



Candidato a Presidente:  
**Joaquín José Eugenio Real  
Hermosilla**

## ESCENARIO ACTUAL

De cara a las nuevas elecciones de la Archi, se abre un espacio para incorporar mejoras a la gestión en una de las agrupaciones gremiales más relevantes del país, dada su condición de ser la gran conexión informativa nacional, pluralista e independiente de los contextos políticos, territoriales, climáticos, emergentes y culturales.



# PROPUESTA PROGRAMÁTICA DIRECTIVA ARCHI 2024 –2025

## INTRODUCCIÓN

Las elecciones de Archi se realizan cada dos años y en los últimos períodos se han dado condiciones complejas de gobernanza para el gremio debido a la grave situación de pandemia y otros acontecimientos sociales que han afectado al país y que han impedido funcionar con normalidad a pesar de los esfuerzos realizados por la Mesa Directiva Nacional, que valoramos.

Superada la emergencia sanitaria consideramos que este es el momento para comenzar a recuperarnos en todas las actividades fundamentales de nuestro gremio, con la fuerza y unidad que nos caracteriza y reinsertarnos con una gestión moderna de TRABAJO EN EQUIPO que privilegia la experiencia, participación y transparencia de nuestros integrantes, para que la radiodifusión y su asociación más importante ARCHI, siga teniendo un rol preponderante en el país como se le ha reconocido históricamente.

## 1. ROBUSTECIMIENTO INSTITUCIONAL

- Estimular al gremio fortaleciendo la labor de sus dirigentes, focalizando su máxima preocupación en las necesidades de los socios y en la organización, acercando a todas las regiones.
- Vamos a trabajar en equipo articulando las distintas áreas de servicios para el socio, optimizando los recursos existentes, administrándolos con eficiencia y eficacia.
- Buscaremos captar más recursos desarrollando nuevas ideas comerciales algunas descentralizadas hacia las regiones.

## **BASES DE NUESTRA PROPUESTA**

### **1. ROBUSTECIMIENTO INSTITUCIONAL**

### **2. DEFENSA DEL GREMIO**

### **3. POSICIONAMIENTO GESTION**

### **4. RELACIONES HUMANAS**

### **5. FINANCIAMIENTO**

### **6. CAPACITACION PERMANENTE**

### **7. BENEFICIOS: ASESORIAS Y ADQUISICIÓN DE EQUIPOS**

### **8. CAMPAÑAS DE AYUDA SOCIAL**

### **9. IMAGEN PUBLICA**

### **10. RELACION LABORAL**



Cumplir con un mínimo de reuniones a nivel regional, otorgando mayores facultades a las regiones en la gestión de proyectos y hacer más transparente las deliberaciones del Consejo Nacional, a través de un informativo que será transmitido a los socios que lo deseen a través de plataformas ZOOM ó MEET, dando la posibilidad para que se conecten en calidad de oyentes.

La comunicación jugará un rol clave. La información oficial con respecto a las gestiones y reuniones de la Mesa Directiva Nacional se canalizarán por los medios oficiales establecidos. Dada la relevancia de esta función se designarán dos miembros de la Mesa Directiva para que establezcan las coordinaciones permanentes con los presidentes de Comité y dar cuenta del impacto de la información generada y su retroalimentación, de tal manera, de tener al gremio y la Mesa Directiva Nacional y Regional bien informada para la toma de decisiones.

Revisión y mejoras de los Estatutos y Reglamentos para hacerlos más democrático y representativo.

## **2. DEFENSA DEL GREMIO**

Preocuparse de materias legislativas que nos afecten o incluyan, mantener buenas relaciones con entidades fiscalizadoras (SUBTEL) y autoridades del sector, salvaguardando la libertad de expresión y programación, el uso del espectro radioeléctrico, y todos los derechos que ha conquistado la radiodifusión privada a través de decretos, leyes y tradiciones que nos rigen.

Especial importancia le daremos a combatir las radios ilegales que mucho daño sigue causando al ejercicio de la radiodifusión.

