

FICHA DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Programa Democracia Participativa y cogestión concertada del Buen Vivir
Proyecto Plan de Innovación y Fortalecimiento Comunicacional del GAD Municipal de Pedro Moncayo.
Equipo evaluador Karina Vaca **Fecha:** 31/07/2021

Descripción del proyecto
 En cumplimiento a lo que establece la Constitución de la República; la Ley Orgánica de Comunicación; el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD); y, la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública relacionada con los procesos de rendición de cuentas, el Plan de Innovación y Fortalecimiento Comunicacional del GAD Municipal de Pedro Moncayo, busca difundir masivamente las obras, proyectos y planes por ejecutarse y ejecutados. Además, de eventos oficiales y festivos transmitidos por medios locales y nacionales. Así como, la ejecución de los procesos contractuales planificados por la Unidad para el 2020. También, crear una imagen consolidada de la Institución, donde la competencia y la saturación de información que recibe el público no sean tan perjudiciales para la misma.

- Objetivos**
- 1.- Generar en el pueblo de Pedro Moncayo espacios de diálogo, transmisión y transparencia de la información municipal.
 - 2.- Fortalecer las líneas (campañas comunicacionales) que permitan fusionar el accionar del GAD con las políticas de la actual administración municipal.
 - 3.- Generar productos comunicacionales que posibiliten unir, conocer e informar a la ciudadanía de la gestión del GAD Pedro Moncayo.
 - 4.- Implementar acciones de contingencia y modernización tecnológica comunicacional.

Resumen Ejecutivo del Proyecto
 La comunicación en una institución es un "conjunto de reglas, principios, procedimientos y aplicaciones de intención persuasiva que, con recursos psicológicos e informativos, llevan a cabo acciones para influir en los destinatarios con el fin de conseguir en estos una adhesión permanente para ejercer y distribuir poder, y realizar el bien público". A nivel interno, se encarga de conocer la identidad de la institución para después plasmarla en todo el personal que trabaja en ella, mientras, que de puertas a fuera, busca crear credibilidad, demostrar relevancia y transmitir empatía.
 Es así que la comunicación institucional tiene como objetivo establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos con quienes se relaciona, adquiriendo una notoriedad social e imagen pública adecuada a sus fines y actividades.
 Siendo así, con el plan, se pretende renovar la comunicación del GAD Municipal a la ciudadanía, con nuevas estrategias alineadas al discurso institucional de la actual administración.

Nivel de cumplimiento Evaluación de resultados

Efectividad	100.00%	Resultados esperados	Nivel de avance programático				Tiempo en meses	
			Unidad de medida	Meta	Avance		Programado	Empleado
Eficacia	100.00%	R1. Plan de comunicación Social diseñado y gestionado en un 100% durante el 2020.	porcentaje	100%	50%	Verde	12	6
		R2. Gestión comunicacional aplicada en el cantón Pedro Moncayo aplicada de forma participativa, integrando los involucrados cantonales, regionales y nacionales.	porcentaje	100%	100%	Verde	12	12
		R3. El equipamiento tecnológico comunicacional en perfecto estado de funcionamiento debido a la aplicación del plan de contingencia respectivo.	porcentaje	100.00	0%	Rojo	0	0
		R4. La información de la gestión municipal se transparenta de forma permanente y en todos los medios de comunicación posibles.	porcentaje	100,00	100%	Verde	12	12

Evaluación presupuestaria

Fuentes de financiamiento		Presupuesto	Final	Empleado
GAD Municipal de Pedro Moncayo		100.000,00	79.834,13	7.029,40
Total		100.000,00	79.834,13	7.029,40

Beneficio/costo Análisis beneficio/costo - multicriterio

Criterios	Beneficio identificado	Calificación	Valoración
-----------	------------------------	--------------	------------



Comunicacional	Implementar el Plan de Innovación y Fortalecimiento del Sistema Comunicacional del GAD Municipal de Pedro Moncayo, con la finalidad de mantener informada de forma permanente a la población del cantón y a la vez mostrar de forma transparente la gestión de la administración municipal.	Alto	4.00
Organizacional	Fortalecer las líneas directas de comunicación con la ciudadanía a través de una alianza pública - privada con medios de comunicación local.	Alto	4.00
Político	Difundir de una manera clara y sencilla la información a la ciudadanía de la gestión municipal, generando procesos de conocimiento, aprendizaje y criterio de	Alto	4.00
Ecónomico	Dinamización de la economía local.	Medio	2.00
Tecnológico/ Metodológico	Modernizar el equipo técnico de comunicación para mejorar la producción, inmediatez y calidad de la información a la ciudadanía.	Bajo	0.00
Valoración de beneficios			14.00
Criterios	Costo Identificado	Calificación	Valoración
Social	Conocimiento y concientización de las medidas de bioseguridad ante la pandemia.	Alto	4.00
Ecónomico	Optimización de recursos en tiempos de crisis.	Alto	4.00
Organizacional	Respuesta inmediata mediante campañas emergentes de acuerdo a las disposiciones del COE Cantonal.	Alto	4.00
Político	Fortalecimiento de la imagen institucional a la ciudadanía (Confianza)	Alto	4.00
Tecnológico/ Metodológico	Optimización de recursos en tiempos de crisis.	Alto	4.00
Valoración de costos			20.00
Relación beneficio/costo			0.70

