

PLAN COMUNICACIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SALCEDO 2024

1. ANTECEDENTES

La comunicación es un proceso dinámico y complejo que forma la base de todas las interacciones humanas. Comprender sus múltiples dimensiones y elementos ayuda a mejorar la eficacia y la calidad de la comunicación en diferentes contextos y situaciones.

La comunicación institucional del GAD Municipal del Cantón Salcedo es crucial para establecer una relación efectiva y transparente con sus ciudadanos, así como para proyectar una imagen positiva y coherente tanto interna como externa. Se trata de un conjunto de estrategias y acciones planificadas que tienen como objetivo principal informar, educar, persuadir y establecer vínculos sólidos con los diversos públicos que interactúan con la administración local.

En su esencia, la comunicación institucional municipal abarca un aspecto fundamental siendo este: **Transparencia y Acceso a la Información**: Garantizar que la información sobre las actividades, decisiones y proyectos del GAD municipal esté disponible y accesible para todos los ciudadanos. Esto promueve la confianza y fortalece la participación ciudadana en los procesos locales.

En resumen, la comunicación institucional del GAD Municipal es un componente estratégico que no solo informa, sino que también construye relaciones sólidas y positivas con los ciudadanos, fortaleciendo así la democracia local y el desarrollo.

Escenario Comunicacional

El GAD Municipal del cantón Salcedo cuenta con su Jefatura de Comunicación Social e Imagen Institucional que se encarga de coordinar y definir los planes, estrategias y actividades encaminadas a optimizar la comunicación, para fortalecer la identidad e imagen institucional, esta Jefatura no cuenta con una Radio Municipal, herramienta importante para comunicar nuestro mensaje y llegar a la ciudadanía.

Los recursos y equipo técnico para el desarrollo del trabajo son limitados (Falta de infraestructura adecuada). Una de las fortalezas de esta Jefatura es el personal joven, profesional y creativo capaz de llevar adelante un plan de comunicación direccionado a fortalecer la imagen institucional. Para el desarrollo del trabajo de comunicación del GAD Municipal del cantón Salcedo se cuenta con una página web: <https://salcedo.gob.ec/>, su twitter @GADMSALCEDO, su fan page del Municipio del Cantón Salcedo en donde se comparte la información que se genera a diario, con textos y videos informativos.

La Jefatura de Comunicación Social e Imagen Institucional también cuenta con una base de datos con todos los contactos telefónicos, correos, grupos de WhatsApp en el que se comparte la información a los diferentes comunicadores

y periodistas de los medios de comunicación de la localidad, con quienes se mantiene una buena relación.

2. BASE LEGAL. -

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

En su artículo 16, numerales 1, 2, 3, 4, 5 establece que: "(...) Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos; 2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación; 3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas; 4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad; 5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación."

El artículo 18 señala que:

"Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior. 2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas (...)". En ese sentido, corresponde al GADMCS adoptar las medidas pertinentes a efectos de informar a la ciudadanía en general sobre las medidas, decisiones y actividades que realiza.

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

Artículo 7, define a la información de relevancia pública o de interés general como: "(...) la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general (...)".

El artículo 13 manifiesta, "Las autoridades y funcionarios públicos, así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación".

El artículo 15 de la referida Ley menciona, "Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia".

El artículo 60 de Ley Orgánica de Comunicación refiere, “Para efectos de esta Ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en: 1. Informativos -I; 2. De opinión -O; 3. Formativos/educativos/culturales -F; 4. Entretenimiento -E; 5. Deportivos -D; y, 6. Publicitarios –P “.

El artículo 119 de la citada Ley estipula, “Para asegurar la comunicación intercultural y la integración nacional, los medios de comunicación podrán constituirse, sin necesidad de autorización, en redes eventuales o permanentes que libremente compartan una misma programación hasta por dos horas diarias”.

