



Tabacundo, 03 de enero del 2019  
Oficio N.- 003 UCS- GAD - MPM

Ingeniero  
Frank Borys Gualsaqui  
**ALCALDE DEL GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO**  
Presente.

Estimado Sr. Alcalde.

Reciba un atento y cordial saludo y el deseo de éxitos en las actividades a usted encomendadas en beneficio de la academia y sus estudiantes.

Por medio de la presente me permito poner en su conocimiento el Informe Final 2018 de la Unidad de Comunicación Social, además del Informe del Proyecto, Matriz de LOTAIP y POA del 2018.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente;

Manuel Adrián Navarrete  
**ANALISTA DE COMUNICACIÓN SOCIAL ( E )**  
**GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO**





## INFORME FINAL DE GESTIÓN DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Fecha: 2018 – 12- 28

### 1. DATOS GENERALES

**DE:** Manuel Adrián Navarrete  
**ANALISTA DE COMUNICADOR SOCIAL ( E )**

**PARA:** Ing. Frank Borys Gualsaqui  
**ALCALDE DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO**

### 2. OBJETIVOS DE LA GESTIÓN:

La Unidad de Comunicación Social, para el cumplimiento de su misión, tiene definido los siguientes objetivos:

- Implementar un plan de comunicación interno que permita difundir el trabajo de cada dependencia, con la finalidad de mantener informados a los funcionarios sobre los objetivos, misión, visión y gestión de la administración
- Implementar un plan de comunicación externo que permita difundir a la ciudadanía el trabajo que la administración dentro del cantón
- Investigar recopilar y difundir información relativa a la gestión del GAD Municipal de Pedro Moncayo a través de la página web, redes sociales, medios de comunicación.

### 3. ANTECEDENTES

Entiéndase a la comunicación como un fenómeno inherente al ser humano y a todas sus formas de interacción tanto entre personas como en el ambiente que le circunda. La comunicación, dentro de este concepto tiene carácter de imperativo cuando se trata de evidenciar todos los procesos y sus actores sociales. Desde la Unidad de Comunicación Social se ha buscado las herramientas necesarias que permitan mostrar al ciudadano y ciudadana cada una de las actividades que llevamos a cabo. Todo esto en un contexto donde las estrategias sobran pero las herramientas faltan (acceso a redes sociales) se ha vuelto necesario considerar la manera en que llegamos al receptor. Siendo así, el accionar del departamento de Comunicación Social ha buscado estrategias que permitan hacer de este ejercicio una práctica cotidiana, con credibilidad y por sobre todo, una loable tarea.

Este documento tiene por razón informar las distintas actividades que se realizaron durante este período. Luego de recibir la notificación respectiva, se procede con la presentación y la justificación de las diferentes actividades realizadas mediante un informe.

### 4. METODOLOGÍA

La metodología aplicada a nuestro trabajo de campo ha sido el método etnográfico, este según Anthony Giddens, es el estudio directo de personas o grupos durante un cierto período, utilizando la observación participante o las entrevistas para conocer su comportamiento social. La etnografía es uno de los métodos más relevantes que se utilizan en investigación cualitativa y para proyectos comunicacionales.

Nuestra metodología comunicacional ha sido de carácter exploratoria. Ésta a palabras de Jaqueline Hurtado “consiste en indagar acerca de un fenómeno poco conocido, sobre el cual hay poca información o no se han realizado investigaciones anteriores, con el fin de explorar la situación. El objetivo de este tipo de investigación puede ser el de identificar aspectos para definir mejor algún evento o formular investigaciones en otros niveles”.

La metodología Analítica nos ha permitido entender, según Mario Bunge “las situaciones en términos de las relaciones de sus componentes. Intenta descubrir los elementos que componen cada totalidad y las interconexiones que da cuenta de su integración”.

Nuestro enfoque metodológico también ha sido de carácter predictiva con lo que hemos podido observar un evento durante cierto tiempo, describirlo, analizarlo y buscarle explicaciones y factores relacionados entre sí, de modo tal que logremos anticipar cuál será el comportamiento futuro o la tendencia de ese evento.

##### 5. PRINCIPALES INDICADORES DE LA GESTIÓN

Para dar fiel cumplimiento a las metas y objetivos planteados, es necesario mencionar que la Unidad de Comunicación Social trabaja en equipo, es decir, cada pieza comunicacional que se genera tiene relación con el accionar de cada uno de los integrantes, en la generación de la idea, en la guionización, en la producción y en la post producción. Por cuanto, cada producto comunicacional, cada interacción de la unidad con la ciudadanía, tiene relación con todo el equipo.

INDICADOR	META
Contratación de los servicios de Fortalecimiento de la Comunicación Integral del GAD Municipal de Pedro Moncayo	Desde mayo a octubre de 2018 se realizó la contratación del mencionado servicio. Mismo que se llevó a cabo a satisfacción de la institución. Los pagos se realizaron contra-entrega 70 y 30 respectivamente.
Videos de promoción y propaganda institucional	133
Horas de producción (pre – producción y post- producción audio, video, locaciones, casting, motion graphics).	1500
Grabaciones cuñas	308
Producción del programa “Primero La Gente”	7
Reportajes para Pichincha Universal	16
Guiones para productos audiovisuales	125
Minutos Cívicos	41
Boletines de Prensa	33
Horas en animación de eventos	260
cobertura de eventos	340
Diseños (afiches, reconocimientos, dípticos,	364

trípticos, volantes, gigantografías, isotipos – imagen institucional)	
---	--

#### 6. RESUMEN NARRATIVO DE LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES

Considerando los indicadores que se han presentado y que todos estos han sido ejecutados durante todo el accionar tienen las actividades por meses.

Además en el presente resumen, se detallará las acciones más trascendentes ejecutadas desde la unidad, sin dejar de informar en el ítem anterior las acciones cumplidas a cabalidad en pre y post producción para obtener un producto comunicacional, una cobertura o una intervención en asesoramiento, protocolo e imagen.

