposición, retorno de inversión	Alta	Alto	Reuniones regulares, informes de rendimiento, personalización de paquetes publicitarios.

³ Individuos o grupos que tienen interés e impacto en una organización y en los resultados de sus acciones

Involucrado	Intereses	Influencia	Impacto	Estrategias de Gestión
Productores de contenido	Autonomía creativa, recursos adecuados	Media	Alto	Reuniones de planificación, incentivos, asegurar recursos adecuados.
Reguladores	Cumplimiento de normas, contenido apropiado	Alta	Alto	Cumplimiento estricto de regulaciones, comunicación transparente, participación en consultas.
Empleados	Buenas condiciones laborales, desarrollo profesional	Media	Medio	Programas de formación, beneficios laborales, canales de comunicación interna.
Proveedores de tecnología	Actualización tecnológica, contratos justos	Media	Medio	Negociaciones claras, relaciones a largo plazo, soporte técnico.
Inversionistas	Rentabilidad, crecimiento sostenible	Alta	Alto	Informes financieros periódicos, juntas de accionistas, transparencia en la gestión.
Competencia	Monitoreo de actividades	Baja	Medio	Análisis de mercado, estrategias competitivas, diferenciación de contenido.
Comunidad local	Impacto social, empleo local	Media	Medio	Proyectos comunitarios, responsabilidad social corporativa, empleo local.
ONGs y grupos de interés	Contenido responsable, diversidad e inclusión	Media	Medio	Colaboración en campañas, contenido inclusivo, respeto a derechos humanos.

Elaborado por: Kleber Naranjo
Fuente: investigación propia

Descripción de las Categorías

Involucrado: Identifica a los distintos grupos o individuos que tienen interés de rtv canal digital.

- Intereses: Describe las principales preocupaciones y deseos de cada involucrado afín con rtv canal digital.
- Influencia: Evalúa el grado de poder o capacidad que tiene cada involucrado para afectar las decisiones del canal (Baja, Media, Alta).
- Impacto: Indica cómo las actividades del canal afectan a cada involucrado (Bajo, Medio, Alto).
- Estrategias de Gestión: Propone acciones para gestionar las relaciones con cada grupo de involucrados.

Estrategias de Gestión Detalladas:

- Audiencia/Espectadores:

Realizar encuestas regulares para medir la satisfacción del contenido.

Utilizar las redes sociales para interactuar directamente y recibir los comentarios (feedback⁴)

Mejorar continuamente la calidad y diversidad del contenido para mantener el interés.

Anunciantes:

Mantener reuniones regulares para discutir el rendimiento de las campañas publicitarias del canal.

Proporcionar informes detallados sobre el alcance y el impacto de los anuncios realizados por tu canal rtv.

Ofrecer opciones de publicidad personalizadas para maximizar el retorno de inversión.

- Productores de contenido:

Celebrar reuniones de planificación para alinear las expectativas y los recursos disponibles.

Ofrecer incentivos para la creación de contenido innovador y de alta calidad.

⁴ Consiste en la manifestación de una opinión

Asegurar que los productores de contenido tengan acceso a los recursos necesarios para su trabajo.

- Reguladores:

Cumplir estrictamente con todas las regulaciones y normativas aplicables a las redes sociales.

Mantener una comunicación transparente y abierta con los reguladores de contenido en las redes sociales.

- Colaboradores:

Implementar programas de formación y desarrollo profesional.

Ofrecer beneficios laborales competitivos.

Crear canales de comunicación interna efectivos para resolver dudas y problemas.

- Proveedores de tecnología:

Negociar contratos justos y claros con la parte tecnológica.

Establecer relaciones a largo plazo basadas en la confianza.

Asegurar soporte técnico continuo y actualizaciones tecnológicas.

- Inversionistas:

Proporcionar informes financieros claros y detallados de rtv canal digital.

Organizar juntas de accionistas regularmente para discutir el desempeño y las estrategias futuras.

Mantener una política de transparencia en la gestión de rtv canal digital.

- Competencia:

Realizar análisis de mercado para entender las estrategias de la competencia.

Desarrollar estrategias competitivas y diferenciadas.

Innovar en el contenido para mantener una ventaja competitiva.

- Comunidad local:

Involucrarse en proyectos comunitarios y actividades de responsabilidad social corporativa en las 33 parroquias rurales de Quito.

Crear oportunidades de empleo para la comunidad local.

Mantener un diálogo abierto con la comunidad para entender sus preocupaciones y necesidades en todos los aspectos, deportivos, culturales, políticos, etc.

- ONGs⁵ y grupos de interés:

Colaborar en campañas y proyectos conjuntos sin fines de lucro en algunos casos (Trabajo con los Gobiernos autónomos descentralizados GADs⁶)

Producir contenido que promueva la diversidad e inclusión social.

Respetar y promover los derechos humanos en todas las actividades del canal.

Esta matriz es una herramienta dinámica que debe actualizarse periódicamente para reflejar los cambios en el entorno y en las relaciones con los involucrados.

MATRIZ DE PODER / INTERESES O INFLUENCIA DE IMPACTO		
I M P A C T O	ALTO PODER Directivos y Propietarios Intereses: Rentabilidad, crecimiento del canal, retorno de inversión. Estrategia: Mantener informados con reportes periódicos, involucrar en decisiones estratégicas. Reguladores y Autoridades Intereses: Cumplimiento de normativas y regulaciones. Estrategia: Asegurar cumplimiento de todas las regulaciones, mantener comunicación formal y regular.	Productores de Contenido Intereses: Calidad del contenido, derechos de autor, libertad creativa. Estrategia: Involucrar en la planificación de contenido, proporcionar recursos y apoyo. Anunciantes y Patrocinadores Intereses: Audiencia, ROI de sus inversiones, posicionamiento de marca. Estrategia: Ofrecer datos de audiencia, informes de impacto de publicidad, establecer relaciones cercanas.
	BAJO PODER Competencia Intereses: Mercado, estrategias de la competencia. Estrategia: Monitorizar, no requieren comunicación directa regular. Proveedores de Servicios Intereses: Cumplimiento de contratos, pago puntual. Estrategia: Mantener relaciones contractuales y comunicación básica.	Audiencia Intereses: Contenido atractivo, accesibilidad, calidad de transmisión. Estrategia: Realizar estudios de audiencia, encuestas, interactuar a través de redes sociales. Empleados y Freelancers Intereses: Condiciones laborales, desarrollo profesional, estabilidad laboral. Estrategia: Comunicarse regularmente, proporcionar feedback, asegurar un buen ambiente de trabajo.
	BAJO INTERÉS	ALTO INTERÉS
	INFLUENCIA	

Elaborado por: Kleber Naranjo
 Fuente: investigación propia

⁵ Organización No Gubernamental

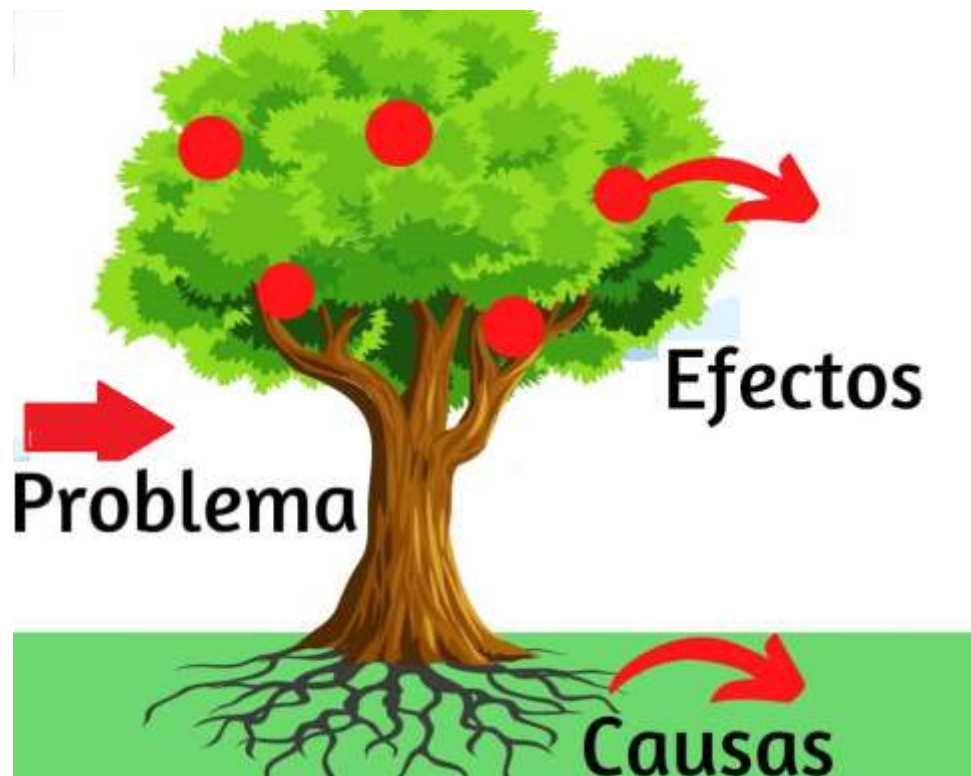
⁶ Gobierno Autónomo Descentralizado

CAPÍTULO III

3. Árbol de problemas y objetivos

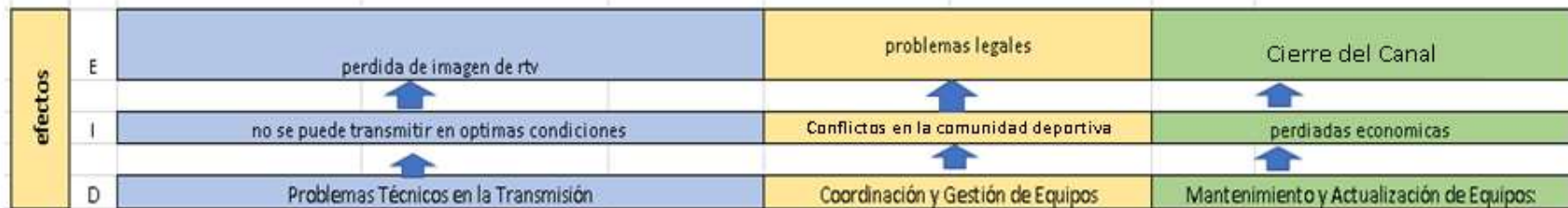
3.01 Árbol de problemas

La teoría del Árbol de Problemas y Objetivos es una metodología utilizada en el ámbito de la planificación y gestión de proyectos para identificar y analizar problemas, así como para definir objetivos y soluciones. Esta herramienta es especialmente útil en la etapa de diagnóstico de un proyecto y en la planificación estratégica, en consecuencia se puede decir que el Árbol de Problemas es una herramienta visual que ayuda a descomponer un problema central en sus causas y efectos.



Elaborado por: Kleber Naranjo
Fuente: investigación propia

ARBOL DE PROBLEMAS



Elaborado por: Kleber Naranjo
 Fuente: investigación propia

3.02 Árbol de objetivos

El árbol de objetivos es una herramienta de planificación estratégica utilizada para visualizar y estructurar los objetivos de un proyecto o una organización de manera jerárquica. Permite identificar la relación entre los objetivos generales, los específicos y los sub objetivos, facilitando la comprensión de cómo cada objetivo contribuyen al logro del objetivo principal.



Elaborado por: Kleber Naranjo
Fuente: investigación propia

El árbol de objetivos es una herramienta valiosa en la planificación de proyectos, ya que proporciona una representación visual clara de los objetivos y las estrategias necesarias para alcanzarlos.