LEY ORGÁNICA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

El artículo 41, inciso primero menciona “Los medios de comunicación social deberán crear espacios necesarios para elaborar y difundir programas dirigidos a la formación de la ciudadanía en temas relacionados con: derechos, deberes, el buen vivir y las formas de participación ciudadana y control social previstas en la Constitución y la ley. Los medios de comunicación social públicos y comunitarios están obligados a hacerlo”.

3. JUSTIFICACIÓN

Crear un plan de comunicación en un GAD Municipal es fundamental por varias razones claves que justifican su implementación: “Visibilidad y Transparencia” Un plan de comunicación permite al municipio comunicar de manera clara y accesible sus acciones, proyectos y decisiones a los ciudadanos. Esto promueve la transparencia y fortalece la confianza pública en la administración local.

El presente Plan de comunicación es el resultado de un diagnóstico y un análisis profundo de cuál es la situación real de la institución y de hasta dónde se quiere llegar. Señalado plan será el instrumento que marcará los criterios, políticas y estrategias de comunicación de la institución para mejorar la comunicación y posicionamiento del GAD Municipal en la mente de sus públicos.

Para destacar la notabilidad de la comunicación gubernamental, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico -OCDE-, determina que el intercambio de información entre los Gobiernos y la ciudadanía, así como el diálogo que de este se deriva, son elementos esenciales de una gobernanza democrática e instrumentales para mejorar la formulación de políticas públicas.

El contenido de lo que se informa, así como los canales a través de los cuales se difunde, son la base para que el proceso de la comunicación sea eficaz. Por tanto, son necesarias la claridad y concreción en la información, el conocimiento y la habilidad para correlacionar informaciones, así como también una relación de intereses entre las partes que intervienen en el referido proceso.

Con el presente plan, se procurará que las necesidades básicas de comunicación de la institución sean cumplidas.

4. OBJETIVOS

Objetivo General:

Fortalecer la imagen institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Salcedo, a través de procesos y gestiones comunicacionales durante un año.

Objetivos específicos:

- Definir los servicios de difusión de los productos comunicacionales del GADMS, mediante la contratación de medios de comunicación radiales, televisivos, impresos y digitales para transparentar e informar a la ciudadanía respecto a las acciones que realiza la Institución.
- Posesionar la imagen Institucional del GAD Municipal de Salcedo a través de canales de comunicación.
- Promover productos comunicacionales con enfoque de gestión y administración actual, a través de los medios de comunicación y otros espacios de difusión masiva.
- Potencializar los canales de contacto con la población, redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok, entre otros).
- Generar credibilidad, transparencia y confianza entre la ciudadanía

5. Público Objeto

La capacidad de entendimiento entre la ciudadanía y la Alcaldía es la base del éxito de este plan.

Las actividades de comunicación del GADMS tienen como objetivo transmitir una serie de mensajes e informaciones a grupos de destinatarios claramente identificados, los cuales se presentan a continuación:

Público Interno

- Gobierno Municipal del cantón Salcedo - alcalde, funcionarios y concejales

Público Externo

- Autoridades internacionales, nacionales, provinciales, cantonales y parroquiales

- Instituciones públicas y privadas. (Internacionales, nacionales y locales).
- Medios de Comunicación Social
- Sociedad Civil: • Enfoque intergeneracional: Niños, niñas, adolescentes, jóvenes y personas adultas mayores • Enfoque de género: Mujeres y personas LGBTI • Enfoque de discapacidades: Personas con discapacidades y enfermedades catastróficas o de alta complejidad. • Enfoque de pueblos y nacionalidades: Personas pertenecientes a pueblos y nacionalidades • Enfoque de movilidad humana: Personas en situaciones de movilidad humana • Enfoque para la ciudadanía Salcedense.

Segmento poblacional: Urbano y Rural

6. RESPONSABLES

El responsable de la ejecución de este plan será la persona encargada de la Jefatura de Comunicación Social e Imagen Institucional de la institución, que contará con el apoyo del equipo técnico.

7. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN



COMUNICACIÓN INTERNA

Dentro del plan de comunicación institucional del GADMCS, la comunicación interna juega un papel crucial. Se refiere a todas las actividades y estrategias diseñadas para facilitar la comunicación efectiva dentro de la estructura organizativa municipal, asegurando que todos los empleados, funcionarios y departamentos estén informados, alineados y motivados. Para lo cual se detalla algunos aspectos claves de la comunicación interna:

1. **Objetivos claros y alineación:** Es fundamental que todos los servidores públicos del GADMCS comprendan los objetivos estratégicos del municipio, así como los valores y la visión institucional. La comunicación interna ayuda a alinear a todos los miembros del equipo hacia metas comunes y a asegurar que cada uno entienda su rol en la consecución de esos objetivos.
2. **Transmisión de información:** Facilita la transmisión eficaz de información relevante dentro de la organización, como políticas, procedimientos, cambios organizacionales, proyectos en curso, eventos, entre otros. Esto promueve la cohesión y la eficiencia en la operación diaria.
3. **Participación y feedback:** Fomenta un ambiente donde los servidores públicos se sientan escuchados y puedan proporcionar retroalimentación constructiva. Esto puede incluir mecanismos formales e informales de retroalimentación, como encuestas de clima laboral, reuniones de equipo, buzones de sugerencias, etc.
4. **Motivación y compromiso:** La comunicación interna efectiva contribuye a aumentar el compromiso de los servidores públicos del GADMCS con la misión y los valores del municipio, así como con su trabajo. Reconocer logros, compartir éxitos y mantener una comunicación abierta y transparente son componentes clave para mantener un ambiente de trabajo positivo.
5. **Canales y herramientas:** Incluye la selección y gestión de los canales de comunicación más adecuados para llegar a todos los niveles de la organización.
6. **Gestión del cambio:** Durante períodos de cambio organizacional, la comunicación interna desempeña un papel crucial en la gestión de expectativas, minimización de la resistencia al cambio y aseguramiento de que todos estén alineados con la nueva dirección estratégica.

En el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Salcedo, haremos uso de medios de comunicación internos (sistema de memos interno, mails, mensajes de texto, llamadas telefónicas, grupos WhatsApp, cartelera municipal) para difundir la información entre los servidores públicos, que permita obtener y manejar información precisa de las actividades diarias de la institución.

COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Salcedo se refiere a todas las acciones y estrategias diseñadas para establecer y mantener relaciones efectivas y positivas con los diferentes públicos externos, proyectar, promover y reforzar la imagen de la institución, difundiendo los proyectos y actividades que se van desarrollando a través de los diferentes medios que permitan llegar con la información al público objetivo.

Ciudadanos y residentes: Informar a los ciudadanos sobre las políticas municipales, servicios disponibles, eventos comunitarios, proyectos en curso, y facilitar canales para que puedan participar activamente en la vida municipal.

Medios de comunicación: Establecer una relación proactiva con medios de comunicación locales y regionales para asegurar una cobertura adecuada de las actividades municipales, promover eventos, responder a consultas de prensa y gestionar la comunicación en situaciones de crisis.

Otras entidades gubernamentales: Mantener una comunicación fluida con otras entidades gubernamentales a nivel local, regional y nacional para coordinar políticas, compartir información y buscar apoyo para proyectos específicos.

Turistas y visitantes: Informar a los visitantes sobre atracciones turísticas, eventos culturales, servicios turísticos disponibles y facilitar la comunicación para mejorar la experiencia del turista en el cantón Salcedo.

RELACIONES PÚBLICAS

Dentro del Plan de Comunicación Institucional del GADMCS, las relaciones públicas juegan un papel crucial en la gestión de la imagen pública, la construcción de la reputación y el fortalecimiento de la relación con los diferentes públicos. Se fortalecerá los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo en determinadas acciones.

