

**FORMULARIO DE RENDICIÓN DE CUENTAS  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

| DATOS GENERALES                     |   |   |                 |  |            |  |  |                       |  |
|-------------------------------------|---|---|-----------------|--|------------|--|--|-----------------------|--|
| RUC:                                | 0600721328  |   |                 |  |            |  |  |                       |  |
| INSTITUCIÓN/MEDIO:                  | SUPER STEREO 93.3   |   |                 |  |            |  |  |                       |  |
| FUNCIÓN A LA QUE PERTENECE:         | MEDIOS DE COMUNICACIÓN  |   |                 |  |            |  |  |                       |  |
| SECTOR:                             | NO APLICA PARA MEDIOS   |   |                 |  |            |  |  |                       |  |
| TIPO DE MEDIO                       | RADIO   | X | MEDIOS IMPRESOS |  | TELEVISIÓN |  | AUDIO Y VIDEO POR SUSCRIPCIÓN - CANAL DE SEÑAL ABIERTA | PLATAFORMAS DIGITALES |  |
| NIVEL QUE RINDE CUENTAS:            | NO APLICA PARA MEDIOS   |   |                 |  |            |  |  |                       |  |
| PROVINCIA:                          | CHIMBORAZO  |   |                 |  |            |  |  |                       |  |
| CANTÓN:                             | RIOBAMBA  |   |                 |  |            |  |  |                       |  |
| PARROQUIA:                          | MALDONADO   |   |                 |  |            |  |  |                       |  |
| DIRECCIÓN:                          | AYACUCHO 19-52 Y TARQUI   |   |                 |  |            |  |  |                       |  |
| EMAIL:                              | <a href="mailto:jasuperadio@hotmail.com">jasuperadio@hotmail.com</a>  |   |                 |  |            |  |  |                       |  |
| TELÉFONO:                           | 032948951   |   |                 |  |            |  |  |                       |  |
| PÁGINA WEB O RED SOCIAL:            | <a href="https://www.radiosuperfmriobamba.com">https://www.radiosuperfmriobamba.com</a>   |   |                 |  |            |  |  |                       |  |
| ADJUNTAR DOCUMENTO OFICIAL DEL RUC: | <a href="https://drive.google.com/file/d/140aU.../view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/140aU.../view?usp=sharing</a> |   |                 |  |            |  |  |                       |  |

| REPRESENTANTE LEGAL        |  |
|----------------------------|--|
| NOMBRES DEL REPRESENTANTE: | GALO ADOLFO SILVA ÁVALOS   |
| CARGO DEL REPRESENTANTE:   | GERENTE  |
| EMAIL DE NOTIFICACIÓN:     | <a href="mailto:jasuperadio@hotmail.com">jasuperadio@hotmail.com</a> |
| FECHA DE DESIGNACIÓN:      | 09 de febrero del 2021   |
| TELÉFONO (OPCIONAL):       | 032963975  |
| CELULAR:                   | 0985713890   |

| RESPONSABLE DEL PROCESO DE RENDICIÓN DE CUENTAS |  |
|---|--|
| NOMBRES DEL RESPONSABLE:                        | NUVIA SOFIA SILVA PRUNA  |
| CARGO DEL RESPONSABLE:                          | DELEGADO   |
| EMAIL DE NOTIFICACIÓN:                          | <a href="mailto:nuviasilvasm@gmail.com">nuviasilvasm@gmail.com</a> |
| FECHA DE DESIGNACIÓN:                           | 28/02/2026   |
| TELÉFONO (OPCIONAL):                            |  |
| CELULAR:  | 0981063514   |

| RESPONSABLE DEL REGISTRO DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS |  |
|--|--|
| NOMBRES DEL RESPONSABLE:                                     | NUVIA SOFIA SILVA PRUNA  |
| CARGO DEL RESPONSABLE:                                       | DELEGADO   |
| FECHA DE DESIGNACIÓN:  | 28/02/2026   |
| TELÉFONO (OPCIONAL):   |  |
| CELULAR:   | 0981063514   |
| EMAIL DE NOTIFICACIÓN:                                       | <a href="mailto:nuviasilvasm@gmail.com">nuviasilvasm@gmail.com</a> |
| Cédula de identidad:   | 060573846-7  |
| Fecha de nacimiento:   | 20/09/2002   |

| PERIODO DE RENDICIÓN DE CUENTAS  |
|--|
| De acuerdo con el reglamento vigente, se rinde cuentas del periodo fiscal concluido, comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre. Para los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios que no estuvieron en funciones durante todo el año, rinden cuentas del tiempo en que estuvieron en funciones durante el año fiscal del que rinde cuentas. |

| DATOS DEL INFORME PERIODO DE RENDICIÓN DE CUENTAS |            |
|---|------------|
| FECHA DE INICIO:                                  | 01/01/2025 |
| FECHA DE FIN:                                     | 31/12/2025 |

| DATOS DEL MEDIO  |                                   |                                      |   |                                       |  |   |  |
|--|-----------------------------------|--------------------------------------|---|---------------------------------------|--|---|--|
| FRECUENCIA (S) DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO (RADIO/TV): | NÚMERO DE REPETIDORAS (RADIO/TV): | UBICACIÓN DE REPETIDORAS (RADIO/TV): | ULTIMA FECHA DE OROTGAMIENTO DE LA CONCESIÓN: | FECHA DE VENCIMIENTO DE LA CONCESIÓN: | NÚMERO DE SUCURSALES O AGENCIAS (MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES): | UBICACIÓN DE SUCURSALES O AGENCIAS (MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES): | DETALLAR LOS PRODUCTOS IMPRESOS (REVISTAS, PERIÓDICOS) |
| 93.30 FM   | 0                                 | CERRO HIGNUG CACHA (AMULA GRANDE)    | 09/02/2021                                    | 09/02/2036                            | 0  |   | 0  |