Elaborado por: Kleber Naranjo
Fuente: investigación propia

CAPÍTULO IV

4.01 Diagrama de estrategias

El diagrama de estrategias es una herramienta visual utilizada para representar de manera estructurada y clara las diversas estrategias que se implementarán para alcanzar los objetivos de un proyecto o una organización. Este diagrama muestra la relación entre los objetivos y las acciones estratégicas necesarias para lograrlos, facilitando la comprensión y comunicación de los planes estratégicos.

Componentes del Diagrama de Estrategias

- 1.- Objetivos Estratégicos: Metas a largo plazo que la organización o el proyecto pretende alcanzar.
 - 2.- Estrategias: Acciones o enfoques generales diseñados para lograr los objetivos estratégicos.
 - 3.- Tácticas: Acciones específicas y concretas que implementan las estrategias.
- Indicadores de Éxito (KPIs⁷): Métricas utilizadas para medir el progreso y el éxito de las estrategias y tácticas.

Pasos para Crear un Diagrama de Estrategias

- 1.- Identificar los Objetivos Estratégicos: Determinar los objetivos clave que la organización o proyecto busca alcanzar.
- 2.- Desarrollar Estrategias: Definir las estrategias necesarias para alcanzar cada objetivo estratégico.
- 3.- Establecer Tácticas: Detallar las acciones específicas que implementarán cada estrategia.
- 4.- Definir Indicadores de Éxito: Establecer métricas claras para evaluar el progreso hacia los objetivos.

⁷ Es una métrica cuantitativa

El diagrama de estrategias es una herramienta crucial para la planificación y ejecución eficaz de los planes de mejora, asegurando que todas las acciones estén alineadas con los objetivos estratégicos de la organización.



Elaborado por: Kleber Naranjo
 Fuente: investigación propia

2 Matriz de Marco Lógico (MML)

La Matriz de Marco Lógico (MML) es una herramienta de gestión de proyectos ampliamente utilizada en la planificación, ejecución y evaluación de proyectos. Se trata de un enfoque sistemático que organiza la información clave del proyecto de manera estructurada, facilitando la identificación y la conexión de los objetivos, los recursos necesarios, las actividades a realizar, los resultados esperados y los métodos de evaluación.

Componentes de la Matriz de Marco Lógico

La MML se compone de una tabla de cuatro columnas y cuatro filas. Cada celda contiene información específica que ayuda a clarificar los aspectos esenciales del proyecto. A continuación se detallan los componentes clave:

Columnas:

Narrativa del Proyecto:

- Describe los objetivos, resultados, actividades y recursos del proyecto.

Indicadores Verificables Objetivamente (IVO):

- Establece cómo se medirá el éxito de los objetivos y resultados. Incluye métricas específicas y cuantificables.

Medios de Verificación (MV):

- Indica las fuentes de información y los métodos que se utilizarán para recolectar los datos necesarios para los IVO.

Supuestos y Riesgos:

- Identifica los factores externos que podrían influir en el éxito del proyecto y que están fuera del control directo del equipo del proyecto.

Filas:

Objetivo General:

- Meta a largo plazo a la que el proyecto contribuye.

Propósito (Objetivo del Proyecto):

- Resultado específico que el proyecto pretende lograr a corto o mediano plazo.

Resultados (Componentes):

- Productos y servicios específicos que el proyecto debe entregar para alcanzar el propósito.

Actividades:

- Acciones y tareas necesarias para producir los resultados

Beneficios de la Matriz de Marco Lógico

- Claridad y Organización: Proporciona una estructura clara para planificar y gestionar proyectos, asegurando que todos los componentes esenciales estén considerados.
- Enfoque en Resultados: Ayuda a centrarse en los resultados esperados y en cómo medir el éxito del proyecto.
- Mejor Comunicación: Facilita la comunicación entre todos los interesados del proyecto, asegurando que todos comprendan los objetivos y las estrategias.
- Gestión de Riesgos: Identifica riesgos y supuestos críticos, permitiendo una mejor preparación y mitigación.
- Monitoreo y Evaluación: Proporciona una base sólida para el seguimiento y la evaluación del progreso del proyecto, asegurando que se cumplan los objetivos y se realicen los ajustes necesarios.

MATRIZ DEL MARCO LOGICO				
	FINALIDAD	INDICADORES	Medios de Verificación	SUPUESTOS
F I N	Servicio de publicidad en de redes sociales, mediante transmisiones en vivo (streaming) y programación diaria con variedad de contenido deportivos, cultural, educativo y del quehacer diario, con un mayor enfoque en las parroquias rurales del Ecuador.	Para el año 2025, se implementara el 80% de cobertura en las parroquias rurales de Pichincha y un 20% en el resto del país, 50% en eventos deportivos, y 50% en eventos de cultura y educación. En el 2024 se provee alcanzar un incremento del 20% de seguidores en las redes sociales que mantiene el canal digital.	# De seguidores # De coberturas en vivo # De auspiciantes ## Reacciones y comentarios en los programas diarios	No contar con suficiente presupuesto Problemas con las cuantas de las redes sociales Alternativas por cierre de las cuentas
O P O S I	Incrementar número de seguidores en todas las redes sociales, y ofertar el servicio de publicidad	En el año 2024 cubrir al menos en un 50% de eventos deportivos, culturales y educativos en la ruralidad del cantón Quito	Planificación cumplida en un 95%, en referencia a coberturas y transmisiones mediante el cronograma de trabajo establecido en POA (Plan operativo anual).	Participación activa de los seguidores en los contenidos subidos en la diferentes redes sociales
R E S U L T A D O S	COMPONENTES 1. Planificación de cobertura de eventos. 2. Programación diaria con un contenido, variable y de entretenimiento. 3.- Plan estratégico de marketing publicitario.	1. para el año 2024 mejorar la cobertura en un 70%, de eventos deportivos, culturales y educativos 2.- el próximo año la meta es mantener en un 100% de programación diaria incluidos fines de semana. 3.- estar presentes en cobertura en redes sociales nuevas para streaming	1. informes 2.- Actas 3-# de auspiciantes	
A C C I O N E S	ACTIVIDADES 1.1 Reuniones con el departamento de coberturas y tecnología. 1.2 Establecer los planes estratégicos de coberturas. 1.3 Definir presupuesto para la actualización constante de material tecnológico. 2.1 Planificar los contenidos de la programación diaria orientada a cada red social. 2.2 Establecer los planes estratégicos de contenidos, dirigido a red social. 2.3 Fortalecer el departamento de redacción y de producción de contenidos. 3.1 Diseñar un plan de marketing digital de mayor cobertura y alcance 3.2 Establecer estrategias de posesión de marca en todas las redes sociales.	PRESUPUESTO 1.1 0 1.2 0 1.3 0 2.1 0 2.2 0 2.3 \$120 3.1 \$ 120 3.2 \$120	1.1 Actas de reuniones 1.2 Presentación de hojas de ruta a implementar 1.3 aprobación el plan anual de compras 2.1 Cronograma de implementación 2.2 Plan estratégico aprobado 2.3 Contratación de nuevo personal de experiencia 3.1 Plan de márquetin aprobado 3.2 Plan de estrategia con indicadores de gestión	1.1 No aprobar las actas 1.2 falta de hoja de ruta a seguir 1.3 No tener la aprobación por falta de presupuesto 2.1 No contar con un cronograma 2.2 El plan estratégico no esta aprobado por gerencia 2.3 No incrementar personal 3.1 No hay un plan de márquetin 3.2 El plan estratégico sin indicadores

Elaborado por: Kleber Naranjo
Fuente: investigación propia

CAPÍTULO V

5 Propuesta

5.1 Marco Conceptual

Concepto de Negocio:

- Definición: Un canal digital es una plataforma digital creada en una red social (como Facebook, Instagram, TikTok, etc.) con el objetivo de construir y mantener una comunidad de seguidores interesados en un tema, persona, producto o marca específica.

Análisis de Mercado:

- Segmentación de Mercado: Identificación de los grupos de usuarios objetivos que la canal digital pretende atraer y retener.
- Investigación de Mercado: Métodos y técnicas para recopilar y analizar datos sobre los usuarios de redes sociales y las tendencias en línea.
- Análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal), análisis de tendencias en redes sociales.

Estrategia de Marketing Digital:

- Contenido y Estrategia de Publicación: Planificación del tipo de contenido (texto, imágenes, videos) y frecuencia de publicación para atraer y mantener a los seguidores.
- Teorías Relevantes: Teoría del marketing de contenidos, teoría de la narrativa digital.
- SEO⁸ y SEM⁹: Estrategias de optimización de motores de búsqueda y marketing en motores de búsqueda para aumentar la visibilidad de la fan page.
- Teorías Relevantes: Teoría del SEO (Search Engine Optimization), teoría del SEM (Search Engine Marketing).
- Streaming: El término "streaming" se refiere a cualquier reproducción de audio, video y otros contenidos multimedia en un dispositivo en tiempo real.

⁸ Son las siglas en inglés de optimización para motores de búsqueda

⁹ Estrategias para aumentar la autoridad de los canales digitales

- Shares: se refiere a la cantidad de veces que un contenido ha sido compartido en redes sociales
- Generación de Ingresos: Descripción de cómo la canal digital generará ingresos, ya sea a través de publicidad, patrocinadores, venta de productos, marketing de afiliación, etc.
- Estructura de Costos: Identificación de los costos principales asociados con la operación y el mantenimiento de la fan page.

Plan de Operaciones Digitales:

- Herramientas y Tecnologías: Descripción de las plataformas y herramientas tecnológicas que se utilizarán para gestionar la canal digital (CMS, herramientas de análisis, plataformas de publicidad, etc.).
- Gestión de Contenidos: Proceso de creación, curación y publicación de contenidos.

Estructura Organizacional y Gestión:

- Estructura del Equipo: Descripción de los roles y responsabilidades dentro del equipo que gestionará la canal digital (administradores de redes sociales, creadores de contenido, analistas de datos, etc.).

Plan Financiero:

- Proyecciones Financieras: Estados financieros proyectados, incluyendo ingresos, costos y flujo de caja.
- Análisis de Rentabilidad: Evaluación de la viabilidad financiera de la fan page..

Plan de Crecimiento y Desarrollo:

- Estrategias de Expansión: Planes para aumentar la base de seguidores y expandir la presencia de la canal digital en otras plataformas o mercados.
- Sostenibilidad y Responsabilidad Social:
- Prácticas Sostenibles: Estrategias para asegurar la sostenibilidad ambiental y social del negocio digital.

5.2 Marco teórico

Marco Teórico

¿Qué es un plan de negocios?

Para mejorar el proceso de producción y transmisión de un canal digital o canal digital se debe proporcionar la base teórica y conceptual sobre la cual se desarrollan las estrategias y

acciones específicas. Este marco debe incluir conceptos clave relacionados con la industria de la televisión, la gestión de proyectos, la tecnología de medios y la administración de empresas.

¿Para qué sirve un plan de negocios?

Un plan de negocios sirve para varios propósitos fundamentales, tanto para emprendedores que están iniciando una nueva empresa como para empresarios que buscan expandir un negocio existente

1. Conceptos de Gestión y Estrategia

Gestión Estratégica: Proceso de formulación, implementación y evaluación de decisiones que permitirán al canal alcanzar sus objetivos a largo plazo.

Gestión de Proyectos: Aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades del proyecto para cumplir con sus requisitos.

Análisis FODA: Evaluación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del canal para identificar áreas de mejora y ventajas competitivas.

2. Tecnología de Producción y Transmisión.

Producción Audiovisual: Conjunto de procesos y técnicas utilizados para crear contenido visual y sonoro de alta calidad.

Postproducción: Etapa del proceso de producción que incluye la edición, mezcla de sonido, adición de efectos visuales y otros ajustes para completar el producto final.

Infraestructura de Transmisión: Sistema de hardware y software necesario para la emisión de contenido a través de múltiples plataformas (terrestre, satélite, cable, streaming).