## **3. POSICIONAMIENTO GESTION**

Mantener nuestra imagen corporativa “ARCHI, lo que Chile escucha”, y trabajar arduamente para seguir siendo un medio querido y respetado por la ciudadanía, que lo mantiene en uno de los más altos lugares de confianza.

**Archi, somos radio, somos el medio más confiable para la mayoría de los chilenos.**

**Archi, somos radio, somos compañía, entretenición e información para todos.**

## **BASES DE NUESTRA PROPUESTA**

### **1. ROBUSTECIMIENTO INSTITUCIONAL**

### **2. DEFENSA DEL GREMIO**

### **3. POSICIONAMIENTO GESTION**

### **4. RELACIONES HUMANAS**

### **5. FINANCIAMIENTO**

### **6. CAPACITACION PERMANENTE**

### **7. BENEFICIOS: ASESORIAS Y ADQUISICIÓN DE EQUIPOS**

### **8. CAMPAÑAS DE AYUDA SOCIAL**

### **9. IMAGEN PUBLICA**

### **10. RELACION LABORAL**



□ Estableceremos contacto con mayor frecuencia con el Poder Ejecutivo, Legislativo (Cámara de Diputados y Senado) y Judicial logrando acuerdos que beneficien a nuestros asociados y que, en lo posible se traduzcan en campañas publicitarias directas que permitan financiar al gremio y, por otra parte, cautelar fondos que se mantengan en reserva para tiempos difíciles.

□ Parte de ese logro publicitario se pretende distribuir en un porcentaje a radios locales que nunca reciben campañas.

## **4. RELACIONES HUMANAS**

□ Retomar armonía y camaradería entre los socios de cada región, recalcando en el Consejo Directivo la importancia de al menos una reunión trimestral, permitiendo que el socio que quiera participar en alguna reunión de Comité pueda hacerlo exponiendo ideas o dudas.

□ Organizar actividades donde las o los cónyuges o parejas, puedan socializar en una búsqueda permanente de acercarlos al gremio y permitir que pueda expresarse la paridad de género en las directivas regionales.

## **5. FINANCIAMIENTO**

□ Lograr que el producto de nuestra empresa de medios denominada “Radios de Chile”, permita financiar de una mejor manera a la institución matriz, potenciando la verdadera intención de sus creadores con absoluta transparencia y nuevas directrices, en donde el avisaje del Estado sea manejado por ARCHI, como era hace dos años y medio atrás.

□ Se formará un Comité de Gestión integrado por dos miembros de la Mesa Directiva y gerencia de Radios de Chile para trabajar en conjunto elaborando informes periódicos de gestión para informar permanentemente los movimientos financieros y comerciales (ingresos, costos e información comercial) a la Mesa Directiva, Consejo Nacional, y a sus socios.

## **6. CAPACITACION PERMANENTE**

□ Reactivar las iniciativas de capacitación para nuestros socios y trabajadores del gremio, en los temas actuales, como manejo de softwares para facilitar la operación de las radios y digital, utilización del streaming, capacitación en conceptos y aplicaciones de inteligencia artificial (IA) audiovisual, programas de automatización radial, redes sociales, internet en general, sin olvidar nuestra preocupación en la locución, radio-controlador, periodismo o reportero.

## **BASES DE NUESTRA PROPUESTA**

### **1. ROBUSTECIMIENTO INSTITUCIONAL**

### **2. DEFENSA DEL GREMIO**

### **3. POSICIONAMIENTO GESTION**

### **4. RELACIONES HUMANAS**

### **5. FINANCIAMIENTO**

### **6. CAPACITACION PERMANENTE**

### **7. BENEFICIOS: ASESORIAS Y ADQUISICIÓN DE EQUIPOS**

### **8. CAMPAÑAS DE AYUDA SOCIAL**

### **9. IMAGEN PUBLICA**

### **10. RELACION LABORAL**



Continuaremos con el plan de capacitación en gestión administrativa ( RRHH, Físicos y Financieros ).

