



PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL **2026**

CONSEJO NACIONAL DE COMPETENCIAS

SECRETARIA EJECUTIVA

Myriam Pilar Zarsosa Osorio

COORDINADORA GENERAL TÉCNICA

María Clara Cabrera Miranda

ASESOR

Emil Josué Vinueza León

DIRECTOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Juan Francisco Trujillo

EQUIPO TÉCNICO

Dirección de Comunicación Social CNC

Juan Francisco Trujillo Guerrero

Augusto Xavier López Morales

Mireya del Cisne Samaniego Vásquez

Primera Edición, 2026

©Consejo Nacional de Competencias

Enero, 2026

Av. Amazonas entre Juan José Villalengua y Unión Nacional de Periodistas.

Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera.

Bloque Rojo, Tercer Piso, Ala Sur.

La reproducción parcial o total publicación, en cualquier forma y por cualquier medio mecánico o electrónico, está permitida siempre y cuando sea autorizada por los editores y se cite correctamente la fuente.

DISTRIBUCIÓN GRATUITA



ÍNDICE

Resumen Ejecutivo	5
1. Introducción	7
2. Contexto institucional y comunicacional	7
3. Objetivo general del Plan	7
4. Objetivos específicos	8
5. Públicos estratégicos	8
6. Enfoque estratégico de comunicación	9
7. Ejes comunicacionales alineados a la planificación 2026	9
7.1 Evaluación del desempeño y de competencias	9
7.2 Articulación territorial y resolución de conflictos	10
7.3 Fortalecimiento institucional a GAD	10
7.4 Mancomunamientos y gestión asociativa	11
8. Matriz operativa de comunicación 2026	11
8.1 Dirección de Monitoreo y Evaluación a GAD	12
8.2 Dirección de Articulación y Resolución de Conflictos	12
8.3 Dirección de Fortalecimiento Institucional a GAD	13
9. Cronograma trimestral de ejecución 2026	13
10. Caja de Mensajes Institucional 2026	14
10. 1 Mensaje marco institucional	14
10.2 Mensajes estratégicos por eje	14
10.3 Lineamientos	15
11. Lineamientos y políticas comunicacionales	15
11.1 Criterios editoriales obligatorios	16
11.2 Enfoques recomendados	16
11.3 Enfoques a evitar	16
11.4 Vicería	16
12 POA COMUNICACIONAL 2026 (SÍNTESIS OPERATIVA)	17

13. Seguimiento y evaluación	18
14. Consideraciones finales	18



Resumen Ejecutivo

Síntesis estratégica

El Plan de Comunicación Institucional 2026 acompaña la planificación técnica del Consejo Nacional de Competencias y traduce sus principales procesos en valor público comunicable. Está orientado a fortalecer la legitimidad institucional del CNC como ente técnico del Estado, en un contexto de alta sensibilidad política y proximidad electoral.

La comunicación se concibe como una herramienta de prevención de conflictos, pedagogía institucional y fortalecimiento de la gobernanza territorial.

Objetivo central

Posicionar al Consejo Nacional de Competencias como referente técnico nacional en descentralización, evaluación de competencias y articulación multinivel, mediante una comunicación basada en evidencia y orientada al servicio público.

Ejes prioritarios 2026

1. Evaluación del desempeño institucional y de competencias (IDI, gestión ambiental, TTTSV).
2. Articulación territorial y resolución preventiva de conflictos.
3. Fortalecimiento institucional de los GAD.
4. Impulso a la gestión asociativa y mancomunamientos.

Productos estratégicos de alto impacto

- Contenidos pedagógicos sobre evaluación de competencias.
- Campañas de socialización de mecanismos de participación (Silla Vacía, Consejos Consultivos).

- Catálogo nacional de capacitaciones a GAD.
- Casos de mancomunamientos exitosos.

Gobernanza del Plan

- Coordinación general: Dirección de Comunicación Social.
- Articulación técnica: Direcciones sustantivas.
- Viceraría institucional: Secretaría Ejecutiva.

1. Introducción

El presente Plan de Comunicación Institucional 2026 del Consejo Nacional de Competencias (CNC) se construye como un instrumento estratégico que acompaña, visibiliza y fortalece la ejecución técnica institucional prevista para el año 2026. Su formulación recoge los lineamientos del Plan de Comunicación 2025 y se articula directamente con la planificación operativa y técnica contenida en la presentación “Planificación 2026”, particularmente con los ejes de acción de las direcciones técnicas del CNC.

La comunicación se concibe como un habilitador de la gestión pública, fortalecer la gestión institucional y consolidar al CNC como referente nacional en materia de descentralización, ejercicio de competencias y gobernanza territorial.

2. Contexto institucional y comunicacional

El CNC cumple un rol estratégico en el fortalecimiento del proceso de descentralización del Estado, a través de la evaluación del ejercicio de competencias, la articulación entre niveles de gobierno, la resolución de conflictos competenciales y el fortalecimiento institucional de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD).