MESES	ACTIVIDAD	RESULTADO	OBSERVACIONES
ENERO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minutos Cívicos</li> <li>• Creación de piezas comunicacionales.</li> <li>• Grabaciones de cuñas radiales, perifoneos y guiones de video.</li> <li>• Creación de guiones para productos comunicaciones.</li> <li>• Agenda Alcaldía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se cambió el formato de los minutos cívicos para darle más dinamismo y un interés social al ciudadano. Para ello realizamos la entrega de reconocimientos a todos nuestros ciudadanos de acuerdo a la temática sugerida.</li> <li>• Empezamos con la producción de videos resaltando el ámbito social por sobre el institucional.</li> <li>• Se elaboraron 2 videos institucionales más relevantes.</li> <li>• Para cada campaña, pieza comunicacional tiene su pre-producción, mismo que implica tener guión, producción, difusión.</li> </ul>	Se cubrió al 100% la agenda de actividades de Alcaldía
FEBRERO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Segundo Encuentro de Patrimonios.</li> <li>• Gira de Medios.</li> <li>• Expectativa programa Relatos</li> <li>• Minutos Cívicos</li> <li>• Videos</li> <li>• Agenda Alcaldía</li> <li>• Creación de piezas comunicacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Más de 10 medios entre locales y nacionales tanto televisivos como escritos nos recibieron para lo que fue la promoción de nuestro Segundo Encuentro de Patrimonios.</li> <li>• Dimos inicio, mediante un foro, a la presentación</li> </ul>	Se cubrió al 100% la agenda de actividades de Alcaldía

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minutos Cívicos</li> </ul>	<p>del programa Relatos con lo que buscamos mantener vivo el legado ancestral y místico de nuestro pueblo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación, producción y guión de 8 videos institucionales.</li> <li>• Producción, protocolo y logística de 3 minutos cívicos</li> </ul>	
MARZO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inicio del proceso de contratación de los servicios de Fortalecimiento de la Comunicación Integral del GAD Municipal de Pedro Moncayo.</li> <li>• Mushuc Nina</li> <li>• Rendición de Cuentas 2017 en todas las parroquias</li> <li>• Carnaval</li> <li>• Promo Guioneros</li> <li>• Semana Santa</li> <li>• Primer Video Relatos</li> <li>• Agenda Alcaldía</li> <li>• Creación de piezas comunicacionales</li> <li>• Minutos Cívicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de Proyecto, TDRs, solicitud de partida presupuestaria, etc.</li> <li>• Se grabó un spot promocional para la fiesta sagrada del Mushuc Nina.</li> <li>• Se realizó la logística, producción y protocolo de todas rendiciones de cuentas a nivel cantonal.</li> <li>• Se dio seguimiento a toda la agenda del Señor Alcalde.</li> <li>• Creación, producción y guión de 18 videos institucionales</li> <li>• Producción, logística y protocolo de 4 minutos cívicos</li> </ul>	Se cubrió al 100% la agenda de actividades de Alcaldía
ABRIL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Semana Santa</li> <li>• Videos institucionales Día del trabajador</li> <li>• Segundo programa de Relatos</li> <li>• Agenda Alcaldía.</li> <li>• Creación de piezas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se produjo dos spots sobre el día del trabajador. Uno de carácter social y otro institucional con el que intentamos promover una cultura más proactiva en nuestros funcionarios.</li> </ul>	Se cubrió al 100% la agenda de actividades de Alcaldía

	comunicacionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se dio seguimiento a toda la agenda del Señor Alcalde.</li> <li>• Creación, producción y guión de 17 videos institucionales</li> </ul>	
MAYO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Día de la Madre.</li> <li>• Promo expectativa San Pedro.</li> <li>• Inauguración Asfaltado Vía Tocachi – Malchinguí.</li> <li>• Agenda Alcaldía</li> <li>• Creación de piezas comunicacionales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Videos de promoción y propaganda institucional para el Día de la Madre.</li> <li>• Elaboración de spot publicitario por el día de la madre.</li> <li>• Elboración del Scrypt audiovisual por las fiestas de San Pedro, además de los productos que contempla la campaña de promoción (piezas comunicaciones radiales, impresos y de video).</li> <li>• Creación y producción del evento de inauguración del asfaltado de la Vía Tocachi – Malchinguí.</li> <li>• Creación, producción y guión de 15 videos institucionales</li> <li>• Producción, logística y protocolo de 4 minutos cívicos</li> </ul>	Se cubrió al 100% la agenda de actividades de Alcaldía
JUNIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spot Fiestas San Pedro</li> <li>• Gira de Medios</li> <li>• Spot Reina de Tupigachi</li> <li>• Btl Fiestas San Pedro</li> <li>• Día del Niño</li> <li>• Agenda Alcaldía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Con respecto a Fiestas de San Pedro, varias fueron las actividades que realizamos. Entre ellas podemos destacar las siguientes:</li> <li>• Visita a medios Nacionales como Tc televisión; Diario El Comercio; Gamavisión; Ecuador Tv entre otros medios locales.</li> <li>• Realizamos un BTL por las calles de Quito e Ibarra y en sus principales parques donde llegamos con una muestra de danza y</li> </ul>	Se cubrió al 100% la agenda de actividades de Alcaldía

		<p>atractivos para invitar a los turistas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Durante una semana a media noche realizamos una activación de nuestra fiesta Sanpedrina por las principales calles de Tabacundo.</li> <li>• Se realizó la producción, realización y guión de la fiesta de San Pedro con las principales figuras artísticas de cada uno de los grupos de danza del Cantón.</li> <li>• Se realizó un spot publicitario por el día del niño.</li> <li>• Creación, producción y guión de 12 videos institucionales</li> <li>• Producción, logística y protocolo de 4 minutos cívicos</li> </ul>	
JULIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Récord Guinness</li> <li>• Rueda de Prensa</li> <li>• Gira de Medios</li> <li>• Convocatoria Medios</li> <li>• Producción Saludos de Famosos</li> <li>• Logística y Evento Guinness</li> <li>• Agenda Alcaldía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durante este mes pusimos todo nuestro contingente en la consecución del Récord Guinness. Por lo que destacamos las siguientes actividades:</li> <li>• Coordinación de 2 Ruedas de Prensa nacional y local.</li> <li>• Elaboración 3 de Boletines de Prensa invitando a contar con el apoyo de medios nacionales, locales y extranjeros.</li> <li>• Visita a medios Nacionales como Tc televisión; Diario El Comercio; Gamavisión; Ecuador Tv entre otros medios locales.</li> <li>• Grabación diaria del proceso de colocación de rosas para la consecución del Guinness</li> <li>• Producción y coordinación de 32 artistas nacionales</li> </ul>	Se cubrió al 100% la agenda de actividades de Alcaldía

