

PLAN DE COMUNICACIÓN 2022

MISIÓN	
<p>La Coordinación de Comunicación Social (CSS), según el Reglamento de Gestión Organizacional por Procesos de la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas (AME), es un proceso calificado como asesor y tiene como misión <i>«Dirigir, asesorar, ejecutar y supervisar a todo nivel, el manejo técnico de la Información y comunicación para trabajar en planes, programas y proyectos encaminados a la promoción y difusión de la gestión de la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, coadyuvando con el cumplimiento de los objetivos institucionales.»</i></p>	
Alcance	El presente plan está diseñado para el segundo semestre del año 2022.
Objetivo General	
	Desarrollar, implementar y posicionar estrategias de comunicación para informar y socializar la gestión que realiza la AME y su Presidente, a nivel local, nacional e internacional.
Objetivos Específicos	
	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionar y fortalecer la imagen institucional, y su máxima autoridad, a través de una nueva imagen, cálida, cercana y dinámica, slogan claro, campañas de comunicación y publicidad, en territorio y a nivel nacional. • Posicionar a la AME como entidad líder en gestionar y vincular las necesidades de territorio, como un nexo entre el Gobierno Central y los 221 GADM. • Promocionar la gestión de la AME, a través de los medios de comunicación tradicionales y alternativos, a nivel local y en territorio. • Informar sobre las actividades de la institución dentro de su público interno. Los mejores voceros de la organización son sus empleados, por lo tanto, buscaremos el empoderamiento y fortalecimiento de la cultura organizacional.

ANÁLISIS COMUNICACIONAL DE AME

Comunicación interna

AME realizó una consultoría en el 2021, dentro del proceso de contratación N°014-AME-2021, en la cual realizó una encuesta a los funcionarios de la institución con la finalidad de conocer la situación comunicacional interna y determinar así, las mejores acciones para difusión y socialización.

Se enviaron por medios electrónicos encuestas digitales a los 224 empleados de AME y se tomó en cuenta 122 encuestas de forma aleatoria para formar la muestra que se requería.

Los resultados obtenidos fueron:

- 86% reciben información de AME
- 72.13% afirma recibirla por correo electrónico
- 12.3% por la página web de AME
- Los otros afirman recibir por redes sociales. Se aprecia al correo electrónico como el canal más eficaz para recibir información.

Además, indicaron los canales de información por donde les gustaría recibir información institucional:

- El 51.6% afirma por correo electrónico
- El 25.4% por WhatsApp. En base a los resultados podemos deducir que el correo electrónico es el mejor canal para recibir la información institucional en primera instancia, las demás opciones se podrían utilizar para reforzar.

Comunicación externa

Dentro de la consultoría en el 2021, del proceso de contratación N°014-AME-2021, se realizó una encuesta a una población comprendida entre los 25 y 65 años. Fueron 420 casos, distribuidos: 188 encuestas en la Costa, 172 en la Sierra y 60 en el Oriente.

Según las encuestas, el medio de comunicación predilecto para recibir información son las redes sociales con un 40.3%, seguido de los medios tradicionales como la televisión, radio y medios impresos.

La red social preferida es el WhatsApp con 45.5%, seguido del Facebook con 33.8%, después Instagram y Twitter.

ANÁLISIS FODA DE AME	
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo en el ejercicio de las actividades misionales, con transparencia, responsabilidad, independencia y credibilidad. • Plataforma del gremio municipalista para articulación de acciones con el Gobierno Nacional. • Organismo autónomo con prestigio nacional e internacional y con una estructura jurídica y administrativa sólida con cobertura nacional. • Servidores proactivos con actitud positiva; honestidad, con experiencia (técnicos) y comprometidos con el trabajo en equipo.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Los planes de capacitación y asistencia técnica no llegan a los 221 municipios de Ecuador lo que debe ser implementado en su totalidad. • Desconocimiento de los procesos misionales de AME y falta de apoyo por parte de los servidores en la gestión. • Falta de capacitación en el uso y manejo de los servicios que brinda AME a los municipios. • Aún existe demora en los tiempos de respuesta de algunos procesos. • En el ámbito de comunicación, no se cuentan con equipos para el desarrollo de cobertura fotográfica ni audiovisual.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos modelos de gestión en el ámbito de las competencias de los 221 municipios que conforman AME. • Interrelación con otras instituciones, Asociaciones de municipios en otros países y Municipios del país.

	<ul style="list-style-type: none"> Existen 7 oficinas regionales que impulsan actividades de la AME. Además, un comunicador en cada regional, excepto en la 6, lo que nos permite tener información de territorio.
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> Descontento de los alcaldes que aportan con presupuesto a la AME y que no reciben mayores beneficios. Desconocimiento del rol de la Institución por parte de la ciudadanía y del sector público. Desconocimiento de las competencias y acciones de asistencia técnica de la AME por parte de algunas entidades del sector público.
PLAN DE COMUNICACIÓN	
Plan de comunicación externa	
<p>Tiempo: Julio-Diciembre 2022</p>	<ul style="list-style-type: none"> Manual de Marca Institucional diseñado, elaborado y actualizado: Este manual de marca tiene como función principal regular el uso de la marca en papelería, tarjetería, material ATL y BTL, supervisión y control del uso de nuestra imagen. Monitoreo en medios e informes de impacto: Se realizará monitoreo diario de los temas referentes a la AME y de interés general, en medios de comunicación nacionales y locales. Entrega de productos diarios a las máximas autoridades como resumen diario de noticias. Identificación de voceros: Identificar y entrenar a voceros institucionales que difundan masivamente la información y campañas institucionales. Los voceros principales son: Presidente de AME, Director Ejecutivo, Director Técnico, y los siete Presidentes Regionales. Diseño para productos publicados en redes sociales: Se estableció un diseño específico para boletines de prensa. Además, se prepara material multimedia de la información que se genere en la institución y sus regionales.

