**Informados.com.ar**

***Sitio web para leer las noticias de varios diarios simultáneos***

**Descripción:**

Aplicación web o móvil que facilita la lectura de una noticia en distintos diarios en simultáneo así como también conocer las noticias más valoradas por los usuarios, dejar comentarios en las noticias, búsquedas por temas en los diarios seleccionados y compartir en redes sociales una noticia.

**Alcance:**

* El sistema recolectará información de los feeds de rss de algunos diarios y los presentará en principio en 3 ventanas.
* Permitirá obtener noticias asociadas a un tema en diferentes diarios que permita realizar una comparación y también un ranking con las noticias más votadas dentro del tema.
* Ofrecerá un ranking de noticias más votadas.
* Permitirá formar círculos de afinidad entre usuarios.
* Armará un ranking especial para cada uno de los círculos de un usuario basándose en los votos a las noticias de sus miembros.
* El usuario podrá elegir de una lista de diarios para agregar a la pantalla.
* Se presentará opciones de personalización para mejorar la interfaz de usuario.
* Búsqueda de noticias de acuerdo a un rango que va de las más positivas a las más negativas.

**Financiamiento:**

* Publicidad
* Promociones y acuerdos con los diarios elegidos
* Cuentas premium para usuarios que no quieran ver publicidad, entre otros beneficios
* Venta de análisis y estadísticas de muchos tipos (a qué grupo de gente opinan positivamente de cuáles noticias, qué zonas geográficas leen menos diarios, entre qué edades les influyen más las noticias mundiales, y un largo etc.)
* **4P**

**Producto:** *(confiabilidad, calidad, funcionalidad, estética, envase).*

*Para el producto tenemos que considerar:*

* *Publicidad*
* *Estadística / Analitica (Ejemplo: “Noticias leídas por Cristina”)*
* *Subscripción*
* *Diversificación*
* *Buscador de noticias*

Todos los servicios de Noticias Objetivas se podrán acceder mediante un navegador web como así también vía una aplicación mobile.

Los servicios ofrecidos son:  
**> Publicidad** : Servicio de publicidad que dependerá de la frecuencia y la cantidad de espacios que contrate el cliente. La publicidad tendrá un espacio dentro de la pantalla principal y también podrá mostrarse como un pop up mientras el usuario utiliza la app.

**> Estadística y Analitica**: Este servicio se basa en ofrecer estadísticas y un análisis de la información manejada en la aplicación. Un ejemplo: todas las noticias que determinado perfil de usuario leyó, el perfil de lector para cada diario,..etc.

**> Subscripciòn**: El servicio de suscripción permite al usuario almacenar sus preferencias en los servidores de la aplicación así como también, dependiendo del tipo de subscripción, evitar las publicidades.

**> Diversificación**

**> Buscador de noticias:** es el servicio principal de la aplicaciòn, este servicio facilita la lectura y el análisis de noticias de diferentes diarios. Los clientes se ven beneficiados al poder obtener fácilmente distintos tipos de información y poder compararlos entre ellos de manera objetiva. Se propone, por otro lado, dar espacio a los medios alternativos de comunicación de manera de poder presentar artículos y noticias con puntos de vistas diferentes al de los grandes medios.

Tiene la información sobre qué noticias son más positivas que otras, cuáles prefieren sus círculos y cuáles prefieren los usuarios del servicio en general además de poder elegir qué diarios quiere leer y sobre qué temas.

El servicio se define por ser un medio para tener un análisis objetivo sobre las noticias de diferentes diarios.

**Precio:** (*descuentos, promocionales)*

*Con la parte de Plaza más definida tendríamos que poder ver el precio de subscripción (P y Q) Precio y cantidad de los productos a comercializar.*

El precio se calculará a partir de los costos de mantener la aplicación en los servidores y la cantidad de suscriptores.

Esta aplicación tiene ciertos costos fijos como el pago de servidores de hosting y el dominio para la página web.

La idea general es obtener los ingresos de publicidad y de las cuentas premium. Las cuentas premium permite a los usuarios no visualizar las publicidades. Otra ventaja es que tendrán más cantidad de grupos de los cuales ver opiniones y rankings (las cuentas gratuitas ofrecen solamente 3). Otro plus de las cuentas premium podría ser que se pueda leer diarios de otros lenguajes (la cuenta gratuita solo permite 2).

