

## Plan Estratégico de Comunicación 2024

Este Plan Estratégico de Comunicación tiene como objetivo principal brindar una guía para la gestión de la comunicación pública de la Agencia de Tránsito y Movilidad de Guayaquil.

Nos enfocamos en establecer lineamientos generales y estratégicos que orienten nuestras acciones comunicativas. Este plan dirigirá nuestras acciones en la comunicación pública, garantizando coherencia, consistencia y efectividad en nuestra interacción con la ciudadanía y los diversos actores involucrados en nuestra labor.

Nuestro enfoque se centra en estrategias destinadas a fortalecer la transparencia, fomentar la participación ciudadana, promover la educación vial y fomentar una cultura de respeto y seguridad vial en la ciudad de Guayaquil.

### Criterios de Construcción del Plan

Criterios para la Comunicación de la Agencia de Tránsito y Movilidad de Guayaquil:

**Enfoque en la ciudadanía:** Nos comprometemos a establecer canales efectivos de comunicación con todas las partes interesadas, con el objetivo de comprender y satisfacer sus expectativas y necesidades en materia de tránsito y movilidad.

**Servicio:** Mantendremos una actitud de escucha activa y respetuosa hacia la comunidad, buscando construir una imagen favorable de la ATM y promover la confianza en nuestra labor.

**Unidad Conceptual de Imagen:** Implementaremos acciones de comunicación que reflejen los conceptos de imagen definidos y aprobados por la Alcaldía Mayor de Guayaquil, asegurando coherencia y consistencia en nuestra comunicación.

**Funcionalidad Integral:** Coordinaremos nuestras acciones de comunicación con todas las dependencias de la ATM, garantizando una comunicación cohesiva y efectiva en todos los niveles de la organización.

**Capacitación:** Desarrollaremos propuestas pedagógicas destinadas a fortalecer la cultura de movilidad en la ciudad, promoviendo la educación vial y la conciencia ciudadana.

**Índice de Satisfacción de la Ciudadanía:** Definiremos criterios para medir la imagen y el impacto de nuestras comunicaciones, así como la efectividad de nuestras actividades en la promoción de una cultura ciudadana responsable en temas de tránsito y movilidad.

**Lenguaje Incluyente:** Utilizaremos expresiones lingüísticas que incluyan tanto al género femenino como al masculino, garantizando una comunicación inclusiva y respetuosa con toda la ciudadanía.

**Flexibilidad:** Diseñaremos nuestro Plan Estratégico de Comunicación con directrices flexibles que nos permitan adaptarnos a imprevistos y a los diferentes contextos

socioculturales, involucrando activamente al personal interno como multiplicadores clave de nuestras acciones de comunicación.

**Oportunidad:** Garantizaremos que nuestras acciones comunicativas se realicen en el momento, lugar y modo más propicio, aprovechando las circunstancias y coyunturas que favorezcan la efectividad de nuestros mensajes.

**Inclusividad:** Aseguraremos la participación de todos los componentes del proceso comunicativo, tanto internos como externos, en todas nuestras acciones de comunicación.

**Eficiencia:** Buscaremos el cumplimiento adecuado de nuestras funciones de comunicación pública, priorizando el uso óptimo de los recursos disponibles y buscando resultados efectivos en el menor plazo posible.

**Eficacia:** Ejecutaremos todas nuestras acciones comunicativas con el fin de generar el impacto esperado, contribuyendo al cumplimiento de la misión y visión de la Agencia de Tránsito Municipal de Guayaquil.

**Accesibilidad:** Garantizaremos que nuestro Plan Estratégico de Comunicación sea accesible y utilizable tanto por el personal interno de la ATM como por las personas y equipos externos relacionados con la gestión de la comunicación pública. Los canales, medios y mensajes serán diseñados de manera que sean comprensibles y accesibles para todos los públicos de interés

La ATM se compromete con la mejora continua de sus comunicaciones, liderando estrategias que fortalezcan los canales de comunicación y el contenido de los mensajes. Nuestro objetivo es transmitir información de calidad, siguiendo los principios de oportunidad y veracidad, para apoyar el cumplimiento de nuestra misión y visión institucional.

