

FICHA TÉCNICA PARA CAMPAÑAS COMUNICACIONALES Y PUBLICITARIAS

Entidad Municipal:	FONDO AMBIENTAL DE QUITO	
Campaña:	MOVILIDAD SOSTENIBLE en el corazón de Quito Brandeo de 4 vehículos eléctricos cero emisiones resultado del del proyecto SOLUTIONSPLUS resultado de la XI convocatoria de fondos concursables desarrollada por el Fondo Ambiental, y el Convenio de Aportes de Inversión entre UEMI-Fondo Ambiental con fondos del Programa Horizonte 2020 de la Comisión Europea.	
Fecha de Ejecución:	17 de julio 2024 al 31 de octubre de 2024	
Tipo Campaña:	Comunicacional	
Grupo Objetivo:	PRIMARIO Prioridad habitantes, transeúntes, turistas nacionales e internacionales del Centro Histórico de Quito.	SECUNDARIO: Habitantes del Distrito Metropolitano de Quito.
1) JUSTIFICACIÓN Y PERTINENCIA DE LA CAMPAÑA		
<p>La incorporación de una imagen llamativa a través del brandeo de los autos que se utilizarán el plan piloto de movilidad eléctrica es esencial para promover el uso de vehículos eléctricos cero emisiones, como parte del compromiso del Distrito Metropolitano de Quito con la sostenibilidad y la reducción de la huella de carbono.</p> <p>La iniciativa no solo respalda los objetivos ambientales de la ciudad, sino que también mejora la calidad de vida de sus habitantes al reducir la contaminación del aire y el ruido. Esta campaña se alinea con los esfuerzos globales para combatir el cambio climático y refleja el liderazgo de Quito en la adopción de soluciones innovadoras para la movilidad urbana.</p>		
2) ANTECEDENTES:		
<p>El proyecto SOLUTIONSplus, financiado por el Programa Horizonte 2020 de la Comisión Europea, se implementa en Ecuador desde 2019.</p> <p>El 21 de febrero de 2020, se firmó un convenio entre la UEMI y el Fondo Ambiental para promover la electromovilidad mediante la fabricación local de 4 vehículos eléctricos ligeros y pruebas piloto en el Centro Histórico de Quito.</p> <p>En 2022, se lanzó una convocatoria de fondos concursables, y MTEC S.A. fue adjudicada para diseñar y fabricar vehículos eléctricos en Quito. En abril de 2024, se entregaron los productos del convenio alineado con el objetivo de reducir emisiones en el Centro Histórico de Quito.</p> <p>En la administración actual del Fondo Ambiental se ha logrado culminar el</p>		

proceso de diseño y fabricación de los vehículos, solventando tiempos de retraso y gestionando un desembolso pendiente de USD 72.573,16.

3) META y OBJETIVOS:

(La agencia debe considerar que es lo que esperamos lograr con la campaña, los indicadores podrán ser cuantitativos, así como cualitativos)

Meta: Presentar, socializar y entregar los vehículos eléctricos cero emisiones obtenidos del Convenio de Aportes de Inversión; y los objetivos de la Convocatoria de Fondos Concursables XI del Fondo Ambiental. Además, fomentar una cultura de movilidad sostenible en Quito mediante la promoción y uso de vehículos eléctricos cero emisiones.

Objetivos:

- Potenciar la percepción de Quito como una ciudad comprometida con la sostenibilidad y la innovación en movilidad.
- Generar un sentimiento de orgullo y responsabilidad ambiental entre los habitantes de Quito.
- Impulsar la imagen y compromiso del proyecto alineado al plan de gobierno local con el servicio y bienestar de la comunidad a través del trabajo y responsabilidad.

4) TONO DE LA COMUNICACIÓN

El tono de la comunicación será EMOCIONAL enfocado en lo positivo, inspirador y educativo, destacando los beneficios ambientales y sociales de la movilidad sostenible. Con lenguaje claro y accesible, haciendo referencia al apego de la ciudadanía con el Centro Histórico y su relación con la innovación tecnológica.

5) MENSAJES CLAVE (Es el concepto central que se quiere comunicar)

El mensaje enfatiza la sostenibilidad como un pilar fundamental.

La **movilidad** eléctrica representa una solución a largo plazo para el desafío de la contaminación urbana. Al destacar "**sostenible**", se subraya la durabilidad y el impacto positivo que estas prácticas tienen en el ambiente y la salud pública.

Ubicar la movilidad sostenible "**en el corazón de Quito**" no solo se refiere al Centro Histórico de la ciudad, que geográficamente se ubica en el núcleo del DMQ, sino también a la esencia de sus valores e historia como comunidad. Quito se posiciona como un líder en la región en cuanto a innovación y responsabilidad ambiental, mostrando que el cambio comienza desde el centro, tanto en sentido literal como figurado.

6) INSIGHTS (Es la comprensión fresca y no todavía obvia de las motivaciones o necesidades del ciudadano que puede convertirse en base para una ventaja competitiva). Ej.: Yo compro en la calle porque ayudo.

- **Con movilidad sostenible #QuitoRenace**
- Al elegir movilidad sostenible, contribuyo directamente a un Quito más limpio y saludable.
- Utilizar vehículos eléctricos no solo es moderno, es una responsabilidad

<p>con mi ciudad y el planeta.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser parte del cambio hacia la sostenibilidad me hace sentir orgulloso de mi ciudad y de mi papel como ciudadano. 	
7) MEDIOS SUGERIDOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad exterior: Brandeo de 4 vehículos eléctricos cero emisiones (2 autos para transporte de pasajeros, orientado al turismo y 2 autos de carga). • Material publicitario: Agendas ecológicas y esferos con la imagen de la campaña. • Redes Sociales: Posteos, animación, producción de vídeos y boletín. 	
8) ENTIDADES QUE PARTICIPAN	
<ul style="list-style-type: none"> • Fondo Ambiental de Quito • Secretaría de Movilidad de Quito • Empresa Pública Metropolitana de Transporte de Pasajeros de Quito • UEMI (Urban Electric Mobility Initiative) • Comisión Europea, Programa Horizonte 2020 • Empresa Pública Metropolitana de Gestión Integral de Residuos Sólidos 	
9) PRESUPUESTO	
Producción: USD 6.000	Pautaje: NO REQUIERE
10) DURACIÓN DE LA CAMPAÑA	
<p>- Tiempo: 3 meses</p> <p>- Fecha de Inicio: 17/ 07/2024</p> <p>- Fecha de Finalización: 31/10/2024</p>	
11) RESPONSABLES	
<p>- Aprobado por: Mónica Reinoso</p> <p>- Revisado por: Jennifer Carrera</p> <p>- Realizado por: Luis Guilcapi</p>	