**Servicio de Suscripciones:**

1 - Suscripción free (hasta 5 diarios digitales para comparar)

2 - Suscripción paga estudiante sin publicidad y hasta 20 diarios digitales. (5 pesos / mes)

3 - Suscripción paga profesional sin publicidad y hasta 50 diarios digitales. (15 pesos / mes)

Para el servicio de suscripciones que será nuestro principal servicio, podemos utilizar esta tabla de gastos contra ingresos, en la que se ve que se alcanzará el punto de equilibrio al octavo mes:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Mes** | **Cantidad de usuarios** | **Costos fijos** | **Costo variables**  **($3 \* usuario)** | **Ingresos por usuario**  **($10 \* usuario)** | **Balance** |
| **1** | ***10*** | **250** | **30** | **100** | **-180** |
| **2** | ***12*** | **250** | **37** | **123** | **-164** |
| **3** | ***15*** | **250** | **45** | **151** | **-144** |
| **4** | ***19*** | **250** | **56** | **186** | **-120** |
| **5** | ***23*** | **250** | **69** | **229** | **-90** |
| **6** | ***28*** | **250** | **84** | **282** | **-53** |
| **7** | ***35*** | **250** | **104** | **346** | **-8** |
| **8** | ***43*** | **250** | **128** | **426** | **48** |
| **9** | ***52*** | **250** | **157** | **524** | **117** |
| **10** | ***64*** | **250** | **193** | **644** | **201** |
| **11** | ***79*** | **250** | **238** | **793** | **305** |
| **12** | ***97*** | **250** | **292** | **975** | **432** |
| **13** | ***120*** | **250** | **360** | **1199** | **589** |
| **14** | ***147*** | **250** | **442** | **1475** | **782** |
| **15** | ***181*** | **250** | **544** | **1814** | **1020** |
| **16** | ***223*** | **250** | **669** | **2231** | **1312** |
| **17** | ***274*** | **250** | **823** | **2745** | **1671** |
| **18** | ***338*** | **250** | **1013** | **3376** | **2113** |
| **19** | ***415*** | **250** | **1246** | **4152** | **2657** |
| **20** | ***511*** | **250** | **1532** | **5107** | **3325** |
| **21** | ***628*** | **250** | **1885** | **6282** | **4147** |
| **22** | ***773*** | **250** | **2318** | **7727** | **5159** |
| **23** | ***950*** | **250** | **2851** | **9504** | **6403** |
| **24** | ***1169*** | **250** | **3507** | **11690** | **7933** |
| **25** | ***1438*** | **250** | **4314** | **14379** | **9815** |
| **26** | ***1769*** | **250** | **5306** | **17686** | **12130** |
| **27** | ***2175*** | **250** | **6526** | **21754** | **14978** |
| **28** | ***2676*** | **250** | **8027** | **26757** | **18480** |
| **29** | ***3291*** | **250** | **9873** | **32911** | **22788** |
| **30** | ***4048*** | **250** | **12144** | **40481** | **28087** |
| **31** | ***4979*** | **250** | **14937** | **49791** | **34604** |
| **32** | ***6124*** | **250** | **18373** | **61243** | **42620** |
| **33** | ***7533*** | **250** | **22599** | **75329** | **52480** |
| **34** | ***9265*** | **250** | **27796** | **92655** | **64608** |
| **35** | ***11397*** | **250** | **34190** | **113966** | **79526** |
| **36** | ***14018*** | **250** | **42053** | **140178** | **97874** |

**Servicio de Publicidad:**

1- Provincial (Costo mensual: $x) - (Costo anual: $y) : Solo será vista por los usuarios de la provincia.

2- Nacional (Costo mensual: $x) - (Costo anual: $y) : Será vista por todos los usuarios.

3- Plus pop-up (Costo mensual: $x) - (Costo anual: $y): publicidad que aparece en toda la pantalla mientras el usuario utiliza la aplicación.

**Servicio de Estadisticas y Analitica:**

**Costo base:**

1- Provincial (Costo mensual: $50) - (Costo anual: $500) : Sólo incluye información de usuarios de la provincia.

2- Nacional (Costo mensual: $100) - (Costo anual: $1000) : Incluye información de todos los usuarios del país.