## Política de Comunicaciones

Para la implementación de nuestra política de comunicaciones, establecemos los siguientes principios:

a. La gestión de la comunicación de la ATM se caracteriza por:

- Brindar información oportuna y de calidad.
- Garantizar la veracidad de los datos.
- Generar información técnica relevante.
- Traducir la información técnica en un lenguaje periodístico comprensible para los ciudadanos, y ser emocional cuando se requiera persuadir sobre actitudes o conductas.
- Fomentar la participación de la ciudadanía y las partes interesadas.

b. La comunicación de la ATM con sus grupos de interés es:



- Asertiva.
- Incluyente.
- Propositiva.
- Abierta al diálogo.
- Acorde con el interés general de la ciudad.
- Clara y sencilla.

c. La promoción de la Cultura Ciudadana para la Movilidad incluye:

- Promover la Movilidad Segura con una visión de Cero Accidentes.
- Fomentar la Movilidad Sostenible mediante métodos alternativos de movilidad no motorizada.
- Impulsar la Movilidad Inteligente.
- Regular y controlar el Tránsito y Transporte.
- Brindar atención al ciudadano.
- Gestionar Socialmente la Movilidad para garantizar la inclusión y participación.
- Promover la educación ciudadana y la pedagogía para la movilidad.

## Contexto Estratégico

El Plan tiene como apuesta, objetivo y meta contribuir a la reducción de los lamentables incidentes de tránsito en la ciudad de Guayaquil, los cuales han mostrado una preocupante tendencia al alza desde el año 2019.

Nuestro Plan de Comunicaciones se ha diseñado en consonancia con los cinco ejes estratégicos que orientan las acciones de nuestra institución. Estos ejes abarcan aspectos cruciales para la regulación, control, seguridad vial, vinculación ciudadana, alianzas estratégicas y fortalecimiento institucional en el ámbito del transporte y el tránsito en la ciudad de Guayaquil.

### Eje 1: Regulación y Control del Transporte Terrestre

Nos dedicamos a comunicar de manera efectiva para garantizar la calidad y eficiencia de los servicios de transporte terrestre en Guayaquil. Esto implica informar a la comunidad sobre el mantenimiento y disponibilidad de sistemas como Metrovía y Aerovía, así como comunicar las mejoras en el transporte público y comercial. A través de campañas, comunicados y material informativo, nos aseguramos de que los operadores del servicio, cooperativas de transporte, choferes profesionales y usuarios estén al tanto de las medidas implementadas para garantizar un servicio óptimo y accesible para todos.

### Eje 2: Regulación y Control del Tránsito

Nos comprometemos a mantener informada a la ciudadanía para asegurar la seguridad vial en las vías de Guayaquil. A través de campañas de concientización, redes sociales, y material educativo, comunicamos sobre operativos de control de tránsito, mejoras en la señalización y semaforización, así como la implementación de un centro de control integrado. Interactuamos activamente con choferes profesionales, conductores particulares, ciclistas y peatones, promoviendo una convivencia segura y ordenada en las calles de la ciudad.

### **Eje 3: Promoción de la Seguridad Vial y la Vinculación Ciudadana**

Centramos nuestra comunicación en educar y concientizar a la ciudadanía sobre la importancia de la seguridad vial y la movilidad sostenible. A través de campañas publicitarias, charlas educativas, y eventos comunitarios, comunicamos sobre capacitaciones en seguridad vial, la promoción de prácticas de movilidad sostenible y actividades de vinculación ciudadana. Mantenemos una estrecha comunicación con conductores, ciclistas, peatones y estudiantes, fomentando una cultura de respeto y responsabilidad en las vías.

### **Eje 4: Construcción de Alianzas Estratégicas**

Buscamos establecer alianzas sólidas a través de una comunicación efectiva con la empresa privada y los gobiernos autónomos descentralizados. Comunicamos sobre la mejora de la revisión técnica vehicular, la gestión de infracciones y servicios de tránsito, así como la implementación de parqueos tarifados. A través de reuniones, presentaciones y material informativo, promovemos una comunicación transparente y colaborativa que contribuya a una movilidad más ordenada y segura en la ciudad.

