



GOBIERNO NACIONAL DE
LA REPUBLICA DEL ECUADOR



Agencia de
Regulación y Control
de las **Telecomunicaciones**

CONCURSO DE ADJUDICACIÓN DE FRECUENCIAS DE
RTV PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADOS

EXPRESIONES STO.DGO. DE LOS COLORADOS.

Plan de gestión 102.9 Mhz.

Santo Domingo de los Colorados, Pedro Vicente Maldonado , La Concordia, El Carmen.

Tabla de Contenidos

1.	INFORMACIÓN GENERAL	2
1.1.	Misión	2
1.2.	Visión	2
1.3.	Políticas empresariales	2
2.	OBJETIVOS	2
2.1.	Objetivo General	2
2.2.	Objetivos Específicos.....	2
2.2.1.	Objetivo específico de Corto Plazo	2
2.2.2.	Objetivo específico de Mediano plazo	2
2.2.3.	Objetivo específico de Largo Plazo	¡Error! Marcador no definido.
3.	META	3
3.1.	Primera Meta del Objetivo específico de Corto plazo	3
3.2.	Segunda Meta del Objetivo específico de Corto plazo	3
3.3.	Primera Meta del Objetivo específico de Mediano plazo	3
3.4.	Segunda Meta del Objetivo específico de Mediano plazo	3
3.5.	Primera Meta del Objetivo específico de Largo Plazo	3
3.6.	Segunda Meta del Objetivo específico de Largo Plazo	3
4.	ESTRATEGIAS	3
4.1.	Estrategia 1	3
4.2.	Estrategia 2	3
4.3.	Estrategia 3	3
5.	PÚBLICO OBJETIVO	3
6.	FODA	3
6.1.	Fortalezas (Internas)	3
6.2.	Oportunidades (Externas).....	4
6.3.	Debilidades (Internas).....	4
6.4.	Amenazas (Externas).....	4

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Misión

Somos un medio de comunicación privado que transmitirá la señal desde Sto. Dgo. De los Colorados; somos un canal de expresión para la comunidad, a la que llevaremos educación, entrenamiento e información confirmada para ayudar al desarrollo de la provincia.

1.2. Visión

Expresiones F.M. quiere posesionarse como el termómetro de desarrollo de la región y su audiencia en la información.

1.3. Políticas empresariales

1.3.1. Política 1

Puntualidad en la presentación de los programas de radio..

1.3.2. Política 2

Buena presencia y buen trato a su audiencia .

1.3.3. Política 3

Toda información a transmitirse deberá ser confirmada y contrastada para ser publicada.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo General

Trabajar para promocionar el talento nacional, la inclusión social la igualdad de los derechos y la promoción del ecoturismo de la región y el país.

2.2. Objetivos Específicos

2.2.1. Objetivo específico de Corto Plazo

Promoción del medio en convenio con otros medios de comunicación, prensa y televisión.

2.2.2. Objetivo específico de Mediano plazo

Crear programas para la promoción del talento nacional y el ecoturismo.

2.2.3. Objetivo específico de Largo Plazo

Ser líderes en la región de la promoción del talento nacional, de la inclusión social ,de la igualdad de derechos y la promoción del ecoturismo.

3. META

3.1. Primera Meta del Objetivo específico de Corto plazo

Con la debida promoción lograr el 10% de la sintonía de nuestro público objetivo (16-60 años)

3.2. Segunda Meta del Objetivo específico de Corto plazo

Tener en un 100% los equipos operando y funcionando, lograr sonido y cobertura de nuestra señal

3.3. Primera Meta del Objetivo específico de Mediano plazo

Alcanzar un 25% de la sintonía de nuestra población objetiva

3.4. Segunda Meta del Objetivo específico de Mediano plazo

En un 40% tener convenios con entidades que trabajen en la inclusión social, la igualdad de derechos, la promoción del ecoturismo y el talento nacional

3.5. Primera Meta del Objetivo específico de Largo Plazo

Lograr posesionar a la radio como medio de información en la población rural en un 60%

3.6. Segunda Meta del Objetivo específico de Largo Plazo

Nuestros clientes comerciales tenerles cautivos y permanentes en un 30% .

4. ESTRATEGIAS

4.1. Estrategia 1

Promoción del medio con folletos, trípticos y otros medios de comunicación en convenio con prensa y televisión

4.2. Estrategia 2

Realizar visitas a nuestros clientes y medir resultados de la promoción de nuestro medio con sus productos

4.3. Estrategia 3

Organizar encuestas evaluación para analizar programación , horarios y preferencias

5. PÚBLICO OBJETIVO

Público objetivo sector rural de la región de entre 16 y 60 años

Incluya la tabla o gráfico que sustente la información anteriormente descrita. Es obligatorio señalar la fuente o el link de la cual se obtuvo la información.

6. FODA

6.1. Fortalezas (Internas)

Describa aquí sus fortalezas empresariales:

Privados

a) Buena tecnología

b) Personal calificado

6.2. Oportunidades (Externas)

Describa aquí sus oportunidades empresariales:

a) De ser pioneros en la defensa del talento nacional.

b) De promocionar el ecoturismo, la igualdad de derechos y la inclusión social

6.3. Debilidades (Internas)

Describa aquí sus debilidades empresariales:

a) Que el personal no cumpla con los horarios de programación establecidos

b) Que nuestro personal no asista a las capacitaciones técnicas y de conducción de programas

6.4. Amenazas (Externas)

Describa aquí sus amenazas empresariales:

a) La delincuencia

b) La competencia desleal y de boicot