



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**MAYO 2018 - OCTUBRE 2018**

**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA**

**PRUEBA PRÁCTICA**

**INGENIERÍA COMERCIAL**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:**

**GESTIÓN ECONÓMICA EN EL CLARÍN, MEDIO DE COMUNICACIÓN**

**IMPRESA DE LA CIUDAD DE BABAHOYO**

**EGRESADO:**

**NELSON ALEJANDRO AVILES FLORES**

**TUTOR:**

**ING. FABIAN TOSCANO**

**AÑO 2018**

## **Introducción**

EL CLARIN medio de comunicación impreso, fue fundado en la ciudad de Babahoyo un Martes 21 de Agosto de 1980 por el Mayor Jorge Vaca Mosquera quien a su vez desempeñaba el cargo de administrador de la empresa, en inicios EL Clarin se encontraba funcionando en un edificio en la 5 de junio y Barreiro (esquina) ahora se encuentra ubicado en sus nuevas instalaciones en la 9 de noviembre y malecón frente al centro gerontológico.

Este trabajo está orientado a analizar la problemática por la que atraviesa el Clarín medio de comunicación impreso del Ecuador debido a la falta de ingresos por la reducción de contratación de espacios publicitarios, propagandas por parte de las empresas públicas y privadas a causa del decrecimiento en la economía, poca demanda en la publicidad e insuficientes ingresos financieros.

Para este trabajo se toman en consideración testimonios de quienes han sido parte del medio de comunicación impresos y de los que siguen siendo con el objeto de dar a conocer a la ciudadanía esta situación crítica por la que están pasando los diferentes medios de comunicación impresos nacionales.

El objetivo general de este estudio de caso, es obtener un acercamiento con los actores que se encuentran actualmente pasando por esta situación que hoy en día afecta directamente a los medios de comunicación impresos, tanto con su dirección, al igual que su participación y en otros casos con su crítica a la forma de como se ha guiado este proceso, para comprender los problemas en que se encuentran.

Con el afán de recuperar parte de la atención de la sociedad, se ha seleccionado el tema como estudio de caso “Gestión económica de El CLARIN medio de comunicación impreso en la ciudad de Babahoyo” en el cual se hará mención a los problemas económicos que sufre el Clarín debido a la falta de contratación de espacios publicitarios en base a ello se involucra este estudio de caso en las dos líneas de investigación de la carrera denominadas: Modelo de Gestión Administrativa, Producción y Competitividad.

La metodología que se utilizó en este caso de estudio es cualitativa, por lo que se basó en la recolección de datos mediante entrevistas dirigidas al entorno en que se presentan dichas anomalías y así tener perspectivas y puntos de vista de los participantes desde sus experiencias, significados y apreciaciones. Por esta razón, los datos cualitativos no son cantidades sino descripciones detalladas de hechos, personas y conductas. En el caso del medio de comunicación impreso se recabó información sobre la reducción de personal y disminución de ingresos e importancia del medio según propietario y el sitio web de los protagonistas de este medio impreso.

## **Desarrollo**

EL CLARIN medio de comunicación impreso, fue fundado en la ciudad de Babahoyo un Martes 21 de Agosto de 1980 por el Mayor Jorge Vaca Mosquera en la época de la industrialización, quien a su vez desempeñaba el cargo de administrador de la empresa, en inicios EL Clarin se encontraba funcionando en un edificio en la 5 de junio y Barreiro (esquina) ahora se encuentra ubicado en sus nuevas instalaciones ubicadas en la 9 de noviembre y malecón frente al centro gerontológico.

Entre los directores que han estado a cargo de esta empresa de comunicación impreso tenemos la gerencia inicial estuvo a cargo de Mayor Jorge Vaca Mosquera quien al abandonar la institución dejó a cargo al Sr. Guillermo Bajaña y luego: Dr. Edmundo Ríos Vera, Lcdo. Lester Delgado, Francisco Medina, Lcdo. Teodoro Flores Carpio y en la actualidad Patricia Flores quien se encarga de la dirección del periódico.