En un escenario marcado por limitaciones fiscales, alta sensibilidad política y proximidad de ciclos electorales, la comunicación institucional debe priorizar un enfoque técnico, preventivo y pedagógico, que permita:

- Visibilizar resultados y procesos sin politización.
- Posicionar la evidencia técnica como insumo para la toma de decisiones.
- Fortalecer relaciones de confianza con GAD, entes rectores, academia y ciudadanía.

3. Objetivo general del Plan

Fortalecer el posicionamiento institucional del Consejo Nacional de Competencias durante el año 2026, mediante una estrategia de comunicación integral que visibilice su gestión

técnica, consolide su rol como articulador del proceso de descentralización y genere valor para los Gobiernos Autónomos Descentralizados, gremios, aliados estratégicos y la ciudadanía.

4. Objetivos específicos

- Traducir los ejes técnicos y operativos del CNC en productos comunicacionales claros, accesibles y coherentes.
- Posicionar al CNC como ente técnico evaluador, articulador y facilitador de la gobernanza territorial.
- Fortalecer la relación institucional con los GAD, entes rectores, academia y actores estratégicos.
- Acompañar procesos sensibles o de conflictividad desde una comunicación preventiva, institucional y alineada a la normativa vigente.
- Consolidar criterios unificados de vocería y mensajes institucionales.

5. Públicos estratégicos

- Autoridades y equipos técnicos de los GAD (provinciales, municipales y parroquiales rurales).
- Entes rectores del Ejecutivo vinculados a las competencias.
- Consejeros del CNC.
- Academia, organismos de cooperación y expertos en descentralización.
- Medios de comunicación nacionales, locales y especializados.
- Ciudadanía interesada en gestión territorial y servicios públicos.

6. Enfoque estratégico de comunicación

El Plan de Comunicación 2026 se sustenta en el principio de que los aspectos técnicos se comunican cuando se traduce en impacto territorial.

Bajo este enfoque, la estrategia prioriza:

- Evidencia sobre opinión.
- Procesos sobre coyuntura.
- Prevención sobre reacción.
- Pedagogía institucional sobre confrontación o coyuntura política.

7. Ejes comunicacionales alineados a la planificación 2026

7.1 Evaluación del desempeño y de competencias

Dirección responsable: Dirección de Monitoreo y Evaluación a GAD

Enfoque comunicacional: Transparencia, evidencia y mejora continua.

Líneas de acción:

- Comunicación con enfoque pedagógico/educativo del Índice de Desempeño Institucional (IDI).
- Difusión de resultados de la Evaluación Integral de la Gestión Ambiental.
- Acompañamiento comunicacional a los procesos de evaluación de tránsito, transporte terrestre y seguridad vial.
- Productos comunicacionales:
- Gestión integral del riesgo de desastres: resultados por nivel de gobierno y capacidades
- Serie de infografías y videos cortos explicativos sobre el IDI: interpretación de resultados actualizados, por dimensiones, por nivel de gobierno, comparativo de años, etc.

- Gestión ambiental: tipo campaña de sensibilización como una previa a la evaluación que se ejecutará este año.
- Descentralización fiscal: tipo pastillas de definiciones, aspectos relevantes de recaudación eficiente, etc.
- Boletines informativos

7.2 Articulación territorial y resolución de conflictos

Dirección responsable: Dirección de Articulación y Resolución de Conflictos

Enfoque comunicacional: Gobernanza colaborativa, institucionalidad y prevención.

Líneas de acción:

- Difusión de mecanismos de participación y articulación (Silla Vacía, Consejos Consultivos, Cabildos Populares).
- Posicionamiento del rol mediador del CNC en conflictos competenciales.

Productos comunicacionales:

- Serie editorial y gráfica sobre herramientas de articulación territorial.
- Fichas explicativas de uso y beneficios de cada mecanismo.
- Lineamientos comunicacionales para el tratamiento de casos sensibles.

7.3 Fortalecimiento institucional a GAD

Dirección responsable: Dirección de Fortalecimiento Institucional a GAD

Enfoque comunicacional: Capacidades, acompañamiento técnico y aprendizaje institucional.

Líneas de acción:

- Visibilización de procesos de capacitación y asistencia técnica.

- Difusión de manuales, modelos de gestión y buenas prácticas.
- Acompañamiento a campañas nacionales sectoriales.
- Productos comunicacionales:
- Catálogo digital de capacitaciones y jornadas académicas 2026.
- Videos testimoniales de GAD beneficiarios.
- Fichas de buenas prácticas y modelos de gestión.
- Kits comunicacionales para campañas sectoriales. (Reciclaje y Banco de Alimentos).

