

INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES

DIPLOMADO SUPERIOR EN GESTION Y EVALUACION DE PROYECTOS

TEMA:

“VINCULACION DE LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO NACIONAL TECNICO  
QUITUMBE CON LA COMUNIDAD JOYAGHI, CANTÓN CHUNCHI  
PROVINCIA DE CHIMBORAZO  
POR MEDIO DE UN SISTEMA DE RADIO AMPLIFICADA”.

TRABAJO ELABORADO PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE:  
DIPLOMADO SUPERIOR EN GESTION Y EVALUACION DE PROYECTOS

CRISTOBAL RAMIRO OROZCO JARRIN

QUITO, JUNIO 19 DEL 2010

# **DEDICATORIA**

**CON UN INMENSO AMOR, PARA MI QUERIDA FAMILIA**

## **RESUMEN EJECUTIVO:**

Las comunidades del sur de la Provincia de Chimborazo ubicadas en el cantón Chunchi, se han visto afectadas negativamente por mucho tiempo por la ausencia de medios de comunicación local, provocando múltiples problemas como la falta de coordinación en materia de comunicación a todo nivel, generando el desperdicio de recursos, mismos que no corresponde a la situación económica y los ingresos de los pobladores, como también no se dispone en estos sectores de una institución de carácter comunicacional que facilite la vinculación entre instituciones especialmente educativas con la comunidad, tampoco existen lugares donde los estudiantes puedan cumplir con algunos de los principios educativos como es el estudio y la práctica, estudio y democracia, la vinculación Educativa institucional con los pueblos y su desarrollo.

Debido a las limitaciones de comunicación que tienen estas comunidades en la zona, que logre a través de la implementación de una radio comunitaria de carácter amplificadora, una vinculación entre las instituciones de la comunidad especialmente del sector educativo para desarrollar las destrezas comunicativas de los estudiantes y de la población en general, y de esta manera fortalecer la identidad cultural de las comunidades.

El carácter principal de la radio comunitaria es dar un servicio exclusivamente de carácter social sin finalidades de lucro, empero; gira en un entorno comercial porque se busca que la misma pueda autofinanciar sus actividades básicas a través de la venta de publicidad y comunicación, por lo que en el primer año se tendrá un equilibrio financiero de costo beneficio y posteriormente se incrementará los mismos a partir del segundo año de vida.

Las prácticas de los estudiantes para fortalecer las destrezas de Lengua y Literatura lo hacen en grupos, de acuerdo con una programación diaria de radio, encaminados a transmitir diferentes tópicos enfocados al plano sociocultural, deportivo, informativo, musical, en idioma español e inglés.

Para la adecuación de la radio de sistema amplificado comunitaria se ha realizado los estudios técnicos, legales, de localización, correspondientes a fin de que los mismos den alcance a la demanda efectiva y en el futuro cubrir la demanda potencial.

## ÍNDICE

<b>1. Resumen ejecutivo.....</b>	<b>i</b>
<b>2. Situación actual.....</b>	<b>1</b>
<b>2.1 Información básica del proyecto.....</b>	<b>1</b>
<b>2.1.1 Nombre del proyecto.....</b>	<b>1</b>
<b>2.1.2 Entidad ejecutora.....</b>	<b>2</b>
<b>2.1.3 Cobertura y localización.....</b>	<b>2</b>
<b>2.1.4 Monto.....</b>	<b>2</b>
<b>2.1.5 Plazo de ejecución.....</b>	<b>2</b>
<b>2.1.6 Sector y tipo de proyecto.....</b>	<b>2</b>
<b>2.1.7 Croquis de la ubicación del proyecto.....</b>	<b>3</b>
<b>2.1.8 Componentes sociales.....</b>	<b>4</b>
<b>2.2 Identificación de los productos a desarrollar.....</b>	<b>6</b>
<b>2.3 Áreas de responsabilidad.....</b>	<b>6</b>
<b>2.3.1 Coordinación general.....</b>	<b>6</b>
<b>2.3.2 Área económica.....</b>	<b>7</b>
<b>2.3.3 Área administrativa.....</b>	<b>7</b>
<b>2.3.4 Área de programas.....</b>	<b>7</b>
<b>2.4 Matriz involucrados.....</b>	<b>8</b>
<b>2.5 Árbol de problemas.....</b>	<b>11</b>
<b>3. Ambiente externo.....</b>	<b>12</b>
<b>3.1 Análisis del mercado.....</b>	<b>12</b>
<b>3.1.1 Usos especificaciones del servicio.....</b>	<b>12</b>
<b>3.2 Análisis de la demanda.....</b>	<b>12</b>

<b>3.3</b>	<b>Análisis de la oferta.....</b>	<b>13</b>
<b>3.4</b>	<b>Sistema de comercialización.....</b>	<b>14</b>
<b>3.5</b>	<b>Flujograma del proyecto.....</b>	<b>16</b>
<b>4</b>	<b>Estrategias de negocio.....</b>	<b>17</b>
<b>4.1</b>	<b>Árbol de objetivos.....</b>	<b>17</b>
<b>4.2</b>	<b>Matriz de marco lógico.....</b>	<b>18-20</b>
<b>5</b>	<b>Factibilidad técnica.....</b>	<b>20</b>
<b>5.1</b>	<b>Tamaño.....</b>	<b>20</b>
<b>5.2</b>	<b>Localización.....</b>	<b>21</b>
<b>5.2.1</b>	<b>Macrolocalización.....</b>	<b>21</b>
<b>5.2.2</b>	<b>Microlocalización.....</b>	<b>22</b>
<b>5.3</b>	<b>Determinación de la tecnología aplicarse.....</b>	<b>23</b>
<b>6</b>	<b>Factibilidad financiera.....</b>	<b>24</b>
<b>6.1</b>	<b>Detalle de las inversiones.....</b>	<b>25</b>
<b>6.2</b>	<b>Depreciación de los activos.....</b>	<b>26</b>
<b>6.3</b>	<b>Estimación de ingresos.....</b>	<b>26</b>
<b>6.4</b>	<b>Costos unitarios de producción.....</b>	<b>27</b>
<b>6.5</b>	<b>Costos administrativos.....</b>	<b>28</b>
<b>6.6</b>	<b>Costos financieros.....</b>	<b>29</b>
<b>6.7</b>	<b>Costo promedio ponderado de capital.....</b>	<b>29</b>
<b>6.8</b>	<b>Cálculo del flujo de los fondos.....</b>	<b>30</b>
<b>6.9</b>	<b>Evaluación financiera del caso base (VAN – TIR).....</b>	<b>31</b>
<b>6.10</b>	<b>Relación costo beneficio.....</b>	<b>32</b>
<b>6.11</b>	<b>Viabilidad del proyecto.....</b>	<b>32</b>

**BIBLIOGRAFIA..... 34-35**

**ANEXOS..... 36-41**

## **2. Situación actual.**

### **2.1 Información Básica del Proyecto.**

El proyecto de radio comunitaria tiene dos ejes principales, uno la vinculación del colegio Técnico Quitumbe a través de sus estudiantes hacia la comunidad, respondiendo a una política educativa nacional e institucional.

Por otro lado, aprovechar las bondades de un medio de información como es la comunicación radial amplificada a fin de que preste el servicio social a la comunidad de Joyagshi. y sus alrededores tal como se indica en los croquis.

Dentro del aspecto técnico se considera trabajar acorde con equipos técnicos cuya potencia se ajuste a la cobertura de la demanda y tamaño del proyecto.

En el aspecto legal por tratarse de un sistema radial amplificado de alcance local, se tiene que tramitar únicamente un acuerdo comunal e institucional más no con algún organismo del estado como es el Consejo Nacional de Radio y Telecomunicación (CONARTEL).

#### **2.1.1 Nombre del Proyecto:**

“VINCULACION DE LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO NACIONAL TECNICO QUITUMBE CON LA COMUNIDAD JOYAGHI, CANTÓN CHUNCHI PROVINCIA DE CHIMBORAZO, POR MEDIO DE UN SISTEMA DE RADIO AMPLIFICADA”.

**2.1.2 Entidad Ejecutora:**

Colegio Nacional Técnico Quítumbe cantón Chunchi, comunidad Joyagshi  
Provincia de Chimborazo.

**2.1.3 Cobertura y Localización:**

El proyecto de la radio comunitaria tiene una cobertura local y esta ubicada cantón  
Chunchi comunidad Joyagshi, Provincia de Chimborazo.

