

# Plan Operativo Anual 2010

## Comunicación Social

## **INDICE**

<b>Misión</b>	<b>3</b>
<b>Visión</b>	<b>3</b>
<b>Valores</b>	<b>3</b>
<b>Introducción</b>	<b>3</b>
<b>Marco Jurídico</b>	<b>4</b>
<b>Antecedentes</b>	<b>4</b>
<b>Justificación</b>	<b>5</b>
<b>Objetivos</b>	<b>5</b>
<b>Metas y estrategias</b>	<b>6</b>
<b>Limites</b>	<b>18</b>
<b>Organización</b>	<b>18</b>
<b>Recursos humanos</b>	<b>20</b>
<b>Recursos materiales</b>	<b>22</b>
<b>Recursos financieros solicitados en ejercicio 2010</b>	<b>24</b>
<b>Adquisiciones necesarias</b>	<b>24</b>
<b>Sistema de control</b>	<b>25</b>
<b>Sistema de evaluación</b>	<b>25</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>25</b>
 <b>Anexos</b>	

## MISIÓN

El Departamento de Comunicación Social de Presidencia Municipal de Acámbaro, Gto., tiene como misión formar opinión pública, crítica responsable para promover las acciones que fomentan el desarrollo integral en la localidad, a través de los medios informativos. Creando herramientas que permitan la eficiencia y eficacia de la comunicación.

## VISIÓN

Ser una institución de enlace eficaz, oportuno y veraz entre la administración municipal y la sociedad acambarenses en donde se vea reflejado el beneficio social a través de acciones y gestiones implementadas por el gobierno local.

## VALORES

Esta Jefatura de Comunicación Social tiene como objetivo principal brindar información atendiendo a los principios y valores que a continuación se detallan:

- Lealtad.
- Veracidad.
- Responsabilidad
- Eficiencia
- Transparencia
- Honestidad

## INTRODUCCIÓN

A lo largo de su trayectoria, Presidencia Municipal ha evolucionado conforme a los tiempos que se viven; trabajar en el fortalecimiento y la modernización de la administración que conllevará a brindar más y mejores servicios para beneficio de la ciudadanía.

Todo funcionario o servidor público, está obligado a mantener contacto con la ciudadanía e informar constantemente de los planes y proyectos, acciones y ejecuciones que esté desempeñando el Gobierno Municipal, estableciendo así un puente de información y se tiene un parámetro de los alcances y logros de la administración municipal.

Es de suma importancia para la actual administración, el fortalecimiento del Departamento de Comunicación Social, para mantener el vínculo que debe existir entre autoridades municipales y la ciudadanía, y a la vez reforzar la imagen administrativa; para ello es necesario apoyarse en los medios informativos, tanto locales como regionales, e incluso de tipo nacional e internacional, tales como: prensa escrita, la radio, la televisión, y la Internet.

El presente Programa Operativo Anual es el resultado de la planeación de objetivos concretos cuya integración total pretende tener resultados eficientes en la implementación de campañas de difusión pública.

En este documento se plantean nuevas alternativas de difusión interna y externa, consideradas importantes dentro de una visión global de los procesos de comunicación que deben satisfacer necesidades informativas de toda la opinión pública y del personal de la presente administración.

Se suele pensar que la comunicación social se orienta hacia el público externo lo cual, en efecto, es su principal destino, sin embargo, no es el único ya que la comunicación interna es fundamental para desempeñar adecuadamente la externa, sobretodo si hablamos de una estructura compuesta por múltiples áreas, por lo tanto, el departamento de Comunicación Social debe implementar acciones comunicativas hacia los públicos internos y externos.

Hoy en día la Comunicación implementada en el sector institucional gubernamental se entiende como un puente de información concreta y veraz entre administración pública y ciudadanía, apoyándose del trabajo diario de los medios de comunicación así como de las alternativas y estrategias de la misma área.

De este modo, se plantean acciones específicas, con recursos asignados para determinado fin, no obstante, es posible que las necesidades informativas rebasen los espacios y recursos disponibles, por lo que se estiman ajustes que permita la implementación de las campañas y estrategias comunicativas efectivas que se requieran durante el año 2010.