### **Eje 5: Fortalecimiento Institucional**

Promovemos el fortalecimiento de nuestra institución a través de una comunicación eficaz y transparente. Comunicamos sobre la cooperación interinstitucional, la elaboración de proyectos de ordenanzas y la implementación de un sistema de gestión de trámites municipales eficiente. Mantenemos una comunicación activa con la academia, colegios de profesionales y plataformas tecnológicas, promoviendo el intercambio de conocimientos y la innovación en la gestión del tránsito y transporte en Guayaquil.

Este contexto proporciona la base sobre la cual se desarrollarán las estrategias de comunicación para cada uno de los ejes, asegurando una comunicación efectiva y coordinada que contribuya al logro de los objetivos institucionales y al bienestar de la ciudadanía de Guayaquil.

## **Programa de fortalecimiento Institucional**

El Programa de Fortalecimiento Institucional desde el Área de Comunicación de la Agencia de Tránsito Municipal de Guayaquil busca mejorar la comunicación interna, proyectar una imagen institucional sólida y promover la participación ciudadana. A través de este programa, buscamos establecer canales eficientes de comunicación interna, informar a la ciudadanía sobre las políticas y servicios de la ATM.



A continuación, se presenta la descripción de los proyectos que componen el Programa de Fortalecimiento Institucional desde el Área de Comunicación de la Agencia de Tránsito Municipal de Guayaquil (ATM). Estos proyectos están diseñados para potenciar la comunicación interna y externa de la ATM, promoviendo una imagen sólida y transparente ante la ciudadanía y fortaleciendo la difusión de información relevante sobre tránsito y movilidad en la ciudad.

**Servicio de Agencia de Publicidad para el Desarrollo de la Estrategia Comunicacional y Campañas Publicitarias e Informativas de la ATM:**

Este proyecto implica la contratación de una agencia de publicidad para desarrollar estrategias comunicacionales efectivas y campañas publicitarias e informativas que promuevan la misión, visión y servicios de la Agencia de Tránsito Municipal de Guayaquil.

**Servicio de Pautaje en Plataformas Digitales, Redes Sociales, Influencers, Vía Pública y Medios Alternativos para la Empresa Pública Municipal de Tránsito y Movilidad de Guayaquil, EP:**

Se contempla la contratación de servicios de pauta en diversas plataformas digitales, redes sociales, medios de comunicación tradicionales y vía pública, así como la colaboración con influencers, para ampliar el alcance de la comunicación de la ATM y llegar a una audiencia más amplia.

**Servicio de Transmisión de Material Informativo y Publicitario por Radios:**

Este proyecto involucra la contratación de varios servicios de transmisión de material informativo y publicitario por distintas emisoras de radio de Guayaquil. Esto garantizará una cobertura amplia y variada, llegando a diferentes segmentos de la audiencia y reforzando la presencia de la ATM en los medios de comunicación locales.

Cada uno de estos proyectos contribuye al fortalecimiento de la comunicación institucional de la Agencia de Tránsito Municipal de Guayaquil, promoviendo una imagen sólida y confiable ante la ciudadanía y facilitando la difusión de información relevante sobre tránsito y movilidad en la ciudad.

**Servicio de Transmisión de Material Informativo y Publicitario por Televisión:**

Con el objetivo de ampliar el alcance de nuestras campañas de comunicación y fortalecer la difusión de mensajes clave sobre seguridad vial y movilidad sostenible, la ATM contempla la contratación de servicios de transmisión de material informativo y publicitario por televisión. Este servicio permitirá llegar a una audiencia masiva y diversa, incluyendo a aquellos ciudadanos que prefieren informarse a través de medios tradicionales.

La contratación de este servicio se realizará a través de un proceso de selección riguroso, priorizando a proveedores con amplia experiencia en la producción y transmisión de contenido audiovisual de alta calidad. Se evaluará la capacidad de los proveedores para adaptar los mensajes de la ATM a los diferentes formatos y horarios de la televisión.