**Costo de procesamiento:**

Este costo dependerá del nivel de procesamiento y el volúmen de información que el análisis y las estadísticas pedidas requieran.

**Servicio de Buscador de noticias:**

Este servicio en sí no tendrá costo, podrá mejorarse teniendo una suscripción paga para obtener beneficios que lo adecúen más a sus necesidades.

**Plaza:** (*canales de comercialización, logística)*

Según un estudio de una agencia especializada en SEO (<http://wearesocial.sg/who/>), obtuvimos los siguientes puntos sobresalientes respecto a la distribución de internet en el mundo:

**Estadísticas clave:**

**>>> Hay 2.5b usuarios de Internet a nivel global a partir de principios de 2014 ( lo que significa un 35% de penetración de Internet en todo el mundo ) .**

**La penetración de Internet por regiones : América del Norte 81 % , Europa Occidental 78 % , Oceanía 63 % , CEE 54 % , Asia Oriental 48 % , América del Sur 47 % , Sudeste de Asia 25 % , África 18 %.**

**>>> Hay 2B usuarios de redes sociales activos en el mundo . A principios de 2014 , Facebook cuenta 1.184B usuarios , seguido por el chat QQ aplicación con 816m usuarios y las redes sociales Qzone plataforma china con 632m usuarios. Whatsapp cae cuarto en el ranking con 400M usuarios. El chat china aplicación WeChat tiene 272M usuarios , tener una adopción más alta que LinkedIn (con sus 259M usuarios) y Twitter (con sus 232m de usuarios). Parece que el holding de inversión china Tencent - propietaria de QQ, Qzone y WeChat - está haciendo bastante bien en términos de tracción.**

**>>> Hay 6.5b suscriptores móviles en todo el mundo . Esto no quiere decir 6.5b personas diferentes con suscripción móvil , ya que la mayoría de ellos poseen más de una suscripción ( creo teléfonos móviles, tabletas , etc.) Por ejemplo , los EE.UU. tiene una penetración móvil del 101% ( por su población de 351.3M hay 353.9M suscripciones móviles ) . Otros países con una penetración móvil superior al 100% son : CEE , con un 151% , Europa Occidental 129 % , América del Sur 124 % , Oriente Medio 112 % , Sudeste de Asia 109 %.**

Números en aplicaciones similares:

* LinkedIn Pulse : Es la que mayor cantidad de usuarios tiene según “Ownsipe”
  + **Android:** tiene más de 10 millones de descargas, 100120 puntuaciones, 81471 “+1” en google+.(https://play.google.com/store/apps/details?id=com.alphonso.pulse&feature=search\_result)
  + **Apple:** 982 valoraciones, 4 estrellas, no dice la cantidad de descargas en forma directa (<https://itunes.apple.com/es/app/pulse-news-mini/id377594176?mt=8>)
* FlipBoard:
  + **Android:**Más de 100 millones de descargas, 509687 valoraciones, 376310 “+1” en google+
  + **Apple:** 180021 valoraciones, 4 estrellas y media.

Fuentes:

*Who is winning the newsreader war on iPad? The showdown between Pulse, Flipboard, Zite, and News360 :* <http://techcrunch.com/2014/03/02/onswipe-flipboard-vs-pulse/>

[**http://sage.onswipe.com/winning-newsreader-war-ipad-showdown-pulse-flipboard-zite-news360/**](http://sage.onswipe.com/winning-newsreader-war-ipad-showdown-pulse-flipboard-zite-news360/)

**http://ipod.about.com/od/bestiphoneapps/tp/top-iphone-news-apps.htm**[**http://www.enricdurany.com/tecnologia/mejores-app-leer-noticias-android-iphone-ipad/**](http://www.enricdurany.com/tecnologia/mejores-app-leer-noticias-android-iphone-ipad/)

Link: <http://www.slideshare.net/wearesocialsg/social-digital-mobile-around-the-world-january-2014#>

Respecto a la posible censura en el mundo, vemos que según reporteros sin fronteras. los distintos niveles de censura en las regiones, con lo cual podemos observar posibles zonas donde se pueda utilizar nuestra herramienta para mejorar la calidad de la información:

<http://rsf.org/index2014/en-index2014.php>



Páginas con estadísticas para argentina:

<http://cnc.gov.ar/ciudadanos/internet/evolucion.asp#iconsumo> -> Diagramas de la comisión nacional de comunicaciones del gobierno.

