



Universidad del Azuay
Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la
Educación
Escuela de Comunicación Social

PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA
RADIO COMUNITARIA QUE SIRVA A LOS
CANTONES ORIENTALES DE LA PROVINCIA
DEL AZUAY

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de
Licenciada en Comunicación Social

Autora:

María Dolores Juca Villalta

Director:

Mst. Jorge Piedra Cardoso

Cuenca – Ecuador

2017

DEDICATORIA

A mis PADRES, a mi Esposo y a mis Hijos...

AGRADECIMIENTO

Al culminar mi trabajo de Grado quiero dirigir mis sentimientos de gratitud:

A mis Padres, GRACIAS por la confianza y el apoyo incondicional.

A mi hermana Diana, sin tu presto apoyo todo hubiese sido más difícil.

A la UNIVERSIDAD DEL AZUAY, por la oportunidad de ser parte de sus alumnos.

A los profesionales que tuve por maestros, pues en el transitar de mi preparación académica, cada uno se convirtió en amigo dispuesto a compartir conocimientos, experiencia y tiempo.

Al Doctor Jorge Piedra Cardoso, Director de mi proyecto, a quién admiro profundamente por su sencillez, profesionalismo y sobre todo por su capacidad de dirigir sin egoísmo ni reservas.

A todos... un profundo GRACIAS.

Resumen

En Ecuador, el origen de la radio comunitaria es producto de la necesidad de los pueblos de manifestar su pensamiento y defender sus derechos. La aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación el 14 de junio de 2013 crea un escenario que posibilita la participación de los medios comunitarios en un treinta y cuatro por ciento del espectro radioeléctrico. El presente trabajo desarrolla una propuesta de creación de una radio comunitaria para los cantones orientales del Azuay, sustentada en un estudio de audiencias, análisis de los diversos escenarios para su desarrollo y posibilidades de crecimiento, basados en entrevistas y amplia bibliografía actual. La conclusión final del trabajo sostiene que el éxito del proyecto depende del cumplimiento profesional de su función dentro de la sociedad.

Palabras Clave: Radio, comunitaria, frecuencia, espectro radioeléctrico, ley de comunicación, proyecto comunicacional, plan de gestión, plan económico, concurso de frecuencias, comunicador comunitario, telecomunicaciones.

ABSTRACT

In Ecuador the origin of community radio resulted from the need of the people to express their thoughts and defend their rights. The adoption of the Organic Law of Communication on June 14, 2013 creates a scenario that enables the participation of the community media in thirty-four percent of the radio spectrum.

This research paper develops a proposal for the creation of a community radio for the eastern cantons of Azuay based on a study of audiences, and on an analysis of the various scenarios for its development and possibilities of growth, as well as on interviews and extensive bibliography. The paper final conclusion sustains that the success of the project depends on the professional fulfillment of its function within society.

Keywords: Radio, Community, Frequency, Radio Spectrum, Communication Law, Communication Project, Management Plan, Economic Plan, Frequency Contest, Community Communicator, Telecommunications.




Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
Resumen	iv
Palabras Clave:	iv
ABSTRACT	v
ÍNDICE	vi
Índice de Tablas	x
Índice de Ilustraciones.....	xi
Índice de Anexos.....	xii
INTRODUCCIÓN	13
Estado del Arte.....	15
CAPÍTULO I	16
La Radio Comunitaria.....	16
Radio Comunitaria en el Azuay.....	17
La Radio Comunitaria en los cantones Orientales del Azuay	21
Radio Comunitaria y Sociedad	23
La Radio Comunitaria y el lenguaje	24
CAPÍTULO II	26
Descripción de la Región.....	26
Oferta de Radios en la Zona	29
Síntesis de la oferta	32
CAPÍTULO III	33
Análisis de la Audiencia Potencial	33
Universo de estudio	33
Método de recolección de información	33
Resultados	35

CAPITULO IV	45
Estado del Espectro radioeléctrico.....	45
Estaciones de radio nacionales.....	45
Estaciones de radio locales.....	45
Estación matriz.....	45
Estación repetidora.....	45
Área de Operación Zonal	45
Área de Operación Independiente	46
Canalización de la banda FM.....	48
Disponibilidad de Frecuencias	49
Trámite Legal para formar una organización social	51
Requisitos para el funcionamiento y Aprobación de los Estatutos de las organizaciones sociales	52
Aprobación del estatuto y consecución de la personería jurídica	54
CAPÍTULO V	56
Perfil de la Radio Comunitaria	56
Obtención de la Frecuencia.....	57
Proyecto comunicacional.....	60
Misión del Plan Comunicacional	60
Visión del Plan Comunicacional.....	60
Objetivos del Proyecto Comunicacional.....	61
Objetivo General del Plan Comunicacional	61
Objetivos específicos del Plan Comunicacional.....	61
Público Objetivo	61
Propuesta de Programación	63
Formatos de radio	64
La Charla	64
El Noticiero.	64
El Diálogo.....	65
Entrevista Informativa	65

La Entrevista Indagatoria	65
El Radioperiódico.....	65
La Radio-revista (programas misceláneos):	65
La Mesa Redonda.....	65
El radio-reportaje.....	65
La dramatización	65
Modelos de programación de radio	66
Radio temática o especializada	66
Radio Generalista.....	66
Radio Musical	66
Contenido de la Rejilla de Programación	66
Perfil del Comunicador que laborará en la Radio Comunitaria.....	74
Impacto Social que proyecta Generar.....	74
Criterios de inclusión.....	75
Plan de capacitación interno que realizará el medio.....	76
Programa de capacitación	76
Inducción	76
Contenido del programa de inducción.....	76
Jornadas de capacitación sobre igualdad de género.....	77
Contenido de la capacitación.....	77
Jornadas de Capacitación Externa	77
Contenido de la capacitación	77
CAPÍTULO VI.....	79
Plan de Gestión	79
Misión del Plan de Gestión	79
Visión del Plan de Gestión.....	79
Políticas empresariales.....	79
Política 1: De Control Interno	80
Política 2: De Talento Humano	80

Política 3: De Relacionamiento con la Sociedad.....	80
Objetivos del Plan de Gestión.....	80
General del Plan de Gestión	80
Específicos del Plan de Gestión	81
A Corto Plazo	81
A Mediano Plazo	81
A Largo Plazo.....	81
Metas.....	81
Primera Meta del Objetivo específico de corto plazo:	81
Segunda Meta del Objetivo específico de corto plazo	81
Primera Meta del Objetivo específico de mediano plazo.....	81
Segunda Meta del Objetivo específico de mediano plazo.....	82
Primera Meta del Objetivo específico de largo plazo	82
Segunda Meta del Objetivo específico de largo plazo	82
Estrategias	82
Estrategia 1	82
Estrategia 2	82
Estrategia 3	83
FODA.....	83
Plan de sostenibilidad económico.....	84
Estructura Organizacional y Recursos Humanos.....	86
Organigrama de la radio	87
Asamblea General de socios	87
Junta Directiva	88
Director/Representante Legal.....	88
Secretaria/Contadora	88
Área de Producción	88
Comunicadores.....	88
Mercadeo y Publicidad.....	89

Área Técnica	89
Análisis Financiero – Ingresos.....	89
Publicidad.....	89
Análisis Financiero – Egresos.....	92
Análisis Financiero – Inversión	97
Plan técnico.....	99
CONCLUSIONES	101
BIBLIOGRAFÍA	104
ANEXOS	109

Índice de Tablas

Tabla 1 Listado de Radios Comunitarias en Ecuador.....	17
Tabla 2. Población según Autodefinición.....	27
Tabla 3: Organizaciones e Instituciones por cantón y parroquia.....	28
Tabla 4: Oferta de programación de las radios de la zona.....	30
Tabla 5: Población Potencial por cantones	33
Tabla 6: Número de encuestas a realizar en cada cantón.....	35
Tabla 7: Codificación del Área de Operación Independiente por provincias.....	46
Tabla 8: Canalización de banda FM	48
Tabla 9: Área de operación zonal	49
Tabla 10: Disponibilidad de frecuencias en la zona	49
Tabla 11: Población por cantón y grupos de edad	62
Tabla 12: Género de la población	62
Tabla 13: Área de residencia de la población	63
Tabla 14: Parrilla de programación	69
Tabla 15: Personas con discapacidad según cantón.....	75
Tabla 16: Cuñas para empresas Privada	85
Tabla 17: Cuñas Ocasionales y Empresa Pública.....	85

Tabla 18: Pautaje Empresa Privada	91
Tabla 19: Costo de Pautaje Empresa Pública y cuñas ocasionales	91
Tabla 20: Empresas económicamente activas de la zona	92
Tabla 21: Personal de la radio.....	93
Tabla 22: Salarios Mínimos para el sector de la comunicación 2016	93
Tabla 23: Horas de labor del Recurso Humano	94
Tabla 24: Remuneración mensual del Recurso Humano.....	95
Tabla 25: Pago Anual de Beneficios al Recurso Humano.....	96
Tabla 26: Proyección anual de Remuneraciones	96

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Mapa de la zona de Influencia del Proyecto.....	26
Ilustración 2: Nivel de instrucción.....	36
Ilustración 3: Profesión	36
Ilustración 4: Banda de radio que escucha.....	37
Ilustración 5: Lugar donde escucha radio	37
Ilustración 6: Horario que escucha radio	38
Ilustración 7: Razón por la que escucha radio	38
Ilustración 8: Preferencia en música.....	39
Ilustración 9: Preferencia en noticias.....	40
Ilustración 10: Preferencia en deportes.....	40
Ilustración 11: Día ideal para escuchar noticias	41
Ilustración 12: Horario ideal para escuchar noticias.....	42
Ilustración 13:Día ideal para escuchar deportes	42
Ilustración 14: Horario Ideal para escuchar deportes	43
Ilustración 15: Radio ideal tiene:	43
Ilustración 16: Una radio ideal es:	44
Ilustración 17: Organigrama Institucional	87

Índice de Anexos

Anexo 1: Encuesta	109
Anexo 2: Solicitud para el Ministerio de Inclusión Económica y Social MIES.....	110
Anexo 3: Modelo de solicitud.....	112
Anexo 4: Modelo de Declaración Juramentada	113
Anexo 5: Precios de la empresa californiana Grupo Hedienghelberg	114
Anexo 6: Cotización de la empresa Ecuatronic-Ecuador	115
Anexo 7: Formulario RTV 1.....	120
Anexo 8: Formulario RTV 2.....	121
Anexo 9: Formulario RTV 3.....	121
Anexo 10: Formulario RTV 4.....	122
Anexo 11: Formulario RTV 5.....	122
Anexo 12: Formulario RTV 6.....	123

INTRODUCCIÓN

La radio comunitaria nace con el objetivo de ofrecer comunicación alternativa, lo que a la par proporciona hacer frente al uso concentrado del manejo de la información que los medios privados y públicos realizan; propone la implementación de una propuesta comunicativa de contenido basado en la búsqueda de ampliar las posibilidades de ejercicio del derecho a la libertad de expresión, devolviendo el papel protagónico a las comunidades para que estas se hagan cargo de la recuperación de su historia y tradiciones y satisfagan su necesidad de información (Gumucio, 2015 , pág. 26)..

El presente trabajo consta de seis capítulos. El primero detalla conceptos que orientan la presente investigación y su historia, puesto, que la radio comunitaria en el mundo indica que América latina fue pionera en este estilo de radio a fines de los años cuarenta, cuando se estableció en Bolivia la primera radio de los trabajadores mineros; y en Colombia la primera emisora campesina instalada por un Cura joven en El Valle de Sutatenza (Gumucio, 2015 , pág. 26).

Michel Delorme, (2002) estudioso de la radio comunitaria en Canadá y ex presidente de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) sostiene:

La radio comunitaria es denominada de diferentes maneras. Se la conoce como radio popular o educativa en América latina, radio rural o local en África, radio pública en Australia y radio libre o asociativa en Europa. Todos los nombres describen el mismo fenómeno y es el propósito de hacerse oír y democratizar la comunicación a escala comunitaria. (pág. 6)

José Ignacio López Vigil (1993) al referirse a las radios comunitaria sostiene que ellas tienen como objetivo “democratizar la palabra que está concentrada en muy pocas bocas y en muy pocas manos” (pág. 9).

La LOC (2013) define a los medios de comunicación comunitarios como “aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin

fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades” (pág. 15). Según esta ley, los medios comunitarios no tienen fines de lucro sino que su rentabilidad es social.

El segundo capítulo describe la región en la que se pretende implementar el proyecto, presenta un cuadro detallado de las diversas formas de organización existentes y destaca la parrilla de programación de los medios radiales; con la intención de proponer un proyecto innovador se establecen similitudes y diferencias entre la radio que pertenece a una organización comunitaria y las radios privadas y se desarrolla una breve exposición de la oferta en cuanto a noticieros, programas deportivos y programas musicales.

El tercer capítulo aborda el desarrollo de un estudio de la potencial audiencia, apoyado en una fórmula estadística capaz de seleccionar aleatoriamente y sin exclusión a los habitantes del sector para participar de la encuesta. En este capítulo también se efectúa la “encuesta de consumo de radio en la zona de influencia del proyecto” y para concluir se exponen paso a paso los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta.

El cuarto capítulo consta de varios temas que respaldan la factibilidad de llevar a cabo el propósito radial cumpliendo con la normativa legal que exige la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL) tras revisar la Ley de Comunicación y marco legal que rige a las organizaciones sociales.

El quinto capítulo crea el perfil de radio comunitaria propuesta, en él se detallan parámetros que permiten que la nueva emisora imponga un estilo diferente, capaz de satisfacer las exigencias más exquisitas de su audiencia; adicionalmente se inserta información detallada de cómo participar del concurso de adjudicación de frecuencias, se expone el impacto social que se propone lograr con la implementación de la radio y se concluye con la elaboración completa del proyecto comunicacional de la radio.

Para desarrollar el sexto capítulo fue necesario conocer y analizar a profundidad los requisitos que solicita ARCOTEL para participar del concurso de adjudicación de frecuencias y cumplirlos a cabalidad; basados en el marco regulatorio se procedió a cumplir con la

elaboración del Plan de Gestión, el Plan de Sostenibilidad económica y anotar los parámetros para la elaboración del Plan Técnico.

Finaliza el proyecto con la presentación de las conclusiones a la que se ha llegado luego de la elaboración del proyecto de investigación.

Estado del Arte

El tema está ausente de tratamiento monográfico a nivel local, pero en la ciudad de Cuenca existe el trabajo monográfico desarrollado por la estudiante de la escuela de Comunicación Social de la Universidad del Azuay, Natalia García Freire (2015), quien hace una “Descripción del Escenario de Medios Comunitarios a raíz del nuevo marco regulatorio a Medios y ONG” el proyecto investigativo se centra en el análisis del aspecto legal en el que se desenvuelven los medios comunitarios y alternativos; concluye con un análisis de los desafíos que tienen que superar los medios que desarrollan comunicación comunitaria.

Luego de la aprobación de la Ley de Comunicación (2013) en el país se han desarrollado varios proyectos tendientes a analizar la factibilidad de creación de radios comunitarias, uno de ellos pertenece a Jhony Javier Suqui Cepeda (2015) estudiante de la Universidad Central del Ecuador, la investigación titula “Comunicación Comunitaria e Identidad Cultural: Proyecto para la creación de una radio comunitaria en el pueblo kichwa de Rukullakta, cantón Archidona, provincia de Napo”, el tema central del trabajo trata “la realidad político-social del Pueblo Kichwa de Rukullakta” y el desarrollo del plan comunicacional y de gestión para el medio; el resultado que arroja la investigación demuestra que es totalmente factible ejecutar el proyecto.

A nivel internacional destaca el trabajo desarrollado por María Marco Lozano (2011) de la Universidad Politécnica de Valencia, el proyecto titulado “Propuesta de creación de una radio para la Comarca de la Vega Baja del Segura” desarrolla un interesante análisis que conlleva un breve repaso de la radio comunitaria a nivel mundial, su avance en España. La propuesta examina minuciosamente los requerimientos para poner en marcha el medio de comunicación y finaliza con sencillas recomendaciones para lograr sus objetivos y mantenerse a flote.

CAPÍTULO I

La Radio Comunitaria

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) sostiene que “la radio comunitaria es radio en la comunidad, para la comunidad, cerca de la comunidad y por la comunidad” (Mejía, 2014) .

Partiendo de éste significado José Ignacio López Vigil (2005) afirma que la prioridad y el sentido de su trabajo lo determinan los sectores populares, las mayorías marginadas y empobrecidas, aunque no exclusivamente, ya que estas radios trabajan con audiencias mixtas donde hay también “clases medias, estudiantes, profesionales, pequeños empresarios, ciudadanos con mayores ingresos, aunque no forman parte de los grupos de poder” (López, 2005, pág. 332).

Luego del éxito conseguido con el proyecto educocomunicativo de Radio Sutatenza, las radios populares del Ecuador, especialmente de la provincia de Chimborazo, tomaron como estandarte los nuevos postulados e implementaron los novedosos métodos, convirtiéndolos en pilastra de una correcta alfabetización, pero es hasta la década de los ochenta cuando se hacen visibles en el país las radios comunitarias, planteando la necesidad de acceder en igualdad de condiciones al uso del espectro radioeléctrico (DIDIS, 2011).

Es imprescindible anotar que en el camino de la radio comunitaria la Iglesia Católica contribuyó como un ente fundamental al apoyar su creación y crecimiento; es de recordar que con el apoyo de Monseñor Leonidas Proaño se creó la fundación Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE) en 1962; el organismo estuvo conformado por varias radios comunitarias que perseguían el mismo fin, la alfabetización y evangelización “en su propia lengua” de los pueblos indígenas, lo que les permitía salir del silencio de siglos. “Estas experiencias de comunicación alternativa vinculadas con la Iglesia Católica y aquéllas de carácter progresista con el tiempo formaron la Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE)” (DIDIS, 2011) .

CORAPE es un organismo independiente creado en 1989 y agrupa a medios alternativos, educativos y/o populares, para su fortalecimiento en el trabajo por el desarrollo social en conjunto. “Es una red nacional que participa con liderazgo en redes latinoamericanas y mundiales [...], con alta capacidad tecnológica, con acceso al satélite y otras plataformas tecnológicas, que provee capacidad comunicacional al conjunto de la red y todos sus afiliados” (DIDIS, 2011).

Radio Comunitaria en el Azuay

La historia de la radio en el Ecuador muestra la injusticia que han sufrido los pueblos, nacionalidades y organizaciones respecto al acceso a frecuencias de radio; el panorama no es diferente en la provincia del Azuay, a tal punto que según el Registro de Medios del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM) de octubre de 2015, en la provincia existe una sola emisora de radio comunitaria y es Radio Constelación, emisora que tiene su matriz en el cantón Paute y su cobertura es provincial (CORDICOM, 2015). La Coordinadora de Radios Populares del Ecuador (CORAPE), muestra un cuadro que asegura una situación completamente diferente.

Tabla 1 Listado de Radios Comunitarias en Ecuador

RADIOS	PROVINCIAS
Antena Libre	Esmeraldas
Católica de Cuenca	Azuay
Católica de Manabí	Guayas, Manabí
Chaguarurco	El Oro, Loja
El Buen Pastor	Azuay, Loja, Morona Santiago
ERPE	Bolívar, Chimborazo, Tungurahua
Frontera	Carchi
Guamote	Chimborazo
HCM1	Pichincha
Ideal Tena	Napo, Orellana, Pastaza
Ilumán	Imbabura
Irfeyal	Imbabura, Pichincha
La Voz De Ingapirca	Azuay, Cañar, Morona Santiago
Latacunga	Bolívar, Cotopaxi, Guayas, Los Ríos, Manabí

Luz y Vida	Loja
Matovelle HCM3	Azuay, El Oro, Loja, Zamora Chinchipe
Mensaje	Pichincha
Ondas de Paltas	Loja
Puyo	Morona Santiago, Napo, Pastaza
Runacunapac	Bolívar
San Francisco	Nacional
Santa Cruz	Galápagos
Sonoonda	Azuay, Chimborazo, Loja
Sucumbíos	Carchi, Napo, Orellana, Sucumbíos
Voz del Santuario de Baños	Pastaza, Tungurahua
Voz del Upano	Azuay, Cañar , Zamora Chinchipe
total 26 estaciones	total 54 zonas de cobertura

Fuente: CORAPE (2011)

Elaborado por: Hugo Carrión G.

La Ley de Radiodifusión y Televisión, promulgada en 1975, hace referencia al tipo de concesiones que concedía el Estado; según el documento, el articulado reconocía dos clases de estaciones de radiodifusión y eran las comerciales privadas y las de servicio público.

Las estaciones de radio comunitaria estaban consideradas entre las emisoras de servicio público, por cuanto no tenían fines de lucro y por ende les estaba prohibido cursar publicidad comercial de cualquier naturaleza. En contraposición, las comunidades u organizaciones que deseaban obtener una frecuencia debían cumplir con los mismos requisitos, condiciones, potestades, derechos, obligaciones y oportunidades que la ley determina para las estaciones privadas con finalidad comercial (Presidencia del Ecuador, 2011, pág. 6).

La rigidez del cuerpo legal llevó a las organizaciones interesadas en obtener una frecuencia de radio a realizar el trámite como radio comercial privada, eso según el testimonio de varios dirigentes de las organizaciones, les daba la oportunidad de obtener recursos económicos para su subsistencia (Comisión para la Auditoría de Frecuencias de Radio y Televisión, 2009, pág. 183).

En esta línea, la Unión de Organizaciones Campesinas del Azuay (UNASAY), filial de la Federación de Organizaciones Indígenas, Campesinas y Negras (FENOCIN) lucha por conseguir una estación de radio.

El señor Jorge Carabajo (2015), dirigente de la Unasay, cuenta que el empeño en concretar su misión da inicio en el año 1979, una época de lucha popular y cuando el país y la provincia estaban inmersos en el proceso de retorno a la democracia. El arribo del binomio presidencial Jaime Roldós - Oswaldo Hurtado al Palacio de Carondelet auguraba un futuro prometedor para las organizaciones históricamente marginadas, sin embargo, la muerte repentina del presidente hizo que el porvenir tomase un rumbo no imaginado.

Las constantes injusticias cometidas por los gobernantes que le siguieron a Roldós provocaron la unidad de los sectores populares oprimidos. En un solo frente se enfrascaron obreros, estudiantes, campesinos, maestros, etc. con el consecuente levantamiento masivo en contra del gobierno en reclamo de reivindicaciones.

La necesidad de contar con un medio de comunicación, sin manipulación, al que tuviesen acceso los sectores populares, desencadena en una ardua lucha de la Unasay – Fenocin por conseguir una emisora de radio.

Varios años se sucedieron antes de obtener el ansiado objetivo, citas, reuniones, conversaciones, etc. se convirtieron en pesadas cargas para dirigentes y afiliados de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Unasay, Asociación de Trabajadores Agrícolas Pillachiquir (Parroquia Quingeo), Asociación de Trabajadores Agrícolas Cortepamba y la Asociación de Trabajadores Agrícolas “Nuevo Despertar” de la parroquia Chaucha, eso no los desmotivó, todos trabajaron hasta ver su anhelo cristalizado y es en agosto de 1989 cuando adquieren la frecuencia 9.60 en Amplitud Modulada (AM) de Radio Sonoonda Internacional al extinto señor Vicente Serrano. En el contrato de concesión la frecuencia constaba y sigue constando como comercial privada.

Al iniciar sus transmisiones, Radio Sonoonda se dio a conocer como Radio Campesina, Cultural y Educativa; se hacía hincapié en alfabetizar a la población rural por lo que firmaron un contrato de cooperación interinstitucional con la Fundación IRFEYAL (Instituto Radiofónico Fe y Alegría) del Ecuador, también se brindaba cursos de corte y confección, y cursos de danza indígena en las instalaciones de la casa Rumiñahui.

La variedad de programas culturales, educativos, musicales, pero sobre todo los espacios que se ponían a consideración de los sectores organizados de la provincia; los foros, las transmisiones de eventos de interés colectivo y los programas dedicados a los obreros fue, los que produjo el éxito de la radioemisora.

Uno de los grandes desafíos que se propuso la estación radial fue contar con la colaboración de locutores de las propias comunidades y profesionales de calidad como el señor Luis Yumbra. Así mismo se suplían necesidades puntuales de las organizaciones con la transmisión de mensajes y comunicados, el servicio se lo realizaba sin costo.

El transmisor de la radio se encontraba en San Pedro de El Cebollar y la cabina de transmisión en la casa Rumiñahui ubicada en la calle Larga 10-43; los dos lugares se conectaban mediante cable de audio para transmitir la señal, con el pasar de los años llega la tecnología y se adquiere un enlace para la transmisión.

Es importante mencionar que luego de la compra de la frecuencia al señor Vicente Serrano se ha intentado conseguir la modificación del contrato de concesión a favor de la Unasay, sin embargo, hasta la actualidad no se consigue tal objetivo por lo que la frecuencia sigue constando como comercial privada y perteneciente al señor Serrano (Carabajo, 2015).

Otra de las radios comunitarias existentes en la provincia del Azuay es Radio Chaguarurco que transmite desde los cantones de Santa Isabel y Pucará. La idea de una radio se originó en 1990 en los talleres que se solían convocar por organizaciones campesinas y la iglesia Católica con el fin de solucionar los problemas con el servicio de agua potable y luz eléctrica.

La idea tomó fuerza y en poco tiempo la posibilidad de tener la radio se convirtió en el tema central de los talleres. Según Nelson Campoverde (1995), miembro del Consejo Comunitario de Chaguarurco, la población rural estaba acostumbrada a ser excluida de los medios y la posibilidad de una emisora propia los emocionó.

Las parroquias y la organización campesina “Proyecto Norte” tomaron el liderazgo del proyecto y con la ayuda del congresista Diego Delgado, se inició la planificación de la

emisora. La primera dificultad a la que se enfrentaron fue la de obtener una frecuencia debido a los obstáculos existentes en la ley para las radios comunitarias, y obtener una frecuencia comercial significaba un proceso largo y complejo, a menos que se tuvieran buenos contactos políticos.