La planeación, programación y realización de las actividades aquí planteadas serán el resultado de acuerdos concertados por todas las áreas que conforman el H. Ayuntamiento; es decir, dependen de compromisos personales y de equipo que conformen un esfuerzo sistemático en la consolidación de una comunicación completa y eficiente.

### **MARCO JURIDICO**

La Jefatura de Comunicación Social se encuentra sustentada normativamente en los siguientes ordenamientos jurídicos:

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 6 y el 115

Ley Orgánica Municipal

Ley de Imprenta para el Estado de Guanajuato

Ley sobre Delitos de Imprenta

### **ANTECEDENTES**

El Departamento de Comunicación Social existe desde el año de 1985, integrándose gracias a la visible necesidad de contar con un área de control informativo, que fuese encargada de generar información oficial y de planear, estructurar e implementar estrategias operativas para su difusión a nivel interno y externo.

En sus inicios el departamento estaba integrado por el titular y una secretaria administrativa, posteriormente en 1995 se crearía el cargo de fotógrafo del departamento; sin embargo, el desarrollo de medios y canales informativos exigió la adaptabilidad del departamento a las nuevas necesidades informativas, que consideraban no sólo medios impresos, sino electrónicos como radio y televisión y agregando en fechas recientes, la red de internet.

De esta manera, se incorporaron al equipo de trabajo, un coordinador general, enfocado a la atención a medios y un coordinador de diseño; así, el área se estructuró con cuatro puestos definidos: Titular, Secretaria, Coordinador general y Coordinador de diseño, personal encargado de los controles de información oficial, diseño de campañas informativas y otras relativas al departamento.

Como se mencionó en la introducción, el presente Plan Operativo Anual considera como antecedentes inmediatos planeaciones anteriores; sin embargo, plantea nuevas alternativas de difusión interna y externa, consideradas importantes dentro de una visión global de los procesos de comunicación que deben satisfacer necesidades informativas de toda la opinión pública y del personal de la presente administración.

## **JUSTIFICACIÓN**

El Departamento de Comunicación Social, es un área de servicio del Gobierno municipal, que tiene como tarea primordial informar y divulgar hacia la sociedad y los medios de comunicación, las acciones de la presente administración, a través del diseño e implementación de campañas informativas, partiendo del valor de ética y desde la visión institucional que le debe de caracterizar.

El área de comunicación es fundamental, pues es ahí donde se genera la información oficial y se planea estratégicamente su difusión al interior y exterior de la misma; de ahí que sea una instancia con estrecha colaboración con todos los directivos y responsables de áreas, haciendo llegar la información necesaria e importante para la sociedad acambarenses. El equipo de comunicación social es el encargado, entre muchas otras funciones, de construir redes formales de comunicación, para que la opinión pública y todos los sectores sociales puedan disponer de información veraz y confiable, para su participación y toma de decisiones; además de cubrir actividades y eventos del Presidente Municipal y de las autoridades que integran el gobierno municipal, con la finalidad de contar con material necesario para su difusión a través de distintos medios informativos.

Para que las distintas áreas de Presidencia Municipal operen armónica y eficientemente es necesario que se cuente con normas y canales informativos que permitan conocer las políticas, procedimientos, líneas de acción, objetivos y metas fundamentales de cada instancia. Por tal motivo, los servicios de este departamento dependen directamente de las distintas áreas como fuentes generadoras de información, de ahí la importancia de entablar efectivas redes internas de flujo de información, para garantizar que los datos lleguen oportunamente a la ciudadanía.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general:**

Informar de forma oportuna y veraz las acciones implementadas por el gobierno municipal en beneficio de la sociedad acambarenses.

### **Objetivos específicos:**

Implementar estrategias en materia de comunicación diseñando y desarrollando campañas publicitarias y de difusión a través de los diversos medios de comunicación, para dar a conocer acciones, avances y compromisos de gobierno y que la información generada llegue al mayor número de ciudadanos.

Coordinar las dependencias que integran la Administración Municipal para establecer criterios o métodos para brindar información, a los diversos medios de comunicación.

## M E T A S (Anexo 1)

### **Meta**

Convocar y coordinar 16 conferencias de prensa, con los diversos medios informativos estatales, regionales y locales.

### **Estrategia**

Elaborar una base de datos de medios informativos, así como de los reporteros.

### **Actividad**

Programar mínimo una conferencia de prensa al mes.