Otro de los principales actores del medio de comunicación impreso fue Pablo Vicente Flores Carpio quien por su inclinación al periodismo lo llevó a escribir una columna deportiva en diario el Clarín con el nombre de zona de Candela a partir de enero de 1981 hasta el año 2014. Utilizando el seudónimo de Pablo Pueblo (salsa de Rubén Blades), en sus inicios la columna deportiva se alimentaba de noticias deportivas matizadas con sátira y humor.

En sus primeras ediciones el CLARIN se imprimía en gran formato y su número de páginas fue incrementándose, además se trató de dividir en secciones: políticas, nacional, internacional, economía, cultura, etc.

Se empleó el uso de titulares con letras grandes varias columnas, se usaban diversos tipos de letras, en casos excepcionales el titular cubría las cinco, seis y hasta ocho columnas de la página. Se incrementó el uso de fotografías, la noticia estaba acompañada de un gráfico que la ilustraba. En las primeras páginas se imprimían los titulares principales, con el inicio de cada crónica que continuaba en las páginas siguientes, en algunos casos la distribución era tan desordenada o la información se encontraba amontonada que la continuación de la crónica podría encontrarse hasta en la tercera página. En la mayoría de los casos la publicidad era gráfica usaba ilustraciones y diseños, generalmente se ubicaba en la última página o en la parte inferior del periódico. En todas las páginas se combinaba las noticias y comentarios con la publicidad

El CLARIN cumple con la función de mantener a la ciudadanía comunicada, entretenida e informada acerca de las noticias y eventos que suceden no solo en la ciudad de Babahoyo sino también en todo el país dando prioridad a las noticias locales.

El Clarín es un medio de comunicación impreso que atraviesa desde hace varios meses, problemas en su gestión económica en razón de algunos aspectos externos a la institución, entendiéndose por gestión económica según (Tejerina & Vega, 2018) manifestando: “Trata de definir y organizar el movimiento contable de ingresos y gastos, cobros y pagos producidos en las mismas para precisar el patrimonio de las mismas” esta dificultad se debe a la falta de venta de avisos o espacios publicitarios que es el sustento que les permite vivir a estas empresas de comunicación, entendiéndose por espacios publicitarios según (Herrera, 2014) en el cual afirma: “ Es un instrumento que ayuda a visualizar una idea y que permite saber donde están situados cada uno de los elementos gráficos de un anuncio”.

En años anteriores el Clarín gozaba de una mejor rentabilidad económica debido a que los diferentes gobiernos asignaban un valor a cada institución pública para solventar los gastos de avisos publicitarios, deduciendo como rentabilidad económica según (Eslava, 2013) indicando “Se entiende por rentabilidad económica, la tasa con la que la empresa remunera a la totalidad de los recursos (inversiones o activos) utilizados en su explotación”.

Según criterio de los directivos, el problema es generalizado, y, depende exclusivamente de la disminución evidente de la contratación de espacios de publicidad y propagandas de parte de las empresas públicas. Los cuales son las comunicaciones y avisos enviados por el Estado y sus organismos competentes y privadas, se refiere a las distintas empresas y establecimientos comerciales particulares, contratación según (Perez & Merino, 2014) manifiesta: “Es un convenio o pacto, ya sea oral o escrito, entre partes que aceptan ciertas obligaciones y derechos “.

Antes, las empresas públicas recibían una asignación presupuestaria para anunciar a través de los medios de comunicación los diferentes procesos que se realizaban dentro y fuera de sus arcas, entendiéndose como empresa pública según (INEGI, 2013) indicando: “Organismos y/o empresas descentralizadas, dependientes del estado dedicados a la producción de bienes y servicios para las ventas en el mercado y cuyas operaciones económicas y financieras se encuentran incluidas en el presupuesto de egresos de la federación”. Asignación presupuestaria según (Chronicle, 2018) indicando “Son componentes integrales a un plan anual financiero o presupuestario, de todas las organizaciones. Indican el nivel de recursos al que una organización promete a un departamento o programa”. Actualmente esa cantidad ha sido disminuida a una mínima

expresión, de manera que, las entidades públicas han bajado en más del 50% los contratos por publicidad o propaganda con los medios privados.