| COBERTURA GEOGRÁFICA   |   |   |   |  |   |  |  |
|--|---|---|---|--|---|--|--|
| En esta matriz se debe reportar la información de alcance territorial que tiene el medio de comunicación (Art. 6 LOC). |   |   |   |  |   |  |  |
| COBERTURA  | POBLACIÓN DE ACUERDO AL ÚLTIMO CENSO NACIONAL | No. de cantones a las que llega la cobertura, publicación o circulación del medio | Describe los cantones en las que da cobertura | No. de PERSONAS a las que da cobertura, publicación o circulación el medio | % de cobertura, publicación o circulación del medio                       |  |  |
| Nacional   | 16,938,986                                    | 0   |   | 0  | El porcentaje se calcula entre la población del país y número de personas |  |  |
| Regional   | 16,938,986                                    | 0   |   | 0  |   |  |  |
| Local  | 16,938,986                                    | 5   | RIOBAMBA - COLTA - CHAMBO - GUANO - PENIPE    | 359,856  | 47.07   |  |  |

**MEDIOS COMUNITARIOS**

|  |
|--|
| <b>PROYECTO COMUNICACIONAL (LOC ART. 85)</b> |
| TIENE PROYECTO COMUNICACIONAL                |
| NO APLICA                                    |

**MEDIOS PÚBLICOS Y COMUNITARIOS**

|  |                             |
|--|-----------------------------|
| <b>OBJETIVOS ESTRATÉGICOS/FUNCIONES O FINES (LOC Art. 78,1).</b> |                             |
| OBJETIVOS ESTRATÉGICOS/FUNCIONES O FINES                         | TIPO/OBJETIVOS ESTRATÉGICOS |
|  |                             |

**OBJETIVOS NO APLICA A MEDIOS PRIVADOS****PLANES DE CAPACITACION**

| EJECUTÓ PLANES DE CAPACITACION | SELECCIONE LA OPCIÓN :          | CAPACITACION DIRIGIDA A:         | Nº DE CAPACITACIONES | TEMATICA   | FECHAS/S EN LA QUE SE REALIZÓ LA CAPACITACION | TEMAS SOBRE LOS QUE REQUERIRIAN CAPACITACION   | LINK MEDIO DE VERIFICACION  |
|--------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|----------------------|--|---|--|---|
| SI                             | CAPACITACION INTERNA            | GERENTE, TRABAJADORA DE LA RADIO | 1                    | Fortalecimiento en el uso de la página de Facebook y transmisión en vivo | 22/10/2025                                    | Uso y manejo de las principales herramientas de la página de Facebook, explicación de las funciones de cada opción dentro de la plataforma, estrategias básicas para ampliar el alcance de las publicaciones, orientación para la correcta realización de transmisiones en vivo y recomendaciones prácticas para mejorar la interacción y atraer mayor audiencia en los en vivos | <a href="https://drive.google.com/file/d/1dQ6BW7bHtFl_vH1fZk-yBwHZDxH2mNYV/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1dQ6BW7bHtFl_vH1fZk-yBwHZDxH2mNYV/view?usp=sharing</a> |
|                                | CAPACITACION EXTERNA            |                                  |                      |  |   |  |   |
|                                | NO SE IMPLEMENTÓ NINGÚN ENFOQUE |                                  |                      |  |   |  |   |

**PROMOCIÓN DE DERECHOS**

| ENFOQUE IMPLEMENTADO            | NOMBRE DEL PROGRAMA/S O ESPACIOS                        | TIPO DE CONTENIDO:    | FRECUENCIA | DESCRIPCIÓN DE LAS MEDIDAS IMPLEMENTADAS  | TIEMPO/ ESPACIO TOTAL DE PROGRAMACIÓN SEMANAL | TIEMPO / ESPACIO AL AIRE ASIGNADO PARA ESTÉ PROGRAMA EN LA SEMANA: | PORCENTAJE DE DIFUSIÓN DE PROGRAMACIÓN | LINK MEDIO DE VERIFICACION  |
|---------------------------------|---|-----------------------|------------|---|---|--|--|---|
| INTERGENERACIONAL               | Análisis Reflexivo Dominical                            | Noticias              | Semanal    | Espacio de análisis de la realidad Nacional que promueve la participación y reflexión de distintos grupos etarios.  | 168 horas                                     | 3 horas  | 1.79%                                  | <a href="https://drive.google.com/file/d/14MbCU8ioqq2UE0I33eaD806-5RLaIkJW2/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/14MbCU8ioqq2UE0I33eaD806-5RLaIkJW2/view?usp=sharing</a> |
|                                 | Reflexiones educativas y mensajes ciudadanos            | Educativos            | Diario     | Segmentos orientados a fortalecer valores, convivencia y orientación social dirigidos a toda la ciudadanía.   | 168 horas                                     | 2 horas  | 1.19%                                  |   |
|                                 | Partes mortuorios, misas de requiem, convocatorias, etc | Información emergente | Mensual    | Espacio informativo de servicio a la comunidad que difunde avisos sociales relevantes como partes mortuorios, misas de requiem y convocatorias, facilitando la comunicación entre diferentes generaciones y fortaleciendo la cohesión social. | 168 horas                                     | 0.5 horas  | 0.30%                                  |   |
| GÉNERO                          | Súper Deportes  | Noticias              | Diario     | Programa de entrevistas y opinión con participación diversa, promoviendo igualdad en el acceso a espacios deportivos y opinión pública.   | 168 horas                                     | 6 horas  | 3.57%                                  |   |
| PUEBLOS Y NACIONALIDADES        | Programación musical ecuatoriana                        | Educativos            | Diario     | Difusión de música ecuatoriana que fortalece la identidad cultural y visibiliza tradiciones de pueblos y nacionalidades.  | 168 horas                                     | 137.4 horas  | 81.79%                                 |   |
| MOVILIDAD HUMANA                | Radio avisos y televentas                               | Información emergente | Diario     | Espacio de ayuda a la ciudadanía, donde se difunden oportunidades laborales, eventos, publicidad y apoyo a la comunidad.  | 168 horas                                     | 18 horas   | 10.71%                                 |   |
| NO SE IMPLEMENTÓ NINGÚN ENFOQUE |   |                       |            |   |   |  |  |   |
| PERSONAS CON DISCAPACIDAD       | Mensajes flash motivacionales                           | Educativos            | Diario     | Se difunden mensajes positivos de motivación accesibles para toda la audiencia. Se aplican medidas como: d) otros sistemas desarrollados (lenguaje claro y comprensible en audio)   | 168 horas                                     | 1.1 horas  | 0.65%                                  |   |

