



**Medios  
Públicos EP**

EPMPCE

**EMPRESA PÚBLICA MEDIOS  
PÚBLICOS DE COMUNICACIÓN  
DEL ECUADOR - MEDIOS  
PÚBLICOS EP.**

**PLAN ESTRATÉGICO  
EMPRESARIAL  
2017-2021**

05 de diciembre de 2017

 <b>Medios Públicos EP</b> EPMFCE MEDIOS PUBLICOS EP.	<b>PLAN ESTRATÉGICO EMPRESARIAL</b> 2017 - 2021	Fecha: 05/12/2017
		REVISIÓN: 0
		PÁGINA: 2 DE 129

## CONTENIDO

INTRODUCCION .....	8
CAPITULO I .....	9
1. MARCO NORMATIVO.....	9
1.1 Base legal.....	9
1.2 Metodología para la Planificación Estratégica .....	11
1.3 Alineación a la Planificación Nacional .....	12
CAPITULO II.....	15
2. LA ORGANIZACIÓN .....	15
2.1 Descripción general de la organización.....	15
2.1.1 Línea de tiempo de la empresa .....	16
2.1.2 Elementos Orientadores.....	20
2.2 Mapa de procesos y Cadena de valor.....	22
2.3 Estructura Orgánica por procesos .....	25
2.4 Líneas de negocio .....	30
2.4.1 Definición de productos y servicios que ofrece la empresa.....	31
2.4.2 Cobertura de los productos y servicios de la empresa.....	32
2.4.3 Catálogo de productos y servicios ofertados .....	52
2.4.4 Modelo de negocio de la empresa .....	52
2.4.5 Evolución histórica de los estados financieros .....	55
2.4.6 Análisis de la evolución histórica del mercado en la cual se desenvuelve la empresa y de los ingresos de cada una de las líneas de negocio.....	62
2.4.7 Análisis de la evolución histórica de los costos de las líneas de negocio.....	82
2.4.8 Evolución histórica de la fuerza laboral.....	91
2.5 Disposición emitida por el Decreto No. 227 de fecha 27 de noviembre de 2017.....	93
CAPITULO III.....	95
3 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	95

 <b>Medios Públicos EP</b> <small>EPMPCE</small>  <b>MEDIOS PUBLICOS EP</b>	<b>PLAN ESTRATÉGICO EMPRESARIAL</b>  2017 - 2021	Fecha: 05/12/2017
		REVISIÓN: 0
		PÁGINA: 3 DE 129

3.1	Enfoque en el Cliente Externo- Conocimiento del cliente externo y el mercado .....	95
3.1.1	Segmentación de mercado .....	95
3.1.2	Matriz de características del perfil del consumidor .....	95
3.1.3	Satisfacción del cliente externo .....	102
3.2	Enfoque en el Cliente Interno- Satisfacción del cliente interno .....	103
3.2.1	Desarrollo de Personas – Participación de personal .....	103
3.2.2	Desarrollo de Personas – Educación, capacitación y calidad de vida en el trabajo 106	
3.3	MATRIZ FODA .....	111
3.4	Matriz Boston Consulting Group (BCG) .....	114
CAPITULO IV .....		117
4	GESTIÓN DE PROCESOS – PLAN ESTRATÉGICO .....	117
4.1	Perspectivas Empresariales .....	117
4.2	Objetivos Estratégicos .....	118
4.3	Estrategias Empresariales .....	118
4.4	Mapa Estratégico .....	121
4.5	Cuadro resumen de la planificación .....	122
ANEXOS .....		129

## Índice de Tablas

<i>Tabla 1 Detalle del objeto de creación de la empresa y su relación con las macro actividades realizadas .....</i>	15
<i>Tabla 2 Cobertura de la señal Ecuador TV .....</i>	42
<i>Tabla 3 Cobertura de la Radio Pública FM .....</i>	43
<i>Tabla 4 Visitas Página Web ANDES (Enero-Agosto 2017) .....</i>	43
<i>Tabla 5 Estado de situación financiera, años 2016 - 2017 (en dólares US\$) .....</i>	55
<i>Tabla 6 Saldo Cuenta Caja General .....</i>	56
<i>Tabla 7 Estado de resultados al 30 de septiembre, años 2016 - 2017 (en dólares US\$) .....</i>	59

 <b>Medios Públicos EP</b> EPMPC MEDIOS PUBLICOS EP.	<b>PLAN ESTRATÉGICO EMPRESARIAL</b> 2017 - 2021	Fecha: 05/12/2017
		REVISIÓN: 0
		PÁGINA: 4 DE 129

