



PROYECTO REVALORIZACIÓN

Transporte Metropolitano o Transvalparaíso

CAROLINAVENEGAS / TALLER DE CONSTRUCCIÓN

1. Antecedentes del investigador responsable

ANTECEDENTES PERSONALES

Nombre : Carolina R. Venegas Campos

Fecha de Nacimiento : 10 de Mayo de 1987

Nacionalidad : Chilena

Céd. Identidad : 16579560-1

Introducción

¿QUÉ OCURRE ACTUALMENTE CON EL TRANSPORTE DE LA QUINTA REGIÓN?

Durante el último tiempo el clima que se ha generado en torno a las empresas de transporte público chileno es de completa ignorancia respecto al funcionamiento del sistema y al porqué de los cambios que se realizan. Tanto usuarios como empresarios y comerciantes sienten desconcierto ante las variaciones de tarifas como de recorridos. Todo esto ha traído como consecuencia desagrado y por sobretodo disconformidad, sensación que se ha propagado a partir del lanzamiento del Transantiago hacia las regiones.

Es así como Valparaíso no constituye una excepción, puesto que la instauración del nuevo sistema de Transporte Metropolitano Valparaíso o Transvalparaíso también ha presentado un sinnúmero de dificultades durante el transcurso de su lanzamiento hasta hoy día.

2. Antecedentes del tema de investigación propuesto. Transporte Metropolitano o Transvalparaíso

2.1 SITUACIÓN TRANSVALPARAÍSO

El transporte público en Valparaíso sostenía ciertas falencias en cuanto a articulación y equipamiento de un sistema poco elaborado que no satisfacía las necesidades de sus usuarios, por esta razón el gobierno implementa un proyecto en el que se diseña un cambio drástico tanto de imagen corporativa como de funcionamiento de las empresas de transporte en regiones y en Santiago.

En el caso específico de Valparaíso el problema comienza a gestarse ante el incumplimiento de las promesas que este nuevo sistema planteaba.

Promesas nuevo sistema de transporte TMV:

- Regulación de Frecuencias, según horarios punta y fuera de punta.
- Regulación de Flotas, en cuanto a cantidad y antigüedad.
- Constitución de documentos de garantías.
- Seguros del personal de conducción.
- Regulación de tarifas a través del establecimiento de polinomios de reajustabilidad.
- Pintado uniformes de buses que integran cada flota.
- Elevación de los estándares en materia de terminales.
- Uso obligatorio de uniformes del personal de conducción.
- Implementación de Sistemas de Información de Flota (SIF)
- Nueva política contractual del personal de conducción.
- Políticas de capacitación del personal de conducción.
- Nueva señalética de información al usuario.
- Nuevas herramientas y mecanismos para la fiscalización de los servicios.

¹ PIZARRO, Claudia, TransValparaíso no pasa la prueba de fuego, 31 marzo 2007, <http://www.estrellavalpo.cl/> [Consulta: sábado 19 de julio de 2008]

Resultados:

Sin embargo los resultados no coinciden con la resolución de cada uno de los puntos anteriormente mencionados, por el contrario el único punto cumplido a cabalidad fue el “Pintado uniformes de buses que integran cada flota”, pero el resto se encuentra aun en un estado de total incumplimiento, situación cuyos expectadores son los mismos usuarios y empleados de la empresa, quienes han resultado ser los más afectados y por lo mismo construyen un clima de disconformidad.

2.2 CRÓNICAS DE PRENSA

A raíz de todos los problemas que se generaron con la implementación del nuevo sistema TransValparaíso, el diario regional *La estrella de Valparaíso* y *El Mercurio* ha publicado más de 100 crónicas con respecto a este tema, es así que tanto reclamos como notificaciones han tomado lugar en la prensa porteña.

TransValparaíso no pasa la prueba de fuego

Usuarios, comerciantes, choferes y hasta los “sapos” están disconformes con el nuevo plan de transporte.¹

Claudia Pizarro

“¿Qué micro tengo que tomar si quiero ir al supermercado?”, pregunta una mujer. El “sapo” le responde. “No entiendo nada, se demoran tanto en pasar ahora las micros”, reclama la usuaria, mientras se aleja a su nuevo paradero.