**2.1.4 Monto:**

3780 dólares americanos

**2.1.5 Plazo de Ejecución:**

Año 2010-2011

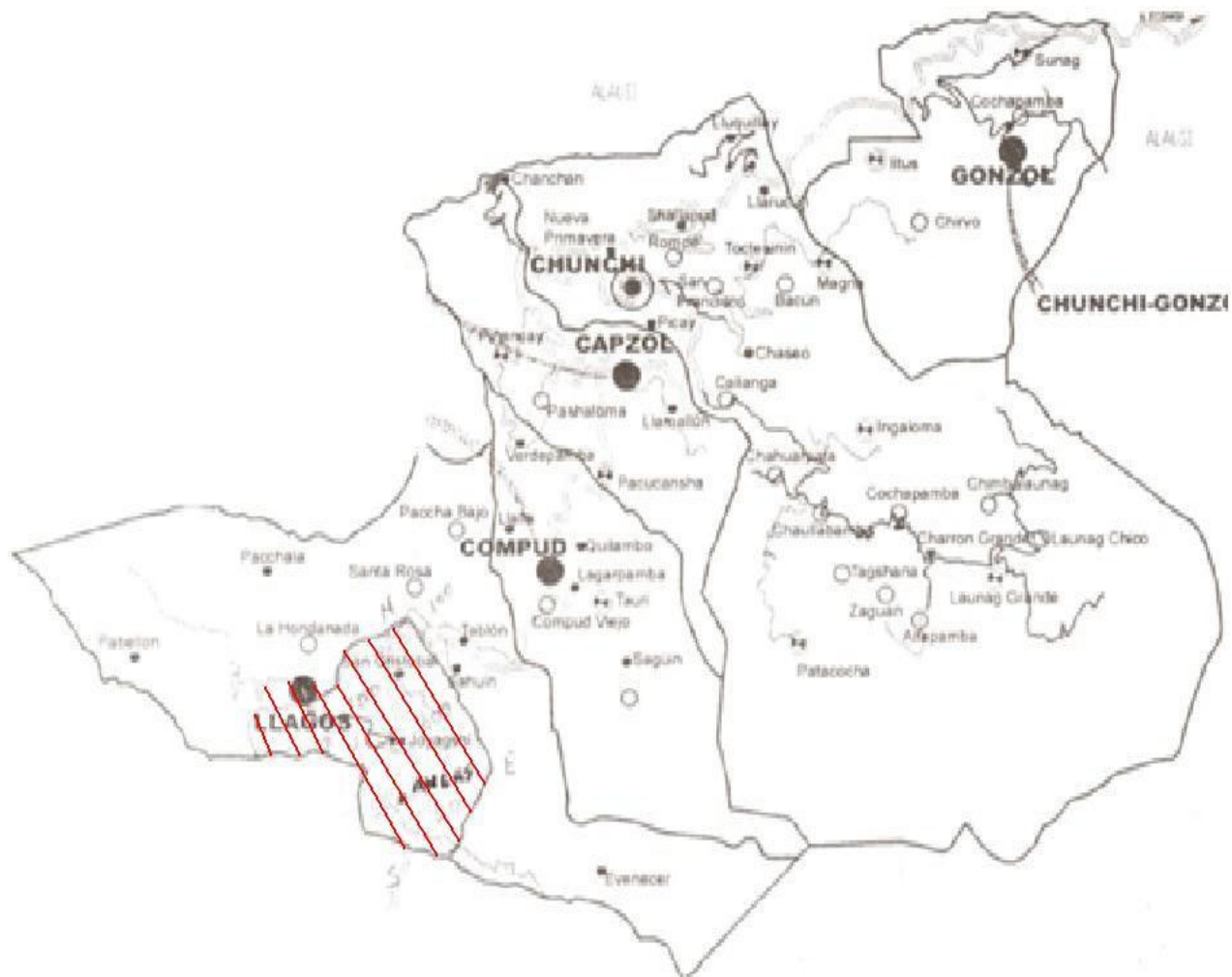
**2.1.6 Sector y Tipo de Proyectó:**

Desarrollo Social –Área de Comunicación.



### 2.1.7 Croquis de la ubicación del proyecto.

Fig. 1



Elaborado: Plan estratégico del cantón Chunchi 2002  
 Fuente: Cartografía IGM. 2002  
 Escala: 1:1000

### **2.1.8 Componentes sociales.**

La población del la Parroquia Llagos donde se encuentra ubicada la comunidad de Joyagshi, está compuesta por un 75% de raza mestiza de origen campesino proveniente de varias regiones de la sierra, especialmente de la provincia de Cañar, Azuay. El idioma de los habitantes del sector es el español, y un 2% hablan quichua.

El total de habitantes en toda la parroquia Llagos, según el censo del Instituto Nacional Estadística Censos 2000, la población es de 1794 habitantes, de estos; cerca del 50% corresponden a la comunidad de Joyagshí. Celso & Merchán (1980).

- **Geográficos.**

La parroquia Llagos se encuentra a 2640 msnm, sus coordenadas geográficas son de 70°59'09'' longitud occidental 2°21'36'' Lat. Sur. La temperatura promedio del sector es de 12° C, la precipitación anual es de 1050 mm, con una superficie territorial es de 67Km<sup>2</sup>. Celso & Merchán (1980).

- **Ambientales.**

La zona de la parroquia Llagos dentro de la clasificación Climática de Holdridge está catalogado como bosque húmedo montano, el suelo es rico en humus, de carácter arcilloso, con fuentes de agua cercanas, tiene paramos en un 20 % de su territorio, es una zona donde se dan cultivos de maíz, habas entre otros. La mayor parte de su suelo está cubierto de pastos y por eso es una zona con predominio de la actividad ganadera, Celso & Merchán (1980).

- **Organización.**

La comunidad de Joyagshi tiene una organización jurídica Legal con acuerdo Ministerial N° 0188 del Ministerio de Agricultura Ganadería, donde consta el nombre de “Comuna San Pedro de Joyagshi” domiciliada en la Parroquia Llagos, cantón Chunchi Chimborazo, regida por un Reglamento Interno que sirve de guía para la administración y gestión comunal, se trata de una organización de primer grado. Plan Estratégico Chunchi, (2002).

- **Capacidades.**

El 30% de la población se dedica a la agricultura y el 65% ganadería y 5 % a las actividades comerciales como las principales ocupaciones de la población, con un ingreso per cápita de promedio de 250 mensuales dólares. Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, (2007).

Por el pueblo atraviesa la vía principal que une con las provincias del austro y de la costa por donde fluyen los productos agrícolas, ganaderos, actividad que favorece para el fomento del comercio entre estos pueblos. Plan Estratégico Chunchi, (2002).

## 2.2 Identificación de los Productos a Desarrollar.

**CUADRO N° 1 PRODUCTOS A DESARROLLAR**

<b>PRODUCTOS</b>	<b>TIPO DE PRODUCTO</b>
1. COMUNICACIONES.	
a. Sociales informales. (Pagados).	-Publicidad comercial -Avisos clasificados -Eventos -Espacios radiales -Avisos sociales
	-Avisos sociales <ul style="list-style-type: none"> <li>• Partes mortuorios</li> <li>• Reuniones o convocatorias</li> </ul>
b. Sociales formales (No pagados).	-Noticias nacionales. -Emergencias. -Acuerdos oficiales. -Convocatorias oficiales. -Comunicados de prensa.
2. DESARROLLO DE DESTREZAS.	
a. Lectoras. b. Escribir. c. Hablar. d. Escuchar.	Estudiantes del bachillerato con destrezas comunicacionales.

Productos que generará el proyecto planteado. Elaborado por: Cristóbal Orozco.

Fuente: Jaime & Beatriz, (1990).

## 2.3 Áreas de responsabilidad.

### 2.3.1 Coordinación General.

Desde el área de Coordinación del proyecto, el coordinador o representante perteneciente a los docentes del colegio, ejecuta las directrices y pone en práctica todo el proceso de funcionamiento técnico de la radio, en corresponsabilidad con el comité

radial, supervisando y vigilando las tareas que llevan a cabo todos los que intervienen en este sistema en las diferentes áreas.

El coordinador de la radio es el responsable directo del funcionamiento normal de la radio debiendo rendir informes ante el comité radial en sus reuniones ordinarias. Este comité radial esta conformado por un representante de los organismos directamente involucrados.

Dentro de las áreas de responsabilidad están: el área económica, el área administrativa, área de programas, área de capacitación.

### **2.3.2 Área económica.**

El área económica está a cargo del colector del colegio, quien debe seguir las directrices del coordinador de la radio y del comité radial, este deberá velar y llevar las cuentas de misma, manejando todo lo que es gastos e ingresos de la radio.

### **2.3.3 Área administrativa.**

El área administrativa, planifica todo el proceso dirección, gestión y evaluación del sistema de radio, además tiene a su cargo las relaciones `publicas y las funciones de secretaría.

### **2.3.4 Área de programas.**

El área de programas estará a cargo de lo que es la organización de estos, sean de carácter convencional, musicales, servicios de información de tipo social, deportivo o

cultural, es responsabilidad de esta área también, el proceso de producción de textos, anuncios, hasta salir con el formato listo para la trasmisión radial.