<i>Tabla 8 Inversión publicitaria en medios tradicionales a nivel país .....</i>	63
<i>Tabla 9 Inversión en medios tradicionales – Comparativo de enero a marzo 2016/2017 .....</i>	65
<i>Tabla 10 Inversión en medios tradicionales – Comparativo de enero 2016/2017 – Con campaña política.....</i>	65
<i>Tabla 11 Inversión en medios tradicionales – Comparativo de enero 2016/2017 – Sin campaña política.....</i>	66
<i>Tabla 12 Comparación de tiraje en los principales diarios del país .....</i>	68
<i>Tabla 13 Comparación de circulación promedio de los diarios .....</i>	69
<i>Tabla 14 Cantidad de suscriptores 2016 - 2017 .....</i>	70
<i>Tabla 15 Ingresos de impresos declarados por el SRI .....</i>	71
<i>Tabla 16 Ingresos de publicidad en el diario El Telégrafo .....</i>	73
<i>Tabla 17 Ingresos de distribución del diario El Telégrafo .....</i>	75
<i>Tabla 18 Ingresos de publicidad del diario El Tiempo .....</i>	76
<i>Tabla 19 Ingresos de distribución del diario El Tiempo.....</i>	77
<i>Tabla 20 Ingresos de publicidad en la televisión, radio y ANDES .....</i>	79
<i>Tabla 21 Ingresos de impresos comerciales .....</i>	80
<i>Tabla 22 Nómina de la empresa Medios Públicos EP .....</i>	92
<i>Tabla 23 Matriz de características del consumidor del Diario El Telégrafo .....</i>	96
<i>Tabla 24 Matriz de características del consumidor del Diario El Tiempo.....</i>	97
<i>Tabla 25 Matriz de características del consumidor de Agencia de Noticias ANDES.....</i>	98
<i>Tabla 26 Matriz de características del consumidor de la programación EcuadorTV.....</i>	99
<i>Tabla 27 Matriz de características del consumidor de Radio Pública FM .....</i>	100
<i>Tabla 28 Matriz de características del consumidor de Medios digitales de los productos editoriales .....</i>	101
<i>Tabla 29 Matriz de características de los clientes de impresos.....</i>	102
<i>Tabla 30 Matriz FODA de Comunicación escrita, comunicación audiovisual y medios digitales .....</i>	111
<i>Tabla 31 Matriz FODA de la imprenta Editogran .....</i>	114
<i>Tabla 32 Cuadro resumen de objetivos e indicadores del Plan Estratégico Empresarial 2017-2021 .....</i>	122

 <b>MEDIOS PUBLICOS EP</b>	<b>PLAN ESTRATÉGICO EMPRESARIAL</b> 2017 - 2021	Fecha: 05/12/2017
		REVISIÓN: 0
		PÁGINA: 5 DE 129

## Índice de Figuras

<i>Figura 1 Metodología de la Planificación Estratégica .....</i>	12
<i>Figura 2 Ejes del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 .....</i>	13
<i>Figura 3 Alineación de PEE Medios Públicos EP. al PND 2017-2021 .....</i>	14
<i>Figura 4 Lineamientos Estratégicos .....</i>	21
<i>Figura 5 Mapa de proceso macro de la Empresa Medios Públicos EP. ....</i>	23
<i>Figura 6 Procesos Comprendidos dentro del Macro proceso de Comunicación audiovisual, escrita y digital .....</i>	24
<i>Figura 7 Procesos Comprendidos dentro del Macro proceso de Servicio de Impresión .....</i>	24
<i>Figura 8 Estructura Orgánica MEDIOS PÚBLICOS EP. ....</i>	29
<i>Figura 9 Productos y servicios de Medios Públicos EP .....</i>	31
<i>Figura 10 Mapa de cobertura de la señal de la EcuadorTV .....</i>	41
<i>Figura 11 Mapa de cobertura de la señal de la Radio Pública .....</i>	42
<i>Figura 12 Modelo de negocio de la Empresa Medios Públicos EP. ....</i>	54
<i>Figura 13 Cartelera Comunicate .....</i>	103
<i>Figura 14 Ejemplos de mensajes difundidos a través de carteleras y mails masivos .....</i>	104
<i>Figura 15 Colaborador del mes .....</i>	105
<i>Figura 16 Cartelera de postulación de puestos de trabajo .....</i>	106
<i>Figura 17 Listado de capacitaciones realizadas comunicadas al personal de la empresa .....</i>	107
<i>Figura 18 Collage de fotos de actividades de brigadas de salud y capacitaciones .....</i>	109
<i>Figura 19 Collage de fotos de capacitaciones del plan de emergencia .....</i>	110
<i>Figura 20 Matriz BCG .....</i>	115
<i>Figura 21 Objetivos Estratégicos Medios Públicos EP. ....</i>	118
<i>Figura 22 Mapa Estratégico Empresarial 2017-2021 .....</i>	121