		<p>invitando a la consecución del Récord Guinness.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinación para la cobertura de 50 medios de comunicación internacionales, nacionales y locales.</li> <li>• Creación, producción y guion de 8 videos institucionales</li> <li>• Producción, logística y protocolo de 4 minutos cívicos</li> </ul>	
AGOSTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecto de Agua Potable Chiriyacu.</li> <li>• Guiones</li> <li>• Producción</li> <li>• Campaña de Concienciación</li> <li>• Postproducción</li> <li>• Protocolo</li> <li>• Agenda Alcaldía</li> <li>• Producción del Programa "Primero La Gente".</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Este mes se procuró concienciar a la ciudadanía sobre el cuidado y la importancia de la obra ejecutada para ello realizamos spots publicitarios y campañas de concienciación sobre el agua.</li> <li>• Producción, realización y guión del spot "Los Guardianes del Agua"</li> <li>• Producción, realización y guión "De donde viene el agua que tomamos los pedromoncayenses"</li> <li>• Producción, realización y guion de video "dar dignidad"</li> <li>• Creación, producción y guión de 12 videos institucionales</li> <li>• Producción, logística y protocolo de 4 minutos cívicos.</li> <li>• En la Radio Parlante La Voz de Mi Barrio y vía Facebook Live se generó el programa de la Alcaldía de Pedro Moncayo "Primero La Gente" el primer y último sábado de cada mes, a partir de las 16h00.</li> </ul>	<p>Se cubrió al 100% la agenda de actividades de Alcaldía.</p> <p>El programa radial se lo llevó a cabo hasta el mes de noviembre.</p>
SEPTIEMBRE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reina del Cantón</li> <li>• Spot publicitario</li> <li>• Gira de Medios</li> <li>• Protocolo y Etiqueta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gira de medios con las candidatas a Reinas del Cantón.</li> <li>• Talleres continuos de protocolo y etiqueta para</li> </ul>	<p>Se cubrió al 100% la agenda de actividades de Alcaldía</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agenda Alcaldía</li> </ul>	<p>las candidatas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spots personalizados con cada una de las candidatas.</li> <li>• Producción, realización y guion de video “dar dignidad”</li> <li>• Creación, producción y guión de 4 videos institucionales</li> <li>• Producción, logística y protocolo de 1 minuto cívico</li> </ul>	
OCTUBRE	Finalización de proceso contractual de los servicios de Fortalecimiento de la Comunicación Integral del GAD Municipal de Pedro Moncayo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizó por parte del contratista el cumplimiento a lo estipulado en el contrato y los TDRs.</li> </ul>	
NOVIEMBRE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiestas de Mama Naty</li> <li>• Spot Sindicato de Trabajadores</li> <li>• Agenda Alcaldía</li> </ul>	<p>Logramos apropiar el sentido ritualístico de la festividad de Mama Nati a través de productos que resaltaron la importancia de este evento.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación, producción y guión de 6 videos institucionales</li> <li>• Producción, logística y protocolo de 3 minutos cívicos.</li> </ul>	Se cubrió al 100% la agenda de actividades de Alcaldía
DICIEMBRE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Navidad</li> <li>• Entrega de caramelos en todas las parroquias</li> <li>• Producción y Logística</li> <li>• Grabación Spot Navidad</li> <li>• Animación de Eventos</li> <li>• Agenda Alcaldía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación, producción y guión de 8 videos institucionales</li> <li>• Producción, logística y protocolo de 3 minutos cívicos</li> </ul>	Se cubrió al 100% la agenda de actividades de Alcaldía

## 7. RESUMEN DEL CUMPLIMIENTO DE METAS

De acuerdo a la Planificación Orgánica Anual (POA), podemos decir en resumen que se ha cumplido al 100% las metas propuestas. Hemos logrado consolidar el plan inicial que buscamos mediante la optimización de los recursos que tuvimos. La Unidad de Comunicación Social ha logrado consolidar de manera positiva interna y externamente su imagen, trabajando en ejes sociales, políticos, culturales y organizacionales, demostrando de esta manera que somos un equipo de trabajo comprometido con esta Administración. Mención aparte merece también el grupo de chicos y chicas Pasantes que nos han acompañado durante estos últimos meses. A ellos también gracias por todo.

## 8. CONCLUSIONES

La Unidad de Comunicación Social se ha consolidado como un grupo pequeño pero con ganas de hacer grandes cosas. Hemos logrado, con la base profesional de buenos funcionarios, un trabajo renovado tanto en lo organizacional como en lo social. Nuestra proyección abarca a cada uno de los ciudadanos que son desde quienes hablamos y son los verdaderos protagonistas de nuestro lema político "Primero La Gente".

## 9. RECOMENDACIONES

Se recomienda la adquisición de más accesorios para filmaciones

Se recomienda contar con los recursos económicos necesarios para realizar un pautaje a nivel nacional y de esta manera se pueda consolidar al Cantón en temas turísticos, sociales, políticos y culturales.

## 10. PROXIMOS PASOS

Vamos a promover campañas que intenten resaltar el trabajo que hemos realizado durante todos estos años. Nos enfocaremos en resaltar los ejes de acción que ha tenido esta administración. Como es el caso de la promoción del Relleno Sanitario, Los tanques de Reserva de Agua potable, Campañas de concienciación para niños sobre el cuidado de la basura; Impulsaremos de manera lúdica actividades para promocionar los talleres que se ofrecen para niños, niñas y jóvenes.

**Informa:**



Lic. Manuel Adrián Navarrete  
**ANALISTA DE COMUNICADOR SOCIAL ( E )**

**Anexo 1. Medios de Comunicación en los que pautaron publicidad y propaganda: ART. 70 Reglamento a la Ley Orgánica de Comunicación**  
**GAD Municipal de Pedro Moncayo**

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	CANTIDAD DE ESPACIO PAUTADO Y/O MINUTOS PAUTADOS	NOMBRES DE MEDIOS	CANTIDAD DE ESPACIOS PAUTADOS	INDIQUE EL PORCENTAJE DEL PPTO. DEL PAUTAJE QUE SE DESTINÓ A MEDIOS LOCALES Y REGIONALES	PONGA EL PORCENTAJE DEL PPTO. DEL PAUTAJE QUE SE DESTINÓ A MEDIOS INTERNACIONALES
Radio:	1	\$ 9.250,00 AUTOGESTIÓN	Programa radial (15 programas por 30 minutos)	Inti Pachta	450 minutos	80%	0%
Prensa:	2	\$ 1.000,00 HEMISFÉRICO - \$ 3.000,00 IMPRESIONES	(3 PUBLICACIONES HEMISFÉRICO), CONTRACCIÓN DEL IMPRESIÓN DE: (10.000 VOLANTES - 3.000 AFICHES, 2.000 DÍPTICOS Y 1.000 TRIPTICOS)	Publicidad territorial	15.000	100%	0%
Televisión:	1	\$ 7.000,00	ECUAVISAS - PAUTAJE 15 DÍAS	ECUAVISAS	21 IMPACTOS	70%	0%
Medios digitales:	2	\$ 5.000,00	REDES SOCIALES INSTITUCIONALES	(FACEBOOK: GAD PEDRO MONCAYO - VIVE EL AROMA, VIVE LO MÍSTICO)	ILIMITADO	80%	0%



## FICHA DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO



Programa	Fortalecimiento de la comunicación integral del GAD Municipal de Pedro Moncayo							
Proyecto	Fortalecimiento de la comunicación integral del GAD Municipal de Pedro Moncayo							
Equipo evaluador						Fecha	28 de diciembre del 2018	
Descripción del proyecto	<p>El proceso de contratación de los servicios para el Fortalecimiento de la comunicación integral del GAD Municipal de Pedro Moncayo confluye en el manejo de un plan y estrategias comunicacionales que permitan al GAD Municipal generar un relación informativa con la ciudadanía y viceversa, es decir conocer desde la gente misma, las necesidades y proyectos requeridos en cada una de las parroquias.</p>				Objetivos			
					<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conformar un equipo de comunicación sólido y compacto con actividades definidas claras.</li> <li>• Contar con un presupuesto referencial para la producción, contrataciones, insumos y piezas comunicacionales.</li> <li>• Construcción y aplicación del Plan de Comunicación.</li> </ul>			
Resumen Ejecutivo del Proyecto	<p>Según Rafael Pérez, en su texto El Poder de la Comunicación: La Comunicación estratégica se plantea que "no es neutral, y sí ejerce el poder de la influencia y tiene la capacidad de modificar nuestras percepciones de la realidad, del conflicto y de movilizar a la acción, es porque en la comunicación emergen, se configuran y coparticipan las jerarquías de valores que mueven al mundo".</p> <p>Este concepto es la base para hacer cumplir los objetivos trazados de la Alcaldía y contribuir con la transformación del servicio público en nuestro territorio; como lo da a conocer Pérez, la Comunicación Organizacional, es un eje esencial, mismo que para esta Administración del GAD Municipal de Pedro Moncayo, se observa y palpa en su slogan: Obras que se ven, Trabajamos por ti.</p> <p>Al ser la comunicación una ciencia transdisciplinaria y asumida como fundamental en los procesos sociales, culturales, políticos, institucionales e interinstitucionales que promueve y se vincula desde esta administración, es menester generar estrategias, planes y propuestas de fortalecimiento claras de difusión y retroalimentación frente a la ciudadanía. Todas estas referentes al accionar institucional en beneficio común de los pedromoncayenses. Razón por la cual es necesario potenciar la Comunicación Institucional del GAD Municipal de Pedro Moncayo con los implementos necesarios para un mejor accionar del personal técnico y un óptimo flujo de información del GAD hacia la ciudadanía. El proyecto de contratación de los servicios para el Fortalecimiento de la comunicación integral del GAD Municipal de Pedro Moncayo, fue una estrategia clave en generar nexos directos con la ciudadanía y por ende, crear flujos de ida y vuelta de información, concreta, específica y veráz.</p>							
Nivel de cumplimiento	Evaluación de resultados							
Efectividad 100.00% Eficacia 100.00%	Resultados esperados		Nivel de avance programático				Tiempo en meses	
			Unidad de medida	Meta	Avance		Programado	Empleado
	R1.	Contrato por los servicios profesionales para la implementación del proyecto de Fortalecimiento de la comunicación integral del GAD Municipal de Pedro Moncayo	contrato	1,00	1,00	100%	1	1
	R2.	Plan de acción comunicacional	plan	1,00	1,00	100%	3	3
	R3.	Plan de medios a nivel local y nacional de los principales medios de mayor rating	plan	1,00	1,00	100%	1	1
	R4.	Asesoramiento a las autoridades en manejo de imagen, discurso y expresión.	informe	1,00	1,00	100%	12	12
	R5.	Implementación del manual de marco institucional	informe	1,00	1,00	100%	12	12
	R6.	Campañas comunicacionales	campañas	5,00	5,00	100%	12	12
	R7.	Productos Comunicacionales	productos	400,00	400,00	100%	12	12
	R8.							
	R9.							
	R10.							
	R11.							
	R12.							
	R13.							
R14.								
Eficiencia # VALOR	Evaluación presupuestaria							
	Fuentes de financiamiento			Evaluación				
				Presupuesto	Realizado	Reservado		
GAD Municipal de Pedro Moncayo			65.000,00		65.000,00			
<b>Total</b>			<b>65.000,00</b>		<b>65.000,00</b>			
Beneficio/costo 1,00	Análisis beneficio/costo multicriterio							
	Criterios	Beneficio identificado				Indicador		Beneficio
	Comunicacional	Creación de un criterio formado con base en la información generada a la ciudadanía desde el GAD.				Alto		4,00
	Organizacional	Fortalecimiento de la credibilidad y el servicio que brinda el GAD de Pedro Moncayo.				Alto		4,00
	Político	Consolidación de una postura política seria ante la ciudadanía, comprometida, cumplida y sobre todo, todo por la gente.				Alto		4,00
Ecónomico	Promoción de nuestro territorio y lo que lo constituye a nivel local, nacional y mundial.				Alto		4,00	

Tecnológico/Metodológico	Desde la contratación de los servicios se utilizaron equipos tecnológicos de alta gama - alta calidad, además de insumos técnicos y metodologías aplicables al territorio desde la base de una investigación de campo.	Alto	4,00
<b>Valoración de beneficios</b>			<b>20,00</b>
<b>Criterios</b>	<b>Costo identificado</b>		
Social	Unión en los pedromoncaycenses en: consolidación de iniciativas productivas, microemprendientes, asociatividad	Alto	4,00
Ekónomico	Mayor afluencia de turistas en nuestro territorio	Alto	4,00
Organizacional	Cambio en la percepción negativa ciudadana del servicio del GAD	Alto	4,00
Político	Apoyo y respaldo en la gestión de la actual administración desde los diferentes niveles de gobierno.	Alto	4,00
Tecnológico/Metodológico	Fortalecimiento a la Unidad con: equipo, personal técnico y discursivo.	Alto	4,00
<b>Valoración de costos</b>			<b>20,00</b>
<b>Relación beneficio/costo</b>			<b>1,00</b>

#### Análisis cualitativo

Cite tres **aspectos positivos** del proyecto:

1. Difusión de la Gestión del Gad Municipal
2. Contacto directo con la ciudadanía
3. Conocimiento de las demandas ciudadanas
- 4.

