



DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN 2026 - 2027 DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN LATACUNGA

1. ANTECEDENTES:

La comunicación es un proceso activo y sofisticado que constituye la base fundamental de todas las relaciones humanas. Entender sus diversas dimensiones y componentes contribuye a optimizar la efectividad y la calidad del intercambio comunicativo en distintos entornos y circunstancias.

La interacción comunicativa institucional del GAD Municipal del Cantón Latacunga es fundamental para construir una relación eficaz y clara con sus habitantes, así como para reflejar una imagen positiva y consistente tanto a nivel interno como externo. Se trata de un conjunto de tácticas y medidas organizadas que tienen como propósito principal informar, formar, influir y fortalecer la conexión con los distintos públicos que se relacionan con la administración local.

El Gobierno Autónomo Descentralizando del Cantón Latacunga como entidad encargada del desarrollo y progreso del Cantón, tiene como obligación gubernamental informar, comunicar y difundir a sus mandantes de forma oportuna, el desempeño de la gestión administrativa en beneficio de la ciudadanía.

Por ello, es importante difundir de manera eficiente y precisa la gestión del GAD Latacunga por los medios de comunicación, comunitarios, privados y públicos de ser el caso; a nivel local, regional y nacional. Esto nos permitirá crear comportamientos, criterios y propuestas en la ciudadanía como contribución a la acción y ejecución de los proyectos municipales, integrando a los diversos actores en la gestión municipal.

En síntesis, la interacción comunicativa institucional del GAD Municipal constituye un elemento clave que no solo difunde información, sino que también fomenta vínculos firmes y constructivos con la ciudadanía, reforzando de esta manera la gobernanza participativa y el progreso local.

Escenario Comunicacional

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Latacunga, dispone de un Departamento de Comunicación Social e Imagen Institucional, responsable de organizar y establecer los



DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

planes, tácticas y actividades orientadas a mejorar los procesos comunicativos, con el objetivo de consolidar la identidad e imagen corporativa. Esta dependencia no dispone de una emisora ni un canal de Televisión municipal, una herramienta clave para transmitir mensajes institucionales y alcanzar a la población.

Los recursos disponibles y el equipamiento técnico para ejecutar sus funciones son reducidos, debido a la ausencia de infraestructura adecuada. No obstante, una de las principales fortalezas de esta Jefatura es su equipo joven, profesional y creativo, con capacidad para implementar un plan comunicacional orientado al fortalecimiento de la imagen institucional.

Para llevar a cabo su labor, la DIRCOM cuenta de una plataforma web oficial: <https://www.latacunga.gob.ec/es/>, su cuenta de X: @GADLATALCUNGA, y su fan page en Facebook "Municipio de Latacunga", donde se difunde diariamente contenido informativo, tanto en formato escrito como audiovisual.

Asimismo, la Jefatura cuenta con una base de datos que incluye números telefónicos, correos electrónicos y grupos de WhatsApp, a través de los cuales se comparte información con diversos comunicadores y periodistas locales, manteniendo con ellos una relación cordial y colaborativa.

2. BASE LEGAL:

- a) En el capítulo 5 del Art.61 de la Constitución de la República del Ecuador establece como derecho de los ecuatorianos y ecuatorianas “fiscalizar los actos del poder público”.
- b) En el capítulo 9 del Art.83 de la Constitución de la República del Ecuador que determina que son deberes y las responsabilidades de los ecuatorianos y ecuatorianas, sin perjuicio de otros previstos en la constitución y la ley: “Asumir las funciones públicas como un servicio a la colectividad y rendir cuentas a la sociedad de acuerdo a la ley”.
- c) En el Art. 2 “objetivo de la ley” La ley orgánica de trasparencia y acceso a la información pública en donde menciona que: “La presente ley garantiza y norma el ejercicio del derecho fundamental de las personas a la información conforme a las garantías consagradas en la Constitución Política de la República, pacto internacional de los derechos humanos y demás instrumentos internacionales vigentes, de las cuales nuestro país es signatario. Persigue los siguientes objetivos: a) Cumplir lo dispuesto en la constitución política de la república referente a la publicidad, trasferencia y rendición de cuentas al que están sometidas todas las instituciones del estado que conforman del sector Público, dignatarios, autoridades y funcionarios públicos, incluidos los entes señalados en Art. anterior, las personas jurídicas de derecho privado que realicen obras, servicios, etc., con asignaciones públicas.