Los porteños, al igual que los santiaguinos -pero en mucho menor medida-, se sienten disconformes con el nuevo sistema de transporte público. Sin duda los que se han visto más afectados son las personas de la tercera edad, que no leen los letreros y se confunden cuando hay que tomar los distintos recorridos.

Los usuarios se quejan de que los paraderos cambian, las micros se demoran más de la cuenta, no suben a las partes de los cerros más altas y cuando pasan, van repletas.

“Acá hay un problema, en Valparaíso hay mucha gente, no se distinguen bien los números y el color. No han explicado como debiera ser”, comenta Lidia de Marchant, de 73 años quien se ha visto afectada por el nuevo sistema.

¹ PIZARRO, Claudia, TransValparaíso no pasa la prueba de fuego, 31 marzo 2007, <http://www.estrellavalpo.cl/> [Consulta: sábado 19 de julio de 2008]

Arde Troya por inversión exorbitante en Transantiago

*Diputados reclaman centralismo y lo catalogan como una burla para las regiones.*¹

Carla Olivares y Claudia Pizarro

Bastante molestos en algunos sectores políticos por el tema del Transantiago porque acusan excesiva preocupación de parte de las autoridades gubernamentales por el tema del transporte público en la capital olvidando de alguna manera el transporte público en regiones.

La inversión en Santiago para este propósito fue de más de 700 millones de dólares dejando con los pelos de punta a algunos políticos de la región que consideran una suma escandalosa para los problemas de una sólo ciudad. Algunos acusan de centralización excesiva y otros de mala administración de recursos.

El concejal RN Jorge Castro fue bastante categórico al ser consultado sobre la situación que viven los usuarios del transporte público en Valparaíso declarando la situación como un “escándalo nacional porque el sistema de movilización no cumple las expectativas de los ciudadanos”. Agregó “Esto es una burla para las regiones, además de lo que ocurre en los paraderos. En Santiago se habilitaron 9 mil y acá sin ir más lejos en el sector de Placilla no hay ninguno. Además, agrega el tema de la iluminación en los paraderos y la mala pavimentación en la calle Independencia viene a reemplazar Pedro Montt empeora aún más el panorama”

El concejal Castro siente molestia con un sistema que según enfatiza partió mal desde un principio por contar con un mal diseño. “Es una irresponsabilidad haber permitido invertir millones de dólares y seguir despilfarrando otros más por algo que está mal hecho desde un principio” sentencia.

Por otro lado, Francisco Chahuán quien está bastante activo en el tema de trabajar con las unidades vecinales y la locomoción pública manifestó que el seremi de transporte Mauricio Candia ha colaborado con las inquietudes de los usuarios, los ha escuchado. Sin embargo, el problema va dirigido a otro punto, las palabras del diputado Francisco Chahuán escatiman en exigir que se acabe el centralismo porque la idea es que se reactive la región de una manera igualitaria en todo Chile, es por ello, que el tema de las inversiones en el transporte público capitalino “Es una burla para las regiones, nos parece que el país se ve desde Santiago, pero hay que tener claro que Santiago no es Chile”

¹ PIZARRO Claudia, Arde Troya por inversión exorbitante en Transantiago , 7 abril 2007, <http://www.estrellavalpo.cl/>
[Consulta: sábado 19 de julio de 2008]

Enjuician el día a día en los principales centros urbanos de regiones:

Habitantes de las grandes ciudades denuncian los problemas que más les molestan

Poca planificación urbana, basura, escasez de agua, deterioro del casco histórico y hasta los ruidosos “cafés con piernas”. Así como en la R. Metropolitana el tormento es el Transantiago, los residentes en regiones sufren sus propios “karmas”.