Cite tres **temas a mejorar**:

1. Coordinación con el contratista
2. Planificación
3. Calidad en la información
- 4.

Cite tres **aprendizajes** claves

1. Conocimiento directo de la necesidad ciudadana
2. Valorar el trabajo realizado por la administración actual en beneficio común de los pedromoncaycenses
3. Actuar de manera frontal ante los problemas y adversidades.
- 4.

Análisis de **supuestos**:

1. Escaso conocimiento de la necesidad ciudadana.
2. Percepción errónea de la ciudadanía en cuanto al trabajo que realiza en GAD.
3. Escasa difusión del accionar municipal

**Conclusiones:**

1. Continuar con el proceso de fortalecimiento de la comunicación interna y externa del GAD Municipal.
2. La aplicación de esta contratación de servicios fue satisfactoria para construir líneas de comunicación claras ante la difusión de la información.
3. La ciudadanía en general, crea su realidad de acuerdo a supuestos de la misma ciudadanía y no a la realidad misma por la escasa información que procesa y maneja.
- 4.
- 5.
- 6.

**Recomendaciones:**

1. Responder en un tiempo prudente, las necesidades planteadas por la ciudadanía
2. Planificar de mejor manera la difusión de la información
3. Consolidar y verificar de una manera conjunta con las direcciones departamentales la información a ser difundida.
- 4.
- 5.

**Anexos / Medios de Verificación:**

1. cur de pago
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

**Nota:** gestionar el certificado de pagos emitidos de la dirección y/o unidad en tesorería

#### REGISTRO DE PAGOS EMITIDOS EN TESORERÍA MUNICIPAL

N°.	Comprobante	Fecha	Beneficiario	Detalle	Valor
1	CE 495	10/07/2018	GALIANO BARAHONA MARIA LUISA	GALIANO BARAHONA MARIA LUISA.- Pago contra entrega al 70 por ciento a la factura N.- 000001324 por la Contratación de los servicios para el fortalecimiento de la comunicación integral del GAD Municipal de Pedro Moncayo, de acuerdo al Oficio N.- 031 UCS - GAD - PM del 06 de julio del 2018, solicitado por el Lic. Manuel Navarrete.	\$ 41.275,00
2	CE 847	09/11/2018	GALIANO BARAHONA MARIA LUISA	GALIANO BARAHONA MARIA LUISA.- Pago contra entrega al 30 por ciento a la factura N.- 000001282 por la Contratación de los servicios para el fortalecimiento de la comunicación integral del GAD Municipal de Pedro Moncayo, de acuerdo al Oficio N.- 047 UCS - GAD - PM del 17 de octubre del 2018, solicitado por el Lic. Manuel Navarrete.	\$ 17.689,29
3					
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 58.964,29</b>

Lc. Manuel Adrián Navarrete

**ANALISTA DE COMUNICACIÓN SOCIAL (ENCARGADO)**  
**GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO**



FICHA DE SEGUIMIENTO DEL PROYECTO: Comunicación Institucional del GAD Municipal de Pedro Moncayo durante el año 2018.

<b>Programa</b>	Democracia Participativa y cogestión concertada del Buen Vivir	
<b>Proyecto</b>	Fortalecimiento de la comunicación integral del GAD Municipal de Pedro Moncayo	
<b>Descripción del proyecto</b>	Además de los procesos contractuales planificados dentro de la Unidad de Comunicación Social para el 2018; las actividades que ejecuta la Unidad son: Asesoramiento interno de imagen institucional, Producción y difusión de piezas comunicacionales, relación con mass media, entre otros.	<b>Objetivos:</b> OE1: Garantizar de manera interna y externa todos los procesos de comunicación y diálogo que tiene el GAD Municipal así como de su representante principal, para dar a conocer a la ciudadanía el accionar de la institución, dinamizando el proceso de la gestión municipal en una integración y gestión compartida con la ciudadanía para el desarrollo cantonal. OE2: • Conformar un equipo de comunicación sólido y compacto con actividades definidas claras. OE3: • Contar con un presupuesto referencial para la producción, contrataciones, insumos y piezas comunicacionales OE4: • Construcción y aplicación del Plan de Comunicación.

<b>Seguimiento</b>	<b>Plan de avance programático</b>			<b>Ejecución</b>				
	Detalle	Modalidad de implementación	Ponder. %	Unidad	Meta	Avance	UBI	Fecha logro
	1 Gestión del proceso contractual de servicios comunicacionales	Contrato	15,00	porcentaje	100	100	x	
	2 Asesoramiento externo	informes	20,00	porcentaje	100	100,00	x	31/12/2018
	3 Imagen institucional	informes	15,00	porcentaje	100	100,00	x	31/12/2018
	4 Producción (Boletines, vdeos, cuñas, impresos, diseño, redes sociales)	informes	25,00	porcentaje	100	100,00	x	31/12/2018
	5 Asesoramiento interno	informes	20,00	porcentaje	100	100,00	x	31/12/2018
	6 Informes Técnicos de avance y final de gestión	informes	5,00	Unidad	12	12,00	x	31/12/2018
	<b>Avance financiero</b>			<b>Cumplido</b>				
	GAD PM	Presupuesto	65.000,00	Realizado	-	Ejecutado	-	65.000,00

<b>Nivel de avance:</b>	<b>##### %</b>	<b>Mes</b>	<b>Programático</b>	<b>Financiero</b>
		Enero	6,55	-
		Febrero	12,35	-
		Marzo	18,15	-
		Abril	25,45	-
		Mayo	30,00	70,00
		Junio	40,00	-
		Julio	45,00	-
		Agosto	50,00	-
		Septiembre	60,00	-
		Octubre	70,00	-
		Noviembre	80,00	30,00
		Diciembre	100,00	-