Una circunstancia similar ocurre con las empresas privadas, las cuales, afectadas por la crisis económica o recesión económica que afecta el país, no disponen actualmente de partidas presupuestarias significativas para contratar sus avisos con los medios de comunicación. Es más, inclusive los avisos clasificados que son los de menor costo, han disminuido considerablemente, entendiéndose por empresas privadas según (Unidos, 2013) afirma: “Organizaciones dedicadas a la producción, distribución y/o venta de bienes o servicios. Son propiedad y están operadas por un individuo o un grupo de personas privadas o instituciones”. Recesión económica según (Arias, 2015) manifestó: “Es la fase del ciclo económico en la que la actividad económica se reduce, disminuye el consumo y la inversión y aumenta el desempleo”.

En el mismo contexto debe señalarse a otros anunciantes particulares que, debido a las dificultades económicas que se traducen en falta de liquidez, han dejado de contratar avisos con los medios, especialmente notas sociales como cumpleaños, graduaciones, o notas luctuosas como invitaciones a misa o publicaciones e condolencias, entendiéndose por liquidez según (Cruz, 2015) manifestó: “ Es la capacidad que poseen los elementos patrimoniales de activos para convertirse en dinero en efectivo pero sin perder valor”.

En el caso de el Clarín y varios medios de comunicación impresos, esta circunstancia obliga a disminuir en determinadas semanas el número de edición y ejemplares; además provoca retrasos en el pago de la nómina. Esta circunstancia ha llevado al borde de la quiebra a algunos medios de comunicación, en razón que, por la falta de ingresos se les

hace muy difícil o imposible poder cubrir los gastos de producción y las nóminas, deduciendo ingresos según (INEGI, 2013) afirmando: “Recursos que obtienen los individuos, sociedades o gobiernos por el uso de riquezas, trabajo humano o cualquier otro motivo que aumente su patrimonio”.

Un ejemplo del mismo son las grandes deudas que albergan reconocidos medios de comunicación a nivel nacional como son El Universo que mantiene una deuda de \$ 4,3 millones, el grupo El Comercio \$ 2, 3 millones, Ecuavisa \$ 41,235 dólares entre otros. Esto debido a la poca demanda de publicidad e insuficientes ingresos financieros causado por la reducción de partida presupuestaria para publicidad que se le otorgaba a las instituciones públicas quienes son una fuente importante de ingresos para los medios de comunicación, según (telegrafo, 2013).

Otro factor muy importante que forma parte de esta situación por la que está pasando el CLARIN es la llegada de otros medios de comunicación a la ciudad de Babahoyo como son El Río y el periódico La Hora los cuales se han adueñado de la atención de la comunidad babahoyense siendo la principal fuente de competencia en cuanto a este tipo de empresas de comunicación. Competencia según (economía simple.net, 2016) indica; “Se refiere a cuando varias empresas privadas concurren a un mercado para ofrecer sus productos o servicios ante un conjunto de consumidores que actúan de forma independiente y que integran la demanda”

Una de las razones por la que estos diarios han tenido acogida en Babahoyo es la diferenciación de Estrategia y porque abarcan más cantones en la provincia de los Ríos y el país para la venta de sus ediciones. Según (La Hora, 2018) En el caso de La Hora que se encuentra ubicado en un edificio en las calles Eloy Alfaro y 10 de Agosto su éxito se debe a que presta una fuerte atención a las noticias locales y provinciales sin dejar de lado a las noticias nacionales e internacionales. El diario La Hora se publica en Quito, Esmeraldas, Tungurahua, Santo Domingo de los Stáchilas, Imbabura, Carchi, Loja, Los Ríos, Zamora Chinchipe y Cotopaxi en ediciones diferentes en cada región, así como una edición nacional adicional, la matriz de La Hora se encuentra en Quito.

Según (elrío.ec, 2018) El Río que se encuentra ubicado en las calles Barreiro y 5 de Junio, también se extiende en diferentes partes de la provincia y fuera de ella, en El Empalme, La Maná, Jujan, Bolívar y La Manga del Cura. Su matriz se encuentra en Quevedo y una de las estrategias que los ha llevado al éxito es la que utilizan para la venta de sus ediciones, contratando personas que ofrecen su producto puerta a puerta, en carros y en las calles más concurridas de la ciudad.