Organizaciones ciudadanas y vecinales muestran la realidad de sus ciudades, acusando centralismo y escasa representatividad para manifestar sus carencias, pese a que sus regiones representan al 60% de la población del país.

Valparaíso, 275 mil habitantes

En Valparaíso, los incendios de edificios antiguos son un problema constante y una de las principales quejas de los vecinos: pese a su valor histórico, se transforman en cités donde viven decenas de familias en precarias condiciones, con malas instalaciones eléctricas por falta de fondos para mantenerlos. En los cerros, apuntan a la escasa movilización pese al Transvalparaíso, con hasta 30 minutos de espera por una micro. Por su parte, el comercio detallista reclama la poca voluntad política para transformar Valparaíso, acusando al centralismo y a la falta de una “clara política de desarrollo para la ciudad”.¹

¹ Habitantes de las grandes ciudades denuncian los problemas que más les molestan, 17 Febrero 2008, <http://www.emol.com/> [Consulta: miércoles de 2008]

“Lagos porteño” golpeó la mesa y dio ultimátum por TransValparaíso

Dirigente de Ramaditas apuntó con el dedo a las autoridades

Anita Collao

Renato González no se queda chico y apunta con el dedo a las autoridades para que solucionen sus problemas. Dicen que los habitantes del cerro Ramaditas en Valparaíso son personas de esfuerzo, paciencia y coraje. Sin embargo, ahora, con los problemas que se les han presentado con el TransValparaíso, la virtud de la paciencia se les terminó. Así lo hizo saber públicamente el dirigente de las juntas de vecinos más numerosas de este sector alto, Renato González, ya conocido como “El Ricardo Lagos porteño”, debido a que está concurriendo a cada uno de los servicios públicos para apuntar con el dedo a quienes no los están escuchando por el tema.

“¿Por qué sólo hay solución para Santiago? ¿Es que acaso somos el patio trasero del país? ¿Quiénes se creen? ¿Somos o no somos los porteños seres humanos para las autoridades?”.

Con estas palabras partió hablando el presidente de la Unidad Vecinal N°98, pero que para efectos de vocería también representa a las unidades vecinales 95, 96, 97, 98A y 99.

“¿Saben los problemas que tenemos en Ramaditas? ¡No, pues! De otra forma, suponemos, que los habrían resuelto igual que en Santiago. Sin embargo, tal parece que el al seremi de Transportes, tampoco le han quedado oídos para escucharnos, ya que a pesar de que se lo hemos dicho todas estas veces, tampoco nos ha escuchado. Por eso es que venimos a La Estrella, ya que queremos decir desde la tribuna de este diario local que ya perdimos la paciencia”, afirmó.

PROBLEMAS

Hizo presente que “nuestros estudiantes están haciendo largas caminatas para tomar la locomoción. Las líneas 512 y 511 tienen que mejorar sus recorridos. Es decir, la que pasa por Colón tiene que pasar y regresar por esta misma calle, igual que la que pasa por Pedro Montt, ya que no es posible que los niños tengan que caminar tanto arriesgando sus vidas, cruzando calles y que los asalten”.

Agregó que “hasta el cambio de colores en las máquinas ha afectado a los porteños, ya que no podemos reconocer fácilmente los recorridos de cada una de ellas. Esto no es posible y pedimos que nos escuchen pues eso es lo que necesitamos”.

¹ COLLAO Ana, “Lagos porteño” golpeó la mesa y dio ultimátum por TransValparaíso , 9 abril 2007, <http://www.estrellavalpo.cl/> [Consulta: sábado 19 de julio de 2008]

Aseguran que lo único que se cumplió fue la pintura de las micros

Denuncian que las fiscalizaciones “quedan ahí” y que Viña entero está controlado por dos empresarios que entre ellos se apoyan. ¹

Carla Olivares

Jorge Carvajal, socio y Víctor Brantt presidente del Sindicato Interempresa Viña Bus.