100.00%

**TIPO DE DERECHOS DE AUTORES APROBADOS POR EL SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES - SENADI:**

| TIPO DE DERECHOS DE AUTORES APROBADOS POR EL IEPJ  | NÚMERO DE DERECHOS POR TIPO | NÚMERO DE DERECHOS PAGADOS | LINK MEDIO DE VERIFICACIÓN  |
|--|-----------------------------|----------------------------|---|
| Elegir del menú desplegable, una de las opciones:<br>NOVELAS<br>POEMAS<br>OBRAS DE TEATRO<br>PROGRAMAS<br>INFORMATIVOS<br>PELÍCULAS<br><b>COMPOSICIONES MUSICALES</b><br>COREOGRAFÍA<br>PINTURA<br>DIBUJOS<br>FOTOGRAFÍAS<br>PUBLICIDAD<br>OTRAS | 2                           | 2                          | <a href="https://www.radiosuperfmrioba.com/">https://www.radiosuperfmrioba.com/</a> |

SIZE  
SOPROFON

**ADQUISICION DE DERECHOS DE DIFUSIÓN TELEVISIVA DE PRODUCCION NACIONAL INDEPENDIENTE: (LOC Art. 102)**

| EL MEDIO DE COMUNICACIÓN DE TV ABIERTA O EL SISTEMA DE AUDIO Y VIDEO POR SUSCRIPCIÓN DESTINO UN VALOR DE LOS MONTOS FACTURADOS Y PERCIBIDOS PARA LA ADQUISICIÓN DE LOS DERECHOS DE DIFUSIÓN TELEVISIVA DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL INDEPENDIENTE. | LA COBERTURA DEL MEDIO:        | MONTO FACTURADO O PERCIBIDO POR EL MEDIO O SISTEMA Y QUE FUERON DECLARADO EN EL EJERCICIO FISCAL DEL AÑO ANTERIOR. | MONTO DESTINADO PARA LA ADQUISICIÓN DE LOS DERECHOS DE DIFUSIÓN TELEVISIVA DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL INDEPENDIENTE.                | % DESTINADO | MEDIO DE VERIFICACIÓN:   |
|---|--------------------------------|--|--|-------------|--|
| NO APLICA   | Menor a los 500 mil habitantes |  | Identifique el monto destinado para la adquisición de los derechos de difusión televisiva de la producción nacional independiente. |             | Link al documento oficial en el que se identifique los montos que fueron declarado en el ejercicio fiscal del año anterior y el % destinado para la adquisición de los derechos de difusión televisiva de la producción nacional independiente. En el caso de los medios públicos este porcentaje se calculará en relación con el presupuesto. |
|   | Supera los 500 mil habitantes  |  |  |             |  |

**MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA:**

**MEDIOS PÚBLICOS (LOC ART. 78)**

| MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA | PONGA SI O NO | NÚMERO DE MECANISMOS IMPLEMENTADOS EN EL AÑO | LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PAG. WEB DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN |
|---------------------------------------|---------------|--|--|
| CONSEJO EDITORIAL                     | NO            |  | NO APLICA  |
| CONSEJO CONSULTIVO                    | NO            |  | NO APLICA  |
| OTROS                                 | NO            |  | NO APLICA  |

**MECANISMOS DE AUTOREGULACIÓN Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA: (ART. 9, 38, 91.4 LOC)**

**MEDIOS PRIVADOS Y COMUNITARIOS**

| Tipo de instrumento/ instancia / mecanismo | Cuenta con instrumento/ instancia / mecanismos de autorregulación: | Link al Medio de verificación   |
|--|--|---|
| Código deontológico.                       | SI   |   |
| Código de ética.                           | SI   | <a href="https://drive.google.com/file/d/1VzN7Bv1V24C8E1RHC6buX3/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1VzN7Bv1V24C8E1RHC6buX3/view?usp=sharing</a>                   |
| Código de autorregulación.                 | NO   |   |
| Código de editores.                        | NO   | <a href="https://drive.google.com/file/d/1SX7nTb2z16xSj1dubhOx6D59x5WITS3/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1SX7nTb2z16xSj1dubhOx6D59x5WITS3/view?usp=sharing</a> |
| Estatutos de redacción.                    | NO   |   |
| Políticas editoriales y / o informativas   | SI   | <a href="https://www.radiosuperfmrioba.com/">https://www.radiosuperfmrioba.com/</a>   |
| Manuales de estilo.                        | NO   |   |
| Otros                                      | NO   |   |