<http://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.P2> -> Usuarios de Internet (por cada 100 personas)

<http://www.indec.gov.ar/nuevaweb/cuadros/14/internet_06_12.pdf> -> accesos a internet segun el INDEC.

<http://www.lanacion.com.ar/1533260-la-argentina-es-el-pais-con-penetracion-de-internet-en-la-region> -> nota que incluye valores de usuarios mobile.

*Por ejemplo en Argentina, la cantidad de personas con conexión a internet es de casi 24 millones de personas[[1]](#footnote-0) (el dato es de 2012, así que ahora hay más cantidad de personas todavía). Si tenemos en cuenta que el 90%[[2]](#footnote-1) de los internautas leen diarios digitales, tenemos una muy buena cifra inicial. Mientras que la cantidad de poseedores de smartphones (también del 2012) es de casi 5 millones y medio[[3]](#footnote-2). Considerando que la gran mayoría de los dos grupos se solapan, el público potencial de nuestro producto es de 25 millones de personas (sólo en Argentina).*

Según el sitio Alexa, el 75% aproximadamente de los navegantes argentinos obtienen sus noticias de los principales diarios de la Argentina (Clarín, La Nación, Página 12, Tiempo Argentino, Perfil)[[4]](#footnote-3). El promedio de tiempo que cada internauta pasa frente a las noticias de los diarios es de entre 4 y 6 minutos.

Si se pudiera capturar el 0,5% en el primer año de ese tráfico para el sitio de noticias, dispondremos de una **posible audiencia de 90.000 navegantes, en su gran mayoría hombres.**

Del sitio de estadísticas Alexa, surge que la mayoría del tráfico para los portales de los diarios surge de google, con lo cual deberíamos pensar alguna estrategia para figurar mejor en los resultados de este buscador. Verificar la posibilidad de google adwords para mejorar los resultados de las búsquedas.

También surge de ese informe que la mayor parte de los lectores de los portales de los diarios de la Argentina, tienen un nivel de educación Universitario, ya sea en curso o recibido y son en su mayoría hombres.

Respecto de la pregunta de qué sitios están relacionados con Clarín vemos sorprendentemente que (fuente Alexa.com):

1. pagina12.com.ar

2. lanacion.com.ar

3. infobae.com

4. ambitoweb.com

5. ambitofinanciero.com

Para la Nación:

1. pagina12.com.ar

2. infobae.com

3. cronista.com

4. clarin.com

5. ambitoweb.com

Para Perfil:

1. pagina12.com.ar

2. lanacion.com.ar

3. clarin.com

4. dycasa.com

5. seprin.com

Para Página 12:

1. lanacion.com.ar

2. cronista.com

3. clarin.com

4. infobae.com

5. ambitoweb.com

Finalmente para Tiempo Argentino:

1. enixus.ca

2. daftaboutdogs.com

3. computan.com/~hazracon

4. cnnstaffingsolutions.com

5. calhounsportswear.com

Como vemos la necesidad existe de cotejar la información, ya que desde los portales se refieren unos a otro y por ende, parte de su tráfico va de un lado al otro.

Comercialización vía:  
> Página web

> Publicidad en Universidades con carreras sociales como Cs.Politicas, Cs de la Comunicación, Cs.Sociales, Historia, Economía, Filosofía, etc.

Perfil de usuario:  
 Las estadìsticas indican que el principal usuario de los diarios digitales son personas que han recibido cierta formación Universitaria y en su mayoría de sexo masculino.

*“(...) En la actualidad, con 3 millones de conexiones de banda ancha (Cable Módem, ADSL, Wi-Max, satélites, etc) y una penetración sobre el total de la población del 7.8%, Argentina es uno de los países con más alto índice de conexiones de Internet de alta velocidad en América Latina.”5*

**Promoción:** (*publicidad, RRPP, POP, mailing, comunicación integrada)*

*Ideas de cómo hacerlo viral*

* Publicidad vía:
  + **Google:** Del sitio de estadísticas Alexa, surge que la mayoría del tráfico para los portales de los diarios surge de google.
  + **Universidades:** También surge de Alexa, que la mayor parte de los lectores de los portales de los diarios de la Argentina, tienen un nivel de educación Universitario, ya sea en curso o recibido.
  + **Redes sociales (facebook, twitter)**
  + **Youtube**
  + **Publicidad en diarios**
  + **Página web del producto**

En las páginas web de los propios medios digitales suscritos se podrá hacer publicidad del producto.

