



GOBIERNO NACIONAL DE
LA REPUBLICA DEL ECUADOR



**PLAN ESTRATÉGICO PARA LA ADJUDICACIÓN DE
TÍTULOS HABILITANTES PARA EL FUNCIONAMIENTO
DE SISTEMAS DE RTV Y AVS**

INSTRUCTIVO DEL PLAN ESTRATÉGICO PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS

Tabla de Contenidos

1. INFORMACIÓN GENERAL.....	2
1.1. Misión.....	2
1.2. Visión.....	2
1.3. Estrategias.....	2
2. OBJETIVOS Y METAS	2
2.1. Objetivos	2
2.1.1. Objetivo General	2
2.2. Objetivos Específicos	3
2.2.1.1. Objetivos de Corto Plazo	3
2.2.1.2. Objetivos de Mediano Plazo	3
2.2.1.3. Objetivos de Largo Plazo	3
2.3. Metas.....	3
3. RECURSOS PARA EL CUMPLIMIENTOS DE LAS ESTRATEGIAS	3
3.1.1. Recurso 1	4
3.1.2. Recurso 2.....	4
3.1.3. Recurso 3.....	4

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1.Misión

La misión del medio de comunicación debe explicar la razón de ser del medio de comunicación, respondiendo las preguntas ¿qué hace?, ¿cómo lo hace? y ¿para qué o por qué lo hace?

1.2.Visión

La visión se define como la imagen ideal del medio de comunicación a futuro. Sirve de rumbo y motivación para orientar las decisiones estratégicas y aspiraciones de todos los agentes de la organización.

1.3.Estrategias

Las estrategias son el conjunto de acciones a ejecutar con el fin de promover el éxito en todas las actividades de la empresa.

Deberán definirse por lo menos tres (3) estrategias enmarcadas en cualquiera de los siguientes aspectos:

- Estrategias de mercado: Son aquellas relacionadas a la captación de clientes y del resto de mercado. Se pueden establecer como estrategias de mercado las cuatro "p": precio, producto, plaza y promoción.
- Estrategias tecnológicas: Deben estar relacionadas aspectos tecnológicos vinculados al proyecto y que pueden ser beneficiosos para el desarrollo del mismo, para mejora o cambio.
- Estrategias de seguimiento: Están relacionadas con la supervisión de las actividades que se ejecutan dentro de la empresa, y que proporcionan retroalimentación a fin de implementar acciones correctivas o preventivas.
- Estrategias de control: Son las acciones correctivas en caso de incumpliendo de las normas o actividades que se realizan dentro de la empresa, las cuales sirven para controlar la ejecución del proyecto y abordar problemas o riesgos.
- Estrategias de comunicación interna: Son el conjunto de acciones de comunicación dirigidas al cliente interno de la empresa, tales como empleados, empleadores y trabajadores.
- Estrategias de comunicación externa: Son el conjunto de acciones de comunicación destinadas al cliente externo de la empresa, tales como público general, proveedores, accionistas, poderes públicos y administraciones locales y regionales, organizaciones internacionales, etc.

2. OBJETIVOS Y METAS

2.1.Objetivos

2.1.1. Objetivo General

El Objetivo General es el resultado principal que persigue el medio de comunicación.

Se define con frases genéricas y debe ser claro, medible y alcanzable.

2.2. Objetivos Específicos

Son enunciados desagregados que conforman el Objetivo General.

Se deberá especificar al menos un (1) objetivo de cada plazo. Deberán ser divididos en 3 categorías: Objetivos de corto, mediano y largo plazo.

2.2.1.1. **Objetivos de Corto Plazo**

Horizonte temporal de hasta un (1) año.

2.2.1.2. **Objetivos de Mediano Plazo**

Horizonte temporal ubicado entre uno (1) y cinco (5) años.

2.2.1.3. **Objetivos de Largo Plazo**

Horizonte temporal ubicado a partir de cinco (5) años hasta el tiempo que dure el permiso.

2.3. Metas

Se deberá definir por lo menos una (1) meta para cada objetivo específico.

Las metas son una cuantificación o indicador para medir el cumplimiento de cada objetivo específico.

Se deben establecer como por ejemplo: Número de spots vendidos a instituciones privadas dentro de XXX tiempo, o Porcentaje de spots vendidos a instituciones privadas dentro de XXX.

La idea es establecer un medidor para el cumplimiento de cada objetivo.

2.3.1. **Meta de Corto plazo 1**

Corresponde al Objetivo de Corto Plazo.

2.3.2. **Meta de Mediano Plazo 1**

Corresponde al Objetivo de Mediano Plazo.

2.3.3. **Meta de Largo Plazo 1**

Corresponde al Objetivo de Largo Plazo.

3. RECURSOS PARA EL CUMPLIMIENTOS DE LAS ESTRATEGIAS

Se refiere a las herramientas que se utilizarán para poder llevar a cabo cada estrategia.

Se deberá describir por lo menos un (1) recurso por cada estrategia anteriormente establecida.

Podrán definirse recursos tales como:

Públicos

- Capacidad instalada.
- Tecnología.
- Recursos humanos.
- Recursos financieros; etc.

3.1.1. Recurso 1

Describa aquí el o los recursos para cumplir con la estrategia 1.

3.1.2. Recurso 2

Describa aquí el o los recursos para cumplir con la estrategia 2.

3.1.3. Recurso 3

Describa aquí el o los recursos para cumplir con la estrategia 3.

OBSERVACIONES: En base a los criterios establecidos por la Dirección General de Planificación de las Telecomunicaciones para la calificación de Planes Estratégicos, los solicitantes deben cumplir como mínimo con 70 puntos porcentuales sobre 100 para que éste sea aprobado.



2015