

FICHA TÉCNICA PARA CONTRATACIÓN “CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LAS ACCIONES DE CONTROL EJERCIDAS POR LA AGENCIA METROPOLITANA DE CONTROL-AMC”

Entidad Municipal:	Agencia Metropolitana de Control (AMC)
Campaña:	<p>La tarea para la contratación es crear una “Campaña de difusión de las acciones de control ejercidas por la AMC”, en de medios ATL Y BTL por medio de pauta, de manera masiva, para generar un impacto mediático propositivo en millones de habitantes de la ciudad de Quito sobre la base del conocimiento de nuestra identidad, nuestro trabajo y como mediante una alianza estratégica con la ciudadanía podemos prevenir sanciones. Difundiremos de manera clara y precisa las competencias y acciones de control realizadas por la AMC.</p> <p>Ese este marco desarrollaremos varias estrategias comunicacionales (educativas y preventivas) para posicionar una imagen institucional cercana a la ciudadanía.</p> <p>Transmitir las acciones que realiza la AMC, mediante canales interactivos de comunicación a estudiantes en coordinación con la Secretaría de Educación y Universidades, para educar sobre la importancia de la prevención de las sanciones por el mal uso del espacio público y por el incumplimiento de la Normativa Metropolitana vigente.</p> <p>Concientizar y colectivizar las acciones de la Agencia Metropolitana de Control (AMC) a los comerciantes autónomos regularizados en coordinación con la Agencia Distrital de Comercio y demás entidades en relación.</p> <p>De esta forma, los habitantes del Distrito Metropolitano de Quito se mantendrán constantemente informados sobre las acciones y competencias de la Agencia Metropolitana de Control, entidad que busca una convivencia pacífica y mejorar la calidad de vida a través de la concientización, participación ciudadana, control y sanción para que se cumpla la normativa metropolitana.</p> <p>Enmarcados en nuestra Misión y Visión institucional:</p> <p><i>“Ejecutar el control del cumplimiento del ordenamiento jurídico con concientización y participación ciudadana, mediante la inspección, instrucción, resolución y ejecución del procedimiento administrativo sancionador para mejorar la calidad de vida y promover a la convivencia pacífica en el Distrito Metropolitano de Quito”.</i></p> <p><i>“Ser la entidad municipal reconocida por los ciudadanos del Distrito Metropolitano de Quito para controlar el ordenamiento jurídico establecido a través de la prevención y participación ciudadana.”</i></p> <p>Buscamos generar en los habitantes de Quito un sentimiento de responsabilidad y pertenencia.</p>



	Nota: Cabe indicar que este proyecto esta concatenado al proyecto <i>“Socializar el cumplimiento de la normativa metropolitana mediante medios digitales, sociales y de comunicación para el GAD MDMQ Agencia Metropolitana de control- AMC”</i> la misma que genera en un primer momento el desarrollo de los productos comunicacionales para difusión por medio de pauta.	
Fecha de Ejecución:	Noviembre – diciembre (45 días)	
Tipo Campaña:	De difusión: Información, preventiva, educativa Digital y Presencial	
Grupo Objetivo:	PRIMARIO Comunidad de comerciantes autónomos (regularizados y no regularizados), empresarios, emprendedores, compradores de construcciones, sector inmobiliario, industria publicitaria, medios de comunicación, dueños de predios, animalistas, contrapartes de la AMC y el MDMQ.	SECUNDARIO Sociedad en general.

1) JUSTIFICACIÓN Y PERTINENCIA

La Agencia Metropolitana de Control es el ente sancionador del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, sus funcionarios controlan que la normativa se respete y se cumpla; las principales competencias de la institución son:

- Control y recuperación del espacio público
- Control de construcciones (Licenciamiento)
- Permisos y licencias de funcionamiento de actividades comerciales y económicas (LUAE)
- Correcta tenencia de la fauna urbana
- Control a elementos publicitarios y publicidad exterior
- Control en quebradas (depósitos de escombros en el espacio público)
- Aplicación de medidas de bioseguridad
- Mantenimiento de fachadas y aceras.
- Entre otra cantidad considerable de competencias.
- Entre otros

En este marco La Agencia Metropolitana de Control tiene la necesidad primordial en el área de comunicación de:

- Difundir de manera masiva las acciones de control ejercidas por la Agencia Metropolitana de Control.