Análisis cualitativo

Cite tres **aspectos positivos** del proyecto:

1. Se establece una comunicación horizontal entre la ciudadanía y la autoridad.
2. Fortalecimiento institucional entre el GAD Municipal con los medios de comunicación local y nacional.
3. Fortalecimiento de la imagen e identidad institucional con la ciudadanía.

Cite tres **temas a mejorar**:

1. Planificar desde todas las áreas de gestión del GAD Municipal acciones de prevención y destinar presupuesto para situaciones de emergencia.
2. Capacitación a los funcionarios en situaciones de emergencia.
3. Coordinación con las demás instituciones de Estado en la aplicación de acciones emergentes.

Cite tres **aprendizajes** claves:

1. Colaboración de la ciudadanía con el GAD Municipal en la consecución de acciones para su bienestar.
2. La comunicación es indispensable en situaciones de emergencia, ya que la ciudadanía busca estar informada constantemente sobre el tema preocupante.
3. Lineamientos comunicacionales en situaciones de emergencia.

Análisis de **supuestos**:

1. La gente pedromoncayense conoce de la pandemia en un 100%.
2. Se han realizado suficientes campañas de información sobre la prevención de la covid19.
3. Más de un 50% de la ciudadanía ha tomado conciencia de la mortalidad del virus.

DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL

LISTADO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS QUE PAUTARON PUBLICIDAD Y PROPAGANDA: ART. 7º Reglamento a la Ley Orgánica de Comunicación



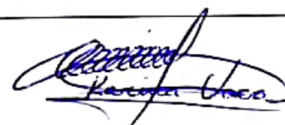
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	No. DE MEDIOS	MONTO CONTRATADO	Detallar del espacio pautado	NOMBRES DE MEDIOS	CANTIDAD DE ESPACIOS PAUTADOS (Tiempo: minutos, publicaciones)	PONGA EL PORCENTAJE DEL PPTO. DEL PAUTAJE QUE SE DESTINÓ A MEDIOS NACIONALES	PONGA EL PORCENTAJE DEL PPTO. DEL PAUTAJE QUE SE DESTINÓ A MEDIOS INTERNACIONALES
Radio:	1	\$ 3.200,00	Contratación de 14 programas "El Alcalde y la comunidad" en un medio de comunicación radial local.	Inti Pacha	450 minutos.	0	0
Medios digitales:	2	\$ 3.200,00	Contratación de la producción de piezas comunicacionales sobre la gestión municipal. (Producción de 9 animaciones de prevención del Covid19).	Redes sociales institucionales.	2,50 segundos	0	0
Impreso	3	\$ 629,40	Contratación de servicios de publicaciones en medios impresos.	El Telégrafo	Espacio blanco y negro de (14,26 x 31,04 cm)		0
Medios digitales:	4	\$ -	Los acontecimientos municipales publicados en las REDES SOCIALES (Facebook, Instagram, Twitter y grupos de whatsapp institucional)	Redes sociales institucionales.	Espacio permanente (sin contratación)	0	0

Conclusiones:

Toda planificación y actividad programada para ejecutarse en el año 2020 se modificó tras la declaratoria de emergencia nacional y mundial por la Covid19. Los esfuerzos desde todos los sectores públicos se destinaron a enfrentar la pandemia, y los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales no fueron la excepción. Actualmente seguimos enfrentando este mal mundial, mismo que tomó a la humanidad de sorpresa y sin armas ni recursos. Todos los esfuerzos desde la Unidad de Comunicación Social como integrante de las mesas de trabajo del Comité de Operaciones de Emergencia (COE), fueron a generar campañas de información, concientización y brindar información de primera mano sobre las resoluciones y acciones del Gobierno Nacional y local ante la pandemia.

Recomendaciones:

Tomar conciencia.
Generar propuestas comunicacionales encaminadas al desarrollo y fortalecimiento de la comunicación institucional, pero, además, destinar propuestas y presupuestos para el manejo de una comunicación en crisis.



Karina Vaca

**COORDINADORA DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO**