<b>Resumen narrativo:</b>	<b>Actualizado por:</b>	<b>Fecha:</b>
Enero, 2018: <b>Avances:</b> 1). Se contrata el personal destinado para manejar la imagen institucional y de las autoridad nominadora. 2). Se organiza la labor comunicacional desde el GAD a la ciudadanía. 3). En producción: se realizaron 23 avisos, carteleras y volates, 15 microinformativos, cobertura de la agenda de la Alcaldía. 4). Planificación de las acciones entorno al manejo de la imagen institucional.  <b>Problemas y soluciones implemetadas:</b> Organización de la Unidad de Comunicación Social	Manuel Navarrete Analista de Comunicación Social	31/01/2018
Febrero, 2018: <b>Avances:</b> 1). Se inició con el proceso de elaboración de Proyecto, TDR, y resto de documentación para la contratación de los servicios comunicacionales. 2). Consolidación de equipo de tarabajo. 3). En Producción se realizó: 23 diseños (avisos) para redes y volantes, carteleras, 8 microinformativos, 13 cuñas: guiones, cuñas, perifoneo; cobertura de agenda de la Alcaldía, 6 boletines de prensa, gestión de difusión en el Registro Civil, se fortaleció el Minuto Cívico, entre otros. 4). Acotando que esta información no es cuantitativa, se adquirió insumos para mostrar una mejor imagen institucional, además de las sugerencias y correcciones con las autoridades en medios.  <b>Problemas y soluciones implemetadas:</b> No existen en la Unidad de Comunicación Social los equipos base para el trabajo diario, por cuanto se adquirió con recursos externos los necesarios para poner a la Unidad operativa.	Manuel Navarrete Analista de Comunicación Social	28/02/2018
Marzo, 2018: <b>Avances:</b> 1). Se culminó con los procesos administrativos y se inició con constatación pública de los servicios comunicacionales en el portal. En difusión del accionar del GAD en obras y proyectos para la ciudadanía se realizó: Cobertura de la agenda de la Alcaldía, volanteo, avanzada y protocolo; se realizó 18 diseños (volantes) para redes sociales, carteleras, reuniones de trabajo con las comunidades y barrios con conceptos claros en la información; 19 guiones con locución profesional para los 4 promos culturales y 4 microinformativos (Ejm: Mushuk Nina). Se gestionó desde la Unidad de Comunicación la difusión del accionar del GAD en Salas de Espera en Centros de Salud de las 5 parroquias del cantón, Registro de la Propiedad. Además de la generación de 2 boletines de prensa remitidos a los medios de comunicación local y la Investigación, Producción, Edición y Post Producción de un producto audio-visual Relatos Pedro Moncayo. Adicionalmente se fortaleció la comunicación interna con información por la redes internas del GAD, entre otras actividades.  <b>Problemas y soluciones implemetadas:</b> No existen en la Unidad de Comunicación Social los equipos base para el trabajo diario, por cuanto se adquirió con recursos externos los necesarios para poner a la Unidad operativa.	Manuel Navarrete Analista de Comunicación Social	31/03/2018

