

FICHA DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Programa	Democracia Participativa y cogestión concertada del Buen Vivir		
Proyecto	Plan de Renovación de la Imagen Institucional y fortalecimiento de la Comunicación Interna y Externa del GAD Municipal de Pedro Moncayo		
Equipo evaluador	Rodrigo Novillo	Fecha	30/10/2020

Descripción del Proyecto	En cumplimiento a lo que establece la Constitución de la República y la normativa relacionada con los procesos de rendición de cuentas, el GAD Municipal busca difundir masivamente los obras, proyectos y planes por ejecutarse y ejecutados, además de eventos oficiales y festivos transmitidos por medios locales y nacionales. Además de los procesos contractuales planificados dentro de la Dirección de Comunicación Social para el 2019.	1. Socializar a la población de Pedro Moncayo sobre la ejecución de proyectos y actividades del GAD Municipal de Pedro Moncayo. 2. Socializar a la población de Pedro Moncayo sobre la realización de los procesos de Rendición de Cuentas en el marco de lo que establece la ley y por propia iniciativa de la administración como política pública. 3. Generar en la ciudadanía espacios de diálogo y transmisión de información para una valoración del accionar del GAD con insumos suficientes.
	Resumen Ejecutivo del Proyecto	La Comunicación entendiéndola como un eje interdisciplinario y transversal en la dinámica social, es vital para el desarrollo de la gente. Los procesos de comunicación también son centrales para prácticas más amplias de empoderamiento a través de las cuales las personas comprenden sus problemas, consideran y discuten ideas, negocian y participan en debates a niveles comunitarios, locales, regionales, nacionales y lo más importante, posibilitan el encuentro de un terreno de acción común, y crea un clima de identificación y participación para poner en práctica sus decisiones mismos que puede ser útil en el largo y delicado proceso de cambio de comportamientos y modos de vida. Siendo así, es necesario renovar, refrescar la comunicación desde el GAD Municipal a la ciudadanía, con nuevas estrategias alineadas al discurso institucional de la actual administración. Estas estrategias deberán ir enmarcadas en fortalecer lo existente, tal cual, como John Thompson manifiesta: "El desarrollo de los medios de comunicación crean nuevas formas acción e interacción y nuevos tipos de relaciones humanas, mismas que se han separado del espacio físico, lo que supone que los individuos pueden relacionarse unos con otros, incluso sin compartir una ubicación espacio-temporal común denominándola Interacción mediática y casi-mediática"; (fortalecer la relación con los medios de comunicación local, TICs, redes sociales) y crear espacios de diálogo directo entre el GAD y la gente, "Interacción cara - cara" donde los individuales pueden generar un vínculo directo con el emisor, preguntar, responder y comunicarse no solo verbalmente, sino corporalmente, gestualmente y simbólicamente. Una teoría de la Comunicación es el pensamiento dialéctico "la dialéctica no es más que la ciencia de las leyes generales del movimiento y la evolución de la naturaleza, de la sociedad humana y del pensamiento", este planteamiento ratifica que es necesario realizar una transformación, renovar y fortalecer la imagen institucional y comunicación con la gente.

Nivel de cumplimiento	Ejecución de actividades							
Efectividad 100.00%	Eficacia 100.00%	Resultados esperados	Avance de las actividades programadas				Urgencia en meses	
			Indicador - Parámetro	Meta	Avance	Avance	Programado	Ejecutado
		R1. Plan de comunicación Social diseñado y gestionado en un 100%	porcentaje	100%	100%	100%	12	12
		R2. Gestión comunicacional aplicada en el cantón Pedro Moncayo aplicada de forma participativa, integrando los involucrados cantonales, regionales y nacionales.	porcentaje	100%	100.00	100%	12	12
		R3. El equipo tecnológico comunicacional en perfecto estado de funcionamiento debido a la aplicación del plan de contingencia respectivo	porcentaje	100.00	-	0%	6	0
		R4. La información de la gestión municipal se transparente de forma permanente y en todos los medios de comunicación posibles.	porcentaje	100.00	100.00	100%	12	12

Eficacia 100.00%	Membros de la Unidad Ejecutora		Presupuesto		
			Presupuesto	Realizado	Porcentaje
	GAD Municipal de Pedro Moncayo		65.000,00	65.000,00	22.718,91
	Total		65.000,00	65.000,00	22.718,91