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Para el efecto, adoptaran las medidas que garanticen y promuevan la organización, clasificación y manejo de información que den cuenta de la gestión pública. Para el efecto, adoptaran las medidas que garanticen y promuevan la organización, clasificación y manejo de información que den cuenta la gestión pública: La democratización de la sociedad ecuatoriana y la plena vigencia del estado de derecho, a través de un genuino y legítimo y acceso a la información pública”

d) En el Art: 192: Reglamento General A La Ley Orgánica Del Sistema Nacional De Contratación Pública, se establece que “Artículo 192.- Contratación comunicación social. - Se utilizará este régimen exclusivamente para la contratación de actividades de pautaje en medios de comunicación social, medios digitales, canales digitales de medios de comunicación social y otros no convencionales³⁷destinadas 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 COMPRAS PÚBLICAS, 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 COMPRAS PÚBLICAS.

e) En el Art: 05 de la Ley Orgánica de Comunicación, se establece que: “Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio,

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

f) En el Art: 88 de la ley Orgánica de Comunicación, se establece que: "Art. 88.- Registro público. - Los medios de comunicación social se registrarán obligatoriamente en un catastro a cargo del Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación dicho catastro deberá contener datos generales que se determinarán en el reglamento.

Este registro no constituye una autorización para el funcionamiento del medio de comunicación. Los medios de comunicación que no cumplan con la obligación de registro no podrán pautar publicidad de ninguna entidad del Estado.

g) En el Art: 95 de Ley Orgánica De Comunicación, se establece que: "Art. 95 servicios de publicidad y propaganda, en los medios de comunicación social se guiarán en función de criterios de igualdad de oportunidades con atención al objeto de la comunicación, al público objetivo, a la jurisdicción territorial de la entidad y a los niveles de audiencia y sintonía.

Dentro de la contratación de publicidad y propaganda de la actividad de difusión publicitaria de cada institución pública de conformidad con la estrategia comunicacional institucional, los medios públicos participarán con el 33 %, los medios privados participarán con el 33% y los medios comunitarios participarán con el 34%. Las entidades del sector público elaborarán anualmente un informe de distribución sobre presupuesto aprobado de publicidad, la distribución del gasto, los procesos contractuales y los contratos en cada medio de comunicación y agencia de publicidad. Este informe se publicará en la página web de cada institución. El incumplimiento del deber de publicar el informe detallado en el párrafo anterior será causal de destitución del titular de la institución. Su cumplimiento será verificado por la Contraloría General del Estado.

Los medios de comunicación social públicos, privados y comunitarios deberán publicar anualmente el tarifario de publicidad en su página web.

h) En el Art: 99 Reglamento Del Código Orgánico De Planificación Y Finanzas Públicas, se establece que: "Art. 99.-Certificación presupuestaria plurianual. -La certificación presupuestaria plurianual implica un pre compromiso al techo presupuestario disponible de los siguientes años, iniciando por el año actual o el inmediato siguiente. Se podrá emitir certificaciones presupuestarias plurianuales en gasto de inversión, únicamente para programas y/o proyectos de inversión incluidos en el plan plurianual de inversión vigente a la fecha y en gastos permanentes y de capital, de conformidad con las normas técnicas que emitan conjuntamente el Ministerio de Economía y Finanzas y la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.

Las certificaciones plurianuales deberán enmarcarse en los techos determinados en la programación presupuestaria cuatrienal aprobada por la Asamblea Nacional, y a los techos



DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

presupuestarios por la unidad de administración financiera, emitidos de conformidad con la norma técnica expedida por el Ministerio de Economía y Finanzas. Si finalizado el año fiscal en el cual se emitió la certificación presupuestaria plurianual, no se han generado los compromisos respectivos, esta se entenderá por anulada. Una vez generado el compromiso para el que se emitió la certificación plurianual, la institución tiene la obligación de registrar y afectar el techo presupuestario en los correspondientes presupuestos, tanto del año vigente como de los años inmediatos siguientes. En el caso de afectación a los presupuestos de los siguientes años, el responsable financiero institucional verificará obligatoriamente durante los primeros diez días del mes de enero del año respectivo, que los valores comprometidos en años anteriores se encuentren afectados en el presupuesto del ejercicio vigente. No podrá certificar o comprometer recursos nuevos, mientras no haya realizado dicha verificación. Las entidades que no forman parte del Presupuesto General del Estado, podrán solicitar al Ministerio de Economía y Finanzas certificaciones presupuestarias plurianuales cuando los recursos provengan de dicho presupuesto. En el caso de programas y proyectos de inversión deberán constar en el plan plurianual de inversión vigente. Las entidades que no forman parte del Presupuesto General del Estado, podrán emitir certificaciones presupuestarias plurianuales de conformidad con las siguientes reglas:

1. En el caso de los gobiernos autónomos descentralizados, el techo de certificaciones presupuestarias plurianuales para inversión será como máximo lo correspondiente a inversiones de las transferencias asignadas por ley, del Estado Central del año anterior al que se certifica. Dicho techo deberá ser aprobado por el órgano legislativo correspondiente de cada gobierno autónomo descentralizado;
2. En el caso de la banca pública y de las empresas públicas, los techos de las certificaciones presupuestarias plurianuales serán aprobados por los respectivos directorios, de conformidad con la norma técnica que se expida para el efecto; y,
3. En el caso de las instituciones de la seguridad social, los techos de las certificaciones presupuestarias plurianuales serán aprobados por los respectivos consejos directivos, de conformidad con la norma técnica que se expida para el efecto. Respecto a los proyectos del plan plurianual de inversión, ninguna entidad u organismo del sector público, así como ningún servidor público, contraerá compromisos celebrará contratos o convenios, autorizará o contraerá obligaciones, respecto de recursos financieros, sin que exista la respectiva certificación plurianual".

3. JUSTIFICACIÓN

Crear un plan de comunicación para un GAD Municipal es una acción estratégica fundamental, respaldada por múltiples razones que justifican su implementación.



DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Entre ellas, destaca la visibilidad y transparencia, ya que contar con un plan de comunicación permite al municipio informar de manera clara, oportuna y accesible sobre sus acciones, proyectos y decisiones. Esto no solo fortalece la confianza de la ciudadanía, sino que también consolida una gestión pública más abierta y participativa.

El presente Plan de Comunicación Institucional surge como resultado de un proceso de diagnóstico y análisis profundo, que permitió conocer la situación actual del GAD Municipal y definir los objetivos hacia los cuales se quiere avanzar. Este documento se convertirá en el instrumento rector que establecerá los criterios, políticas y estrategias necesarias para mejorar la comunicación interna y externa, así como para posicionar adecuadamente al GAD en la percepción de sus públicos.

La eficacia del proceso comunicacional depende tanto del contenido que se transmite como de los canales utilizados para su difusión. De ahí la importancia de garantizar mensajes claros, concretos y coherentes, así como de establecer una relación de confianza e interés mutuo entre los actores involucrados.

En definitiva, este plan busca responder a las necesidades comunicacionales básicas de la institución, sentando las bases para una gestión comunicacional moderna, estratégica y centrada en la ciudadanía.

Debemos indicar en cuanto a lo que se refiere al Art. 95 de la Ley de Comunicación Inversión pública en publicidad y propaganda, en la cual nos establece (...) “*Dentro de la contratación de publicidad y propaganda de la actividad de difusión publicitaria de cada institución pública de conformidad con la estrategia comunicacional institucional, los medios públicos participarán con el 33 %, los medios privados participarán con el 33% y los medios comunitarios participarán con el 34%*”, En virtud de que dentro de la jurisdicción territorial correspondiente no existen medios de comunicación públicos que permitan la difusión efectiva de contenidos institucionales, y considerando la necesidad de garantizar el acceso a la información por parte de la ciudadanía, se establece la contratación de medios de comunicación privados como una alternativa viable y necesaria.

La contratación de estos servicios responde a la imperiosa necesidad institucional de mantener informada a la colectividad sobre actividades, programas, campañas y demás contenidos de interés público. Los medios privados disponibles en la zona cuentan con la infraestructura, cobertura y capacidad técnica necesarias para asegurar que dicha información llegue de manera oportuna, clara y eficaz a los diferentes segmentos de la población.



DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Por lo tanto, se procede a destinar un porcentaje específico del presupuesto de comunicación institucional a la contratación de estos medios, priorizando criterios de alcance, impacto, pertinencia y eficiencia en la difusión de los mensajes institucionales. Esta decisión se enmarca en el principio de transparencia y en la búsqueda de maximizar el beneficio social a través de la correcta utilización de los recursos públicos.

Se establece la necesidad de realizar la contratación por un período de 12 meses con el fin de garantizar una difusión continua, estratégica y oportuna de los productos comunicacionales generados por los proyectos de gestión institucional. Esta continuidad es fundamental para fortalecer el vínculo entre la municipalidad y la colectividad, asegurando que la ciudadanía esté informada de manera efectiva sobre el accionar municipal.

La contratación se limitará exclusivamente a aquellos medios de comunicación que cumplan con los requerimientos técnicos, de cobertura y de audiencia definidos por la entidad contratante, ya que estos garantizan un alcance adecuado y una comunicación eficaz con los diferentes sectores de la población. Esta selección responde a la necesidad de optimizar recursos públicos y asegurar el cumplimiento de los objetivos institucionales de transparencia, participación y rendición de cuentas.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivos Generales

Fortalecer la imagen y la comunicación institucional, del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Latacunga, a través de procesos y gestiones comunicacionales a través de los Medios de Comunicación.

4.2. Objetivos Específicos

Determinar los canales de difusión de los contenidos comunicacionales generados por el GADMS, mediante la vinculación con medios de comunicación radiales, televisivos, impresos y digitales, para asegurar el acceso ciudadano a la información relacionada con las actividades institucionales.

Posicionar la imagen Institucional del GAD Municipal de Latacunga a través de canales de comunicación.



DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Impulsar la difusión de contenidos comunicacionales institucionales con enfoque en la gestión pública actual, a través de medios de comunicación y plataformas de alcance masivo.

Desarrollar productos audiovisuales que reflejen las acciones y resultados de la gestión institucional, para su socialización dentro y fuera del ámbito municipal.

5. Público Objeto

Público Externo

- Instituciones públicas y privadas. (Internacionales, nacionales y locales).
- Medios de Comunicación Social
- Sociedad Civil

Público Interno

- Gobierno Autónomo Descentralizados del cantón Latacunga - alcalde, funcionarios y concejales

Grupo poblacional: Urbano y Rural

6. Actividades de Comunicación

Producir Material audiovisual e impreso de la gestión institucional dentro y fuera de la Municipalidad.

Elaborar Guiones técnico para productos audiovisuales.

Producción de dos programas mensuales con el alcalde de Latacunga Fabricio Tinajero.

Organizar ruedas de prensa para anunciar proyectos y eventos importantes.

Elaborar Spots, cuñas y gráficos para difusión.

Redactar boletines de prensa, comunicados e invitaciones.

Actualización de información en redes sociales

Elaboración de boletines de prensa y ruedas de prensa

7. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Los productos comunicacionales que desarrollará la Dirección de Comunicación estarán alineados con los requerimientos y la planificación estratégica de las DISTINTAS DIRECCIONES que conforman el GAD Municipal del cantón Latacunga. Esta coordinación interinstitucional permite garantizar que la producción y difusión de contenidos responda a las necesidades reales de cada área, reflejando de manera precisa y oportuna las acciones, proyectos y servicios que se ejecutan en beneficio de la ciudadanía.



DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Además, esta articulación asegura una comunicación coherente, eficiente y planificada, evitando duplicidad de esfuerzos y optimizando el uso de recursos. De esta forma, la Dirección de Comunicación se convierte en un eje transversal que fortalece la gestión institucional, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos del gobierno municipal y fomentando una relación más transparente e informada con la colectividad.

7. MEDIOS A SER TOMADOS EN CUENTA EN ESTE PERÍODO DE CONTRATACIÓN – PLAN DE MEDIOS 2025

En relación con la planificación de medios para el año 2025, y tomando en cuenta el presupuesto asignado a la Dirección de Comunicación Institucional, se prevé la contratación de los medios que se detallan a continuación. Es importante destacar que la selección de estos medios se ha realizado en función de su nivel de audiencia y con el objetivo de garantizar cobertura a través de canales televisivos, radiales y digitales.