**LOCART. 91.4**

| Órganos, instancias o instrumentos de aplicación y seguimiento de las autorregulaciones | Cuenta con instrumento/ instancia / mecanismos de autorregulación: | No. de veces en que se activó | No. de acciones ejecutadas | Link al Medio de verificación   |
|---|--|-------------------------------|----------------------------|---|
| - Consejo de prensa.  | NO   |                               |                            | Link al Informe de gestión en el que se detalle las acciones reportadas con la firma del responsable. |
| - Defensorías de audiencias.  | NO   |                               |                            |   |
| - Consejos editoriales.   | NO   |                               |                            |   |
| - Auditorías de autorregulación.  | NO   |                               |                            |   |
| - Asociación de autocontrol.  | NO   |                               |                            |   |

|                      |    |  |  |
|----------------------|----|--|--|
| Voluntario de medios | NO |  |  |
| Otra                 | NO |  |  |

| LOCART. 91.4   |  |                              |  |  |  |
|--|--|------------------------------|--|--|--|
| Mecanismos para facilitar el acceso de los ciudadanos a la información y también, para optimizar las relaciones entre Estado, medios, ciudadanía | Cuenta con instrumento/ instancia / mecanismos de autorregulación: | No. de mecanismos activados: | Objeto/motivo/razón de la activación del mecanismo | No. De propuestas/ solicitudes atendidas/ informes emitidos: | Link al Medio de verificación  |
| Consejos de audiencias   | NO   |                              |  |  | Informe de gestión en el que se detalle el /los mecanismo/s activados, el motivo/razón de activación los resultados alcanzados con la firma del responsable. |
| Consultas públicas   | NO   |                              |  |  |  |
| Mecanismos de transparencia  | NO   |                              |  |  |  |
| Observatorios  | NO   |                              |  |  |  |
| Veedurías ciudadanas   | NO   |                              |  |  |  |
| Otras formas organizativas para el control, evaluación y verificación de la gestión de los medios de comunicación.                               | NO   |                              |  |  |  |

| TODOS LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN  |                                  |                                 |   |   |   |
|---|----------------------------------|---------------------------------|---|---|---|
| RECLAMOS PRESENTADOS POR LA CIUDADANÍA. REGLAMENTO GENERAL LOC Art. 23. Y 24, REGLAMENTO EMITIDO SOBRE CAMPAÑAS |                                  |                                 |   |   |   |
| SE PRESENTARON SOLICITUDES DE RÉPLICA O RECTIFICACIÓN:  | TIPO DE SOLICITUD:               | NUMERO DE SOLICITUDES RECIBIDAS | No. DE SOLICITUDES ATENDIDAS FAVORABLEMENTE | No. DE SOLICITUDES ATENDIDAS CONTESTADAS NEGATIVAMENTE  | LINK MEDIO DE VERIFICACIÓN  |
| NO  | SOLICITUD DE RECTIFICACIÓN       |                                 |   |   | Link al Informe de las solicitudes recibidas y atendidas por el medio con la firma del responsable. |
|   | DERECHO A LA RÉPLICA O RESPUESTA |                                 |   |   | Link al Informe de las solicitudes recibidas y atendidas por el medio con la firma del responsable. |
|   | CAMPAÑA/S EDUCATIVA/S EJECUTADAS | No de acciones dispuestas       | No. De acciones ejecutadas                  | Check list temas sobre los cuales se realizó las campañas/s educativa/s:<br>- Erradicación de todo tipo de violencia,<br>- Lucha contra la drogadicción,<br>- Lucha contra el racismo<br>- Lucha contra la discriminación,<br>- A favor del incentivo cultural,<br>- En beneficio del sector turístico<br>- A favor de los valores. | Link al Informe sobre las campañas realizadas con firma de responsable                              |
|   | OTRO                             |                                 |   |   |   |

| PROCESO DE RENDICIÓN DE CUENTAS: |  |               |  |   |
|----------------------------------|--|---------------|--|---|
| FASE                             | PASOS DEL PROCESO DE RENDICIÓN DE CUENTAS                  | PONGA (SI/NO) | DESCRIBA LA EJECUCIÓN DE LOS PASOS   | LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PAG. WEB DE LA INSTITUCIÓN  |
| FASE 1                           | CONFORMACIÓN DEL EQUIPO DE RENDICIÓN DE CUENTAS            | SI            | A través del OFICIO N° 001-2026, el Lic. Galo Silva designó a la Lic. Nuvia Silva como responsable de la coordinación del proceso de rendición de cuentas, lo que conlleva su planificación, organización, ejecución y cierre integral del proceso, incluyendo la elaboración del Informe de Rendición de Cuentas (IRC), la coordinación de la deliberación pública con participación ciudadana, así como el registro y carga de la información en el Sistema de Rendición de Cuentas. Así como también se especificó que se deberá obtener el Certificado MRC, requisito necesario para el desarrollo y cumplimiento de este proceso ante el CPCCS. | <a href="https://drive.google.com/file/d/135NkT64QnVh7vPDDQFO-Py5Zi_Rw7Bs/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/135NkT64QnVh7vPDDQFO-Py5Zi_Rw7Bs/view?usp=sharing</a> |
| FASE 1                           | DISEÑO DE LA PROPUESTA DEL PROCESO DE RENDICIÓN DE CUENTAS | SI            | Se elaboró una propuesta metodológica y un cronograma de ejecución, adaptando a los lineamientos exigidos por el CPCCS.  | <a href="https://drive.google.com/file/d/1pEqS1PL-gO8V7a8mHu75qE3ClwW00ex/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1pEqS1PL-gO8V7a8mHu75qE3ClwW00ex/view?usp=sharing</a> |