3. Innovación y Modernización.

Transformación Digital: Integración de tecnología digital en todas las áreas del negocio, cambiando fundamentalmente cómo operan y entregan valor a los clientes.

Automatización de Procesos: Uso de tecnología para automatizar tareas repetitivas y administrativas, mejorando la eficiencia operativa.

Inteligencia Artificial y Machine Learning: Aplicación de algoritmos y modelos de aprendizaje para optimizar la producción, personalizar contenidos y mejorar la experiencia del usuario.

4. Marketing y Expansión de Audiencia.

Marketing Digital: Uso de canales digitales como motores de búsqueda, redes sociales, correo electrónico y sitios web para promocionar el contenido y atraer audiencia.

SEO y SEM: Optimización de motores de búsqueda (SEO) y marketing de motores de búsqueda (SEM) para aumentar la visibilidad y tráfico del canal en línea.

Engagement de Audiencia: Estrategias y técnicas para interactuar y retener a la audiencia, fomentando una comunidad activa y leal.

5. Recursos Humanos y Capacitación

Desarrollo del Talento: Estrategias para atraer, desarrollar y retener talento clave en la organización.

Capacitación y Desarrollo Profesional: Programas y recursos para mejorar las habilidades y conocimientos del personal, asegurando que estén al día con las últimas tecnologías y prácticas de la industria.

Evaluación del Desempeño: Sistemas para medir y mejorar el desempeño de los empleados, alineando sus objetivos con los de la organización.

6. Gestión Financiera

Presupuesto: Proceso de planificación financiera que incluye la estimación de ingresos y gastos para alcanzar los objetivos estratégicos.

Análisis de Costos y Beneficios: Evaluación de los costos relacionados con la implementación de nuevas tecnologías y procesos frente a los beneficios esperados.

Retorno de la Inversión (ROI): Medida del rendimiento financiero obtenido de una inversión, crucial para evaluar la viabilidad de los proyectos propuestos.

7. Evaluación y Monitoreo

- **Indicadores Clave de Desempeño (KPIs):** Métricas específicas utilizadas para medir la eficacia y eficiencia del plan de negocios, incluyendo calidad de producción, tiempo de transmisión, crecimiento de audiencia, y satisfacción del personal.
- **Auditorías Internas:** Revisiones periódicas de los procesos y sistemas para asegurar el cumplimiento de los estándares y objetivos establecidos.

- Feedback y Mejora Continua: Mecanismos para recopilar y analizar feedback¹⁰ de empleados y audiencia, utilizando estos insights¹¹ para realizar ajustes y mejoras continuas.

- Integración del Marco Conceptual en el Plan de Negocios

Este marco conceptual debe integrarse en todas las etapas del plan de negocios, desde la identificación de objetivos y estrategias hasta la implementación y evaluación. Cada concepto debe ser aplicado de manera práctica para guiar las decisiones y acciones que mejorarán el proceso de producción y transmisión del canal de televisión. Este enfoque asegura que el plan esté basado en fundamentos teóricos sólidos y alineados con las mejores prácticas de la industria.

5.3 Metodología de Investigación

Para desarrollar una metodología de investigación para un plan de negocios que tiene como objetivo mejorar el proceso de producción y transmisión en vivo de un canal digital, es fundamental seguir un enfoque estructurado que cubra diversos aspectos del negocio y de la tecnología involucrada.

Tipo de Investigación

- Exploratoria: Para entender el contexto general y las tendencias del mercado.
- Descriptiva: Para detallar las características de la audiencia y la competencia.
- Causal: Para identificar relaciones entre las estrategias de contenido y el engagement¹² de la audiencia. }

Métodos de Recopilación de Datos

- Cuantitativos: Encuestas a la audiencia actual y potencial.
- Cualitativos: Entrevistas en profundidad con expertos del sector y análisis de contenido de las transmisiones en vivo.

Recopilación de Datos

¹⁰ Consiste en la manifestación de una opinión

¹¹ "visión interna" o más genéricamente

¹² El nivel de compromiso que tienen los consumidores y usuarios con una marca

Encuestas

- Distribuir encuestas en línea a través de la canal digital y otras plataformas sociales para obtener información sobre el perfil de la audiencia, sus preferencias y hábitos de visualización.

Entrevistas

- Realizar entrevistas con expertos en marketing digital, influencers¹³ y gestores de otras fan pages exitosas.

Análisis de Competencia

- Estudio de fan pages competidoras: número de seguidores, frecuencia de transmisiones, tipo de contenido, estrategias de interacción y monetización.

Datos Secundarios

- Utilizar informes de mercado, estadísticas de plataformas de transmisión en vivo (como YouTube, Facebook Live, Twitch), y estudios sobre el comportamiento del consumidor en redes sociales.

Análisis de Datos**Cuantitativo:**

- Análisis estadístico de los datos de encuestas para identificar patrones y tendencias.

Utilización de software como SPSS o Excel para el análisis de datos.

Cualitativo:

- Análisis de contenido de las entrevistas y transmisiones en vivo mediante técnicas como el análisis temático.
- Identificación de temas recurrentes y mejores prácticas.

Validación y Retroalimentación**Piloto:**

- Implementar una versión piloto del plan de negocio para evaluar su efectividad.
- Medir los resultados en términos de audiencia, interacción y monetización.

Retroalimentación:

¹³ Persona con capacidad para influir sobre otras, principalmente a través de las redes sociales

- Recoger comentarios (feedback) de la audiencia y partes interesadas (stakeholders) clave.
- Realizar ajustes en el plan de negocio basado en la retroalimentación recibida.

Evaluación Continua

- Monitorizar el rendimiento de la canal digital regularmente.
- Realizar ajustes en las estrategias según sea necesario para adaptarse a las cambiantes condiciones del mercado y preferencias de la audiencia.

5.0.1 PROPUESTA

Filosofía de la Propuesta

Misión

Elevar el estándar de nuestras transmisiones en vivo, ofreciendo una experiencia de entretenimiento y comunidad sin igual, que destaque por su calidad, innovación y capacidad para conectar profundamente con nuestra audiencia.

Visión

Para el año 2028 ser líder en transmisiones streaming y servicios relacionados a nivel nacional, conocido por su contenido innovador y de alta calidad que inspira, educa y entretiene.

Objetivo de la propuesta

Implementar una mejora para el desarrollo de estrategias para mejorar contenidos, innovación y tecnología en los servicios de transmisiones en vivo de rtv canal digital en los procesos de producción y transmisiones en vivo de programas de entretenimiento de carácter deportivo, social, cultural y educativo en el DMQ¹⁴, con el fin de aumentar la eficiencia operativa, elevar la calidad del producto final, fortalecer la competitividad en el mercado y fomentar la innovación tecnológica.

Objetivos Específicos.

- Desarrollar e implementar procedimientos y tecnologías que optimicen los flujos de trabajo de producción, reduciendo los tiempos de producción, minimizando los errores y maximizando la utilización de recursos, con el objetivo de aumentar la eficiencia operativa en un 50% dentro de un período de tiempo determinado.

¹⁴ DMQ: Distrito metropolitano de Quito

- Actualizar y mejorar la infraestructura técnica utilizada para la transmisión de contenidos, mediante la implementación de equipos y sistemas de transmisión de última generación, con el fin de garantizar una mayor calidad de imagen y sonido, una mayor estabilidad de la señal y una menor probabilidad de interrupciones, alcanzando una mejora del 50% en la satisfacción del cliente en un plazo específico.
- Desarrollar estrategias y capacidades para la producción y distribución de contenido en plataformas digitales emergentes, como el streaming en línea, las redes sociales y los dispositivos móviles, con el objetivo de diversificar las fuentes de ingresos, alcanzar nuevas audiencias y mantener la relevancia en un mercado televisivo en constante evolución, logrando un aumento del 20% en la participación de mercado digital en un período definido.

Valores

rtv canal digital es un medio de comunicación digital que trabaja con objetividad, confianza, ética, verdad, respeto, responsabilidad, innovación, integridad, compromiso, sentido de pertenencia, pilares fundamentales para desarrollar la información las mismas que orientan la acciones de nuestro medio digital

Políticas

1. Políticas de Programación y Contenido

Lineamientos de Contenido: Directrices sobre el tipo de programas que se emitirán, incluyendo restricciones sobre contenido explícito, violento o inapropiado.

Normas de Publicidad: Reglas sobre la cantidad y tipo de publicidad permitida, incluyendo restricciones para ciertos productos (como alcohol o tabaco).

Criterios de Calidad: Estándares de producción y presentación para asegurar que los programas cumplan con una calidad mínima aceptable.

Horario Familiar: Reglas específicas para los contenidos emitidos durante las horas de audiencia infantil.

2. Políticas Legales y de Cumplimiento

Cumplimiento con Normativas: Asegurar que todas las emisiones cumplan con las leyes locales, nacionales e internacionales, incluyendo regulaciones de derechos de autor y licencias.

Política de Derechos de Autor: Normas para el uso y protección de materiales con derechos de autor, incluyendo música, videos e imágenes.

Protección de Datos y Privacidad: Directrices sobre cómo manejar y proteger los datos personales de los espectadores, empleados y socios comerciales.

3. Políticas Editoriales

Imparcialidad y Objetividad: Normas para garantizar que las noticias y programas de opinión se presenten de manera imparcial y objetiva.

Correcciones y Retracciones: Procedimientos para corregir errores y emitir retractaciones cuando sea necesario.

Conflicto de Intereses: Políticas para evitar conflictos de intereses entre empleados y la programación o contenido del canal.

4. Políticas de Recursos Humanos

Código de Conducta: Directrices sobre el comportamiento esperado de los empleados, incluyendo el trato respetuoso y profesional.

Política de Igualdad y Diversidad: Normas para promover la igualdad de oportunidades y la diversidad en el lugar de trabajo.

Seguridad y Salud Ocupacional: Reglas y procedimientos para asegurar un ambiente de trabajo seguro y saludable.

5. Políticas de Relaciones Públicas y Comunicación

Interacción con Medios y Público: Directrices sobre cómo los empleados deben interactuar con los medios de comunicación y el público.

Gestión de Crisis: Procedimientos para manejar situaciones de crisis o emergencias, tanto internas como externas.