Abril, 2018:	<p><b>Avances:</b>  1). Se continuó la fase de constatación pública de los SERVICIOS DE FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTEGRAL DEL GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO en el portal. En difusión del accionar del GAD en obras y proyectos para la ciudadanía se realizó: Cobertura de la agenda de la Alcaldía, volanteo, avanzada y protocolo en todos los eventos programados desde las diferentes direcciones, en especial en el proceso de rendición de cuentas con la promoción vía perifoneo, redes sociales y un video informativo; además, se realizó 50 diseños (volantes, reconocimientos, isotipos, etc) para redes sociales, carteleras, reuniones de trabajo con las comunidades y barrios con conceptos claros en la información; 18 guiones y grabación de 33 locuciones profesionales, también la pre-producción, producción y post-producción de 14 videos. Se crearon desde la Unidad de Comunicación para la difusión del accionar del GAD 2 grupos más de whatsapp para informar a más ciudadanos el accionar del GAD. Además de la generación de 4 boletines de prensa remitidos a los medios de comunicación local, la generación de 4 minutos cívicos y la Investigación de un producto audio-visual Relatos Pedro Moncayo . Adicionalmente se fortaleció la comunicación interna con información por la redes internas del GAD y el asesoramiento a Alcaldía.</p>	Manuel Navarrete Analista de Comunicación Social	30/04/2018
<p><b>Problemas y soluciones implemetadas:</b>  No existen en la Unidad de Comunicación Social los equipos base para el trabajo diario, por cuanto se adquirió con recursos externos los necesarios para poner a la Unidad operativa.</p>			
Mayo, 2018:	<p><b>Avances:</b>  Se suscribió el contrato para la CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTEGRAL DEL GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO e inicio el trabajo, además del pago del 70% contra-entrega de la investigación para la ejecución de la misma.  En difusión del accionar del GAD en obras y proyectos para la ciudadanía se realizó: Cobertura de la agenda de la Alcaldía, volanteo, avanzada y protocolo en todos los eventos programados desde las diferentes direcciones, en especial, en el 1 de mayo, se realizó la pre-producción, producción y post-producción de 2 promos comunicacionales (Día del Trabajador interno y externo - para la ciudadanía), además con el apoyo de la Alcaldía se motivó a todos los funcionarios y trabajadores municipales en un evento emotivo, con la finalidad de fortalecer el sentimiento de identidad institucional, además, por el Día de la Madre, se realizó el mismo ejercicio para la ciudadanía, un video motivador para todas nuestras madres. En cuanto al accionar diario de la Unidad, se realizó 37 diseños (volantes, reconocimientos, etc) para redes sociales, actualización de carteleras, reuniones de trabajo con las comunidades y barrios con conceptos claros en la información; 15 guiones y grabación de 24 locuciones profesionales, también la pre-producción, producción y post-producción de 14 videos. Además de la generación de 2 boletines de prensa remitidos a los medios de comunicación local, la generación de 3 minutos cívicos y la pre-producción, producción y post-producción de un producto audio-visual Relatos Pedro Moncayo . Adicionalmente se fortaleció la comunicación interna con información por la redes internas del GAD y el asesoramiento a Alcaldía.</p>	Manuel Navarrete Analista de Comunicación Social	31/05/2018
<p><b>Problemas y soluciones implemetadas:</b>  No existen en la Unidad de Comunicación Social los equipos base para el trabajo diario, por cuanto se adquirió con recursos externos los necesarios para poner a la Unidad operativa.</p>			
Junio, 2018:	<p><b>Avances:</b>  Coordinación del accionar y avance del proceso contractual de la CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTEGRAL DEL GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO.  En difusión del accionar del GAD en obras y proyectos para la ciudadanía se realizó: Cobertura de la agenda de la Alcaldía, volanteo, avanzada y protocolo en todos los eventos programados desde las diferentes direcciones, en especial: coordinación de gira de medios local y nacional para promocionar las Fiestas de San Pedro, Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador, además de los BTLs en Quito e Ibarra (Tomas de la Plaza Grande y el Parque Pedro Moncayo en Ibarra), se realizó la pre-producción, producción y post-producción de 11 promos comunicacionales específicamente para fortalecer e invitar a las festividades culturales de nuestro cantón, mismos que fueron promocionados por nuestras redes oficiales. En cuanto al accionar diario de la Unidad, se realizó 53 diseños (volantes, afiches, comunicados, reconocimientos, etc) para redes sociales, actualización de carteleras, reuniones de trabajo con las comunidades y barrios con conceptos claros en la información; 12 guiones y grabación de 16 locuciones profesionales, también la pre-producción, producción y post-producción de 17 videos. Además de la generación de 4 boletines de prensa remitidos a los medios de comunicación local, la generación de 4 minutos cívicos . Adicionalmente se fortaleció la comunicación interna con información por la redes internas del GAD, carteleras, grupos de Whatsap y el asesoramiento a Alcaldía.</p>	Manuel Navarrete Analista de Comunicación Social	31/05/2018
<p><b>Problemas y soluciones implemetadas:</b>  No existen en la Unidad de Comunicación Social los equipos base para el trabajo diario, por cuanto se adquirió con recursos externos los necesarios para poner a la Unidad operativa.</p>			
Julio, 2018:	<p><b>Avances:</b>  Coordinación del accionar y avance del proceso contractual de la CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTEGRAL DEL GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO.  En difusión del accionar del GAD en obras y proyectos para la ciudadanía se realizó: Cobertura de la agenda de la Alcaldía, volanteo, avanzada y protocolo en todos los eventos programados desde las diferentes direcciones, en especial: coordinación general en todo el accionar comunicacional para crear en el libro del los Guinness World Records, La Infraestructura de Rosas Más Grande del Mundo con 546,364 rosas, para ello, se generó 2 ruedas de prensa, convocatoria masiva de los medios de comunicación local, nacional y mundial, poniendo en los ojos del mundo a nuestro querido Pedro Moncayo, además en este marco se generó una diversidad de videos institucionales, banners para redes, boletines, atención y generación de información para los medios de comunicación, convocatoria masiva de la ciudadanía ecuatoriana y extranjera. En cuanto al accionar diario de la Unidad, se realizó 42 diseños (volantes, afiches, comunicados, reconocimientos, etc) para redes sociales, actualización de carteleras, reuniones de trabajo con las comunidades y barrios con conceptos claros en la información; 8 guiones y grabación de 19 locuciones profesionales, también la pre-producción, producción y post-producción de 17 videos. Además de la generación de 7 boletines de prensa remitidos a los medios de comunicación local, la generación de 4 minutos cívicos . Adicionalmente se fortaleció la comunicación interna con información por la redes internas del GAD, carteleras, y el asesoramiento a Alcaldía.</p>	Manuel Navarrete Analista de Comunicación Social	31/07/2018
<p><b>Problemas y soluciones implemetadas:</b>  No existen en la Unidad de Comunicación Social los equipos base para el trabajo diario, por cuanto se adquirió con recursos externos los necesarios para poner a la Unidad operativa.</p>			