Debido a estos los directivos de la institución han tenido que tomar medidas en conjunto con el departamento financiero sobre el manejo de los recursos económicos de la empresa. Recursos económicos según (zoniaeconomica.com, 2018) indica: “Son el efectivo y el conjunto de activos financieros que tienen un grado de liquidez”.

Una de estas medidas gestionadas por el departamento administrativo es la reducción en la producción de impresiones del medio de comunicación por falta de liquidez lo que ha llevado a que la empresa siga decayendo en cuanto a ingresos y por consiguiente siga

tomando otras medidas para poder subsistir en el medio en que se ha desarrollado y seguir desempeñando su rol el cual es mantener informada a la sociedad.

La crisis económica que afecta el Clarín ha tenido como consecuencia el despido de muchos de sus trabajadores, esta empresa siente el decrecimiento en la economía ecuatoriana que deriva en inestabilidad laboral, bajos niveles económicos, poca demanda de publicidad e insuficientes ingresos financieros, a ello se suman las malas prácticas de ciertas agencias de publicidad que concentran el dinero en sus arcas, sin pagar lo correspondiente a los medios pautados y la falta de agilidad en el pago de la propaganda estatal. Lo que ha motivado este recorte de personal en los medios de comunicación se argumenta con el manejo administrativo y económico del periódico. Entendiéndose inestabilidad laboral según (Werder, 2015) afirma: “Es una estimación con relación a la posible pérdida del trabajo que tiene dos aspectos, uno objetivo y uno subjetivo”. Recorte de personal según (Santos, 2013) indica: “El recorte de personal o también llamado downsizing es básicamente lo contrario al crecimiento de una empresa y sugiere un cambio drástico en la organización y en el número de empleados contratados”.

En la mayoría de los casos los despidos obedecen a reajustes presupuestarios por la falta de ingresos publicitarios, deudas, y publicidad pautada que hasta el momento no ha sido pagada por las agencias de publicidad y sus proveedores. Situación similar pasa en otros medios de comunicación como los digitales que se han visto obligados a realizar grandes ajustes para poder mantenerse al aire y a la espera de que los ingresos publicitarios lleguen.

La crisis del Clarín tanto como de otros medios de comunicación es una noticia que no tiene mucho espacio en los diarios: no hay titulares, ni reportajes de investigación, ni debates o artículos de opinión. Como mucho, notas breves sobre la crisis por parte de la

competencia y algunos comunicados de la propia empresa. Comparada con las noticias y el seguimiento realizado sobre la crisis de otros sectores como el financiero o el inmobiliario, la diferencia es abismal. Pero la crisis de los medios de comunicación es una realidad: tiene sus raíces en los cambios tecnológicos que han modificado los hábitos de consumo de la información y se ha visto agravada por la caída de la publicidad como consecuencia de la crisis económica.

Las empresas privadas también han dejado de buscar los medios de comunicación para dirigirse a la sociedad por medio de la contratación de espacios publicitarios, ya que, ellos mismo crean sus propios sitios web donde se encargan de la publicidad, dar a conocer las diferentes ofertas que tienen para el consumidor y así disminuyen sus gastos, además que ya no destinan mucho presupuesto para estas actividades.

Todas estas acciones perjudican de forma directa e indirecta a este medio de comunicación de la ciudad de Babahoyo.

Según (Orozco & Angulo, 2015) El Ecuador en estos momentos se encuentra atravesando por una crisis económica la cual afecta de forma indirecta a este medio de comunicación impreso por varios motivos:

1. Las asignaciones presupuestarias para las instituciones públicas con el fin de publicidad han sido eliminados y estas son un pilar fundamental para la economía del medio de comunicación impreso, por el motivo que los organismos públicos contrataban los espacios más grandes para hacer las distintas publicidades y ahora solo piden las pequeñas y de menor costos.