## **7. BENEFICIOS: ASESORIAS Y ADQUISICIÓN DE EQUIPOS**

Es nuestra voluntad de disponer para nuestros socios Asesoría Jurídica, Técnica y Comunicacional, creando Comités respectivos, de tal manera que puedan contar con apoyo en materias propias de la actividad.

Se formará el Comité legal y Comité Técnico, que contará con los asesores correspondientes para poder entregar este servicio a los socios que lo requieran. Además, se invitará a las principales empresas proveedoras de equipos y tecnología a presentar ofertas atractivas para los socios.

## **8. CAMPAÑAS DE AYUDA SOCIAL**

Incentivar la participación de las radios asociadas en actividades de bien ciudadano, en especial aquellas que signifiquen acercarse a la comunidad, o que interpreten sus inquietudes y aspiraciones como, por ejemplo, desarrollar spots radiales para las radios asociadas que sean verdaderas recomendaciones de seguridad ciudadana, lo que podría copiarse en el resto del país. Cada spot radial debe finalizar con nuestro lema: “ARCHI, somos lo que Chile escucha”.

Junto con mostrar nuestra faceta solidaria, estaremos devolviendo a la comunidad nacional el agradecimiento y respeto que se merece por darnos su confianza que nos ubica año tras año como la institución más confiable entre los Medios de Comunicación Social.

## **9. IMAGEN PUBLICA**

La imagen corporativa es esencial para que una organización gremial como la nuestra pueda sobrevivir y expandirse en una sociedad en desarrollo que evoluciona hacia un mundo digital y virtual cada vez más desarrollado. La mayoría de las decisiones están basadas en nuestra percepción, es decir, en la imagen que hemos construido a partir de los estímulos que recibimos.

Es momento de seguir colocando atención a la imagen de la radiodifusión que hemos desarrollado, y replantearnos la coherencia entre lo que somos y lo que queremos externalizar en el mundo de hoy.

## BASES DE NUESTRA PROPUESTA

1. ROBUSTECIMIENTO INSTITUCIONAL

2. DEFENSA DEL GREMIO

3. POSICIONAMIENTO GESTION

4. RELACIONES HUMANAS

5. FINANCIAMIENTO

6. CAPACITACION PERMANENTE

7. BENEFICIOS: ASESORIAS Y ADQUISICIÓN DE EQUIPOS

8. CAMPAÑAS DE AYUDA SOCIAL

9. IMAGEN PUBLICA

10. RELACION LABORAL

□ Revivamos ese sentimiento por pertenecer a ARCHI, no olvidemos la ilusión que sentíamos al querer hacernos socios para tener amigos en cualquier ciudad, para conocer personas interesantes y compartir lecciones de vida radial. Junto a ARCHI podemos desarrollarnos como personas y hacer la radio que soñamos.

## 10. RELACION LABORAL

□ Si a estos puntos referidos exclusivamente a lo gremial, agregamos las buenas relaciones con nuestro personal, tanto en ARCHI como en Radios de Chile, realizando un trabajo en equipo cohesionado, ENTONCES, ESTAREMOS RECONQUISTANDO ARCHI PARA NUESTROS ASOCIADOS.

*Este grupo compuesto por 8 exdirigentes pone a disposición de sus colegas radiodifusores, directores y ejecutivos de todo Chile sus años, la experiencia, seriedad y confianza conocida por los diferentes comités que componen esta querida institución...*

### Candidatos a Mesa Directiva Nacional:

Presidente: Joaquín José Eugenio Real Hermosilla  
Primer Vicepresidente: José Alberto Valdebenito Jara  
Segunda Vicepresidencia: Paula Fernanda Silva Santibáñez  
Tercer Vicepresidente - Tesorero: Juan José Pinto Leiva  
Secretaria General: Adriana Torres Sanfuentes  
Directora: Edurne Echenique Opitz  
Director: Jorge Enrique Pérez Flores  
Director: Juan Justino Soto Meneses