Para beneplácito de los interesados, el congresista Diego Delgado informó que años atrás existió una emisora en Santa Isabel y que debido a la muerte de su propietario la emisora había salido del aire, aunque la concesión de la frecuencia seguía vigente y en poder de su hijo Rodrigo Palacios. Se le consultó la posibilidad de comprarla y el señor Palacios estuvo dispuesto a venderla; pero la interrogante era ¿Quién sería el propietario?, se acordó entonces que la radioemisora no pertenecería al sacerdote local, ni a la parroquia, ni a un solo individuo. Se decidió que sería propiedad de las organizaciones de base en la región, todas agrupadas en la Fundación Chaguarurco así se evitó que la radio tenga un solo dueño.

Luego del trámite de compra-venta se procedió a legalizar el cambio de propietario, trámite que duró cuatro años, finalmente la concesión se la hizo como radio comercial privada y como concesionario consta Monseñor Luis Alberto Luna Tobar representante de la Fundación Chaguarurco. La emisora salió al aire el 1 de enero de 1995 (Girard, 2004, pág. 235).

La Radio Comunitaria en los cantones Orientales del Azuay

La trayectoria de la radio comunitaria en el sector es bastante pobre y data de 1955. Piedad Ordoñez (2004) en su libro, “Gualaceo Paisaje, Historia y Patrimonio” relata que en marzo de 1955 el Ilustre Concejo Cantonal recibió un comunicado de la Casa Comercial "MALO MOSCOSO" de la ciudad de Cuenca, allí se ofrecía un transmisor para servicio local; pero el Municipio lo archivó debido a que el secretario del “Centro Cultural Gualaceo” se hizo eco y expuso los varios inconvenientes para operar una radio principalmente los relacionados con el sistema eléctrico.

A partir de allí los directivos de la Institución pusieron mayor énfasis en la tarea de obtener una emisora para el cantón, tuvieron que sortear innumerables obstáculos que iban

desde la inversión económica que ello demandaba, pasando por el bajo desarrollo industrial que en aquella época había en Gualaceo y los cantones vecinos, hasta el poco interés de pautar en radio del sector público.

Pasaron cuatro años y la espera parecía haber terminado cuando apareció en diario El Mercurio de la ciudad de Cuenca, el anuncio de remate de la radio “La voz de Azogues”, el lunes 20 de abril de 1959. La emisora estaba equipada y funcionando a la perfección y por ella se solicitaba 18 mil sucres. El señor Humberto Rodríguez, presidente del Centro Cultural Gualaceo, inmediatamente convocó a los socios a sesión extraordinaria para tratar de urgencia el tema.

En la reunión se acordó conformar una comisión que viaje a la ciudad de Azogues conjuntamente con los miembros del Municipio, para conocer el estado de la radio y se declaró a la Institución en sesión permanente con el objetivo de conocer y dar a conocer el informe que entregue la comisión luego de su visita a la ciudad de Azogues. Al final, la intención de obtener la radio quedó truncada ya que los miembros de la comisión informaron que el medio había sido ya vendido.

A pesar de la frustración que se produjo en los miembros de la Institución, sus directivos se mantuvieron expectantes ante la posibilidad de que posteriormente llegue una nueva oportunidad, la cual se hizo presente cuando se conoció que el señor Luis Vázquez Ramírez, radiotécnico de Cuenca, había construido varios equipos transmisores y que los estaba vendiendo.

La directiva se declaró en sesión permanente por segunda ocasión y designó una comisión que se encargue de indagar los pormenores del tema. Luego de la entrevista con el radiotécnico, los miembros de la comisión informaron que el costo de un trasmisor de 100 vatios de servicio local ascendía a 12.000 sucres y los compradores obtenían garantía de que el aparato se les entregaría en óptimas condiciones.

Luego del análisis del informe se resolvió la factibilidad de la compra del transmisor. Los trámites necesarios para el funcionamiento de la estación de radio se efectuaron ante el

Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones, “el señor Noé Peralta se entrevistó con el Dr. Alberto Lituma Arízaga y de inmediato se consiguió la autorización para la instalación y funcionamiento de la radio” (Ordoñez, 2004, pág. 88).

La inauguración oficial de la radio fue el 12 de junio de 1959, para el evento se contó con la presencia de la renombrada orquesta "Saquicela" (Ordoñez, 2004, pág. 89).

Radio Comunitaria y Sociedad

La semejanza de los términos sociedad y comunidad advierten su relación más no su similitud, por lo que se vuelve imprescindible aclarar el tema recurriendo a expertos como Elena Camisassa (2005) quien en su libro “Organizaciones de la Sociedad Civil” puntualiza que el vocablo ‘comunidad’ describe “una población organizada en un territorio, más o menos enraizada en este y cuyos miembros viven en una relación de interdependencia mutua de carácter simbiótico” (pág. 67), entretanto que Theodor Adorno (2001) en su obra “Epistemología y Ciencia Sociales” expone que “La sociedad es esencialmente proceso; sobre ella dicen más las leyes de su evolución que cualquier invariante previa” (pág. 9).

Lo que relaciona estrechamente a las dos expresiones es, sin duda, la necesidad de comunicación que poseen los individuos que las conforman, y es ahí donde radica la importancia de la tipología de los medios de comunicación, porque mientras la sociedad en general se sirve de la variedad de oferta que encuentra en los estantes de grandes supermercados y puestos de revistas, la comunidad tiene que conformarse con acceder solamente a algunos medios que tienen amplia cobertura, esta disparidad es la que ha creado, erróneamente, la tendencia a pensar que lo comunitario se refiere al tamaño y/o a un área geográfica en específico. El concepto de Radio Comunitaria “es sinónimo de radio pequeña, de baja potencia, recluida en algún lugar perdido de un pueblo, de quién sabe dónde, en pocas palabras se las identifica con las características de las tres P: pocas, pequeñas y pobres” (Carrión, 2007, pág. 24).

El estudio de Hugo Carrión sobre la radios comunitarias: Situación en el Ecuador, sostiene que:

La radio es el medio de comunicación electrónico más expandido en el mundo y el mejor medio para alcanzar a las comunidades más pobres (...) La necesidad creciente de expresión de las mayorías y minorías sin acceso a medios de comunicación, y su reivindicación del derecho de comunicación, de la libre expresión de ideas, de difusión y de información hace imperante la necesidad de buscar bienes y servicios que les asegure condiciones básicas de dignidad, seguridad, subsistencia y desarrollo. (Carrión, 2007)

La radio comunitaria provoca el nacimiento de una forma de comunicación diferente, en una sociedad acostumbrada al mero hecho de tener emisoras informadoras; las particularidades que presentan las radios comunitarias las convierten en instrumentos de poder con gran influencia en los ciudadanos, a través de ellas se crea opinión de todos los sectores garantizando de esa manera la pluralidad de pensamientos y a la vez equiparando el derecho a la libertad de expresión.

Gianni Vattimo en su libro “En torno a la posmodernidad”, menciona que:

La llamada sociedad postmoderna es la sociedad de la comunicación. Es decir, el nacimiento de una sociedad postmoderna desempeña un papel determinante que va ligado a los medios de comunicación; esos medios caracterizan a una sociedad más transparente, más consciente de sí e ilustrada, incluso más libre (Vattimo, 2003, págs. 12,13).

La Radio Comunitaria y el lenguaje

En radio la palabra es el elemento del lenguaje radiofónico que sirve para trasladar conceptos e ideas pero también para generar imágenes auditivas, describir a la persona que hay en cada una de las voces y comunicar la actitud, el carácter e incluso los rasgos físicos del emisor y su contexto (Martínez, 2005, pág. 46)

Es de singular importancia el lenguaje que diariamente es usado en la radio, porque la acción de sintonizar una u otra emisora permite al receptor introducirse en un universo sonoro que provoca un sinfín de sensaciones y emociones, la radio es capaz de despertar en pocos minutos esperanza, sueños, ilusiones, pesimismo y desengaños; la magia de la radio es

producto del uso de un lenguaje en particular. Daniel Prieto Castillo (2015) sostiene: “las palabras son el rostro del otro, y pueden ser terribles cargadas de violencia, y dulces como las primeras mieles. Pueden también ser pobres, apenas balbuceos vacíos, estrechos, incapaces de abrirnos el mundo...” (pág. 56).

El lenguaje radiofónico en sí constituye un sistema que se nutre de la voz, la música, los efectos sonoros y el silencio, al que el profesor Armand Balsebre, define como:

Conjunto de formas sonoras y no-sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de los factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes. (Balsebre, 2004 , pág. 27)

Los diversos conceptos de radio comunitaria explican con claridad su alcance, partiendo de aquello su lenguaje varía dependiendo de la naturaleza de su audiencia y su función, es decir, si es un espacio para entretener, informar o educar. La creación de los textos radiofónicos comunitarios exige el uso de estructuras y características que promuevan la capacidad de crear sinergia con los oyentes, adicionalmente cabe resaltar que es el medio el que condiciona el mensaje.

El lenguaje popular debe ser sencillo, entendido por las grandes mayorías populares, sin llegar a la vulgaridad, buscando siempre la empatía y el entendimiento entre el emisor y el receptor.

CAPÍTULO II

Descripción de la Región

La presente investigación se desarrolla en los cantones orientales de la provincia del Azuay y son: Sevilla de Oro, El Pan, Guachapala, Paute, Gualaceo, Chordeleg y Sígsig; el sector alcanza una población de 120.024 habitantes según el censo de población y vivienda ejecutado en el año 2010 (INEC., 2010).

La zona de impacto del proyecto está delimitada de la siguiente manera: al norte con las provincias de Cañar y Chimborazo, al sur con los cantones azuayos Cuenca, Nabón y Girón, al este con el cantón Cuenca y al oeste con la provincia de Morona Santiago.

Ilustración 1 Mapa de la zona de Influencia del Proyecto



Fuente: Sistema Nacional de Información (SIN)

Elaborado por: Sistema Nacional de Información (SIN)

La región se caracteriza por su riqueza artesanal, en cada cantón se resalta la valía de quienes trabajan elaborando artesanías con técnicas ancestrales; a través del siguiente cuadro

de datos se presenta una breve síntesis que describe a la población que habita en los cantones, objeto de la presente investigación.

Tabla 2. Población según Autodefinition

Población		Indígena	Afro	Montubio	Mestizo	Blanco	Otros	Total
Sigsig	Urbano	22	100	7	3.335	206	6	3.676
	Rural	358	298	36	21.930	587	25	23.234
Chordeleg	Urbano	1	95	14	3.873	224	2	4.209
	Rural	18	89	14	7.918	323	6	8.368
Guala ceo	Urbano	95	612	37	12.155	1.033	49	13.981
	Rural	2.194	240	59	25.528	682	25	28.832
Paute	Urbano	45	246	25	6.403	480	27	7.226
	Rural	130	359	51	17.105	607	16	18.268
Guachapala	Urbano	7	34	-	1.050	34	-	1.125
	Rural	3	21	2	2.210	48	-	2.284
El Pan	Urbano	-	-	1	468	17	-	486
	Rural	-	42	7	2.339	160	2	2.550
Sevilla de Oro	Urbano	-	29	1	751	57	-	838
	Rural	47	57	11	4.645	288	3	5.051
Sub Total	Urbano	170	1.116	85	28.035	2.051	84	31.541
	Rural	2.750	1.106	180	81.675	2.695	77	88.483
Total		2.920	2.222	265	109.710	4.746	161	120.024

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC)

Elaborado por: María Juca

Con el detalle de la población obtenida del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), se deduce que la mayoría de la población se autodefine como mestiza, de ellos, 81.675 habitan en la zona rural y 28.035 residen en el casco urbano, existen además 2.920 indígenas, 2.222 afro ecuatorianos, 265 montubios, 4.746 blancos y 161 individuos que no pertenecen a ninguna de las anteriores etnias (INEC., 2010).

Los habitantes del sector basan su economía en la agricultura, ganadería, joyería, elaboración de sombrero de paja toquilla, confección de calzado, elaboración de muebles, lo que se complementa con actividades industriales. En los últimos años éstas jurisdicciones se han dado a conocer gracias al aprovechamiento de sus recursos naturales para el turismo (INEC., 2010).

La zona de estudio está dividida en: siete cabeceras cantonales, 28 parroquias rurales y 304 comunidades, 131 barrios considerados urbanos, 108 organizaciones reconocidas por la comunidad (pocas inscritas en el RUOS) y que brindan diversos servicios a la colectividad; 149 asociaciones, entre las que se encuentran los medio de transporte y 362 instituciones dependientes del gobierno, incluidas las instituciones educativas de todos los niveles, en total existen 1.114 formas de organización social.

En el siguiente cuadro se expone la división política y el número de organizaciones sociales e instituciones que tienen las parroquias urbanas y rurales localizadas en la zona oriental de la provincia del Azuay.

Tabla 3: Organizaciones e Instituciones por cantón y parroquia

Parroquia	Comunidad	Organizaciones	Asociaciones y transporte	Inst. Públicas y educativas.	Barrios
Cantón Sevilla de Oro					
Sevilla de Oro	6	22	3	20	4
Palmas	9		2	15	3
Amaluza	7		2	12	3
Cantón El Pan					
El Pan	7		2	13	
San Vicente	6		3	9	3
Cantón Guachapala					
Guachapala	8	20	19	8	4
Cantón Paute					
Paute	8	2	11	16	12
Bulán	9				4
Chicán	5		2	13	4
Guaraynag	7		2	5	3
Tomebamba	7	1	2	8	2
Dugdug	6		2	8	5
San Cristóbal	12	1	1	7	2
EL Cabo	6		14	11	4
Cantón Gualaceo					
Gualaceo	12	53	14	37	19
Simón Bolívar	5	3	1	8	3

San Juan	6		2	9	4
Jadán	10	1	7	10	4
Luis Cordero	13		1	7	5
Zhidmad	9	1	4	18	4
Remigio Crespo	2		1	6	2
Mariano Moreno	12		2	12	4
Daniel Córdova	16		2	9	2
Cantón Chordeleg					
Chordeleg	5	4	13	17	6
Delegsol	2		1	8	
Principal	5	4	2	4	3
La Unión	8				4
Puzhío	5	3	1	5	3
Cantón Sígsig					
Sígsig	23	11	19	23	7
Güel	9		4	8	8
Cutchil	7		2	7	4
San José de R	7			5	5
Jima	22	2	5	5	6
San Bartolomé	21		3	13	6
Ludo	10	1	1	6	3
Total	319	128	150	362	155

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2016 de los cantones: Sígsig, Chordeleg, Gualaceo, Paute, Guachapala, El Pan y Sevilla de Oro.

Elaborado por: María Juca

Oferta de Radios en la Zona

La zona tiene a su servicio cuatro emisoras FM y una AM; para analizar la oferta con la que cuentan los habitantes de la zona se procedió a sintonizar durante una semana cada emisora, labor desarrollada del lunes 28 de septiembre al domingo 25 de octubre de 2015. A continuación se describe la parrilla de programación que mantienen en la actualidad.

Tabla 4: Oferta de programación de las radios de la zona

Emisoras			
Nombre	Frecuencia	Síntesis	
Radio Fasayñán	92.9 FM	Se encuentra emplazada en el cantón Sígsig, inició sus transmisiones el 28 de agosto del año 2005 su programación se caracteriza por tocar música el 90% del tiempo aire (Radio Estéreo Fasayñán, 2015).	
		Programación de lunes a viernes	
		El canto del gallo	04H30 – 06H30
		Primero Noticias	06H30 – 08H00
		Nuestra música	08H00 – 09H00
		El reventón de la mañana	09H00 – 13H00
		El antídoto musical	13H00 – 18H00
		El túnel del tiempo	18H00 – 20H00
		Estrellas en la noche	20H00 – 22H00
		Estación 92.9	22H00 – 24H00
Chicha con clase (viernes)	18H00 a 20H00		
La Farra estación	92.9 FM	Obtiene su concesión en 2008 y su programación se caracteriza por ser mayoritariamente musical, en esta estación radial se escucha música tropical de moda en la mayor parte de su tiempo (La Farra Estación, 2015).	
		Programación lunes a viernes	
		La marca de la almohada	01H00 – 03H00
		Por los campos del deporte	03H00 – 05H00
		El kikiriki	05H00 - 08H00
		El Noticiero	08H00 - 09H00
		Sobredosis	09H00 - 12H00
		La Hora Pico	12H00 - 14H00
		El Matiné	14H00 - 17H00
		Deportes	18H00 - 18H30
		Arena Mix	18H30 - 20H00
		Rencuentro del Amor	20H00 - 23H00
		Vida a media noche	23H00 – 01H00
		Ecu Farra (jueves)	20H00-23H00
Farra Rockolera (viernes)	18H30-23H00		

Radio Santiago	89.3 FM	En 2001 comienza a emitir en frecuencia modulada. Su cabina se ubica en el centro del cantón Gualaceo y su frecuencia fue 88.3; en 2006 el Conartel cambia de frecuencia y empieza a operar en 89.3 (Radio Santiago 89.3 FM, 2015)																
		<p style="text-align: center;">Programación lunes a viernes</p> <table border="0"> <tr><td>Fantasia Ecuatoriana</td><td>05H00 - 06H30</td></tr> <tr><td>Boleros</td><td>06H30 - 07H00</td></tr> <tr><td>Express</td><td>07H00 - 09H00</td></tr> <tr><td>En Órbita</td><td>09H00 - 13H00</td></tr> <tr><td>Disco Clásico</td><td>12H00 - 13H00</td></tr> <tr><td>Doble vía</td><td>13H00 - 17H00</td></tr> <tr><td>Radio Rock</td><td>17H00 - 18H00</td></tr> <tr><td>Ayer y Hoy</td><td>18H00 - 21H00</td></tr> <tr><td>Amantes de la noche</td><td>21H00 - 24H00</td></tr> </table>	Fantasia Ecuatoriana	05H00 - 06H30	Boleros	06H30 - 07H00	Express	07H00 - 09H00	En Órbita	09H00 - 13H00	Disco Clásico	12H00 - 13H00	Doble vía	13H00 - 17H00	Radio Rock	17H00 - 18H00	Ayer y Hoy	18H00 - 21H00
Fantasia Ecuatoriana	05H00 - 06H30																	
Boleros	06H30 - 07H00																	
Express	07H00 - 09H00																	
En Órbita	09H00 - 13H00																	
Disco Clásico	12H00 - 13H00																	
Doble vía	13H00 - 17H00																	
Radio Rock	17H00 - 18H00																	
Ayer y Hoy	18H00 - 21H00																	
Amantes de la noche	21H00 - 24H00																	
Radio Centro Gualaceo	1.410 AM	<p style="text-align: center;">Programación de lunes a viernes</p> <table border="0"> <tr><td>Hola Familia</td><td>05H00 – 06H00</td></tr> <tr><td>Música de mi Pueblo</td><td>06H00 – 07H00</td></tr> <tr><td>Informativo 1410</td><td>07H00 – 08H00</td></tr> <tr><td>Centro Deportes</td><td>09H15 – 10H15</td></tr> <tr><td>Amplitud Musical</td><td>10H00 - 13H00</td></tr> <tr><td>Manantial del Recuerdo</td><td>18H00 – 19H00</td></tr> </table>	Hola Familia	05H00 – 06H00	Música de mi Pueblo	06H00 – 07H00	Informativo 1410	07H00 – 08H00	Centro Deportes	09H15 – 10H15	Amplitud Musical	10H00 - 13H00	Manantial del Recuerdo	18H00 – 19H00				
		Hola Familia	05H00 – 06H00															
Música de mi Pueblo	06H00 – 07H00																	
Informativo 1410	07H00 – 08H00																	
Centro Deportes	09H15 – 10H15																	
Amplitud Musical	10H00 - 13H00																	
Manantial del Recuerdo	18H00 – 19H00																	
		(Radio Centro Gualaceo 1410, 2016)																
Radio Constelación	91.7 FM	El 15 de diciembre de 1994 surge en el cantón Paute radio Constelación, posee concesión para operar la frecuencia 91.7 en toda la provincia pero su cobertura llega principalmente a los siete cantones orientales (Radio Constelación, 2015).																
		<p style="text-align: center;">Programación de lunes a viernes</p> <table border="0"> <tr><td>Amanecer Pauteño</td><td>05H00 – 06H00</td></tr> <tr><td>Estrellas de la Mañana</td><td>07H00 - 09H00</td></tr> <tr><td>EL Destape</td><td>09H00 – 12H00</td></tr> <tr><td>El Informativo</td><td>12H00 – 14H00</td></tr> <tr><td>Energía Extrema</td><td>14H00 – 17H00</td></tr> <tr><td>Raíces</td><td>17H00 – 19H00</td></tr> <tr><td>Dance Music</td><td>19H00 – 20H00</td></tr> <tr><td>Confidencias</td><td>20H00 – 23H00</td></tr> </table>	Amanecer Pauteño	05H00 – 06H00	Estrellas de la Mañana	07H00 - 09H00	EL Destape	09H00 – 12H00	El Informativo	12H00 – 14H00	Energía Extrema	14H00 – 17H00	Raíces	17H00 – 19H00	Dance Music	19H00 – 20H00	Confidencias	20H00 – 23H00
Amanecer Pauteño	05H00 – 06H00																	
Estrellas de la Mañana	07H00 - 09H00																	
EL Destape	09H00 – 12H00																	
El Informativo	12H00 – 14H00																	
Energía Extrema	14H00 – 17H00																	
Raíces	17H00 – 19H00																	
Dance Music	19H00 – 20H00																	
Confidencias	20H00 – 23H00																	

Fuente: Páginas web de las emisoras

Elaborado por: María Juca

Síntesis de la oferta

Luego de las anotaciones realizadas y teniendo en cuenta la definición que efectúa el CORDICOM en cuanto a los modelos de programación radiofónica, se concluye que las cinco emisoras de radio que transmiten desde los cantones, objeto de estudio y por ende serían la competencia directa, son radios musicales.

Los informativos se enfocan en la recolección de información que se desarrolla mayoritariamente en todo el cantón donde se emplaza la emisora, otra fuente de información son los diarios El Mercurio y El Tiempo de la ciudad de Cuenca y en menor frecuencia los semanarios El Pueblo y El Sol; la principal fuente de obtención de información es el internet.

La temática de los programas deportivos en las cinco emisoras de radio se centra en el fútbol y el campeonato ecuatoriano, en un minúsculo grado se trata los temas del deporte local. Se realizan también transmisiones en vivo de los partidos de futbol del Deportivo Cuenca, cuando juega de local; vale citar que luego del ascenso a la primera “B” del fútbol ecuatoriano del equipo de la ciudad de Gualaceo denominado “Gualaceo S.C” las radioemisoras se han centrado en transmitir sus participaciones en el torneo de fútbol nacional.

En cuanto a la estructura de los programas musicales, las cinco emisoras tiene en común que rellenan sus parrillas con música que da la sensación de continuidad, con ningún o muy pocos programas definidos por un principio y final. Todos los días se repite la misma estructura, hablamos de música nacional en la madrugada, música de moda en la mañana, informativo y deportes al medio día, música de moda en la tarde, baladas en la noche y los fines de semana la programación es similar; quizá la radio que marca una pequeña diferencia es radio Santiago FM, debido a que tiene un programa musical que toca exclusivamente rock, se transmite una hora de lunes a viernes, pero eso no marca una pauta como para encasillarla en una emisora especialista debido a que su programación es similar a la parrilla de las otras emisoras que sirven al sector.

CAPÍTULO III

Análisis de la Audiencia Potencial

Para el análisis del público al que se dirige la radio es indispensable el uso de la investigación cuantitativa, pues ella permite conocer a profundidad la opinión de la audiencia sobre la oferta actual y sus aspiraciones con respecto a la emisora. Los resultados de esta investigación proporcionarán información relevante para formular un proyecto capaz de satisfacer las expectativas del radioescucha.

Universo de estudio

En la investigación se considera la población en edad comprendida entre los 10 y 74 años que habitan en el sector.

Tabla 5: Población Potencial por cantones

Población de 10 a 74 años	
Gualaceo	31.650
Chordeleg	9.393
Sígsig	19.656
Paute	19.567
Guachapala	2.490
Sevilla de Oro	4.357
El Pan	2.219
Total	89.332

Fuente: INEC

Elaborado por: María Juca

Método de recolección de información

La muestra es una parte seleccionada de la población y para el desarrollo de las encuestas es imperativo obtener representatividad del universo para cumplir con el objetivo de conocer el impacto que puede tener en el territorio una emisora de este tipo, lo que se logra luego de la aplicación de una fórmula estadística confiable.

La aplicación del muestreo probabilístico permite determinar el tamaño de la muestra al mismo tiempo que posibilita que cada miembro de la población tenga la misma probabilidad de ser seleccionado como sujeto para responder a la encuesta planteada, lo que a la vez facilita la obtención de exactitud en los resultados.

La fórmula para fijar el número de encuesta aplicable al universo poblacional es la siguiente:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + (Z^2 \cdot p \cdot q)}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Total de la población en este caso son 89.332

Z = Margen de confiabilidad que se obtiene luego de aplicar las encuestas. En esta ocasión se pretende obtener un 90% de confiabilidad lo que da como resultado 1,64 desviaciones estándar.

p = Probabilidad de que el evento ocurra (50%)

q = Probabilidad de que el evento no ocurra (1-P) (50%)

e = Error de estimación

Al momento de aplicar la fórmula al universo seleccionada obtenemos el siguiente resultado:

$$n = \frac{89.332 \times 1,64^2 \times (0.5) \times (0.5)}{0.10^2 \times (89.332 - 1) + (1.64^2 \times 0.5 \times 0.5)}$$

n = 67.19 personas

Para lograr equidad al momento de la aplicación de las encuestas a la población, se procede a desarrollar una regla de tres y en consecuencia obtenemos el número de encuestas que se aplicarán en cada uno de los siete cantones.