La Estructura Orgánica Interna de la AMC, establece como una de las funciones y atribuciones de la Unidad de Comunicación, *“Difundir las actividades que se generan en la AMC a través de los diferentes medios de comunicación”*; *“Manejar la información técnica de las funciones de la AMC, para ello se servirá de herramientas como las notas de prensa, boletines de noticias, (...), página web, correo institucional, redes sociales, etc.”*; La Unidad de Comunicación cumple con las facultades previamente

mencionadas, sin embargo es necesario realizar una campaña de difusión masiva con pauta que a través de una comunicación precisa y eficiente proporcione mayor visibilidad de las acciones que la institución ejecuta a favor de la ciudad. Para llevar a cabo esta campaña es necesario diseñar y poner en acción un proceso que establezca las siguientes pautas:

- a) La comunicación debe dinamizar los contenidos.
- b) Los mensajes deben ser auténticos.
- c) El engagement (fidelización) que simboliza la relación a largo plazo con nuestros usuarios, es primordial para potenciar las conexiones entre la institución y la ciudadanía.
- d) Se deben destinar recursos presupuestarios para por medio de pauta generar alcance masivo de los productos comunicacionales.

Las estrategias se enfocan en un concepto primordial que es la **prevención** y a través de la socialización previa, configuramos y mantenemos un acercamiento con la comunidad para solventar sus necesidades en relación a nuestras competencias y fortalecemos el ordenamiento distrital, generando espacios de credibilidad y confianza, ya que al ser una entidad sancionadora el único concepto propositivo radica en la **prevención**.

Como parte de las acciones más visibles que la institución viene ejecutando, se pueden destacar temas como, por ejemplo: **el correcto uso del espacio público, licenciamiento, control al consumo de bebidas alcohólicas en el espacio público, cuidado de quebradas, control de construcciones, atención a denuncias de maltrato animal, entre otros**. En consecuencia, hemos generado un vínculo con la comunidad, y a la vez fortalecemos nuestra identidad como AMC.

Es necesario y pertinente desarrollar una ***“CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LAS ACCIONES DE CONTROL EJERCIDAS POR LA AGENCIA METROPOLITANA DE CONTROL-AMC”***, por medio de la contratación de servicios comunicacionales que consistan en pautar en nuestras redes sociales y página web, de igual forma en medios ATL y BTL.

El alcance del impacto mediático de los productos comunicacionales se hace efectivo para los fines de difusión masiva por medio de pauta.

En este contexto, al contar con los servicios que nos permitan desarrollar la ***“CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LAS ACCIONES DE CONTROL EJERCIDAS POR LA AMC”*** podremos ejecutar las siguientes acciones y estrategias de comunicación:

1. PAUTAJE.

En la Agencia Metropolitana de Control (AMC) existe la necesidad de masificar los mensajes para que la ciudadanía conozca la normativa metropolitana de forma clara y eficaz. Esto se logra a través de la asignación de un presupuesto para pauta de los mensajes que reflejen las acciones realizadas por la institución y así ampliar el espectro de difusión.

Es necesario publicar nuestros productos comunicacionales en medios ATL y BTL, durante un tiempo determinado, con información coyuntural para que sea conocida y socializada masivamente por la ciudadanía, a fin de que la ciudadanía que habita en Quito cumpla con las ordenanzas metropolitanas y prevenga sanciones.

Por lo expuesto anteriormente se requiere contratar a un proveedor, con el conocimiento necesario para pautar estratégicamente los productos comunicacionales que contengan las acciones que se realizan en la AMC.