Con base en la partida presupuestaria 5.3.02.07.001 el monto asignado para la contratación de medios para el período plurianual 2024-2025 es de \$109,964.01 (ciento nueve mil novecientos sesenta y cuatro dólares con 1 centavo).

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

DETALLE DEL SERVICIO (descripción de la contratación)	MOMBRE Y TIPO MEDIO COMUNICACIÓN	PRODUCTOS	HORARIO	TIEMPO CONTRATO	VALOR MENSUAL	TOTAL CONTRATO
Contratar el servicio de difusión de productos comunicacionales en medios de comunicación, que enfoquen su acción hacia la ciudadanía, el entorno, el ambiente, y los proyectos de gestión institucional	TV MICC – señal abierta. MEDIO COMUNITARIO LOCAL.	DIEZ PASTILLAS INFORMATIVAS RETRANSMISIÓN DEL NOTICERO SEMANAL	Lunes a Viernes en Horario AAA COORDINACIÓN CON EL MEDIO, 30 MINUTOS	12 MESES	\$1.000	\$12.000
Contratar el servicio de difusión de productos comunicacionales en medios de comunicación, que enfoquen su acción hacia la ciudadanía, el entorno, el ambiente, y los proyectos de gestión institucional	RADIO LATACUNGA AM y FM MEDIO COMUNITARIO LOCAL.	DIEZ PASTILLAS INFORMATIVAS RETRANSMISIÓN DEL NOTICERO SEMANAL	Lunes a Viernes en Horario AAA COORDINACIÓN CON EL MEDIO, 30 MINUTOS	12 MESES	\$1.000	\$12.000
Contratar el servicio de difusión de productos comunicacionales en medios de comunicación, que enfoquen su acción hacia la ciudadanía, el entorno, el ambiente, y los proyectos de gestión institucional	RADIO QUILOTOA FM MEDIO COMUNITARIO LOCAL.	DIEZ PASTILLAS INFORMATIVAS RETRANSMISIÓN DEL NOTICERO SEMANAL	Lunes a Viernes en Horario AAA COORDINACIÓN CON EL MEDIO, 30 MINUTOS	6 MESES	\$450,00	\$2.700
Contratar el servicio de difusión de productos comunicacionales en medios de comunicación, que enfoquen su acción hacia la ciudadanía, el entorno, el ambiente, y los proyectos de gestión institucional	RADIO RUNATACUYAC AM 1160 MEDIO COMUNITARIO LOCAL.	DIEZ PASTILLAS INFORMATIVAS RETRANSMISIÓN DEL NOTICERO SEMANAL	Lunes a Viernes en Horario AAA COORDINACIÓN CON EL MEDIO, 30 MINUTOS	6 MESES	\$450,00	\$2.700