El mismo producto, una vez lanzado al mercado, se promocionará a sí mismo, gracias a su parte social. Los usuarios podrán publicar noticias que les parezcan interesantes, o importantes, en las principales redes sociales (Facebook, Twitter, etc.), de esta forma atrayendo más clientes.

Otra posibilidad es la publicidad en los medios convencionales (televisión, radio, carteles en la vía pública), aunque esto es muy costoso, y habría que evaluar muy bien la publicidad antes de hacerlo.

Aprovechar los medios de difusión de los diarios haciendo publicidad en ellos.

* **5C**

**Compañía**: (*líneas de producto, imagen, tecnología, experiencia, cultura, metas, visión)*

*Misión y Visión, Objetivos a 3 años.Considerar que el proyecto tiene que ser redituable a 3 años no más.*

*Ejemplo: Tenemos una visión joven, nueva y no contaminada de antinomias del pasado. Nos da la ventaja de poder ver con menos sesgo la realidad polarizada y muy dibujada de los medios actuales....*

**Misión**: Proveer al cliente la capacidad de cotejar las noticias sin tener un sesgo contaminado de las antinomias del pasado.

**Visión:** Ser el portal de referencia como proveedor de información objetiva.

**Objetivos:** Lograr tener al cabo de 3 años una base de usuarios (de aproximadamente 1% del total de navegantes) fieles que confíen en nosotros para las noticias del día.

Nuestra organización está compuesta por estudiantes de la carrera de Ingeniería en Informática y Licenciatura en Sistemas de la UBA, somos un grupo que busca generar un servicio que sea de utilidad para la sociedad dándole herramientas que le permita realizar fácilmente un análisis objetivo de todas las noticias que se pueden hallar en la web.

Nuestra meta es lograr que la sociedad no sea vulnerable ante tanta información y pueda ganar una visión objetiva formando un criterio a medida que usa nuestros servicios.

La gente orienta su consumo cada vez más preguntando a sus conocidos y amigos, viajan a sitios por recomendaciones, etc. Y aunque su visión de la actualidad general llega a través de los medios tradicionales, el día a día de sus vidas se orienta a partir de estos consejos y conversaciones.Nuestro servicio intenta llevar esta horizontalidad al consumo de noticias.

La visión de esta organización es “Tener una sociedad libre, porque ‘un pueblo bien informado, es un pueblo libre’ ”.

**Colaboradores:** (*distribuidores, proveedores y alianzas)*

* *Diarios pagos (por aconsejar a los lectores algunas notas)*
* *Facebook*
* *Android*
* *Interesados en estadísticas*
* *Estudiantes*
* *Usuarios*

Nuestros potenciales colaboradores serán aquellos medios digitales que quieran ser comparados y se quieran medir contra otras publicaciones en la calidad de los materiales que los usuarios demandan.

cias de comunicación También tenemos importantes colaboradores y proveedores de noticias en las organizaciones sociales, instituciones y agenalternativa.Gracias a ellas podemos, no solo obtener un una fuente de noticias y lectores, sino también prestigio y confianza en nuestro servicio.

Otros potenciales colaboradores son aquellos estudiantes de carreras como Comunicación Social, Periodismo y Ciencias Políticas, quienes ganarían una potente herramienta para sus estudios y nuestro producto un feedback de gran valor.

**Clientes**: (*mercado y sus segmentos, beneficios buscados, motivaciones, hábitos de compra)*

*Compradores de estadísticas*

Nuestro cliente potencial es aquel que se informa mediante los medios digitales, y quienes disfrutan de leer varios puntos de vista opuestos, como también compartir opiniones y críticas de los mismos.

Se pueden distinguir tres perfiles de cliente potencialmente interesados:

* El usuario que solamente lee varios diarios por interés pero no tiene obligación, simplemente lo hace por gusto.
* El usuario que estudia una carrera que lo obliga a hacer un análisis más fino sobre diferentes diarios nacionales e internacionales.
* El usuario que tiene su trabajo basado en el análisis de diferentes diarios y todos los días o semanalmente necesita tener un informe detallado sobre muchos diarios diferentes nacionales e internacionales.