#### **2.4 Matriz de Involucrados.**

En el pasado, el diseño de proyectos con impacto en el desarrollo socio económico, se hacía directamente desde las oficinas públicas, sin considerar la participación activa de la sociedad civil. Bajo estos mecanismos de diseño, por lo general se encontraba resistencia local o un nulo apoyo a los equipos ejecutores del proyecto, lo cual conspiraba para el logro de los objetivos o impacto en el desarrollo local. Cristina, & Carlos. (2007)

En la última década las exigencias de los organismos de cooperación internacional en torno a la participación local, han obligado a los diseñadores de proyectos ha desarrollar esquemas participativos de diagnóstico local, que permitan detectar los problemas y posteriormente plantear alternativas de solución que cuenten con el respaldo local. Eso supone además, que los actores sienten al proyecto como suyo, como un resultado de su accionar o rol protagónico en el desarrollo, de manera que se genera una pertenencia al proyecto. Martínez, & Juan. (2001).

La herramienta más usada para obtener información sobre los actores locales y punto de partida del diseño de proyectos sociales, se denomina análisis de involucrados.

Los grupos que se han tomado en cuenta para este el análisis son los más representativos de la comunidad, como; Autoridades civiles, autoridades institucionales, directivos de organizaciones, maestros de las instituciones educativas con quienes a través de una metodología directa y participativa se ha logrado detectar los diferentes

intereses de grupo como problemas comunitarios, mandatos y recursos ofertados para colaborar con el funcionamiento de la radio comunitaria.

**CUADRO N° 2 SECTORES INVOLUCRADOS**

<b>GRUPOS</b>	<b>INTERESES</b>	<b>PROBLEMAS PERCIBIDOS</b>	<b>RECURSOS Y MANDATOS</b>
DIRECTIVOS INSTITUCIONES EDUCATIVAS	*Necesidad que los estudiantes realicen prácticas. *El colegio se vincule a la comunidad.	*Falta de relación institucional. *Bajo involucramiento de estudiantes en el desarrollo comunal.	*Autorizaciones. *Reformas curriculares. *Decisiones. *Motivaciones. *Realización de programas comunicacionales.
PROFESORES DE CENTROS EDUCATIVOS	*Desarrollar su programa de enseñanza a través de la práctica. *Desarrollar destrezas comunicacionales en los estudiantes.	*Estudiantes sin prácticas en destrezas en las materias de lenguaje y comunicación. *Falta de lugares para hacer practicas con estudiantes.	*Conocimientos. *Investigación. *Recursos didácticos. *Realización de programas comunicacionales.
DIRECTIVOS DE ORGANISMOS COMUNALES	*Que exista apoyo mutuo entre instituciones. *Jóvenes graduados con alto nivel de destrezas. *Jóvenes desarrollan liderazgo comunicacional.	*Existencia de repitencia y deserción en el colegio. *Escasa comunicación con la comunidad. *Bajo nivel de liderazgo comunal. *Falta de medios de comunicación o una radio local.	*Gestión de recursos económicos. *Incentivos.
AUTORIDADES COMUNALES	*Coordinar acciones institucionales. *Fomento a la educación.	*Falta de celeridad en las comunicaciones oficiales. *Escases de recursos para la difusión de información. *Bajo nivel de liderazgo comunicacional.	*Gestionar recursos económicos. *Gestionar permisos de funcionamiento.

Sectores de la población que apoyan al proyecto Elaborado por: Cristóbal Orozco J.

Fuente: Actas de secretaria colegio, comunidad, registro de asistencia y calificaciones.

**CUADRO N° 3 CARACTERIZACION DE LA POBLACION**

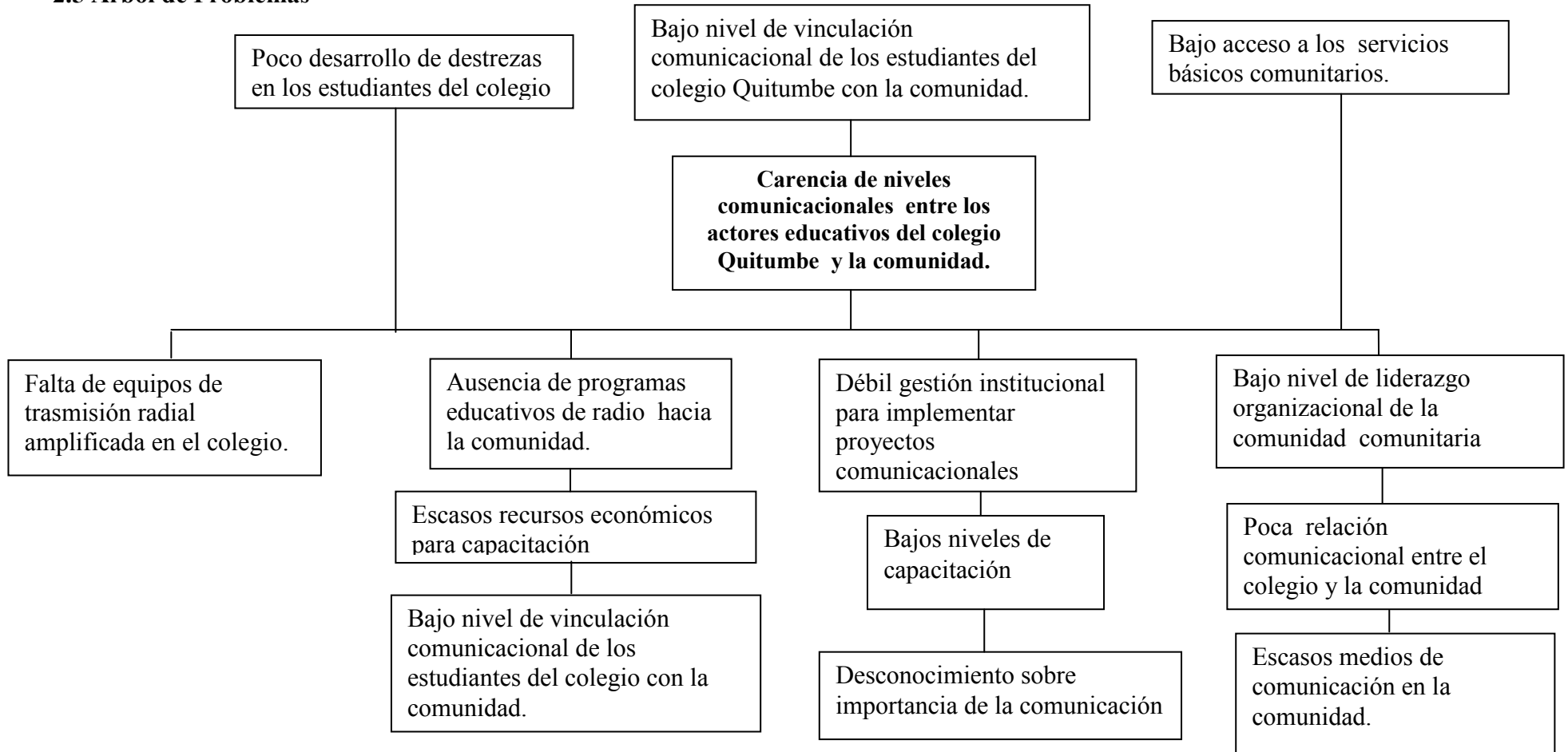
<b>POBLACION AFECTADA</b>	<b>POBLACION OBJETIVO</b>	<b>CARACTERISTICAS DE LA POBLACION OBJETIVO EN RELACION CON EL PROBLEMA</b>
Es el 98 % de la población	Población joven y adulta a partir de los 15 años.	<p>Edad, jóvenes y adultos de más de 15 años.</p> <p>El 30% pertenecen a ambos sexos masculino y femenino.</p> <p>Hay instituciones educativas hasta el bachillerato, existe un club social deportivo.</p> <p>La comunidad está reconocida como una organización de primer orden y tiene estructura jurídica legal.</p> <p>El 70 % de la población tiene ingresos propios es económicamente activa pero de bajos ingresos, poseen vivienda propia, con servicios básicos.</p> <p>Existe atención médica en un subcentro de salud.</p> <p>La población tiene un nivel de educación básica, lo que repercute mayormente en débiles niveles comunicacionales, que impide a la población no tener oportunamente servicios básicos.</p>

Características del segmento de la población objetivo Elaborado por: Cristóbal Orozco J.

Fuente: INEC. Censo de población año 2000.



**2.5 Árbol de Problemas**



Elaborado por: Cristóbal Orozco J.

Fuente: Secretaria colegio y comunidad, actas de reuniones comunitarias, listado de participantes, convocatorias escritas.

### **3. Ambiente externo.**

#### **3.1 Análisis del mercado.**

##### **3.1.1 Usos especificaciones del servicio.**

El presente servicio de radio esta considerado dentro del sector de la comunicación, cuya finalidad es permitir el acceso de información a la comunidad para fortalecer los valores y la vinculación entre instituciones y la comuna, y además que sirva como incubadora de nuevos líderes comunicacionales a través de las prácticas de los jóvenes estudiantes del colegio en las áreas de lenguaje y comunicación.