Los choferes de Viña Bus se aburrieron de que nada de lo que iba a ser el Transvalparaíso se haya cumplido y que el sistema completo, aunque reconocen que es bueno, está “viciado”, en la Quinta Región. *Aseguran que las condiciones de trabajo son infrahumanas, que ni los baños son los apropiados, que ni los uniformes les ha entregado y que lo único que se ha cumplido es la pintura de los buses.*

“Aquí cobran cuota del 20 o del 18% diario, el único que trabaja a sueldo soy yo, los horarios son de 14 a 17 horas todavía. Se pagan 52 mil pesos diarios, 35 mil pesos de petróleo, mil de aseo, 5 mil de imposiciones, más los controladores. Las guías de ruta son al lote, los colegas tienen que hacer arriba de 100 mil pesos para que les convenga, si les gusta bien, o si no se van no más. Hemos hecho varias denuncias en la Inspección del Trabajo y en todos lados, pero todo queda ahí”, dijo Víctor Brantt, presidente del Sindicato Interempresa Viña Bus.

El problema es que quien tiene la licitación el Reinaldo Sánchez, de Expresos Viña y Vicente Gallardo, de Buses Congreso, quienes están alineados.

Fiscalización Efectiva

Lo que los conductores piden es una fiscalización a fondo y real en la locomoción colectiva.

“Aquí hay 19 multas por exceso en el horario de jornada laboral y donde están, no se han notificado. El único apoyo es el contrato de licitación, pero cómo llegamos al ministro del Trabajo. Hemos mandado cartas, pero no llegan a él, llegan a los mandos medios”, expresó Brantt. Asegura que el sistema que se pretende instaurar es bueno y conveniente, pero correctamente implementado.

A todo lo anterior se suma que a los prestadores de servicios, es decir, dueños de máquinas que no son ni Sánchez ni Gallardo, los mandan a trabajar a los peores recorridos, dejándose para ellos los que más dinero dejan.

“Tenemos como 90 demandas contra Vicente Gallardo por despidos, por uniformes, por horarios, montones de cosas, *si las micros no cumplen con los mínimos requisitos de seguridad, no hay botiquín, no hay gata, no hay llave de rueda, no hay repuestos no hay nada, salimos así no más*”, expresó el dirigente.

El seremi de Transportes, Mauricio Candía, tampoco ha respondido a las seis peticiones de entrevistas de los dirigentes, “se niega, me dicen que vaya otro día o que les deje el número, nunca me han llamado”, puntualizó.

¹ OLIVARES Carla, Aseguran que lo único que se cumplió fue la pintura de las micros , 28 abril 2007, <http://www.estrellaivalpo.cl/> [Consulta: sábado 19 de julio de 2008]

2.3 SÍNTESIS CRÓNICAS DE PRENSA

- Las crónicas de prensa señalan que ha existido incumplimiento en la mayoría de los aspectos que el nuevo sistema pretendía mejorar, y que sólo se cumplió el pintado de las micros.
- Las condiciones en las que los choferes trabajan son pésimas, y no han mejorado desde la implementación del TransValparaíso.
- Existen sectores en los que no se han implementado los paraderos.
- Los usuarios más afectados son los adultos mayores puesto que no alcanzan a distinguir la señalética exterior de las micros y por lo tanto se confunden de recorridos. Es en este punto en el que se evidencia el problema visual del nuevo sistema.

2.3 .1 CONCLUSIONES A PARTIR DE LOS ANTECEDENTES

El incumplimiento de las promesas que traía este nuevo sistema produce una sensación de falta de compromiso por parte de la empresa tanto en usuarios como en los empleados, imagen que se ha comenzado a proyectar por sobre las mejoras del sistema de transporte anterior, generando a su vez pérdida de credibilidad en la empresa. Debido a estas razones existe completa disconformidad con el servicio prestado, perjuicio que ha provocado que los usuarios estén prefiriendo otro tipo de movilización colectiva.