Beneficio/costo	Beneficio	Fortalecimiento de la difusión de la gestión municipal en las 5 parroquias con: piezas comunicacionales, campañas de comunicacionales, volanteo, perofoneo.	Alto	4,00
		Asesoramiento y manejo de la imagen institucional.	Alto	4,00
	Organizacional	Con información veraz y precisa de manera oportuna, se fortaleció la política institucional de servicio a la ciudadanía.	Alto	4,00
	Político	Como efecto del trabajo de promoción, se genera un dinamismo en la economía local.	Alto	4,00
	Ecónomico	Utilización del equipo tecnológico con que cuenta la Unidad de Comunicación.	Alto	0,00
	Tecnológico/Metodológico	Valoración de beneficios		16,00
	Costo	Valoración de costos		20,00
	Relación beneficio/costo			0,80

Beneficio/costo	Beneficio	Aporte en la dinamización de la economía, emprendimientos y aplicación de proyectos.	Alto	4,00
		Mejora en la calidad de vida de 40.000 pedromoncayenses	Alto	4,00
	Organizacional	A más del fortalecimiento de la institución, se promueve la organización de los barrios comunidades, organizaciones de primer y segundo grado, ect.	Alto	4,00
	Político	Fortalecimiento de la imagen institucional hacia la ciudadanía (Confianza)	Alto	4,00
	Tecnológico/Metodológico	Adquisición de insumos tecnológicos	Alto	4,00
	Valoración de costos			20,00
	Relación beneficio/costo			0,80

Análisis cualitativo				
Cite tres aspectos positivos del proyecto:				
1. Fortalecimiento institucional				
2. Fortalecimiento comunicacional - Difusión e información precisa.				
3. Apoyo en la dinamización de la economía local mediante el fortalecimiento turístico.				

Cite tres temas a mejorar:				
1. Adquisición, manejo de insumos tecnológicos y capacitación.				
2. Organización y formación de criterios de valoración de información.				
3. Trabajo en equipo con responsabilidad propia				

Cite tres aprendizajes claves

1. Equipo tecnológico
2. Manejo de campañas
3. Directrices comunicacionales para cada evento dentro de la comunicación local

Análisis de supuestos:

1. La gente pedromoncayense conoce al 100% de la gestión de la Alcaldía de Pedro Moncayo
2. Se ha promocionado en un 90% los lugares turísticos del cantón Pedro Moncayo
3. La economía local a incrementado en un 50%

DIFUSION Y COMUNICACIÓN DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL

LISTADO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS QUE PAUTARON PUBLICIDAD Y PROPAGANDA: ART. 70 Reglamento a la Ley Orgánica de Comunicación

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	No. DE MEDIOS	MONTO CONTRATADO	Detallar del espacio pagado	NOMBRES DE MEDIOS	CANTIDAD DE ESPACIOS PAUTADOS (Tiempo: minutos, publicaciones)	INDIQUE EL PORCENTAJE DEL PPTO. DEL PAUTAJE QUE SE DESTINO A MEDIOS LOCALES Y REGIONALES	PONGA EL PORCENTAJE DEL PPTO. DEL PAUTAJE QUE SE DESTINO A MEDIOS NACIONAL	LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PAG. WEB DE LA INSTITUCIÓN
Radio:	1	\$ 6.598,41	Contratación de 22 programas "El Alcalde y la comunidad" en un medio de comunicación radial local.	Intipacha	550 minutos.	6.598,41	0	https://www.facebook.com/GADpedromoncayo/
Televisión:	1	\$ 8.000,00	ECLAVISA - PAUTAJE 7 DIAS HORARIO - 19 emisiones del spot de 30 segundos.	Ecuavisa TV Ecuador	9,50 minutos	-	8000	https://www.facebook.com/GADpedromoncayo/
Medios digitales:	2	\$ -	Los acontecimientos municipales publicados en las REDES SOCIALES y grupos de whatsapp institucional	Redes sociales institucionales.	Espacio permanente (sin contratación)		0	https://www.facebook.com/GADpedromoncayo/
Afiches y volantes	5	\$ 2.758,50	Afiches promocionales de los eventos del GAD Municipal de Pedro Moncayo se difunden a nivel regional	Imprenta			0	

Conclusiones:

1. Con la aplicación de las estrategias comunicacionales planteadas en este año, se observó un mayor conocimiento de la gestión de la Alcaldía por parte de los pedromoncayenses. Además, del fortalecimiento institucional con la aplicabilidad del asesoramiento institucional.

Recomendaciones:

1. Al ser la comunicación el eje medular en la interacción ciudadanía - institución se debería mantener el apoyo constante en la generación de piezas comunicacionales, así como instrumentos que permitan informar de mejor manera a la ciudadanía.

Rodrigo Novillo Cahueñas
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL (E)
GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO

