

Memorando N.- RPDMQ-CS-2015-021-MC

Quito, D.M., 26 de mayo de 2015

PARA: Marcelo Carrera
ADMINISTRADOR DE CONTRATO No. 019-2014

 26-may-2015
16:20

ASUNTO: Revisión e informe del entregable E.70 "Informe de la planificación de la estrategia del cambio"

En respuesta al memorando N.-RPDMQ-DESPACHO-2015-071-M, en el cual nos solicitan el apoyo en la recepción y revisión del entregable E.70 "Informe de la planificación de la estrategia del cambio" del proyecto para "Modernizar de manera integral el Registro de la Propiedad del Distrito Metropolitano de Quito".

Conforme el requerimiento, se adjunta el informe técnico impreso, así como también un CD con las observaciones realizadas en el documento informe de Planificación Estratégica del cambio, entregado por el Consorcio y sus anexos.

Atentamente,


Lilián Moreno V.
Técnico de Apoyo

**COMUNICACIÓN SOCIAL
RPDMQ**


Wladimir Albán
Técnico de Apoyo
**PLANIFICACIÓN
RPDMQ**

INFORME DE REVISIÓN ENTREGABLE DEL PROYECTO PARA “MODERNIZAR DE MANERA INTEGRAL EL REGISTRO DE LA PROPIEDAD DEL DMQ”

Una vez revisado el Entregable E.70 Informe de la planificación de estrategia del cambio; como técnicos de apoyo presentamos las siguientes observaciones.

1. El documento en la primera página de antecedentes indica como número el 77, cuando corresponde al número 1.
2. El documento presentado no contempla la alineación a la demanda de la Estrategia de Comunicación Municipal, información que fue entregada al Consorcio el 7 de mayo de 2015 mediante mail. **(anexo 1)**

La propuesta del documento revisado, debe ser un plan estratégico que contemple, por ejemplo:

- ✓ Las metas de la Comunicación
- ✓ La imagen de los actores:
 1. Nosotros
 2. Los adversarios
 3. Otros actores
- ✓ Análisis de la coyuntura
- ✓ El terreno de la Comunicación
- ✓ Los grupos objetivos
- ✓ El mensaje
- ✓ Los medios más adecuados
- ✓ Un calendario

1. El documento presentado se enfoca en argumentos teóricos que para los fines pertinentes son innecesarios dentro del plan (sí para el profesional que se entiende debe tener estos conocimientos,)
2. El documento señala de forma errónea que, la Secretaría de Comunicación ha realizado de manera conjunta con el Consorcio el plan de comunicación. La SECOM, como ente competente, en la reunión realizada el 08 de mayo hizo observaciones a la propuesta de presentación Power Point y solicitó una reestructuración del mismo. El ACTA fue enviada vía e-mail el 10 de mayo a Patricio Mora, (Consorcio) Bruno Rampón, Ana Maldonado (Secretaría de Comunicación) Gandhi Espinoza (Asesor Alcalde) Marcelo Carrera, Gerente Proyecto, René Almeida (Registrador Propiedad) **(anexo 2)**

3. El documento manifiesta que las restricciones están dadas por el momento "más cercano a la contienda electoral", lo que genera restricciones al uso de medios electrónicos masivos (pág 3). Sin embargo, esto no quiere decir que la restricción sea impedimento para identificar los medios electrónicos apropiados para su difusión de manera controlada, como por ejemplo el uso del You tube o crear un fan page que no genera un fed back ciudadano que vaya en detrimento de la imagen municipal o del RPDMQ.
4. La identificación del público objetivo secundario, en la estrategia de comunicación externa debería ser el primario. (páginas 11).
5. El documento no adjunta el anexo sobre la metodología utilizada con los grupos objetivos sobre sus intereses. (páginas 12 y 13).
6. El documento hace referencia de manera equivocada a ventanillas externas del servicio corporativo como las del BIESS y Cámara de Comercio de Quito, que se cerraron hace 2 años. (página 13).
7. Se plantea el uso de canales de comunicación existentes o tradicionales, pero no identifica nuevos canales para la difusión; así como también falta conocimiento sobre los nombres correctos de los medios públicos municipales y su procedimiento para acceder a ellos. (página 15).
8. El documento no identifica con claridad los riesgos, ni explica la estrategia para eliminar o minimizar su impacto. Tampoco detalla la utilidad de la página web institucional. (página 15).
9. Los objetivos deberían ser redactados en infinitivo (pág. 16)
10. El documento plantea algunas actividades como una Casa Abierta y Ferias en 4 administraciones zonales, sin embargo; no identifica cómo ejecutarlas. Los productos se limitan a cuñas, spots, material POP y merchandising. (páginas 18 y 19).
11. El documento no identifica con claridad los indicadores de manera smart.
12. El documento no detalla el cronograma ni presupuesto.



COMUNICACIÓN INTERNA

1. El Documento recoge teoría donde su sustenta el planteamiento del plan de comunicación interna que al igual que en la comunicación externa, es innecesaria incorporarla como parte del plan (tal vez pueda ir como un anexo)
2. Al identificar la Táctica, podríamos hablar más bien de "Tipos de comunicación" y por otro lado en comunicación, el manejo del mensaje con términos como es una "obligación" puede generar resistencia. (Página 34).
3. Se identifican los riesgos pero no qué hacer para minimizar su impacto o cómo eliminar el mismo.
4. Los objetivos deberían ser redactados en infinitivo. Las actividades incluyen únicamente talleres, encuestas, reuniones de avances y cartelera. Se demanda desarrollar una propuesta estratégica con un enfoque propagandístico, informativo, participativo, inclusivo, generacional, género, etc. con productos, herramientas y actividades de tipo lúdico, de integración y empoderamiento con el proyecto. (pág. 37).

Las observaciones de la lectura del plan se contemplan en el documento adjunto en CD y enviado al gerente del proyecto vía e-mail.