Consecuencias:

- Usuarios que no tienen respeto hacia el sistema, por lo tanto tampoco hacia choferes, empresarios y normativas de la empresa.
- Desvalorización de la imagen de la empresa de Transporte Metropolitano Valparaíso (TMV).
- Sensación de:
 - Falta de seriedad de la empresa.
 - Desinterés en la calidad de servicio que se le entrega al usuario.
 - Desinterés en sus trabajadores.
 - Falta de consistencia y desorden del sistema.
- Tendencia por parte de usuarios a preferir otros medios de transporte público tales como colectivos; metrotren, etc., debido al cambio constante de tarifas.

2.4 ANTECEDENTE TRANSANTIAGO

Estudio CESOP Plan Transantiago, la visión de los futuros usuarios

El Estudio de “Percepciones sobre el Plan de Modernización del Transporte Público en el Gran Santiago” realizado en Septiembre de 2005 realiza un testeó de percepciones 400 de los que hasta ese entonces eran los futuros usuarios del plan Transantiago. A partir de este estudio se sintetizan los siguientes datos útiles para el planteamiento de este proyecto:

- El 82% de los 400 encuestados declara que sí recuerda haber visto o escuchado información acerca de Transantiago.
- El 91% de los 400 encuestados declara que la Televisión es el medio por el que más accede a la información.

Sin embargo

- El 79% de los 400 encuestados No considera haber recibido suficiente información acerca del plan Transantiago.

Por último un dato importante para la etapa de difusión del proyecto:

- El 79% de los 400 encuestados declara que la Televisión es el medio mejor considerado para recibir la información oficial.

2.4.1 CONCLUSIONES

Al momento de realizar la búsqueda de antecedentes del Transvalparaíso no existen resultados de estudios realizados, testeos, muestras estadísticas o algún instrumento que hubiese medido el público objetivo del lanzamiento del proyecto, por lo tanto no existe Diseño centrado en el usuario.

A partir de este antecedente es posible tener claro en primer lugar que previo a realizar un cambio tan radical en un sistema ya establecido, es necesario conocer las percepciones de quienes serán usuarios de la nueva implementación. Por otro lado es importante reconocer los medios por los que estos usuarios recibirán mejor y de manera más expedita la información que les indicará el funcionamiento y los cambios que se estén realizando, de modo que ellos puedan sentirse partícipes de lo que se está realizando, que en definitiva debiera constituir una mejora para ellos mismos.

3. Planteamiento Proyecto

3.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA A INVESTIGAR

El problema mayor y más grave detectado en la comunicación visual que la empresa Transvalparaíso es que no ha sido pensada para el usuario, no existe Diseño centrado en el usuario, es decir un estudio estratégico previo al diseño de las plataformas de comunicación, en el que se analiza y conoce el público objetivo del servicio.

La imagen corporativa con la que hoy en día cuenta la empresa TransValparaíso no proyecta valores que un usuario necesita percibir por lo tanto cada uno de los conflictos que se generan producto de la implementación del sistema, se ven amedrentados por una imagen que no otorga la confianza requerida para solucionarlos de manera expedita. El proyecto plantea crear un cambio de imagen por parte de la empresa Transvalparaíso, cambio que aborda todos los ambitos en el que este sistema está estableciendo un diálogo tanto con sus empleados como con sus usuarios y que principalmente se ocupa de centrarse en ellos y en las inquietudes que éstos tengan.

3.2 ESTADO ACTUAL DEL PROBLEMA

El problema visual se encuentra mal abordado debido a:

- **Deficiencia en el cumplimiento de lo implicado en la imagen corporativa diseñada.**

El incumplimiento de las normativas que la empresa planteó junto con el proyecto, tales como la implementación de horarios, uniformes, infraestructura, un efectivo sistema de fiscalización y sueldos fijos para los choferes, además de recorridos y tarifas convenientes para los usuarios, y un buen acceso a la información, generan disconformidad y una asociación de la empresarial con algo “poco serio”.

- **No existe preocupación por el usuario ni diseño centrado en él.**

Esto se vuelve evidente ante las deficiencias de diseño que se detallan en los siguientes puntos.