|        |  |    |   |  |
|--------|--|----|---|--|
| FASE 2 | EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL:  | SI | Se ejecutó la evaluación interna correspondiente, la cual demostró que durante el periodo 2025 alcanzamos excelentes resultados al presentar nuestra programación a toda la audiencia, logramos una mayor comunicación social y una mayor apertura hacia el público de los diferentes sectores hasta donde llega nuestra señal 93.3 F.M, así como en internet a través de <a href="https://www.radiosuperfmriobamba.com">https://www.radiosuperfmriobamba.com</a> y nuestra página de Facebook (Radio Súper 93.3). En consecuencia, la ciudadanía expresó exclusivamente felicitaciones por el desempeño de la radio mediante llamadas telefónicas y visitas presenciales, sin registrarse observaciones o sugerencias. | <a href="https://www.facebook.com/share/p/1fWHm5NkY/">https://www.facebook.com/share/p/1fWHm5NkY/</a><br><a href="https://www.facebook.com/share/p/1H272HzA9T/">https://www.facebook.com/share/p/1H272HzA9T/</a>   |
| FASE 2 | LLENADO DEL FORMULARIO DE INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS ESTABLECIDO POR EL CPCCS                   | SI | Se procedió con la descarga y el llenado exhaustivo del formulario de informe de rendición de cuentas establecido por el CPCC, detallando las actividades administrativas y operativas de la radio, con la colaboración del Lic. Galo Silva representante legal y Sra. Jenny Pruna Secretaria.  | Es el presente documento que se justifica en el siguiente link:<br><a href="https://drive.google.com/file/d/1Aa7ASBFxdM31WhGsMr5S-1qN8BOEMDwV/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1Aa7ASBFxdM31WhGsMr5S-1qN8BOEMDwV/view?usp=sharing</a>   |
| FASE 2 | REDACCIÓN DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS  | SI | Se redactó el informe narrativo institucional empleando un lenguaje claro, objetivo y accesible, diseñado para facilitar la plena comprensión de la gestión por parte de los oyentes y el público general.  | <a href="https://drive.google.com/file/d/1q-Ye3XWHYZ71Pesu4oYrAH_x90NpbihX/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1q-Ye3XWHYZ71Pesu4oYrAH_x90NpbihX/view?usp=sharing</a>  |
| FASE 2 | SOCIALIZACIÓN INTERNA Y APROBACIÓN DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS POR PARTE DE LOS RESPONSABLES | SI | El informe narrativo y el formulario preliminar se dio a conocer a todos los colaboradores de la radio, y ellos aportaron con sus ideas, aceptaron y aprobaron dicha información.   | <a href="https://drive.google.com/file/d/1Aa7ASBFxdM31WhGsMr5S-1qN8BOEMDwV/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1Aa7ASBFxdM31WhGsMr5S-1qN8BOEMDwV/view?usp=sharing</a>  |
| FASE 3 | DIFUSIÓN DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS A TRAVÉS DE DISTINTOS MEDIOS                            | SI | La invitación a la difusión del informe de rendición de cuentas se publicó a través de la página oficial de Facebook de la radio durante seis (6) días consecutivos previos al evento de deliberación.  | <a href="https://www.facebook.com/share/p/1H272HzAST/">https://www.facebook.com/share/p/1H272HzAST/</a><br><a href="https://www.facebook.com/share/r/1KdDhWYqV/">https://www.facebook.com/share/r/1KdDhWYqV/</a><br><a href="https://www.facebook.com/share/p/1EAmRdvMAg/">https://www.facebook.com/share/p/1EAmRdvMAg/</a><br><a href="https://www.facebook.com/share/p/1GQx7w67JV/">https://www.facebook.com/share/p/1GQx7w67JV/</a><br><a href="https://www.facebook.com/share/p/1CxEOvRqww/">https://www.facebook.com/share/p/1CxEOvRqww/</a><br><a href="https://www.facebook.com/share/p/1CexqYihq/">https://www.facebook.com/share/p/1CexqYihq/</a> |
| FASE 3 | PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO DELIBERATIVO   | SI | La convocatoria pública se estructuró mediante cuñas radiales y publicaciones en Facebook, informando oportunamente la fecha, hora y modalidad de participación. El evento se planificó para realizarse en los estudios de la Radio Súper Stereo 93.3 F.M, en la ciudad de Riobamba, el día lunes 20 de abril del 2026 a las 9:00 a.m, con la presencia del personal, colaboradores, invitados especiales y demás público en general. Se planea realizar un programa preciso, conciso, veraz y oportuno, además de transmitir en vivo a través de la página web y de Facebook de la radio.  | <a href="https://www.facebook.com/share/p/1H272HzAST/">https://www.facebook.com/share/p/1H272HzAST/</a><br><a href="https://www.facebook.com/share/r/1KdDhWYqV/">https://www.facebook.com/share/r/1KdDhWYqV/</a><br><a href="https://www.facebook.com/share/p/1EAmRdvMAg/">https://www.facebook.com/share/p/1EAmRdvMAg/</a><br><a href="https://www.facebook.com/share/p/1GQx7w67JV/">https://www.facebook.com/share/p/1GQx7w67JV/</a><br><a href="https://www.facebook.com/share/p/1CxEOvRqww/">https://www.facebook.com/share/p/1CxEOvRqww/</a><br><a href="https://www.facebook.com/share/p/1CexqYihq/">https://www.facebook.com/share/p/1CexqYihq/</a> |