7.4 Mancomunamientos y gestión asociativa

Dirección responsable: Dirección de Articulación y Resolución de Conflictos

Enfoque comunicacional: Soluciones territoriales compartidas y escala de impacto.

Líneas de acción:

- Difusión de procesos de conformación y fortalecimiento de mancomunamientos.
- Visibilización de experiencias territoriales prioritarias.

Productos comunicacionales:

- Serie de contenidos “Cuando los GAD se unen”.
- Mapas y visualizaciones de mancomunamientos activos.
- Casos de buenas prácticas

8. Matriz operativa de comunicación 2026

La siguiente matriz articula los ejes técnicos de la planificación 2026 con actividades y productos comunicacionales concretos, definiendo responsables, canales y frecuencia. Constituye la herramienta operativa central para la ejecución del Plan de Comunicación 2026.

8.1 Dirección de Monitoreo y Evaluación a GAD

Eje técnico	Producto comunicacional	Responsable técnico	Canal	Frecuencia
Índice de Desempeño Institucional (IDI)	Infografías explicativas (qué mide, niveles, utilidad)	DME / DCS	Redes sociales, web	Trimestral
Índice de Desempeño Institucional (IDI)	Campaña de alfabetización digital para el uso de KoboToolbox en el levantamiento de datos IDI. Serie de hasta 5 video-tutoriales "Paso a paso: Reporte IDI 2026".	DME / DCS	Redes sociales, web	Trimestral
IDI	Videos cortos pedagógicos	DME / DCS	Instagram, Facebook, YouTube	Trimestral
Evaluación ambiental	Difusión de la nueva metodología de evaluación de competencias ambientales (Áridos, Pétreos y Reforestación). Infografías comparativas por nivel de gobierno y Guía Rápida de Gestión Ambiental 2026.	DME / DCS	Web, mailing GAD	Por hito
TTTSV	Boletín informativo de avance o campaña	DME / DCS	Mailing GAD, web	Por hito

8.2 Dirección de Articulación y Resolución de Conflictos

Eje técnico	Producto comunicacional	Responsable técnico	Canal	Frecuencia
Silla Vacía	Piezas gráficas explicativas (Campaña de socialización)	DARTC / DCS	Redes sociales, web	Semestral
Consejos Consultivos	(Campaña de socialización)	DARTC / DCS	Web, repositorio	Anual
Cabildos Populares	(Campaña de socialización)	DARTC / DCS	Redes sociales, web	Semestral
Círculos Gerenciales	Cobertura de la "Gira de Círculos Gerenciales" y mesas de mediación en provincias críticas (Manabí, Galápagos, Napo).	DARTC / DCS	Redes sociales, web	
Fortalecimiento de mancomunamientos	Serie de contenidos "Cuando los GAD se unen"	DARTC / DCS	Redes sociales, web	Trimestral
Resolución de conflictos	Campaña enfocada en la prevención de conflictos de competencias	DARTC / DCS	Redes sociales Web, mailing	Por hito

8.3 Dirección de Fortalecimiento Institucional a GAD

Eje técnico	Producto comunicacional	Responsable técnico	Canal	Frecuencia
Capacitaciones	Catálogo digital de oferta formativa 2026	DFI / DCS	Web, mailing GAD y redes	Anual
Jornadas académicas	Artes de convocatoria y cobertura	DFI / DCS	Redes sociales, web	Por evento
Laboratorio de experiencias	Fichas/ infografías de buenas prácticas	DFI / DCS	Web, redes	Trimestral
Manuales de gestión	Notas explicativas/ resúmenes gráficos	DFI / DCS	Web, redes	Por producto
Campañas sectoriales	Impulso a la Campaña Nacional de Residuos Electrónicos y Banco de alimentos	DFIGAD / DCS	Mailing, web	Por campaña

9. Cronograma trimestral de ejecución 2026

El cronograma establece hitos comunicacionales alineados a la planificación técnica institucional, permitiendo ordenar cargas de trabajo y priorizar momentos de mayor impacto.

Primer trimestre (enero – marzo)

- Lanzamiento institucional del enfoque de evaluación 2026.
- Publicación de contenidos pedagógicos sobre IDI y evaluación ambiental.
- Campaña nacional de reciclaje residuos electrónicos
- Contenidos sobre Gestión Mancomunada de competencias y otras modalidades de Gestión
- Difusión de capacitaciones a GAD.
- Piezas explicativas sobre Silla Vacía y Consejos Consultivos.

Segundo trimestre (abril – junio)

- Comunicación de avances de levantamiento de información (evaluaciones).
- Cobertura de jornadas académicas y círculos gerenciales.
- Publicación de primeras fichas de buenas prácticas.

Tercer trimestre (julio – septiembre)

- Contenidos sobre mancomunamientos con buenas prácticas.
- Difusión de manuales y modelos de gestión.
- Refuerzo de narrativas de articulación territorial.

