

**CAMPAÑA ESTRATÉGICA DE COMUNICACIÓN PARA LA DIFUSIÓN Y
SOCIALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO
TERRITORIAL DE IMBABURA 2019 - 2023.**

TIPO DE CAMPAÑA	Informativa y educativa
TIEMPO DE DURACIÓN	30 meses
PÚBLICO OBJETIVO	Público en general
RESPONSABLES	Dirección General de Comunicación Estratégica.

1. ANTECEDENTES:

La Prefectura de Imbabura tiene como responsabilidad elaborar el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Imbabura; herramienta de planeación para el desarrollo físico del territorio, con un conjunto de objetivos, directrices, políticas, estrategias, metas, programas, actuaciones y normas adoptadas para orientar el desarrollo del territorio.

2. JUSTIFICACIÓN:

El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial es un instrumento el cual desarrollado en base a diálogos con varios sectores de la provincia. Por esta razón; es indispensable que antes de iniciar las acciones previstas en él, la mayoría de la población imbabureña conozca los ejes del mismo, para lograr su empoderamiento y que lo asuman como propio bajo el claro entendimiento de que su cumplimiento tendrá consecuencias definitivas para el futuro del territorio y sus habitantes.

Por los antecedentes expuesto es indispensable la elaboración de una Estrategia de Comunicación para la Difusión y Socialización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Imbabura 2019 – 2023, la misma que se convertirá en una herramienta que permitirá informar a la población imbabureña sobre el avance y cumplimiento de las acciones propuestas en el Plan.

La campaña estratégica de comunicación permitirá realizar una gestión institucional más eficiente y transparente, liberando recursos humanos y materiales, así como promoviendo la participación activa de la ciudadanía en la ejecución del Plan.

3. OBJETIVO GENERAL:

Difundir mediante estrategias comunicacionales el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2019 – 2023, incentivando a los imbabureños a conocer, asumir y empoderarse de las propuestas planteadas en el Plan y velar activamente por el cumplimiento de las mismas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

3.1.1 Crear productos comunicacionales innovadores, informativos y amigables con el medio ambiente.

3.1.2 Difundir el PDOT por medios de comunicación tradicionales y digitales.

3.1.3 Planificar socializaciones del PDOT en el territorio con la participación de la comunidad y su difusión a través de medios digitales.

3.1.4 Evaluar el alcance de la estrategia a nivel provincial.

4. ALCANCE:

Para el 2023 la ciudadanía imbabureña en un 70% tendrá conocimiento del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, la cual será medida mediante instrumentos como la encuesta, monitoreo de medios y estadísticas de redes sociales.

5. PÚBLICOS DE INTERES:

5.1 Públicos Internos:

A) Colaboradores- de la Prefectura de Imbabura.

1.- Nivel Directivo: Prefecto, viceprefecta, consejeros.

2.- Nivel Asesor: Asesores, Direcciones, subdirectores y Jefes Departamentales

3.- Nivel Administrativo: funcionarios

4.- Nivel Operativo y de servicios: trabajadores

5.2 Público Externo:

B) Usuarios o beneficiarios:

1.- Alcaldías de los cantones de Ibarra, Otavalo, Antonio Ante, Cotacachi, Pimampiro y Urcuquí; GAD Parroquiales: Natabuela, Imbaya, San Roque, Chaltura, Apuela, Cuellaje, García Moreno, Imantag, Peñaherrera, Plaza Gutiérrez, Quiroga, Vacas Galindo, Ambuquí, Angochagua, Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio, Dr Miguel Egas Peguche, Eugenio Espejo, González Suárez, Pataquí, San José de Quichinche, San Juan de Ilumán, San Pablo, San Rafael, Selva Alegre, Chugá, Mariano Acosta, San Francisco de Sigisipamba, Cahuasquí, La Merced de Buenos Aires, Pablo Arenas, San Blas, Tumbabiro.

2.- Comunidades

3.- Asociaciones y gremios

C) Medios de Comunicación.

Los especializados del sector y periodistas encargados de la sección correspondiente de los medios generalistas: Prensa, radio, televisión, medios digitales, medios alternativos.

D) Academia.

C Instituciones del Gobierno

6. PRODUCTOS COMUNICACIONALES A UTILIZAR:

- PDOT diseñado y diagramado.
- Elaboración de un video ilustrativo de lo que es el PDOT y para que nos sirve a los imbabureños. (Se lo difundirá a través de las redes sociales de la institución y de los medios digitales y televisivos contratados por la Dirección General de Comunicación Estratégica, según el Plan de Medios).
- Cuña de radio para informar del PDOT. (Las radios en las que se difundirá la cuña será en las contratadas por la Dirección General de Comunicación Estratégica, según el Plan de Medios).
- Cuñas para perifoneo de cada parroquia.
- Invitaciones digitales para cada socialización en territorio. (se deberá coordinar con la Subdirección de participación Ciudadana para que envíe a los grupos de whatsapp que tiene de los presidentes de los GAD Parroquiales y ellos la compartan) si la emergencia sanitaria no termina podrán estar presentes máximo 10 personas.
- Infografía de las fechas que se realizarán las socializaciones.
- Transmisiones en vivo desde cada fan page de los GAD Parroquiales, para lo cual se deberá solicitar la autorización para que un funcionario de la DIRCOM maneje por ese día la cuenta de la Junta parroquial.
- Agenda de medios para comunicar del PDOT y las fechas en las que se difundirá en cada parroquia.
- Socialización a través de las cuantas oficiales de la Prefectura de Imbabura.
- Se realizará una encuesta física al terminar cada socialización y se enviará misma de manera digital.
- El video ilustrativo y la cuña de perifoneo serán grabadas en kichwa y se buscará alianzas para en la medida poder hacerlos en la lengua Awá.