Definir los funcionarios que encabezarán la conferencia de prensa.

Definir los temas sobre los cuales versará la conferencia de prensa.

Convocar mínimo con 24 horas de anticipación a los representantes de medios informativos para que asistan a la conferencia de prensa.

Organizar el coffee break o en su caso los alimentos correspondientes al horario.

Registrar asistencia de los medios de comunicación.

Archivar fotografía y audiovisual de la conferencia de prensa.

Elaborar el boletín oficial correspondiente.

### **Meta**

Redactar y enviar 281 boletines de información generada por las autoridades municipales a los medios informativos registrados en el área de Comunicación Social.

### **Estrategia**

Recabar la información de las actividades y/o eventos realizados por el gobierno municipal.

### **Actividad**

Clasificar la información de lo más relevante de cada evento.

Redactar un boletín por cada evento que haya.

Enviar vía electrónica la información a cada unos de los medios de información registrados en la base de datos de Comunicación Social.

En cuanto a la radio y televisión enviar en conjunto con el boletín extractos de audio y video.

### **Meta**

Diseñar y publicar mensualmente una gaceta informativa que contengan las acciones de gobierno.

### **Estrategia**

Se editará una gaceta mensual en la que se concentrará la información relevante generada por las dependencias del gobierno municipal.

**Actividad**

Diseñar el formato de la gaceta informativa conforme a la imagen institucional vigente de la administración municipal.

Extraer de los archivos fotográficos, videográficos, así de cómo de boletines enviados a medios de comunicación para clasificar la información más relevante de forma mensual.

Solicitar como mínimo 3 cotizaciones a proveedores de servicios de impresión.

Gestionar el recurso necesario para el pago de la maquila de la gaceta informativa.

Maquilar el tiraje correspondiente mensual.

**Meta**

Distribuir 30 mil gacetas informativas a la población acambareense.

**Estrategia**

Elaborar un plan geográfico estratégico para la distribución de la gaceta informativa, para detectar los puntos de penetración informativa más necesaria.

**Actividad**

Contratar a 2 personas que se encarguen de la distribución de la gaceta informativa en el municipio.

Elaborar bitácoras de distribución de la gaceta informativa mediante reporte de las rutas que se han atendido en la distribución de la gaceta informativa.

Distribuir mensualmente en cada una de las comunidades y colonias la gaceta informativa.

Distribuir la gaceta informativa en los eventos públicos que realicen funcionarios municipales aprovechando la afluencia de personas.

Llevar un archivo de las gacetas informativas publicadas.

**Meta**

Diseñar y enviar 270 síntesis informativas a Integrantes del Ayuntamiento, Secretario del Ayuntamiento y Contralor Municipal.

**Estrategia**

Se elaborará una síntesis informativa diariamente de las notas de mayor relevancia que competa al gobierno municipal y su entorno, las cuales hayan sido publicadas en los medios informativos impresos o electrónicos.

**Actividad**

Extraer de los periódicos impresos o electrónicos la información más relevante del día.

Clasificar la información de acuerdo al orden de importancia y elaborar la síntesis informativa.

Hacer llegar en días hábiles y horario de oficina la síntesis informativa.

Archivar cada una de las síntesis informativas.

### **Meta**

Gestionar 100% convenios de publicidad con las diversas empresas de comunicación para difundir las acciones del gobierno municipal así como con proveedores externos.

### **Estrategia**

Analizar los paquetes publicitarios y de difusión que presentan los medios de comunicación local y regional, en cuanto a costos y beneficios lo cual permitiría tener los canales de información a la ciudadanía y con proveedores externos para la consolidación de servicios publicitarios, informativos y de distribución.

### **Actividad**

Elaborar un padrón de medios informativos y proveedores de servicios informativos locales, estatales y regionales durante el primer mes del año.

Se analizará la propuesta de los proveedores que tengan mayor impacto en la población y que permitan una cobertura eficaz, para entablar acercamientos con dichas instituciones.

Se analizará la propuesta de proveedores de servicios informativos, publicitarios y de distribución que ofrezcan las mejores alternativas de atención requerida.

Habrá que solicitar cotizaciones a los medios de comunicación y proveedores seleccionados en base al análisis de impacto informativo y servicio, lo anterior para obtener una justa negociación que se apegue a la realidad económica presupuestal del área de comunicación social.