- Deficiencia en diseño de sitio web de la empresa

No existe arquitectura de la información, no se reconoce una organización de los contenidos en función del usuario. Por otro lado las imágenes utilizadas son de muy baja calidad. Por lo tanto el único medio oficial por el que llega la información a los usuarios no cumple con su objetivo a cabalidad.

- Deficiencia en diseño de señalética interior en las micros

Tanto la iconografía como la definición de la paleta cromática no tiene ninguna relación con el resto de los valores gráficos del logotipo e isotipo de la empresa, es decir no existe coherencia gráfica entre los soportes de información.

- Deficiencia en diseño de señalética exterior

Tanto el tamaño como el color del número que identifica el recorrido no se reconocen a distancia, y la gente de la tercera edad no logra verlos.

3.2 IMPORTANCIA DE RESOLVER EL PROBLEMA PLANTEADO

Un pasajero de locomoción colectiva requiere seguridad, necesita saber que está en buenas manos, una empresa seria, confiable, y comprometida con él. El modo de llegar a proyectar estos valores es construir detenidamente la imagen de la empresa teniendo en cuenta todas las variables de difusión que ésta requiere, el contacto y precupación por el usuario además de establecer valores de visión y misión que desea demostrar.

Por otro lado el comportamiento del usuario es modificable por medio de las señales que le permiten recibir instrucciones o restricciones y la forma en la que son entregadas. Por tanto el diseño estudiado de la señalética al interior de las micros vendría a solucionar la necesidad de cambiar los hábitos de los usuarios, y por lo tanto potenciar el uso de las Micros por sobre otro medio de transporte colectivo.

4. Objetivos

4.1 OBJETIVOS GENERALES

Dado que la problemática planteada en este proyecto es la desvalorización de la imagen de la empresa y por tanto del transporte público en micro, estamos hablando de un asunto netamente relacionado con la comunicación visual. Se vuelve necesario entonces replantear la proyección de la empresa y analizar lo que ya está hecho para a partir de ello mejorar aquello que esté deficiente, teniendo siempre presente el objetivo principal de reposicionar la empresa y agregarle el valor que ha perdido luego de los acontecimientos que se han descrito previamente.

Atendiendo entonces la necesidad de diseñar para el usuario se plantea una etapa de estrategia en la que se realiza el Modelamiento de usuario, que permite conocer las percepciones de quienes usan el servicio y saben qué cosas deben ser mejoradas. Esta etapa

genera los conocimientos necesarios para establecer las bases del Diseño Gráfico, por lo tanto sólo después de terminado este proceso se inicia la etapa de Diseño de Imagen Corporativa y Plataformas de Difusión.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para la empresa:

- Resignificar el valor del transporte público en micro.
Que los usuarios de este sistema lleguen a preferir el uso de los microbuses como transporte público antes que cualquier otro, y se sientan completamente conformes con el servicio que se les entregue.
- Revalorizar la imagen de la empresa Transvalparaíso.
Lograr por medio de este cambio de imagen, que las sensaciones y emociones ligadas a la empresa por parte de los usuarios sean en su mayoría positivas.
- Proyectar seriedad y consistencia.
- Situarla como la empresa de transporte público con mayor prestigio y solidez en la V región.

Para el usuario:

- Construir confianza entre la empresa y el usuario.
Entregándole de manera accesible toda la información que requiera tanto para el uso del sistema como para dar a conocer sus inquietudes y o reclamos.
- Informarlos adecuadamente de todos los procedimientos de la empresa.
Crear transparencia en el diálogo con los usuarios.
- Otorgarles seguridad en cuanto al compromiso de la empresa por otorgar un buen servicio.
Permitirles manifestar de manera expedita sus inquietudes y responderlas adecuadamente.
- Provocar buenos comportamientos al interior de las micros y en relación con los choferes como consecuencia de una buena experiencia en el uso del sistema.

6. Plan de trabajo general

El plan de trabajo diseñado para el proyecto consta de 4 etapas de trabajo.