#### **3.2 Análisis de la demanda.**

Por no poseer datos históricos de la demanda de los productos que ofrece el proyecto se ha considerado que, la población demandante se debe determinar del total del área de influencia misma que es de 1610 personas, ubicadas en las siguientes comunidades: Joyagshi con 480 personas, San Cristóbal con 130 habitantes, la población en Angas es de 40 personas, y la población de de Llagos es de 960 personas.

De acuerdo con el sistema de servicio a proporcionarse como es comunicación e información por radio amplificada, toda la población económicamente activa o sea el 50% viene a ser la usuaria de este servicio, sin embargo; se puede proyectar la población potencial demandante a un 70 % de acuerdo con el índice poblacional y la demanda real encuestada, puesto que ellos son posibles usuarios del servicio en un momento dado.

No existen datos anteriores que nos puedan proporcionar información que aporte al estudio de la demanda insatisfecha, pues la estimación presentada esta basada en consideraciones a datos de encuestas realizadas a los pobladores, y estudios psicográficos como niveles de ingresos de los demandantes, servicios sustitutos, precios de los servicios entre otros. Orozco C, (2010). Encuestas comunitarias, entrevistas autoridades.

#### CUADRO N° 4 DEMANDA

N° POBLACION DE REFERENCIA	%POBLACION DEMANDANTE POTENCIAL	%POBLACION DEMANDANTE EFECTIVA	DURACION PROYECTO
1440	70%	50%	1 AÑO

Demanda de servicio de radio de la población Elaborado por Cristóbal Orozco J.

### 3.3 Análisis de la Oferta.

En el área de influencia y sus alrededores no existe entidad que ofrezca transmisión de radio por sistema amplificado.

La institución proponente que oferta dicho servicio es el Colegio Técnico Quitumbe a tres barrios de la parroquia Llagos, mismas que se denominan, barrio San Cristóbal, Comuna de Joyagshi, Barrio Angas, y un barrio ubicado en la parte norte de la matriz de Llagos.

El tipo de servicio es de carácter social sin afanes de lucro, por lo tanto se necesita que los costos del mismo cubra los gastos operativos para que se recupere la inversión en el año de duración del proyecto, de ser así; el proyecto podrá seguir ampliando su

cobertura en los próximos años con la adjudicación de una frecuencia de trasmisión, y conseguir una mejor atención y rentabilidad.

**CUADRO N° 5 OFERTA**

<b>COMPORTAMIENTO Y EVOLUCION DE ENTIDADES OFERENTES.</b>	<b>CAPACIDAD DE PRODUCCION.</b>	<b>ESTIMACION DEL DEFICIT O DEMANDA INSATISFECHA.</b>	<b>POBLACION SIN SERVICIO FUTURO.</b>
Solamente existe una entidad oferente, el colegio técnico Quítumbe.	Dar cobertura a toda la población demandante efectiva.	Población que no tiene y requiere el servicio.	Sector de la población potencial proyectada.

Oferta de servicio de radio de la población Elaborado por: Cristóbal Orozco J.

### **3.4. Sistema de comercialización.**

Se espera que la radio comunitaria sea la voz de los que no la tienen, lo que nos indica que debe iniciarse con una modalidad de programación con horarios adecuados para cubrir a la demanda del tamaño del mercado, con mensajes educativos y culturales previamente grabados para evitar la improvisación. Jaime, & Beatriz, (1990).

Dado la heterogeneidad social del sector ya que existen grupos que demandan el servicio de radio pero que tiene bajos ingresos mensuales, una forma de precautelar este servicio es ofrecer al demandante un precio por cuña radial publicitaria a bajo costo a fin de fidelizar a los usuarios. Hugo, et.al (2001).

La oferta variada de servicios de radio será uno de los pilares fundamentales para el sostenimiento de la misma a través de informativos, publicidad, social, deportivo etc.

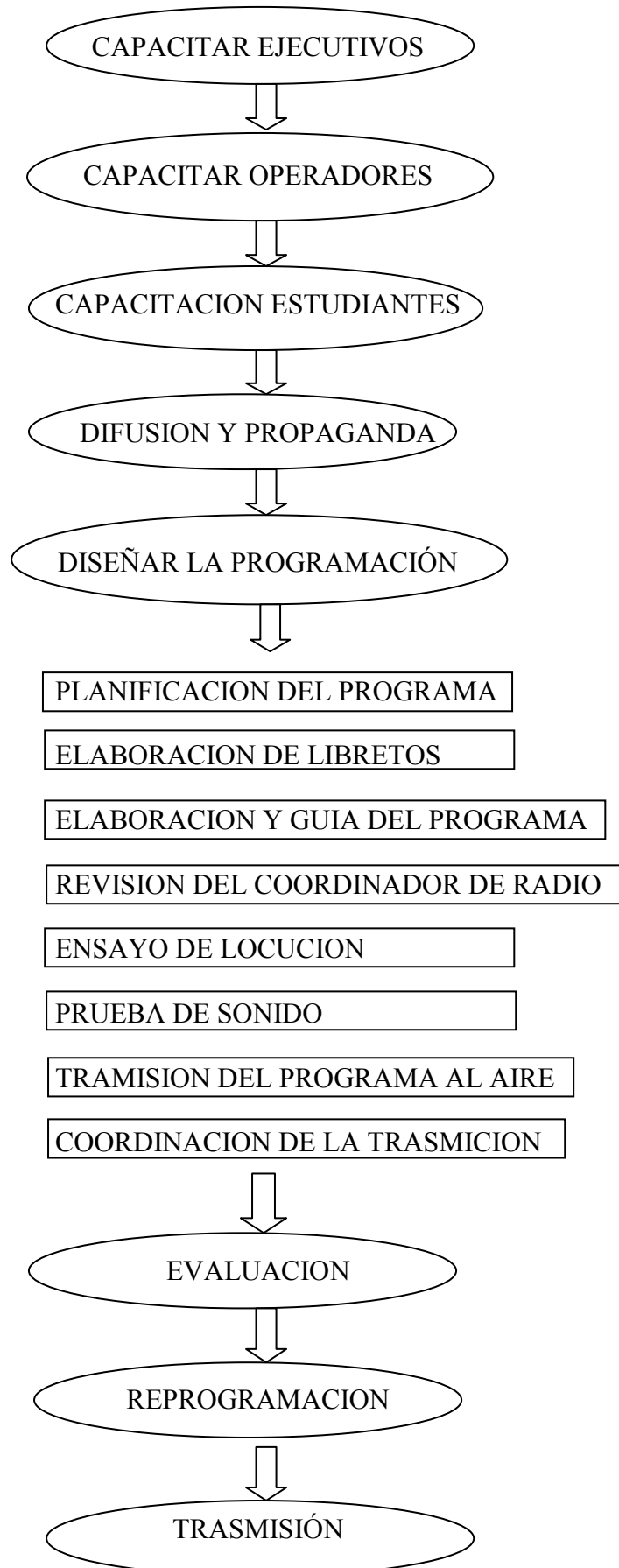
Dar cabida en las programaciones diarias para que realicen prácticas los estudiantes del colegio patrocinador sin costo alguno será una de las fortalezas de la emisora, misma que los pobladores ven de manera positiva esta vinculación del colegio y la comunidad.

La eficiencia en la operatividad y de cobertura permitirá que baje los costos de publicidad y mantenimiento de equipos, trasladando estos beneficios a los consumidores y motivando la aceptación de los usuarios y comunidad. Jaime, & Beatriz, (1990).

Para la comercialización se lo hará por medio de publicidad personal directa, a través de visitas a instituciones, locales comerciales. Otra forma es, utilizando la misma difusión radial hacia los oyentes.