Presentar las propuestas de convenio con los medios de comunicación y proveedores externos al Comité de Adquisiciones en las que este tenga que intervenir, informando sobre el objetivo de difusión y publicidad que permita construir puentes de información entre gobierno y ciudadanía.

Gestionar el recurso necesario para cubrir el pago de cada contrato.

Acudir al departamento jurídico para elaborar los convenios aprobados por el Comité de Adquisiciones en caso de que este participe, especificando cada cláusula en beneficio de las partes interesadas.

Firmar las partes interesadas el convenio correspondiente.

Llevar un registro con evidencia de que se está cumpliendo con los convenios, en las fechas y cláusulas determinadas.

Verificar cronológicamente que se estén realizando los pagos correspondientes.

### **Meta**

Implementar 4 reuniones con los funcionarios públicos para presentar los lineamientos y estrategias a seguir al dar entrevistas o participar en eventos donde haya cobertura de medios de comunicación.

### **Estrategia**

Involucrar a todos los titulares de las dependencias en la divulgación profunda y equilibrada de las acciones y programas, haciendo de su conocimiento que son pieza fundamental en la actividad informativa del departamento de Comunicación Social.

### **Actividad**

Calendarizar las reuniones con los titulares de las áreas trimestralmente para dar a conocer las estrategias y las funciones de Comunicación Social.

Tomar nota de las necesidades de difusión de cada área según sus necesidades, expuestas en cada reunión.

Asesorar en el diseño de programas y campañas publicitarias para la adecuada planeación de estrategias de difusión de actividades y servicios que ofrece cada área.

Constatar la aplicación de campañas individuales de difusión de acciones y servicios de cada área del gobierno municipal.

### **Meta**

Crear la página web institucional de la administración municipal 2009-2012, actualizándola diariamente.

### **Estrategia**

Se requiere de una actualización diaria de la página de Internet con la finalidad de que los usuarios encuentren la información actual y así maximizar los alcances geográficos de este medio de difusión.

### **Actividad**

Diseñar el portal de internet que facilite el acceso del usuario y la actualización ágil de la información.

Insertar la imagen institucional vigente y dinamizar la imagen general del portal de tal modo que sea atractiva para el visitante.

Entregar por parte del Coordinador de Comunicación Social diariamente los boletines, fichas informativas, material fotográfico y audio visual necesario para mantener actualizada la información.

Establecer los links electrónicos con dependencias de servicio inmediato al visitante como lo es DIF, Relaciones Exteriores, Desarrollo Económico, Poder Joven, Dirección General de Seguridad Pública, Tránsito, Transporte y Protección Civil, Unidad de Acceso a la Información Pública, Tesorería en su área de Ingresos e Impuesto Inmobiliario, Servicios Municipales, Casa de la Cultura y Museo Local, a fin de que el acceso a la información de trámites y servicios sea más fácil.

Diseñar una ventana emergente de consulta interactiva de servicios lo que se conoce como atención en línea.

Crear una encuesta de servicio al ciudadano.

Establecer periódicamente encuestas breves sobre el servicio ofrecido por las dependencias del gobierno municipal.

Reportar y tener un control mensual del número de visitas al portal.

Mantener continua comunicación con la Unidad de Acceso a la Información, asegurando que la información publicada este dentro del marco legal de la información pública.

### **Meta**

Estructurar y diseñar 1 proyecto de informe de gobierno en donde se difundan las acciones conjuntas de las dependencias municipales en beneficio de la sociedad acambareense en forma anual.

## Estrategia

Se recopilará y clasificará la información que integrará el informe de gobierno, así como los elementos audiovisuales que se proyectarán en dicho evento, contando con el material electrónico y/o escrito como lo es libro, disco compacto con la información y video.

## Actividad

Se coordinara con el área de PyDI (Planeación y Desarrollo Institucional) la solicitud a las áreas sobre la fecha y formato de entrega de un reporte de actividades, que contemple datos fundamentales como acción, apoyos recibidos en su ejecución, impacto social, sectores beneficiados, iniciativas futuras, fechas y recursos aplicados para las mismas.

Calendarizar dos fechas previas para la corrección de datos y/o agregar información necesaria que haga falta, con las dependencias de la administración municipal.