2. La crisis económica ha afectado a las empresas privadas de forma considerable, su rentabilidad no es la misma por lo que han tenido que disminuir su presupuesto que destinaban para la publicidad de sus productos.
3. Las microempresas ya no cuentan con los mismos ingresos por lo que también han dejado de comprar espacios publicitarios en medios impresos y por este motivo afectan en parte a la economía del medio impreso de Babahoyo.
4. La comunidad también forma parte de este problema porque han dejado de adquirir las ediciones de este medio de comunicación, ya que, al bajar sus ingresos debido a la crisis están pasando por una etapa de bajos recursos económicos, sus ingresos no cubren sus gastos, así que el porcentaje de su salario que destinaban para comprar este medio de comunicación ya no es el mismo.

Se acudió para entrevistar a los directivos y actores principales del medio de comunicación en cuestión (el Clarín) en la ciudad de Babahoyo donde Patricia Flores (Directora del diario el Clarín) manifestó lo siguiente como respuesta a la pregunta:

¿Cuál es la principal razón de la disminución de contrataciones de espacios publicitarios del medio de comunicación?

“La respuesta de cada institución pública es que el gobierno eliminó la asignación presupuestaria para publicidades, por este motivo la poca publicidad que contratan la pagan de su bolsillo, escogen la más económica y a esa le piden rebaja, es por esa razón que muchos medios de comunicación local y nacional se encuentran atravesando una difícil situación en su economía”

El Clarín ha tomado ciertas medidas para sobrellevar esta situación, ya que, esta circunstancia obliga a disminuir en determinadas semanas el número de edición y de ejemplares; además provoca retrasos en el pago de la nómina.

La opinión de Patricia Flores (Directora del diario el Clarín) a la siguiente pregunta fue:

¿Cuál es la situación que atraviesa la empresa EL CLARIN?

“Estos tiempos han sido muy duros para nuestra empresa de comunicación puesto que la situación económica actual por la que cursa el país no solo ha afectado a las diferentes empresas públicas sino también a los medios de comunicación, y me llena de tristeza el poco interés que muestra la ciudadanía hacia el problema”

“Ha disminuido de forma considerable las contrataciones de espacios publicitarios (cumpleaños, convocatorias, etc.) y con ello la rentabilidad de nuestra empresa, debido a la falta de ingresos nos cuesta cubrir todos los gastos que conlleva la empresa”

Acotó también:

. “Nos estamos yendo en picada, que tristeza, la tasa de desempleo de este año intuyó que será más alta que nunca.”

Según manifestó Elías Flores (Gerente de comercialización del diario El Clarín):

¿Qué otros factores son causantes de esta problemática por la que atraviesa el CLARIN?

Otro factor importante que ha influido de manera considerable es el avance de la tecnología, refiriéndose a aquello como herramientas que son utilizadas para el rápido acceso a internet, puesto que esto ha vuelto perezosa a la ciudadanía en general, muchas personas prefieren ingresar a un sitio web desde su celular que a leer las ediciones de los diarios por eso ha disminuido la adquisición de estos medios.

“Lo que ha motivado esta reducción de personal se argumenta con el manejo administrativo y económico del periódico. En la mayoría de casos los despidos obedecen a reajustes presupuestarios por la falta de ingresos publicitarios, deudas, y publicidad pautaada que hasta el momento no ha sido pagada por las agencias de publicidad y sus proveedores”

Ninfa Flores (diseñadora gráfica del diario el Clarín) respondió a la siguiente pregunta.

¿Cuánto tiempo lleva el CLARIN atravesando por esta situación?

“Hace unos meses atrás me tocaba diseñar las páginas del Clarín con muchos anuncios publicitarios tales como: cumpleaños, convocatorias, avisos, notas de pésame, etc. Pero hoy en día es notable la diferencia de contrataciones por parte de empresas y el público en general, son contadas las instituciones que hacen anuncios, las personas que hacen llegar sus felicitaciones por diferentes motivos a sus allegados y familiares por este medio de comunicación impreso.”

También mencionó:

“Además las instituciones públicas, privadas y ciudadanía en general que antes hacían uso de este medio impreso ahora prefieren los medios digitales, televisivos para realizar sus publicaciones lo que ha hecho que disminuyan los anuncios en las páginas del Clarín”

María Teresa Flores (Reportera del diario el Clarín) acotó:

¿Qué opina usted sobre la problemática por la que esta pasando el CLARIN?

