

GAD DMQ AGENCIA METROPOLITANA DE CONTROL

DIRECCIÓN / UNIDAD

UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**INFORME DE CREACIÓN DE NECESIDAD / JUSTIFICACIÓN
TÉCNICA, JURÍDICA Y ECONÓMICA**

OBJETO DE CONTRATACIÓN:

**“EJECUTAR LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LAS ACCIONES DE
CONTROL EJERCIDAS POR EL GAD MDMQ AGENCIA
METROPOLITANA DE CONTROL-AMC”**

MARZO / 2023

1. ANTECEDENTES:

- 1.1 El 28 de septiembre de 2022, mediante oficio No. GADDMQ-AMC-SMC-2022-1103-O, la Agencia Metropolitana de Control, solicitó a la Secretaría de Comunicación la autorización para la contratación de proyectos comunicacionales AMC.
- 1.2 El 7 de octubre de 2022, mediante memorando No. GADDMQ-SECOM-2022-1216-M, la Secretaría de Comunicación, señala: *“(...) la Secretaría de Comunicación autoriza únicamente los brief, por tanto su entidad podrá de manera estricta y bajo su exclusiva responsabilidad cumplir con los procesos y requisitos para iniciar el procedimiento de servicios comunicacionales que considere y que se encuentren previstos en la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, su Reglamento General de aplicación y las Resoluciones del Servicio Nacional de Contratación Pública (...)”*.
- 1.3 El 03 de enero de 2023, mediante memorando No. GADDMQ-AMC-UC-2023-001-M, la Responsable de la Unidad de Comunicación, remitió a la Responsable de Planificación el *“Informe de cumplimiento del Plan Operativo Anual a diciembre”* del proyecto denominado: CONTROL DEL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA METROPOLITANA EN EL DMQ, mediante el cual indicó que el producto se reprogramó para ser ejecutado en el primer semestre del año 2023.
- 1.4 El 26 de enero de 2023, mediante memorando No. GADDMQ-AMC-UC-2023-0025-M, la Unidad de Comunicación Social, solicitó a la Unidad de Planificación, la solicitud de la Certificación POA para la *“CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LAS ACCIONES DE CONTROL EJERCIDAS POR EL GAD MDMQ AGENCIA METROPOLITANA DE CONTROL-AMC”*.
- 1.5 El 30 de enero de 2023, mediante memorando No. GADDMQ-AMC-UC-2023-0028-M, la Unidad de Comunicación Social, solicitó a la Dirección Administrativa Financiera: *“(...) disponer a quien corresponda emitir la Certificación de Verificación de Catálogo Electrónico (...)”*.
- 1.6 El 13 de febrero de 2023, mediante memorando GADDMQ-AMC-UPL-2023-0078-M, la Unidad de Planificación, remitió la Certificación POA N° AMC-UPL-POA-2023-048, en la que detalla: *“(...) certifico que la actividad a continuación detallada aporta al cumplimiento de los Objetivos Estratégicos Institucionales y se encuentra en el Plan Operativo Anual 2023, aprobado en el Memorando Nro. GADDMQ-AMC-UPL-2023-0040-M de 17 de enero del 2023 y modificación autorizada mediante comentario inserto: “Proceder de conformidad con la normativa vigente”, en el Memorando Nro. GADDMQ-AMC-UPL-2023-0074-M, de asunto: “Solicitud de liberación de recursos, traspasos presupuestarios y creación de actividades”, (Formulario No. 003-FEB-2023) del 10 de febrero del 2023, por la Supervisión Metropolitana de Control.”*
- 1.7 El 16 de febrero de 2023, mediante memorando No. GADDMQ-AMC-DAF-2023-0281-M, la Dirección Administrativa Financiera, remitió la Certificación de verificación en catálogo electrónico Nro. CATE-009-2023 de 16 de febrero de 2023, para *“EJECUTAR LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LAS ACCIONES DE CONTROL EJERCIDAS POR EL GAD MDMQ AGENCIA*

METROPOLITANA DE CONTROL-AMC” e informa: “(...) se evidencia que de acuerdo a la verificación realizada del CPC: 836100011 denominado SERVICIOS DE PLANIFICACION, CREACION Y EJECUCION DE LA TOTALIDAD O DE PARTE DE LAS CAMPANAS DE PUBLICIDAD, INCLUIDA LA SELECCION DE LOS MEDIOS DE INFORMACION QUE SE VAN A UTILIZAR, EL DISEÑO DE ANUNCIOS, ILUSTRACIONES, CARTELES, ETC., CONFECCION DE GUIONE, en la herramienta de "Códigos CPC de productos que se encuentran restringidos y/o son parte de Catálogo Electrónico", se ha verificado que NO se encuentra con “CPC RESTRINGIDO”.