|   |  |    |   |   |
|---|--|----|---|---|
| FASE 3  | REALIZACIÓN DEL EVENTO DE RENDICIÓN DE CUENTAS A LA CIUDADANÍA   | SI | La deliberación pública se llevó a cabo presencialmente en las instalaciones de la radio (Ayacucho 19-52 y Tarqui - San Alfonso). Para garantizar un mayor alcance, el evento fue transmitido de forma simultánea a través de la señal de la 93.3 F.M. y vía Facebook Live. Teniendo un alcance de 29 personas de manera presencial y 133 personas a través de facebook live. | <a href="https://www.facebook.com/share/v/1CegeXCIUT/">https://www.facebook.com/share/v/1CegeXCIUT/</a>   |
| FASE 3  | RINDIÓ CUENTAS A LA CIUDADANÍA EN LA PLAZO ESTABLECIDO   | SI | El evento se realizó día Lunes 20 de abril del 2026 a las 9:00 a.m  | <a href="https://www.facebook.com/share/v/1CegeXCIUT/">https://www.facebook.com/share/v/1CegeXCIUT/</a>   |
| FASE 3  | INCORPORACIÓN DE LOS APORTES CIUDADANOS EN EL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS  | SI | Durante el proceso de rendición de cuentas, la ciudadanía expresó únicamente felicitaciones hacia la gestión realizada, sin presentar requerimientos u observaciones que deban incorporarse en la planificación institucional, sin embargo dichos comentarios fueron registrados en el Informe de Rendición de Cuentas (IRC).   | <a href="https://drive.google.com/file/d/1dsBtq8yFBjLMw2PtkvJcsx6YKH8JXLl/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1dsBtq8yFBjLMw2PtkvJcsx6YKH8JXLl/view?usp=sharing</a> |
| FASE 4  | ENTREGA DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS AL CPCCS, A TRAVÉS DEL INGRESO DEL INFORME EN EL SISTEMA VIRTUAL   | SI | El medio de comunicación ha habilitado y verificado su usuario y clave de acceso en la plataforma del CPCCS, preparándose para la carga técnica de datos y la entrega definitiva del informe institucional.   | <a href="https://drive.google.com/file/d/1dsBtq8yFBjLMw2PtkvJcsx6YKH8JXLl/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1dsBtq8yFBjLMw2PtkvJcsx6YKH8JXLl/view?usp=sharing</a> |
| <b>DESCRIBA LOS PRINCIPALES APORTES CIUDADANOS RECIBIDOS:</b> | Los principales aportes ciudadanos recibidos durante la Rendición de Cuentas 2025 estuvieron relacionados con el reconocimiento a la labor social y comunicacional de la radio, destacando su apoyo en la difusión de oportunidades laborales, información veraz y programación de calidad. Asimismo, expresaron un agradecimiento profundo por la programación continua, el acompañamiento diario a los radioescuchas y el servicio que presta la emisora motivándonos a continuar trabajando en beneficio de Riobamba, Chimborazo y el país. |    |   |   |

**DATOS DE LA DELIBERACIÓN PÚBLICA Y EVALUACIÓN CIUDADANA DE RENDICIÓN DE CUENTAS:**

| Fecha en que se realizó la deliberación pública y evaluación ciudadana de rendición de cuentas: | N° DE USUARIOS | GÉNERO    |          |       | NACIONALIDADES O PUEBLOS |         |       |          |                 |
|---|----------------|-----------|----------|-------|--------------------------|---------|-------|----------|-----------------|
|   |                | MASCULINO | FEMENINO | GLBTI | MONTEBLO                 | MESTIZO | CHOLO | INDIGENA | AFROECUATORIANO |
| 20/04/2026  | 162            | 58        | 102      | 2     |                          | 148     |       | 12       | 2               |

**INCORPORACIÓN DE LOS APORTES CIUDADANOS DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS DEL AÑO ANTERIOR EN LA GESTIÓN INSTITUCIONAL:**

| DESCRIBA LOS PRINCIPALES APORTES CIUDADANOS REPORTADOS EN LA RENDICIÓN DE CUENTAS DEL PERIODO ANTERIOR | SE INCORPORÓ EL APORTE CIUDADANO EN LA GESTIÓN INSTITUCIONAL? PONGA SI O NO | PORCENTAJE DE AVANCES DE CUMPLIMIENTO | DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS | LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN |
|--|---|---------------------------------------|---------------------------|-------------------------------|
| NINGUNO  | NO APLICA   | 0                                     |                           | NO APLICA                     |

**TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL Y DE SU RENDICIÓN DE CUENTAS:**

| MECANISMOS ADOPTADOS  | PONGA SI O NO | LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PÁG. WEB DE LA INSTITUCIÓN                  |
|---|---------------|---|
| PUBLICACIÓN EN LA PÁG. WEB DE LOS CONTENIDOS ESTABLECIDOS EN EL ART. 19 DE LA LOTAP   | SI            | <a href="https://www.radiosuperfMRIobamba.com/">https://www.radiosuperfMRIobamba.com/</a> |
| PUBLICACIÓN EN LA PÁG. WEB DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS Y SUS MEDIOS DE VERIFICACIÓN ESTABLECIDOS EN EL NUMERAL 12 DEL ART. 19 DE LA LOTAP | SI            | <a href="https://www.radiosuperfMRIobamba.com/">https://www.radiosuperfMRIobamba.com/</a> |

**ESPACIOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL NACIONAL (LOC Art. 97 Y RGLOC Art. 58)**

| En esta matriz no se puede incluir en el porcentaje destinado a la producción nacional y nacional independiente el tiempo dedicado a publicidad o servicios de televenta. |  |
|---|--|
| DESTINA PROGRAMACIÓN DIARIA EN EL HORARIO APTO PARA TODO PÚBLICO A LA DIFUSIÓN DE PRODUCCIONES NACIONALES:  | NÚMERO TOTAL DE HORAS AL AIRE / ESPACIO DIARIO APTA. |
| SI  | 20   |

**ESPACIOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL NACIONAL (LOC Art. 97)**

| NOMBRE DEL PROGRAMA/ESPACIO | TIPO DE PRODUCCIÓN | TIPO DE PROGRAMA /ESPACIO QUE SE DIFUNDE: | NÚMERO TOTAL DE HORAS AL AIRE / ESPACIO APTO PARA TODO PÚBLICO QUE DESTINA A LA DIFUSIÓN DEL PROGRAMA/ESPACIO: | PORCENTAJE | NOMBRE DEL PRODUCTOR/A | MEDIOS DE VERIFICACIÓN |
|-----------------------------|--------------------|---|--|------------|------------------------|------------------------|
|                             |                    |   |  |            |                        |                        |

|  |  |   |  |  |           |   |
|--|--|---|--|--|-----------|---|
|  | SELECCION:<br>- PRODUCCION NACIONAL<br>- PRODUCCION NACIONAL INDEPENDIENTE | LISTA DESPLEGABLE:<br>- CINEMATOGRAFICAS Y DE CREACIONES AUDIOVISUALES,<br>- DE PROGRAMAS Y SERIES ARGUMENTALES,<br>- DOCUMENTALES,<br>- EXPERIMENTALES,<br>- DE ANIMACION Y DE TECNICA MIXTA;<br>- PRODUCCIONES DE VIDEO ARTE,<br>- VIDEOS MUSICALES,<br>- TELENOVELAS<br>- OTRAS PRODUCCIONES DE AUTOR. |  |  | NO APLICA | Documento de la programación diaria con la identificación de los campos indicados en esta matriz con la firma del representante legal. Horario para todo público (06h00 a 18h00).<br>En el caso de la producción nacional independiente reporte el informe de acreditación del INSTITUTO DE CINE Y CREACION AUDIOVISUAL - ICCA. |
|--|--|---|--|--|-----------|---|

| ESPACIOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL INDEPENDIENTE(LOC Art. 97, 102 Y RGLOC Art. 58)   |   |  |   |                                     |                       |
|--|---|--|---|-------------------------------------|-----------------------|
| Los medios de televisión abierta y los sistemas de audio y video por suscripción que tengan dentro de su grilla de programación uno o más canales cuya señal se emite desde el territorio ecuatoriano. |   |  |   |                                     |                       |
| EMITIÓ LARGOMETRAJES PRODUCCIÓN NACIONAL INDEPENDIENTE   | NO, DE LARGOMETRAJES DE PRODUCCIÓN NACIONAL INDEPENDIENTE QUE DIFUNDIÓ: | LA COBERTURA DEL MEDIO SUPERA LOS 500 MIL HABITANTES | IDENTIFIQUE SI EL LARGOMETRAJE ES DE ESTRENO          | NOMBRE DEL LARGOMETRAJE             | MEDIO DE VERIFICACIÓN |
| NO APLICA  | NÚMERO  | SI / NO  | SE HABILITA SOLO SI CONTESTA SI EN LA PREGUNTA PREVIA | DESCRIBA EL NOMBRE DEL LARGOMETRAJE |                       |

| MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADOS Y COMUNITARIOS  |             |              |   |
|---|-------------|--------------|---|
| PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN.  |             |              |   |
| INFORMACIÓN FINANCIERA(LOCPCCS Art.10, LEY DE EMPRESAS PÚBLICAS Art. 45 SISTEMAS DE INFORMACIÓN |             |              |   |
| BALANCE GENERAL   |             |              | LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PÁG. WEB DE LA INSTITUCIÓN<br><a href="https://www.radiosuperfmrioba.mba.com/">https://www.radiosuperfmrioba.mba.com/</a> |
| ACTIVO  | PASIVO      | PATRIMONIO   |   |
| \$ 20,000.00  | \$ 8,950.00 | \$ 11,050.00 |   |

| MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS |                              |  |  |
|---------------------------------|------------------------------|--|--|
| FINANCIAMIENTO LOC Art. 81:     |                              |  |  |
| ASIGNACIÓN DEL ESTADO           | INGRESOS VENTA DE PUBLICIDAD | INGRESOS COMERCIALIZACIÓN PRODUCTOS COMUNICACIONALES | FONDOS PROVENIENTES DE DONACIONES, PATROCINIOS COOPERACIÓN INTERNACIONAL |
| NO APLICA                       |                              |  |  |

| PRESUPUESTO INSTITUCIONAL:                    |                             |                           |                                |                              |
|---|-----------------------------|---------------------------|--------------------------------|------------------------------|
| TOTAL DE PRESUPUESTO INSTITUCIONAL CODIFICADO | GASTO CORRIENTE PLANIFICADO | GASTO CORRIENTE EJECUTADO | GASTO DE INVERSIÓN PLANIFICADO | GASTO DE INVERSIÓN EJECUTADO |
| NO APLICA                                     |                             |                           |                                |                              |

| PROCESOS DE CONTRATACIÓN Y COMPRAS PÚBLICAS DE BIENES Y SERVICIOS:  |                                      |                                     |                                      |                                     |  |
|---|--------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|--|
| TIPO DE CONTRATACIÓN  | ESTADO ACTUAL                        |                                     |                                      |                                     | LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PÁG. WEB DE LA INSTITUCIÓN |
|   | Número Total de procesos adjudicados | Valor Total de procesos adjudicados | Número Total de procesos finalizados | Valor Total de procesos finalizados |  |
| ADQUISICIÓN DE BIENES INMUEBLES                                     | NO APLICA                            |                                     |                                      |                                     |  |
| ADQUISICIÓN DE COMBUSTIBLE PARA VEHÍCULOS DE ENTIDADES CONTRATANTES | NO APLICA                            |                                     |                                      |                                     |  |
| ADQUISICIÓN DE PASAJES AÉREOS                                       | NO APLICA                            |                                     |                                      |                                     |  |
| ARRENDAMIENTO DE BIENES MUEBLES E INMUEBLES                         | NO APLICA                            |                                     |                                      |                                     |  |
| CATÁLOGO ELECTRÓNICO  | NO APLICA                            |                                     |                                      |                                     |  |
| COMPRA CORPORATIVA DE ALIMENTACIÓN ESCOLAR                          | NO APLICA                            |                                     |                                      |                                     |  |
| CONCURSO PÚBLICO DE CONSULTORÍA                                     | NO APLICA                            |                                     |                                      |                                     |  |