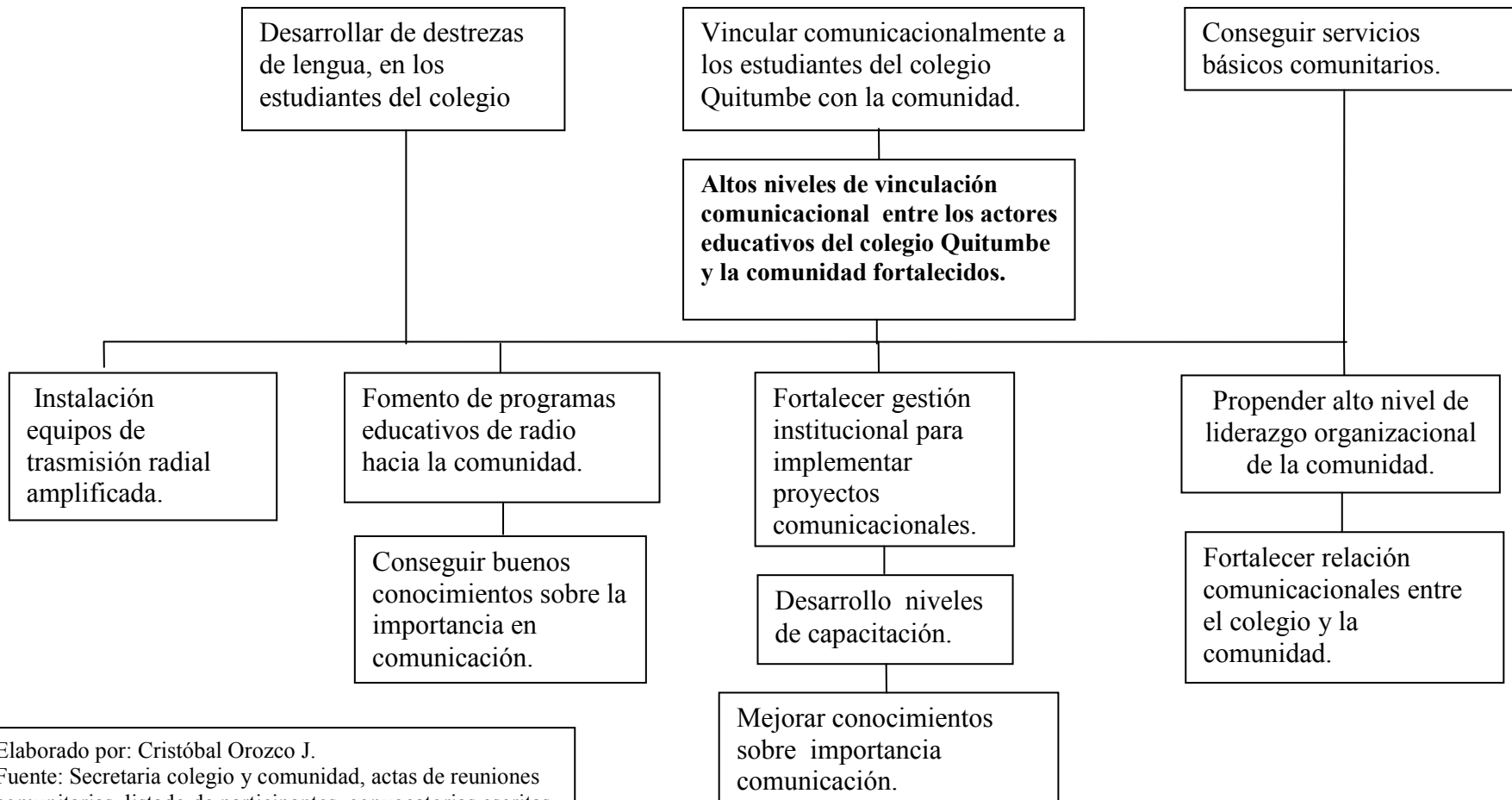
El costo da venta de publicidad y propaganda mediante promoción, estará de acuerdo al número de veces, de acuerdo a una tabla previamente elaborada en la que se pueda distinguir la rebaja del costo unitario frente al número de pasadas.

### 3.5 Flujograma del Proyecto.



**4. Estrategias de negocio.**

**4.1 Árbol de objetivos**



Elaborado por: Cristóbal Orozco J.  
 Fuente: Secretaria colegio y comunidad, actas de reuniones comunitarias, listado de participantes, convocatorias escritas.

## 4.2 Matriz de Marco Lógico.

CUADRO N°6

NARRATIVO	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p><b>FIN</b> Se contribuye mejorar el índice comunicacional entre los estudiantes del colegio Quitumbe y comunidad.</p>	<p>Se mejora el índice comunicacional en un 80 % hasta diciembre del 2011 en la comunidad.</p>	<p>-Registros de estudiantes.  -Actas de reuniones.</p>	<p>-Pérdida de las clases por inestabilidad política del país.</p>
<p><b>PROPÓSITO :</b> Se fortalece los niveles de vinculación comunicacional entre los actores educativos del colegio Quitumbe y la comunidad.</p>	<p>Hasta diciembre del 2011 se ha mejorado los vínculos comunicacionales. en un 80%.</p>	<p>-Registro de programaciones educativas trabajadas con la comunidad.  -Archivos de fotos. -Grabaciones magnéticas.</p>	<p>-Cambio de autoridades del colegio Quitumbe.  -Cambio de dirigentes comunales.</p>
<p><b>COMPONENTES</b></p> <p>Se ha implementado un sistema amplificado de radio.</p> <p>Se ha concretado niveles de gestión para implementar el proyecto comunicacional.</p> <p>Se ha capacitado a la población oferente y beneficiaria en programas radiales y educativos. La comunidad ha participado activamente del proyecto.</p>	<p>-Un sistema radial amplificado instalado, hasta el 31 de octubre del 2010.</p> <p>-Cinco reuniones con autoridades, estudiantes del colegio y la comunidad hasta noviembre del 2010.</p> <p>-Cinco talleres dirigidos a estudiantes, técnicos y autoridades hasta diciembre del 2010.</p> <p>El 85% de pobladores escuchan y participan del programa de radio amplificada. Hasta diciembre del 2011.</p>	<p>-Actas entrega recepción.  -Actas de reuniones. -Número de comunicaciones.</p> <p>-Listados de participantes. -Planes de capacitación aprobados. -Encuestas de participación.</p>	<p>-Retraso en asignación del presupuesto.</p> <p>Aparecimiento de otros medios radiales similares.</p> <p>-Decisión política de autoridades del colegio para la ejecución. -Desinterés de los Dirigentes.  -Conflicto. Social.</p>



<b>ACTIVIDADES</b>					
1.1 Adquisición equipos de transmisión radial sistema amplificado.	N°	Equipo	Marca / potencia	-Facturas de compras.	-Remisión del presupuesto.
	1	Equipo de computo	ALTEK LG		
	1	Impresora copiadora múltiple servicio	SAMSUNG		
	1	Mescladora	Macklie		
	1	Amplificador	300w		
	2	Micrófonos base	dennon		
	2	Micrófonos inalámbricos	dennon		
	1	Pedestal para mesa	MARK		
	2	Bocinas con driver	150w		
	1	Grabadora	sonny		
	150	Cable	multipar		
	10m	Tubo antena	hierro		
	1	Mesa para set	hierro		
	6	Sillas ejecutivas	hierro		
	1.2 Contratación de técnicos en radiodifusión.	Un técnico en radio y comunicación octubre a noviembre 2010.			
1.3 Instalación de equipos.	TEMA	N°	TIEMPO	-Planillas de pago.	-Cambie políticas del gobierno.
	Instalación del equipo	1	1ra semana noviembre 2010		
1.4 Adecuación técnica del local.	Local adecuado hasta diciembre del 2010.			-Contrato de trabajo. -Planillas de pago.	-Cambios de directivos y dirigentes.
3.2 Tramitar los permisos de funcionamiento radio.	Hasta diciembre del 2010 S tiene permisos vigentes.			-Comprobante de pago.	
3.1 Contratar asesoramiento legal	Documentos legales de la radio legalizados.			-Contrato de trabajo.	
1.1 Elaborar organigrama estructural de la radio.	Documento con organigrama elaborado.			-Planilla de pagos a técnico.	

<p>4.2 Elaborar el manual de funciones de la radio.</p> <p>1.5 Capacitación en talleres dirigidos a estudiantes, administradores proyecto, equipo radial, dirigentes comuna.</p>	Documento de manual de funciones vigente.		-Planilla de pagos a técnico.	
	TEMA	Nº	TIEMPO	
	Taller Introducción a la comunicación	1	3ra semana octubre	-Planilla de pagos a técnico.
	Taller Comunicación radiofónica	1	4ta semana octubre	-Planilla de pagos a técnico.
	Taller de redacción	1	1ra semana de noviembre	
	Taller Técnicas de entrevista	1	2da y 3ra de noviembre	
	Taller de locución	1	4ta semana de noviembre y 1ra de diciembre	

Elaborado por: Cristóbal Orozco J.

Fuente: Secretaria colegio y comunidad, actas de reuniones comunitarias, listado de participantes, convocatorias escritas.

## 5. Factibilidad técnica

### 5.1 Tamaño.

La capacidad de las instalaciones de la radio comunal está de acuerdo con la demanda y vida útil tanto del proyecto como de sus equipos, por lo tanto; por ser productos intangibles (transmisiones radiales), la capacidad técnica de la radio cubre satisfactoriamente para la producción de los mismos, manteniendo sus costos en el tiempo de duración del proyecto, tal como se indica en el cuadro siguiente.