## Índice de Ilustraciones

<i>Ilustración 1 Línea de Tiempo de la Empresa Medios Públicos EP.....</i>	19
<i>Ilustración 2 Rutas de Distribución nacional El Telégrafo.....</i>	33
<i>Ilustración 3 Rutas 1 Distribución El Telégrafo.....</i>	33
<i>Ilustración 4 Ruta 2 distribución El Telégrafo.....</i>	34
<i>Ilustración 5 Ruta 3 distribución El Telégrafo.....</i>	34
<i>Ilustración 6 Ruta 4 distribución El Telégrafo.....</i>	35
<i>Ilustración 7 Ruta 5 distribución El Telégrafo.....</i>	35
<i>Ilustración 8 Ruta 6 distribución El Telégrafo.....</i>	36
<i>Ilustración 9 Ruta 7 distribución El Telégrafo.....</i>	36
<i>Ilustración 10 Ruta 8 distribución El Telégrafo.....</i>	37
<i>Ilustración 11 Ruta 9 distribución El Telégrafo.....</i>	37
<i>Ilustración 12 Ruta 10 distribución El Telégrafo.....</i>	38
<i>Ilustración 13 Ruta 10 distribución El Telégrafo.....</i>	38
<i>Ilustración 14 Rutas de Distribución El Tiempo.....</i>	39
<i>Ilustración 15 Cobertura El Tiempo Provincia Azuay.....</i>	40
<i>Ilustración 16 Cobertura El Tiempo Parroquias Urbanas.....</i>	40
<i>Ilustración 17 Cobertura El Tiempo Parroquias Rurales.....</i>	41
<i>Ilustración 18 Estadísticas web El Telégrafo.....</i>	44
<i>Ilustración 19 Estadísticas de redes sociales de El Telégrafo.....</i>	45
<i>Ilustración 20 Estadísticas web El Tiempo.....</i>	46
<i>Ilustración 21 Estadísticas de redes sociales de El Tiempo.....</i>	47
<i>Ilustración 22 Estadísticas web de la página web Medios Públicos.....</i>	48
<i>Ilustración 23 Estadísticas de las redes sociales de EcuadorTV y PúblicaFM.....</i>	49
<i>Ilustración 24 Estadísticas de la página web de ANDES.....</i>	50

 <b>Medios Públicos EP</b> <small>EMFCE</small> <b>MEDIOS PUBLICOS EP.</b>	<b>PLAN ESTRATÉGICO EMPRESARIAL</b> <b>2017 - 2021</b>	Fecha: 05/12/2017
		REVISIÓN: 0
		PÁGINA: 7 DE 129

<i>Ilustración 25 Estadísticas de las redes sociales de ANDES.....</i>	51
<i>Ilustración 26 Distribución de cartera de clientes de impresos comerciales .....</i>	52
<i>Ilustración 27 Datos históricos de Cuentas por cobrar .....</i>	57
<i>Ilustración 28 Inversión Publicitaria 2013-2016 .....</i>	64
<i>Ilustración 29 Participación de medios durante el mes de enero 2017 – Con campaña política .....</i>	66
<i>Ilustración 30 Lectoría de diarios promedio lunes a domingo.....</i>	67
<i>Ilustración 31 Lectoría de diarios promedio sábado a domingo.....</i>	68
<i>Ilustración 32 Comparación Ventas de Publicidad Diario El Telégrafo.....</i>	73
<i>Ilustración 33 Comparación Venta de Ejemplares Diario El Telégrafo.....</i>	75
<i>Ilustración 34 Comparación Ventas de Publicidad El Tiempo .....</i>	76
<i>Ilustración 35 Comparación Ventas de Ejemplares El Tiempo .....</i>	78
<i>Ilustración 36 Comparación Ventas de Publicidad EcuadorTV, Radio Pública FM y ANDES ..</i>	79
<i>Ilustración 37 Comparación Ventas de Servicios de Impresión (Impresos Comerciales) .....</i>	81
<i>Ilustración 38 Representatividad de las ventas (enero-septiembre de 2017).....</i>	82
<i>Ilustración 39 Comparación costos directos Diario El Telégrafo .....</i>	83
<i>Ilustración 40 Comparación costos indirectos Diario El Telégrafo .....</i>	84
<i>Ilustración 41 Comparación costos directos Diario El Tiempo.....</i>	85
<i>Ilustración 42 Comparación costos indirectos Diario El Tiempo .....</i>	86
<i>Ilustración 43 Comparación costos directos Impresos Comerciales .....</i>	87
<i>Ilustración 44 Comparación costos indirectos Impresos Comerciales .....</i>	88
<i>Ilustración 45 Comparación costos directos Ecuador TV .....</i>	89
<i>Ilustración 46 Comparación costos indirectos Ecuador TV .....</i>	89
<i>Ilustración 47 Comparación costos directos Radio Pública FM.....</i>	90
<i>Ilustración 48 Comparación costos indirectos Radio Pública FM .....</i>	91
<i>Ilustración 49 Evolución de masa salarial.....</i>	91