2. OBJETIVOS:

2.1. Objetivo General:

- Ejecutar la campaña de difusión de las acciones de control ejercidas por el GAD MDMQ Agencia Metropolitana de Control-AMC

2.2. Objetivos Específicos:

- Informar oportunamente a la ciudadanía sobre las acciones que la AMC realiza en todo el Distrito Metropolitano de Quito a través de medios de comunicación masiva.
- Analizar y seleccionar los canales por los que se transmitirán la información de la institución al público apropiado en el momento idóneo.
- Posicionar una imagen institucional cercana a la ciudadanía, a través de la difusión de mensajes preventivos y educativos.

3. JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD:

3.1. JUSTIFICACIÓN TÉCNICA:

La Agencia Metropolitana de Control es un organismo desconcentrado, con autonomía financiera y administrativa, adscrito a la Alcaldía del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, al cual le corresponde el ejercicio de las potestades de inspección general, inspección técnica, instrucción, resolución y ejecución en los procedimientos administrativos sancionadores conforme lo determinan los artículos 313 y 314 del Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito.

Entre las principales funciones de la Agencia Metropolitana de Control están:

- Control y recuperación del espacio público
- Control de construcciones (Licenciamiento)
- Permisos y licencias de funcionamiento de actividades comerciales y económicas (LUAE)
- Control de publicidad exterior
- Control de consumo de bebidas alcohólicas en el espacio público
- Control en quebradas (depósitos de escombros en el espacio público)
- Mantenimiento de fachadas y aceras.

- Entre otra cantidad considerable de competencias.

La Resolución A-002 establece la Estructura Orgánica Interna de la Agencia Metropolitana de Control, en la cual el artículo 66 determina como misión de la Unidad de Comunicación: “(...) *es la encargada de implementar mecanismos de comunicación que le permitan mantener a la ciudadanía debidamente informada de la gestión institucional, basándose en la veracidad y autenticidad de la información oportuna*”.

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, 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. En consecuencia, hemos generado un vínculo con la comunidad, y a la vez fortalecemos nuestra identidad como AMC.

Así mismo, el Plan de Comunicación 2023 de la Agencia Metropolitana de Control establece que esta entidad debe planificar durante el año, acciones de comunicación que promuevan y difundan el cumplimiento de la normativa, sus competencias, causando las buenas prácticas de la ciudadanía y comunicando el trabajo que se realiza constantemente en el Distrito Metropolitano de Quito, recalando que la participación ciudadana es fundamental para mejorar el proceso de control que ejerce la AMC.

Para poder hacerlo se establecieron objetivos públicos, descritos a continuación:

PRIMARIO	SECUNDARIO
Comunidad de comerciantes (regularizados y no regularizados), empresarios, emprendedores, compradores construcciones, medios de comunicación, dueños de predios, animalistas, contrapartes de la AMC y el MDMQ.	Sociedad en general.

A los que se debe comunicar con un lenguaje informativo y preventivo. Es nuestro deber entregar información útil y oportuna a la ciudadanía. Las personas podrán conocer sus derechos y deberes para ejercerlos y respetarlos. Por eso, la AMC debe esforzarse por entregar a los habitantes de la ciudad información de forma efectiva sobre la normativa que rige en el Distrito.

Es así que, la Unidad de Comunicación manifiesta que la ciudadanía del Distrito Metropolitano de Quito requiere información que prevenga y eduque sobre las respectivas sanciones que impone la Agencia Metropolitana de Control con el fin de mejorar la calidad de vida y promover la convivencia pacífica. Es de suma importancia posicionar el cumplimiento de la normativa y esto se lo puede conseguir mediante la masificación de mensajes a través de productos comunicacionales, medios digitales, sociales y de comunicación ya que así será posible informar a las personas sobre el buen actuar que se debe tener diariamente; de esta forma también se logrará que la ciudad obtenga una convivencia pacífica y ordenada.

Por estas razones es necesario y pertinente *“EJECUTAR LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LAS ACCIONES DE CONTROL EJERCIDAS POR EL GAD MDMQ 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 y así lograr una difusión masiva. En este contexto, al contar con los servicios que nos permitan desarrollar la campaña mencionada podremos ejecutar las siguientes acciones y estrategias de comunicación:

a) 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 pautaaje.

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.

b) 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 pautaaje 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 Y PANTALLAS DIGITALES

c) 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.