Tabla 6: Número de encuestas a realizar en cada cantón

Cantón	No. Habitantes	Muestra 10% error
Gualaceo	31.650	23
Chordeleg	9.393	7
Sígsig	19.656	14
Paute	19.567	14
Guachapala	2.490	3
Sevilla de Oro	4.357	4
El Pan	2.219	2
Total	89332	67

Fuente: INEC

Elaborado por: María Juca

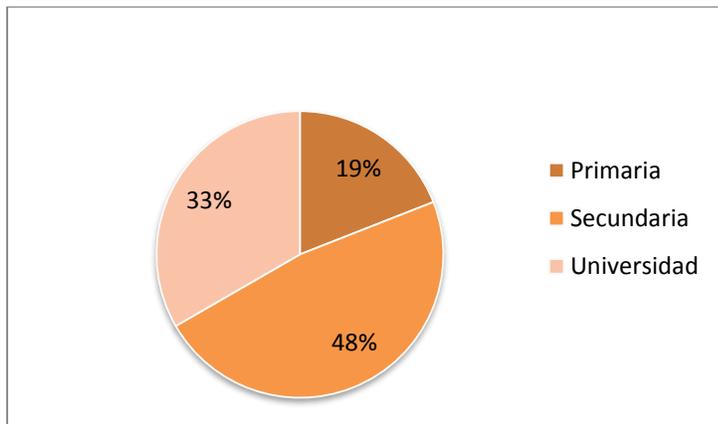
La encuesta se aplicó entre la población mayor a 14 años, los días domingos 17, 24, 31 de enero de 2016 y 21 de febrero de 2016, toda vez que es necesario conocer el uso que hacen de la radioemisora, sus necesidades insatisfechas y su opinión acerca de cómo sería la radio ideal.

Resultados

Luego de realizada la encuesta en los diferentes cantones de impacto del proyecto se obtuvieron los siguientes resultados:

Todos los encuestados escuchan radio en diversos momentos del día, la pauta para la elección del programa y la emisora la marca el nivel de instrucción y profesión del encuestado.

Ilustración 2: Nivel de instrucción

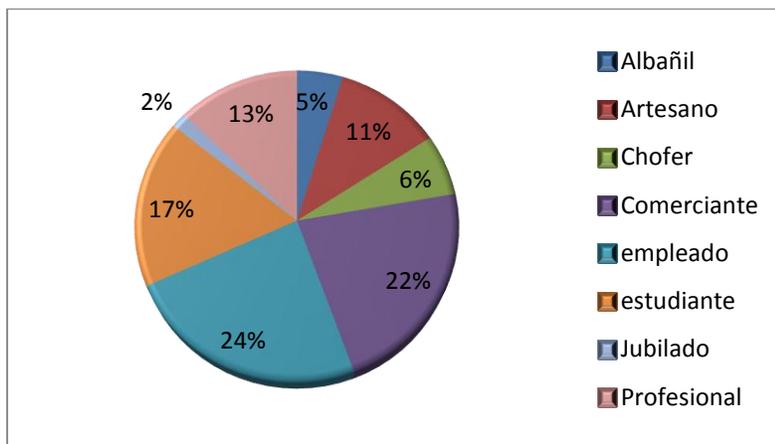


Fuente: María Juca

Elaborado por: María Juca

La población donde se propone la implementación del proyecto posee instrucción secundaria (48%), seguida por la primaria (33%) y finalmente, la universitaria (19%). Este dato permite conocer el tipo de instrucción educativa y preparar el contenido para un público que posee educación media.

Ilustración 3: Profesión

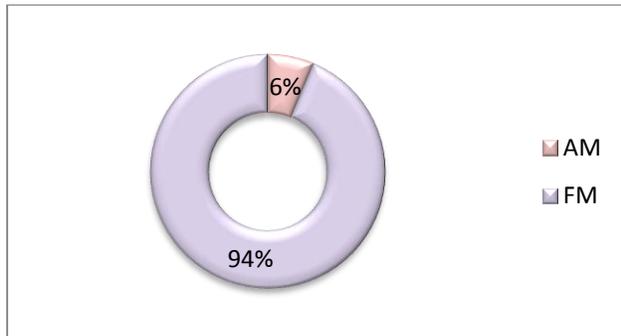


Fuente: María Juca

Elaborado por: María Juca

En lo referente a su trabajo, los encuestados en su mayoría son empleados públicos (24%) o privados (22%), seguidos de comerciantes (17%), estudiantes (13%), profesionales titulados (11%), artesanos (5%), los choferes, albañiles y jubilados componen un (2%).

Ilustración 4: Banda de radio que escucha

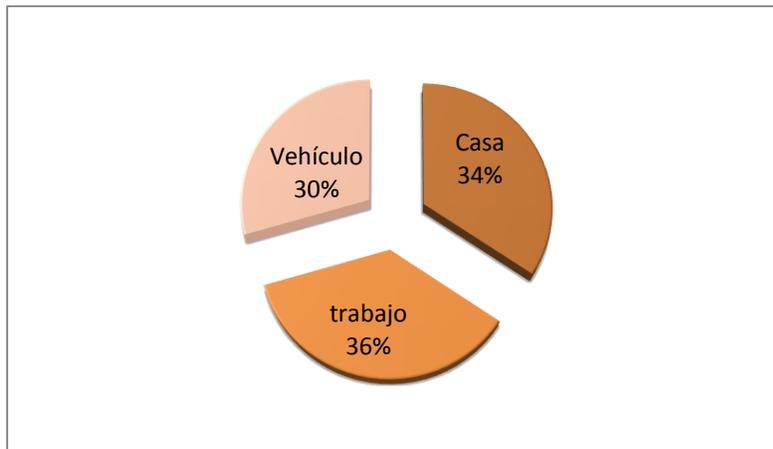


Fuente: María Juca

Elaborado por: María Juca

La banda de emisora que prefiere la gente es Frecuencia Modulada (FM) debido a su nitidez; el porcentaje de radioescuchas que eligió esta banda llega al 94% frente a un 6% que prefiere Amplitud Modulada (AM).

Ilustración 5: Lugar donde escucha radio

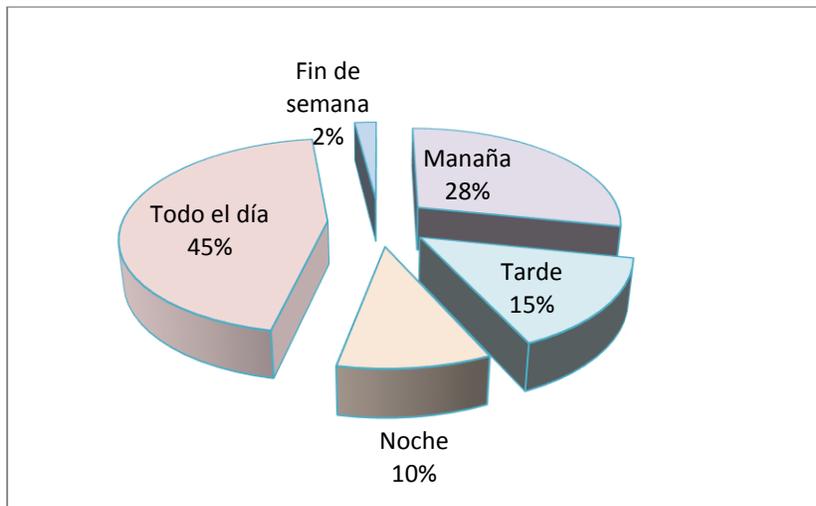


Fuente: María Juca

Elaborado por: María Juca

La capacidad que tiene la radio de acompañar a sus oyentes a cualquier lugar donde se encuentre, dificulta la exposición del lugar exacto donde la gente prefiere escuchar radio; sin embargo, de la investigación se desprende que el más alto nivel de audiencia que posee la radio son personas que se encuentran trabajando (36%), seguidos por quienes la prefieren sintonizar en casa (34%) y vehículo (30%).

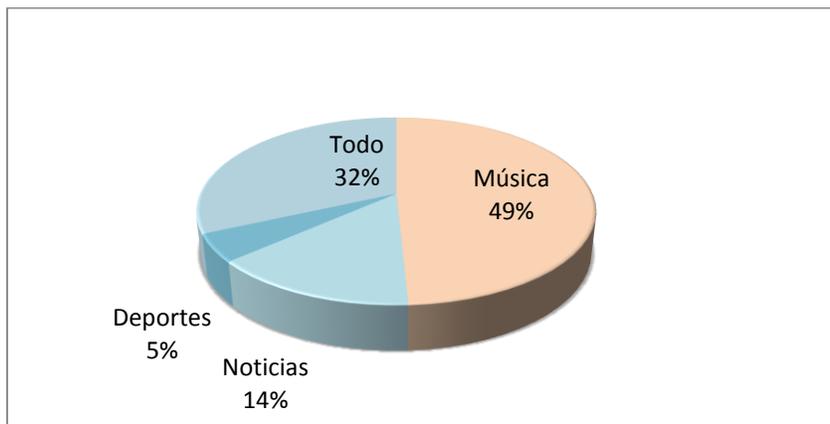
Ilustración 6: Horario que escucha radio



Fuente: María Juca
Elaborado por: María Juca

El horario que posee el mayor porcentaje de oyentes es el de la mañana (28%) especialmente las primeras horas (06H00 – 08H00), seguido por el horario de la tarde (15%) (15H00 – 17H00) y la noche (10%). Aunque el 45%, porcentaje mucho mayor, sostuvo que sintoniza la radio durante todo el día porque la consideran compañera ideal durante el desarrollo de sus actividades cotidianas; un 2% prefiere sintonizar radio durante el fin de semana.

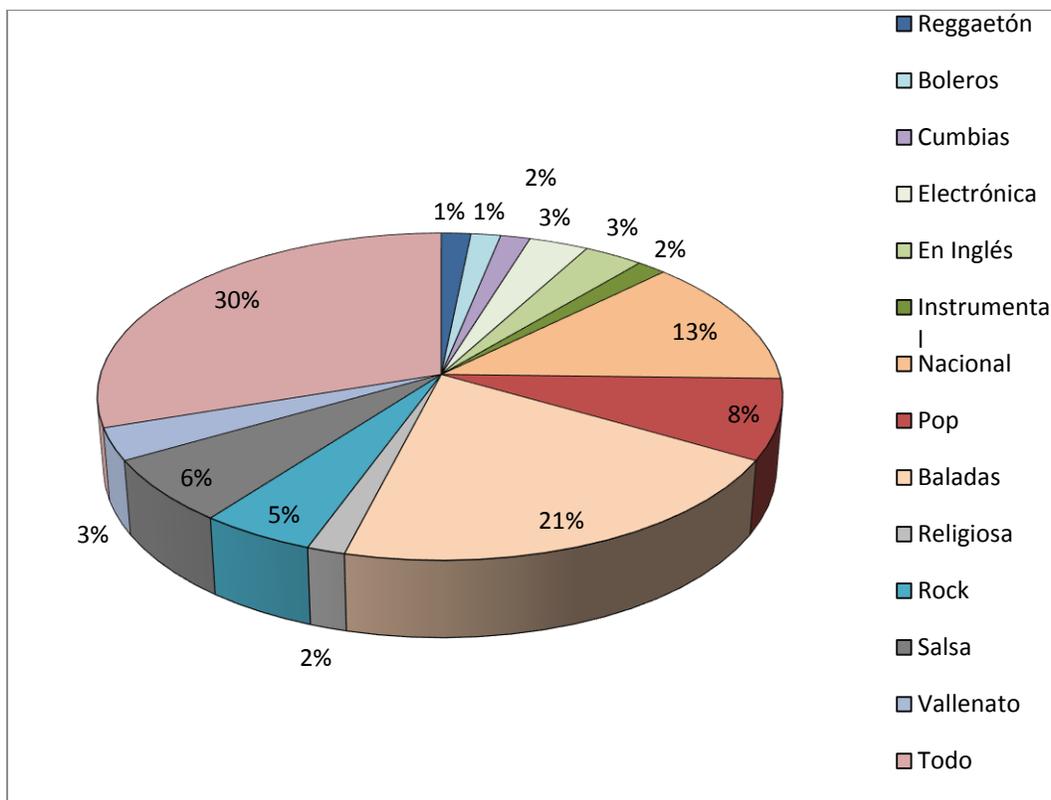
Ilustración 7: Razón por la que escucha radio



Fuente: María Juca
Elaborado por: María Juca

En la zona, lo que motiva a la ciudadanía a sintonizar una emisora es principalmente la música (49%), seguido de un 32% de gente que la escuchan sin definir exclusividad para música, noticias o deportes; la necesidad de mantenerse informados de los acontecimientos noticiosos que se generan diariamente persuade al 14% para prender la radio y un 5% dice interesarse en programas radiales deportivos.

Ilustración 8: Preferencia en música

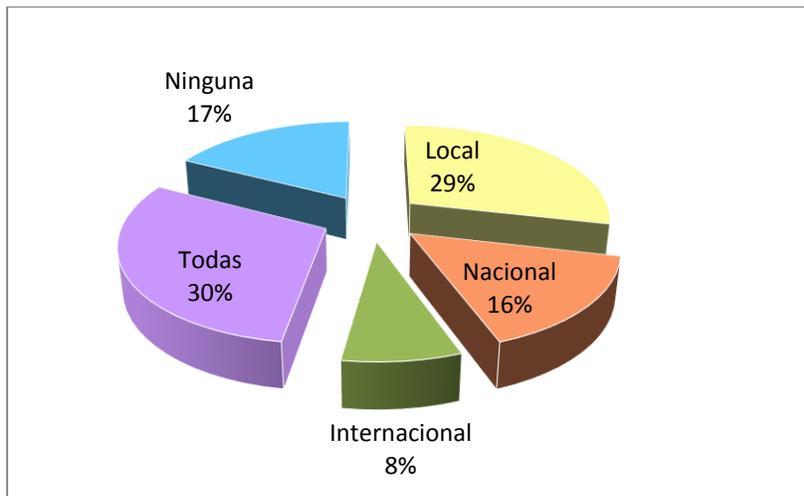


Fuente: María Juca

Elaborado por: María Juca

En lo referente al tipo de música con más adeptos, destaca en primer lugar las baladas con el 21%, seguidas de Música Nacional con un 13%, Pop 8%, salsa 6%, Rock 5%; electrónica, En Inglés y Vallenato con un 3%; Cumbias, Instrumental y Religiosa con un 2%; Reggaetón y Boleros con un 1%. Finalmente el 30% de los encuestados manifiestan que escuchan todo tipo de música y no tienen un gusto especial por ningún género.

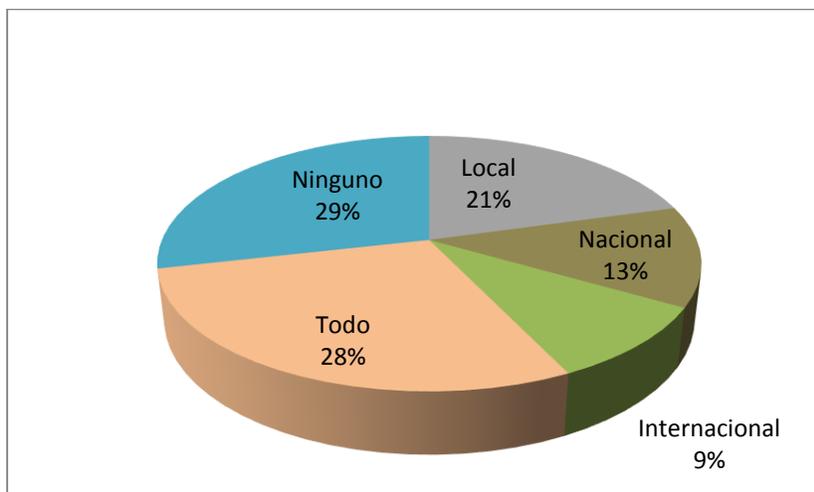
Ilustración 9: Preferencia en noticias



Fuente: María Juca
Elaborado por: María Juca

Con respecto al área informativa la mayoría (30%) prefiere un noticiero que contenga toda la información relevante. se conoció además que existe interés especial por la información local (29%), seguida de las noticias nacionales (16%) e internacionales (8%); Sin embargo, un porcentaje significativo (17%) de los encuestados sostiene que no se interesa por los noticieros.

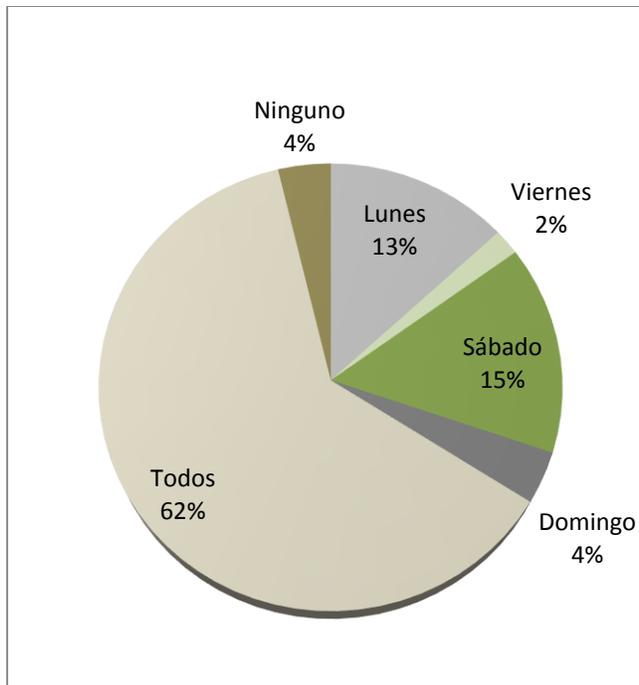
Ilustración 10: Preferencia en deportes



Fuente: María Juca
Elaborado por: María Juca

Al evaluar los resultados referentes a preferencias deportivas se descubre que a un 29% de los encuestados no le interesan los deportes, el 28% de la población prefiere un programa que informe adecuadamente sobre todos los aspectos relacionados al deporte, el 21% prefiere la información deportiva local, el 13% la Nacional y el 9% la Internacional.

Ilustración 11: Día ideal para escuchar noticias

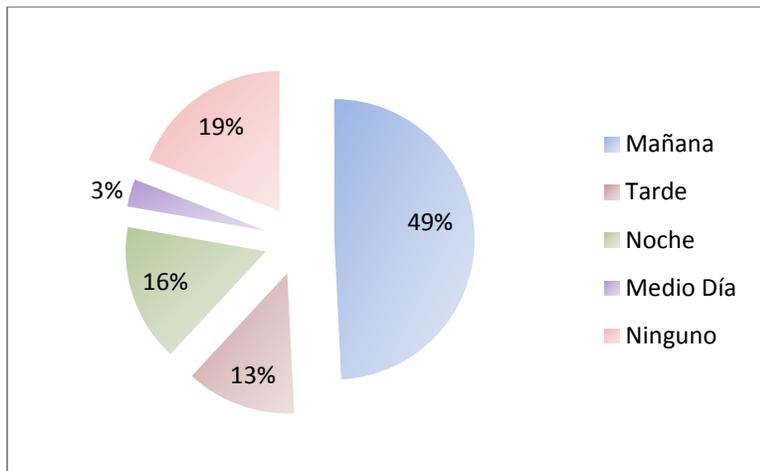


Fuente: María Juca

Elaborado por: María Juca

La audiencia analizada posee hábitos definidos de consumo de radio, tal es el caso que el espacio ideal para escuchar noticias por este medio es todos los días, opinión con la que concuerda el 62% de la población encuestada. Los siguientes resultados los arroja una población que opina que en radio debería de existir la emisión del noticiero una vez por semana; ante este panorama se desglosa que el día ideal para la transmisión del programa noticioso es el día sábado según un 15% de los encuestados, el lunes cuenta con la aprobación del 13%, el 4% opina que no debería haber noticiero en la radio y el viernes es una opción para el 2%.

Ilustración 12: Horario ideal para escuchar noticias

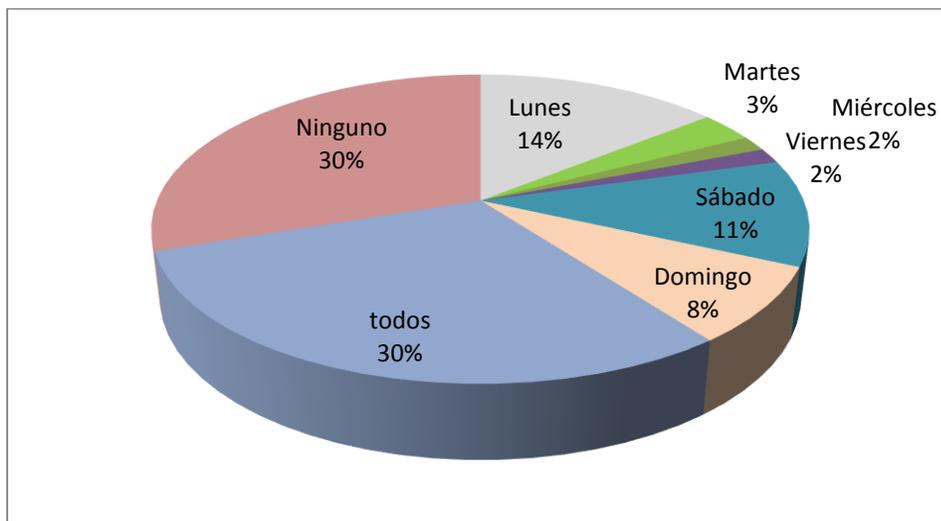


Fuente: María Juca

Elaborado por: María Juca

Del total de los seleccionados para contestar la encuesta se desprende que el horario ideal para escuchar noticias es en la mañana (49%), seguido de la segunda opción que sería en la tarde (19%), en tercer lugar se ubica la noche (16%), en cuarto lugar se encuentra la opción Medio día (13%) y como último recurso se encuentra la opción Ninguno (3%).

Ilustración 13: Día ideal para escuchar deportes

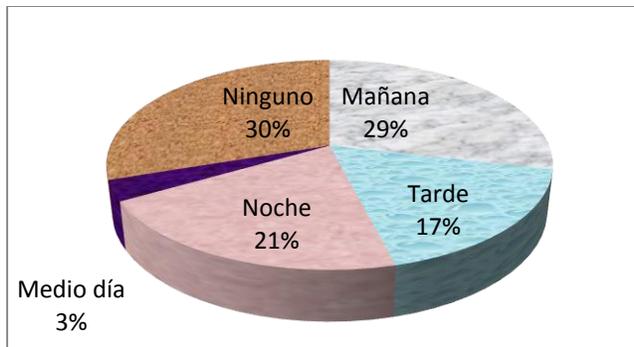


Fuente: María Juca

Elaborado por: María Juca

Los encuestados respondieron en igual proporción (30%) que sería ideal que un programa deportivo se lo transmita todos los días y ningún día, y un porcentaje menor opina que debería transmitirse una vez a la semana, puede ser lunes (14%), sábado (11%), domingo (8%), martes (3%), miércoles (2%) y viernes (2%).

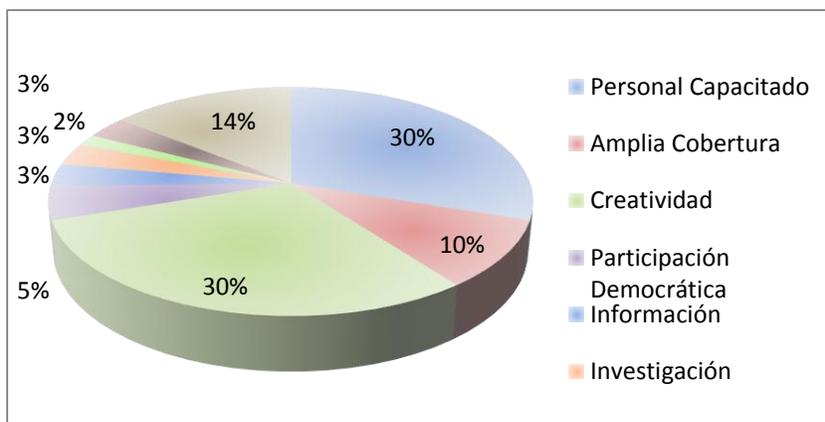
Ilustración 14: Horario Ideal para escuchar deportes



Fuente: María Juca
Elaborado por: María Juca

En lo referente al horario ideal para un programa deportivo, la gente (30%) concuerda en que ningún horario es ideal para este programa, seguido de aquellos que opinan que la mañana es la opción más conveniente (29%), aunque un porcentaje no muy alejado (21%) piensa que la noche es el horario ideal; un grupo significativo (17%) está de acuerdo con escuchar un programa deportivo en la tarde.

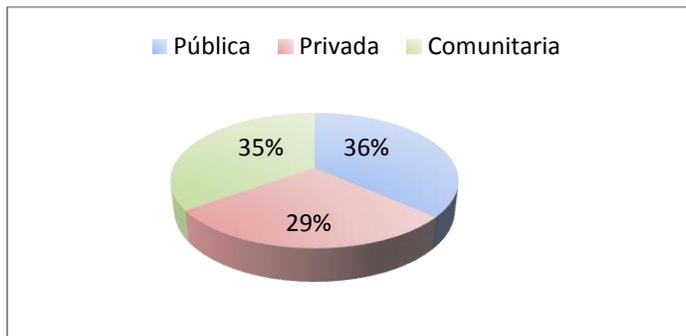
Ilustración 15: Radio ideal tiene:



Fuente: María Juca
Elaborado por: María Juca

La imagen mental que se forma en cada encuestado al pensar en una radio ideal coincide en varios aspectos; la mayoría sostiene que el personal capacitado (30%) y la implementación de creatividad (30%) en su realización son aspectos que deben estar estrechamente unidos, y deben ser complementados con variedad en la programación (14%), amplitud de cobertura (10%), participación democrática (5%), información (3%), Investigación (3%), objetividad (3%) y música actual (2%).

Ilustración 16: Una radio ideal es:



Fuente: María Juca

Elaborado por: María Juca

Los encuestados sostienen que con el fin de lograr una radio ideal, esta debería ser Pública (36%), administrada de forma independiente y sin la influencia de ningún organismo privado o gubernamental, un porcentaje muy cercano (35%) cree que la radio habría de ser comunitaria y un grupo bastante representativo (29%) cree que debería ser privada.

Luego de conocer los resultados de la investigación cuantitativa se cuenta con bases sólidas para proceder a realizar el diseño ideal de la radio comunitaria; una radio capaz de cumplir con los objetivos de democratizar la palabra y además satisfacer la demanda de la población en cuanto a calidad radiofónica.