 <b>Medios Públicos EP</b> <small>EPMPCE</small> <b>MEDIOS PUBLICOS EP</b>	<b>PLAN ESTRATÉGICO EMPRESARIAL</b>  <b>2017 - 2021</b>	Fecha: 05/12/2017
		REVISIÓN: 0
		PÁGINA: 8 DE 129

## INTRODUCCION

La Empresa Pública Medios Públicos de Comunicación del Ecuador – Medios Públicos EP., tiene como objetivo fundamental la gestión eficiente de la comunicación independiente, plural e inclusiva a través de sus medios conformados por EcuadorTV, Pública FM, Diario El Telégrafo, Diario El Tiempo, la Agencia de Noticias para el Ecuador y Suramérica (ANDES) y los medios digitales, asimismo genera de forma eficiente y eficaz los productos y servicios de excelencia mediante el desarrollo de la industria gráfica.

El Plan Estratégico de Medios Públicos EP. 2017 - 2021 contiene las líneas de acción estratégica a seguir en el corto y mediano plazo que permitan a la empresa asegurar la consecución de la misión en el contexto en que se desarrolla el trabajo y avanzar hacia un modelo de excelencia en la provisión de productos y servicios.

Este Plan se encuentra alineado con el Plan Nacional de Desarrollo 2017– 2021 y contiene los objetivos de gestión, metas programáticas, constituyéndose en la principal herramienta en la dirección y toma de decisiones de la empresa.

La construcción del Plan Estratégico 2017- 2021 proviene de un proceso participativo y consensuado con todas las áreas que conforman la empresa, e incluyó: Talleres de trabajo con Gerentes y Directores de área, bajo el liderazgo de la Gerencia de Planificación Estratégica, donde se detallaron los productos y los nichos de mercados a donde se pretende llegar, asimismo la determinación de los análisis del entorno externo, e interno, en los cuales se desenvuelve la empresa.

Con los Gerentes se realizó un taller de trabajo con el fin de socializar los grandes desafíos y asuntos clave a medir, obteniéndose además, una primera aproximación a los objetivos estratégicos.

Adicionalmente se realizaron talleres por área estratégica, de apoyo y de asesoría, con los Gerentes y Directores, para establecer cada uno de los objetivos operativos, estrategias, metas, indicadores y responsables que contribuyen al logro de los objetivos estratégicos determinados.

La consecución de este Plan, requiere de una adecuada política editorial, administrativa, operativa y financiera, así como de una mejora sustancial en los procesos y sistemas de la empresa, un mayor énfasis en la capacitación al personal y un trabajo en equipo entre el personal de las gerencias, direcciones y operativos que la conforman.

**GERENTE GENERAL**

 <b>Medios Públicos EP</b> <small>EP/AFCE</small> <b>MEDIOS PUBLICOS EP.</b>	<b>PLAN ESTRATÉGICO EMPRESARIAL</b> <b>2017 - 2021</b>	Fecha: 05/12/2017
		REVISIÓN: 0
		PÁGINA: 9 DE 129

## CAPITULO I

### 1. MARCO NORMATIVO

#### 1.1 Base legal

El marco legal que regula a la empresa pública Medios Públicos EP., es el siguiente:

- El numeral 2 del artículo 16 de la Constitución de la República establece el derecho de todas las personas, en forma individual o colectiva, a tener acceso universal a las tecnologías de información y comunicación;
- El numeral 2 del artículo 17 de la Constitución de la República dispone al Estado fomentar la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y para el efecto, manda facilitar la creación y fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios;
- El artículo 19 de la Constitución de la República del Ecuador establece que la Ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente;
- El artículo 226 de la Constitución de la República del Ecuador manifiesta que *“Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución.”*
- El artículo 315 de la Constitución de la República del Ecuador señala que el Estado constituirá empresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras actividades económicas;
- El artículo 4 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas señala que las empresas públicas son entidades que pertenecen al Estado en los términos que establece la Constitución de la República, personas jurídicas de derecho público, con patrimonio propio, dotadas de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión; estarán destinadas a la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y en general al desarrollo de actividades económicas que corresponden al Estado;

 <b>Medios Públicos EP</b> EPMFCE MEDIOS PUBLICOS EP.	<b>PLAN ESTRATÉGICO EMPRESARIAL</b> 2017 - 2021	Fecha: 05/12/2017
		REVISIÓN: 0
		PÁGINA: 10 DE 129

- El artículo 5 de Ley Orgánica de Empresas Públicas, señala que la creación de las empresas públicas se hará mediante decreto ejecutivo, en el caso de las que constituya la Función Ejecutiva;
- El artículo 78 dentro de la sección I Medios de Comunicación Públicos de la Ley Orgánica de Comunicación, establece que los medios públicos de comunicación social son personas jurídicas de derecho público que se pueden constituir también al tenor de lo que establece la Ley Orgánica de Empresas Públicas. La estructura, composición y atribuciones de los órganos de dirección, de administración, de control social y participación de los medios públicos se establecerán en el instrumento jurídico de su creación. Sin embargo, la estructura de los medios públicos siempre contará con un consejo editorial y un consejo ciudadano, salvo el caso de los medios públicos de carácter oficial. Se garantizará su autonomía editorial.
- El artículo 79 dentro de la sección I Medios de Comunicación Públicos de la Ley Orgánica de Comunicación, señala lo siguiente: (...) Si dos o más medios públicos se agrupan por razones estratégicas, de optimización de costos o para facilitar su gestión, éstos se constituirán en una empresa pública de comunicación al tenor de lo establecida en la Ley Orgánica de Empresas Públicas. En estos casos, cada medio de comunicación público deberá contar necesariamente con un consejo editorial.
- El artículo 81 dentro de la sección I Medios de Comunicación Públicos de la Ley Orgánica de Comunicación, señala que los medios públicos, con excepción de los medios públicos oficiales, se financiarán con recursos de la institución respectiva. Subsidiariamente se financiarán de la siguiente forma:
  1. Ingresos provenientes de la venta de publicidad;
  2. Ingresos provenientes de la comercialización de sus productos comunicacionales; y,
  3. Con los fondos provenientes de donaciones, patrocinios y cooperación nacional e internacional.
- De conformidad con el Art. 4. del Reglamento que Regula Atribuciones de Directorios Empresas Públicas, denominado Instrumentos de planificación y de gestión, el cual textualmente dispone: *“El Gerente General formulará y someterá a consideración y aprobación del Directorio las propuestas de Plan Estratégico Empresarial y Plan General de Negocios, Expansión e Inversión; considerando altos parámetros de calidad y criterios empresariales, económicos, sociales y ambientales...”*
- De conformidad con el Art. 5. del Reglamento que Regula Atribuciones de Directorios Empresas Públicas, denominado Plan Estratégico Empresarial, que dice: *“El Plan Estratégico Empresarial es el instrumento que asegura la*

 MEDIOS PUBLICOS EP.	<b>PLAN ESTRATÉGICO EMPRESARIAL</b> 2017 - 2021	Fecha: 05/12/2017
		REVISIÓN: 0
		PÁGINA: 11 DE 129

*alineación programática de la empresa con el Plan Nacional de Desarrollo, y tendrá su misma temporalidad y vigencia. Contendrá las políticas empresariales, los objetivos de gestión, metas programáticas y los lineamientos generales para el Plan General de Negocios, Expansión e Inversión. Se deberá aprobar en el plazo máximo de 60 días desde que entre en vigencia el Plan Nacional de Desarrollo, conforme la Constitución y la ley. Solo podrá ser modificado por el Directorio en función del informe motivado del Gerente General y avalado por el Presidente del Directorio.”*

- De conformidad con el Acuerdo No. SNPD-043-2017 de fecha 19 de septiembre de 2017, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo señala los lineamientos que garanticen que la Planificación Estratégica de las Empresas Públicas de la Función Ejecutiva se encuentre vinculada a la Planificación Nacional.
  