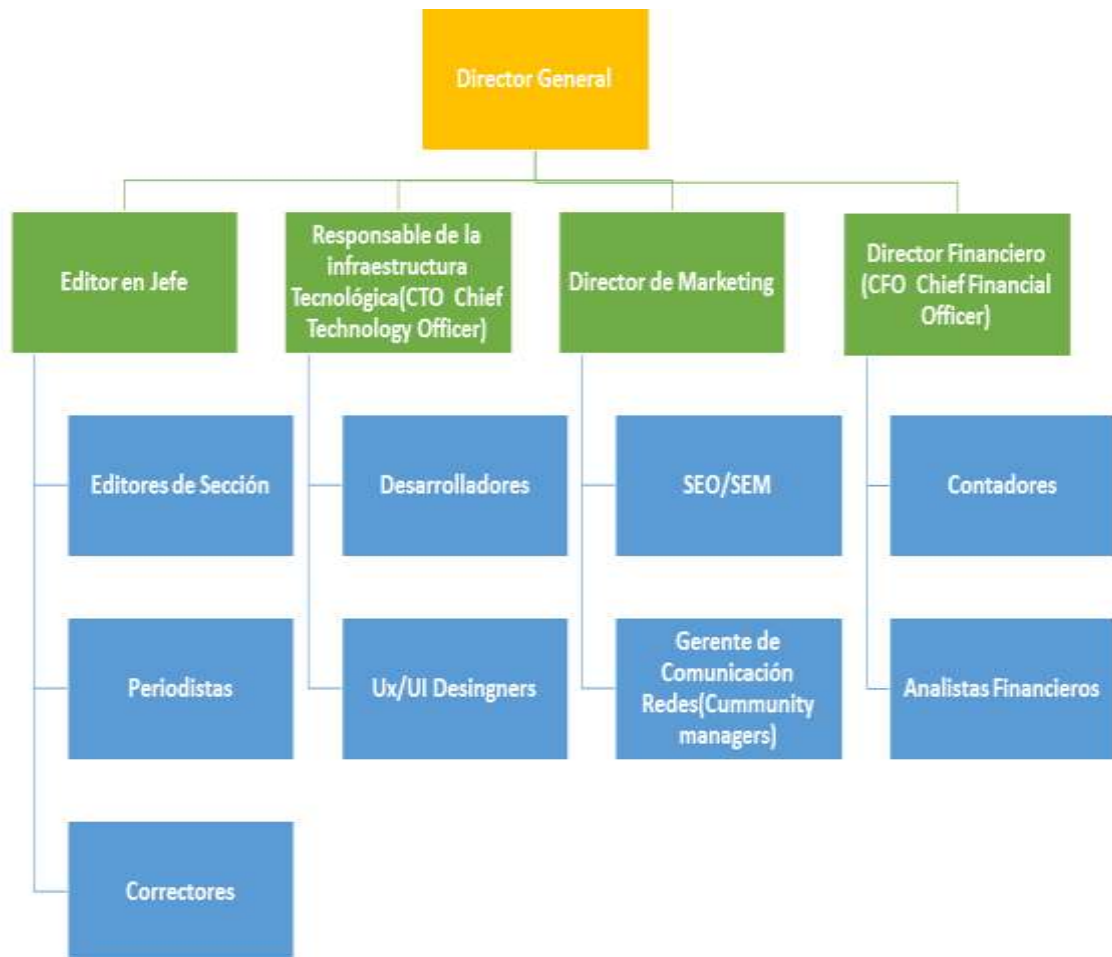
Política de Redes Sociales: Normas sobre el uso de redes sociales por parte de los empleados en relación con su trabajo en el canal.

6. Políticas Técnicas

Mantenimiento de Equipos: Procedimientos para el mantenimiento y actualización de equipos técnicos.

Seguridad Informática: Normas para proteger los sistemas informáticos y datos contra amenazas cibernéticas.

Organigrama Estructural



Elaborado por: Kleber Naranjo
Fuente: investigación propia

La estructura organizativa de un medio digital puede variar según el tamaño, los objetivos y los recursos de la empresa. Sin embargo, una estructura típica de un medio digital podría incluir los siguientes componentes y roles clave:

Dirección General

Director General: Responsable de la visión y la dirección estratégica del medio digital.

Departamento Editorial

Editor en Jefe: Supervisa todo el contenido editorial, establece las políticas editoriales y garantiza la calidad y coherencia de las publicaciones.

Editores de Sección: Responsables de diferentes secciones del medio (noticias, deportes, tecnología, programas de educación, entretenimiento).

Periodistas/Reporteros: Crean contenido escrito, videos y multimedia.

Correctores de Estilo: Revisan y corrigen los textos para asegurar la precisión y el estilo.

Departamento de Producción de Contenidos

Productores de Contenidos: Encargados de coordinar la creación y publicación de contenidos multimedia (videos, podcasts).

Diseñadores Gráficos: Crean elementos visuales para apoyar el contenido editorial.

Fotógrafos/Videógrafos: Capturan imágenes y videos para artículos y reportajes.

Departamento de Tecnología y Desarrollo

CTO (Chief Technology Officer): Responsable de la infraestructura tecnológica del medio.

Desarrolladores Web: Mantienen y desarrollan el sitio web y las aplicaciones móviles.

Especialistas en UX/UI: Diseñan la experiencia y la interfaz de usuario para garantizar la accesibilidad y usabilidad del medio.

Departamento de Marketing y Comunicación

Director de Marketing: Desarrolla y ejecuta estrategias de marketing para promover el medio.

Especialistas en SEO/SEM: Optimizan el contenido para motores de búsqueda y gestionan campañas de marketing digital.

Community Managers: Gestionan la presencia en redes sociales y la interacción con la audiencia.

Departamento de Publicidad y Ventas

Director de Publicidad: Encargado de las estrategias de publicidad y monetización.

Ejecutivos de Cuentas: Venden espacios publicitarios y patrocinios a clientes y marcas.

Analistas de Datos: Analizan el rendimiento de las campañas publicitarias y el comportamiento de los usuarios.

Departamento de Análisis de Datos

Chief Data Officer (CDO): Responsable de la estrategia de datos y análisis.

Analistas de Datos: Recopilan y analizan datos para informar decisiones estratégicas.

Especialistas en BI (Business Intelligence): Transforman los datos en información accionable para mejorar el rendimiento del medio.

Departamento de Recursos Humanos

Director de Recursos Humanos: Gestiona la contratación, formación y desarrollo del personal.

Especialistas en Talento: Reclutan y gestionan el talento dentro de la organización.

Departamento Legal y de Cumplimiento

Asesor Legal: Proporciona asesoramiento sobre cuestiones legales y de cumplimiento normativo.

Especialistas en Derechos de Autor y Propiedad Intelectual: Gestionan y protegen los derechos de contenido y propiedad intelectual.

Departamento Financiero

CFO (Chief Financial Officer): Supervisa la salud financiera del medio.

Contadores: Gestionan las finanzas diarias y los informes financieros.

Analistas Financieros: Realizan proyecciones y análisis financieros para apoyar la toma de decisiones estratégicas.

5.8 Aspecto legal

Aunque no se necesitan permisos especiales para crear una fan page o canal digital, es importante cumplir con ciertas normativas y buenas prácticas:

- a) Cumplimiento de las Políticas de la Plataforma
 - Políticas de Facebook: Asegúrate de cumplir con las políticas de Facebook y otras plataformas donde tengas presencia.
 - Contenido Legal y Ético: Publica contenido que sea legal y ético, evitando la difusión de información falsa, violenta o discriminatoria.

b) Derechos de Autor y Propiedad Intelectual

- Contenido Original: Asegúrate de que todo el contenido que publiques sea original o que tengas los derechos necesarios para su uso.
- Créditos: Da crédito a los autores originales cuando uses contenido de terceros (imágenes, videos, música).

c) Consideraciones de Privacidad

- Protección de Datos Personales: Si recolectas datos personales de tus seguidores (por ejemplo, a través de concursos), asegúrate de cumplir con las leyes de protección de datos personales.
- Permisos de Uso de Imágenes: Obtén permisos antes de publicar fotos o videos de personas.

d) Monetización

- Ingresos y Fiscalidad: Si monetizas tu fan page (a través de publicidad, patrocinios, ventas), asegúrate de cumplir con las leyes fiscales de Ecuador y declarar los ingresos correspondientes.
- Métodos de Pago: Utiliza métodos de pagos seguros y reconocidos para cualquier transacción.

Crear y administrar una fan page en Ecuador es un proceso sencillo que no requiere permisos especiales. Sin embargo, es importante seguir las políticas de la plataforma, respetar los derechos de autor, proteger la privacidad de tus seguidores y cumplir con las leyes locales si monetizas tu página. Con un buen plan de contenido y una interacción activa con tu audiencia, puedes establecer una fan page exitosa y atractiva.

5.9 Como tener un canal legal

- Política de Privacidad
 - Objetivo: Proteger la información personal de los usuarios.
 - Contenido:
 - Recopilación de Datos: Describir qué datos se recopilan (por ejemplo, nombre, correo electrónico, datos de navegación).
 - Uso de Datos: Explicar cómo se utilizan los datos recopilados.
 - Compartición de Datos: Detallar con quién se comparten los datos y por qué.

- Derechos del Usuario: Informar a los usuarios sobre sus derechos, como el acceso, rectificación y eliminación de sus datos.
- Seguridad: Medidas de seguridad implementadas para proteger los datos personales.
- Términos y Condiciones de Uso
 - Objetivo: Establecer las reglas y condiciones para el uso del sitio web.
 - Contenido:
 - Aceptación de los Términos: Indicar que el uso del sitio implica la aceptación de estos términos.
 - Uso Permitido: Especificar cómo se puede usar el contenido del sitio (por ejemplo, para uso personal, no comercial).
 - Propiedad Intelectual: Declarar la titularidad de los derechos de autor y marcas registradas.
 - Conducta del Usuario: Normas de comportamiento para los usuarios, prohibiendo actividades ilegales o inapropiadas.
 - Limitación de Responsabilidad: Limitar la responsabilidad del medio por daños resultantes del uso del sitio.
- Política de Cookies¹⁵
 - Objetivo: Informar a los usuarios sobre el uso de cookies y otras tecnologías de seguimiento.
 - Contenido:
 - Tipos de Cookies: Describir los tipos de cookies utilizadas (por ejemplo, de sesión, persistentes, de terceros).
 - Propósitos: Explicar los propósitos para los que se utilizan las cookies (por ejemplo, análisis, publicidad, funcionalidad).
 - Control de Cookies: Prover información sobre cómo los usuarios pueden gestionar o desactivar las cookies.
- Política de Derechos de Autor

¹⁵ Acceder a los contenidos de los sitios más rápidamente.

- Objetivo: Proteger la propiedad intelectual del medio y respetar los derechos de terceros.
- Contenido:
- Propiedad de Contenidos: Declarar la titularidad de los contenidos creados por el medio.
- Uso de Contenidos de Terceros: Normas para el uso de contenidos que pertenecen a otros, incluyendo licencias y atribuciones.
- Infracciones: Procedimientos para reportar y gestionar infracciones de derechos de autor.
- Política de Comentarios y Moderación
 - Objetivo: Regular la interacción de los usuarios en la plataforma, manteniendo un ambiente respetuoso y seguro.
 - Contenido:
 - Normas de Participación: Directrices sobre lo que se permite y lo que no en los comentarios y publicaciones de usuarios.
 - Moderación: Explicar el proceso de moderación, incluyendo la eliminación de comentarios inapropiados.
 - Sanciones: Detallar las posibles sanciones para los usuarios que incumplan las normas (por ejemplo, advertencias, bloqueos).
- Política de Publicidad
 - Objetivo: Regular la publicidad en la plataforma, asegurando transparencia y cumplimiento con las normativas.
 - Contenido:
 - Aceptación de Anuncios: Criterios para la aceptación de anuncios en el sitio.
 - Transparencia: Información clara sobre la naturaleza de la publicidad y la separación de contenido editorial y publicitario.
 - Privacidad: Asegurar que los anunciantes cumplan con las políticas de privacidad del medio.