CAPITULO IV

Estado del Espectro radioeléctrico

Luego de conocer la opinión de la ciudadanía respecto a la radio, el siguiente paso es identificar la disponibilidad de frecuencia en el territorio de interés. Además definir el alcance del significado de estación de radiodifusión nacional que hace la Ley Orgánica de Comunicación, estación local, matriz, repetidora, área de operación zonal y área de operación independiente que realiza la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL).

Estaciones de radio nacionales: Son aquellas que poseen cobertura sobre el 30% o más de la población de Ecuador o su sistema está conformado por una matriz y seis o más repetidoras y en consecuencia, su cobertura alcanza a las poblaciones de dos o más regiones del país (Asamblea Nacional, 2013, pág. 6).

Estaciones de radio locales: Son aquellas que cubren las cabeceras cantonales o sectores de baja población que no sean capitales de provincia y su frecuencia puede ser reutilizada en otro cantón de la misma área de operación (ARCOTEL, 2015, pág. 5).

Estación matriz: Es la estación de radiodifusión desde donde opera la radio, dando cobertura a su área autorizada (ARCOTEL, 2015, pág. 5).

Estación repetidora: Es la estación de radiodifusión que recepta la totalidad de la programación de la estación matriz y la transmite simultáneamente en su área de cobertura autorizada (ARCOTEL, 2015, pág. 5).

Área de Operación Zonal: Corresponde a una población o conjunto de poblaciones ubicadas dentro de una misma área de operación independiente, y dependiendo de sus condiciones geográficas se puede utilizar el grupo de frecuencias asignadas a su área de operación independiente, sin causar interferencia (ARCOTEL, 2015, pág. 6).

Área de Operación Independiente: Corresponde a la integración de cantones de una provincia, provincias completas, integración de una provincia con cantones y/o parroquias de otra provincia, unión de provincias, o agrupación de una o varias áreas de operación zonales, se la identifica con un código único de acuerdo a la siguiente nomenclatura (ARCOTEL, 2015, pág. 6):

Letra inicial F = Frecuencia Modulada.

Segunda letra = La asignada a cada área de operación independiente.

En tercer lugar, el número ordinal que corresponda en forma ascendente.

Tabla 7: Codificación del Área de Operación Independiente por provincias

Código	Descripción del área de operación independiente
FA001	Provincias de Azuay y Cañar, excepto la parte occidental de la cordillera de los Andes de las provincias de Azuay (cantón Camilo Ponce Enríquez) y Cañar (cantón La Troncal).
FB001	Provincia de Bolívar, excepto la parte occidental de la Cordillera de los Andes (cantones Echeandía, Caluma, Las Naves y estribaciones occidentales de los cantones de San Miguel y San José de Chimbo).
FC001	Provincia del Carchi excepto la parte occidental de la Cordillera de los Andes de la provincia del Carchi e incluye el cantón Pimampiro y las parroquias Salinas y Ambuquí de la provincia de Imbabura.
FE001	Provincia de Esmeraldas, excepto el cantón Quinindé e incluye la parte occidental de la Cordillera de los Andes de la provincia del Carchi.
FG001	Provincia del Guayas, excepto El Empalme, Balzar, Colimes, Palestina, Santa Lucía, Alfredo Baquerizo Moreno, Simón Bolívar, Balao, incluye el cantón Cumandá de la provincia de Chimborazo y la parte occidental de la Cordillera de los Andes de la provincia de Cañar (cantón La Troncal).
FF001	Provincia de Santa Elena
FJ001	Provincia de Imbabura, excepto el cantón Pimampiro y las parroquias Salinas y Ambuquí.
FL001	Provincia de Loja
FM001	Provincia de Manabí, excepto los cantones El Carmen y Pichincha.
FN001	Provincia de Napo.

FO001	Provincia de El Oro, incluye el cantón Balao de la provincia de Guayas y la parte occidental de la Cordillera de los Andes de la provincia de Azuay (cantón Camilo Ponce Enríquez).
FR001	Provincia de Los Ríos: cantones El Empalme, Balzar, Colimes, Palestina, Santa Lucía, Alfredo Baquerizo Moreno y Simón Bolívar de la provincia de Guayas, cantón Pichincha de la provincia de Manabí, y la parte occidental de la Cordillera de los Andes de las provincias de Cotopaxi (cantones Pangua, La Maná, parroquia Pilaló (cantón Pujilí)) y Bolívar (Las Naves, Echeandía, Caluma, y estribaciones occidentales de los cantones San Miguel y San José de Chimbo).
FP001	Provincia de Pichincha, excepto Puerto Quito, Pedro Vicente Maldonado, San Miguel de Los Bancos, incluye la parroquia Mindo.
FK001	Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, incluye los cantones El Carmen (provincia de Manabí), Quinindé (provincia de Esmeraldas), Puerto Quito, Pedro Vicente Maldonado, San Miguel de Los Bancos (provincia de Pichincha) excepto la parroquia Mindo (cantón San Miguel de Los Bancos).
FS001	Provincia de Morona Santiago, excepto el cantón Palora.
FT001	Provincias de Cotopaxi y Tungurahua, excepto la parte occidental de la Cordillera de los Andes de la provincia de Cotopaxi (cantones Pangua, La Maná, parroquia Pilaló (cantón Pujilí)).
FH001	Provincia de Chimborazo, excepto la parte occidental de la Cordillera de los Andes (cantón Cumandá).
FU001	Provincia de Sucumbíos.
FX001	Provincia de Pastaza, incluye el cantón Palora (P. de Morona Santiago).
FY001	Provincia de Galápagos.
FZ001	Provincia de Zamora Chinchipe.

Fuente: ARCOTEL, 2015

Elaborado por: ARCOTEL

El Estado, para proceder a la distribución equitativa de las frecuencias del espectro radioeléctrico destinadas al funcionamiento de estaciones de radio y televisión de señal abierta, establecida en el Art. 106 de la Ley Orgánica de Comunicación, especifica que este menester se realizará tomando como unidad de distribución geográfica cada área de operación independiente determinada y localizada en el territorio nacional (Correa Delgado, 2016).

Canalización de la banda FM

La Agencia de Regulación y Control de las Comunicaciones (ARCOTEL) en resolución del 08 de mayo del 2015 pone en vigencia la “Norma Técnica para el Servicio de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada Analógica”, mediante el documento se canaliza la banda de frecuencias FM. La canalización establece la existencia de 100 frecuencias con una separación de 200 MHz, numeradas del 1 al 100, iniciando la primera frecuencia en 88.1 MHz; la canalización técnica tiene como finalidad evitar la interferencia así como racionalizar el uso del espectro radioeléctrico (ARCOTEL, 2015, pág. 7).

Tabla 8: Canalización de banda FM

Frecuencias										
1	88.1	90.1	92.1	94.1	96.1	98.1	100.1	102.1	104.1	106.1
2	88.3	90.3	92.3	94.3	96.3	98.3	100.3	102.3	104.3	106.3
3	88.5	90.5	92.5	94.5	96.5	98.5	100.5	102.5	104.5	106.5
4	88.7	90.7	92.7	94.7	96.7	98.7	100.7	102.7	104.7	106.7
5	88.9	90.9	92.9	94.9	96.9	98.9	100.9	102.9	104.9	106.9
6	89.1	91.1	93.1	95.1	97.1	99.1	101.1	103.1	105.1	107.1
7	89.3	91.3	93.3	95.3	97.3	99.3	101.3	103.3	105.3	107.3
8	89.5	91.5	93.5	95.5	97.5	99.5	101.5	103.5	105.5	107.5
9	89.7	91.7	93.7	95.7	97.7	99.7	101.7	103.7	105.7	107.7
10	89.9	91.9	93.9	95.9	97.9	99.9	101.9	103.9	105.9	107.9

Fuente: ARCOTEL

Elaborado por: María Juca

La norma técnica hace una puntualización a raíz de la canalización de la banda de frecuencias, y es que para no causar interferencias en las frecuencias adyacentes, destinadas a servir a una misma área de operación, al momento de canalizar la banda se debe separar mínimo 400 kHz entre cada frecuencia (ARCOTEL, 2015, pág. 7)..

Finalmente, se establece seis grupos para distribución y asignación de frecuencias en el territorio a nivel nacional; los grupos son designados como G1, G2, G3, G4, G5 y G6. Las

provincias de Azuay y Cañar están servidas por los grupos G1, G3 y G5 (ARCOTEL, 2015, pág. 7).

El área de operación independiente se subdivide en áreas de operación zonal, que son lugares donde se vuelven a utilizar las frecuencias (ARCOTEL, 2015, pág. 7). Para conocer la disponibilidad del espectro radioeléctrico en los cantones orientales de la Provincia, a continuación se grafica las áreas de operación zonal.

Tabla 9: Área de operación zonal

Grupos de Frecuencias	Áreas de Operación Zonal
G1, G3, G5	Cuenca, Biblián, Azogues, Déleg y Cañar
	San Fernando, Santa Isabel y Girón
	Gualaceo, Chordeleg, Paute y Sígsig
	Sevilla de Oro y El Pan

Fuente: ARCOTEL, 2015

Elaborado por: María Juca

Disponibilidad de Frecuencias

Con los antecedentes anotados y aplicando los parámetros descritos se procede a presentar el cuadro de disponibilidad de frecuencias en los siete cantones objeto de la investigación.

Tabla 10: Disponibilidad de frecuencias en la zona

N°	Frecuencia	Asignación	Tipo	Estado
1	88.1			Disponible
2	88.5	Activa FM 88	Repetidora	Operando
3	88.9			Disponible
4	89.3	Santiago (Gualaceo)	Matriz	Operando
5	89.7			Disponible
6	90.1			Disponible
7	90.5	Antena UNO FM	Repetidora	Operando
8	90.9	Súper S (Azogues)	Matriz	Operando

9	91.3	W FM	Repetidora	Operando
10	91.7	Constelación (Paute)	Matriz	Operando
11	92.1			Disponible
12	92.5	K-1	Repetidora	Operando
13	92.9	Fiesta FM (Gualaceo) Stereo Fasayñán (Sígsig)	Matriz Matriz	Operando Operando
14	93.3	Génesis FM	Repetidora	Operando
15	93.7			Disponible
16	94.1			Disponible
17	94.5	La Voz de Ingapirca FM (Cañar)	Matriz	Operando
18	94.9	Súper 94.9 FM	Repetidora	Operando
19	95.3	Ondas Cañaris (Azogues)	Matriz	Operando
20	95.7			Disponible
21	96.1	La Voz de País	Repetidora	Operando
22	96.5			Disponible
23	96.9			Disponible
24	97.3	Cosmos FM Stereo	Repetidora	Operando
25	97.7			Disponible
26	98.1	Católica Nacional FM	Repetidora	Operando
27	98.5	Radio de la Asamblea Nacional	Repetidora	Operando
28	98.9			Disponible
29	99.3	Estelar FM	Repetidora	Operando
30	99.7			Disponible
31	100.1			Disponible
32	100.5			Disponible
33	100.9			Disponible
34	101.3	María	Repetidora	Operando
35	101.7	Radio Ciudad	Repetidora	Operando
36	102.1	La Voz de Tomebamba	Repetidora	Operando
37	102.5			Disponible
38	102.9			Disponible
39	103.3	Mega 103.3	Repetidora	Operando
40	103.7			Disponible
41	104.1			Disponible
42	104.5			Disponible
43	104.9			Disponible

44	105.3	Radio Publica	Repetidora	Operando
45	105.7	Sonorama FM	Repetidora	Operando
46	106.1			Disponible
47	106.5			Disponible
48	106.9			Disponible
49	107.3	Planeta – Canela Radio CORP	Repetidora	Operando
50	107.7			Disponible

Fuente: ARCOTEL

Elaborado por: María Juca

A partir del análisis de estos datos se concluye que la creación de una emisora de radio comunitaria es completamente factible, debido a la existencia de 26 frecuencias disponibles en la zona de influencia del proyecto.

Trámite Legal para formar una organización social

Cuando se ha determinado la existencia de frecuencias disponibles en la zona y se ha resuelto concesionar una de tipo comunitaria se procede a formar la organización social, ya que es imperativo para participar del concurso de adjudicación de frecuencias que la organización tenga aprobada su situación jurídica y estar registrada en el Sistema Unificado de Información de Organizaciones Sociales (SUIOS).

Adicionalmente deben cumplir con la normativa del Decreto Ejecutivo 739 que codifica y reforma el Decreto Ejecutivo No. 16. El documento suscrito el 03 de agosto de 2015 tiene por objeto homologar los requisitos para el otorgamiento de personería jurídica de las organizaciones sociales y ciudadanas por parte de las instituciones competentes del Estado, así como establecer requisitos para el funcionamiento del Sistema Unificado de Información de las Organizaciones Sociales y Ciudadanas (Registro Oficial 570 , 2015).

“Dicho instrumento derivado de la normativa rectora de las organizaciones sociales existente en el Código Civil, unifica una reglamentación dispersa que ya existía así como integra las disposiciones de la Ley de Participación Ciudadana” (Registro Oficial 570 , 2015, pág. 2).

Con estos antecedentes se procede a describir los mecanismos para constituir una organización social comunitaria.

En primera instancia el reglamento clasifica a las organizaciones en:

- Corporaciones.
- Fundaciones.
- Otras formas de organización social nacionales o extranjeras: Son organizaciones sociales, nacionales o extranjeras que se rigen por sus propias leyes, tales como: comunas, juntas de agua, juntas de regantes, las de economía popular y solidaria, etc. (Registro Oficial 570 , 2015, pág. 2).

Se prevé que el proyecto sea desarrollado por una organización social y no una fundación o corporación, por lo que se procede a enumerar el concepto y requisitos que hacen referencia a ella.

Requisitos para el funcionamiento y Aprobación de los Estatutos de las organizaciones sociales

1. Solicitud dirigida al Director (a) de la cartera de estado, debidamente firmado por el representante legal y el abogado patrocinador.
2. Acta de la Asamblea General Constitutiva de la organización social en formación o copia certificada por el secretario provisional, suscrita por todos los miembros fundadores con la siguiente información:
 - Nombre de la organización.
 - Nombres y apellidos completos, nacionalidad y número del documento de identidad de cada uno de los miembros fundadores.
 - Voluntad de los miembros fundadores de constituir la misma.
 - Fines y objetivos generales que se propone la organización.
 - Nómina de la directiva provisional.

- Nombres, apellidos y número del documento de identidad de la persona que se hará responsable de realizar el trámite de legalización de la organización, teléfono, correo electrónico y domicilio donde recibirá notificaciones.
- Estatutos aprobados por la Asamblea.
- Indicación del lugar en que la organización social, en proceso de aprobación de la personalidad jurídica, tendrá su domicilio, con referencia de la calle, parroquia, cantón, provincia, número de teléfono, fax o dirección de correo electrónico y casilla postal, en caso de tenerlos.
- Dos originales del estatuto el mismo que establecerá y regulará como mínimo los siguientes aspectos:
 - Denominación, ámbito de acción y domicilio de la organización.
 - Alcance territorial de la organización.
 - Fines y objetivos, en los que se manifieste si realizarán o no actividades de voluntariado de acción social y desarrollo o programas de voluntariado.
 - Estructura organizacional.
 - Derechos y obligaciones de los miembros.
 - Forma de elección de las dignidades y duración en funciones.
 - Atribución y deberes de los órganos internos: directiva, administradores y representación legal.
 - Patrimonio social y administración de recursos.
 - La forma y las épocas de convocar a las asambleas generales.
 - Quórum para la instalación de las asambleas generales y el quórum decisorio.
 - Mecanismos de inclusión o exclusión de miembros, los mismos que deberán garantizar en todo momento el derecho al debido proceso.
 - Reforma de estatutos.
 - Régimen de solución de controversias.
 - Causales y procedimiento de disolución y liquidación.
 - Copia legible certificada del documento o documentos que acrediten el patrimonio de la organización social en numerario, en una cuenta de integración de capital; o en especie, mediante declaración jurada de bienes, de acuerdo con lo siguiente:

- Las fundaciones y corporaciones de primer, segundo y tercer grado podrán acreditar su patrimonio mediante declaración juramentada, suscrita por los miembros fundadores.
- 3. Las organizaciones sociales conformadas por personas y grupos de atención prioritaria, cuyo objetivo sea la defensa de sus derechos, estarán exentas de acreditar patrimonio.
- 4. Para el caso de que participen, como expresión de la capacidad asociativa, personas jurídicas de derecho privado, deberán presentar, además de los documentos señalados, actas del máximo órgano social de la organización, certificadas por su secretario, en las que conste la decisión de asociarse de sus miembros (Registro Oficial 570 , 2015, págs. 4,5).

En el Anexo 1 se encuentra el Modelo de Solicitud para realizar la gestión en el Ministerio de inclusión económica y social (MIES).

Aprobación del estatuto y consecución de la personería jurídica

Luego del haber cumplido con lo estipulado, el trabajo de los directivos de la organización en formación es proceder a la obtención del otorgamiento de personalidad jurídica en la Institución del Estado competente, previo al cumplimiento del siguiente procedimiento:

1. Ingresar la solicitud de aprobación del estatuto y reconocimiento de la personalidad jurídica, mediante oficio dirigido a la autoridad de la institución competente del Estado, adjuntando la documentación anotada, en físico, y obtener el recibo de inicio de trámite que será otorgado por el funcionario que reciba y revise la documentación.
2. El servidor público responsable, revisará la documentación y emitirá un informe a la autoridad competente, que será puesto en conocimiento de la organización social requirente, dentro del término de hasta quince días, contados desde que se presentó la solicitud.

3. Si del informe es positivo, la autoridad competente aprobará el estatuto y otorgará la personalidad jurídica a la organización social solicitante, dentro del término de tres días.
4. Si del informe es desfavorable, la autoridad competente concederá un término de hasta veinte días para que la organización complete los requisitos y reingrese la documentación ante el servidor público responsable. Luego del reingreso de la información el funcionario tiene hasta quince días para emitir un nuevo informe.
5. La autoridad competente podrá aprobar los estatutos introduciendo, de oficio, las reformas necesarias para su completa legalidad (Registro Oficial 570 , 2015, pág. 4).

CAPÍTULO V

Perfil de la Radio Comunitaria

El perfil de la emisora surge del análisis de la oferta que brindan las radios existentes, del análisis del sector económico, del resultado de las encuestas aplicadas al público potencial y la investigación sobre disponibilidad de frecuencias en la zona. La propuesta se encamina a crear una radio que satisfaga los requerimientos y exigencias de la audiencia.

1. Transmitirá en Frecuencia Modulada
2. El área de operación zonal abarca los cantones: Sígsig, Chordeleg, Gualaceo, Paute, Guachapala, El Pan y Sevilla de Oro.
3. El código de área de operación independiente es FA001.
4. Los estudios de la emisora estarán en el cantón Paute.
5. Debido a la subdivisión del área de operación zonal se requiere dos transmisores: el primero, que dará cobertura a los cantones Sígsig, Chordeleg, Gualaceo y Paute estará ubicado en el cerro Maras del cantón Paute y el segundo, que cubrirá El Pan Y Sevilla de Oro estará ubicado en el cerro Turi del cantón El Pan (Peñaherrera, 2016).
6. La radio será un medio generalista debido a que su contenido estará basado en espacios que claramente se distinguen unos de otros.
7. El personal que colabore con la radio provendrán de la organización, estarán capacitados para conducir los programas establecidos, además se contará con profesionales de la comunicación.
8. El financiamiento de la radio será mediante la venta de cuñas publicitarias, arriendo de espacios y emprendimientos productivos.
9. La publicidad que se transmita en la radio será por bloques cada media hora, lo que permitirá transmitir programas con poca interrupción.
10. Al ser una radio comunitaria, el medio estará enfocado en el cumplimiento de los objetivos de informar, entretener y educar, poniendo énfasis en satisfacer las necesidades informativas de la población, pero sobre todo inducir a que sean los actores sociales los principales involucrados en la generación de contenidos.

11. Dado que la población a cubrir es relativamente pequeña, la emisora contará diariamente con un espacio informativo de una hora y media, se transmitirá de 11H30 a 13H00, su contenido se producirá en las inmediaciones de los siete cantones, brevemente se tratará las noticias que se generan a nivel provincial, nacional e internacional, dependiendo de su importancia.
12. Tendrá un espacio deportivo de una hora el día lunes, su contenido será un resumen del deporte nacional y la mayor parte del tiempo será dedicado exclusivamente al deporte barrial y comunitario.
13. Se desarrollarán programas de entretenimiento elaborados a partir del uso de contenidos especializados y empíricos, relacionados con las organizaciones sociales, asociaciones, grupos, etc.; todos deben involucrar a la zona de influencia del proyecto.
14. Al elaborar los programas educativos se propone cambiar la idea de un profesor dictando clases a través de un micrófono a un grupo de alumnos desconocidos, por espacios donde sean los alumnos quienes generen y transmitan conocimiento a sus congéneres.
15. La música es un elemento primordial en la radio, sin embargo, no es recomendable mezclar todos los géneros eso demuestra poco interés en preparar el programa; se tendrá música durante la mañana y la noche, ellos estarán matizados con entrevistas, discografía, bibliografía de autores y compositores locales, nacionales y extranjeros, además de notas que informen sobre el género que se toque. Los espacios de la tarde serán dedicados a programas variados.

Obtención de la Frecuencia

El siguiente paso en el desarrollo del proyecto es participar en el concurso para la adjudicación de frecuencias que será convocado por la Secretaría Nacional de Comunicación. Previo a la presentación al concurso para la adjudicación de frecuencias comunitarias, los interesados deben presentar los siguientes requisitos requeridos por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones:

1. Llenar la solicitud en el formulario establecido para el efecto por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, dirigida a la Dirección Ejecutiva de la

Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL), suscrita por él/la representante legal de la persona jurídica solicitante, en la que se detalle:

- a. Razón social de la persona jurídica.
- b. Número de Cédula de Ciudadanía o Identidad del Representante Legal.
- c. Número del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.), deberá constar el nombre del colectivo, organización social sin fines de lucro; comuna, comunidad o pueblo.
- d. Nómina de todos los socios o accionistas, según corresponda.
- e. Tipo de servicio de radiodifusión (Televisión o Radio).
- f. Carácter del medio (nacional u otro en los términos establecidos en el artículo 6 de la Ley Orgánica de Comunicación).
- g. Tipo de medio de comunicación (Privado o Comunitario).
- h. Dirección del domicilio y correo electrónico en los cuales se recibirán las notificaciones.
- i. Teléfono fijo y móvil de la solicitante.
- j. Área(s) de cobertura a servir por la(s) cual(es) postula.
- k. Frecuencia (s) o Canal (es) por el/los que concursa; y,
- l. Nombre propuesto del medio de comunicación (**anexo 2**).
2. Certificado emitido por autoridad competente que determine que la persona jurídica es una comuna, comunidad, pueblo, un colectivo u organización social sin fin de lucro, tales como el Ministerio de Inclusión Económica y Social-MIES, Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos- MJDHC, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca – MAGAP, o cualquier otra cartera o institución del Estado, según su actividad;
3. Copia simple del nombramiento vigente del representante legal de la persona jurídica debidamente inscrito;
4. Proyecto comunicacional presentado de acuerdo a lo especificado en el Reglamento aprobado por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación-CORDICOM

5. Plan de gestión presentado de acuerdo a los parámetros contenidos en los formularios aprobados y publicados por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones ARCOTEL.
6. Plan de sostenibilidad económica presentado en los formularios aprobados y publicados por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones - ARCOTEL, en físico y archivo en formato Excel.
7. Estudio técnico de ingeniería presentado en los formularios aprobados y publicados por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones ARCOTEL.
8. Declaración juramentada otorgada ante Notario Público por el/la representante legal, accionistas o socios de la persona jurídica solicitante, acorde al modelo establecido por la Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones (Anexo 3). (ARCOTEL, 2016)

La solicitud y demás documentación se presentará en forma física y digital, en un sobre único cerrado con los documentos debidamente foliados y rubricados por el representante legal; en la documentación se insertará su índice correspondiente, la documentación que se anexe en copia deberá estar certificada por la autoridad competente, finalmente deberá ser entregada la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones.

El Comité Técnico será conformado por funcionarios de la Institución, elegidos por el Secretario Nacional de Telecomunicaciones. Ellos analizarán la documentación presentada para la adjudicación de frecuencias en el territorio ecuatoriano en un plazo no mayor a 30 días, incluso en el caso de haberse presentado una sola solicitud; una vez que se hayan cumplido las etapas del proceso el Presidente del Comité Técnico presentará el informe correspondiente, el mismo que por medio del Secretario Nacional de Telecomunicaciones será remitido a ARCOTEL.

El Comité Técnico en su informe señalará la factibilidad o no de la solicitud, así como el puntaje alcanzado por los postulantes, y las posibles descalificaciones debidamente justificadas (ARCOTEL, 2016).

Proyecto comunicacional

El marco regulatorio que rige a los medios de comunicación comunitario establece la obligatoriedad de presentar un plan comunicacional para acceder al concurso de frecuencias del espectro radioeléctrico, en esta lógica se encamina el presente plan.

El proyecto comunicacional es la propuesta de programación de contenidos y de vinculación con la sociedad que realiza el solicitante en los casos de adjudicación y autorización de frecuencias del espectro radioeléctrico, con el fin de informar, formar, educar o entretener a la ciudadanía, con ética y responsabilidad, en el marco de la Ley Orgánica de Comunicación, el respeto a la libertad de expresión y la garantía de los derechos a la comunicación e información (CORDICOM, 2015).

Misión del Plan Comunicacional

La misión es un importante elemento de la planificación que promueve el cumplimiento de objetivos claros que son los que guiarán a la empresa u organización (Kotler & Armstrong, 2012 p.39). “La misión define la razón de ser de la empresa, condiciona sus actividades presentes y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas” (Muñiz, 2010, pág. 33).

Ser una Institución sin fines de lucro, que promueve la participación de los habitantes en el quehacer radiofónico, en concordancia con la legislación que rige a los medios de comunicación comunitarios. A través de la radio se defienden los intereses colectivos, la diversidad de género y de opinión, no se tolera imposiciones ni censura y superpone las necesidades locales sobre lo nacional, internacional y anunciantes.