**CUADRO N° 7 TAMAÑO PROYECTO**

<b>PRODUCTO</b>	<b>NUMERO TRANSMISIONES</b>
Avisos Clasificado	13264
Eventos /Horas	36
Espacios radiales	25
Avisos Sociales	473
<b>TOTAL</b>	<b>13798</b>

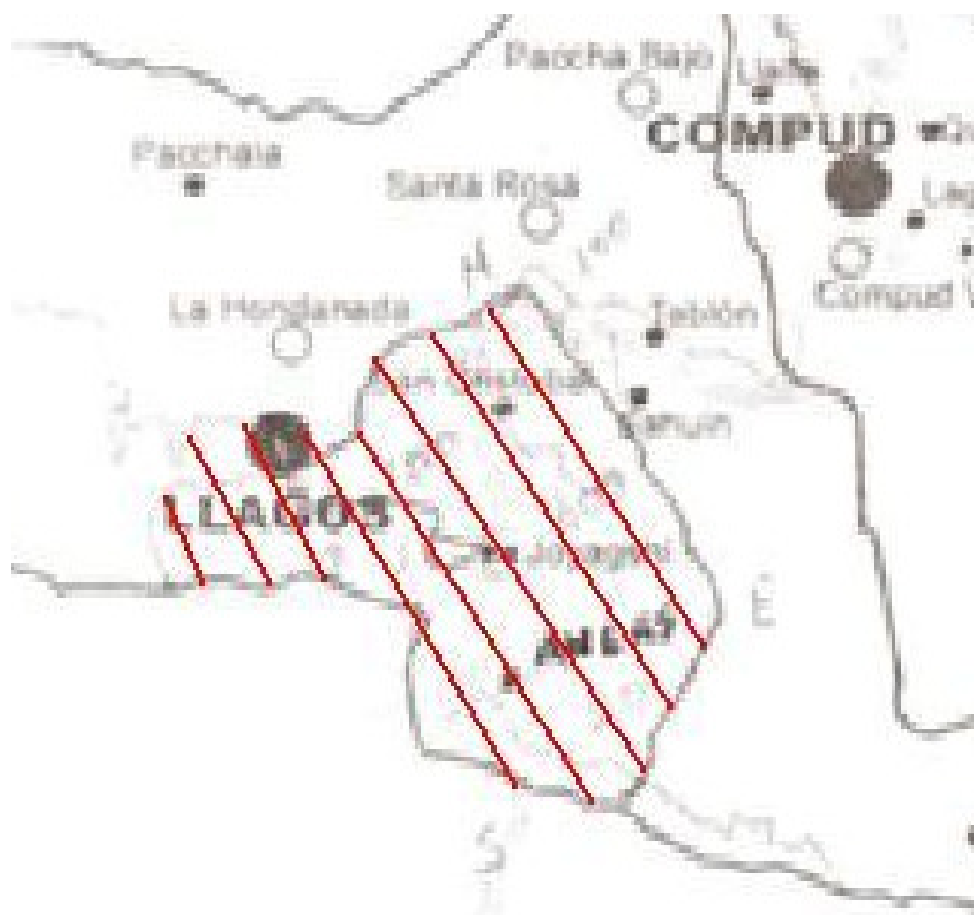
Tamaño del proyecto con respecto a su capacidad Elb. C. Orozco J.



### 5.2.2 Microlocalización

El área de influencia del proyecto abarca las comunidades: Joyagshi, San Cristóbal, Angas y Llagos.

Fig. N° 3



Elaborado: Plan estratégico del cantón Chunchi 2002  
Fuente: Cartografía IGM. 2002  
Escala: 1:1000

### **5.3 Determinación de la Tecnología a Aplicarse.**

Para la implementación de este proyecto se necesitará trabajar con los siguientes componentes técnicos:

Trasmisión radial amplificada, la misma que necesita para su funcionamiento de un equipo de cómputo de marca ALTEK LG Pentium 4 con procesador Corel duo 2.0 con capacidad de 180 Gv el mismo que servirá para planificar y programar las trasmisiones por radio en sistema amplificado. Una impresora copiadora múltiple servicio con escáner marca Samsun Una mezcladora marca MACKLIE para programar los spot publicitarios y programar la música. Un amplificador con capacidad de 300 w de potencia que servirá para amplificar la señal de radio. Dos micrófonos profesionales de base marca DENNON y dos micrófonos inalámbricos de la misma marca para la locución desde la cabina y fuera de ella. Un pedestal de mesa o soporte para los micrófonos de metal. Dos bocinas con driver para la salida de las trasmisiones al aire. Una grabadora profesional marca Sonny para las grabaciones de las entrevistas. Cable multipar destinado a las conexiones de los equipos y a la fuente de energía. Diez metros de tubo de antena para elevar las bocinas. Una mesa para set que estará ubicada en la cabina de locución donde se instalaran los micrófonos de base para la transmisión radial.

## **6. Factibilidad financiera.**

### **6.1 Detalle de las Inversiones.**

Esencialmente el proyecto invertirá en un equipo de transmisión cuya descripción técnica y sus componentes se incluye en el tema de la tecnología a aplicarse, con un costo de un mil quinientos quince dólares, de igual forma se debe adquirir un equipo de computo por un valor de un mil ciento cincuenta dólares, se necesita disponer muebles y enseres que comprende un escritorio, anaquel, sillas, mesa, cuyo costo es de doscientos setenta y cinco dólares, para la instalación de los equipos y de las bocinas amplificadoras de se necesita, la compra de por lo menos dos postes, los metros suficientes de alambre para la instalación en los lugares pre establecidos en el diseño.

La constitución legal está incluida dentro de la inversión puesto que este rubro técnicamente es considerado como tal en el presupuesto y asciende a trescientos dólares.

Dentro de las inversiones a realizarse en el proyecto, se puede indicar que se ha adquirido equipos técnicos los más esenciales para que pueda funcionar la radio, de características y diseño acorde con el tamaño del mismo pero de beneficio para la comunidad lo cual se detallan en el cuadro siguiente:

### CUADRO N° 8 TECNOLOGIA DEL PROYECTO

DESCRIPCION DE LOS ACTIVOS FIJO			
N°	Equipo	Tecnología	COSTO
1	Mezcladora	Macklie	500,00
1	Amplificador	300w	250,00
2	Micrófonos base	Dennon	150,00
2	Micrófonos inalámbricos	Dennon	185,00
1	Pedestal para mesa	MARK	40,00
2	Bocinas con driver	150w	80,00
1	Grabadora	Sonny	130,00
150	Metros cable	Multipar	140,00
10	Metros tubo antena	Hierro	40,00
1	Mesa y Silla para set	Hierro	275,00
1	Equipo de computo	ALTEK LG	950,00
1	Impresora copiadora múltiple servicio	SAMSUNG	200,00
<b>COSTO DE LA INVERSION EN ACTIVOS FIJOS.</b>			<b>2.940,00</b>

Descripción de los activos tecnológicos y su costo por rubro Elaborado por Cristóbal Orozco J.  
FUENTE: Cristina, & Carlos. (2007).

### CUADRO N° 9 INVERSIONES

COSTO DE INVERSION	
CUENTA	MONTO
Equipo de Transmisión	1.515,00
Equipo de Computo	1.150,00
Muebles y Enseres	275,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.940,00</b>

Las inversiones realizadas por el proyecto con rubros Elb. Cristóbal O.J.

## 6.2 Depreciación de los Activos.

**CUADRO N° 10 DEPRECIACION**

DESCRIPCION	COSTO LIBROS	VIDA UTIL	%	V/R	COSTO - VR
Equipo de Transmisión	1.515,00	10 AÑOS	10%	151,5	1.363,50
Equipo de Computo	1.150,00	3 AÑOS	33,33%	383,33	766,67
Muebles y Enseres	275,00	10 AÑOS	10%	27,5	247,50
<b>TOTAL</b>	2.940,00	-			
<b>DEPRECIACION</b>	ANUAL	MENSUAL			
Equipo de Transmisión	136,35	11,36			
Equipo de Computo	255,56	21,30			
Muebles y Enseres	24,75	2,06			
<b>TOTAL VALOR DEPRECIADO</b>		<b>34,72</b>			

Depreciación de activos fijos Elab. Por: Cristóbal Orozco J.

## 6.3 Estimación de Ingresos.

**CUADRO N° 11 ESTIMACION INGRESOS**

MESES	Avisos Clasificado	Eventos /Horas	Espacios radiales	Avisos Sociales	PRESUPUESTO MENSUAL
ENERO	413,00	-	10,00	40,00	463,00
FEBRERO	331,25	45,00	30,00	45,00	451,25
MARZO	383,00	7,50	40,00	48,00	478,50
ABRIL	413,00	22,50	20,00	20,00	475,50
MAYO	281,25	22,50	40,00	30,00	373,75
JUNIO	238,00	-	30,00	50,00	318,00
JULIO	238,00	22,50	30,00	46,00	336,50
AGOSTO	240,50	22,50	20,00	50,00	333,00
SEPTIEMBRE	213,00	22,50	10,00	39,00	284,50
OCTUBRE	238,00	45,00	20,00	35,00	338,00
NOVIEMBRE	89,00	45,00	250,00	65,00	449,00
DICIEMBRE	238,00	15,00	20,00	70,00	343,00
<b>PRESUPUESTO ANUAL</b>	<b>3.316,00</b>	<b>270,00</b>	<b>520,00</b>	<b>538,00</b>	<b>4.644,00</b>

Estimación de ingresos mensuales del proyecto Elaborado por: Cristóbal Orozco J.