Diseñar la imagen institucional (logo) del Informe de Gobierno, con diversas propuestas que se identifiquen con el Plan de Gobierno y con el ciudadano, quien es el consumidor final de la información generada durante la anualidad.

Cotizar con proveedores los materiales audiovisuales, discos compactos y materia prima para la elaboración del Informe de Gobierno.

Presentar a la(s) autoridad(es) correspondiente(s) las propuestas de diseño e imagen del Informe de Gobierno.

Presentar al comité de adquisiciones municipal las cotizaciones recibidas por parte de los proveedores, para la elaboración del material audiovisual y escrito del Informe de Gobierno.

Gestionar los recursos así como la elaboración de los convenios correspondientes para dicho evento.

Dar formato final a la estructura del Informe tanto en el material gráfico escrito como audiovisual, determinando la cantidad que se elaborará para entregar a quien lo solicite.

Integrar la información recabada de las áreas de la administración municipal en los cinco ejes básicos de gobierno: Estado de Derecho y Buen Gobierno, Acámbaro Productivo, Desarrollo Social, Desarrollo Ordenado y Sustentable, Mejores Obras y Servicios.

Calendarizar la presentación final del proyecto de Informe de Gobierno a la autoridad correspondiente y realizar los cambios pertinentes en las observaciones hechas al mismo.

Presentar el Informe de Gobierno al pleno del ayuntamiento para su análisis y aprobación.

Maquilar el material grafico y magnético (libro y cd)

Participar de la realización y producción del audio visual, el cual deberá entregarse a la Jefatura de Comunicación Social como mínimo 5 días antes del Informe de Gobierno para analizarlo y modificarlo de ser necesario.

Presentar el audiovisual y material grafico al Presidente Municipal para su conocimiento y familiarización.

## Meta

Diseñar e implementar 5 campañas de publicidad en los eventos de mayor trascendencia del Municipio de Acámbaro.

## Estrategia

En nuestro municipio se celebraran 5 fechas importantes durante el año 2010, como lo son:

4 de julio	Feria
16 de septiembre	Bicentenario de la Independencia
X de septiembre	Informe de Gobierno
22 de octubre	Desfile Cívico Militar y Conmemoración del Nombramiento como Generalísimo a Don Miguel Hidalgo y Costilla.
20 de noviembre	Centenario de la Revolución

En este sentido el área de Comunicación Social tendrá que diseñar campañas publicitarias y de difusión para cada una de las fechas a celebrar.

## Actividad

### **(4 de julio)**

Reunirse con las autoridades municipales y/o comité organizador de la Feria del 4 de julio, para conocer los objetivos, necesidades y planteamientos requeridos para dicho evento.

Concentrar en un bosquejo las ideas y objetivos presentados para la elaboración del diseño de la imagen publicitaria que se identifique con la mística de la Feria.

Determinar la cobertura requerida para la difusión del evento, analizando la geografía receptora y el alcance de consumo de la Feria.

Cotizar con proveedores la materia prima y elaboración del material a utilizar (papel, spots radio y televisión, etc.)

Presentar las propuestas de diseño de imagen, audio y video, a la autoridad correspondiente y/o Comité Organizador de la Feria, para su aprobación y elaboración.

Coordinar con las autoridades la reunión o reuniones pertinentes con posibles patrocinadores externos del sector privado (empresas cerveceras, embotelladoras de refresco, entre otros) para la homogenización de las campañas en cuanto a la imagen y distribución de la misma.

Calendarizar los tiempos de publicidad y difusión en los diversos medios de comunicación así como en el entorno geográfico requerido.

Determinar la estructura publicitaria así como la cantidad en base a la cotización recibida spots radio y televisión, folletería, volantes, posters, pendones, espectaculares, adheribles (stickers banner para vehículos, en sus diversos tamaños) gorras, playeras y otro tipo de artículos promocionales, así como perifoneos y entrevistas en los diversos medios de comunicación tomando en cuenta una rueda de prensa que corresponde al mes de la realización del evento.

Elaborar la agenda publicitaria y de difusión del evento, para presentarla al pleno.

Gestionar los recursos necesarios para los pagos correspondientes de la campaña a los proveedores, en tiempo y forma.

Iniciar la campaña publicitaria correspondiente en las fechas determinadas.