## Propósito Comunicacional

El propósito comunicacional desde la Dirección de Comunicación de la Empresa Pública Municipal de Tránsito y Movilidad de Guayaquil (ATM) radica en establecer una comunicación efectiva y transparente con la ciudadanía, centrada en informar sobre las políticas, regulaciones y medidas que impactan la movilidad y seguridad vial en el cantón Guayaquil. Como autoridad competente y especializada en la planificación, regulación, control y gestión de tránsito y transporte terrestre, buscamos promover una movilidad sostenible y seguridad vial en todas las áreas urbanas y rurales del cantón.

Nos comprometemos a facilitar el acceso a la información relevante sobre las acciones y decisiones de la ATM, asegurando que sean comunicadas de manera clara, coherente y oportuna a la ciudadanía. A través de una comunicación transparente y proactiva, nuestra dirección busca fortalecer la confianza de los ciudadanos en la gestión de la ATM y fomentar una mayor participación y colaboración de la comunidad en la búsqueda de soluciones para los desafíos de tránsito y movilidad en Guayaquil.

## Alcance del Plan de Comunicaciones

Alcance del Plan de Comunicaciones de la Agencia de Tránsito Municipal de Guayaquil:

El Plan de Comunicaciones describe las estrategias y proyectos que la ATM ejecutará durante el año 2023 en temas relacionados con la comunicación interna y externa, en cumplimiento de sus objetivos institucionales. Este plan establece los objetivos, metas y acciones necesarias para su implementación y evaluación, manteniendo altos estándares de calidad y oportunidad.

Las acciones del Plan de Comunicaciones estarán dirigidas a aumentar la percepción del riesgo en la vía, reducir los incidentes viales y fortalecer los hábitos y buenas costumbres de los ciudadanos en el uso correcto del espacio público. En línea con el enfoque de Cultura para la Movilidad, se reconoce que los comportamientos ciudadanos son multimotivados, es decir, están influenciados por razones, intereses y emociones basados en dinámicas informales.

Por lo tanto, las estrategias comunicativas y pedagógicas del Plan de Comunicaciones de la ATM son sensibles al reconocimiento de los factores culturales y sociales que moldean las actitudes y comportamientos de los ciudadanos, con el fin de optimizar su efectividad.

## Objetivos

### Objetivo estratégico

Reforzar la seguridad vial

### Objetivo Operativo



Incrementar el impacto y percepción de las tareas contempladas dentro de los ejes estratégicos para convertirlas de gran relevancia en el contexto de la coyuntura política, social y económica

## Componentes/estrategias del plan de Comunicaciones.

Centrados en la veracidad y utilidad de la información que proporcionamos, buscamos que la Agencia de Tránsito Municipal de Guayaquil sea reconocida como un organismo de prevención. Nuestro objetivo principal es contribuir a la reducción del número de accidentes de tránsito y, en consecuencia, de las fatalidades asociadas a estos eventos. Para lograrlo, hemos establecido los siguientes componentes que guiarán el cumplimiento de nuestros objetivos en el Plan de Comunicaciones.

| Estrategias                      | Descripción  |
|----------------------------------|--|
| Comunicación e información       | Campañas se refiere a un conjunto de tácticas diseñadas para promocionar un producto o servicio con el propósito de crear un efecto significativo. Este propósito se alcanza mediante diversas iniciativas que se difunden en uno o varios canales de comunicación a lo largo de un período específico.  |
| Publicaciones                    | El procedimiento que se debe seguir para la revisión de publicaciones emitidas por la ATM, incluyendo libros, revistas, manuales, anuarios y guías, entre otros, tiene como objetivo garantizar una redacción clara y fluida, el correcto uso de la ortografía y la uniformidad en el lenguaje y los mensajes institucionales  |
| Imagen Corporativa Institucional | La identidad visual de la ATM estará determinada por los lineamientos de elementos visuales y comunicativos de la institución. Esta información será detallada en un manual de uso que abarcará todas las normas de aplicación de la imagen, con el fin de facilitar los procesos de trabajo en el área de diseño y áreas relacionadas, y así mantener una imagen uniforme en todas las entidades municipales, garantizando el uso correcto del logo de la Alcaldía junto con la marca de la administración. |
| Comunicación en Crisis           | La detección de una potencial crisis alude a la presencia de un riesgo que pueda impactar la imagen institucional, y su gestión está a cargo del plan de   |