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Contratar el servicio de difusión de productos comunicacionales en medios de comunicación, que enfoquen su acción hacia la ciudadanía, el entorno, el ambiente, y los proyectos de gestión institucional	RADIO NUEVOS HORIZONTES MEDIO PRIVADO LOCAL.	DIEZ PASTILLAS INFORMATIVAS RETRANSMISIÓN DEL NOTICERO SEMANAL	Lunes a Viernes en Horario AAA COORDINACIÓN CON EL MEDIO, 30 MINUTOS	6 MESES	\$450,00	\$2.700
Contratar el servicio de difusión de productos comunicacionales en medios de comunicación, que enfoquen su acción hacia la ciudadanía, el entorno, el ambiente, y los proyectos de gestión institucional	ÉLITE TV. MEDIO PRIVADO LOCAL.	DIEZ PASTILLAS INFORMATIVAS RETRANSMISIÓN DEL NOTICERO SEMANAL	Lunes a Viernes en Horario AAA COORDINACIÓN CON EL MEDIO, 30 MINUTOS	6 MESES	\$600,00	\$3.600
Contratar el servicio de difusión de productos comunicacionales en medios de comunicación, que enfoquen su acción hacia la ciudadanía, el entorno, el ambiente, y los proyectos de gestión institucional	RADIO COLOR STEREO FM MEDIO PRIVADO NACIONAL.	DIEZ PASTILLAS INFORMATIVAS RETRANSMISIÓN DEL NOTICERO SEMANAL	Lunes a viernes Horario AAA y rotativo. De 08H30 - 14H30	8 MESES	\$500,00	\$4.000
Contratar el servicio de difusión de productos comunicacionales en medios de comunicación, que enfoquen su acción hacia la ciudadanía, el entorno, el ambiente, y los proyectos de gestión institucional	RADIO LATINA FM MEDIO PRIVADO NACIONAL.	DIEZ PASTILLAS INFORMATIVAS RETRANSMISIÓN DEL NOTICERO SEMANAL	Lunes a viernes Horario AAA y rotativo. De 08H30 - 14H30	8 MESES	\$500,00	\$4.000
Contratar el servicio de difusión de productos comunicacionales en medios de comunicación, que enfoquen su acción hacia la ciudadanía, el entorno, el ambiente, y los proyectos de gestión institucional	AL DIA ON LINE MEDIO DIGITAL LOCAL ACREDITADO	DIEZ PASTILLAS INFORMATIVAS RETRANSMISIÓN DEL NOTICERO SEMANAL	Lunes a Viernes en Horario AAA COORDINACIÓN CON EL MEDIO, 30 MINUTOS	6 MESES	\$500,00	\$3.000
Contratar el servicio de difusión de productos comunicacionales en medios de comunicación, que	CDL (CIUDAD DE LATACUNGA).	DIEZ PASTILLAS INFORMATIVAS	Lunes a Viernes en Horario AAA	6 MESES	\$500,00	\$3.000



Latacunga
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

enfoquen su acción hacia la ciudadanía, el entorno, el ambiente, y los proyectos de gestión institucional	MEDIO DIGITAL LOCAL ACREDITADO	RETRANSMISIÓN DEL NOTICERO SEMANAL	COORDINACIÓN CON EL MEDIO, 30 MINUTOS			
Contratar el servicio de difusión de productos comunicacionales en medios de comunicación, que enfoquen su acción hacia la ciudadanía, el entorno, el ambiente, y los proyectos de gestión institucional	CURIQUINGUE TV TV por cable MEDIO LOCAL ACREDITADO	DIEZ PASTILLAS INFORMATIVAS RETRANSMISIÓN DEL NOTICERO SEMANAL	Lunes a viernes en Horario AAA COORDINACIÓN CON EL MEDIO, 30 MINUTOS	6 MESES	\$500,00	\$3.000
Contratar el servicio de difusión de productos comunicacionales en medios de comunicación, que enfoquen su acción hacia la ciudadanía, el entorno, el ambiente, y los proyectos de gestión institucional	MULTICANAL SALCEDO MEDIO PRIVADO REGIONAL.	DIEZ PASTILLAS INFORMATIVAS RETRANSMISIÓN DEL NOTICERO SEMANAL	Lunes a viernes Horario AAA COORDINACIÓN CON EL MEDIO, 30 MINUTOS	6 MESES	\$500,00	\$3.000
Contratar el servicio de difusión de productos comunicacionales en medios de comunicación, que enfoquen su acción hacia la ciudadanía, el entorno, el ambiente, y los proyectos de gestión institucional	COTOPAXI 360 MEDIO IMPRESO PRIVADO PROVINCIAL.	DOS PÁGINAS MENSUALES	1 Publicación mensual	12 MESES	\$500,00	\$6.000
Contratar el servicio de difusión de productos comunicacionales en medios de comunicación, que enfoquen su acción hacia la ciudadanía, el entorno, el ambiente, y los proyectos de gestión institucional	UNIMAX MEDIO PRIVADO REGIONAL.	DIEZ PASTILLAS INFORMATIVAS RETRANSMISIÓN DEL NOTICERO SEMANAL	Lunes a viernes Horario AAA COORDINACIÓN CON EL MEDIO, 30 MINUTOS	6 MESES	\$500,00	\$3.000
TOTAL					\$64.700	



DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

8. POLÍTICAS

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.

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

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.

9. EVALUACIÓN

Análisis de medios y redes sociales: Monitorizar la cobertura mediática en los medios y 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.

Elaborado por:

Mgs. Sonia Guaygua Mejía

DIRECTORA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Autorizado por:

Dr. Fabricio Tinajero

ALCALDE DEL CANTÓN LATACUNGA