### **(16 de septiembre, Bicentenario de la Independencia)**

Reunirse con las autoridades municipales y Comité Cívico Cultural Generalísimo Miguel Hidalgo y Comité Municipal de los festejos del Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución Mexicana, para conocer los objetivos, necesidades y planteamientos requeridos para dicho evento.

Conocer el calendario de actividades a realizar, determinadas por la autoridad y Comité Cívico Cultural Generalísimo Miguel Hidalgo y Comité Municipal de los festejos del Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución Mexicana, para la elaboración de la maqueta publicitaria.

Concentrar en un bosquejo las ideas y objetivos presentados para la elaboración del diseño de la imagen publicitaria que se identifique con el festejo del Bicentenario, así como tomar en cuenta las disposiciones legales de diseño de imagen prevista ya por las autoridades federales, responsables de la misma.

Concretar la cobertura requerida para la difusión del evento, analizando la geografía receptora y el alcance de consumo de dicho festejo.

Cotizar con proveedores la materia prima y elaboración del material a utilizar (papel, spots radio y televisión, etc.)

Presentar las propuestas de diseño de imagen, audio y video, a la autoridad correspondiente y Comité Cívico Cultural Generalísimo Miguel Hidalgo y Comité Municipal de los festejos del Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución Mexicana, para su aprobación y elaboración.

Coordinar con las autoridades la reunión o reuniones pertinentes con posibles patrocinadores externos del sector privado, para la homogenización de las campañas en cuanto a la imagen y distribución de la misma.

Calendarizar los tiempos de publicidad y difusión en los diversos medios de comunicación así como en el entorno geográfico requerido.

Determinar la estructura publicitaria así como la cantidad en base a la cotización recibida spots radio y televisión, folletería, volantes, posters, pendones, espectaculares, adheribles (stickers banner para vehículos, en sus diversos tamaños) gorras, playeras y otro tipo de artículos promocionales, así como perifoneos y entrevistas en los diversos medios de comunicación tomando en cuenta una rueda de prensa que corresponde al mes de la realización del evento.

Elaborar la agenda publicitaria y de difusión del evento, para presentarla al pleno y que esta sea aprobada.

Gestionar los recursos necesarios para los pagos correspondientes de la campaña a los proveedores, en tiempo y forma.

Iniciar la campaña publicitaria correspondiente en las fechas determinadas.

***(Septiembre INFORME DE GOBIERNO)***

Solicitar al área de diseño gráfico de Comunicación Social la imagen institucional aprobada para el Informe de Gobierno.

Elaborar la maqueta publicitaria (volantes, folletería, stickers, espectaculares, pendones, posters, spots radio y televisión, slogan, artículos promocionales varios, gaceta informativa, etc.)

Presentar maqueta publicitaria a la autoridad correspondiente para su aprobación y elaboración.

Determinar la estructura publicitaria así como la cantidad en base a la cotización recibida spots radio y televisión, folletería, volantes, posters, pendones, espectaculares, adheribles (stickers banner para vehículos, en sus diversos tamaños) gorras, playeras y otro tipo de artículos promocionales, así como perifoneos y entrevistas en los diversos medios de comunicación tomando en cuenta una rueda de prensa que corresponde al mes de la realización del evento.

Elaborar la agenda publicitaria y de difusión del evento.

Calendarizar los tiempos de publicidad y difusión en los diversos medios de comunicación así como en el entorno geográfico requerido.

Gestionar los recursos necesarios para los pagos correspondientes de la campaña a los proveedores, en tiempo y forma.

Iniciar la campaña publicitaria correspondiente en las fechas determinadas.

***(22 de Octubre Conmemoración del Nombramiento como Generalísimo del Ejército Insurgente a Miguel Hidalgo)***

Reunirse con las autoridades municipales y Comité Cívico Cultural Generalísimo Miguel Hidalgo y Comité Municipal de los festejos del Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución Mexicana, para conocer los objetivos, necesidades y planteamientos requeridos para dicho evento.

Conocer el calendario de actividades a realizar, determinadas por la autoridad y Comité Cívico Cultural Generalísimo Miguel Hidalgo y Comité Municipal de los festejos del Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución Mexicana, para la elaboración de la maqueta publicitaria.