1.2. Análisis FODA

FACTORES INTERNOS / FACTORES EXTERNOS	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
	A1 Las grandes empresas multinacionales	01 Eventos en las parroquias de DMQ
	A2 La falta de auspicio de las empresas de de prestigio	02 El dar a conocer la problemática de las parroquias
	A3 La privatización de los eventos públicos	03 Informar del deporte amateur en la las parroquias rurales del DMQ
	A4 La economía del país	04 Difusión de las actividades en la parroquias
	A5 La inseguridad de la ciudad	05 servidores de redes sociales gratis
	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS FO
FORTALEZAS	Trabajo proactivo de conocer la idiosincrasia de sector (F1-A1) Mediante la credibilidad del canal llegar a las grandes empresas inviertan en el canal (F4-A2)	Producto final de transmisiones de eventos en las parroquias Credibilidad de los programas a carca de la problemática de las parroquias
F1 Capacidades y conocimiento del talento humano		
F2 La credibilidad del canal en la oferta de su programación		
F3 El producto final al cliente		combinación de fortalezas con oportunidades, es el punto óptimo
F4 Creatividad		
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DA	ESTRATEGIAS DO
D1 El conocimiento centralizado	Capacitar a personal para no dar ventaja a grandes empresas	Al tener eventos en diferentes parroquias hay descentralizar las funciones
D2 Manual de procesos y funciones	Al no tener un grupo fuerte se debilita competir con las transnacionales	Desarrollar el manual de funciones para poder llegar a la gran mayoría de redes sociales
D3 Tecnología de vanguardia	La economía del país repercute la adquisición de tecnología de vanguardia	Con un tecnología actualizada se podría presentar un mejor producto final
D4 Poca personal departamento de ventas	La inseguridad hace que la inversión en productos se tenga temor a comprar	
D5 Sistema de gestión sin implementar		
No tener una asociación de medios	combinación de las debilidades con las amenazas, es el punto crítico de la empresa	minimizar los aspectos negativos

Elaborado por: Kleber Naranjo
Fuente: investigación propia

Análisis de Situación

Logo tipo



Slogan: *rtv beyond sport “más allá del deporte”*

¿Quiénes Somos?

RTV es un canal digital deportivo, cultural, educativo y social al servicio de la comunidad, coherentes con nuestro slogan “más allá del deporte” trabajamos en el mejoramiento continuo de nuestras transmisiones y programas de entretenimiento para nuestros seguidores, con criterios amigables y de protección del cuidado del deporte y del ambiente.

Objetivos General

Producir para nuestros seguidores programas de entretenimiento de carácter deportivo, social, cultural, educativo, y de distracción con un alto sentido de responsabilidad social y ambiental.

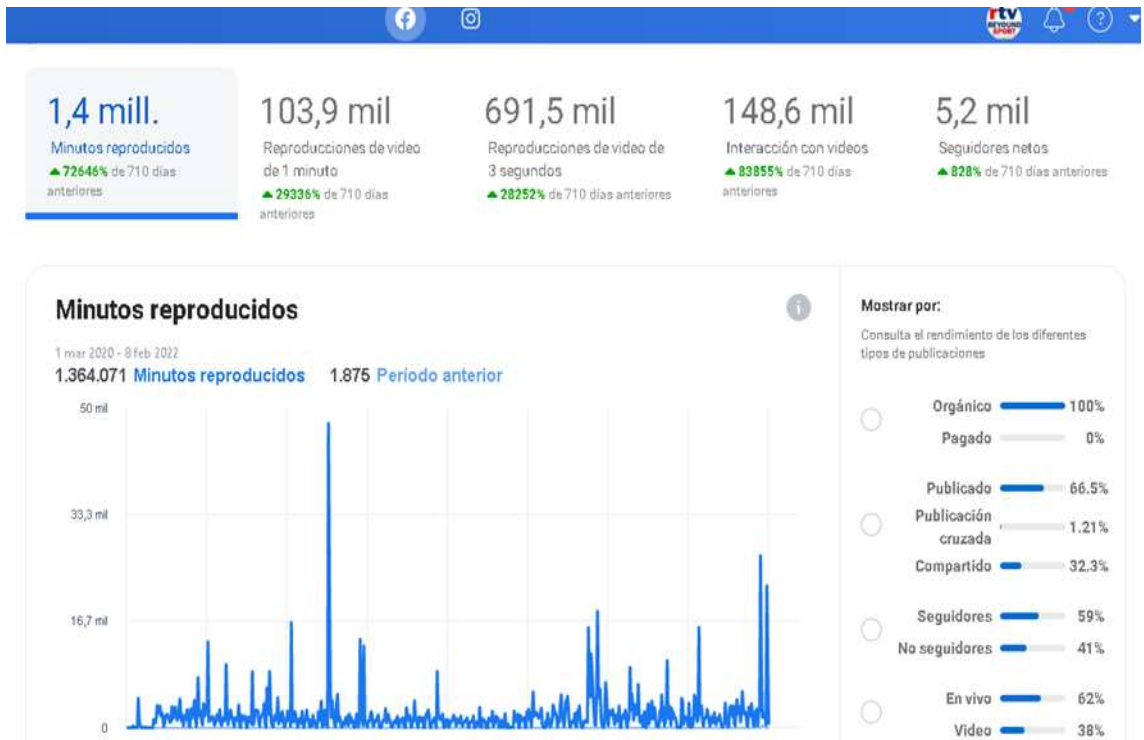
Detalle de las características específicas de los programas y eventos:

- Transmisión de eliminatorias mundialistas, liga Pro, copa Champions League, Europa League, copa sudamericana, copa libertadores de América, Tenis, Ciclismo, Box, UFC artes mixtas, transmisión por nuestra web.
- Nuestra especialidad son las transmisiones en vivo por nuestras redes sociales en simultáneo por Facebook, YouTube y nuestra web.
- Realizamos transmisiones en vivo de eventos sociales, culturales y educativos.
- Transmisión de programas diarios de 20H30 a 22H00
 - Lunes “Análisis de la Jornada parroquial, barrial, y deporte en el mundo”
 - Martes “Ecos de la Jornada y los protagonistas”
 - Miércoles “La Cruda Verdad”
 - Jueves “Sin pelos en la lengua”
 - Viernes hoy es viernes y rtv lo sabe(presentación de artistas, emprendedores)

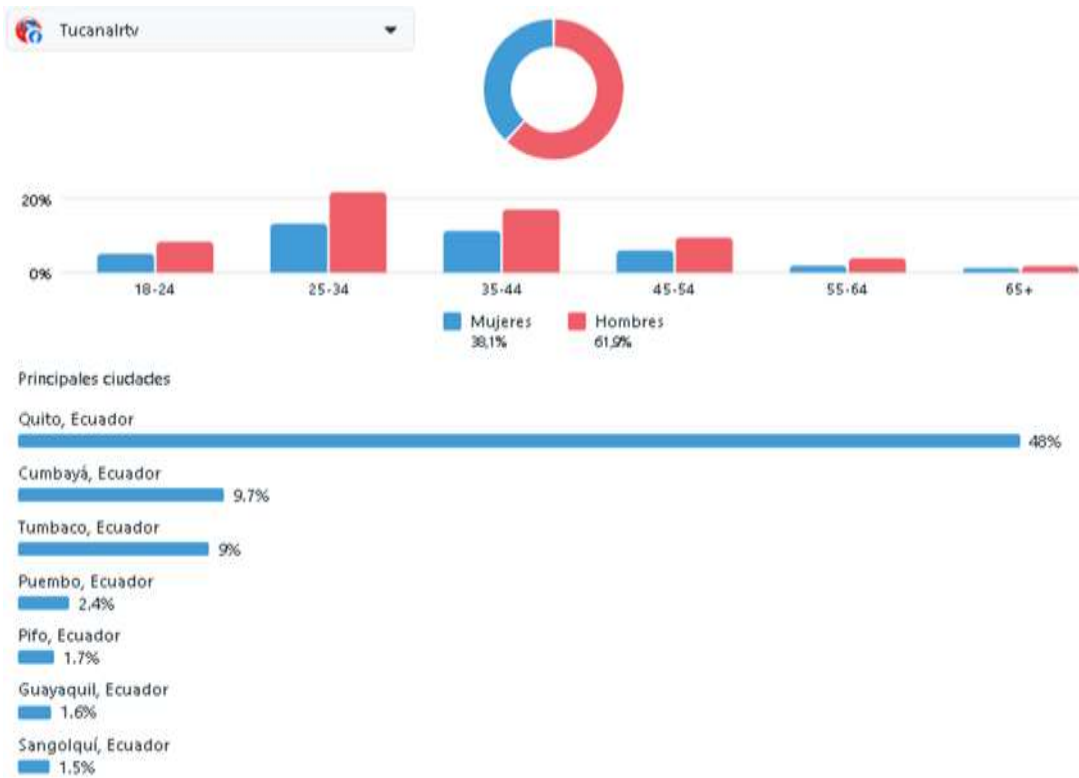
Alcance en Facebook a la fecha las publicaciones



Elaborado por: Kleber Naranjo
 Fuente: investigación propia



Elaborado por: Kleber Naranjo
 Fuente: investigación propia








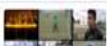


Elaborado por: Kleber Naranjo
Fuente: investigación propia

Contenido

Contenido reciente	Tipo	Alcance	Me gusta y reacciones	Toques en stickers
ATENCIÓN En la Parroquia del Quin... miércoles, 20 de abril 7:31	Público Promocio...	75.068	642	--
SE INFORMA A LA COMUNIDAD D... miércoles, 13 de abril 10:33	Público Promocio...	73.520	609	--
ATENCIÓN. Presunto mentor del de... jueves, 21 de abril 13:10	Público Promocio...	58.939	463	--
Buseta de transporte escolar en el s... miércoles, 27 de abril 13:30	Público Promocio...	27.341	87	--
Hoy 18 de abril aproximadamente ... lunes, 18 de abril 9:43	Público Promocio...	21.880	90	--

Elaborado por: Kleber Naranjo
Fuente: investigación propia

	INTERPARROQUIALES SUB 4... Tucanaltr, Rtr más al...	tucanaltr	30.399	2.152	6.300	496
	SUB 40 INERTPARROQUIAL... Tucanaltr, Rtr más al...	tucanaltr	23.694	1.295	3.537	427
	LUNES 31 DE ENERO DE 202... Tucanaltr, Rtr más al...	tucanaltr	6.393	278	1.041	350
	LUNES 7 DE FEBRERO DE 20... Rtr más allá del...	tucanaltr	5.927	315	868	111
	JUVES 20 DE ENERO DE 202... Tucanaltr, Rtr más al...	tucanaltr	5.081	218	724	239
	MARTES 4 DE ENERO de 202... Tucanaltr, Rtr más al...	tucanaltr	4.610	185	594	197
	Un agente de la Policia... tucanaltr	tucanaltr	3.925	2.074	6.759	298
	JUEVES 6 DE ENERO de 2021... --	tucanaltr	3.484	232	774	398

Elaborado por: Kleber Naranjo
Fuente: investigación propia

Seguidores en YouTube 812



The image shows the YouTube channel page for 'rtvcandigital'. At the top, there is a search bar and a notification bell. The channel's main banner features the 'rtv' logo in red and blue, followed by 'rtvcandigital' in a large blue font. Below the banner, the channel name 'rtvcandigital' is displayed, along with the handle '@rtvcandigital', 223 subscribers, and 1.1K videos. A bio section follows, mentioning 'Amigos, hídese un saludo de tv to canal digital... más' and a link to a blog. There are buttons for 'Personalizar canal' and 'Administrar videos'. Below this, navigation tabs for 'Principal', 'Videos', 'Shorts', 'En vivo', 'Playlists', and 'Comunidad' are visible. At the bottom, there are three tabs: 'Más recientes', 'Popular', and 'Más antiguos'. A row of video thumbnails is shown, including one titled 'El Rey Pan el Pan de Cumbaya' and another with '¡MIRA LAS PELIGROSAS DECISIONES!'.