Finalmente, es necesario acotar que la información que será difundida en medios de comunicación masiva fue realizada previamente de acuerdo a las solicitudes en base a la experiencia en la sustanciación del procedimiento administrativo sancionador y de acuerdo al conocimiento en las infracciones más recurrentes de las Direcciones que se encargan de los procesos agregadores de valor (inspección, instrucción, resolución y ejecución).

Se realizaron diferentes piezas comunicacionales de alto impacto que nos permitirán difundir las competencias de la institución y la normativa metropolitana vigente.

3.1.1 ANÁLISIS DE BENEFICIO, EFICIENCIA O EFECTIVIDAD:

BENEFICIO

En base a las atribuciones establecidas en el Art. 314 del Código Municipal el objetivo principal de la Unidad de Comunicación de la AMC es informar a la ciudadanía sobre las competencias de la Agencia Metropolitana de Control, e incentivar a la prevención de las sanciones y multas, por medio del conocimiento de la Normativa Metropolitana, hecho que contribuye al ordenamiento de la ciudad y una convivencia pacífica, con la finalidad de que los ciudadanos concienticen sobre la importancia de la aplicación y el respeto de la normativa en base a las ordenanzas metropolitanas, con el objetivo de mantener el orden y colaboración que simultáneamente

facilite el trabajo que la autoridad realiza en campo; para que sea la propia sociedad educada e informada, la que comience a vetar los comportamientos que van en contra de la normativa.

Esta es la razón de ser del proceso que conlleva seguir una serie de pasos: la conceptualización del plan de medios, la estrategia de medios, su ejecución y la evaluación de resultados, para lo cual se requiere de expertos especializados en esta área, con capacidad técnica y operativa que permita viabilizar de manera eficiente y eficaz la difusión de productos comunicacionales con el fin de garantizar el acceso a la información a la mayor parte de la ciudadanía, permitiendo a la institución dar cumplimiento a sus objetivos institucionales enfocados en la ciudadanía.

Cabe indicar que, la Unidad de Comunicación no cuenta con dicho personal técnico y capacidad operativa que requiere de una experticia específica para cumplir el proceso citado.

EFFECTIVIDAD

Es preciso señalar que los medios de comunicación masivos permiten obtener resultados técnicos idóneos (impactos) y los verificables de la ejecución del plan de medios, por lo cual, en beneficio de la agencia, esto habilita como la vía más eficiente y eficaz para la difusión y resultados esperados, garantizando y optimizando el gasto público.

3.2.JUSTIFICACIÓN JURÍDICA:

La Constitución de la República del Ecuador, establece:

“Art. 226.- Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución”.

“Art. 227.- La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación”.

“Art. 288.- Las compras públicas cumplirán con criterios de eficiencia, transparencia, calidad, responsabilidad ambiental y social. Se priorizarán los productos y servicios nacionales, en particular los provenientes de la economía popular y solidaria, y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas”.

Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, determina:

“Art. 1.- Objeto y Ámbito. - Esta Ley establece el Sistema Nacional de Contratación Pública y determina los principios y normas para regular los procedimientos de contratación para la adquisición o arrendamiento de bienes, ejecución de obras y prestación de servicios, incluidos los de consultoría, que realicen: (...) 4. Las entidades que integran el Régimen Seccional Autónomo”.

“Art. 2.-Régimen Especial.-Se someterán a la normativa específica que para el efecto dicte el

Presidente de la República en el Reglamento General a esta Ley, bajo criterios de selectividad, los procedimientos precontractuales de las siguientes contrataciones:

(...)

3. Aquellas cuyo objeto sea la ejecución de actividades de comunicación social destinadas a la información de las acciones del Gobierno Nacional o de las Entidades Contratantes (...)"

"Art. 4.- Principios. - Para la aplicación de esta Ley y de los contratos que de ella deriven, se observarán los principios de legalidad, trato justo, igualdad, calidad, vigencia tecnológica, oportunidad, concurrencia, transparencia, publicidad; y, participación nacional."

"Artículo 46.- Obligaciones de las Entidades Contratantes.- Las Entidades Contratantes deberán consultar el catálogo electrónico previamente a establecer procesos de adquisición de bienes y servicios. Solo en caso de que el bien o servicio requerido no se encuentre catalogado se podrá realizar otros procedimientos de selección para la adquisición de bienes o servicios, de conformidad con la presente Ley y su Reglamento (...)"