|   |           |  |  |  |  |
|---|-----------|--|--|--|--|
| CONSULTORIA CONTRATACIÓN DIRECTA                          | NO APLICA |  |  |  |  |
| CONSULTORIA LISTA CORTA                                   | NO APLICA |  |  |  |  |
| COTIZACIÓN  | NO APLICA |  |  |  |  |
| FERIA INCLUSIVA   | NO APLICA |  |  |  |  |
| INFIMA CUANTÍA  | NO APLICA |  |  |  |  |
| LICITACIÓN  | NO APLICA |  |  |  |  |
| MENOR CUANTÍA   | NO APLICA |  |  |  |  |
| PROCEDIMIENTOS DE REGIMEN ESPECIAL                        | NO APLICA |  |  |  |  |
| PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACIÓN EN SITUACIÓN DE EMERGENCIA | NO APLICA |  |  |  |  |
| PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACIÓN EN EL EXTRANJERO           | NO APLICA |  |  |  |  |
| PROCEDIMIENTOS ESPECIALES                                 | NO APLICA |  |  |  |  |
| PUBLICACIÓN   | NO APLICA |  |  |  |  |
| SUBASTA INVERSA   | NO APLICA |  |  |  |  |
| OTRAS   | NO APLICA |  |  |  |  |
| NO SE REALIZARON CONTRATACIONES                           | NO APLICA |  |  |  |  |

**ENAJENACIÓN, DONACIONES Y EXPROPIACIONES DE BIENES:**

| TIPO                  | BIEN      | VALOR TOTAL | LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO |
|-----------------------|-----------|-------------|---|
| ENAJENACIÓN           | NO APLICA |             |   |
| EXPROPIACIONES        | NO APLICA |             |   |
| DONACIONES RECIBIDAS  | NO APLICA |             |   |
| DONACIONES REALIZADAS | NO APLICA |             |   |
| NINGUNA               | NO APLICA |             |   |

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS, PRIVADOS Y COMUNITARIOS**

**CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES (LOCPCS Art. 10 NUMERAL 7):**

| LABORALES | TRIBUTARIAS | LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PÁG. WEB DEL MEDIO  |
|-----------|-------------|---|
| SI        |             | <a href="https://drive.google.com/file/d/1e65pYluEgwwOLpNY4xr9x4QGdtdoLFS8/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1e65pYluEgwwOLpNY4xr9x4QGdtdoLFS8/view?usp=sharing</a>       |
|           | SI          | <a href="https://drive.google.com/file/d/1f46aq5Ern2N9kgT-Xp_BzCKfElTYkny5/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1f46aq5Ern2N9kgT-Xp_BzCKfElTYkny5/view?usp=drive_link</a> |

**INCORPORACIÓN DE RECOMENDACIONES Y DICTÁMENES POR PARTE DE LAS ENTIDADES DE CONTROL**

NINGUNA

| ENTIDAD QUE RECOMIENDA   | No. DE INFORME DE LA ENTIDAD QUE RECOMIENDA O EMITE | No. DE DOCUMENTO CON EL CUAL SE DA CUMPLIMIENTO | % DE CUMPLIMIENTO DE LAS RECOMENDACIONES | OBSERVACIONES | LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PÁG. WEB DE LA INSTITUCIÓN   |
|--|---|---|--|---------------|--|
| CONTRALORÍA GENERAL DEL ESTADO                                     | NO APLICA   |   |  |               | El link de verificación con precisión deberá direccionar a:<br>- El informe de recomendaciones de la institución de control respectiva.<br>- El informe de implementación de la institución que reporta.<br>- En el caso de la Contraloría General del Estado adjuntar el Reporte General de Informes. |
| SUPERINTENDENCIA de ORDENAMIENTO TERRITORIAL                       | NO APLICA   |   |  |               |  |
| DEFENSORÍA DEL PUEBLO  | NO APLICA   |   |  |               |  |
| CONSEJO DE PARTICIPACION CIUDADANA Y CONTROL SOCIAL                | NO APLICA   |   |  |               |  |
| SUPERINTENDENCIA DE BANCOS   | NO APLICA   |   |  |               |  |
| SUPERINTENDENCIA DE COMPANIAS, VALORES Y SEGUROS                   | NO APLICA   |   |  |               |  |
| SUPERINTENDENCIA DE COMPETENCIA ECONOMICA                          | NO APLICA   |   |  |               |  |
| SUPERINTENDENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES                 | NO APLICA   |   |  |               |  |
| SUPERINTENDENCIA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA                   | NO APLICA   |   |  |               |  |
| CONSEJO DE DESARROLLO Y PROMOCIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN | NO APLICA   |   |  |               |  |
| CONSEJO DE DESARROLLO Y PROMOCIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN | NO APLICA   |   |  |               |  |
| PROCURADURÍA GENERAL DEL ESTADO                                    | NO APLICA   |   |  |               |  |
| CONSEJO DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR    | NO APLICA   |   |  |               |  |