Cuarto trimestre (octubre – diciembre)

- Comunicación de resultados consolidados del año.
- Sistematización de aprendizajes institucionales.
- Evaluación comunicacional y ajustes estratégicos.

10. Caja de Mensajes Institucional 2026

La Caja de Mensajes constituye el insumo base para toda vocería y producción comunicacional del CNC durante 2026. Su uso es obligatorio para autoridades, directivos y equipos técnicos cuando se comuniquen con públicos externos.

10.1 Mensaje marco institucional

El Consejo Nacional de Competencias es el organismo técnico del Estado que fortalece la descentralización mediante la evaluación del ejercicio de competencias, la articulación entre niveles de gobierno y el acompañamiento a los GAD para mejorar la gestión territorial y garantizar derechos en el territorio.

10.2 Mensajes estratégicos por eje

Evaluación y desempeño

- Evaluar no es sancionar; es generar evidencia para mejorar la gestión pública.
- El IDI permite identificar capacidades institucionales y orientar decisiones técnicas.

Articulación y resolución de conflictos y Mancomunamientos

- El CNC promueve el diálogo técnico y la coordinación institucional.
- La prevención de conflictos fortalece la gobernanza territorial.
- La gestión asociativa permite resolver problemas comunes de forma eficiente.
- Los mancomunamientos fortalecen la escala y el impacto de la gestión local.

Fortalecimiento institucional a GAD

- Acompañar a los GAD es fortalecer el desarrollo territorial.
- La capacitación y la asistencia técnica generan capacidades sostenibles.

10.3 Lineamientos

- Los mensajes deben adaptarse al público, sin alterar su sentido técnico.
- En contextos sensibles, la vocería corresponde exclusivamente a la Secretaría Ejecutiva.
- Toda comunicación externa debe coordinarse con la Dirección de Comunicación.
- Para los insumos técnicos y validaciones que corresponda efectuar a la CGT, por medio de sus distintas direcciones, se solicitará a esta Coordinación, con copia a los directores técnicos

11. Lineamientos y políticas comunicacionales

- Uso obligatorio de la Caja de Mensajes Institucional 2026.
- Coordinación permanente entre Direcciones técnicas y la Dirección de Comunicación.
- Priorización de formatos reutilizables y producción in house.
- Enfoque diferenciado por público y canal.

11.1 Criterios editoriales obligatorios

- Lenguaje técnico, institucional y pedagógico.
- Enfoque en procesos, metodologías y normativa.
- Uso de evidencia y criterios técnicos verificables.
- Eliminación de adjetivación política o valorativa.

11.2 Enfoques recomendados

- Evaluación como herramienta de mejora continua, no de control.
- Articulación como prevención de conflictos competenciales.
- Fortalecimiento institucional como servicio público al territorio.

11.3 Enfoques a evitar

- Rankings públicos entre GAD.
- Comparaciones competitivas entre territorios.
- Personalización de logros en autoridades.
- Narrativas de confrontación interinstitucional.

11.4 Vicería

- En temas sensibles o conflictivos, la vicería corresponde exclusivamente a la Secretaría Ejecutiva.
- Toda comunicación externa debe alinearse a la Caja de Mensajes Institucional.

12 POA COMUNICACIONAL 2026 (SÍNTESIS OPERATIVA)

Actividades estratégicas

- Producción de contenidos pedagógicos por eje técnico.
- Cobertura y difusión de procesos de capacitación, evaluación y articulación.
- Implementación de campañas sectoriales.
- Monitoreo y evaluación trimestral del desempeño comunicacional.

Responsables

- Dirección de Comunicación Social: planificación, producción, seguimiento.
- CGT y Direcciones técnicas: insumos, validación técnica, vocerías especializadas.
- Secretaría Ejecutiva: validación estratégica y vocería institucional.

Productos mínimos anuales

- 4 campañas temáticas.
- 12 boletines.
- 1 informe anual de comunicación.
- Renovación de roll ups institucionales

Indicadores de control

- Cumplimiento del cronograma trimestral.
- Número de productos ejecutados por eje.
- Interacción de públicos estratégicos (GAD, entes rectores).
- Uso consistente de la Caja de Mensajes.

13. Seguimiento y evaluación

La evaluación del Plan de Comunicación 2026 se realizará de manera trimestral, considerando indicadores de producción, alcance, interacción y alineación estratégica con la planificación institucional.

14. Consideraciones finales

El Plan de Comunicación Institucional 2026 se constituye como un instrumento vivo, adaptable a la dinámica técnica y política del año, y orientado a consolidar una comunicación pública responsable, técnica y al servicio del desarrollo territorial.



CNC
Consejo Nacional de Competencias
www.competencias.gob.ec
[@competenciascnc](https://twitter.com/competenciascnc)