Visión del Plan Comunicacional

La Visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar (Blas, 2014, pág. 572).

La visión es convertirse en corto y mediano plazo en una alternativa radiofónica, caracterizada por generar programas de alta calidad con contenidos educativos, informativos y de entretenimiento integrales. La radio se proyecta para ser a largo plazo, un referente provincial de inclusión, diversidad, defensa de la democracia, equipamiento tecnológico y sostenibilidad económica.

Objetivos del Proyecto Comunicacional

Los objetivos son declaraciones que identifican el punto final o condición que se desea alcanzar (Taype, 2015)

Objetivo General del Plan Comunicacional

Convertir a la emisora en instrumento de educación, formación, información y entretenimiento con lo que se prevé promover el desarrollo social y económico de la región.

Objetivos específicos del Plan Comunicacional

1. Generar espacios de participación democrática, espacios educativos y de entretenimiento de alta calidad.
2. Desarrollar las estrategias comunicativas para la nueva estación de radio.
3. Fortalecer los valores democráticos, culturales, solidarios, ambientales, de género y todos aquellos que contribuyan al desarrollo integral del ser humano.
4. Lograr auto sostenibilidad económica.

Público Objetivo

El público objetivo es el conglomerado de personas a quienes se dirige la radio en su totalidad, un determinado programa, los segmentos o un *spot* publicitario. Al emprender un proyecto de radio es importante tenerlo claramente definido e identificado; el conocer al público objetivo permite desarrollar programas destinados a satisfacer sus necesidades.

Con la finalidad de estructurar una programación adecuada para cada público a continuación se procede a segmentar los públicos según su edad, género, y área de residencia.

Tabla 11: Población por cantón y grupos de edad

Población según Cantón y Grupos de Edad								
Edad en años	Sígsig	Chordeleg	Gualaceo	Paute	Guachapala	El Pan	Sevilla de Oro	Total
oct-14	3.673	1.596	5.488	3.022	347	304	577	15.007
15 – 19	3.058	1.485	5.069	2.790	321	237	556	13.516
20 - 24	2.027	1.166	3.960	2.318	302	220	517	10.510
25 - 29	1.615	924	3.033	2.008	260	196	484	8.520
30 – 34	1.375	641	2.215	1.488	186	143	387	6.435
35 - 39	1.354	653	2.013	1.287	165	152	366	5.990
40 - 44	1.138	564	1.789	1.161	188	135	306	5.281
45 - 49	1.149	525	1.766	1.044	145	151	244	5.024
50 - 54	976	463	1.446	899	127	146	227	4.284
55 - 59	877	394	1.388	828	107	155	216	3.965
60 - 64	889	342	1.317	784	106	136	183	3.757
65 - 69	823	358	1.202	797	106	139	159	3.584

Fuente: INEC

Elaborado por: María Juca

Tabla 12: Género de la población

Población según Cantón y Género			
Cantón	Hombre	Mujer	Total
Chordeleg	5.821	6.756	12.577
Gualaceo	19.481	23.228	42.709
Guachapala	1.560	1.849	3.409
El Pan	1.420	1.616	3.036
Paute	11.881	13.613	25.494
Sevilla de Oro	2.942	2.947	5.889
Sígsig	11.915	14.995	26.910

Fuente: INEC

Elaborado por: María Juca

Tabla 13: Área de residencia de la población

Población según área de residencia			
Cantón	Urbano	Rural	Total
Chordeleg	4.209	8.368	12.577
Gualaceo	486	2.550	3.036
Guachapala	1.125	2.284	3.409
El Pan	13.981	28.728	42.709
Paute	7.226	18.268	25.494
Sevilla de Oro	838	5.051	5.889
Sígsig	3.676	23.234	26.910

Fuente: INEC

Elaborado por: María Juca

Propuesta de Programación

Al presentar la parrilla de programación hay que tener en cuenta que no se puede ser competitivo con una programación de mala calidad, puesto que los medios hegemónicos se han vuelto bastante malos en términos de periodismo crítico, ellos han descubierto que el entretenimiento vende, por tanto, recurren a la afamada frase “pan y circo para el pueblo” y logran que la audiencia olvide el deber de los medios de difusión, ese estilo generalizado se convierte en la oportunidad de presentar una propuesta innovadora en la radio comunitaria (López, 2013).

José Ignacio López Vigil (2013), experto en radio comunitaria propone cuatro pasos para crear una buena programación:

- Conocer el contexto
- Conocer los públicos (jóvenes. Adultos, trabajadores)
- Conocer la competencia
- Conocer el equipo de trabajo

Cuando en los programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil es cuando se garantiza el éxito del proyecto radiofónico (López, 2013)

Formatos de radio

La radio es el medio de comunicación que a pesar de ser unisensorial posee extraordinarias ventajas sobre la prensa y la televisión; su capacidad de llegar simultáneamente a miles de personas de forma instantánea permite al radio oyente sentirse informado con el acontecer local, nacional e internacional en temas de música noticias, avances tecnológicos etc.

En cuanto a los formatos radiofónicos, es importante señalar que no es lo mismo género que formato pues género proviene de la raíz griega que significa generación y formato proviene del término latino que significa forma.

Partiendo de esta descripción Mario Kaplún en su libro “Producción de Programas de Radio” propone doce formatos básicos para desarrollar la parrilla radiofónica (Kaplún, 2006, pág. 159).

La Charla. Es un discurso o monólogo, generalmente breve y puede ser:

- **Expositiva:** Generalmente es la más utilizada y significa que una persona interviene en la radio con el fin de explicar algo, difundir conocimientos, dar consejos, etc.
- **Creativa.** Va más allá que la anterior y busca la manera de llamar la atención.
- **Testimonial.** Se caracteriza porque alguien cuenta su propia experiencia y en primera persona.

El Noticiero. Es un conjunto de notas sobre situaciones que se presentan y son de interés para la comunidad. Este tiene una subdivisión que está compuesta por:

- **Nota o crónica:** Se refiere a información sobre un hecho, incluye entrevista pero no criterios personales.
- **El comentario:** Involucra el análisis y una opinión acerca del hecho comentado y procura no dar información.

El Diálogo: Este se divide en diálogo didáctico que hace referencia a un entrevistador cuestionando a un especialista sobre un tema determinado y el radio-consultorio que se especializa en responder preguntas que hace el público.

Entrevista Informativa: Es un diálogo entre un entrevistador y el entrevistado.

La Entrevista Indagatoria: Hace referencia a una especie de interrogatorio a algún experto relacionado con el tema referido.

El Radioperiódico: Es una especie de periódico en radio, contiene secciones al igual que un diario.

La Radio-revista (programas misceláneos): Se caracteriza porque incluye secciones variadas y un conductor.

La Mesa Redonda: Su especialidad es la entrevista con dos o más invitados y un entrevistador denominado moderador; tiene una subclasificación que se denomina:

- **Mesa redonda propiamente dicha:** Donde existe la opción de opiniones diversas entre los invitados pero no se busca la confrontación.
- **Debate o discusión:** En esta se busca deliberadamente posiciones opuestas para provocar confrontación.

El radio-reportaje: Este formato se presenta como uno de los más importantes pues a través de él se presenta de forma completa un determinado tema. Tiene una subclasificación:

- En base de documentos vivos.
- En base de reconstrucción (relatos con montaje).

La dramatización: En este formato se recrea la vida, por ello es considerado el más activo de todos (Kaplún, 2006).

Los diversos formatos de radio que propone Kaplún (2006), se parecen a los que define José Ignacio López Vigil (2009), aunque él agrega “cada género, entonces, crea sus hábitos.

Cada formato radiofónico tiene sus leyes, sus pautas aceptadas por el público después de muchos años de experimentación” (López, 2009).

Modelos de programación de radio

Con el empleo de los diversos formatos anotados nacen los modelos de programación radiofónica. Según el Pleno de del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación encargado de expedir el “Reglamento que establece los parámetros de calificación del proyecto comunicacional para la adjudicación de concesiones de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión, y para la autorización de funcionamiento de los sistemas de audio y video por suscripción en los casos previstos en la ley” en el país existen tres tipos de emisoras de radio (CORDICOM, 2016).

Radio temática o especializada: Es aquella cuyo contenido de programación no es musical en un 90%

Radio Generalista: Es aquella que difunde una variedad de géneros y de contenidos adaptados a las diferentes audiencias

Radio Musical: Es aquella cuya programación es musical en un 90% (CORDICOM, 2016).

Contenido de la Rejilla de Programación

La ley de Comunicación, así como sus reglamentos marcan pautas estrictas que delimitan la construcción de la parrilla de programación. Directrices que deben ser anotadas una a una al elaborar la rejilla de programación. Es obligatorio recordar que los programas no se pueden repetir, y la parrilla debe realizarse con una visión semanal (Asamblea Nacional, 2013).

La propuesta debe contener:

- a. **Nombre del programa.** Los nombres de los programas no deben repetirse.

b. **Clasificación del contenido.**

- Informativos –I
- De opinión –O
- Formativos/educativos/culturales –F
- Entretenimiento –E
- Deportivos –D
- Publicitarios – P
- Largometraje

c. **Descripción del contenido.** se debe especificar su alineación con los objetivos específicos del medio. Detalle sobre todo los programas educomunicacionales y con temas de equidad de género, interculturalidad, diversidad, inclusión, participación y promoción de la cultura de paz, donde se impulse los derechos, se genere protagonismo de los grupos de atención prioritaria y se transmita música de artistas nacionales.

d. **Origen.** Indicar según artículos 100 y 101 de la Ley Orgánica de Comunicación, si el programa es de:

- Producción nacional
- Producción nacional independiente
- Producción internacional
- Producción iberoamericana

e. **Franja horaria.** De conformidad con el artículo 65 de la Ley Orgánica de Comunicación las franjas pueden ser:

- Familiar
- Responsabilidad Compartida
- Adultos

La franja familiar va de 06h00 a 18h00 se pueden difundir programas de clasificación “A”, la franja de responsabilidad compartida de 18h00 a 22h00 se pueden difundir programas de clasificación “A” y “B”, y la franja de adultos de 22h00 a 06h00 se pueden difundir programas de clasificación “A”, “B” y “C”.

- f. **Duración del programa sin publicidad.** Tiempo neto de duración del programa, en el formato hh:mm por ejemplo: para un programa que dura 25 minutos escribir: 00:25; para un programa que dura una hora diez minutos escribir: 01:10.
- g. **Duración de la publicidad:** Tiempo que suman los espacios de publicidad durante la transmisión del programa, en el formato hh:mm por ejemplo: si el tiempo de publicidad es de 15 minutos escribir 00:15.
- h. **Tiempo total de duración del programa.** Tiempo que dura la transmisión del programa incluida la publicidad, por ejemplo si el programa incluida la publicidad dura 30 minutos escribir: 00:30 si dura una hora con treinta minutos escribir: 01:30.
- i. **Día de transmisión.** Nombre del (o los) día(s) de transmisión, por ejemplo: lunes, de lunes a viernes o lunes y jueves.
- j. **Observaciones.** Indique las observaciones que considere necesarias para aclarar detalles en la programación, señale según corresponda si el programa es de interculturalidad, promoción de derechos, educomunicacional, eliminación de estereotipos, televentas, contenido musical nacional, etc. (Asamblea Nacional, 2013).

A continuación se elabora la matriz que condensa la propuesta de programación de la emisora. Los programas elaborados a partir del diagnóstico obtenido a través de la aplicación de encuestas y como resultado de la presente investigación; la parrilla pretende satisfacer los gustos, las demandas y los intereses de los habitantes del sur de la provincia del Azuay.

Tabla 14: Parrilla de programación

Programación de Lunes a Viernes				
Programa	Clasificación Del contenido	Descripción del contenido	Día de transmisión	Observaciones
Sin Puentes	E	El programa está diseñado para tocar música autóctona de los países latinoamericanos, pero su eje es contar los eventos trascendentales ocurridos en la historia de la región y del mundo.	Lunes Viernes	a La conducción del espacio estará a cargo de un comunicador.
Crónicas	I y O	Información y acontecimientos generados en la región, país y el mundo. Los componentes principales del noticiero son la Nota o Crónica, el comentario, el diálogo y la participación de la comunidad.	Lunes Viernes	a Estará a cargo de dos comunicadores titulados, (hombre y mujer) y cuatro reporteros cantonales. Uno en Sígsig, uno en Chordeleg-Gualaceo, uno en Paute-Guachapala y uno en Sevilla de Oro-El Pan.
De color Mate	E	En el programa participarán diariamente representantes de los, GAD, organizaciones, comunidades, barrios, instituciones etc. exponiendo historia, anécdotas y su labor en beneficio de la población. Este espacio será generado con música latinoamericana y con la participación de las 1089 formas de organización existentes en la zona.	Lunes Viernes	a El programa tendrá un comunicador que será el moderador, su labor es programar música, cuidar que no se desvíe el tema de fondo, estará encargado de sintetizar el tema expuesto.

La Recoleta	F	El programa tiene por objeto tocar música de todo el mundo, acompañada de amplia ilustración. El programa está planteado para que diariamente se dedique a la música de un solo país.	Lunes Viernes	a	La conducción del programa la realizará un comunicador/a.
El Cuarto Mosquetero	F	Es una revista radial sobre derechos de los jóvenes, capaz de convertirse en un espectáculo colorido, que guste a su audiencia y que motive su participación continua. El espacio es una combinación de música, drama, debate, información y lenguaje juvenil.	Lunes Viernes	a	Será conducido por tres jóvenes que harán de voceros comunitarios y un comunicador/a, alentará la intervención del público oyentes a través de los diversos medios electrónicos.
Gaia	E	Programa que trata sobre la biosfera, atmósfera, océanos y tierra; alternado con una recopilación de música protesta	Lunes viernes	a	
Rocktambulos	E	El espacio estará diseñado para tocar baladas Rock, en inglés y español de todas las épocas. El programa tiene como fin convertirse en compañía de quienes estudian y realizan trabajos de oficina.	Lunes Viernes	a	
Fonomanía	E	El programa tiene la intención de ser compañía, por lo que se tocará música instrumental.	De lunes Domingo	a	No tiene conductor.
Programación de Fin de Semana					

En Ayunas	E	El programa está planteado para tocar música tradicional ecuatoriana: bombas, Capizhcas, Sanjuanitos, Albazo, Pasacalle, etc.	Sábado	El programa será conducido por dos comunicadores/as y expertos en el tema como invitados.
Red Radial Agrícola de Países en Desarrollo	F	El programa trata de guiar las destrezas y capacidades de los agricultores para comprender y satisfacer las necesidades locales. Esto significa que el ámbito de información es integral, concentrada principalmente en la producción de cultivos, actividades pecuarias y nutrición, incluyendo la correcta obtención y utilización de la información sobre mercados, así como el reconocimiento de las maneras para que los modelos de cooperativas comunitarias mejoren sus ingresos rurales y su calidad de vida.	Sábado	Tendrá dos conductores y un reportero. Los premios se tramitarán por medio de convenios con los Gobiernos Locales.
Jake Mate	E	Este es un programa de concurso, posee una mezcla de entretenimiento, información y conocimiento, los participantes son niños, jóvenes, adultos y adultos mayores. Las preguntas que los concursantes deben responder se basan en los contenidos transmitidos en la radio durante toda la semana; los ganadores obtienen premios en efectivo. Los participantes pueden concursar solos o en representación de organizaciones.	Sábado	El programa tendrá un conductor/a y dos voceros.

Fanáticos del Fútbol	I y O	Este programa se crea para informar de los acontecimientos internacionales, nacionales, pero especialmente los locales, se dará realce a los eventos barriales, comunales y parroquiales y quiénes son sus protagonistas; así se desarrollará una estrecha relación con la comunidad.	Lunes	-
Radiocracia	I y O	Este espacio está planificado para ser desarrollado por un comunicador titulado, preferentemente de la comunidad de personas con capacidades diferentes. Semanalmente se tendrá como invitados a integrantes de grupos vulnerables, para tratar temas concernientes a sus derechos.	Sábado y domingo	Antes de trasmitir, la producción será sometida a evaluación de calidad y contenido.
Ofrendas Urbanas	E	Con el fin de promover la producción local independiente la radio ofrece el espacio de 15H00 a 19H00 todos los sábados y domingos. El espacio estará destinado a todas las artes y eventos que se realicen de forma autónoma, este espacio revaloriza el trabajo artístico independiente.	sábado	-
Big Bang	E	Es un programa de investigación y entrevistas a activistas y personajes de la política, individuos comprometidos con el cambio social. Seres dispuestos a mostrar puntos de vista objetivo con respecto a la geopolítica.	Domingo	Será conducido por un comunicador/a y dos niños

De la mano con mi abuelo	E	El espacio se estructura con cuentos, canciones infantiles, personajes infantiles y temas propios para niños.	Domingo	-
Metamorfosis	F	El programa cuenta con informes, entrevistas, música de moda, reportajes en vivo y en exteriores. Aborda temas de actualidad, compromiso social, nuevas tecnologías, cultura, educación, desarrollo social e información útil para promover los emprendimientos. El espacio es apropiado para difundir de una manera amena y moderna, las actividades, temas y proyectos emprendidos en la zona.	Domingo	-
News In the World	E	El espacio se especializa en baladas pop en inglés y gira en torno a la información sobre avances tecnológicos.	Domingo	-
Garabato	F	Programa dedicado a la geoeconomía aplicada a la realidad nacional y local con reportajes e invitados expertos en el tema.	Domingo	-

Fuente: María Juca

Elaborado por: María Juca

Perfil del Comunicador que laborará en la Radio Comunitaria

Para conseguir calidad en la producción de contenidos de la radio es necesario contar con personal capacitado, un profesional capaz de tener visión estratégica y sobre todo que posea experiencia de trabajo comunitario.

El comunicador de la radio debe cumplir tres aspectos:

Comprender que la tecnología es solamente una herramienta para apoyar el proceso de la comunicación humana y esta última no debe, en ningún caso, ser dependiente ella.

Comprender que la comunicación para el cambio social está íntimamente relacionada con la cultura y el diálogo, y que se requiere de sensibilidad y compromiso para apoyar el proceso de cambio social, que las comunidades y organizaciones tienen su identidad cultural como su mayor fortaleza (Gumucio, 2004, pág. 18).

Tener claro que en la comunicación para el cambio social, el proceso es más importante que los productos. En periodismo, los artículos, los videos o los programas de radio son los resultados del trabajo profesional, pero para un comunicador para el cambio social, el resultado es el mismo proceso de trabajo desde la comunidad y con la comunidad (Gumucio, 2004).

Impacto Social que Proyecto Generar

La oportunidad de crear una radio comunitaria es la posibilidad tener una herramienta que genere una estrecha relación entre comunicación y transformación social, debido a que la comunicación comunitaria persigue objetivos que van más allá de sí misma (Lamas, 2003). En este sentido, la emisora es un proyecto que propone modificar las relaciones sociales existentes a través de la transmisión de una programación inserta en la realidad de la región, que garantiza la incorporación de la comunidad en la elaboración y transmisión de la programación.

El objetivo final del proyecto comunicacional es mejorar las condiciones sociales de la comunidad, desarrollando programas que contribuyan a la resolución de conflictos como pobreza, desorden, violencia, discriminación, etc.

Criterios de inclusión

La zona de influencia del proyecto conformado por los cantones orientales de la provincia del Azuay, registra, según el censo de población y vivienda desarrollado en el año 2010, un total de 7.942 individuos con algún grado de discapacidad, el equivalente al 6.6% de la población total de la zona de impacto del proyecto (INEC., 2010).

Tabla 15: Personas con discapacidad según cantón

Personas con discapacidad por cantón	
Cantón	Personas
Sevilla de Oro	449
El Pan	278
Guachapala	298
Paute	1.802
Gualaceo	2.482
Chordeleg	821
Sígsig	1.812
Total	7.942

Fuente: INEC

Elaborado por: María Juca

Tomando en cuenta, que el artículo 37 de la LOC ordena buscar mecanismos de acceso de las personas con discapacidad a los programas de contenidos comunicacionales, usando traducción con subtítulos, lenguaje de señas y sistema Braille, entre otros, se planifica la creación del programa radial Radiocracia.

Radiocracia prevé ser un programa radiofónico semanal cuyo objetivo es que las personas con algún grado de discapacidad tengan un espacio de expresión adecuado, para

promover cambios profundos en la percepción social sobre las discapacidades y a la vez favorecer la inclusión social.

Dado que la radio es un medio de comunicación unisensorial, resulta imposible hacer el uso de traducción con subtítulos, lenguaje de señas y sistema Braille. Ante tal dificultad la alternativa es que las personas con discapacidad sean protagonistas de la radiorevista propuesta, emitiendo información, comentarios, entrevistas, reportajes, etc. con temas referentes de su interés.

Adicionalmente, se propone la creación de una página web y cuentas en redes sociales con la finalidad de poner a disposición de las personas con problemas auditivos, la información y más contenido de la radio a través de texto.

Otra forma de inclusión es la forma de selección de personal que colabore con el medio, pues se prevé contar con la colaboración de mujeres, comunicadores comunitarios, adolescentes, niños y personas con discapacidad.

Plan de capacitación interno que realizará el medio

Como punto de partida es importante entender la capacitación no como una aportación de conocimientos, sino como la capacidad de integrar en las personas, conocimiento útil para la acción, es decir, que la persona sea capaz de realizar acciones con ese conocimiento.

Programa de capacitación

Inducción: El programa de inducción será desarrollado con los miembros de la comunidad que vayan a ser integrados como colaboradores del medio.

Contenido del programa de inducción

- Políticas empresariales.
- Políticas laborales.
- Ejercicio profesional de comunicadores y periodistas.
- Leyes y reglamentos que rigen a los medios de comunicación en el país.
- Una semana de ejercicio profesional, como prueba de aptitud.

Este programa tiene la finalidad de capacitar al nuevo miembro de la emisora para que aporte al cumplimiento de los objetivos empresariales y que el desarrollo de sus actividades profesionales este acorde con el código deontológico de la institución así como apegadas al marco legal nacional.

Jornadas de capacitación sobre igualdad de género

Esta capacitación tiene como objetivo promover y consolidar la igualdad en derecho de hombres y mujeres que son parte de la institución. Las jornadas que durarán tres días tendrán la participación de conferencistas expertos en el tema de igualdad, así como expertos en comunicación.

Contenido de la capacitación

- legislación nacional referente a la igualdad de género.
- Discriminación en el ejercicio profesional.
- Igualdad en el ejercicio profesional.
- Medios que promueven el derecho de igualdad de género
- Mesas de diálogo.

Las jornadas de capacitación que se desarrollarán una vez al año, tratarán en cada evento uno de los temas de igualdad que exige el Concejo de Regulación de la Información (CORDICOM).

Jornadas de Capacitación Externa

La capacitación externa tiene como objetivo inmiscuir a la población y organizaciones en el quehacer radiofónico. Por tanto, se desarrollara un evento anual durante el tiempo de concesión de la emisora.

Contenido de la capacitación

- Desarrollo e innovación de la comunicación radial.
- Desarrollo de las telecomunicaciones.
- Aplicación de los avances tecnológicos en la emisora.

- Mesas de diálogo.
- Recorrido por las instalaciones del medio radial.
- Participación de en la elaboración, producción y transmisión de los programas.

Los participantes en las mesas de diálogo podrán analizar la situación de la radio y proponer los cambios de forma o de fondo que se puedan aplicar en la emisora con el fin de avanzar en la consecución de los objetivos emprendidos.

CAPÍTULO VI

Plan de Gestión

El plan de gestión se enfoca en los aspectos administrativos internos del medio, aspectos indispensables a la hora de sostener en funcionamiento la emisora, este plan exige que los proyectos a desarrollar sean sostenibles, sustentados en el conocimiento de saber lo que se busca y cómo ejecutarlos en la realidad, teniendo en cuenta el bien común. El éxito de la gestión se obtiene con la puesta en marcha de normas que apunten a la excelencia radiofónica y no desde la improvisación.

Misión del Plan de Gestión

Somos una radio comunitaria de carácter educativo, informativo y de entretenimiento, que busca obtener la fidelidad de la audiencia a través de la programación variada, instructiva, entretenida, didáctica; por ello, algunos programas se desarrollarán tanto desde nuestras instalaciones como desde las comunidades e instituciones inmersas en el área de cobertura.

Visión del Plan de Gestión

La visión es convertirse en corto y mediano plazo en una alternativa radiofónica, caracterizada por generar programas de alta calidad con contenidos educativos, informativos y de entretenimiento integrales. La radio se proyecta para ser a largo plazo, un referente de inclusión, diversidad, defensa de la democracia, equipamiento tecnológico y sostenibilidad económica.

Políticas empresariales

Los medios de comunicación se rigen por un marco jurídico, que busca la democratización de la comunicación a través de la inclusión de la diversidad de actores sociales en el quehacer comunicacional; la Constitución y la Ley de Comunicación, vigente desde el año 2013, disponen de un articulado y ordenamientos que garantizan dicha inclusión.

Los concesionarios están obligados a cumplir con el marco legal y, por ende, aportar al sano desarrollo del pueblo. Lo antes anotado impone la necesidad de establecer políticas explícitas de conducta.

Política 1: De Control Interno

La emisora de radio estará regida por una clara política de control interno, ya que es de vital importancia contar con un sistema integrado por el esquema de la organización y el conjunto de los planes, métodos, principios, normas, procedimientos y mecanismos de verificación y evaluación adoptados por el medio de comunicación, con el fin de procurar que todas las actividades, operaciones y actuaciones, así como la administración de la información y los recursos se realicen de acuerdo con las normas constitucionales y legales vigentes (Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, 2015).

Política 2: De Talento Humano

Para nuestro medio de comunicación, el talento humano constituye su principal activo y por ende el eje fundamental a la hora trabajar en función del cumplimiento de los objetivos propuestos. La correcta gestión y administración del talento humano genera “un ambiente laboral favorable, de participación activa y sana convivencia, en el que se estimule el desarrollo individual, grupal e institucional” (Fundación Universitaria INPAHU, 2013).