DESCRIPCIÓN	
1	PAUTAJE EN TELEVISIÓN
2	PAUTAJE EN RADIO
3	PAUTAJE EN REDES SOCIALES (TWITTER, FACEBOOK E INSTAGRAM)
4	PAUTAJE EN VALLAS DIGITALES

2. PLAN DE MEDIOS.

A fin de difundir las acciones institucionales en base a la normativa metropolitana, se ha determinado que la forma más ágil y efectiva de difusión es la publicación en medios ATL y BTL. La Unidad de Comunicación será la responsable de aprobar el plan de medios el que debe incluir el estudio de alcance, horarios, medios y los productos para su respectivo pautaje.

La AMC a través de sus respectivas áreas generará información relevante y útil para el servicio a la ciudadanía sobre las actividades de la institución, y se la entregará al proveedor para su difusión.

El proveedor contratado será responsable de enviar los productos finales a los medios para su respectiva publicación en el tiempo asignado por el administrador del contrato, y con su respectiva aprobación.

3. INFORME DE RESULTADOS.

Es importante contar con un proveedor que nos facilite los canales de acción para la difusión de la información en los diferentes medios de comunicación, para llegar con los mensajes a los ciudadanos de todos los segmentos de la población.

El proveedor deberá entregar a la AMC ejemplares de las pautas realizadas, además deberá entregar un informe escrito al Administrador del Contrato en el que se detallen las publicaciones realizadas, los medios utilizados, el espacio de cada publicación, el costo individual de cada publicación y el costo mensual total, el formato del documento será acordado previamente.

2) ANTECEDENTES:

La normativa metropolitana suele incumplirse principalmente por desconocimiento. La AMC ha realizado diversas campañas comunicacionales y productos de difusión masiva para socializar las normas municipales con la ciudadanía.

La Ordenanza Metropolitana 037-2022, Código Municipal, tiene más de 1.500 hojas de contenido, lo cual provoca que la ciudadanía pierda el interés por instruirse en el ordenamiento jurídico metropolitano, debido a que consideran un proceso largo y poco amigable.

En primera instancia se realizará un proceso de contratación para ***"SOCIALIZAR EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA METROPOLITANA MEDIANTE MEDIOS DIGITALES, SOCIALES Y DE COMUNICACIÓN PARA EL GAD MDMQ AGENCIA METROPOLITANA DE CONTROL - AMC"*** en el que se tiene contemplado desarrollar



productos comunicacionales que serán difundidos en este segundo proyecto con el fin de que puedan llegar a más ciudadanos.

Es necesario contar con tecnología que nos permita difundir la normativa legal vigente dirigida a un público estudiado y seccionado. Necesitamos obtener un mayor alcance de difusión, ampliar nuestro espectro, por medio del pautaaje en medios de comunicación masiva con el fin de llegar a más ciudadanos con información procesada para facilitar el entendimiento y comprensión sobre las normas municipales.

3) META y OBJETIVOS:

Determinar la percepción ciudadana de la imagen institucional de la Agencia Metropolitana de Control.

- Incrementar considerablemente la difusión de los mensajes institucionales en redes sociales y medios de comunicación masiva.
- Difundir a la ciudadanía la importancia de cumplir la normativa.
- Cambiar la percepción de normativa de sancionadora a **preventiva**, mediante la difusión y socialización a través de pautaaje de los productos comunicacionales producidos en el proceso **"SOCIALIZAR EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA METROPOLITANA MEDIANTE MEDIOS DIGITALES, SOCIALES Y DE COMUNICACIÓN PARA EL GAD MDMQ AGENCIA METROPOLITANA DE CONTROL - AMC"** para llegar masivamente a la ciudadanía.