|   |   |
|---|---|
|   | tratamiento correspondiente. Este aspecto guarda una estrecha relación con la administración del riesgo institucional, y el Manual de Manejo de Crisis representa una herramienta de control para la gestión de riesgos en el proceso comunicativo de la ATM.   |
| Comunicación para la información y atención de la Ciudadanía            | Difusión de información oportuna, relevante y de alta calidad mediante los diversos canales de comunicación disponibles para la Agencia de Tránsito Municipal.  |
| Fortalecimiento de la comunicación y cultura interna/ Institucionalidad | Las estrategias de comunicación interna no solo servirán para mantener informados a los colaboradores, sino que también contribuirán a fortalecer su sentido de pertenencia y compromiso con la entidad, impulsando así una mayor apropiación de la gestión institucional.  |
| Cultura para la movilidad   | Establecer un vínculo entre la ATM y los ciudadanos para fomentar una movilidad segura, sostenible y accesible, y de esta manera, hay que destacar la importancia de la cultura ciudadana en materia de movilidad mediante experiencias y aprendizajes que promuevan valores y comportamientos adecuados, la acción colectiva y la corresponsabilidad en las vías |
| Relacionamiento estratégico con medios de comunicación                  | Proceso fundamental para proporcionar información oficial de manera eficaz, oportuna y de calidad, con el fin de fortalecer la relación y coordinación entre la ATM y los medios de comunicación.   |
| Fortalecimiento de los canales digitales                                | Las redes sociales de la ATM han sido diseñadas de acuerdo con la visión y misión institucional, las cuales deben estar presentes en todos los canales de comunicación. Estas plataformas se consideran cruciales para la interacción con la ciudadanía, siendo uno de los medios de difusión más importantes.  |
| Seguimiento y evaluación  | Supervisión del avance del Plan de Comunicaciones con el fin de evaluar su impacto y fomentar la mejora constante en la implementación de estrategias de comunicación, centradas en la Cultura para la Movilidad.   |





Para garantizar el desarrollo efectivo de las acciones establecidas en relación con la gestión de la información la ATM ha llevado a cabo las siguientes medidas:

- Identificación de las necesidades de información interna.
- Identificación de las necesidades de información externa por parte de los grupos de interés.
- Recopilación sistemática de la información necesaria y relevante para la toma de decisiones.
- Establecimiento de condiciones para el uso adecuado de la información.
- Fomento del uso de tecnologías para la gestión de la información, de acuerdo con las capacidades internas de la entidad.

### **Población y grupos de interés**

La ATM, en su afán de mejorar la movilidad en Guayaquil, ha desarrollado dentro de las estrategias de campañas un apartado denominado un documento de "públicos objetivos", donde se identifican, segmentan y comprenden los grupos de valor. Esto permite abordar sus principales necesidades para ofrecer un servicio más eficiente y definir estrategias que aborden las problemáticas existentes. Las acciones y estrategias planteadas en nuestro Plan de Comunicaciones están dirigidas a todos los ciudadanos y su rol en el espacio público de la ciudad, que es parte integral del sistema de movilidad. Reconocemos que cada decisión tomada por los individuos frente a la movilidad se hace desde la norma, la cultura y la moral.

En aras de reducir los incidentes viales, nuestro plan busca impactar a los diferentes actores viales, considerando la variabilidad del comportamiento en la movilidad de Guayaquil. Reconocemos las particularidades de los modos de transporte y garantizamos el acceso e inclusión en nuestros servicios a todos los usuarios de las vías.