Política 3: De Relacionamiento con la Sociedad

La tarea de relacionamiento con la sociedad debe entenderse como la oportunidad de servicio a la comunidad, lo que trae como consecuencia compromisos y deberes que como medio de comunicación estamos obligados a cumplir.

Objetivos del Plan de Gestión

General del Plan de Gestión

Difundir material radiofónico de calidad, educando, instruyendo y fomentando valores éticos y morales en la población del área de cobertura.

Específicos del Plan de Gestión

A Corto Plazo

Transmitir programación de calidad, incluyente, educativa, instructiva y de entretenimiento. Obtener 2% del mercado publicitario.

A Mediano Plazo

Perfeccionar la programación concebida, fortaleciendo la fidelidad ganada en la audiencia. Solidificarnos económicamente y escalar hasta un 4-5 % del mercado publicitario.

A Largo Plazo

Crear las bases profesionales y económicas para extender las transmisiones a toda la provincia del Azuay. Conquistar hasta un 60-70% de la audiencia y escalar a un 7% del mercado publicitario de la región.

Metas

Primera Meta del Objetivo específico de corto plazo:

Darse a conocer en la audiencia, logrando en el primer año un nivel de escucha en la región de 25%.

Segunda Meta del Objetivo específico de corto plazo:

Mejorar el trabajo de los colaboradores de la emisora, buscando el perfeccionamiento diario y la sustentabilidad económica mediante la venta de publicidad y la producción de diferentes materiales equivalentes.

Primera Meta del Objetivo específico de mediano plazo:

Alcanzar hasta un 35-40 % de audiencia en la zona de emisión en un periodo de cinco años.

Segunda Meta del Objetivo específico de mediano plazo:

Proyectarse en ampliar la cartera de clientes mediante la producción de material publicitario y de forma general no solamente para el uso radial, sino empresarial, cultural, etc.

Primera Meta del Objetivo específico de largo plazo:

Lograr la excelencia radiofónica desde el punto de vista cultural, empresarial y como centro de acción en la región.

Segunda Meta del Objetivo específico de largo plazo:

Preparar las condiciones idóneas en cuanto a experiencias audiencia y profesionalidad para presentarse a concurso con el fin de aumentar la zona de cobertura a toda la provincia.

Estrategias

Estrategia 1

Realizar un extenso trabajo de publicidad a través de la web de la emisora, las redes sociales, la entrega de volantes, colocación de carteles en zonas estratégicas y presencia en eventos culturales. Se pretende lograr nuestro objetivo a corto plazo a través de una programación de calidad, diseñada según encuestas realizadas con anterioridad en la población, dirigidas a determinar las necesidades reales del público en cuanto a radiodifusión y comprobadas mediante visitas a las comunidades para realizar las averiguaciones pertinentes.

Estrategia 2

Aprovechar las experiencias vividas en el primer periodo de tiempo para reformular y ajustar los elementos necesarios en la programación y el sistema de trabajo de la emisora, así como evaluar periódicamente la capacidad creativa de los colaboradores de las diferentes áreas para lograr un producto final de calidad y a la vez demostrar que la emisora es capaz de igualar y superar a la competencia en originalidad y creatividad.

Estrategia 3

Transcurridos años de trabajo será tiempo de analizar, reestructurar, reorganizar y perfeccionar los elementos necesarios en la programación, sistema de trabajo, estructura y demás elementos influyentes en el funcionamiento de la emisora, logrando así mantenernos actualizados en cuanto a tendencias radiales, tecnología, métodos y soluciones de trabajo, en aras de presentarse a concurso y ampliar la zona de cobertura de la radio.

FODA

Fortalezas (Internas)

- a) Tener parrilla de programación diferente al resto de las emisoras.
- b) Personal capacitado y con ideas frescas.

Oportunidades (Externas)

- a) Ser nuevos en el espectro radial.
- b) A través de nuestra parrilla llegar a sectores de la población donde otras emisoras no han llegado

Debilidades (Internas)

- a) Presupuesto limitado.
- b) Deserción de personal capacitado.

Amenazas (Externas)

- a) Tener una competencia en la región activa y con vasta experiencia en el medio.
- b) Desconfianza por parte de los empresarios a la hora de contratarnos la publicidad y organizar los eventos.

El Plan de gestión traza con exactitud la ruta que la emisora debe seguir para lograr sus propósitos, teniendo como núcleo, comunicadores decididos a hacer un cambio social, donde las principales estrategias tomen en cuenta el contexto social y cultural.

Plan de sostenibilidad económico

La sostenibilidad económica hace referencia a la habilidad que posee el medio de comunicación comunitario para generar recursos propios y no depender de ONG, Iglesia, Gobierno, etc. es la posibilidad de darle continuidad al proyecto. Involucra la capacidad que tiene un grupo humano de mantener en funcionamiento la radio y de hacerla crecer (Lamas, 2003, pág. 20).

Para eso será necesario tener clara la concepción de la radio como una empresa prestadora de servicios que atiende a necesidades específicas de la población.

El resultado del plan sostenible se mide cuando el proyecto participa de la generación de pensamiento que las relaciones sociales provocan en una comunidad. La participación y la incidencia en esos círculos alteran y generan sostenibilidad en todos los sentidos. Quizá sea impensable establecer alianzas con entes gubernamentales, por ejemplo, porque tenemos prejuicios y argumentos. A lo mejor valga un poco de desaprendizaje y un poco de humildad, porque un proyecto de radio comunitaria sin relaciones públicas amplias y definidas no es sostenible. Las alianzas que tengamos y nos propongamos, enriquecen nuestras prácticas. Elaborar un mapa de relacionamiento ayuda a identificar la gama de posibilidades que tienen los proyectos (AMARC- ALC, 2007, pág. 40).

Afuera y adentro está la sostenibilidad y si no viene hay que ir a buscarla y enfrentarla. Investigar el mercado donde se desarrolla la radio mediante la identificación de clientes. Integrar un plan de mercadeo, visualizando que hacer y ofrecerlo mediante estrategias de ventas (AMARC- ALC, 2007, pág. 41).

El escenario donde se prevé que se desarrolle el proyecto está compuesto por cinco radioemisoras: cuatro en Frecuencia Modulada y una en Amplitud Modulada. Radio Constelación de la ciudad de Paute y Radio Centro Gualaceo poseen autorización para cubrir

toda la provincia del Azuay; Radio Santiago está concesionada para cubrir los cantones Gualaceo, Chordeleg y Sígsig; Radio Fiesta (Farra estación) cubre los cantones Gualaceo y Chordeleg y Radio Fasayñán tiene cobertura en todo el cantón Sígsig, si bien, no son de perfil comunitario, son competencia real y directa en el dial de la zona.

La cobertura de las radioemisoras y su aceptación entre el público definen el costo de las cuñas comerciales, la venta de espacios y los ingresos de las radios, el precio del pautaaje en cada uno de los medios presentes en el sector se describe a continuación.

Tabla 16: Cuñas para empresas Privada

Cuñas						
Radio	Tiempo	Costo	Tiempo	Costo	Tiempo	Costo
Constelación	30'	\$ 1.50	45'	\$ 2.00	\$ 1min	\$ 2.50
Centro Gualaceo	No tiene establecido una tabla de precios.					
Santiago	30'	\$ 1.50	45'	\$ 2.00	1min	\$ 2.50
Fiesta	30'	\$ 1.50	45'	\$ 2.00	1min	\$ 2.50
Fasayñán	30'	\$ 1.50	45'	\$ 2.00	1min	\$ 2.50

Fuente: Radios de la Zona

Elaborado por: María Juca

Tabla 17: Cuñas Ocasionales y Empresa Pública

Cuñas						
Radio	Tiempo	Costo	Tiempo	Costo	Tiempo	Costo
Constelación	30'	\$ 6.00	45'	\$ 8.00	1min	\$ 10
Centro Gualaceo	No tiene establecido una tabla de precios.					
Santiago	30'	\$ 5.00	45'	\$ 7.00	1min	\$ 10
Fiesta	30'	\$ 4.00	45'	\$ 5.00	1min	\$ 7.00
Fasayñán	30'	\$ 3.00	45'	\$ 4.00	1min	\$ 6.00

Fuente: Radios de la Zona

Elaborado por: María Juca

Con los datos obtenidos se procede a elaborar el plan, imponiendo un alto grado de creatividad y utilizando estrategias no convencionales, que arrojen un diseño de sostenibilidad económica solvente y perdurable, capaz de soportar la demanda de capital al inicio de la implementación del proyecto hasta que logre establecerse en el seno de la comunidad, para evitar que el emprendimiento quede frustrado al poco tiempo de iniciarse.

Estructura Organizacional y Recursos Humanos

La estructura Organizacional es parte fundamental para el éxito de la estación radial, hace referencia a la forma en la que se organizan y dividen las actividades del medio de comunicación para formar los departamentos, designar los cargos y responsabilidades que tiene que cumplir cada uno de los colaboradores; define el rol de los miembros con el propósito de articular todas las áreas de trabajo, para que el aporte de cada uno sume al desarrollo del proyecto y la organización funcione como un todo compacto, destinado a conseguir los objetivos propuestos.

Es necesario establecer claramente la forma cómo se garantizará una amplia participación en la presentación de propuestas en la toma de decisiones, en el desarrollo de las actividades y en el control de las mismas.

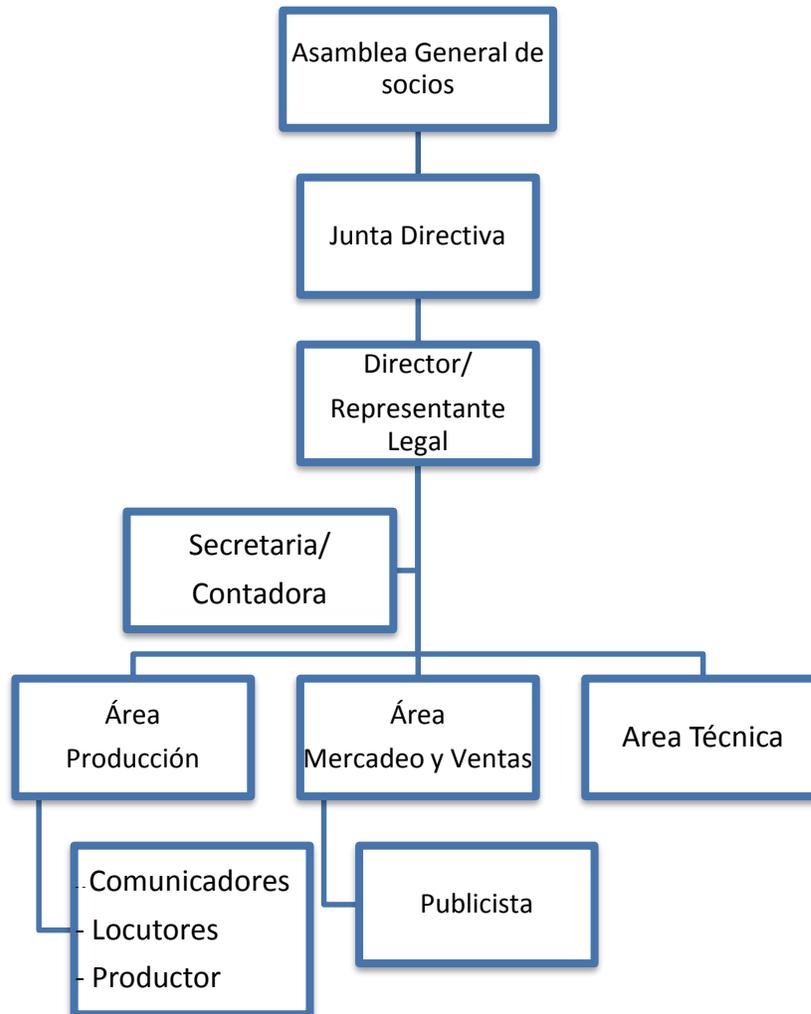
Cuando la organización interesada en concesionar una frecuencia de radio tiene un alto número de participantes, por razones de operatividad y de agilidad, debe delegarse en unas pocas la responsabilidad de ejecutar las tareas necesarias para el logro de los objetivos que se han planteado, estableciendo formalmente las funciones a desarrollar y los diferentes niveles de compromiso (Granados, 2005, pág. 6).

Este grupo reducido de personas será el encargado de llevar las riendas de la organización por un camino que ha sido trazado por todos.

Organigrama de la radio

La estructura que permite ubicar visualmente el papel de cada uno es denominada organigrama, y a pesar de tener esta apariencia, se estipula que debe permitir realizar ajustes y modificaciones sobre la marcha a partir de la evaluación constante.

Ilustración 17: Organigrama Institucional



Fuente: María Juca

Elaborado por: María Juca

Asamblea General de socios: Es una reunión del conjunto de personas que forman la organización comunitaria, su convocatoria, que debe estar en comunión con el estatuto de la

organización, prioriza la toma de decisiones necesarias para asegurar el cumplimiento del objetivo del medio de comunicación. Se reúnen de manera ordinaria en enero de cada año, además es la encargada de nombrar a la Junta Directiva.

Junta Directiva: Está integrada por El Director y los coordinadores, posee presidente, vicepresidente, tesorero, secretario y dos vocales. La Junta es el órgano encargado de dirigir el medio aplicando estrategias que encaminen al cumplimiento del objetivo general de la radio.

Director/Representante Legal: El Director de la radio es el representante legal de la emisora, encargado de gestionar el buen funcionamiento interno, planificar los programas radiales, delegar funciones para obtener eficacia del personal que colabora con la radio, etc. El Director es el administrador de la radio y bajo su responsabilidad está la dirección económica, legal y humana.

Secretaria/Contadora: La contabilidad de la institución estará a cargo de la Secretaria/contadora, su responsabilidad es instrumentar y operar las políticas, normas, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la exactitud y seguridad en la captación y registro de las operaciones financieras con la finalidad de suministrar información que coadyuve al control de gestión y facilite la fiscalización de sus operaciones respecto de los activos, pasivos, ingresos, costos, gastos, etc. Además será el nexo directo entre la los miembros de la organización, la sociedad y el medio de comunicación (Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del I.P.N., 2015).

Área de Producción: Esta área tiene la responsabilidad de elaborar el material promocional de la radio, los anuncios publicitarios, los programas y el material para los informativos; las creaciones se las realizará en coordinación con el Director de la radio y los comunicadores.

Comunicadores: El comunicador de la emisora estará capacitado acorde a los requerimientos e imperativamente debe poseer una mezcla de conocimientos y experiencia

directa de trabajo en las comunidades, la sensibilidad para abordar la interculturalidad y el conocimiento de los medios y tecnología de la comunicación.

Los comunicadores, debido a la naturaleza y tamaño de la emisora, serán más que presentadores de programas, su deber es redactar guiones, producir espacios, almacenar música, grabar publicidad, animación de eventos y tareas adicionales en las que sea requerida su colaboración.

Mercadeo y Publicidad: Su responsabilidad es la venta de servicios y productos comunicacionales, derecho contemplado en el artículo 87 de la Ley Orgánica de Comunicación; y el manejo de la imagen del medio.

Área Técnica: Esta función será delegada a personas particulares, sus servicios serán requeridos en situaciones concretas.

Análisis Financiero – Ingresos

La búsqueda de financiamiento necesario para llevar adelante el proyecto hace pensar en acudir a las distintas fuentes, aunque al inicio es inevitable que quienes conforman la organización comunitaria realicen aportes destinados al equipamiento y consiguiente puesta en marcha del medio; pero aquello no puede convertirse en una fuente de ingreso permanente. Consecutivamente la institución debe dar paso a un bien elaborado plan de negocio y plan financiero, hasta convertirse en una institución autónoma capaz de sobrevivir aún en condiciones distintas a aquellas para las que fue diseñada (Lamas, 2003).

Publicidad

El Estado Ecuatoriano intenta, no solo democratizar el uso del espectro radioeléctrico, sino que además trata de garantizar la supervivencia de los medios de comunicación comunitarios al dotarlos de privilegios para conseguir recursos económicos. Así el artículo 95 de la Ley de Comunicación sostiene que:

Las entidades del sector público que contraten servicios de publicidad y propaganda en los medios de comunicación social se guiarán en función de criterios de igualdad de oportunidades con atención al objeto de la comunicación (...), se garantizará que los medios de menor cobertura o tiraje, así como los domiciliados en sectores rurales, participen de la publicidad y propaganda estatal (Asamblea Nacional, 2013).

El artículo 96 del mismo cuerpo legal establece:

que al menos el 10% del presupuesto anual destinado por los anunciantes privados para publicidad de productos, servicios o bienes que se oferten a nivel nacional en los medios de comunicación se invertirá en medios de comunicación de cobertura local o regional (Asamblea Nacional, 2013).

Mientras que el artículo 87 de la LOC (2013) manifiesta que:

Los fondos para el funcionamiento de los medios comunitarios provendrán de la venta de servicios y productos comunicacionales, venta de publicidad, donaciones, fondos de cooperación nacional e internacional, patrocinios y cualquier otra forma lícita de obtener ingresos (Asamblea Nacional, 2013).

A través de los mecanismos de contratación preferente a favor de la economía solidaria, previstos en la Ley de Contratación Pública, las entidades estatales en sus diversos niveles contratarán en los medios comunitarios servicios de publicidad, diseño y otros, que impliquen la difusión de contenidos educativos y culturales. Las entidades públicas podrán generar fondos concursables para la difusión cultural y educativa a través de los medios comunitarios (Asamblea Nacional, 2013).

Con estos antecedentes se procede a realizar el cálculo de los ingresos de la radio; se considera que según la capacidad instalada se puede transmitir 30 cuñas de 30 segundos, 20 cuñas de 45 segundos o 9 cuñas de 1 minuto en el lapso de una hora, es decir un promedio de 19 cuñas comerciales. Si el total se multiplica por 18 horas que dura la transmisión diaria, significa que la capacidad instalada de la emisora posibilita la transmisión de 124.830 cuñas comerciales durante un año calendario.

Sin embargo, para proyectar una tabla de ingresos económicos real se toma en cuenta únicamente 10 horas del día y el pautaaje de cinco cuñas durante la hora, 50 cuñas al día, 250 cuñas en la semana, 1250 cuñas al mes; en consecuencia se prevé una venta mínima de 15.000 cuñas durante un año, si cada cuña comercial se vende a un costo de 2.00 dólares los ingresos por cuñas publicitarias durante el primer año será de 30.000 dólares.

El costo de la cuña comercial varía dependiendo del programa y su tiempo de duración.

Tabla 18: Pautaje Empresa Privada

Costo de Pautaje						
Horario	Tiempo	Costo	Tiempo	Costo	Tiempo	Costo
Rotativo	30'	1.75	45'	2.00	1 min.	2.50
Informativo, Educativo y de Opinión	30'	2.00	45'	2.50	1 min.	3.00
Costo Promedio	2.29					

Fuente: María

Elaborado por: María Juca

Tabla 19: Costo de Pautaje Empresa Pública y cuñas ocasionales

Costo de Pautaje						
Horario	Tiempo	Costo	Tiempo	Costo	Tiempo	Costo
Rotativo	30'	\$ 2	45'	\$ 2.50	1min	\$ 3.00
Programas Especialistas	30'	\$ 2.50	45'	\$ 3.00	1min	\$ 3.50
Informativo/ Deportes	30'	\$ 2.50	45'	\$ 3.00	1min	\$ 3.50
Costo Promedio	2.83					

Fuente: María

Elaborado por: María Juca

Para sustentar la factibilidad de ingresos es necesario acudir al registro de Empresas del Servicio de Rentas Internas SRI, según el mismo en la región de estudio se encuentran empleadas 12.146 empresas económicamente activas, empresas que son los clientes potenciales.

Tabla 20: Empresas económicamente activas de la zona

Estado	Clase de Contribuyente		Tipo de Contribuyente	
Activo	Especial	192	Persona Natural	11.110
	Rise	4271	Sociedades	1.036
	Otros	7683		
Total		12146		12.146

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI), 2016

Elaborado por: María Juca

Adicionalmente se prevé la aplicación de estrategias de ventas de diversos servicios que posea la radio. Estos son:

- ❖ Arriendo de Espacios
- ❖ Organización de Fiestas Populares
- ❖ Alquiler de Disco Móvil
- ❖ Animación de Eventos
- ❖ Organización de Eventos Culturales y educativos
- ❖ Organización de Bodas, quince años, cumpleaños, fiestas infantiles.
- ❖ Manejo de imagen publicitarias para organizaciones, instituciones y empresa privada.
- ❖ Alquiler del estudio de grabación

Análisis Financiero – Egresos

Los egresos del medio se generan principalmente por la remuneración del Recurso Humano que comprende todas las personas que colaboran con la radio. Luego de estructurado el organigrama se propone la contratación del siguiente personal:

Tabla 21: Personal de la radio

Personal de la radio		
Nº	Personal	Cargo
1	Líder Comunitario/ Periodista	Director
1	Comunicador social	Presentador de Noticias
1	Productor/Editor	Realizador de productos comunicacionales
1	Secretaria	Secretaria/contadora

Fuente: CORDICOM

Elaborado por: María Juca

La proyección de remuneraciones para el personal que colabore con el medio de comunicación tiene como base los salarios mínimos sectoriales 2016, fijados por el Ministerio de Trabajo y el acuerdo ministerial MDT-2015-0292 y MDT-2015-029 de la misma cartera de Estado.

Tabla 22: Salarios Mínimos para el sector de la comunicación 2016

Ministerio de Trabajo: Salarios Mínimos Sectoriales 2016	
Cargo/Actividad	Salario mínimo Sectorial 2015
Director Periodista/Comunicador Social	\$ 973.96
Profesional Periodista/Comunicador Social	\$ 883.22
Egresado de Periodista/Comunicador Social	\$ 733.20
Asistente de Comunicación:	
Comunicador Comunitario	\$ 590.14
Asistente/Auxiliar de Información	
Investigador Periodístico	
Productor /Realizador	\$ 519.44
Programador de Contenidos	\$ 519.44
Productor/Editor	\$ 516.31
Publicista	\$ 377.53
Presentador/Locutor	\$ 493.23

Contador	\$ 379.47
Profesional de tercer nivel	\$ 402.93
Secretaria	\$ 373.65

Fuente: CORDICOM

Elaborado por: María Juca

Antes de proceder a realizar la proyección de remuneraciones de los colaboradores comunitarios, es indispensable hacer una puntualización, por cuanto la jornada laboral de la mayoría de los colaboradores será parcial. El Ministerio de Trabajo (2016) a través del artículo 82 del Código de Trabajo confiere la facultad de realizar contratos de trabajo por horas: diarias, semanales y mensuales...

Si en el contrato de trabajo se hubiere estipulado la prestación de servicios personales por jornadas parciales permanentes, la remuneración se pagará tomando en consideración la proporcionalidad en relación con la remuneración que corresponde a la jornada completa, que no podrá ser inferior a los mínimos vitales generales o sectoriales. Pero además el colaborador tiene derecho a la parte proporcional del décimo tercer sueldo, del décimo cuarto, vacaciones, y si el trabajador tiene más de un año, también la parte proporcional de los fondos de reserva (Registro Oficial, 2012).

Tabla 23: Horas de labor del Recurso Humano

Personal	Detalle		
	Día	Semana	Mes
Director	6	30	132
Comunicador social	4	20	88
Productor/Editor	4	20	88
Secretaria	8	40	176

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: María Juca

Tabla 24: Remuneración mensual del Recurso Humano

Detalle				
Personal	Hora	Mes	Descuento aporte al IESS	Remuneración que recibe
Director	5.53	729.96	68.98	660.98
Comunicador social	5.02	441.61	41.74	339.87
Productor/Editor	2.95	259.60	24.53	235.07
Secretaria/Contadora	2.13	374.88	35.42	339.46
Total				1575.38

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: María Juca

Los beneficios económicos a los que tiene derecho el trabajador ecuatoriano, entre otros son:

Afiliación al IESS: Para conocer con exactitud el monto que se debe aportar al IESS por trabajador, se suma la remuneración mensual del trabajador (incluye montos por sueldo, comisiones, horas extra y bonos mensuales), se multiplica el valor resultante por 0,0945 (correspondiente al 9,45%) y el resultado se descuenta del salario mensual del trabajador.

Décimo Tercer Sueldo: Corresponde a la doceava parte de las remuneraciones que hubiere percibido un trabajador durante una año de labores, período que comprende del 1 de diciembre del año anterior al 29 de noviembre del presente año.

Décimo Cuarto Sueldo: Este beneficio o bono escolar es equivalente a una remuneración básica unificada vigente a la fecha, se lo cancela una vez en el año y su cálculo se basa en el período que va del 1 de agosto del año anterior al 31 de julio del año en curso.

Fondo de Reserva: Este beneficio que se paga a partir del segundo año de servicio, representa el 8.33% de la remuneración mensual de un trabajador. Lo que significa que empleado recibe un salario mensual adicional cada año por concepto de Fondos de Resera y el cobro lo puede realizar mensual o anual, de forma acumulada. (Registro Oficial, N° 658, 2015).

Tabla 25: Pago Anual de Beneficios al Recurso Humano

Detalle			
Personal	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Total Beneficios
Director	729.96	729.96	1459.92
Comunicador Social	339.87	339.87	679.74
Productor/Editor	235.07	235.07	470.14
Secretaria/ Contadora	339.46	339.46	678.92

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: María Juca

Tabla 26: Proyección anual de Remuneraciones

Personal Operativo Año 1		
Descripción del Personal	Nº	Sueldos + beneficios
Comunicador Social	1	4.758
Productor /Editor	1	3.291
Total	2	8.049
Personal Administrativo Año 1		
Descripción	Nº	Sueldos + beneficios
Director	1	8.759
Secretaria/ Contadora	1	4.752
Total	2	13.511
Gasto anual en remuneración	4	21.560

Aclaraciones, Justificaciones, Soportes:

Las Remuneraciones Incluyen: Aportes al IESS, Décimo Tercer Sueldo y Décimo Cuarto Sueldo.

Las remuneraciones que percibirá cada colaborador se calcula por horas.

Para el cálculo del valor a pagar por hora, se divide el salario mínimo sectorial para 176, que es el resultado de multiplicar 8 horas que tiene el día por 22 días del mes de trabajo.