Elaborado por: Kleber Naranjo
Fuente: investigación propia

Visualizaciones de página web de rtv

Dimensión secundaria

Todas las cuentas > masa.ladeldesporte

entrada blog

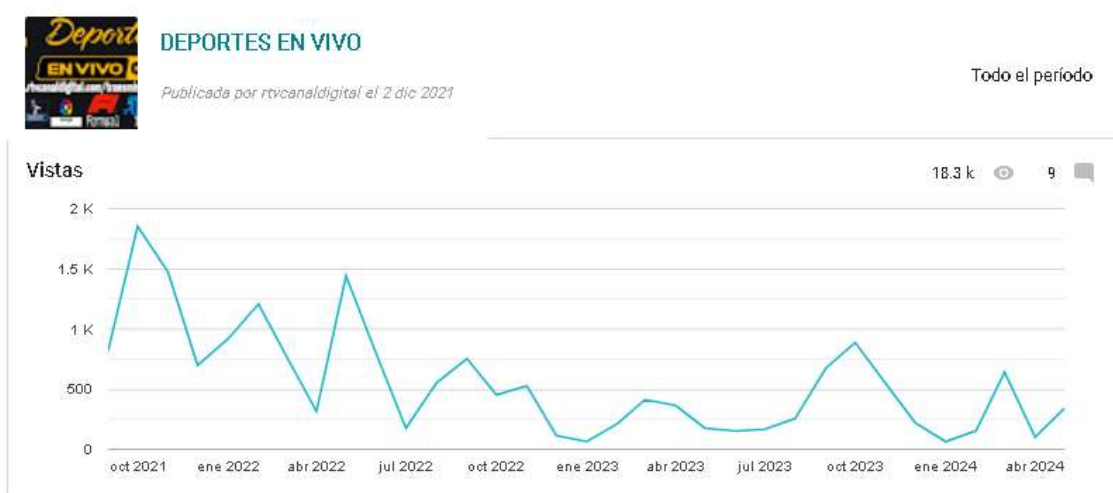
Dimensiones de

Dimensión primaria: País Ciudad Continente Subcontinentes

	6.341 % del total: 100,00 % (6.341)	37,22 % Media de la vista: 37,22 % (0,00 %)	2.360 % del total: 100,00 % (2.360)	67,21 % Media de la vista: 67,21 % (0,00 %)
1. Ecuador	5.448 (85,92 %)	32,60 %	1.776 (75,25 %)	66,46 %
2. United States	402 (6,34 %)	47,76 %	192 (8,14 %)	64,43 %
3. Spain	91 (1,44 %)	38,46 %	35 (1,48 %)	61,54 %
4. Peru	75 (1,18 %)	97,33 %	73 (3,09 %)	85,33 %
5. Bolivia	48 (0,76 %)	100,00 %	48 (2,03 %)	79,17 %
6. Colombia	45 (0,71 %)	93,33 %	42 (1,78 %)	77,78 %
7. Mexico	31 (0,49 %)	41,94 %	13 (0,55 %)	67,74 %
8. Paraguay	30 (0,47 %)	90,00 %	27 (1,14 %)	80,00 %

Elaborado por: Kleber Naranjo
Fuente: investigación propia

Visualizaciones de nuestras transmisiones por nuestra web



Elaborado por: Kleber Naranjo
Fuente: investigación propia

En TikTok 16 600 seguidores y 117 K me gusta



Elaborado por: Kleber Naranjo
Fuente: investigación propia

En Instagram 540 seguidores



Elaborado por: Kleber Naranjo
Fuente: investigación propia

Estrategias y Plan de Acción

a. Modernización Tecnológica

- Adquisición de Equipos: Invertir en cámaras de alta definición, equipos de iluminación y sonido avanzados.
- Software de Producción: Implementar software de edición y gráficos de última generación.
- Infraestructura de Transmisión: Actualizar los servidores y sistemas de transmisión para mejorar la calidad y confiabilidad.

b. Optimización de Procesos

- Flujo de Trabajo: Revisar y optimizar el flujo de trabajo desde la preproducción hasta la postproducción.
- Automatización: Implementar herramientas de automatización para tareas repetitivas y administrativas.
- Gestión de Proyectos: Utilizar software de gestión de proyectos para mejorar la coordinación y la eficiencia.

c. Capacitación del Personal

- Programa de Capacitación: Desarrollar un programa de capacitación continuo para el personal técnico y creativo.
- Talleres de trabajo (Workshops¹⁶) y Seminarios: Organizar workshops y seminarios con expertos de la industria y contenido para redes sociales.
- Evaluaciones Periódicas: Realizar evaluaciones periódicas para identificar áreas de mejora y necesidades de formación adicionales.

d. Expansión de la Audiencia

- Marketing Digital: Implementar estrategias de marketing digital, incluyendo marketing en motores de búsqueda (search engine marketing SEM) y optimización de motores de búsqueda (SEO search engine optimización) para redes sociales.
- Contenidos Interactivos: Desarrollar contenidos interactivos y multiplataforma para atraer a una audiencia y vender publicidad.

¹⁶ Encuentro de capacitación y de taller práctico de aprendizaje

- Colaboraciones y Alianzas: Establecer colaboraciones con influencers, productoras y otros canales de medios.

Evaluación y Monitoreo

- Indicadores Clave de Desempeño (KPIs): Definir KPIs para medir el éxito del plan, como la calidad de producción, la eficiencia operativa, el crecimiento de la audiencia y la satisfacción del personal.
- Revisiones Periódicas: Programar revisiones periódicas del plan para evaluar el progreso y realizar ajustes según sea necesario.
- Feedback y Ajustes: Recopilar feedback de empleados y audiencia para identificar áreas de mejora y ajustar el plan en consecuencia.

Implementación

- Cronograma: Establecer un cronograma detallado con fases de implementación claras y plazos específicos de ejecución.
- Responsabilidades: Asignar responsabilidades específicas a los miembros del equipo por departamento para cada fase del plan.
- Comunicación Interna: Asegurar una comunicación efectiva dentro del equipo para mantener a todos informados y alineados con los objetivos del plan.
- Este plan de negocios proporciona una guía completa para mejorar el proceso de producción y transmisión en vivo de un canal digital asegurando que cada aspecto clave se aborde de manera integral y coordinada.

Infraestructura y Tecnología

Equipos de Alta Calidad:

Cámaras: Utiliza cámaras de alta resolución que puedan manejar diferentes condiciones de luz y que ofrezcan opciones de transmisión en 4K o superior.

Micrófonos: Asegúrate de contar con micrófonos de alta calidad para captar audio claro y sin interferencias.

Iluminación: Implementa un buen sistema de iluminación para garantizar una imagen clara y profesional .en el set

Codificadores: Utiliza codificadores eficientes para convertir y transmitir las señales de audio y video de manera fluida.

Software de Producción:

Programas de edición en vivo: Usa software como OBS Studio, vMix o Wirecast, que permiten mezclar diferentes fuentes de video y audio en tiempo real.

Gráficos y overlays¹⁷: Incorpora gráficos y overlays profesionales para mejorar la calidad visual de las transmisiones.

Planificación y Organización

a. Producción:

Guiones y pautas: Prepara guiones detallados y pautas de producción para cada transmisión.

Pruebas técnicas: Realiza pruebas técnicas antes de cada transmisión para asegurarte de que todos los equipos funcionen correctamente.

b. Coordinación del Equipo:

Roles y responsabilidades: Definir claramente los roles y responsabilidades de cada miembro del equipo (productores, operadores de cámara, técnicos de audio, etc.).

Comunicación: Mantener una comunicación constante y clara entre los miembros del equipo, utilizando herramientas como walkie-talkies¹⁸ o aplicaciones de comunicación en tiempo real.

Transmisión y Monitoreo

a. Plataformas de Transmisión:

Multiplataforma: Transmitir en múltiples plataformas (YouTube, Facebook Live, Twitch, etc.) para alcanzar una audiencia más amplia.

Interacción en tiempo real: Usar herramientas que permitan la interacción en tiempo real con la audiencia, como chats en vivo y encuestas.

b. Monitoreo de la Calidad:

Supervisión en tiempo real: Designar a alguien para monitorear la calidad de la transmisión en tiempo real, incluyendo la calidad de video, audio y la estabilidad de la conexión.

¹⁷S ignifica una imagen a la que se le coloca por encima otra capa de imágenes para agregar efectos como reflejos

¹⁸ Transmisor-receptor portátil o comunicador portátil es un transceptor de radio portátil

Análisis post-transmisión: Después de cada transmisión, realizar un análisis detallado para identificar áreas de mejora.

Capacitación y Mejora Continua

a. Entrenamiento del Equipo:

Capacitación técnica: Proporcionar capacitación regular sobre el uso de equipos y software de producción.

Simulaciones y prácticas: Realizar simulaciones y prácticas regulares para mejorar la coordinación y la capacidad de respuesta del equipo.

b. Feedback y Ajustes:

Recoge feedback: Solicitar retroalimentación de la audiencia y del equipo de producción.

Implementa mejoras: Basándose en el feedback, implementar mejoras continuas en el proceso de producción y transmisión.

Redundancia y Respaldo

a. Sistemas de Respaldo:

Equipos duplicados: Tener equipos de respaldo listos para ser utilizados en caso de fallos técnicos.

Conexiones redundantes: Utilizar múltiples conexiones a Internet para garantizar la continuidad de la transmisión en caso de fallos de red.

b. Planes de Contingencia:

Protocolos de emergencia: Establecer protocolos de emergencia para manejar cualquier interrupción durante la transmisión.

Soporte técnico: Tener acceso a soporte técnico rápido y eficiente para resolver problemas imprevistos.

Plan de Implementación

a. Cronograma:

Mes 1-2: Investigación y adquisición de nuevos equipos y software.

Mes 3-4: Instalación y configuración de equipos; capacitación inicial del equipo.

Mes 5-6: Implementación de nuevos procedimientos; pruebas y ajustes.

Mes 7-12: Evaluación continua, feedback y ajustes; expansión gradual a nuevas plataformas.

CAPÍTULO VI

1. Aspectos administrativos

6.01 Recursos

Para mejorar el proceso de producción y transmisión de un canal digital, es esencial contar con una variedad de recursos administrativos que permitan una gestión eficiente y efectiva.

6.0.1.1 Recursos Humanos

a) Personal de Producción:

- Productores y Directores de Contenido: Responsables de planificar y supervisar las transmisiones, asegurando la calidad y relevancia del contenido.
- Técnicos de Audio y Video: Especialistas en garantizar la calidad técnica de las transmisiones, manejando equipos de grabación y transmisión.
- Editores de Video: Encargados de la postproducción, mejorando la calidad del contenido y preparando materiales promocionales.
- Moderadores de Chat: Personal dedicado a gestionar la interacción en tiempo real con la audiencia, respondiendo preguntas y fomentando la participación.

b) Personal de Marketing y Comunicación:

- Especialistas en Redes Sociales: Encargados de promocionar las transmisiones, gestionar las publicaciones y analizar el rendimiento en redes sociales.
- Diseñadores Gráficos: Responsables de crear materiales visuales atractivos para promocionar las transmisiones y mejorar la estética de la fan page.
- Copywriters¹⁹: Profesionales que redactan contenido persuasivo y atractivo para las publicaciones y descripciones de los videos.

c) Personal de Administración y Finanzas

¹⁹ Un copywriter es el especialista en redacción de textos publicitarios o de marketing

- Gerentes de Proyecto: Coordinan las actividades diarias, gestionan los recursos y aseguran que los proyectos se completen a tiempo y dentro del presupuesto.
- Contadores y Analistas Financieros: Gestionan el presupuesto, realizan análisis financieros y aseguran la viabilidad económica del proyecto.
- Encargados de Recursos Humanos: Gestionan la contratación, formación y bienestar del personal.

6.0.1.2 Recursos Técnicos

a) Equipos de Producción:

- Cámaras de Alta Definición: Para capturar imágenes de alta calidad durante las transmisiones en vivo.
- Micrófonos y Sistemas de Audio Profesional: Para asegurar una excelente calidad de sonido.
- Iluminación Profesional: Para mejorar la visibilidad y calidad de la transmisión.

b) Infraestructura Tecnológica:

- Computadoras y Software de Edición: Herramientas de edición de video y audio para la postproducción.
- Plataformas de Transmisión en Vivo: Servicios como YouTube Live, Facebook Live, Twitch, etc., para la transmisión del contenido.
- Software de Gestión de Redes Sociales: Para programar publicaciones, monitorear la interacción y analizar el rendimiento.
- Herramientas de Analítica: Software para analizar datos de audiencia, rendimiento de las transmisiones y efectividad de las estrategias de marketing.