7. ESTRATEGIAS PLANIFICADAS

La difusión y socialización del PDOT debe realizarse una vez el documento se haya aprobado por el Consejo Provincial.

Público Objetivo	Producto	Estrategia de difusión		Responsable
Interno	Video ilustrativo y PDOT	Socialización en el auditorio de la institución y envío por correo institucional. Se realizarán por cada dirección.		Dirección General de Planificación, Subdirección de Planificación Territorial y Dirección General de Comunicación.
Consejeros del Gobierno Provincial de Imbabura	Video ilustrativo y PDOT	Socialización en Sesión de Consejo		Dirección General de Planificación y Subdirección de Planificación Territorial
Público Objetivo	Producto	Estrategia de difusión		Responsable
Medios de comunicación.	Agenda de Medios	Se planificará una visita a los medios de comunicación según el cantón en el cual se va a socializar el PDOT		Subdirección de Planificación Territorial y Dirección General de Comunicación.
Público Objetivo	Producto	Estrategia e Difusión	Presupuesto	Responsable
GADS Parroquiales	Perifoneo en cada GAD Parroquial un día antes del evento.	Se enviará un vehículo de la institución para invitar a la socialización de PDOT.	Se utilizará el contingente humano de la institución.	Subdirección de Participación Ciudadana
	Invitación digital	Se enviará por medios digitales y se la colocará en la página web y en las redes sociales de la institución	Se utilizará el contingente humano de la institución.	Subdirección de Participación Ciudadana y comunicación.

	Video ilustrativo y PDOT	Se socializará de forma presencial y virtual a través de las redes sociales de cada junta parroquial	Se utilizará el contingente humano de la institución.	Subdirección de Planificación Territorial y Dirección General de Comunicación.
Público Objetivo	Producto	Estrategia de difusión		Responsable
Academia	Video ilustrativo y PDOT	Se convocará a los representantes de la academia para difundir el PDOT.		Dirección General de Planificación y Subdirección de Planificación Territorial
Público Objetivo	Producto	Estrategia de difusión		Responsable
Público en general	Video ilustrativo y PDOT	Se convocará a los representantes de la ciudadanía para difundir el PDOT.		Dirección General de Planificación y Subdirección de Planificación Territorial

8. PRESUPUESTO.

Para la presente campaña utilizaremos el contingente humano de la Dirección General de Comunicación Estratégica y los medios de comunicación que están contemplados para este año.

9. CRONOGRAMA DE PLANIFICACIÓN

Para la ejecución de la campaña trabajaremos en tres fases, los tiempos dependerá de la planificación que entregue la Subdirección de Planificación Territorial:

Fase 1: en esta fase la campaña tendrá una duración de 12 meses

Dirección General de Comunicación Estratégica	Dirección General de Planificación
Elaboración del documento con su respectiva edición y diagramación. Elaboración de guiones para video ilustrativo y cuña radial. Elaboración de video ilustrativo.	Planificación de las fechas en las que se realizará la difusión y socialización del PDOT en cada Junta Parroquial.

Elaboración de cuña radial. Diseño de la invitación digital para cada junta parroquial. Diseño de la infografía de las fechas que se realizarán las socializaciones.	
Dirección General de Comunicación Estratégica	Dirección General de Planificación
Agenda de medios. Difusión de cuñas en medios radiales y video en medios digitales y televisivos contratados por la DIRCOM. Ayudar en la transmisión en vivo de la socialización del PDOT en todas las parroquias y con los actores.	Asistir un representante a los medios de comunicación. Coordinar con los presidentes de los GAD Parroquiales, el día, el lugar y la hora. Socializar el PDOT con todos los actores.
Retroalimentación y evaluación	Dirección General de Planificación
Se realizará una sola socialización con todos los actores. Se aplicará una encuesta y se elaborará un informe, contando con monitoreo de medios, y estadísticas de cuantas personas se contactaron a cada transmisión en vivo y la interacción que hubo.	Se encargará de la invitación y socialización.

Fase 2: en esta etapa la campaña tendrá una duración de 12 meses

Dirección General de Comunicación Estratégica	Dirección General de Planificación
Elaboración de productos comunicacionales con los avances del PDOT. Videos, cuñas y post	La Subdirección de Planificación Territorial entregará la información y aprobará los guiones previa la elaboración de los productos comunicacionales.

Fase 3: es la etapa de evolución durará 6 meses

Dirección General de Comunicación Estratégica	Dirección General de Planificación
Elaboración de productos comunicacionales con las metas cumplidas del PDOT. Videos, cuñas y post, Evaluación de la campaña y presentación de informe.	La Subdirección de Planificación Territorial entregará la información y aprobará los guiones previa la elaboración de los productos comunicacionales y dará seguimiento a las evaluaciones de la campaña.

10. RESULTADOS

Se espera que el 70% de la población tenga conocimiento de los ejes del PDOT, para lograr un empoderamiento y que lo asuman como propio. (instrumento encuesta)

Se espera que un 90% los medios de comunicación locales difundan el PDOT (monitoreo de medios)

Se espera tener una buena acogida en redes sociales y medios digitales. (estadística de redes sociales).