“Es verdad que el periódico en estos momentos se encuentra pasando por una situación económica que amerita preocupación, sin embargo los directivos han tomado varias medidas para poder sobrellevar este problema e intentar mejorar la economía de la empresa y así poder seguir trabajando con normalidad, e informando a la ciudadanía de los sucesos del día que ocurren en el país”

Según la información recolectada la situación por la que se encuentran pasando el Clarín medio de comunicación de la ciudad de Babahoyo es grave debido a los bajos ingresos, su economía ha decaído de forma considerable y no pueden solventar sus gastos lo que los ha llevado a tomar medidas extremas: como disminuir sus ediciones, el despido en masa de sus empleados y en otros casos a cerrar por completo sus empresas.

En esto juegan un papel importante varios factores: los usuarios han dejado de adquirir sus ediciones, muchas empresas privadas han reducido en su mayoría la contratación de espacios publicitarios y el factor más importante que es la abolición de las asignaciones presupuestarias por parte del estado a las instituciones públicas, las cuales son parte fundamental de los ingresos de los medios de comunicación.

Por ello los medios de comunicación están atravesando graves problemas económicos.

## **Conclusiones**

En este estudio de caso se da a conocer las causas de los diferentes problemas económicos que afectan al medio de comunicación hoy en día, como la crisis que afecta el país, la reducción de asignaciones presupuestarias a las instituciones públicas, la competencia directa con empresas del mismo tipo.

Además es notable la falta de importancia de la comunidad en general hacia este problema, ya que, los únicos que muestran interés son todos aquellos que son partícipes del mismo (todos los que forman parte del medio de comunicación).

La falta de contratación de publicidad en el Clarín por parte de las empresas estatales y privadas ha provocado una grave crisis económica dentro de la empresa, cuya consecuencia ha sido la reducción de personal, disminución de las ediciones y el despido masivo de sus trabajadores.

El ingreso de nuevos medios de comunicación con diferentes estrategias de venta en la ciudad de Babahoyo fue otro factor importante que influyó de manera directa a esta grave situación por la que atraviesa El Clarín.

Debido a la inestabilidad del tiraje a causa de la disminución de ingresos económicos también se ve afectado este medio de comunicación impreso babahoyense, puesto que, la comunidad de Babahoyo no está alertada de los días en que este medio sale a la venta para cumplir con su rol que es el de mantener informada a la sociedad.

Afortunadamente aún existen un segmento de personas que gustan de la lectura, de estar informados de lo que ocurre día a día no solo en el país sino también con la comunidad

internacional y aportan con su granito de arena para que los medios de comunicación sigan vivos e informando los diferentes sucesos que ocurren en el mundo.