6.0.1.3 Recursos Financieros

a) Presupuesto de Producción

- Inversión en Equipos: Presupuesto asignado para la compra y mantenimiento de equipos de producción y transmisión.
- Costos de Personal: Salarios y beneficios para el personal involucrado en la producción y transmisión.

b) Presupuesto de Marketing:

- Publicidad y Promoción: Fondos destinados a campañas publicitarias en redes sociales y otras plataformas.
 - Colaboraciones y Patrocinios: Inversión en alianzas estratégicas y colaboraciones con influencers y otras marcas.
- c) Fondo de Contingencia:
- Reservas Financieras: Dinero reservado para imprevistos o emergencias durante la producción y transmisión.

6.0.1.4. Recursos Organizacionales

- a) Sistemas de Gestión:
- Sistema de Gestión de Proyectos (SGP): Herramientas como Trello, Asana o Monday.com para coordinar tareas y proyectos.
 - Sistema de Gestión de Recursos Humanos (SGRH): Software para gestionar la contratación, formación y desempeño del personal.
- b) Protocolos y Procedimientos:
- Manuales de Operación: Documentos que detallan los procedimientos estándar para la producción y transmisión.
 - Políticas de Calidad: Normas que aseguran la consistencia y calidad del contenido y la transmisión.

6.0.1.5. Recursos de Infraestructura

- a) Espacio de Trabajo:
- Estudio de Grabación: Un espacio dedicado y acondicionado para la producción de transmisiones en vivo.
 - Oficinas Administrativas: Espacios para el personal administrativo, de marketing y gestión.
- b) Conectividad y Redes:
- Conexión a Internet de Alta Velocidad: Fundamental para la transmisión en vivo sin interrupciones.
 - Servidores y Almacenamiento en la Nube: Para guardar y gestionar grandes cantidades de contenido de manera segura y accesible.

6.1.0.6. Recursos Legales

a) Asesoría Legal:

- Abogados Especializados: Asesoramiento en derechos de autor, contratos de colaboración, términos y condiciones, y políticas de privacidad.

6.1.0.7. Recursos de Capacitación y Desarrollo

a) Programas de Formación:

- Capacitación Técnica: Formación continua para el personal técnico en el uso de nuevas tecnologías y equipos.
- Desarrollo Profesional: Talleres y cursos para el personal administrativo y de marketing para mejorar sus habilidades y mantenerse al día con las tendencias del mercado.

Estos recursos administrativos son esenciales para asegurar que la canal digital o canal digital funcione de manera eficiente y efectiva, proporcionando contenido de alta calidad y experiencias de transmisión en vivo que satisfagan y excedan las expectativas de la audiencia.

6.02 Presupuesto

6.0.2.1. Inversión Inicial (Excel)

PRESUPUESTO PARA IMPLEMENTAR LA PROPUESTA	
Egresos	
Equipos de Producción y Transmisión (anual)	
• Cámaras de Alta Definición (1 unidades)	\$ 350.00
• Micrófonos y Sistemas de Audio Profesional	\$ 350.00
• Iluminación para estudio	\$ 80.00
• Computadoras para Edición (2PC)	\$ 700.00
• Software de Edición (Software libre/ o en línea):	\$ -
• Plataformas de Transmisión (suscripciones y servicios):	\$ 20.00
sub total Equipos de Producción y Transmisión	\$ 1,500.00
Infraestructura Tecnológica (Anual)	
• Conexión a Internet de Alta Velocidad (anual):	\$ 40.00
• Servidores y Almacenamiento en la Nube: (facebook / YouTube)	\$ -
• Sistema de Gestión de Proyectos y Recursos Humanos:(desarrollado por rtv)	\$ -
Sub total Infraestructura Tecnológica	\$ 40.00
Espacio de Trabajo	
• Estudio de Grabación (Propio):	\$ -
• Equipamiento del Estudio (mobiliario, insonorización, etc.):	\$ 300.00
sub total espacio de trabajo (mensual)	\$ 3,600.00
Personal	
• Productores y Directores de Contenido (1)	\$ 10.00
• Técnicos de Audio y Video (2)	\$ 10.00
• Moderadores de Chat (2)	\$ 5.00
• Especialistas en Redes Sociales (1)	\$ 5.00
• Diseñadores Gráficos (1)	\$ 10.00
• Copywriters (1):	\$ 5.00
• Gerentes de Proyecto/ Recursos Humano (1)	\$ 15.00
• Contadores y Analistas Financieros (1): \$800	\$ 10.00
Sub Total de Personal	\$ 70.00
Marketing y Comunicación(Mensual)	
• Publicidad en Redes Sociales	\$ 20.00
• Materiales Promocionales y Diseño	\$ 20.00
Sub Total Marketing y Comunicación	\$ 480.00
Mantenimiento y Operaciones(anual)	
• Mantenimiento de Equipos	\$ 40.00
• Actualización de Software	\$ -
• Suministros de Oficina y Estudios	\$ 10.00
• Fondo de Contingencia	\$ 40.00
Sub Total Mantenimiento y Operaciones	\$ 90.00
Recursos de Capacitación y Desarrollo	
• Capacitación Técnica y Profesional	\$ 80.00
• Participación en Conferencias y Eventos de la Industria	\$ 50.00
Sub Total Recursos de Capacitación y Desarrollo	\$ 130.00
Costo de transmisión por evento	
• Camararografo x transmisión):	\$ 8.00
• 1 Relator por transmisión:	\$ 20.00
• 1 Comentarista por transmisión:	\$ 15.00
• 1 Apoyo logístico por transmisión:	\$ 8.00
• Costo de internet y transporte	\$ 20.00
Sub Total Costo de transmisiones	\$ 3,408.00
Egresos Total	\$ 9,318.00

Elaborado por: Kleber Naranjo
Fuente: investigación propia

PRESUPUESTO PARA IMPLEMENTAR LA PROPUESTA	
Ingresos	
Valor de transmisiones (mesual)	
Evento de Trasmisión Fútbol (11)	\$ 80.00
Evento de Trasmisión Indor Fútbol (11)	\$ 60.00
Evento de Trasmisión Basquet	\$ 60.00
Evento de Trasmisión Ecuavoley	\$ 60.00
Evento de Trasmisión evento cultural / artístico	\$ 80.00
Sub Total Ingreso de transmisiones ppor mes(cuatro mínimo)	\$ 320.00
Valor de Publicidad en transmisiones deportivas Flayer en pantalla de transmisiones (mensuales)	\$ 50.00
Sub Total de publicidad en transmisiones (mínimo 10 anunciantes)	\$ 500.00
Total anual ingresos	\$ 9,840.00
Ganacia/ Perdida	\$ 522.00

Elaborado por: Kleber Naranjo
Fuente: investigación propia

6.0.2.6 Total General del Presupuesto Anual

Ingresos – Egresos (Inversión Inicial + Costos Operativos Anuales): \$522.00

Este presupuesto puede variar dependiendo de factores específicos como la ubicación, los salarios del personal y los costos particulares de los equipos y servicios. Es importante revisar y ajustar el presupuesto regularmente para reflejar los cambios en las necesidades y circunstancias de un canal digital.

6.03 Cronograma.

ACTIVIDADES	OCT.				NOV.				DIC.				ENERO				FEBRERO				MARZO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
SEMANAS																								
CAPITULO I																								
CAPITULO II																								
CAPITULO III																								
CAPITULO IV																								
CAPITULO V																								
CAPITULO VI																								
CAPITULO VII																								
PRESENTACION DEL BORRADOR																								
EMPASTADO																								

Elaborado por: Kleber Naranjo

Fuente: investigación propia

Fase 1: Planificación y Preparación (Mes 1)

- a) Semana 1-2: Definición del Proyecto y Asignación de Recursos
 - Definir los objetivos específicos del proyecto.
 - Asignar roles y responsabilidades a los miembros del equipo.
 - Crear un plan detallado de recursos y presupuesto.
- b) Semana 3-4: Investigación y Análisis
 - Realizar análisis de la audiencia y competencia.
 - Revisar tendencias de mercado y mejores prácticas en transmisiones en vivo.
 - Elaborar un informe de investigación para guiar el desarrollo del plan.

Fase 2: Adquisición de Recursos y Preparación Técnica (Mes 2)

- a) Semana 1-2: Adquisición de Equipos y Tecnología
 - Comprar y configurar equipos de producción (cámaras, micrófonos, iluminación).
 - Adquirir software de edición y plataformas de transmisión.
 - Establecer la infraestructura tecnológica necesaria (servidores, almacenamiento en la nube).
- b) Semana 3-4: Configuración de Espacio y Capacitación Inicial
 - Acondicionar el estudio de grabación y las oficinas administrativas.

- Capacitar al equipo en el uso de los nuevos equipos y software.
- Realizar pruebas técnicas de transmisión para asegurar calidad.

Fase 3: Desarrollo de Contenidos y Estrategias (Mes 3)

- Semana 1-2: Creación de Contenido y Calendario Editorial
 - Desarrollar un calendario editorial con fechas y temas de transmisiones.
 - Producir contenido piloto para evaluación interna.
 - Revisar y ajustar el contenido según el feedback recibido.
- Semana 3-4: Desarrollo de Estrategias de Marketing y Comunicación
 - Crear una campaña de marketing para el lanzamiento de nuevas transmisiones.
 - Desarrollar estrategias de interacción y compromiso con la audiencia.
 - Planificar colaboraciones y patrocinios.

Fase 4: Implementación y Lanzamiento (Mes 4-5)

- Semana 1-2: Pre-Lanzamiento y Pruebas Piloto
 - Realizar transmisiones piloto y recoger feedback de la audiencia.
 - Ajustar aspectos técnicos y de contenido basados en los resultados de las pruebas.
 - Ejecutar una campaña de pre-lanzamiento en redes sociales.
- Semana 3-4: Lanzamiento Oficial
 - Iniciar transmisiones en vivo regulares según el calendario editorial.
 - Monitorear en tiempo real la interacción y el rendimiento de las transmisiones.
 - Implementar estrategias de marketing y promoción.

Fase 5: Evaluación y Optimización (Mes 6)

- Semana 1-2: Recolección y Análisis de Datos
 - Analizar métricas de rendimiento de las transmisiones (audiencia, interacción, calidad técnica).
 - Recoger feedback de la audiencia y del equipo de producción.
- Semana 3-4: Optimización y Ajustes

Resumen del Cronograma

Mes 1: Planificación y Preparación

- Definición del proyecto, asignación de recursos y análisis.

Mes 2: Adquisición de Recursos y Preparación Técnica

- Compra y configuración de equipos, capacitación del equipo.

Mes 3: Desarrollo de Contenidos y Estrategias

- Creación de contenido y estrategias de marketing.

Mes 4-5: Implementación y Lanzamiento

- Pruebas piloto, lanzamiento oficial y monitoreo en tiempo real.

Mes 6: Evaluación y Optimización

- Análisis de datos, ajustes y mejoras continua.

Este cronograma proporciona una guía clara y estructurada para implementar un plan de negocios efectivo, asegurando que cada fase se complete de manera ordenada y eficiente, con tiempo suficiente para ajustes y optimizaciones.

CAPÍTULO VII

Conclusiones y recomendaciones

7.01 Conclusiones.

Importancia de la Planificación y la Investigación:

La implementación exitosa de un plan de negocios comienza con una planificación meticulosa y una investigación exhaustiva. Comprender a la audiencia, analizar la competencia y estudiar las tendencias del mercado son pasos críticos que guían el desarrollo de estrategias efectivas y alineadas con las necesidades y expectativas del mercado.