	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación de comunicación interinstitucional: Para lograr un mayor alcance de las publicaciones, se coordina de forma interinstitucional para la elaboración y colocación en los canales de difusión.
<p>Plan de comunicación interna</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> • Construcción de un manual de acogida: instrumento que se realizará en conjunto con la Coordinación de Talento Humano que ofrecerá información básica al funcionario nuevo en la institución con información sobre el funcionamiento de la misma, su organigrama, servicios, normativa, así como el directorio de contacto y correo electrónico de todos los trabajadores. • Boletín interno quincenal digital “El Municipalito”: información de carácter interno que nos permita conocer a la institución y sus autoridades a través del correo institucional interno. • Eventos internos: Encuentros institucionales entre los trabajadores, organización de exposiciones y jornadas de trabajo que permitan la integración de todos los funcionarios de la institución. • Coordinación de trabajo de comunicación: entre el área de comunicación social de la AME matriz y los siete comunicadores de las regionales, a través de reuniones periódicas, se planificará y dará seguimiento a las actividades que se ejecutan en territorio.. • Participación entre áreas para fortalecimiento de canales de comunicación: Actualmente, mantenemos reuniones con varias áreas para trabajar en calendarios de información y publicaciones. Se atiende todos los pedidos y se coordina: levantamiento de información, coordinación de cobertura, revisión de productos comunicacionales generados. • Galería de imágenes y videos: En la home de AME diseñaremos una sección con una cantidad de fotografías sobre los funcionarios de la institución en distintos eventos.

Plan de comunicación online	
	<ul style="list-style-type: none"> • El número de dispositivos móviles en el Ecuador es de 13.82 millones, es decir, un 78% de la población. • Existe 10.17 millones de usuarios de internet y 14 millones de perfiles en redes sociales, 78.8% de la población. <p>Con estos antecedentes, nuestro plan de comunicación digital, redes sociales y web es el siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Videos de gestión institucional: Serán productos audiovisuales de promedio 30 segundos, dinámicos, con plantillas establecidas. • Informativo semanal: recoge las 5 noticias más importantes desarrolladas en la institución durante la semana. • Noticiero digital: Un producto específico para redes sociales institucionales (tiktok) que tiene como objetivo dar a conocer los impactos positivos y de beneficio de la gestión, así como resultados de la AME. • Creación de manual de redes e informes mensuales con métricas: Análisis de métricas y generación de estrategias para mejorar la exposición en redes sociales.
Rediseño de página web:	
	<ul style="list-style-type: none"> • Amigable, dinámica, con información actualizada y cumpliendo con parámetros de información abierta. • Con la implementación del rediseño de la página web institucional, se proyecta a tener un sitio que cumple con las demandas del visitante, donde prime los principios de navegabilidad y acceso a la información. • Se priorizó el diseño más organizado, minimalista, con secciones más ordenadas de acuerdo al nivel de importancia de los contenidos, disminuyendo el número de clic para llegar al contenido requerido. La gestión de las autoridades se visualizará

de manera óptima en el banner principal lo que ayudará a tener un medio de información institucional con mayor alcance y tráfico en medios digitales.

- Mediante el rediseño, se busca aumentar el nivel de seguridad y evitar problemas de hackeo del sitio web de AME con la implementación de plugins y componentes propios de la configuración técnica.

Plan de comunicación offline

Elaboración de material POP y BTL

- Se producirán trípticos, guías rápidas, material de publicidad y mercadeo, banners, y todo tipo de material que se pueda entregar en las diferentes actividades en las que participa la AME, como Gabinetes Itinerantes, Ferias, eventos institucionales y en coordinación con otras entidades.

Revista Institucional

- Revista institucional producida, diseñada e impresa, que servirá para informar la gestión de la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas.

Plan de Relaciones Públicas

Levantamiento y actualización de Base de datos

- Es importante contar con una base de medios de comunicación con los siguientes parámetros: ámbito (internacional, nacional, regional, local), periodista, sección/programa, alcance, línea editorial, director de noticias, teléfono, dirección del medio. Además, corresponsales del medio.

Agenda de medios

- Estar en permanente contacto con los periodistas y su agenda informativa. Atender sus requerimientos de información de manera oportuna.
- Solicitar espacios en los medios de comunicación, generando productos de comunicación como boletines de prensa.
- Se prepara una lista de difusión en WhatsApp para difusión de información institucional

	<p>Actos protocolarios e institucionales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación expedita con los Directores de Comunicación y asesores de diferentes carteras de Estado. Se lleva coordinación permanente con SEGCOM.
Construcción de mensajes	
	<ul style="list-style-type: none"> • Mensajes emotivos, inspiracionales, no planos. • Titulares impactantes • Dar énfasis a lo social. • Ideas cortas, con alto contenido
Segmentación para contenido y piezas	
Persuasión a públicos segmentados por edad	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Segmentación de 18 – 35 años Redes sociales: Instagram, Tik Tok Tipos de campaña: Joviales, cómicas Uso de recursos: Videos, Influencers, memes ✓ Segmentación de 36 – 45 años Redes sociales: Instagram, Facebook, Tik Tok, twitter Tipos de campaña: Joviales, serias, informativas Uso de recursos: Videos, infografías, animaciones ✓ Segmentación de 45 – 60 años Redes sociales: Facebook, twitter Tipos de campaña: serias, informativas Uso de recursos: Videos, infografías, animaciones, testimoniales

Elaborado por: **ANA MARÍA SUÁREZ LICOA**/COORDINADORA DE COMUNICACIÓN - AME