A partir del segundo año de trabajo consecutivo el personal tiene derecho al pago por Fondos de Reserva,

Se aclara que como la radio es comunitaria, se planea contar con colaboradores voluntarios que no percibirán sueldo por su aporte. Al personal necesario en los primeros seis meses de funcionamiento, algunos realizarán su tarea de manera y otros recibirán salario por su trabajo porque sus funciones son imprescindibles para que la radio funcione.

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: María Juca

Adicionalmente se proyectan gastos en:

- ❖ Suministro de Energía Eléctrica para oficinas y transmisores
- ❖ Provisión de Agua potable
- ❖ Servicio telefónico
- ❖ Compra de materiales de oficina
- ❖ Arriendo de local para el funcionamiento de la radio
- ❖ Instalación de equipos
- ❖ Operación y mantenimiento de equipos
- ❖ Tarifa por concesión
- ❖ seguros

Análisis Financiero – Inversión

La inversión consiste en la compra de todos los bienes necesario para garantizar la calidad de los servicios de radiodifusión y dado que la organización no dispone de los fondos suficientes para realizar la inversión se acudirá al artículo 86 de la Ley de Comunicación, que manifiesta:

El Estado implementará las políticas públicas que sean necesarias para la creación y el fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios como un mecanismo para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad; tales como: crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos; exenciones de impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, de estaciones de radio y televisión comunitarias (Asamblea Nacional, 2013, pág. 15).

La radio comunitaria necesita invertir en:

- ❖ Consola Digital
- ❖ CD Player Profesional
- ❖ Parlantes
- ❖ Micrófonos vocal unidireccional

- ❖ Micrófono multipatrón
- ❖ Audífonos
- ❖ Generador Estéreo Digital ORBAN 5700
- ❖ Procesador de audio
- ❖ Monitor estudio máster
- ❖ Computadores INTEL i5
- ❖ Híbrido Telefónico Digital AEQ TH-02 EX
- ❖ Lámparas ASTRONICS, modelo OL-1,
- ❖ Pararrayos tipo franklin
- ❖ Regulador de voltaje
- ❖ Transmisores 50kw
- ❖ Trasmisor 20kw
- ❖ Sistema radiante nacional
- ❖ Accesorios de instalación para el sistema de transmisión
- ❖ Transmisor 300
- ❖ Equipo de RDS
- ❖ Compra de terreno para construcción de la caseta
- ❖ Caseta para la instalación de trasmisor
- ❖ Torres
- ❖ Muebles y Enseres de Oficina
- ❖ Equipos de Computación Oficina

El costo de inversión para el montaje de la radio comunitaria depende de la marca de los equipos y el lugar donde se realice la compra, pues si realizamos una sencilla comparación de precios notamos la existencia de una diferencia exorbitante; en los anexos 4 y 5 se puede observar a detalle lo que aquí se afirma.

Finalmente, para reducir el rubro de inversión es recomendable importar los equipos en marcas que permitan ingresarlos exentos de pagos de impuestos (Anexos 5 y 6).

Plan técnico

La presentación del plan técnico consiste en un estudio de ingeniería en el cual se detalla paso a paso la factibilidad técnica del proyecto. El llenado de los formularios está a cargo de profesionales de la rama de la ingeniería en Telecomunicaciones y Electrónicos.

La Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL) ha establecido los formularios necesarios para el trámite correspondiente a la autorización, concesión y autorización temporal de frecuencias principales, enlaces auxiliares y demás infraestructura necesaria para la implementación de estaciones del servicio de radiodifusión sonora y de televisión abierta, mismos que se encuentran organizados de la siguiente manera:

1. Formulario RTV-1 (Formulario para Información General).- Este formulario debe ser incluido en toda solicitud de autorización, concesión y autorización temporal de frecuencias. En este formulario se debe registrar la información del solicitante y el responsable técnico, y debe estar debidamente firmado (Anexo 4).

2. Formulario RTV-2 (Formulario para Estudios de Estaciones de Radiodifusión Sonora y de Televisión Abierta).- En este formulario se registra la información del control máster (estudio principal) o estudio de producción remoto (estudio secundario) solicitado (Anexo 5).

3. Formulario RTV-3 (Formulario para Sistemas de Transmisión de Estaciones de Radiodifusión Sonora y de Televisión Abierta).- En este formulario se registra la información de ubicación del transmisor, antenas, equipos y la cobertura principal (Anexo 6).

4. Formulario RTV-4 (Formulario para Enlaces Radioeléctricos de Estaciones de Radiodifusión Sonora y de Televisión Abierta).- En este formulario se registran las especificaciones técnicas de operación de 'el/los enlace/s' auxiliares radioeléctricos solicitados (Anexo 7).

5. Formulario RTV-5 (Formulario para Enlaces Auxiliares que no corresponden a Enlaces Radioeléctricos de Estaciones de Radiodifusión Sonora y de Televisión

Abierta).- En este formulario se registran las especificaciones técnicas de operación de 'el/los enlace/s' auxiliares solicitados que no son radioeléctricos, generalmente corresponden a enlaces físicos con infraestructura propia o enlaces provistos por un proveedor de servicios de telecomunicaciones legalmente autorizado (Anexo 8).

6. Formulario RTV-6.- (Formulario para Estaciones Terrenas de Transmisión y Recepción Satelital para Estaciones de Radiodifusión Sonora y de Televisión Abierta).- En este formulario se registran las especificaciones técnicas de operación de estaciones terrenas de transmisión o recepción mediante las cuales se permitirá la operación de enlaces auxiliares satelitales (Anexo 9).

Toda la información requerida en los formularios debe ser llenada de acuerdo a lo establecido en este instructivo.

Los formularios que se deben ingresar son los que correspondan a las especificaciones técnicas de acuerdo al requerimiento del interesado y tomando en cuenta la actividad particular que se solicita, a fin de que se incluyan todos los formularios que se requieran para el caso (ARCOTEL, 2016).

CONCLUSIONES

A lo largo de este proyecto se ha realizado un estudio teórico para la creación de una emisora que sirva a la zona oriental del Azuay; partiendo de este enunciado es posible concluir que la radio comunitaria tiene el mismo propósito a nivel nacional e internacional.

Los principios que la rigen fueron mal interpretados en el marco legal ecuatoriano hasta 2013, año en el que la Ley de Comunicación concedió el 34% del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de radios comunitarias. Antes de aquello, organizaciones como “Centro Cultural Gualaceo” (Gualaceo), “Proyecto Norte” (Santa Isabel) y “Unión de Organizaciones Campesinas del Azuay (FENOCIN)” (Cuenca) se vieron forzadas a concesionar frecuencias de carácter comercial-privada con la finalidad de vender publicidad y sostenerse económicamente. La Ley de Comunicación actual concede ese derecho.

La región donde se propone la implementación de proyecto supera los 100.000 habitantes que en número similar tienen su lugar de residencia en el sector urbano y rural, la mayoría se dedica a actividades artesanales y forman parte de las 1.114 formas de organización social existentes. El hecho de haber tantas organizaciones sociales constituye una fortaleza para el proyecto debido a que son ellas principalmente las que participarán de la programación que se ha propuesto.

La aplicación de encuestas a la audiencia potencial permitió determinar el grado de atención que presta la población al quehacer radiofónico de las emisoras existentes; se pudo conocer gustos, preferencias y anhelos radiofónicos, su insatisfacción en cuanto a la aspiración de contar con programas de alta calidad que ofrezcan contenidos informativos, deportivos y musicales. Se descubrió también que la población valora el trabajo profesional y objetivo de los comunicadores y no el tipo de concesión de la frecuencia de radio, al responder el tipo de medio que prefiere, en porcentajes similares contestaron pública (36%), comunitaria (35%) o privada (29%), la audiencia exige calidad, profesionalismo y democracia en la radio.

Con del análisis del espectro radioeléctrico, del área de operación zonal y el área de operación independiente del lugar, se develó la existencia de 26 frecuencias (FM) disponibles, lo que hace completamente factible el desarrollo del proyecto.

Luego del análisis de la oferta de programación radiofónica en la zona y sabiendo de antemano las preferencias y necesidades de la población se determinó que la radio debe crearse en la banda FM, tener variedad y altos estándares de calidad en la programación y sobre todo ser un medio democrático para que la gente pueda hacer efectivo su derecho a la libertad de expresión.

El proyecto comunicacional propuesto traza la ruta a seguir por la organización social, puesto que el éxito del proyecto está directamente ligado a este aspecto; la determinación de la audiencia a quien va dirigida la propuesta permitió construir objetivos fundamentados en la realidad de la región, estos poseen la capacidad de generar un impacto social transformador, inclusivo y participativo. La parrilla de programación que se plantea satisfacen las necesidades comunicacionales de los escuchas, dando así cumplimiento profesional a sus objetivos comunicacionales y comunitarios.

La sostenibilidad hay que entenderla como un tema que involucra más que la economía empresarial, implica además la relación con el entorno que no siempre es favorable, ni se organiza con los mismos valores, por tanto, se desarrolla el plan de gestión destinado implementarse en la emisora, este plan va ligado al plan de sostenibilidad económico pues de los dos depende la subsistencia del medio.

La sostenibilidad de la empresa se fundamenta en 12.146 empresas que actualmente se encuentran operando en el área de cobertura de la emisora; luego de conocer el dato sobre los potenciales clientes e investigar el costo de los servicios radiofónicos que manejan la competencia directa se plantea una tabla de precios por concepto de pauta de cuñas comerciales, este análisis corrobora la factibilidad de la implementación del proyecto, puesto que luego de realizar un balance entre los ingresos y egresos se calcula que los ingresos serán superiores a los gastos.

Finalmente, se recalca que el éxito de la radio depende del cumplimiento profesional de su función dentro de la sociedad, no hay que perder el rumbo a medida que el desarrollo tecnológico avanza, aquello debe ser adaptado para cumplir de mejor manera y con mayor eficacia la labor para la cual es creada la emisora comunitaria.

BIBLIOGRAFÍA

Registro Oficial 570 . (21 de Agosto de 2015). Decreto Ejecutivo No. 739: Codificación y reformas al Decreto Ejecutivo No 16. Quito: Presidencia del Ecuador.

Adorno W, T. (2001). *Epistemología y Ciencia Sociales*. Madrid: Ediciones Cátedra.

AMARC- ALC. (2007). El Dossier. *Cara y Señal*.

ARCOTEL. (08 de Mayo de 2015). Resolución Arcotel-2015. *Norma Técnica para el servicio de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada Analógica*. Quito.

ARCOTEL. (12 de Abril de 2016). *Bases y Formularios*. Recuperado el 17 de 05 de 2016, de Concurso para adjudicar 1472 frecuencias de radio y televisión: <http://concursofrecuencias.arcotel.gob.ec/bases-archivos/>

Asamblea Nacional. (25 de Junio de 2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito: Editorial Nacional.

Asamblea Nacional. (25 de Junio de 2013). Registro Oficial N° 22 . *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito.

Balsebre, A. (15 de febrero de 2004). *El Lenguaje Radiofónico* (cuarta edición ed.). Madrid, España: Editorial Cátedra. de Publradio: www.publradio.net

Blas, P. (2014). *Diccionario de Administración y Finanzas*. Bloomington, Estados Unidos de América: Palibrio LLC editorial. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/concepto-de-vision/>

Camisassa, E. (2005). *Organizaciones de la Sociedad Civil*. Córdoba: Editorial Brujas.

Carabajo, J. (16 de Agosto de 2015). Historia de Radio Sonoonda. (M. Juca, Entrevistador)

Carrión, H. (2007). *Radios Comunitarias: Situación en el Ecuador*. Red Infodesarrollo.ec, Quito.

Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del I.P.N. (2015). *CInvestav*. Obtenido de Departamento de Contabilidad: <http://administracion.cinvestav.mx/Secretar%C3%ADaAdministrativa/Subdirecci%C3%B3ndeRecursosFinancieros/DepartamentodeContabilidad.aspx>

Comisión para la Auditoría de Frecuencias de Radio y Televisión. (2009). *Informe Definitivo*. Quito.

CORDICOM. (15 de junio de 2015). *CORDICOM*. Obtenido de Registro público de medios 2015: http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/09/listado_medios_registrados_15_06_2015.pdf

CORDICOM. (30 de octubre de 2015). *Reglamento y Normativa Conexa para la Elaboración del Proyecto Comunicacional*. Recuperado el 26 de 06 de 2016, de Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación: <http://www.cordicom.gob.ec/normativa-conexa-para-la-elaboracion-del-proyecto-comunicacional/>

CORDICOM. (08 de abril de 2016). Registro Oficial Suplemento 729. *Reglamento para calificación de Proyectos Comunicacionales*. CORDICOM.

Correa Delgado, R. (25 de enero de 2016). Decreto Ejecutivo N° 824. *Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación*. Quito.

DIDIS. (22 de Julio de 2011). *Comunidad Participativa para el Desarrollo*. Recuperado el 17 de 09 de 2015, de Primeros Medios Comunitarios en Ecuador: <https://tucomunidadinfo.wordpress.com/tag/oea/>

Fundacion Universitaria INPAHU. (julio de 2013). *Fundacion Universitaria INPAHU*. Obtenido de Política de: Talento Humano: http://www.uninpahu.edu.co/uninpahu/wp-content/uploads/2013/07/politica_talento_humano.pdf

- García, N. (2015). *Descripción del Escenario de Medios Comunitarios a raíz de la aplicación de nuevos marcos regulatorios a Medios y ONGs*. Cuenca: Universidad del Azuay.
- Girard, B. (2002). *RadioApasionad@s*. Obtenido de Experiencias de radio comunitaria en el mundo: <http://www.comunica.org/apasionados/pdf/radioapasionados.pdf>
- Girard, B. (2004). *Secreto a voces*. Roma.
- Granados, D. (2005). *Asociación de Proyectos Comunitarios*. Obtenido de Modulo: Estructuras Organizativas y Bases para el control interno: <http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/lectura/Campo-Granado-Popayan-Estructuras-Organizativas.pdf>
- Grupo Hedienghelberg. (2016). *COMMUNITY & COMMERCIAL*. de http://www.eng-radiofm.com/estaciones_radiales.htm
- Gumucio, A. (mayo de 2004). Investigación y Desarrollo. *El Cuarto Mosquetero*.
- Gumucio, A. (27 de Abril de 2015). Radio Comunitaria y derecho a la Comunicación. *Diario: Página 12*. Obtenido de Diarios Página 12: <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-116858.html>
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Obtenido de Censo de Población y Vivienda: <http://www.inec.gob.ec>
- Kaplún, M. (2006). *Poducción de programas de radio* (Tercera Edición ed.). Quito: Editorial "Quipus", CIESPAL.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012 p.39). *Marketing* (Decimocuarta edición ed.). México: Editorial Pearson Educación.
- La Farra Estación. (2015). *Tunein: La Farra Estación*. de <http://tunein.com/radio/La-Farra-Estacion-FM-929-s162381>

- Lamas, E. (noviembre de 2003). *Centro de Competencia en Comunicación para América Latina*. Obtenido de Gestión Integral de la Radio Comunitaria: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/kolumbien/04202.pdf>
- López V., J. I. (01 de Diciembre de 1993). Y usted, ¿aún no tiene su FM comunitaria? *Chasqui*.
- López, J. (2005). *Manual Urgente para radialistas apasionados*. Quito: Inti Barrientos.
- López, J. (10 de Octubre de 2009). *Días de Radio*. Obtenido de Generos y Formatos de Radio: <https://daniradio.wordpress.com/2009/10/10/generos-y-formatos>
- López, J. (16 de Diciembre de 2013). *Videoconferencia*. (J. I. López Vigil, Productor, & Radialistaspunto.net) Obtenido de ¿Cómo armar una programación radiofónica?: <https://www.youtube.com/watch?v=JMy2jqTOODU>
- Marco, M. (2011). *Propuesta de creación de una radio para la Comarca de la Vega Baja del Segura*. Gandía: Universidad Politécnica de Valencia.
- Martínez, M. (2005). *Lenguaje, géneros y programas de radio*. Pamplona: EUNSA. Ediciones Universidad de Navarra, S.A.
- Mejía, R. (9 de septiembre de 2014). *AMARC*. Obtenido de Asociación Mundial de Radios Comunitarias: <http://ricardomejia.mx/tag/amarc/>
- Muñiz, R. (2010). *Marketing en el siglo XXI* (Quinta Edición ed.). Madrid, España: Ediciones CEF (Centro Estudios Financieros).
- Nieto, I., & Suqui, J. (2015). *Comunicación comunitaria e identidad cultural: proyecto para la creación de una radio comunitaria en el Pueblo Kichwa de Rukullakta, cantón Archidona, provincia de Napo*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Ordoñez, P. (2004). *Gualaceo, Paisaje, Historia y Patrimonio*. Cuenca: Editorial Cuenca.
- Peñaherrera, M. (12 de Abril de 2016). Frecuencias de Radio. (M. Juca, Entrevistador)

Presidencia del Ecuador. (18 de abril de 2011). *Decreto Supremo 256: Ley de Radiodifusión y Televisión*. Quito.

Prieto Castillo, D. (20 de marzo de 2015). *Artefacto Bloqueado*. Obtenido de Elogio de la palabra: <https://revistaartefactobloqueado.wordpress.com/2015/03/20/elocio-de-la-palabra/>

Radio Centro Gualaceo 1410. (2016). *Radio Centro Gualaceo*. de <http://www.radiocentrogualaceo.com/>

Radio Constelación. (2015). *Tunein: Radio Constelación*. de <http://tunein.com/radio/Radio-Constelacion-917-s158202>

Radio Estéreo Fasayñán. (2015). *Radio Fasayñán*. de <http://www.radiofasaynan.com/>

Radio Santiago 89.3 FM. (2015). *Radio Santiago*. de <http://radiosantiago893.wixsite.com/>

Registro Oficial. (26 de septiembre de 2012). Suplemento 167: Código de Trabajo. Quito.

Registro Oficial, N° 658. (29 de Diciembre de 2015). Acuerdo Ministerial que reforma en Código de Trabajo. Quito.

Registro Oficial-785. (18 de abril de 1975). *Ley de Radiodifusión y Televisión*. Quito.

Taype, M. (9 de noviembre de 2015). *Gestiópolis*. Obtenido de Objetivos Organizacionales: <http://www.gestiopolis.com/objetivos-organizacionales/>

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. (24 de abril de 2015). *Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia*. Obtenido de Sistema de Control Interno: http://www.uptc.edu.co/admon_control_interno/sci/index.html?accessible=false

Vattimo, G. (2003). *En torno a la posmodernidad* (Segunda ed.). Barcelona: Anthropodos Editorial.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta

1) Cantón: _____ Sexo _____ Edad _____

2) Nivel de instrucción: Primaria () Secundaria () Universidad ()

3) Profesión/ocupación _____

4) ¿Usted escucha radio? SI () NO () AM () FM ()

5) ¿Dónde escucha radio? Trabajo () Casa () vehículo ()

6) Escucha radio en: Mañana () Tarde () Noche () Todo el día ()
Fin de semana ()

7) ¿Por qué escucha radio?: Música () Noticias () Deportes () otros ()
qué _____

8) ¿Qué tipo de música prefiere?: _____

9) ¿Prefiere escuchar noticias? locales () nacionales () Internacionales ()
otras () ¿Cuál? _____

10) ¿Si pudiese elegir el día y la hora para escuchar noticias cuál sería?

11) ¿Al escucha deportes, cuál prefiere?: Local () Nacional () Internacional ()

12) ¿Si pudiese elegir el día y la hora para escuchar un programa deportivo que día
sería? _____

13) ¿Qué le falta actualmente a la radio local?

14) ¿Prefiere una radio? Comercial Privada () Comunitaria () Pública ()

Anexo 2: Solicitud para el Ministerio de Inclusión Económica y Social MIES

SOLICITUD PARA LA APROBACIÓN DEL ESTATUTO Y OTORGAMIENTO DE LA PERSONALIDAD JURÍDICA DE ORGANIZACIONES SOCIALES

.....
Lugar y fecha

Señor
Lcdo. Lenin Erraez Andrade
DIRECTOR DISTRITAL MIES - CUENCA
Presente.-

De mi consideración:

(Nombres y apellidos)....., en calidad de Presidente Provisional de la “.....”, en formación, en virtud del Acta de la Asamblea General Constitutiva, realizada (lugar y fecha), ante usted comparezco y solicito se **apruebe el Estatuto y se otorgue la Personalidad Jurídica**; de conformidad con los documentos que se adjuntan.

Por la atención que se digne dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente;

.....
Presidente Provisional
Organización Social en formación

.....
Dr. /Abg. Patrocinador
Mat. Nro.

Adjunto los siguientes documentos:

Uso exclusivo del servidor público para su constatación:

- Original y copia de la solicitud para aprobación del Estatuto y otorgamiento de la Personalidad Jurídica, debidamente firmado por el representante legal y el abogado patrocinador.
- Acta de la Asamblea General Constitutiva o copia certificada por el secretario provisional, suscrita por todos los miembros fundadores.
- Para el caso de que participen personas jurídicas de derecho privado deberán presentar otros documentos señalados en el Art. 17.2, del Decreto Ejecutivo 16.
- Acta de la Asamblea original o copia certificada por el Secretario provisional de la organización, en la que conste la aprobación del Estatuto.
- Dos originales del Estatuto de la organización social en formación, certificado por el Secretario provisional.
- Nómina de miembros fundadores indicando sus nombres y apellidos completos, nacionalidad, número del documento de identidad y domicilio.

- Copia del documento de identidad y certificado de votación según el caso de los miembros fundadores.

REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN DEL ESTATUTO Y OTORGAMIENTO DE LA PERSONALIDAD JURÍDICA DE ORGANIZACIONES SOCIALES

1. Solicitud dirigida al/a Sr/a Director (a) del MIES, debidamente firmado por el representante legal y el abogado patrocinador.
2. Acta de la Asamblea General Constitutiva de la organización social en formación o copia certificada por el secretario provisional, suscrita por todos los miembros fundadores, con la siguiente información:
 - 2.1. Nombre de la organización;
 - 2.2. Nombres y apellidos completos, nacionalidad, número del documento de identidad, domicilio de cada uno de los miembros fundadores;
 - 2.3. Voluntad de los miembros fundadores de constituir la misma;
 - 2.4. Fines y objetivos generales que propone la organización en formación;
 - 2.5. Nómina de la directiva provisional;
 - 2.6. Nombres, apellidos y número del documento de identidad de la persona que se hará responsable de realizar el trámite de legalización de la organización, teléfono, correo electrónico y domicilio donde recibirá las notificaciones; y,
 - 2.7. La indicación del lugar en el que la organización social, en proceso de aprobación de la personalidad jurídica, tendrá su domicilio, con referencia de la calle, parroquia, cantón, provincia, teléfono, fax, correo electrónico, casilla postal, en caso de tenerlos.
3. Dos originales del Estatuto, el mismo que establecerá y regulará como mínimo los siguientes aspectos:
 - 3.1. Denominación, ámbito de acción y domicilio de la organización;
 - 3.2. Alcance territorial de la organización;
 - 3.3. Fines y Objetivos, en los que se manifieste si realizan o no actividades de voluntariado de acción social y desarrollo, o programas de voluntariado;
 - 3.4. Estructura organizacional;
 - 3.5. Derechos y obligaciones de los miembros;
 - 3.6. Forma de elección de las dignidades y duración en funciones;
 - 3.7. Atribuciones y deberes de los órganos internos: directiva, administradores, y representación legal;
 - 3.8. Patrimonio social y administración de recursos;
 - 3.9. Deberes y atribuciones del órgano fiscalizador y de control interno;
 - 3.10. La forma y las épocas de convocar a las asambleas generales;
 - 3.11. Quórum para la instalación de las asambleas generales y el quórum decisorio;
 - 3.12. Mecanismos de inclusión o exclusión de miembros, los mismos que deberán garantizar en todo momento el derecho al debido proceso;
 - 3.13. Reforma(s) de estatuto(s);
 - 3.14. Régimen de solución de controversias; y,
 - 3.15. Causales y procedimientos de disolución y liquidación.
4. Acta de la Asamblea original o copia certificada por el Secretario provisional de la organización, en la que conste la aprobación del Estatuto, firmada por todos los miembros fundadores asistentes;
5. Copia legible certificada del documento o documentos que acrediten el patrimonio de la organización social en numerario, en una cuenta de integración de capital o en especie, mediante declaración jurada de bienes, de la siguiente manera: **a)** para las asociaciones, clubes, comités, colegios profesionales y centros USD 400 (cuatrocientos dólares de los Estados Unidos); y **b)** para las fundaciones y las corporaciones de segundo y tercer grado USD 4.000 (cuatro mil dólares de los Estados Unidos).
6. Nómina de miembros fundadores indicando sus nombres y apellidos completos, nacionalidad, número del documento de identidad y domicilio de cada uno, a lo que se adjuntará la copia del documento de identidad y certificado de votación según el caso, de cada uno de ellos.
7. Copia del documento de identidad y certificado de votación según el caso de los miembros fundadores.

OBSERVACIONES:

- El certificado de la cuenta de integración de capital (patrimonio de la organización social), será tramitado por el interesado, posterior a la notificación con el informe motivado de aceptación.
- Las organizaciones sociales conformadas por personas y grupos de atención prioritaria, cuyo objetivo sea la defensa de sus derechos, estarán exentas de acreditar patrimonio.
- La Documentación deberá ser entregada en una carpeta en el orden indicado y numerado.