- **Inversión en Tecnología y Capacitación:**

La adquisición de equipos de producción y transmisión de alta calidad es esencial para mejorar la calidad de las transmisiones en vivo. Además, invertir en la capacitación del personal asegura que el equipo esté bien preparado para manejar la tecnología y producir contenido de alta calidad, lo que aumenta la profesionalidad y el atractivo de un canal digital.

- **Desarrollo de Contenido Relevante y Atractivo:**

Crear un calendario editorial con contenido diverso y relevante es fundamental para mantener el interés y la participación de la audiencia. Las pruebas piloto y la recolección de feedback permiten ajustar y mejorar continuamente el contenido, asegurando que siempre sea atractivo y valioso para los seguidores.

- Estrategias de Marketing y Comunicación:

Desarrollar y ejecutar estrategias de marketing efectivas es crucial para atraer y retener a la audiencia. Las campañas de promoción, la interacción activa con los seguidores y las colaboraciones estratégicas con influencers y marcas aumentan la visibilidad y el alcance de la fan page, impulsando su crecimiento y éxito.

- Monitoreo y Evaluación Continuos:

La recolección y análisis de datos de rendimiento son vitales para evaluar el éxito de las transmisiones y las estrategias implementadas. Monitorear en tiempo real las métricas de audiencia, interacción y calidad técnica permite hacer ajustes rápidos y efectivos, optimizando continuamente el proceso de producción y transmisión.

- Flexibilidad y Adaptabilidad:

Ser flexible y estar dispuesto a adaptarse a los cambios del mercado y las preferencias de la audiencia es clave para el éxito a largo plazo. Ajustar estrategias, contenido y tecnologías según los datos analizados y el feedback recibido asegura que la canal digital permanezca relevante y competitiva.

- Enfoque en la Sostenibilidad y Crecimiento:

Implementar prácticas sostenibles y éticas, junto con estrategias de crecimiento bien planificadas, asegura la viabilidad económica y el impacto positivo de la fan page. La búsqueda de nuevas oportunidades de monetización y la expansión a nuevos mercados fortalecen la posición de la canal digital y promueven su desarrollo continuo.

- Importancia de la Experiencia del Usuario:

- Garantizar una experiencia de usuario fluida y de alta calidad es fundamental para el éxito de las transmisiones en vivo. Minimizar problemas técnicos, optimizar la accesibilidad y proporcionar un soporte eficiente mejora la satisfacción del espectador y fomenta la lealtad y el compromiso de la audiencia.

Resumen Final

Implementar estrategias para mejorar contenidos, innovación y tecnología en los servicios de transmisiones en vivo de rtv canal digital, es un esfuerzo multifacético que requiere una planificación cuidadosa, inversiones estratégicas y una ejecución meticulosa. Al enfocarse en la calidad del contenido, la efectividad de las estrategias de marketing, la

capacitación del equipo y la evaluación continua, es posible crear un canal digital dinámica y exitosa que no solo atraiga a una amplia audiencia, sino que también fomente un alto nivel de compromiso y lealtad. Este enfoque holístico asegura que un canal digital se posicione como un líder en el mercado de transmisiones en vivo, proporcionando experiencias excepcionales a sus seguidores y alcanzando sus objetivos comerciales.

7.02 Recomendaciones

Implementar estrategias para mejorar contenidos, innovación y tecnología en los servicios de transmisiones en vivo de rtv canal digital requiere una serie de pasos estratégicos y prácticos.

a) Investigación y Análisis

- **Conocer a la Audiencia:** Realizar encuestas y estudios de mercado para comprender las preferencias y comportamientos de la audiencia.
- **Análisis de la Competencia:** Estudiar a los competidores para identificar oportunidades de mejora y diferenciación.
- **Revisión de Tendencias:** Mantenerse al día con las tendencias en la producción y transmisión de contenidos en vivo para implementar prácticas innovadoras.

b) Inversión en Tecnología

- **Equipos de Alta Calidad:** Adquirir cámaras, micrófonos, iluminación y otros equipos de producción de alta calidad.
- **Software Avanzado:** Utilizar software de edición de video y plataformas de transmisión en vivo que ofrezcan funcionalidades avanzadas.
- **Infraestructura Técnica:** Asegurar una conexión a internet de alta velocidad y contar con sistemas de almacenamiento seguros y accesibles.

c) Capacitación del Personal

- **Formación Técnica:** Proporcionar capacitación en el uso de equipos y software para asegurar un manejo adecuado y eficiente.
- **Desarrollo Profesional:** Fomentar el desarrollo de habilidades blandas y creativas para mejorar la calidad del contenido.
- **Actualización Continua:** Ofrecer cursos y talleres periódicos para mantener al equipo actualizado con las últimas tendencias y tecnologías.

d) Desarrollo de Contenidos

- **Calendario Editorial:** Crear un calendario editorial con fechas, temas y formatos de transmisiones planificadas.
- **Contenido Diversificado:** Desarrollar una variedad de contenidos (entrevistas, tutoriales, eventos en vivo) para mantener el interés de la audiencia.
- **Pruebas Piloto:** Realizar transmisiones piloto para evaluar la respuesta de la audiencia y ajustar el contenido según el feedback recibido.

e) Estrategias de Marketing y Promoción

- **Campañas de Publicidad:** Diseñar y ejecutar campañas de publicidad en redes sociales y otras plataformas digitales.
- **Optimización SEO:** Utilizar técnicas de optimización en motores de búsqueda para aumentar la visibilidad de la fan page.
- **Colaboraciones y Alianzas:** Establecer colaboraciones con influencers y otras marcas para ampliar el alcance y atraer nuevas audiencias.

f) Monitoreo y Evaluación

- **Análisis de Métricas:** Utilizar herramientas de análisis para monitorear el rendimiento de las transmisiones en términos de audiencia, interacción y calidad técnica.
- **Feedback de la Audiencia:** Recoger y analizar el feedback de la audiencia para identificar áreas de mejora.
- **Ajustes y Optimización:** Realizar ajustes continuos en la estrategia de contenido y producción basados en los datos recopilados y las tendencias emergentes.

g) Experiencia del Usuario

- **Calidad Técnica:** Minimizar problemas técnicos y asegurar una alta calidad de transmisión en términos de video y audio.
- **Interactividad:** Implementar funciones interactivas como encuestas, comentarios en tiempo real y sesiones de preguntas y respuestas para aumentar el compromiso de la audiencia.
- **Accesibilidad:** Asegurar que las transmisiones sean accesibles desde diversos dispositivos y plataformas, ofreciendo subtítulos y opciones de visualización.

h) Monetización y Sostenibilidad

- Modelos de Ingresos: Explorar diversas vías de monetización como publicidad, patrocinios, membresías y donaciones.
- Contenido Exclusivo: Ofrecer contenido exclusivo para miembros y patrocinadores como una forma de generar ingresos adicionales.
- Estrategias de Crecimiento: Desarrollar estrategias a largo plazo para escalar el negocio, incluyendo la expansión a nuevas plataformas y mercados.

i) Gestión y Organización

- Sistemas de Gestión: Utilizar herramientas de gestión de proyectos para coordinar las actividades del equipo y asegurar la eficiencia operativa.
- Políticas y Procedimientos: Establecer políticas claras y procedimientos estándar para todas las fases de producción y transmisión.
- Revisión y Adaptación: Mantener una actitud flexible y estar dispuesto a adaptar el plan según los resultados obtenidos y los cambios en el entorno de mercado.

Conclusión

Implementar estrategias para mejorar contenidos, innovación y tecnología en los servicios de transmisiones en vivo de rtv canal digital, requiere un enfoque estratégico y bien estructurado. Siguiendo estas recomendaciones, un canal digital puede lograr una producción de alta calidad, una mayor participación de la audiencia y un crecimiento sostenible a largo plazo. Estas acciones no solo mejorarán la experiencia del usuario, sino que también posicionarán a un canal digital como un líder en el mercado de transmisiones en vivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros:

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Artículos de revistas:

Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53-66.

<https://doi.org/10.2307/1252310>

Tesis y disertaciones:

Gómez, M. (2019). *Estrategias de marketing digital para pequeñas y medianas empresas* [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Barcelona]. Repositorio Institucional UAB.

Páginas web:

Facebook Business. (2023). Cómo crear y gestionar una fan page.

<https://www.facebook.com/business/learn/lessons/crear-y-gestionar-una-fan-page>

Documentos y reportes empresariales:

Deloitte. (2022). Digital media trends survey. Deloitte Insights.

<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/digital-media-trends-consumption-habits-survey.html>

Capítulos de libros:

Smith, J. (2018). Estrategias de contenido para redes sociales. En J. Doe (Ed.), *Marketing digital para todos* (pp. 45-67). Editorial XYZ.

Software y herramientas:

Hootsuite. (2023). Hootsuite [Software]. Hootsuite Inc. <https://hootsuite.com>

ANEXOS

Transmisiones









Entrevistas en el programa



ENCUESTA PLAN DE MEJORA

RTV más allá del deporte

ENCUESTA DE MEJORA

Participa acierta y gana.

rtvcanaldigital@gmail.com [Cambiar cuenta](#) ☁

✉ No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

Ingrese su edad *

Tu respuesta

Ingrese su teléfono celular *

0938497854

Tu respuesta

Le gustaría que haya mas programación diaria ? *

	Música	Más Transmisiones en vivo	Cubrir eventos deportivos locales	Tener más entrevistas e invitados
SELECCIONE SU RESPUESTA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Los post debería ser más seguidos *

	Mucho	Poco	No solo de deportes	Solo de deportes
SELECCIONE SU RESPUESTA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

VEA LOS ENCUENTROS POR: TU CANAL TOCA Y COMPARTE ESTE LINK

<https://rtvcanaldigital.blogspot.com/2021/09/deportes-en-vivo.html>

Enviar
Borrar formulario



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 5%

Date: lunes, Junio 25, 2024

Statistics: 647 words Plagiarized / 12949 Total words

Remarks: YES Plagiarism Detected - Your Document is Healthy.

"INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR ECUATORIANO DE PRODUCTIVIDAD CARRERA TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN "DESARROLLO DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR CONTENIDOS, INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA EN LOS SERVICIOS DE TRANSMISIONES EN VIVO DE RTV CANAL DIGITAL" Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo Superior en Administración. **AUTOR: KLEBER PLUTARCO NARANJO TITUAÑA**
TUTOR: MSC. RAMIRO TORO. RTV canal digital se enfrenta a desafíos en su proceso administrativo que impactan la eficiencia y la rentabilidad. Para abordar esta situación, hemos desarrollado un plan estratégico enfocado en mejorar y optimizar nuestras operaciones administrativas. Para esto identificamos áreas clave de mejora en nuestro proceso administrativo, incluyendo la gestión del área tecnológica, la contabilidad y finanzas, y talento humano y la atención al cliente. Estas deficiencias han generado pérdidas de tiempo, recursos y oportunidades de mejora continua. La implementación de un sistema integrado de gestión empresarial (ERP) para optimizar procesos y centralizar la información, identificadores claves de rendimiento o medidor de desempeño (KPIs) para monitorear el desempeño y la eficacia de las mejoras implementadas, para obtener los resultados se deberá considerar que la evaluación y selección de un sistema ERP sea el adecuado para las necesidades de la empresa. La implementación gradual del ERP, comenzando por áreas prioritarias identificadas, el monitoreo continuo del desempeño y ajuste de estrategias según sea necesario. Se asignarán recursos financieros para la adquisición e implementación del sistema ERP, así como para la capacitación del personal y la automatización de procesos. Se espera que estas inversiones generen ahorros significativos a largo plazo y mejoren la competitividad de la empresa en el mercado.