Comunicación proactiva: Las estrategias de relaciones públicas incluyen la creación y distribución de comunicados de prensa, organización de conferencias de prensa, entrevistas con medios de comunicación, entre otras acciones, para asegurar que la información relevante y precisa sobre las actividades municipales llegue al público de manera oportuna y efectiva.

Participación ciudadana: Las relaciones públicas también facilitan la participación activa de la ciudadanía en los procesos municipales a través de consultas públicas, foros comunitarios, encuestas y otros mecanismos participativos. Esto fortalece la democracia local y asegura que las decisiones municipales reflejen los intereses y necesidades de la comunidad.

Colaboración con medios de comunicación: Establecer y mantener relaciones positivas con los medios de comunicación locales, regionales y nacionales es crucial para asegurar una cobertura equilibrada y precisa de las actividades municipales. Las relaciones públicas facilitan la coordinación de entrevistas, la generación de noticias y la gestión de la comunicación en tiempos normales y de crisis.

8. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

N°	ACTIVIDAD	OBJETIVO	INDICADOR	ESTRATEGIA	MEDIO DE VERIFICACIÓN
1	Cobertura, producción y post producción del trabajo institucional del GADMCS	Elaborar notas informativas que desarrolla el GADMCS	# notas informativas difundidas en el noticiero institucional 10-60	Cubrir las actividades municipales de forma eficiente y oportuna.	Publicaciones en Facebook, Tik Tok
2	Actualización de información en redes sociales	Difundir información del GADMCS de acuerdo a las actividades realizadas.	# publicaciones semanales	Organización de la información para la difusión en redes sociales. Difusión de la información en redes sociales	Facebook Instagram Tik Tok
3	Elaboración de boletines de prensa y ruedas de prensa	Difundir el trabajo del GADMCS a través de los medios de comunicación social, Instituciones públicas y Sociedad civil. Informar sobre acciones y campañas institucionales con enfoque informativo	# Boletines de prensa elaborados y difundidos. # de ruedas de prensa	Cubrir los eventos y recopilar la información necesaria para su elaboración. Coordinación con medios de comunicación	Boletines de prensa en el archivo de la Jefatura de Comunicación Institucional del municipio. Sección de noticias en la página web y Facebook del Municipio. Invitaciones.
4	Alianza estratégica	Crear o renovar la alianza estratégica o convenio con los medios de comunicación con enfoque informativo institucional.	# de convenios realizados	Reuniones de trabajo con los medios de comunicación	Convenio realizado
5	Difusión de actividades, comunicados asambleas y ordenanzas municipales por medios de comunicación (prensa escrita, radio y televisión)	Crear, producir y difundir productos comunicacionales con enfoque informativo institucional en medios de comunicación social (prensa escrita, radio, televisión y redes sociales.)	# spots elaborados y difundidos en los medios de comunicación social # infografías realizadas	Apoyo y colaboración del equipo o personal de comunicación del GADMCS Elaboración de guiones, edición y producción de spots, elaboración de infografías, entrega de productos comunicacionales para su respectiva difusión	Redes sociales, publicaciones en medios

9. MEDIOS A SER TOMADOS EN CUENTA EN ESTE PERIODO DE CONTRATACIÓN – PLAN DE MEDIOS 2024

En lo concerniente al Plan de Medios para el año 2024, considerando el presupuesto reducido asignado a la Jefatura de Comunicación Institucional; se pretende contratar los medios que se detallan a continuación. Cabe señalar que los mismos se han considerado de acuerdo a su alcance de audiencia y tratando de abarcar difusión a través de un medio televisivo, radial y digital.