<p>Agosto, 2018:</p>	<p><b>Avances:</b>          Coordinación del accionar, avance y prórroga del plazo del proceso contractual de la CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTEGRAL DEL GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO.          En difusión del accionar del GAD en obras y proyectos para la ciudadanía se realizó: Cobertura de la agenda de la Alcaldía, volanteo, avanzada y protocolo en todos los eventos programados desde las diferentes direcciones, en especial: generación de piezas comunicacionales para las Colonias Vacacionales, difusión de las mismas. En cuanto al accionar diario de la Unidad, se realizó 36 diseños (volantes, afiches, comunicados, reconocimientos, etc) para redes sociales, actualización de carteleras, reuniones de trabajo con las comunidades y barrios con conceptos claros en la información; 13 guiones y grabación de 31 locuciones profesionales, también la pre-producción, producción y post-producción de 14 videos. Además de la generación de 3 boletines de prensa remitidos a los medios de comunicación local, la generación de 4 minutos cívicos . Adicionalmente se fortaleció la comunicación interna con información por la redes internas del GAD, carteleras y el asesoramiento a Alcaldía.</p>	<p>Manuel Navarrete          Analista de Comunicación Social</p>	<p>31/08/2018</p>
<p><b>Problemas y soluciones implemetadas:</b>  <u>No existen en la Unidad de Comunicación Social los equipos base para el trabajo diario, por cuanto se adquirió con recursos externos los necesarios para poner a la Unidad operativa.</u></p>			
<p>Septiembre, 2018:</p>	<p><b>Avances:</b>          Coordinación del accionar y avance del proceso contractual de la CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTEGRAL DEL GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO.          En difusión del accionar del GAD en obras y proyectos para la ciudadanía se realizó: Cobertura de la agenda de la Alcaldía, volanteo, avanzada y protocolo en todos los eventos programados desde las diferentes direcciones, en especial: coordinación general en todo el accionar comunicacional para promocionar los 107 años de cantonización de Pedro Moncayo, para ello, se generó 3 giras de medios, local, provincial - Imbabura y medios de comunicación social nacional en Quito conjuntamente con las candidatas a Reina Cantonal 2018, en este marco se generó una diversidad de videos institucionales, banners para redes, boletines, animaciones a nivel general, inauguraciones de obras emblemáticas. En cuanto al accionar diario de la Unidad, se realizó 32 diseños (volantes, afiches, agendas, comunicados, reconocimientos, etc) para redes sociales, impresos, actualización de carteleras, reuniones de trabajo con las comunidades y barrios con conceptos claros en la información; 10 guiones y grabación de 14 locuciones profesionales, también la pre-producción, producción y post-producción de 13 videos. Además de la generación de 2 boletines de prensa remitidos a los medios de comunicación local, la generación de 4 minutos cívicos . Adicionalmente se fortaleció la comunicación interna con información por la redes internas del GAD, carteleras, y el asesoramiento a Alcaldía.</p>	<p>Manuel Navarrete          Analista de Comunicación Social</p>	<p>31/09/2018</p>
<p><b>Problemas y soluciones implemetadas:</b>  <u>No existen en la Unidad de Comunicación Social los equipos base para el trabajo diario, por cuanto se adquirió con recursos externos los necesarios para poner a la Unidad operativa.</u></p>			
<p>Octubre, 2018:</p>	<p><b>Avances:</b>          Finalización del proceso contractual de la CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTEGRAL DEL GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO.          En difusión del accionar del GAD en obras y proyectos para la ciudadanía se realizó: Cobertura de la agenda de la Alcaldía, volanteo, avanzada y protocolo en todos los eventos programados desde las diferentes direcciones. En cuanto al accionar diario de la Unidad, se realizó 28 diseños (volantes, afiches, agendas, comunicados, reconocimientos, etc) para redes sociales, impresos, actualización de carteleras, reuniones de trabajo con las comunidades y barrios con conceptos claros en la información; 10 guiones y grabación de 20 locuciones profesionales, también la pre-producción, producción y post-producción de 10 videos. Además de la generación de 1 boletines de prensa remitidos a los medios de comunicación local, la generación de 4 minutos cívicos . Adicionalmente se fortaleció la comunicación interna con información por la redes internas del GAD, carteleras, y el asesoramiento a Alcaldía.</p>	<p>Manuel Navarrete          Analista de Comunicación Social</p>	<p>31/10/2018</p>
<p><b>Problemas y soluciones implemetadas:</b>  <u>No existen en la Unidad de Comunicación Social los equipos base para el trabajo diario, por cuanto se adquirió con recursos externos los necesarios para poner a la Unidad operativa.</u></p>			
<p>Noviembre, 2018:</p>	<p><b>Avances:</b>          Finalización y pago del 30% contra-entrega de proceso de CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTEGRAL DEL GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO, una suscrito el acta entrega recepción definitiva y los productos a entera satisfacción de la entidad contratante.          En difusión del accionar del GAD en obras y proyectos para la ciudadanía se realizó: Cobertura de la agenda de la Alcaldía, volanteo, avanzada y protocolo en todos los eventos programados desde las diferentes direcciones. En cuanto al accionar diario de la Unidad, se realizó 58 diseños (volantes, afiches, agendas, comunicados, reconocimientos, etc) para redes sociales, impresos, actualización de carteleras, reuniones de trabajo con las comunidades y barrios con conceptos claros en la información; 6 guiones y grabación de 12 locuciones profesionales, también la pre-producción, producción y post-producción de 8 videos. Además, lageneración de 3 minutos cívicos . Adicionalmente se fortaleció la comunicación interna con información por la redes internas del GAD, carteleras, y el asesoramiento a Alcaldía.</p>	<p>Manuel Navarrete          Analista de Comunicación Social</p>	<p>31/11/2018</p>
<p><b>Problemas y soluciones implemetadas:</b>  <u>No existen en la Unidad de Comunicación Social los equipos base para el trabajo diario, por cuanto se adquirió con recursos externos los necesarios para poner a la Unidad operativa.</u></p>			
<p>Diciembre, 2018:</p>	<p><b>Avances:</b>          En difusión del accionar del GAD en obras y proyectos para la ciudadanía se realizó: Cobertura de la agenda de la Alcaldía, volanteo, avanzada y protocolo en todos los eventos programados desde las diferentes direcciones con el Proyecto "Manos que dan, manos que reciben", en las festividades navideñas y de fin de año. En cuanto al accionar diario de la Unidad, se realizó 8 diseños (volantes, afiches, agendas, comunicados, reconocimientos, etc) para redes sociales, impresos, actualización de carteleras, reuniones de trabajo con las comunidades y barrios con conceptos claros en la información; 7 guiones y grabación de 11 locuciones profesionales, también la pre-producción, producción y post-producción de 8 videos. Además, lageneración de 3 minutos cívicos . Adicionalmente se fortaleció la comunicación interna con información por la redes internas del GAD, carteleras, y el asesoramiento a Alcaldía.</p>	<p>Manuel Navarrete          Analista de Comunicación Social</p>	<p>31/12/2018</p>
<p><b>Problemas y soluciones implemetadas:</b>  <u>No existen en la Unidad de Comunicación Social los equipos base para el trabajo diario, por cuanto se adquirió con recursos externos los necesarios para poner a la Unidad operativa.</u></p>			



BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Fecha: 10-7-2018

Hora: 10:36:35

Usuario: GUACHAMIN

BORJA HECTOR RAFAEL

1220006

Detalle de OPIS Tramitadas en el SPI-SP

i. Ref. BCE.:13179619

Institución Pública: MUN. PEDRO MONCAYO		# Cta.: 1220006						
Nom.Ins.Financiera	# Cta Ben.	Monto	# Referencia	# Ced. Ident.	Nom Ben.	T. Cta.	Fec Proc Banco	Estado
BANCO INTERNACIONAL	250620443	41,275.00	91	1709864928	GALIANO BARAHONA MARIA LUISA	1	09/07/2018 16:55	ACREDITADA



**BANCO CENTRAL DEL ECUADOR**

Fecha: 9-11-2018  
Hora: 17:58:18  
Usuario:  
GUACHAMIN  
BORJA  
HECTOR  
RAFAEL  
1220006

**Detalle de OPIS Tramitadas en el SPI-SP**

i. Ref. BCE.:13611951

Institución Pública: MUN. PEDRO MONCAYO		# Cta.: 1220006						
Nom.Ins.Financiera	# Cta Ben.	Monto	# Referencia	# Ced. Ident.	Nom Ben.	T. Cta.	Fec Proc Banco	Estado
BANCO INTERNACIONA L	250520443	17,689.29	169	1709864928	GALIANO BARAHONA MARIA LUISA	1	08/11/2018 16:50	ACREDITADA