Las partes interesadas se dividen en varios tipos de actores. En primer lugar, la ATM actúa como cabeza de sector movilidad, liderando la formulación de políticas para atender los requerimientos de desplazamiento en la ciudad. También se incluyen otras entidades de la administración municipal que colaboran para lograr los objetivos del Plan de Movilidad

En el segundo tipo se encuentran los actores viales y la ciudadanía en general, quienes desempeñan un rol específico al hacer uso de las vías. Finalmente, en el tercer tipo destacan los medios de comunicación y los entes de control, que pueden colaborar o estar en desacuerdo con nuestras acciones.

### **Comunicaciones internas y externas**

La ATM debe determinar las comunicaciones internas y externas pertinentes, que incluyan:

- Las acciones y estrategias diseñadas e implementadas por la ATM para mejorar el contenido de los mensajes y mantener actualizados los canales de comunicación internos y externos. Esto incluye la sección de la ley de transparencia y acceso a la

información pública, disponible en nuestra página web. Nuestro objetivo es mantener a la ciudadanía informada, reducir los tiempos de desplazamiento y aumentar la percepción del riesgo vial.

- Trámites y servicios de la ATM, así como los resultados, actividades y acciones adelantadas a través del Sistema Integrado de Gestión, en cumplimiento de los requisitos normativos y reglamentarios. Además, se proporcionará información y comunicación cotidiana sobre el quehacer de la ATM y la movilidad en la ciudad.

Se han identificado temas específicos para abordar, como:

#### Movilidad Sostenible y Accesible:

- Fomento del uso de la bicicleta como medio de transporte.
- Promoción de caminatas seguras y normas de tránsito para peatones.

#### Seguridad Vial: Movilidad Segura:

- Adopción de políticas para reducir incidentes viales y víctimas fatales.
- Enfoque en proteger a peatones, ciclistas y motociclistas.

#### Movilidad Inteligente:

- Implementación de tecnologías innovadoras en movilidad.
- Comunicación de proyectos como la Red inteligente

#### Cultura Ciudadana/Experiencia en el Desplazamiento:

- Promoción de la cultura ciudadana a través de estrategias comunicativas.
- Educación ciudadana y movilidad escolar.

#### Atención al Ciudadano:

- Información sobre puntos de atención y horarios.
- Promoción de servicios y trámites ofrecidos por la Entidad.

#### Regulación y Control del Tránsito y Transporte:

- Promoción del respeto a las normativas viales.
- Concienciación sobre las consecuencias de no cumplir con las regulaciones.

#### Gestión Social:

- Promoción de acciones para la sostenibilidad social y participación ciudadana.
- Perspectiva inclusiva y diferencial en temas de movilidad.

#### Rendición de Cuentas

#### Cuando comunicar

La entrega de información será continua y ajustada a las necesidades tanto de la administración como de la ciudadanía, priorizando temas urgentes y de alto impacto. Nuestras redes sociales serán utilizadas para proporcionar actualizaciones constantes,



adaptadas al ritmo de cada plataforma. Asimismo, las ruedas de prensa se organizarán siguiendo la estrategia comunicativa planificada.

### **Audiencia Objetivo**

La audiencia objetivo varía según la naturaleza de la campaña, los mensajes y los canales utilizados. Sin embargo, para el desarrollo del Plan de Comunicaciones, identificamos dos grupos principales:

- **Público Externo:** Este grupo incluye a diversos sectores de interés informativo, como usuarios individuales, ciudadanía en general, actores viales, empresas privadas, entidades gubernamentales, medios de comunicación, instituciones académicas y asociaciones ciudadanas, entre otros.
- **Público Interno:** Comprende a todos los empleados y contratistas de la Autoridad de Tránsito Municipal (ATM).

Además, se abordan las necesidades informativas de los grupos de interés y se destaca la contribución de la divulgación oportuna y de calidad, relevante para toda la entidad. Esta información es especialmente crucial para el personal de la institución y la ciudadanía en general.