- De conformidad con el Decreto Ejecutivo No. 227 de fecha 27 de noviembre de 2017, en el Artículo Único, se dispone que la Empresa Coordinadora de Empresas Públicas EMCO EP transfiera irrevocablemente a favor de la Empresa Pública Medios Públicos de Comunicación del Ecuador MEDIOS PÚBLICOS EP EPMPCE, la propiedad total de los paquetes accionarios de su pertenencia, de los siguientes medios de comunicación: CADENA ECUATORIANA TELEVISIÓN C.A “CANAL 10” (CETV); COMPAÑÍA TELEVISIÓN DEL PACÍFICO TELEDOS S.A.; COMPAÑÍA EDITORIAL UMINASA DEL ECUADOR S.A; CABLEVISIÓN S.A.; AMÉRICA VISIÓN S.A.; EDITORES E IMPRESORES EDIMPRES S.A.; y MOVIDAD C.A. La Empresa Pública Medios Públicos de Comunicación del Ecuador MEDIOS PÚBLICOS EP EPMPCE asumirá todas las obligaciones y derechos, activos y pasivos, de los medios de comunicación a transferirse, así como también las competencias, atribuciones, derechos, obligaciones, representaciones y delegaciones, en virtud de la transferencia de los paquetes accionarios.  
En la Primera Disposición General, se dispone que las empresas referidas *“...mantendrán su naturaleza jurídica y se considerarán medios de comunicación privados, conforme a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Comunicación.”*  
En la Primera Disposición Transitoria, se establece el plazo máximo de 30 días, contados a partir de la expedición del Decreto Ejecutivo para que EMCO EP deba proceder a la transferencia de los paquetes accionarios de las sociedades anónimas referidas en el artículo único del Decreto Ejecutivo.

## **1.2 Metodología para la Planificación Estratégica**

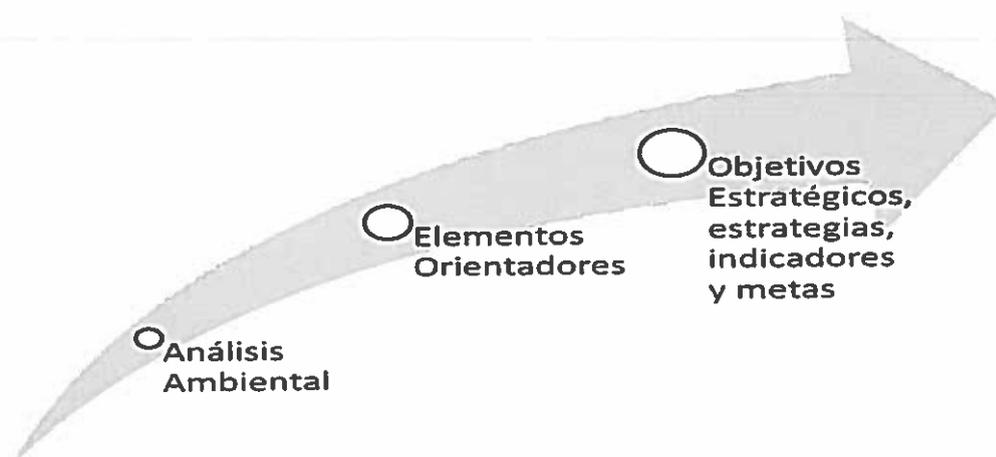
El desarrollo de la Planificación Empresarial se realizó con la participación activa de las autoridades de las áreas agregadoras de valor, de apoyo y de asesoría que componen la empresa, quienes contribuyeron a la consolidación de ideas que permitieron determinar

 <b>Medios Públicos EP</b> <small>EPMPCE</small> <b>MEDIOS PUBLICOS EP</b>	<b>PLAN ESTRATÉGICO EMPRESARIAL</b> 2017 - 2021	Fecha: 05/12/2017
		REVISIÓN: 0
		PÁGINA: 12 DE 129

los objetivos estratégicos, estrategias e indicadores que guiarán a la contribución de la misión y visión de la empresa.

El primer paso fue la realización de un diagnóstico para definir la situación actual de la empresa, analizando los factores internos y externos, y definir cuál será el alcance de la misma. El insumo de esta labor sirvió para revisar los elementos orientadores: visión, misión, valores, y por último establecer los objetivos estratégicos y las estrategias que se utilizarán, orientadas a la consecución de las metas planteadas.

El proceso se lo puede definir de la siguiente manera:



*Figura 1 Metodología de la Planificación Estratégica*

### 1.3 Alineación a la Planificación Nacional

La Constitución de la República del Ecuador en su artículo 280 determina que: *“El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores”*.