**6.4 Costos Unitarios de Producción.****CUADRO N° 12 COSTOS PRODUCTOS POR UNIDAD**

COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCION			
PRODUCTO	NUMERO TRANSMISIONES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Avisos Clasificado	1	0,1	0,10
Eventos /Horas	1	4,5	4,50
Espacios radiales	1	5,8	5,80
Avisos Sociales	1	0,6	0,60
<b>TOTAL</b>			<b>11,00</b>

Costos de cada rubro que produce el proyecto Elaborado por: Cristóbal Orozco J.

## 6.5 Costos Administrativos

CUADRO N° 13 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS												
COSTOS	Ene	Feb.	Mar	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
<b>PRODUCCIÓN</b>												
Mano de Obra Directa	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Suministros y Servicios	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83
Capacitación	15,00	15,00	30,00	40,00	15,00							
Imprevistos 5%	6,52	6,52	6,52	6,52	6,52	6,52	6,52	6,52	6,52	6,52	6,52	6,52
<b>TOTAL COSTO PRODUCCIÓN</b>	<b>142,35</b>	<b>142,35</b>	<b>157,35</b>	<b>167,35</b>	<b>142,35</b>	<b>127,35</b>	<b>127,35</b>	<b>127,35</b>	<b>127,35</b>	<b>127,35</b>	<b>127,35</b>	<b>127,35</b>
<b>CONSTITUCIÓN</b>												
Constitución Legal	300,00											
<b>TOTAL COSTO DE CONSTITUCIÓN</b>	<b>300,00</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>INSTALACIÓN</b>												
Instalación de Equipos	540,00											
<b>TOTAL COSTO DE INSTALACIÓN</b>	<b>540,00</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>982,35</b>	<b>142,35</b>	<b>157,35</b>	<b>167,35</b>	<b>142,35</b>	<b>127,35</b>	<b>127,35</b>	<b>127,35</b>	<b>127,35</b>	<b>127,35</b>	<b>127,35</b>	<b>127,35</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>												
Bonificación	50,00		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Depreciaciones	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72
Servicios Básicos	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Imprevistos 5%	4,88	4,88	4,88	4,88	4,88	4,88	4,88	4,88	4,88	4,88	4,88	4,88
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>104,60</b>	<b>54,60</b>	<b>104,60</b>	<b>104,60</b>	<b>104,60</b>	<b>104,60</b>	<b>104,60</b>	<b>104,60</b>	<b>104,60</b>	<b>104,60</b>	<b>104,60</b>	<b>104,60</b>
<b>TOTAL COSTO + GASTO</b>	<b>1.086,95</b>	<b>196,95</b>	<b>261,95</b>	<b>271,95</b>	<b>246,95</b>	<b>231,95</b>	<b>231,95</b>	<b>231,95</b>	<b>231,95</b>	<b>231,95</b>	<b>231,95</b>	<b>231,95</b>

Valores de los costos y de gastos administrativos mensuales Elaborado por: Cristóbal Orozco J.

FUENTE: Cristina, L y Carlos, N. (2007).

### **6.6. Costos Financieros**

Por ser un proyecto de inversión pequeña, no se realiza transacciones financieras, por lo tanto no se presenta cálculos amortizaciones para el año que dura el proyecto.

### **6.7 Costo Promedio Ponderado de capital.**

La tasa de descuento que se ha utilizado para el calculo del van es de 12 %este valor corresponde al rendimiento mínimo esperado del proyecto.

## 6.8 Cálculo del flujo de fondos.

### CUADRO N°14 CÁLCULO DEL FLUJO DE CAJA

MESES	0	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
	-												
inversión	3.780,00												
(+) ingresos		463,00	451,25	478,50	475,50	373,75	318,00	336,50	333,00	284,50	338,00	449,00	343,00
(-) Egreso		200,00	180,00	195,00	205,00	180,00	195,00	165,00	165,00	165,00	165,00	165,00	175,00
(=) Utilidad Bruta		263,00	271,25	283,50	270,50	193,75	123,00	171,50	168,00	119,50	173,00	284,00	168,00
(-) Depreciación		34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72
(+) Interés		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(+) Ingresos Extraordinario		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad Ant. I.R		228,28	236,53	248,78	235,78	159,03	88,28	136,78	133,28	84,78	138,28	249,28	133,28
(=) Impuesto I.R		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad Neta		228,28	236,53	248,78	235,78	159,03	88,28	136,78	133,28	84,78	138,28	249,28	133,28
(+) Depreciación		34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72	34,72
(+) Amortización		14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00
(=) flujo de caja	3.780,00	277,00	285,25	297,50	284,50	207,75	137,00	185,50	182,00	133,50	187,00	298,00	182,00

Cálculo de flujo de fondos Elaborado por: Cristóbal Orozco J.

FUENTE: Cristina, L y Carlos, N. (2007).

### 6.9 Evaluación financiera del caso base (VAN – TIR).

El VAN es valor monetario que resulta de restar la suma de valor flujos descontados la inversión inicial.

Para determinarlo se encuentra el valor presente de los flujos netos esperados de efectivo de una inversión, descontados al costo del capital, y sustrayendo de el desembolso inicial del costo del proyecto, es decir, es la cantidad de dinero que sería necesario invertir hoy para que a un tipo de interés dado se obtuvieran los flujos de caja previstos, si es positivo el proyecto debería aceptarse y si es negativo el proyecto se rechaza.

La tasa interna de retorno TIR, es el tipo de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, es decir el tipo de descuento que iguala el valor actual de los flujos de entrada con el flujo de salida inicial y otros flujos negativos actualizados de un proyecto de inversión. Para que un proyecto sea rentable su TIR debe ser superior al coste de capital empleado. Cristina, & Carlos, (2007).

#### CUADRO N° 15 DESCRIPCION DE L VAN Y DEL TIR

TIR Y VAN PROYECTADO			
DENOMINACIO	VALOR	TASA	RESULTADO
TIR	- 1.097,44	0,05	- 0,06
VAN	- 1.097,44	0,12	- 287,93

El VAN Y TIR indicando la viabilidad del proyecto Elab. Por: C. Orozco J

### **6.10 Relación costo beneficio.**

La relación costo beneficio, nos indica cuanto de dinero recibe la empresa por cada un dólar que invierte, por lo tanto es indispensable que el valor sea mayor a uno, como se indica en el cuadro siguiente correspondiente al proyecto de radio comunitaria.

**CUADRO N°16 COSTO BENEFICIO**

RELACION COSTO BENEFICIO DEL PROYECTO	1.30

Relación del costo beneficio Elab. Por: C. Orozco J.

### **6.11 Viabilidad del Proyecto.**

La finalidad de la radio es tener un auto financiamiento a fin de programar sus actividades y llevar adelante y dar servicio a la comunidad con carácter de vinculación de las organizaciones o instituciones de la misma, de allí que sus estudios de factibilidad económica favorece a emprender este proyecto comunitario.

Existe también por la parte social el apoyo correspondiente de acuerdo con el compromiso de los involucrados de crear este sistema de radio para conseguir el adelanto de la comunidad.

Por la parte del mercado no existe institución oferente similar que signifique competencia, puesto que las frecuencias radiales receptadas en esta zona, son radios de otras provincias que por su distancia no es una alternativa que suplante.

La situación Legal, por ser una radio pequeña y de modalidad amplificada no existe inconvenientes en lo que se refiere a la solicitud de frecuencia ya que esta modalidad no está contemplado en los reglamentos de concesiones de Concejo Nacional de Radio y Telecomunicaciones CONARTEL, se necesita solamente la viabilidad de las

autoridades locales, y que según los estudios están de acuerdo con la creación de este tipo de radio.

El costo de implementación de la radio, se auto financia de fondos de las instituciones que están apoyando esta creación incluido el colegio y la colaboración de personas que están en el extranjero y que ven con buenos ojos las bondades que prestaría este sistema de comunicación para el adelanto de la población del sector.

Es necesario que dado el estudio financiero positivo, se extienda el tiempo de vida del proyecto de radio comunitaria en sistema amplificado para que siga prestando los múltiples servicios que brinda este sistema radial colectivo.

En período de vacaciones que es en el mes de agosto el funcionamiento de la radio queda como responsable del funcionamiento una persona del nivel administrativo del colegio.