Fuente: MIES, 2015

Anexo 3: Modelo de solicitud

FORMULARIO DE SOLICITUD PARA PERSONAS JURÍDICAS NACIONALES QUE PARTICIPEN POR UN MEDIO DE COMUNICACIÓN PRIVADO O COMUNITARIO

(Lugar y fecha)

Ingeniera
Ana Proaño de la Torre
**Directora Ejecutiva de la Agencia de Regulación y Control de las
Telecomunicaciones – ARCOTEL**
Presente.-

De mi consideración:

(Nombres completos del Representante Legal), en mi calidad de Representante Legal de (Razón Social de la persona jurídica), con número de Cédula (ciudadanía o identidad) (número) y Nro. de RUC (número de Registro Único de Contribuyentes), participo en el **CONCURSO PÚBLICO PARA LA ADJUDICACIÓN DE FRECUENCIAS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL PRIVADOS Y COMUNITARIOS DE RADIODIFUSIÓN SONORA Y/O DE TELEVISIÓN DE SEÑAL ABIERTA**, de acuerdo al siguiente detalle:

1. (Nombre del medio de comunicación propuesto)
2. Servicio de (Radiodifusión Sonora - AM / FM - o Televisión Abierta)
3. (Área de operación independiente)
4. (Número de la Frecuencia(s) o Canal(es) – Ejemplo: 88.1 MHz; o 710 KHz; o canal 23)
5. Tipo de medio de comunicación (Privado o Comunitario)
6. Carácter del medio (nacional u otro).

La (Nombre de la Persona Jurídica) está conformada por (número de socios o accionistas según corresponda), nómina que adjunto. (Anexar nómina de socios o accionistas según corresponda)

Notificaciones que me correspondan las recibiré en (Dirección del domicilio de la persona jurídica) en la ciudad de (.....), (correo electrónico) y teléfonos (fijo) y (móvil).

Con sentimientos de distinguida consideración.

Firma del Solicitante
Número de Cédula

Fuente: ARCOTEL, 2016

Anexo 4: Modelo de Declaración Juramentada

MODELO DE DECLARACIÓN JURAMENTADA PARA PERSONAS JURÍDICAS QUE PARTICIPEN POR UN MEDIO DE COMUNICACIÓN COMUNITARIO

Señor/a Notario/a:

En su registro de escrituras públicas actualmente a su cargo, sírvase insertar una en la que conste la presente declaración juramentada contenida al tenor siguiente:

PRIMERA.- COMPARECIENTE.- Comparece a la celebración del presente instrumento, el/la señor/a (Nombres completos del Representante Legal), con número de Cédula (ciudadanía o identidad) (número), de nacionalidad (indicar nacionalidad), mayor de edad, de estado civil (casado/a, soltero/a, divorciado/a, viudo/a o unión de hecho), por los derechos que representa en su calidad de Presidente/a y como tal representante legal del/la (Nombre del colectivo, organización social sin fines de lucro: comuna, comunidad o pueblo), con número de RUC (número de Registro Único de Contribuyentes), conforme constan en los documentos habilitantes que se acompañan.

SEGUNDA.- DECLARACIÓN JURAMENTADA.- El compareciente, en la calidad señalada, bajo juramento y debidamente apercibido de las penas de perjurio, declara lo siguiente: Yo, (Nombre completo del Representante Legal) y mi representada, no nos encontramos inmersos en las prohibiciones establecidas en el artículo 312 de la Constitución de la República del Ecuador, Ley Orgánica de Comunicación, Ley Orgánica de Telecomunicaciones y las Bases del Concurso Público para la Adjudicación de Frecuencias para el Funcionamiento de Medios de Comunicación Social Privados y Comunitarios de Radiodifusión Sonora y/o de Televisión de Señal Abierta; así como que el proyecto comunicacional que presento cumple con todas las disposiciones y requisitos de la Ley Orgánica de Comunicación.

TERCERA.- CUANTIA.- La cuantía por su naturaleza es indeterminada.

Usted señor/a Notario/a, se servirá agregar las demás cláusulas de estilo, e incorporar los documentos que se acompañan.

NOTA IMPORTANTE: El presente modelo de declaración juramentada debe ser elevado a escritura pública ante cualquier Notario/a del país, y guardará este texto.

Fuente: ARCOTEL

Anexo 5: Precios de la empresa californiana Grupo Hedienghelberg

ESTACIÓN FM STEREO **50W FM** | DESDE \$12,799.95 ENVIAR ORDER

★ **ON-AIR FM STATION EQUIPMENT:** 50W SOLID-STATE TRANSMITTER, AUDIO PROCESSOR, CONSOLE, TELEPHONE HYBRID, MICROPHONE (2), MICROPHONE STAND (BASE (2), HEADPHONES (2), HEADPHONES AMPLIFIER, STEREO SPEAKERS, ON-AIR LIGHTS, CONSOLE, CD PLAYER, FM TRANSMITTER.

EXTRAS: 87.5-108MHz BASIC ANTENNA RADIAL, CABLE DE ANTENNA + 2 CONECTORES ESPECIALES, C/PAGO EXTRA.
- 50FT ANTENNA, 2 CONECTORES AND RYMSA FM ANTENNA CIRCULAR POLARIZATION 87.5-108 MHz VALOR \$690.00
- USA GROUND SHIPPING \$540.00 | EXPORT VIA FEDEX, \$1,250.00

ESTACIÓN FM STEREO **100W FM** | DESDE \$13,799.95 ENVIAR ORDER

★ **ON-AIR FM STATION EQUIPMENT:** 100W SOLID-STATE TRANSMITTER, AUDIO PROCESSOR, CONSOLE, TELEPHONE HYBRID, MICROPHONE (2), MICROPHONE STAND (BASE (2), HEADPHONES (2), HEADPHONES AMPLIFIER, STEREO SPEAKERS, ON-AIR LIGHTS, CONSOLE, CD PLAYER, FM TRANSMITTER.

EXTRAS: 87.5-108MHz BASIC ANTENNA RADIAL, CABLE DE ANTENNA + 2 CONECTORES ESPECIALES, C/PAGO EXTRA.
- 50FT ANTENNA, 2 CONECTORES AND RYMSA FM ANTENNA CIRCULAR POLARIZATION 87.5-108 MHz VALOR \$690.00
- USA GROUND SHIPPING \$540.00 | EXPORT VIA FEDEX, \$1,250.00

ESTACIÓN FM STEREO **300W FM** | DESDE \$14,799.95 ENVIAR ORDER

★ **ON-AIR FM STATION EQUIPMENT:** 300W SOLID-STATE TRANSMITTER, AUDIO PROCESSOR, CONSOLE, TELEPHONE HYBRID, MICROPHONE (2), MICROPHONE STAND (BASE (2), HEADPHONES (2), HEADPHONES AMPLIFIER, STEREO SPEAKERS, ON-AIR LIGHTS, CONSOLE, CD PLAYER, FM TRANSMITTER.

EXTRAS: 87.5-108MHz BASIC ANTENNA RADIAL, CABLE DE ANTENNA + 2 CONECTORES ESPECIALES, C/PAGO EXTRA.
- 50FT ANTENNA, 2 CONECTORES AND RYMSA FM ANTENNA CIRCULAR POLARIZATION 87.5-108 MHz VALOR \$690.00
- USA GROUND SHIPPING \$540.00 | EXPORT VIA FEDEX, \$1,250.00

★ **PRODUCTION STUDIO (OPTIONAL) MIXER**, 4MICROFONOS SHURE, 04 HEADPHONES, HEADPHONE AMPLIFIER, SPEAKERS, RECORDING LIGHT, CD PLAYER/RECORDER, AUTOMATION SOFTWARE, PC AUDIO CARD, AUDIO EDITOR SOFTWARE, ACOUSTIC MATERIAL. PARA GENERAR EL SONIDO/SEÑAL (AUDIO PRODUCTION) QUE LA ESTACION VA EMITIR RADIALMENTE: **DESDE \$6,900.00**

★ **LEXICON RECORDING SOFTWARE** WITH LEXICON PANTHEON REVERB PLUG-IN **DESDE \$380.00**

★ **TASCAM 1 RACK CD PLAYER, TASCAM MC-02B** MINIDISC RECORDER, BALANCED ANALOG I/O - P/S2 KEYBOARD IN - ATRAC 3 COMPRESSION - OPTICAL/COAX DIGITAL I/O 0110 **DESDE \$552.00**

★ **NORWALK NE34** 3/4 WAVE FM ANTENNA GAIN 6DB, 1KW IMPUT **DESDE \$449.00**

★ **INTEGRATION** \$1,000.00 | Caja para transporte maritimo \$550,00 | S&H TO MIAMI/U.S. **DESDE \$450.00**

★ **SHIPPING & HANDLING BOXES** \$550,00 | S&H TO MIAMI/U.S. **DESDE \$450.00**

★ **SURE SM58-MICROPHONE** UNIDIRECTIONAL, CARDIOD, DYNAMIC, VOCAL MIC, PROFESSIONAL, MONO, 150 OHMS | **DESDE \$99.99**



SURE SM58-MICROPHONE UNIDIRECTIONAL, CARDIOD, DYNAMIC, VOCAL MIC, PROFESSIONAL, MONO, 150 OHMS | **DESDE \$99.99**

Fuente: (Grupo Hedienghelberg, 2016)

Anexo 6: Cotización de la empresa Ecuatronic-Ecuador



ECUATRONIX

PROFORMA

Quito, a 29 de junio de 2016	OPV 0616-18102
PARA: RADIO MINERVA / LCDA. MARIA JUCA	
DE: ECUATRONIX/ LIC. NATALIE FORTUNY	
PHONE: (593) 74111930 - 0993015101	No. De pág. 5
REF.: EQUIPOS PARA EMISORA FM	
ASUNTO: DETALLE DE COSTOS	

Mediante la presente ponemos en su consideración el siguiente presupuesto, para la puesta en marcha de una emisora Sistema de Transmisión de FM.

MATRIZ CUENCA

EQUIPOS DE ESTUDIO SALA DE CONTROL

CANT.	DESCRIPCIÓN	P.UNIT	TOTAL
1	CONSOLA AEQ CAPITOL DIGITAL ULTRA-COMPACTA 4 canales micro – línea 4 entradas digitales AES/EBU, configurables SPDIF 8 canales dobles de línea estéreo 12 entradas analógicas mono configurables como 6 stereos. 2 entradas y salidas digitales estéreo USB 4 salidas digitales estéreo AES/EBU configurables SPDIF 8 salidas analógicas mono configurables como 4 stereos. 1 fuente de alimentación individual Superficie de Control 1 Línea de entrada y salida para híbrido telefónico		10.743,00
2	COMPUTADOR i5 PARA AUTOMATIZACION	2.127,00	4.254,00
4	MICROFONOS BETA 58A PARA ESTUDIO MASTER	269,00	1.076,00
1	AUDIFONO SENNHEISER HD PARA ESTUDIO	210,00	210,00
2	MONITORES ESTUDIO MASTER JBL	624,00	1.248,00
1	CD PLAYER TASCAM CD2001		874,00
1	MICROFONO PARA ESTUDIO DE PRODUCCION - CONDENSADOR - SHURE KSM-32		870,00
1	PROCESADOR DE AUDIO ORBAN 5700	6.959,00	6.959,00
1	RDS AUDEMAT ENCODER SILVER	1.810,00	1.810,00
SUBTOTAL EQUIPOS DE ESTUDIO:			28.044,00

QUITO:	YANEZ PINZON 26-42 Y COLON - TELF PBX: 593 (02) 2271 271; 2561 846; FAX: 593 (02) 2924 080
GUAYAQUIL:	CERRO DEL CARMEN JUNTO A TELEAMAZONAS - TELF: 593 (04) 2303 441; 2303470 FAX: 593 (04) 2303461
CUENCA:	AV. 7 DE FEBRERO Y MIGUEL DE SANTIAGO ESQ. 2do. PISO - TELF: 593(07) 2817 709; 2812 844
SUCURSALES:	AMBATO - LOJA - ESMERALDAS - MANTA - SALINAS



ECUATRONIX

EQUIPOS DE ESTUDIO SALA DE PRODUCCION

CANT.	DESCRIPCIÓN	P.UNIT	TOTAL
1	CONSOLA AEQ CAPITOL DIGITAL ULTRA-COMPACTA 4 canales micro – línea 4 entradas digitales AES/EBU, configurables SPDIF 8 canales dobles de línea estéreo 12 entradas analógicas mono configurables como 6 stereos. 2 entradas y salidas digitales estéreo USB 4 salidas digitales estéreo AES/EBU configurables SPDIF 8 salidas analógicas mono configurables como 4 stereos. 1 fuente de alimentación individual Superficie de Control 1 Línea de entrada y salida para híbrido telefónico		10.743,00
2	COMPUTADOR I5 PARA AUTOMATIZACION	2.127,00	4.254,00
4	MICROFONOS BETA 58A PARA ESTUDIO MASTER	269,00	1.076,00
1	AUDIFONO SENNHEISER HD PARA ESTUDIO	210,00	210,00
1	CD PLAYER TASCAM CD2001		874,00
1	MICROFONO PARA ESTUDIO DE PRODUCCION - CONDENSADOR - SHURE KSM-32		870,00
2	MONITOR DE ESTUDIO YAMAHA HS8 -Monitor de estudio de 2 vías y campo cercano, con woofer de cono de 8 pulgadas y tweeter de cúpula de 1 pulgada	475,00	950,00
1	PROCESADOR DE AUDIO ORBAN 5700	6.959,00	6.959,00
SUBTOTAL EQUIPOS DE ESTUDIO:			25.936,00

EQUIPOS DE ESTUDIO SALA DE ENTREVISTA Y LOCUCION

CANT.	DESCRIPCIÓN	P.UNIT	TOTAL
4	MICROFONOS BETA 58A PARA ESTUDIO MASTER	269,00	1.076,00
1	AUDIFONO SENNHEISER HD PARA ESTUDIO	210,00	210,00
1	MICROFONO PARA ESTUDIO DE PRODUCCION - CONDENSADOR - SHURE KSM-32	870,00	870,00
SUBTOTAL EQUIPOS DE ESTUDIO:			2.156,00

QUITO: YANEZ PINZON N 26-42 Y AV COLON - TELF PBX: 593 (02) 2271 271; 2561 846; FAX: 593 (02) 2924 080
GUAYAQUIL: CERRO DEL CARMEN JUNTO A TELEAMAZONAS - TELF: 593 (04) 2303 441; 2303470 FAX: 593 (04) 2303461
CUENCA: AV. 7 DE FEBRERO Y MIGUEL DE SANTIAGO ESQ. 2do. PISO - TELF: 593(07) 2817 709; 2812 844
SUCURSALES: **AMBATO** - **LOJA** - **ESMERALDAS** - **MANTA** - **SALINAS**



ECUATRONIX

SISTEMA DE BALIZAMIENTO, PARARRAYOS Y REGULADOR DE VOLTAGE

CANT.	DESCRIPCIÓN	P.UNIT	TOTAL
1	SISTEMA DE BALIZAMIENTO	990,00	990,00
1	SISTEMA DE PARARRAYOS	2.900,00	2.900,00
1	REGULADOR DE VOLTAGE PLC-21WASN007	8.725,00	11.985,00
SUBTOTAL EQUIPOS DE ESTUDIO:			15.875,00

SISTEMA DE TRANSMISION PRINCIPAL

CANT.	DESCRIPCIÓN	P.UNIT	TOTAL
1	Transmisor SIELCO 2 Kw. Out power 2.0 Kw. Mod. TX2000GX, compuesto por: <ul style="list-style-type: none">- Exciter 30 GT Mono Exciter- RFB2000GX- Rack Frame		20.452,00
1	Sistema Radiante FABRICACION Nacional compuesto por: <ul style="list-style-type: none">- 4 radiadores de FM polarización H y V.- 4 arneses y sus respectivos conectores- 1 distribuidor de potencia 1 entrada y 4 salidas- Herrajes para sujeción.		4.200,00
1	ACCESORIOS DE INSTALACION SISTEMA DE TRANSMISION que incluye: <ul style="list-style-type: none">• Implementación de 40 m. cable coaxial de transmisión a 1 5/8"• (2) Dos conectores para cable coaxial de 1 5/8"• (2) Kit de accesorios de instalación		8.726,00
SUBTOTAL SISTEMA DE TRANSMISION:			33.378,00

QUITO: YANEZ PINZON N 26-42 Y AV COLON - TELF PBX: 593 (02) 2271 271; 2561 846; FAX: 593 (02) 2924 080
GUAYAQUIL: CERRO DEL CARMEN JUNTO A TELEAMAZONAS - TELF: 593 (04) 2303 441; 2303470 FAX: 593 (04) 2303461
CUENCA: AV. 7 DE FEBRERO Y MIGUEL DE SANTIAGO ESQ. 2do. PISO - TELF: 593(07) 2817 709; 2812.844
SUCURSALES: AMBATO - LOJA - ESMERALDAS - MANTA - SALINAS



ECUATRONIX

1. REPETIDORA 1

SISTEMA DE TRANSMISION

CANT.	DESCRIPCIÓN	P.UNIT	TOTAL
1	TRANSMISOR SIELCO 300 Watts. Mod. EXC300GT		5.382,00
1	Sistema Radiante Fabricación Nacional YAGI 3 ELEMENTOS ,Compuesto por: <ul style="list-style-type: none">- 4 radiadores de FM polarización H y V.- 4 arneses en cable ,con sus respectivos conectores- 1 distribuidor de potencia DE 1 entrada y 4 salidas- Herrajes para sujeción. PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR :		2.600,00

CANT.	DESCRIPCIÓN	P.UNIT	TOTAL
1	ACCESORIOS DE INSTALACION SISTEMA DE TRANSMISION que incluye : <ul style="list-style-type: none">• Implementación de 40 m. cable coaxial de transmisión a 1 5/8 "• (2) Dos conectores para cable coaxial de 1 5/8"(2) Kit de accesorios de instalación		8.726,00
SUBTOTAL SISTEMA DE TRANSMISION :			16.708,00

2. REPETIDORA 2

SISTEMA DE TRANSMISION

CANT.	DESCRIPCIÓN	P.UNIT	TOTAL
1	TRANSMISOR SIELCO 300 Watts. Mod. EXC300GT		5.382,00
1	Sistema Radiante Fabricación Nacional YAGI 3 ELEMENTOS ,Compuesto por: <ul style="list-style-type: none">- 4 radiadores de FM polarización H y V.- 4 arneses en cable ,con sus respectivos conectores- 1 distribuidor de potencia DE 1 entrada y 4 salidas- Herrajes para sujeción. PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR :		2.600,00

CANT.	DESCRIPCIÓN	P.UNIT	TOTAL
1	ACCESORIOS DE INSTALACION SISTEMA DE TRANSMISION que incluye : <ul style="list-style-type: none">• Implementación de 40 m. cable coaxial de transmisión a 1 5/8 "• (2) Dos conectores para cable coaxial de 1 5/8"(2) Kit de accesorios de instalación		8.726,00
SUBTOTAL SISTEMA DE TRANSMISION :			16.708,00

QUITO: YANEZ PINZON N 26-42 Y AV COLON - TELF PBX: 593 (02) 2271 271; 2561 846; FAX: 593 (02) 2924 080
GUAYAQUIL: CERRO DEL CARMEN JUNTO A TELEAMAZONAS - TELF: 593 (04) 2303 441; 2303470 FAX: 593 (04) 2303461
CUENCA: AV. 7 DE FEBRERO Y MIGUEL DE SANTIAGO ESQ. 2do. PISO - TELF: 593(07) 2817 709; 2812 844
SUCURSALES: **AMBATO** - **LOJA** - **ESMERALDAS** - **MANTA** - **SALINAS**



ECUATRONIX

EQUIPO DE RDS

CANT.	DESCRIPCIÓN	P.UNIT	TOTAL
1	EQUIPO DE RDS INOVONICS 730 que incluye : <ul style="list-style-type: none">• Control digital de nivel -60dBm a 0 dBm• Tasa de muestreo 912 KHz• Apagado automático 0dB bypass en caso de apagón		4.725,00
SUBTOTAL SISTEMA DE TRANSMISION :			4.725,00

INSTALACION, TRANSPORTE Y MISCELANEOS

CANT.	DESCRIPCIÓN	P.UNIT	TOTAL
1	INSTALACION, TRANSPORTES INTERNOS Y DIRECCION TECNICA	1	14.353,00
SUBTOTAL SISTEMA DE TRANSMISION :			14.353,00

ESTE VALOR NO INCLUYE EL 14% DEL IVA	SUBTOTAL	157.883,00
--------------------------------------	----------	------------

NOTAS.-

- Todos los precios de equipos son en Ecuador incluyen SALVAGUARDAS VIGENTES, ARANCELES Y FLETES.
- **INCLUYE INSTALACION, TRANSPORTES INTERNOS Y DIRECCION TECNICA**
- *Ecuatronic respalda sus equipos con garantía local de 1 año contra defectos de fabricación.*
- **Ecuatronic brinda servicio de mantenimiento preventivo y correctivo, así como también servicios de alquiler de infraestructura y torre a nivel nacional en los diferentes cerros de acuerdo a disponibilidad (cotización por separado).**
- **El cliente deberá proporcionar la infraestructura necesaria (terreno, casetas, energía eléctrica e instalaciones adecuadas, según el caso) para la operación de la emisora FM, así como los permisos de operación vigentes.**

PLAZO DE ENTREGA: 65 a 90 días a partir de la entrega del anticipo

FORMA DE PAGO: A CONVENIR CON EL CLIENTE DE ACUERDO A NEGOCIACION

VALIDEZ DE LA OFERTA: 30 días (COTIZACION PUEDE VARIAR DE ACUERDO AL EURO/DÓLAR)

Atentamente,

Lic. Natalie Fortuny
Presidenta Ejecutiva

QUITO:	YANEZ PINZON N 26-42 Y AV COLON - TELF PBX: 593 (02) 2271 271; 2561 846; FAX: 593 (02) 2924 080
GUAYAQUIL:	CERRO DEL CARMEN JUNTO A TELEAMAZONAS - TELF: 593 (04) 2303 441; 2303470 FAX: 593 (04) 2303461
CUENCA:	AV. 7 DE FEBRERO Y MIGUEL DE SANTIAGO ESQ. 2do. PISO - TELF: 593(07) 2817 709; 2812 844
SUCURSALES:	AMBATO - LOJA - ESMERALDAS - MANTA - SALINAS

Fuente: ECUATRONIX - ECUADOR, 2016

Anexo 7: Formulario RTV 1

 Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones		FORMULARIO PARA INFORMACIÓN GENERAL		RTV – 1
SOLICITUD:				
OBJETO DE LA SOLICITUD:	<input type="checkbox"/> AUTORIZACIÓN <input type="checkbox"/> CONCESIÓN <input type="checkbox"/> AUTORIZACIÓN TEMPORAL	MEDIO DE COMUNICACIÓN SOCIAL:	<input type="checkbox"/> COMUNITARIO <input type="checkbox"/> PÚBLICO <input type="checkbox"/> PRIVADO	
SERVICIO:	<input type="checkbox"/> RADIODIFUSIÓN SONORA EN AMPLITUD MODULADA (AM) <input type="checkbox"/> RADIODIFUSIÓN SONORA EN ONDA CORTA (OC) <input type="checkbox"/> RADIODIFUSIÓN SONORA EN FRECUENCIA MODULADA (FM) <input type="checkbox"/> TELEVISIÓN ABIERTA (ANALÓGICA) (TA) <input type="checkbox"/> TELEVISIÓN ABIERTA (DIGITAL) (TDT)			
BREVE DESCRIPCIÓN DE LA SOLICITUD:				
DATOS DEL SOLICITANTE Y PROFESIONAL TÉCNICO:				
SOLICITANTE:		NOMBRE PROPUESTO DE LA ESTACIÓN O SISTEMA:		FECHA:
CERTIFICACIÓN DEL PETICIONARIO O REPRESENTANTE LEGAL Certifico que el presente requerimiento técnico está elaborado acorde con mis necesidades de comunicación.				
APELLIDO PATERNO:		APELLIDO MATERNO:		NOMBRES:
E-MAIL:		TELEFONO / FAX:		CARGO:
CIUDAD/DIRECCIÓN (CIUDAD, CALLE Y No.):				FIRMA
CERTIFICACIÓN DEL PROFESIONAL TÉCNICO (RESPONSABLE TÉCNICO) Certifico que el presente proyecto técnico fue elaborado por el suscrito y asumo la responsabilidad técnica respectiva				
APELLIDOS Y NOMBRES:		N° DE REGISTRO EN SENESCYT:		FIRMA
		E-MAIL:		
FORMULARIOS QUE SE ADJUNTAN A LA PRESENTE SOLICITUD DE CONFORMIDAD AL REGLAMENTO PARA LA ADJUDICACIÓN DE TÍTULOS HABILITANTES PARA EL FUNCIONAMIENTO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL PÚBLICOS, PRIVADOS, COMUNITARIOS Y SISTEMAS DE AUDIO Y VIDEO POR SUSCRIPCIÓN:				
NOMBRE DEL FORMULARIO				N° TOTAL FORMULARIOS
NOTAS:				
<ul style="list-style-type: none"> Los formularios técnicos deben ser presentados de conformidad al Instructivo Técnico denominado: INSTRUCTIVO DE FORMULARIOS TÉCNICOS PARA LA PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES DE AUTORIZACIÓN, CONCESIÓN Y ADJUDICACIÓN TEMPORAL DE FRECUENCIAS DE LOS SERVICIOS DE RADIODIFUSIÓN SONORA Y DE TELEVISIÓN ABIERTA, publicado en la página web institucional: www.arcotel.gob.ec. Las solicitudes para medios de comunicación social, sean públicos, privados o comunitarios, deberán presentar adicionalmente un Anexo con: <ul style="list-style-type: none"> El lóbulo de radiación resultante del arreglo de antenas (sistema radiante) propuesto, en el que se pueda identificar la ganancia o atenuación en los diferentes azimuts de radiación. Cálculo de propagación para determinar la cobertura principal y secundaria teórica, de acuerdo a los procedimientos aprobados por la UIT o mejores. Gráfico del área de cobertura principal y secundaria teórica dibujada sobre un mapa topográfico del lugar con escala apropiada donde se visualice claramente las poblaciones a ser servidas. El perfil topográfico del o los enlaces solicitados, así como la justificación del ancho de banda requerido en el caso de enlaces auxiliares digitales de televisión. En caso de que la adjudicación de frecuencias sea a través de concurso público, y los parámetros técnicos establecidos en los "CRITERIOS DE EVALUACIÓN TÉCNICOS" de las bases del concurso, no puedan incluirse en los formularios técnicos, los mismos deberán ser detallados y/o justificados en el anexo adjunto. 				

Fuente: ARCOTEL, 2016