## Bibliografía

- Arias, S. A. (2015). *Economipedia*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/recesion-economica.html>
- Chronicle, H. (2018). *la voz de Houston*. Obtenido de <https://pyme.lavoztx.com/qu-es-una-asignacin-presupuestaria-12718.html>
- Cruz, A. (2015). *Gestión Administrativa para el asesoramiento de productos de activos*. Elearning,S. L. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books?id=f3xXDwAAQBAJ&dq=liquidez+definici%C3%B3n&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=f3xXDwAAQBAJ&dq=liquidez+definici%C3%B3n&hl=es&source=gbs_navlinks_s).
- economía simple.net*. (2016). Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/competencia>
- elrío.ec*. (08 de agosto de 2018). Obtenido de <http://www.elrio.ec/>
- Eslava, J. (2013). Finanzas para el Marketing y las Ventas. INEGI, 2013. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books?id=F9\\_HBAAAQBAJ&pg=PT169&dq=rentabilidad+definici%C3%B3n+2013&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj-\\_aeAvtncAhXjtlkKHU2BBzgQ6AEINjAD#v=onepage&q=rentabilidad%20definici%C3%B3n%202013&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=F9_HBAAAQBAJ&pg=PT169&dq=rentabilidad+definici%C3%B3n+2013&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj-_aeAvtncAhXjtlkKHU2BBzgQ6AEINjAD#v=onepage&q=rentabilidad%20definici%C3%B3n%202013&f=false).
- Herrera, C. (18 de agosto de 2014). *Prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/dgyjunya3ar8/conceptos-de-espacios-publicitarios/>
- INEGI. (2013). INEGI, 2013. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books?id=LGBUDwAAQBAJ&dq=el+ingreso+y+el+gasto+p%C3%BAblico+en+mexico+2013&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=LGBUDwAAQBAJ&dq=el+ingreso+y+el+gasto+p%C3%BAblico+en+mexico+2013&hl=es&source=gbs_navlinks_s).
- INEGI. (2013). INEGI, 2013 Recuperado de [https://books.google.com.ec/books?id=LGBUDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=el+ingreso+y+el+gasto+p%C3%BAblico+en+mexico+2013&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi-z9bn0tncAhXIUt8KHR55C\\_sQ6AEIJTAA#v=onepage&q=empresas%20privadas&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=LGBUDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=el+ingreso+y+el+gasto+p%C3%BAblico+en+mexico+2013&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi-z9bn0tncAhXIUt8KHR55C_sQ6AEIJTAA#v=onepage&q=empresas%20privadas&f=false).
- La Hora*. (7 de agosto de 2018). Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/>
- Orozco, M., & Angulo, S. (2015). *El Comercio*.
- Perez, J., & Merino, M. (2014). *Definición.DE*. Obtenido de <https://definicion.de/contrato/>
- Santos, A. (2013). *Gestión del talento humano y del conocimiento (VOL. II)*. Medellín: CMNA.
- Tejerina, S., & Vega, Y. (2018). *Participando*. Obtenido de <http://participando.es/gestion-de-una-asociacion/gestion-economica/>

telegrafo, E. (16 de abril de 2013). Medios de comunicación deben 6,6 millones al fisco. *El Telegrafo*. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/medios-de-comunicacion-deben-66-millones-de-dolares-al-fisco>.

Unidos, T. d. (2013). *boletinagrario.com*. Obtenido de <https://boletinagrario.com/ap-6,empresa+privada,2279.html>

Werder, P. (2015). *El nuevo síndrome laboral BOREUT*. España: Penguin Random House.

*zoniaeconomica.com*. (1 de agosto de 2018). Obtenido de <https://www.zoniaeconomica.com/recursos/financieros>



## Anexos

### **Entrevista dirigida a los empleados de El Clarín.**

**1. ¿Cómo se siente con esta situación que está pasando la empresa?**

Es un poco preocupante esta situación aunque los directivos están haciendo todo lo posible para mantener la empresa funcionando.

**Respuesta de: Lcda. Ketty Rodriguez secretaria de El Clarín.**

**2. ¿Cuántas veces a la semana se imprime El Clarín?**

En estos últimos meses las impresiones han variado, a veces se imprimen pasando un día y también pasando dos días.

**Respuesta de: Lcdo. Elías Flores (Gerente comercialización)**

**3. ¿A qué se debe la disminución de ventas del periódico?**

Una de las razones pienso que sea el poco interés que presta la juventud de ahora, los tiempos cambian y son pocas las personas que les gusta la lectura.

**Respuesta de: Wilson Montero (funcionario de El Clarín)**

**4. ¿Qué factor piensa que ha influido en este problema económico por el que atraviesa El Clarín?**

La evolución creo que es el problema más importante, la tecnología se ha apoderado del mundo ya nadie le dedica unos minutos a leer un buen periódico, todo desean enterarse por medio de las redes sociales y dejan de lado lo tradicional.

**Respuesta de: Hugo Chávez (vendedor de El Clarín)**

**5. ¿Usted cree que el periódico tiene gran acogida en la ciudad de Babahoyo?**

Si tiene acogida, aunque las ventas han disminuido, nosotros tenemos nuestros clientes fieles dentro de nuestras rutas solo para entregar el diario y así estamos continuando con el trabajo duro para salir de esta situación en la que nos encontramos.

**Respuesta de: Omar Cuesta (vendedor de El Clarín).**