Reglamento General a la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública

"Art. 192.-Contratación comunicación social.-Se utilizará este régimen exclusivamente para la contratación de actividades de pauta en medios de comunicación social, medios digitales, canales digitales de medios de comunicación social y otros no convencionales destinadas a difundir las acciones del gobierno nacional o de las entidades contratantes. Se efectuará de conformidad con el siguiente procedimiento:

- 1. La máxima autoridad de la entidad contratante o su delegado revisará la petición de la unidad requirente en la cual se recomendará la contratación del proveedor para ejecutar el objeto contractual y emitirá una resolución en la que conste la conveniencia técnica económica de la contratación. En el acto administrativo aprobará los pliegos, el cronograma, dispondrá el inicio del procedimiento especial e invitará al proveedor a participar del proceso;*
- 2. Se publicará la resolución en el Portal COMPRASPÚBLICAS, adjuntándose la documentación establecida en el número anterior y la demás documentación generada en la etapa preparatoria, y se remitirá la invitación al proveedor seleccionado, señalando el día y la hora en que fenece el plazo para la presentación de la oferta;*
- 3. Presentada la oferta, se analizará la propuesta en los términos previstos en el número 18 del artículo 6 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, y de ser el caso, se adjudicará el contrato a la oferta presentada o se declarará desierto el proceso, sin lugar a reclamo por parte del oferente invitado;*
- 4. En caso de que se declare desierto el procedimiento, la máxima autoridad o su delegado, podrá iniciar un nuevo proceso de contratación con otro oferente, siguiendo el procedimiento establecido en este artículo. Esta contratación se podrá publicar de forma posterior en el Portal COMPRASPÚBLICAS."*

Codificación y Actualización de Resoluciones emitida por el SERCOP

"Art. 17.-Régimen Especial.-Para los procedimientos de contratación pública bajo la modalidad de Régimen Especial, la entidad contratante deberá publicar en el Portal Institucional del Servicio Nacional de Contratación Pública, además de lo que fuere aplicable de los artículos precedentes, la siguiente información:

- 1. Resolución emitida por la entidad contratante con la explicación de los motivos por los que se acoge a dicho procedimiento;*
- 2. Acta de audiencia realizada con el proveedor invitado, en los casos que aplique; y,*

3. Cualquier otro documento relacionado con la contratación bajo este Régimen de los señalados en los artículos 9 y 10 de la presente Codificación.

En las contrataciones de giro específico del negocio, las entidades contratantes deberán publicar en el Portal Institucional del Servicio Nacional de Contratación Pública, los documentos que fueren aplicables de aquellos establecidos en la Sección I del presente Capítulo, incluyendo la resolución emitida por la entidad contratante en la que se detallen las contrataciones sometidas al giro específico del negocio, previa autorización del Servicio Nacional de Contratación Pública."

Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito

Los artículos 313 y 314 determinan que la Agencia Metropolitana de Control es un organismo desconcentrado, con autonomía financiera y administrativa, adscrito a la Alcaldía del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a la cual le corresponde el ejercicio de las potestades de inspección general, instrucción, resolución y ejecución en los procedimientos administrativos sancionadores.

Resolución de Alcaldía Nro. A002 de 02 de enero de 2019

En la mencionada Resolución se determina la estructura orgánica de la Agencia Metropolitana de Control, así como las funciones, atribuciones y facultades de sus Direcciones y Unidades.

Resolución de Alcaldía Nro. A 089 de 08 de diciembre de 2020, reformada mediante artículo 1 de la Resolución de Alcaldía No. AQ 059-2022 de 29 de diciembre de 2022

Se dispone delegar al Supervisor de la Agencia Metropolitana de Control, para que dentro de sus competencias, actúe como autorizador de gasto en la adquisición o arrendamiento de bienes, ejecución de obras, contratación de servicios incluidos los de consultoría, a excepción de la declaratoria de emergencia, determinados en la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, conforme el monto de contratación que resulten de multiplicar el coeficiente 0 hasta 0,000035 por el monto del Presupuesto Inicial del Estado para el 2023 (\$31.502.865.593,76).

Resolución de Alcaldía No. A 003 - 2021 del 15 de enero del 2021

Se determinan los lineamientos y directrices en materia de contratación pública para los órganos y entidades sujetos al ámbito de esta resolución aplicarán, en la adquisición de bienes, obras o servicios, entre los cuales se establecen: "a) *Determinarán, previo al inicio de la fase preparatoria para la adquisición de bienes, obras o servicios, la necesidad de adquisición con la respectiva justificación técnica, jurídica y económica*".

Resolución de Alcaldía Nro. A 039 -2021 de 24 de agosto de 2021

Mediante la presente resolución se dispone desde la Alcaldía, que los servidores públicos municipales que intervengan en los procedimientos de contratación pública, en cualquiera de sus fases, deberán contar de manera obligatoria con la certificación de competencias vigente emitida por el Servicio Nacional de Contratación Pública.

