

PLAN COMUNICACIONAL 2025 DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE TRÁNSITO PASAJE EPMT-P

[LA NUEVA MOVILIDAD]

EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE TRÁNSITO DE PASAJE EPMT-P

I. INTRODUCCIÓN

En el marco de compromiso con la ciudadanía de Pasaje y en cumplimiento de nuestra misión de garantizar un sistema de movilidad seguro, eficiente y sostenible. El área de comunicación de Tránsito Pasaje EP, presenta su Plan de Comunicación Institucional para el año 2025. Este plan se fundamenta en los principios establecidos en el **Artículo 1.- de su creación**, que define a la empresa como una entidad de derecho público, autónoma y con altos parámetros de calidad, y en el **Artículo 3.- Objeto**, que le asigna la responsabilidad de planificar, regular, controlar, gestionar, coordinar, administrar, y ejecutar el Sistema de Movilidad del Cantón, que comprende el tránsito, transporte y seguridad vial.

El presente plan busca fortalecer la imagen de Tránsito Pasaje EP como una institución transparente, cercana y comprometida con el bienestar de la comunidad. A través de estrategias de comunicación innovadoras y una gestión eficiente de la información, se busca fomentar la participación ciudadana, promover la educación vial y garantizar el acceso a información sobre los servicios y proyectos de la empresa.

La comunicación institucional se desarrolla a través de las relaciones públicas; de la relación fluida con los medios de comunicación; y a través de la comunicación interna con los trabajadores, que deben ser los primeros embajadores de los mensajes que proyecta una organización de cualquier tipo. Por todo esto, la comunicación institucional está relacionada con los ámbitos del marketing, publicidad, relaciones institucionales, comunicación corporativa y relaciones públicas.

II. ANALISIS SITUACIONAL

El Área de Comunicación cuenta con dos profesionales en la materia, una Comunicadora Social y un Analista de Imagen Institucional, cuyas funciones son la de gestionar la comunicación interna y externa, elaboración de boletines de prensa, elaboración de diseños: mensajes, comunicados, recomendaciones, artes para redes, edición de audios y videos, desarrollo de procesos de contratación pública, entre otras actividades relevantes.

De momento, el área de comunicación ha venido trabajando con redes sociales como: Facebook, Instagram, X, TikTok y Youtube. Además del sitio web oficial, www.transitopasaje.gob.ec también medios digitales y medios de comunicación tradicionales como Televisión, y Radio; desde estos medios se ha podido informar a la ciudadanía de manera complementaria.

III. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

EL plan comunicacional para este 2025 se ha diseñado en torno a cuatro ejes estratégicos que orientan las acciones de la empresa. Estos ejes abarcan aspectos cruciales para la regulación y control del tránsito, seguridad vial y

EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE TRÁNSITO DE PASAJE EPMT-P

vinculación con la ciudadanía, además de promover el uso de los servicios brindados por la empresa en el cantón Pasaje.

Eje 1: Regulación y Control del Transporte Terrestre

Comunicar de manera efectiva los servicios de transporte público de pasajeros y carga, transporte comercial y toda forma de transporte colectivo y/o masivo, en el ámbito urbano e intracantonal que regule la empresa, a través de comunicados y todo material informativo.

Eje 2: Control del Tránsito

Comunicar el control del tránsito junto a la entidad competente a través de campañas en redes sociales sobre los trabajos efectuados, como operativos de control vehicular y mejoras en la señalización y semaforización, promoviendo una convivencia segura y ordenada en las calles del cantón.

Eje 3: Seguridad vial y vinculación con la ciudadanía

La seguridad vial y la vinculación con la ciudadanía son dos elementos intrínsecamente conectados, donde la primera busca proteger vidas y reducir riesgos en las vías, mientras que la segunda establece canales de comunicación y participación que fortalecen la confianza a través de campañas comunicacionales, eventos comunitarios, charlas educativas entre otras, manteniendo una estrecha relación con los implicados en la pirámide de la movilidad se logrará concientizar a la ciudadanía.

Eje 4: Servicios

Promover todos los servicios ofertados por la EPMT-P, resaltando como las soluciones dadas por la empresa mejoran la calidad de vida de los pasajeños.

IV. OBJETIVOS GENERALES

Fortalecer la imagen institucional y promover los servicios e información que genera Tránsito Pasaje EP, en el marco de sus competencias.

Objetivos específicos:

- Generar la difusión de contenidos informativos y publicitarios en los medios de comunicación tradicionales y digitales de la provincia de El Oro.
- Implementar contenido multimedia atractivo y dinámico para los usuarios.
- Promover la educación y la seguridad vial en el cantón Pasaje.
- Potencializar los canales oficiales de contacto con la población.
- Incrementar la transparencia y el acceso a la información pública.
- Mostrar los resultados de la planificación anual de las obras y actividades que realiza la entidad en beneficio de la ciudadanía del cantón Pasaje.

EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE TRÁNSITO DE PASAJE EPMT-P

V. PÚBLICO DIRIGIDO

Llegar al público adecuado es fundamental para el éxito de comunicación de la empresa. La segmentación de mercado es una estrategia clave que va a permitir identificar y dividir la audiencia en grupos más pequeños y específicos, teniendo en cuenta cuál sería el canal idóneo para la difusión del mensaje.

Sector	Género	Edad	Canal de información
Ciudadanos	Masculino y femenino	18-45 años	Instagram, Tiktok y X.
Ciudadanos	Masculino y femenino	45-65 años	Facebook, Página Web, YouTube y radio
Ciudadanos	Masculino y femenino	65-85	Radio y canal de televisión local
Taxistas y choferes de cooperativas de transporte.	Masculino	25-65 años	Radio, Facebook y YouTube

Dentro del recuadro se ha enmarcado al público objetivo, hacia quienes se va a dirigir los mensajes informativos y publicitarios, considerando las plataformas en las que ellos a diario interactúan, de acuerdo con su edad y género. Además, se ha contemplado a transportistas, regulados por Tránsito Pasaje EP, y ciudadanía en general del cantón Pasaje.

VI. PLAN DE MEDIOS DE DIFUSIÓN:

La implementación del plan de medios garantiza que la información y la publicidad alcancen a la ciudadanía de manera efectiva, utilizando diversos canales y adaptando el mensaje a cada segmento del público, para asegurar el cumplimiento de los objetivos de comunicación para el año 2025. Se tiene previsto en el Plan Anual de contratación, llevar a cabo los siguientes proyectos:

PARTIDA	CPC	TIPO DE COMPRA	DETALLE DEL PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
730207	836100011	SERVICIO	CONTRATACION DE AGENCIA PUBLICITARIA PARA LA CREACION Y DIFUSION DE INFORMACION Y PUBLICIDAD A TRAVES DE MEDIOS DIGITALES	UNIDAD	1	25000
730207	836200012	SERVICIO	SERVICIO DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN Y	UNIDAD		10000

EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE TRÁNSITO DE PASAJE EPMT-P

			PUBLICIDAD EN MEDIOS ESCRITOS (PRENSA)		1	
730207	836390012	SERVICIO	SERVICIO DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EXTERIOR (PANTALLAS, VALLAS O PALETAS)	UNIDAD	1	7800
730207	836320016	SERVICIO	SERVICIO DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD EN MEDIOS RADIALES	UNIDAD	1	14000
730207	836320016	SERVICIO	SERVICIO DE DIFUSIÓN DE PUBLICIDAD E INFORMACIÓN A TRAVÉS DE EMISORA REGIONAL RADIO JUBONES	UNIDAD	1	5500

De acuerdo al presupuesto 2025 se detallará los procesos de contratación mediante ínfima cuantía, los cuales no son indispensables de publicar en el PAC de acuerdo con la normativa legal vigente (Art. 149-3 reglamento LOSNCP)

Se ha solicitado la adquisición de un equipo comunicacional que impulsará significativamente la capacidad de la empresa para crear contenido visualmente impactante y diferenciado.

840104	482200014	BIEN	ADQUISICIÓN DE DRON PARA LA ELABORACIÓN DE AUDIOVISUALES PROMOCIONALES	UNIDAD	1	3500
--------	-----------	------	--	--------	---	------

Además de la necesidad imperante de material publicitario ya que este actúa como la cara visible de la empresa, comunicando los valores y servicio que se ofrece generaran reconocimiento de la marca y fomentarán la lealtad de los usuarios.

730824	325300019	BIEN	ADQUISICIÓN DE MATERIAL PROMOCIONAL PARA EVENTOS, PROGRAMAS, CAPACITACIONES Y OTROS.	UNIDAD	1	6650
--------	-----------	------	--	--------	---	------

EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE TRÁNSITO DE PASAJE EPMT-P

VII. EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN:

El plan deberá desarrollarse durante el lapso de un año, priorizando el cumplimiento de cada uno de los objetivos, esta evaluación se realizará a través de:

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

ANÁLISIS DE MEDIOS Y REDES SOCIALES: Monitorear la cobertura mediática en redes sociales para evaluar la resonancia de los mensajes e identificar temas de interés para la comunidad.

ANÁLISIS DE TRÁFICO WEB: identificar si la página web institucional que tan frecuente es visitada y el tiempo de permanencia para ajustar la estructura de información.

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

Tnlga. Noelia Párraga Ajila
COMUNICADORA SOCIAL