El producto tendrá tanto versión página web como celular, así que los clientes serán los que cuenten con una computadora con conexión a internet, ó un smartphone.

En esta primera etapa del producto, si nos concentramos solamente en los diarios en español, entonces, además de los argentinos, también atraería a los españoles, uruguayos, chilenos, casi todos los países de habla hispana de sudamérica, como algunos del resto del mundo. Esto implicaría que el cliente potencial es mucho más amplio todavía.

En principio la aplicación sólo presentará noticias y artículos de diarios y portales gratuitos. Un posible cliente son aquellas empresas que tienen un servicio de noticias pago. Pueden publicitar sus artículos rankeando en nuestra página.

**Competencia**: (*actual y potencial, directa e indirecta, posicionamiento, debilidades y fortalezas)*

Nuestra principal competencia serán los medios digitales actuales, ya existentes. Aunque cada uno de éstos sólo publica sus propias noticias, estos medios digitales son bien conocidos por el público en general, y a las personas les cuesta cambiar de producto.

Otra competencia son los medios digitales que se nieguen a ser publicados y comparados, u otros emprendimientos de parte de los demás medios.

Una fortaleza es el descreimiento que hay en las fuentes e intencionalidad de la información. Nuestro servicio presentaría una tercer alternativa frente a los extremos verdad/mentira, amigo/enemigo, ya que presentamos noticias de distintos medios con colaboración de los propios lectores y análisis de la información.

Una posible debilidad es que el funcionamiento de “Noticia Objetiva” se basa, en parte, en la colaboración activa de los usuarios para opinar sobre las noticias y artículos. Por otra parte, los lectores casuales de noticias, en general van a un solo diario de “confianza”. Nuestro objetivo es posicionarnos como una fuente de noticias que entregue noticias de calidad sin dejar de lado el gusto y el perfil de cada usuario en particular. Debemos lograr obtener la confianza de los lectores.

**Contexto**: (*macroambiente, microambiente, entorno social y cultural, ambiente tecnológico)*

*Contexto favorable, ya que la gente está buscando la verdad y las visiones actuales están muy polarizadas.*

*“Cuando se descubrió que la información era un negocio, la verdad dejó de ser importante.”*

**Ryszard Kapuściński**

Hoy por hoy, con la globalización y la masificación, cualquiera puede saber lo que ocurre en casi cualquier parte del mundo, como también informarlo a otros, y cualquiera puede subir noticias a blogs o compartir fotos por internet. Como uno de los resultados de esto, es más fácil falsear los hechos, engañando a los lectores, cambiando la veracidad de las noticias.

En particular en la argentina, en los últimos tiempos se produjo un cambio en la forma de juzgar la información.El lector se encuentra con varias noticias de un mismo hecho y es su tarea juzgar y analizar en forma crítica lo que lee.Noticia Objetiva es una herramienta para facilitar esta labor.

El producto presenta una posibilidad de cambiar esto. El producto en sí no juzga o clasifica las noticias, sino que deja a los propios lectores decidir. Para este propósito, se le presentan al lector varias versiones la misma noticia, escritas por los diferentes periódicos, además de poder ver las opiniones de personas que le importan al lector (amigos, especialistas, etc.).

1. https://en.wikipedia.org/wiki/List\_of\_countries\_by\_number\_of\_Internet\_users [↑](#footnote-ref-0)
2. http://sur.infonews.com/notas/argentinos-las-letras [↑](#footnote-ref-1)
3. http://www.clarin.com/hardware/titulo\_0\_650934979.html [↑](#footnote-ref-2)
4. <http://www.alexa.com/siteinfo/www.clarin.com>, <http://www.alexa.com/siteinfo/www.lanacion.com>,

   <http://www.alexa.com/siteinfo/www.pagina12.com.ar>, <http://www.alexa.com/siteinfo/tiempo.infonews.com>, <http://www.alexa.com/siteinfo/www.perfil.com>

   5Comision Nacional de Comunicaciones (<http://cnc.gov.ar/ciudadanos/internet/index.asp>) (<http://cnc.gov.ar/ciudadanos/internet/evolucion.asp#iconsumo>) [↑](#footnote-ref-3)