Asimismo en su artículo 293 establece que *“la formulación y la ejecución del Presupuesto General del Estado se sujetarán al Plan Nacional de Desarrollo. Los presupuestos de los gobiernos autónomos descentralizados y los de otras entidades públicas se ajustarán a los planes regionales, provinciales, cantonales y parroquiales, respectivamente, en el marco del Plan Nacional de Desarrollo, sin menoscabo de sus competencias y su autonomía”*.

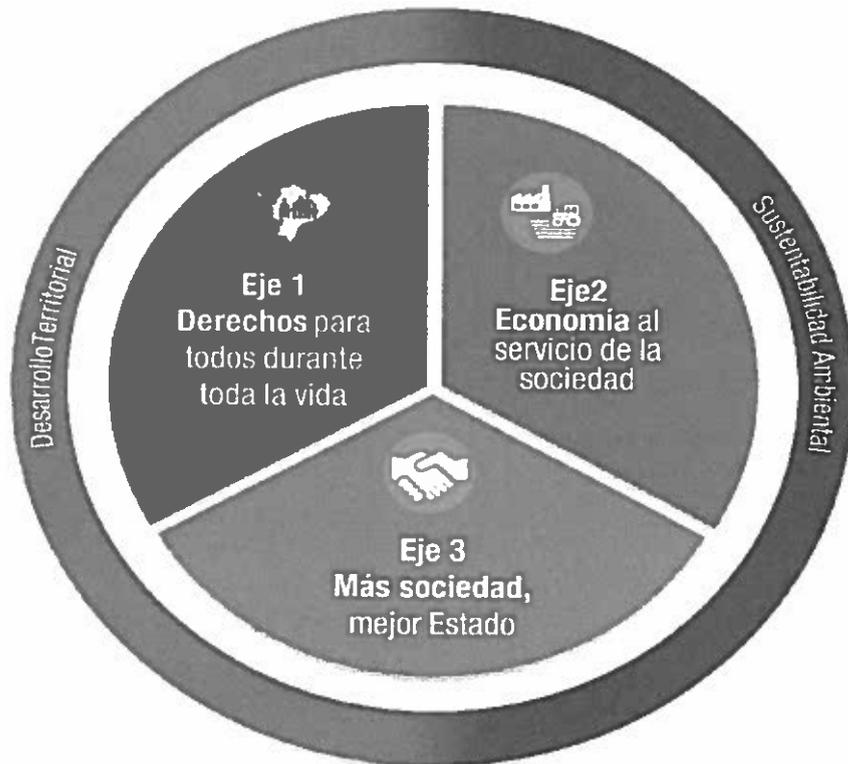
El Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 se centra en tres ejes fundamentales:

- 1) Derechos para todos durante toda la vida;

 <b>Medios Públicos EP</b> <small>EPAPCE</small> <b>MEDIOS PUBLICOS EP.</b>	<b>PLAN ESTRATÉGICO EMPRESARIAL</b> <b>2017 - 2021</b>	Fecha: 05/12/2017
		REVISIÓN: 0
		PÁGINA: 13 DE 129

- 2) Economía al servicio de la sociedad; y,
- 3) Más sociedad, mejor Estado.

Cada uno de estos ejes contiene tres Objetivos Nacionales de Desarrollo que rompen con la lógica sectorial y dan cuenta de las prioridades que se tiene como país.



Fuente y elaboración: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades, 2017).

*Figura 2 Ejes del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*

La Planificación Estratégica de la empresa Medios Públicos EP., se alinea estrictamente a los instrumentos de Planificación Nacional.

La misión y visión empresarial guardan relación con los objetivos y metas de la Visión a Largo Plazo, establecido por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo-SENPLADES, la cual determina lo siguiente:

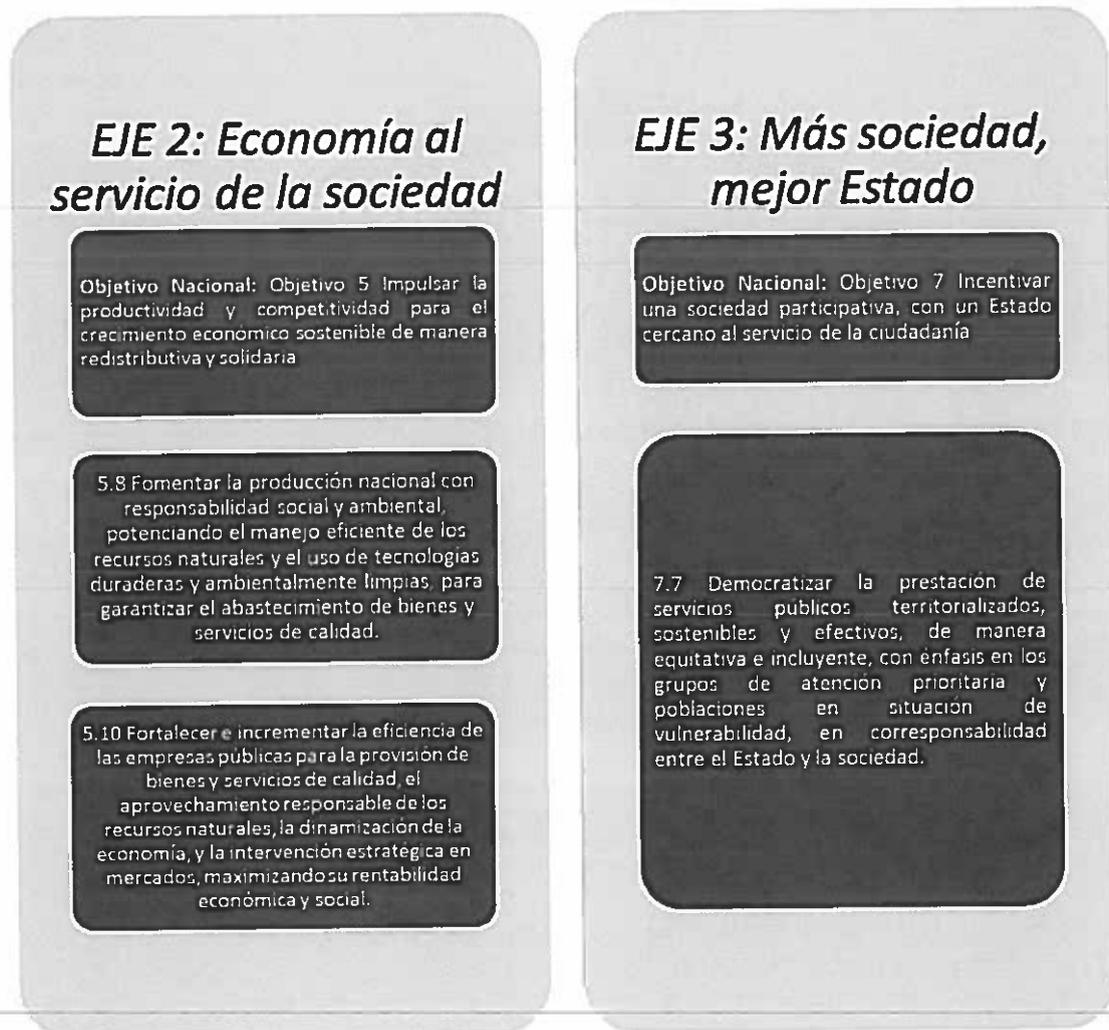
*Objetivo General: Al 2030, Ecuador consolidará una gestión progresiva, equitativa, socialmente eficiente y transparente de los recursos públicos.*

*Objetivo Específico: 7.2.5 Optimizar la gestión y eficiencia de las empresas públicas para que sean autosustentables.*

*Meta: Reducir la dependencia de las empresas públicas de transferencias del gobierno central al 0%.*

 <b>Medios Públicos EP</b> EPMPCE MEDIOS PUBLICOS EP.	<b>PLAN ESTRATÉGICO EMPRESARIAL</b> 2017 - 2021	Fecha: 05/12/2017
		REVISIÓN: 0
		PÁGINA: 14 DE 129

Asimismo, los elementos orientadores de la empresa, los objetivos estratégicos y estrategias empresariales encaminan a la consecución de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 dentro del eje 2 denominado “Economía al servicio de la sociedad” y del eje 3: “Más sociedad, mejor Estado”.



**Figura 3 Alineación de PEE Medios Públicos EP. al PND 2017-2021**  
**Fuente:** Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021  
**Elaborado por:** Gerencia de Planificación Estratégica

Dentro de los lineamientos territoriales, los productos y servicios que ofrece Medios Públicos EP., se enmarcan en el lineamiento D, orientado al *Impulso a la productividad y la competitividad sistémica a partir del potenciamiento de los roles y funcionalidades del territorio*, en su componente No.10 denominado *Incrementar el acceso a servicios públicos de telecomunicaciones y tecnologías de información, especialmente en el sector rural, la frontera, Amazonia y Galápagos.*