### **Medios y Canales de Comunicación**

La selección del contenido de los mensajes estará adaptada al grupo de interés al que se dirige y al medio o canal de comunicación utilizado. Para la ATM, hemos identificado los siguientes canales para facilitar la comunicación interna y externa:

- Reuniones con diferentes actores
- Portal web
- Intranet
- Carteleras digitales o pantallas electrónicas
- Correo institucional
- Redes sociales
- Intervención en vía
- Medios masivos: televisión y radio

La contratación de medios de comunicación es esencial para alcanzar nuestros objetivos estratégicos de comunicación en la ciudad de Guayaquil. Al seleccionar cuidadosamente los medios con mayor alcance y relevancia para nuestra audiencia objetivo, podemos optimizar el uso de nuestros recursos y garantizar un impacto significativo con las campañas implementadas. Esta estrategia nos permite llegar de manera efectiva a nuestra audiencia deseada, asegurando que nuestros mensajes sean ampliamente difundidos y recibidos por la comunidad.

Por tanto, es necesario proceder con la contratación de la pauta en medios que mejor se ajusten a nuestras necesidades y objetivos de comunicación. Esto nos permitirá asegurar la máxima visibilidad y efectividad de nuestras campañas, llegando a las personas en el momento y lugar adecuados. Con ello, maximizaremos el retorno de nuestra inversión en comunicación y lograremos un mayor impacto en la comunidad de Guayaquil.

Listado de medios:

## Proyectos, distribución presupuestaria, indicadores y metas

Con base en las acciones a desarrollar, se considera pertinente llevar a cabo los siguientes proyectos:

- SERVICIO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL Y CAMPAÑAS PUBLICITARIAS E INFORMATIVAS DE LA ATM, contemplando el plazo de 365 días por un presupuesto aproximado de USD 2,500,000.00
- SERVICIO DE PAUTAJE EN PLATAFORMAS DIGITALES, REDES SOCIALES, INFLUENCERS, VÍA PÚBLICA Y MEDIOS ALTERNATIVOS PARA LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE TRÁNSITO Y MOVILIDAD DE GUAYAQUIL, EP, según el siguiente desglose:

| PRESUPUESTO MENSUAL ESTIMADO PARA PAUTA DIGITAL Y MEDIOS ALTERNATIVOS |                    |                 |
|---|--------------------|-----------------|
| MEDIO   | VALOR              | PERIODO         |
| Federación Postera  | \$1,000.00         | 12 MESES        |
| Rafael Cuesta   | \$1,500.00         | 12 MESES        |
| Guayaquick  | \$15,000.00        | 12 MESES        |
| Así Amaneció  | \$4,500.00         | 12 MESES        |
| Wuan+   | \$2,500.00         | 12 MESES        |
| VitoTVO   | \$1,764.75         | 12 MESES        |
| Pocho Harb  | \$1,764.75         | 12 MESES        |
| Carlos Vera   | \$2,000.00         | 12 MESES        |
| Kchtv.com   | \$2,000.00         | 12 MESES        |
| William Ludeña  | \$1,500.00         | 12 MESES        |
| Alfaro Moreno   | \$3,600.00         | 12 MESES        |
| Techmall  | \$23,000.00        | 12 MESES        |
| <b>TOTAL</b>  | <b>\$60,129.50</b> | 12 MESES        |
| <b>OTROS</b>  |                    |                 |
| Pauta digital Bloomberg   | \$20,000.00        | SEGUN NECESIDAD |

- SERVICIO DE TRANSMISIÓN DE MATERIAL INFORMATIVO Y PUBLICITARIO POR RADIOS, según el siguiente desglose:



| PRESUPUESTO MENSUAL ESTIMADO PARA PAUTA EN RADIOS                          |          |             |
|--|----------|-------------|
| RADIO AMERICA STEREO S.A.<br>RADAMETSA                                     | 365 días | \$ 2.010,00 |
| RADIO Y TELEVISIÓN 44 S.A. ANTENA<br>3                                     | 365 días | \$ 1.997,60 |
| RADIO CARAVANA SA  | 365 días | \$ 2.006,00 |
| – VIPGOLDEN S.A. RADIO (CENTRO)  | 365 días | \$ 3.999,60 |
| RADIO CARAVANA S.A. DIBLU 88.9<br>FM.                                      | 365 días | \$ 1.496,00 |
| CRISTAL RADCRISTAL S.A.  | 365 días | \$ 2.004,00 |
| RADIO HVP IMAGEN Y SONIDO S.A.<br>HERVOLPAL I99                            | 365 días | \$ 3.993,00 |
| PROFUEGO PRODUCCIONES DE<br>FUEGO S.A.                                     | 365 días | \$ 2.500,00 |
| SERVICIOS, PROYECTOS E<br>INSTALACIONES ELECTRÓNICAS<br>SPIN S.A. RTP 96.5 | 365 días | \$ 1.999,36 |
| RADIO CANAL CIENTO SIETE S.A.<br>RADIOA (RUMBA)                            | 365 días | \$ 3.006,70 |
| RADIO ELITE RAEITOF S.A  | 365 días | \$ 1.499,52 |
| RADIO MORENA TELESCUCHA S.A.   | 365 días | \$ 3.990,00 |
| ALMORAN S.A. RADIO R   | 365 días | \$ 2.499,00 |
| FOREVER MUSIC S.A. FOREMUSIC   | 365 días | \$ 3.992,80 |
| GOLFCORP S.A. RADIO ATALAYA  | 365 días | \$ 4.004,00 |
| SOCIEDAD COMERCIAL RADIO<br>NOTICIA COMPAÑÍA ANÓNIMA<br>RADINOT SISTEMA 2  | 365 días | \$ 999,24   |
| RADIO POPULAR DEL ECUADOR<br>RAPOEC S.A. UNIÓN                             | 365 días | \$ 3.998,40 |
| K&P RTV PRODUCTIONS C.A.   | 365 días | \$ 4.003,34 |
| FESTATI S.A. ONDA POSITIVA   | 365 días | \$ 1.999,50 |
| ECUAPRIMICIAS PUBLICIDAD S.A.<br>(SUCRE AM Y FM)                           | 365 días | \$ 6.000,01 |
| RADIOS PROGRAMAS DEL ECUADOR<br>S.A. R.P.E. ÁGUILA                         | 365 días | \$ 3.000,00 |

- SERVICIO DE TRANSMISIÓN DE MATERIAL INFORMATIVO Y PUBLICITARIO POR TELEVISIÓN, según e siguiente desglose

| PRESUPUESTO ESTIMADO PARA PAUTA EN TELEVISIÓN              |         |              |
|--|---------|--------------|
| CADENA ECUATORIANA DE TELEVISIÓN C.A.<br>CANAL 10 CETV, TC | 90 días | \$ 16.000,00 |
| TELECUATRO GUAYAQUIL C.A., RTS                             | 90 días | \$ 8.000,00  |
| CORPORACIÓN ECUATORIANA DE TELEVISIÓN C.<br>LTDA ECUAVISA  | 90 días | \$ 15.000,00 |

A continuación, el resumen de la distribución del pauta por medios:

| DISTRIBUCIÓN DE PAUTAJE POR MEDIOS |                 |                 |                     |                 |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|---------------------|-----------------|
| Descripción                        | Medios privados | Medios Públicos | Medios comunitarios | Total           |
| Cantidad                           | 36              | 1               | 0                   | 37              |
| Presupuesto                        | \$ 1.496.530,82 | \$ 16.000,00    | \$ -                | \$ 1.512.530,82 |

El plan de medios antes propuesto ayudará a la consecución de los objetivos institucionales, así como el objetivo estratégico de la Dirección de comunicación: INCREMENTAR el impacto y percepción de las tareas contempladas dentro de los ejes estratégicos para convertirlas de gran relevancia en el contexto de la coyuntura política, social y económica.

En tal virtud, debido a que no existe la suficiente oferta de medios de comunicación públicos y comunitarios, y considerando que el público objetivo de estos medios generalmente difiere del target de la publicidad que genera ATM, se considera pertinente reforzar la distribución de la pauta en medios privados.

| Elaborado por:   | Revisado por:   | Aprobado por:   |
|--|---|---|
|  |  |  |
| Lcda. Dennise Murillo A.<br>Analista de Comunicaciones 2                           | Lcda. Ximeno Romero G.<br>Coordinadora de Comunicación (E)                          | Mgtr. Pablo Ramírez<br>Director de Comunicación                                       |