MEDIO DE COMUNICACIÓN	# MESES	VALOR ESTIMADO MENSUAL	VALOR TOTAL	SERVICIOS DE ACUERDO A LAS NECESIDADES INSTITUCIONALES Y EN BASE A PRECIOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	PROCESO DE CONTRATACIÓN
Elite televisión	6	600,00	3600,00	160 cuñas durante 30 días plazo	Régimen Especial
Al día On Line	5	350,00	1750,00	100 pautas durante 30 días plazo	Régimen Especial
Radio Estéreo San Miguel	10	700,00	7000,00	- 200 cuñas durante 30 días plazo -4 espacios de entrevistas durante 30 días plazo	Régimen Especial

10.- POLÍTICAS

Transparencia: Compromiso de proporcionar información clara y accesible sobre las decisiones, acciones y gestión del GADMCS. Esto incluye la divulgación proactiva de información relevante y el acceso a documentos públicos.

Participación: Fomento de la participación ciudadana en el proceso de toma de decisiones a través de consultas públicas, encuestas, audiencias públicas y otros mecanismos que promuevan la inclusión y la representación de la comunidad.

Coherencia y uniformidad: Mantenimiento de una imagen y mensajes coherentes en todas las plataformas de comunicación, asegurando que todos los departamentos y funcionarios municipales sigan las directrices de comunicación establecidas.

Canalización de la información: Establecimiento de canales claros y efectivos para la difusión de información tanto interna como externamente. Esto puede

incluir el uso de sitios web municipales, redes sociales, boletines informativos, medios de comunicación locales, entre otros.

La información del GADMCS, deberá ser difundida por los canales oficiales de la institución

Crisis y gestión de incidentes: Desarrollo de protocolos para la gestión de crisis y situaciones de emergencia, asegurando una comunicación rápida, precisa y sensible durante períodos críticos.

Formación y capacitación: Implementación de programas de formación y capacitación para funcionarios y empleados municipales en habilidades de comunicación efectiva y manejo de medios.

Responsabilidad y ética: Adherencia a los principios éticos en la comunicación institucional, asegurando la veracidad de la información compartida y evitando la desinformación o la manipulación.

Inclusividad y diversidad: Garantía de que los mensajes y actividades de comunicación reflejen y respeten la diversidad cultural, lingüística y social de la comunidad municipal.

Estas políticas no solo ayudan a mejorar la transparencia y la eficiencia de la gestión municipal, sino que también fortalecen la relación entre el gobierno local y los ciudadanos, promoviendo un mayor compromiso cívico y una mejor comprensión de las acciones y políticas municipales.

El alcalde o su delegado y el/la comunicador@, son los portavoces principales de la alcaldía, pudiendo delegar las funciones a otra autoridad, miembros del consejo o funcionario del GADMCS, cuando sea necesario.

11. EVALUACIÓN

Evaluar el Plan de Comunicación Institucional del GADMCS es crucial para asegurar que cumpla con sus objetivos y para realizar ajustes necesarios. Esta evaluación se realizará a través de:

Encuestas: Se realizará una encuesta al final del año tanto a ciudadanos como a empleados municipales para medir la percepción sobre la efectividad de la comunicación, la claridad de los mensajes y la satisfacción general con la información proporcionada.

Análisis de medios y redes sociales: Monitorizar la cobertura mediática en redes sociales para evaluar la resonancia de los mensajes municipales, identificar temas de interés para la comunidad.

Análisis de tráfico web: identificar páginas más visitadas, tiempos de permanencia y patrones de navegación para ajustar la estructura de información y mejorar la accesibilidad.

Evaluación de la percepción: Realizar análisis comparativos de la percepción pública antes y después de la implementación del plan de comunicación para identificar cambios en la percepción y en la confianza hacia el gobierno municipal.

Se presentará un informe de evaluación del presente Plan al finalizar el año fiscal, que servirá para la toma de decisiones y fortalecimiento de la comunicación en la institución.

Elaborado por:

Autorizado por:

Lic. Gabriela Teneda
**JEFE DE COMUNICACIÓN
INSTITUCIONAL**

Ing. Juan Paul Pacheco
**ALCALDE DEL CANTÓN
SALCEDO**