1. ETAPA ESTRATEGIA

Durante esta etapa se realiza

Equipo de trabajo: Diseñadores gráficos, Sociólogo, Psicólogo, Antropólogo, Periodistas.

Briefing empresa

- Entrevista con la empresa Transvalparaíso

Recopilación material

- Entrevista con encargado de archivo
- Obtención archivos digitales e impresos existentes

Estudio del usuario

- Recolección de información cualitativa y cuantitativa del sector público afectado.
- Modelamiento de usuario

2. ETAPA DISEÑO

Equipo de trabajo: Diseñadores gráficos.

Diseño de imagen corporativa

- Logotipo , isotipo, papelería
- Pintado de micros
- Señalética al interior de las micros
- Uniformes empleados

3. ETAPA PLATAFORMAS DE DIFUSIÓN

Equipo de trabajo: Diseñadores gráficos, Programador.

Diseño plataformas de difusión

- Página web con información completa
- Folletería de fácil acceso a los usuarios, en puntos estratégicos.
- Campaña publicitaria en paraderos de micro
- Campaña publicitaria en medios de difusión masiva (radio, televisión)

4. ETAPA DE ACOMPAÑAMIENTO

Equipo de trabajo: Diseñadores gráficos

- Publicidad digital
- Sociabilización
- Promoción

7. Presupuesto Proyecto

| PRESUPUESTO | Unid. | Díario | 1 Mes (24 días) | Tiempo | Total | Observaciones |
|-----------------------------------|-------|---------|-----------------|----------|---------------------|------------------------------|
| COSTOS BÁSICOS FIJOS | | | | | | |
| Internet conexión Banda ancha | - | \$660 | \$20000 | 12 meses | \$240000 | |
| Electricidad | - | \$1250 | \$37500 | 12 meses | \$450000 | |
| Teléfono | 1 | \$500 | \$15000 | 12 meses | \$180000 | |
| Agua | - | \$400 | \$12000 | 12 meses | \$144000 | |
| Arriendo oficina | - | \$6700 | \$200000 | 12 meses | \$2400000 | |
| Ordenador Dell | 2 | \$1460 | \$35040 | 12 meses | \$420480 | |
| Ordenador Mac | 3 | \$8193 | \$196632 | 12 meses | \$2359584 | |
| COSTOS OPERACIONALES | | | | | | |
| Materiales | - | \$3300 | \$80000 | 12 meses | \$960000 | |
| Transporte | - | \$4000 | \$48000 | 12 meses | \$576000 | |
| COSTOS PERSONAL DE TRABAJO | | | | | | |
| Diseñadores gráficos | 3 | \$19200 | \$460800 | 12 meses | \$5529600 | \$3000 h/h (8hrs diarias) |
| Periodistas | 2 | \$17000 | \$408000 | 3 meses | \$1224000 | \$2125 h/h (8hrs diarias) |
| Sociólogo | 1 | \$19200 | \$460800 | 3 meses | \$1382400 | \$3000 h/h (8hrs diarias) |
| Antropólogo | 1 | \$19200 | \$460800 | 3 meses | \$1382400 | \$3000 h/h (8hrs diarias) |
| Sicólogo | 1 | \$19200 | \$460800 | 3 meses | \$1382400 | \$3000 h/h (8hrs diarias) |
| Programador | 1 | \$15000 | \$360000 | 2 meses | \$720000 | \$1875 h/h (8hrs diarias) |
| Ingeniero comercial | 1 | \$19200 | \$460800 | 2 meses | \$921600 | \$3000 h/h (8hrs diarias) |
| VALOR PROYECTO | | | | | | |
| Etaa estrategia | - | - | - | 3 meses | \$700000 | |
| Diseño Imagen corporativa | - | - | - | 7 meses | \$4300000 | |
| Diseño plataformas difusión | - | - | - | 2 meses | \$2000000 | |
| TOTALES | | | | | | |
| Total sin IVA | - | - | - | - | \$27272464 | |
| IVA (15%) | - | - | - | - | \$4090869 | |
| Total | | | | | \$31.363.333 | |