3.3.JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA:

Mediante Memorando Nro. GADDMQ-AMC-UPL-2023-0078-M, de 13 de febrero de 2023, la Unidad de Planificación, CERTIFICA que la actividad cumple con los objetivos estratégicos y se encuentra en el Plan Operativo Anual 2023 aprobado.

CERTIFICACIÓN N° AMC-UPL-POA-2023-048	
POA	DESCRIPCIÓN
PROGRAMA	Gestión institucional eficiente
PROYECTO	Control del cumplimiento de la normativa metropolitana en el DMQ
PRODUCTO-ACTIVIDAD	Ejecución de las acciones de socialización para el cumplimiento de la normativa metropolitana hacia la ciudadanía del Distrito Metropolitano de Quito.
TAREA	Ejecutar la campaña de difusión de las acciones de control ejercidas por la Agencia Metropolitana de Control.
DETALLE DE TAREA	<ul style="list-style-type: none"> Ejecutar la campaña de difusión de las acciones de control ejercidas por la Agencia Metropolitana de Control.
PARTIDA	730207 Difusión, Información y Publicidad
PRESUPUESTO CODIFICADO DE PARTIDA	730207 \$ 50.000,00 (Cincuenta mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica con 00/100)

4. CUADRO DE DISTRIBUCIÓN Y STOCK DE BODEGA (DE SER EL CASO):

NO APLICA

5. DESCRIPCIÓN DEL BIEN O SERVICIO:

La Agencia Metropolitana de Control, requiere contratar los siguientes servicios o productos.

DETALLE REQUERIMIENTO DE ADQUISICIÓN DEL SERVICIO				
CPC NIVEL 9	DETALLE DEL SERVICIO	CARACTERÍSTICAS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD REQUERIDO
836100011	"EJECUTAR LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LAS ACCIONES DE CONTROL EJERCIDAS POR EL GAD MDMQ AGENCIA METROPOLITANA DE CONTROL-AMC"	Plan de Medios	Unidad	1
		Pautaje		
		Informe de Resultados		

a) PLAN DE MEDIOS

Cantidad: 1

Para tener un punto de partida, se requiere la entrega de un plan de medios en que se detalle lo siguiente:

- Auditoría interna y externa
- Objetivos del Plan
- Análisis del Público Objetivo
- Estrategia (Marketing con influencers- activaciones)
- Presupuesto
- Calendario
- Medición

b) PAUTAJE

Cantidad: 4

Se debe ejecutar todo lo planteado en el plan de medios, considerando los medios previamente seleccionados:

	DESCRIPCIÓN	NÚMERO DE IMPACTOS
1	PAUTAJE EN TELEVISIÓN	15 impactos
2	PAUTAJE EN RADIO	250 impactos
3	PAUTAJE EN REDES SOCIALES (TWITTER, FACEBOOK E INSTAGRAM)	150 posteos
4	PAUTAJE EN VALLAS Y PANTALLES DIGITALES	100 impactos

c) INFORME DE RESULTADOS

Cantidad: 1

Un informe en el que se realice un análisis del impacto mediático de la aplicación de la estrategia comunicacional para el posicionamiento de la AMC en la opinión pública quiteña y nacional, en el que se detalle el cumplimiento de planificado y los resultados obtenidos.

6. CONCLUSIÓN:

Con base en la normativa técnica y legal expuesta en concordancia con las facultades y atribuciones del GAD DMQ Agencia Metropolitana de Control, que se expresa a través de actuaciones administrativas que deben ser generadas por esta institución, se requiere realizar el procedimiento para *“EJECUTAR LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LAS ACCIONES DE CONTROL EJERCIDAS POR EL GAD MDMQ AGENCIA METROPOLITANA DE CONTROL-AMC”*, con la finalidad de poder 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.

7. RECOMENDACIÓN:

De conformidad con lo expuesto anteriormente, se recomienda el inicio del procedimiento de contratación para *“EJECUTAR LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LAS ACCIONES DE CONTROL EJERCIDAS POR EL GAD MDMQ AGENCIA METROPOLITANA DE CONTROL-AMC”*, mediante el procedimiento de RÉGIMEN ESPECIAL *“Contratación comunicación social”*, de conformidad con la normativa legal aplicable en el Art. 2 de la LOSNCP, en concordancia con el Art. 192 del RGLOSNC.

8. FIRMAS DE RESPONSABILIDAD:

Fecha: Quito (07/03/2023)

Elaborado por:	Revisado y aprobado por:
<p>Nicole Pauleth Benalcázar Campi SERVIDORA MUNICIPAL 9</p>	<p>María Clara Cueva Gallardo RESPONSABLE DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN DE LA AMC</p>