## BIBLIOGRAFÍA.

1. Celso, A. & Merchán, R. (1980). Chunchi Pasado Presente y Futuro. (1ra.Ed.). Chimborazo, Ecuador: Publicaciones y Papeles. Pág. 70-81,87-96, 124-126.
2. El Marco Lógico para la formulación y evaluación de proyectos. (s.f.). Recuperado 4 de marzo del 2010.[http://www.facso.uchile.cl/psicologia/\\_docs/2010/07/normas\\_apa.pdf](http://www.facso.uchile.cl/psicologia/_docs/2010/07/normas_apa.pdf)
3. Resumen de Normas de la American Psychological Association (APA) (s.f.). Recuperado, 5 de mayo del 2010. [Webwww.powerpointsgratis.net/NORMAS-APA-2010/1/](http://www.powerpointsgratis.net/NORMAS-APA-2010/1/).
4. Cristina, L. & Carlos N. (2007). Plan de Negocios de una emisora Kichwa en la provincia del Napo para las Nacionalidades indígenas de la amazonia norte del Ecuador. Tesis de ingeniería no publicada, Escuela Politécnica Nacional Quito, Ecuador. Pág. 30-35, 42, 83, 93,140.
5. Nélsón, A. (2008). Revista Quitumbe en sus 25 años. Colegio Quitumbe Chunchi Ecuador.\*
6. I. Municipio del Cantón Chunchi, (2002). Plan Estratégico del Cantón Chunchi. Publicación. Pág. 30,40.\*
7. Gobierno Municipal de Chunchi, (2002). Informe de Gestión Administración 2005-2009. Revista, Pág.22-23.\*
8. Jaime, C. & Beatriz, E. (1990). Comunicación Empresarial y Alternativa Popular. (1ra Ed.). Quito Ecuador: Publicaciones Nuevo día. Pág. 41-46.



9. Martínez, C. & Juan, C. (2001). EUMEDNET Enciclopedia Virtual. Recuperado 3 de abril del 2010. Web <http://www.eumed.net/>.
10. SENPLDES, (2008). Manual de Consultas de Información de Proyectos Priorizados. Recuperado el 2 de marzo del 2010. Web <http://sinapro.senplades.gov.ec/manuales>.
11. Montaña, J. (2010). Preparación y Evaluación de Proyectos. Recuperado el 2 de marzo del 2010 Web. [www.slideshare.net/.../preparacion-y-evaluacion-de-proyectos-con-marco-logic-actualizado](http://www.slideshare.net/.../preparacion-y-evaluacion-de-proyectos-con-marco-logic-actualizado) - Estados Unidos.

**ANEXOS:****DETALLE DE INGRESOS POR PRODUCTOS (ANEXO 1)**

ENERO	INGRESOS MENSUALES		
PRODUCTO	NUMERO TRANSMISIONES	COSTO UNITARIO	COSTO PROYECTO MENSUAL
Avisos Clasificado	1652	0.25	413.00
Eventos /Horas		7.5	-
Espacios radiales	1	10	10.00
Avisos Sociales	40	1	40.00
<b>TOTAL</b>			<b>463.00</b>

FEBRERO	INGRESOS MENSUALES		
PRODUCTO	NUMERO TRANSMISIONES	COSTO UNITARIO	COSTO PROYECTO MENSUAL
Avisos Clasificado	1325	0.25	331.25
Eventos /Horas	6	7.5	45.00
Espacios radiales	3	10	30.00
Avisos Sociales	45	1	45.00
<b>TOTAL</b>			<b>451.25</b>

MARZO	INGRESOS MENSUALES		
PRODUCTO	NUMERO TRANSMISIONES	COSTO UNITARIO	COSTO PROYECTO MENSUAL
Avisos Clasificado	1532	0.25	383.00
Eventos /Horas	1	7.5	7.50
Espacios radiales	4	10	40.00
Avisos Sociales	48	1	48.00
<b>TOTAL</b>			<b>478.50</b>

ABRIL	INGRESOS MENSUALES		
PRODUCTO	NUMERO TRANSMISIONES	COSTO UNITARIO	COSTO PROYECTO MENSUAL
Avisos Clasificado	1652	0.25	413.00
Eventos /Horas	3	7.5	22.50
Espacios radiales	2	10	20.00
Avisos Sociales	20	1	20.00
<b>TOTAL</b>			<b>475.50</b>

MAYO	INGRESOS MENSUALES		
PRODUCTO	NUMERO TRANSMISIONES	COSTO UNITARIO	COSTO PROYECTO MENSUAL
Avisos Clasificado	1125	0.25	281.25
Eventos /Horas	3	7.5	22.50
Espacios radiales	4	10	40.00
Avisos Sociales	30	1	30.00
TOTAL			373.75
JUNIO	INGRESOS MENSUALES		
PRODUCTO	NUMERO TRANSMISIONES	COSTO UNITARIO	COSTO PROYECTO MENSUAL
Avisos Clasificado	952	0.25	238.00
Eventos /Horas		7.5	-
Espacios radiales	3	10	30.00
Avisos Sociales	50	1	50.00
TOTAL			318.00

JULIO	INGRESOS MENSUALES		
PRODUCTO	NUMERO TRANSMISIONES	COSTO UNITARIO	COSTO PROYECTO MENSUAL
Avisos Clasificado	952	0.25	238.00
Eventos /Horas	3	7.5	22.50
Espacios radiales	3	10	30.00
Avisos Sociales	46	1	46.00
TOTAL			336.50

AGOSTO	INGRESOS MENSUALES		
PRODUCTO	NUMERO TRANSMISIONES	COSTO UNITARIO	COSTO PROYECTO MENSUAL
Avisos Clasificado	962	0.25	240.50
Eventos /Horas	3	7.5	22.50
Espacios radiales	2	10	20.00
Avisos Sociales	50	1	50.00
TOTAL			333.00

SEPTIEMBRE	INGRESOS MENSUALES		
PRODUCTO	NUMERO TRANSMISIONES	COSTO UNITARIO	COSTO PROYECTO MENSUAL
Avisos Clasificado	852	0.25	213.00
Eventos /Horas	3	7.5	22.50
Espacios radiales	1	10	10.00
Avisos Sociales	39	1	39.00
TOTAL			284.50

OCTUBRE	INGRESOS MENSUALES		
PRODUCTO	NUMERO TRANSMISIONES	COSTO UNITARIO	COSTO PROYECTO MENSUAL
Avisos Clasificado	952	0.25	238.00
Eventos /Horas	6	7.5	45.00
Espacios radiales	2	10	20.00
Avisos Sociales	35	1	35.00
TOTAL			338.00
NOVIEMBRE	INGRESOS MENSUALES		
PRODUCTO	NUMERO TRANSMISIONES	COSTO UNITARIO	COSTO PROYECTO MENSUAL
Avisos Clasificado	356	0.25	89.00
Eventos /Horas	6	7.5	45.00
Espacios radiales	25	10	250.00
Avisos Sociales	65	1	65.00
TOTAL			449.00
DICIEMBRE	INGRESOS MENSUALES		
PRODUCTO	NUMERO TRANSMISIONES	COSTO UNITARIO	COSTO PROYECTO MENSUAL
Avisos Clasificado	952	0.25	238.00
Eventos /Horas	2	7.5	15.00
Espacios radiales	2	10	20.00
Avisos Sociales	70	1	70.00
TOTAL			343.00

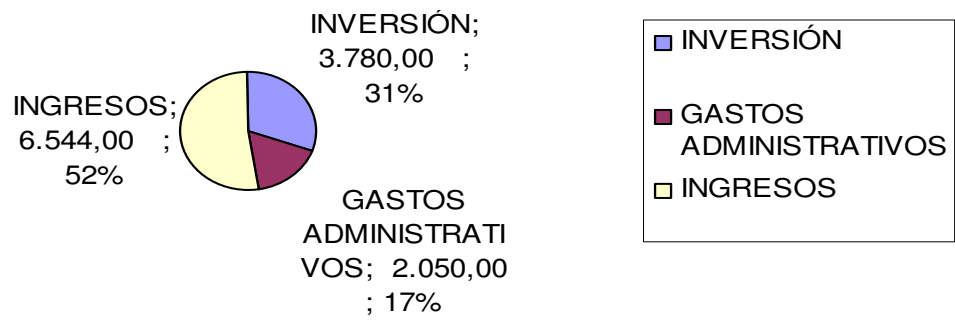
**DETALLE DE GASTOS POR RUBROS TOTALES (ANEXO 2)**

<b>CAPACITACIONES</b>		Participantes	cantidad	unitario	total
Honorarios Profesionales	Capacitación manejo de equipos	Técnico	1	15	15.00
Honorarios Profesionales	Diseño de Programas	Técnico	1	15	15.00
Honorarios Profesionales	Transmisión Radial	Técnico	2	15	30.00
Honorarios Profesionales	Transmisión Radial	Alumnos del Bachillerato	2	20	40.00
Honorarios Profesionales	Ventas	Ejecutivo en ventas	1	15	15.00
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Bonificación	150.00	12	1,800.00		
Suministros de Oficina	10.00	3	30.00		
Servicios Básico	15.00	12	180.00		
Suministros de Limpieza	10.00	2	20.00		
Mantenimiento de Equipos	10.00	2	20.00		
<b>TOTAL GASTOS ANUAL</b>			<b>2,050.00</b>		





### INGRESOS Y GASTOS



### GASTOS INVERSIONES VS INGRESOS