4) TONO DE LA COMUNICACIÓN

Informativa / reflexiva / preventiva

5) MENSAJES CLAVE

- Conoce la normativa metropolitana del DMQ y mantengamos juntos el orden de nuestra ciudad.
- Es sencillo cumplir la normativa.
- En la AMC trabajamos por ti, ayúdanos a mantener el orden en la ciudad y nos gusta hacerlo.
- La AMC trabaja por una convivencia pacífica donde prime el respeto a la normativa.

6) INSIGHTS

TEMA	INSIGHT
Control y recuperación del espacio público	Todos tienen derecho a trabajar. Habiendo tanta inseguridad, permitan trabajar y mejor controlen y combatan la delincuencia.
Control de construcciones (licenciamiento)	Los trámites del Municipio son largos y toman demasiado tiempo en realizarlos.
Permisos y licencias de funcionamiento de actividades comerciales y económicas	Los trámites del Municipio son largos y toman demasiado tiempo en realizarlos.
Correcta tenencia de la fauna urbana	Antecedente: las entidades encargadas del bienestar animal no tienen los suficientes recursos y personal para atender las denuncias, porque el trabajo que realizan es a



		nivel del Distrito Metropolitano de Quito. Insight: las autoridades no dan la importancia suficiente al tema de fauna urbana.
	Control a elementos publicitarios y publicidad exterior	Los trámites del Municipio son largos y toman demasiado tiempo en realizarlos.
	Control en quebradas (construcciones o depósitos de escombros en el espacio público)	Antecedente: las entidades encargadas de control no tienen los suficientes recursos y muchas veces se atienden las denuncias por oficio o por reacción. Insight: No existe autoridad o un grupo especializado en controlar este tema de importancia social. Tiene que pasar una tragedia para que a las autoridades tomen acciones al respecto.
	Aplicación de medidas de bioseguridad (uso de la mascarilla)	Se aplicará de acuerdo al contexto y coyuntura nacional.
	Mantenimiento de fachadas y aceras.	Eso debería ser un gasto del cual se haga cargo el Municipio, no el dueño del predio.

7) PRODUCTOS

PRODUCTO	DETALLE
Pautaje de productos comunicacionales.	<ul style="list-style-type: none"> • Pautaje en Televisión • Pautaje en Radio • Pautaje en Redes Sociales (Twitter, Facebook e Instagram) • Pautaje en Vallas Digitales <p>Enfocados en los principales pilares de la institución:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Control y recuperación del espacio público - Control de construcciones - Permisos y licencias de funcionamiento - Correcta tenencia de la fauna urbana - Control a elementos publicitarios - Control en quebradas (depósitos de escombros en el espacio público) - Aplicación de medidas de bioseguridad (uso de la mascarilla) - Mantenimiento de fachadas y aceras



Plan de Medios	Elaboración de Informes Semanales mecanizados y mensuales que evidenciarán el desempeño de la difusión, su impacto y engagement.
Informe de resultados	Informe de recomendaciones y conclusiones identificando micro segmentos de audiencia para futuras campañas de comunicación de la AMC.
8) MEDIOS SUGERIDOS	
Redes sociales de la AMC: Twitter: @amcquito Instagram: @amcquito Facebook: @amcquito Página Web: https://agenciadecontrol.quito.gob.ec/ Medios ATL: Televisión y Radio Medios BTL: Vallas digitales y redes sociales	
9) ENTIDADES QUE PARTICIPAN	
Agencia Metropolitana de Control	
10) PRESUPUESTO (sin IVA)	
Producción: \$44.642	
11) DURACIÓN	
<ul style="list-style-type: none">- Tiempo: 45 días- Fecha de Inicio: noviembre- Fecha de Finalización: diciembre	
12) RESPONSABLES	
<ul style="list-style-type: none">- Realizado por: Diana Calderón. Especialista de la Unidad de Comunicación de la Agencia Metropolitana de Control. - Revisado y Aprobado por: Ana Gabriela Vargas. Responsable de la Unidad de Comunicación de la Agencia Metropolitana de Control.	