Concentrar en un bosquejo las ideas y objetivos presentados para la elaboración del diseño de la imagen publicitaria que se identifique con el hecho histórico a celebrar.

Concretar la cobertura requerida para la difusión del evento, analizando la geografía receptora y el alcance de consumo de dicho festejo.

Cotizar con proveedores la materia prima y elaboración del material a utilizar (papel, spots radio y televisión, etc.)

Presentar las propuestas de diseño de imagen, audio y video, a la autoridad correspondiente y Comité Cívico Cultural Generalísimo Miguel Hidalgo y Comité Municipal de los festejos del Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución Mexicana, para su aprobación y elaboración.

Coordinar con las autoridades la reunión o reuniones pertinentes con posibles patrocinadores externos del sector privado, para la homogenización de las campañas en cuanto a la imagen y distribución de la misma.

Calendarizar los tiempos de publicidad y difusión en los diversos medios de comunicación así como en el entorno geográfico requerido.

Determinar la estructura publicitaria así como la cantidad en base a la cotización recibida spots radio y televisión, folletería, volantes, posters, pendones, espectaculares, adheribles (stickers banner para vehículos, en sus diversos tamaños) gorras, playeras y otro tipo de artículos promocionales, así como perifoneos y entrevistas en los diversos medios de comunicación tomando en cuenta una rueda de prensa que corresponde al mes de la realización del evento.

Elaborar la agenda publicitaria y de difusión del evento, para presentarla al pleno y que esta sea aprobada.

Gestionar los recursos necesarios para los pagos correspondientes de la campaña a los proveedores, en tiempo y forma.

Iniciar la campaña publicitaria correspondiente en las fechas determinadas.

***(20 de noviembre, Centenario de la Revolución Mexicana)***

Reunirse con las autoridades municipales y Comité Cívico Cultural Generalísimo Miguel Hidalgo y Comité Municipal de los festejos del Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución Mexicana, para conocer los objetivos, necesidades y planteamientos requeridos para dicho evento.

Conocer el calendario de actividades a realizar, determinadas por la autoridad y Comité Cívico Cultural Generalísimo Miguel Hidalgo y Comité Municipal de los festejos del Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución Mexicana, para la elaboración de la maqueta publicitaria.

Concentrar en un bosquejo las ideas y objetivos presentados para la elaboración del diseño de la imagen publicitaria que se identifique con el festejo del Bicentenario, así como tomar en cuenta las disposiciones legales de diseño de imagen prevista ya por las autoridades federales, responsables de la misma.

Concretar la cobertura requerida para la difusión del evento, analizando la geografía receptora y el alcance de consumo de dicho festejo.

Cotizar con proveedores la materia prima y elaboración del material a utilizar (papel, spots radio y televisión, etc.)

Presentar las propuestas de diseño de imagen, audio y video, a la autoridad correspondiente y Comité Cívico Cultural Generalísimo Miguel Hidalgo y Comité Municipal de los festejos del Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución Mexicana, para su aprobación y elaboración.

Coordinar con las autoridades la reunión o reuniones pertinentes con posibles patrocinadores externos del sector privado, para la homogenización de las campañas en cuanto a la imagen y distribución de la misma.

Calendarizar los tiempos de publicidad y difusión en los diversos medios de comunicación así como en el entorno geográfico requerido.

Determinar la estructura publicitaria así como la cantidad en base a la cotización recibida spots radio y televisión, folletería, volantes, posters, pendones, espectaculares, adheribles (stikers banner para vehículos, en sus diversos tamaños) gorras, playeras y otro tipo de artículos promocionales, así como perifoneos y entrevistas en los diversos medios de comunicación tomando en cuenta una rueda de prensa que corresponde al mes de la realización del evento.

Elaborar la agenda publicitaria y de difusión del evento, para presentarla al pleno y que esta sea aprobada.

Gestionar los recursos necesarios para los pagos correspondientes de la campaña a los proveedores, en tiempo y forma.

Iniciar la campaña publicitaria correspondiente en las fechas determinadas.

### **Meta**

Diseñar una campaña publicitaria y de difusión de posicionamiento de las acciones de gobierno, para que la ciudadanía se identifique con la imagen de gobierno actual.

### **Estrategia**

Difundir toda acción realizada por el gobierno municipal con cobertura total del municipio, por medio de estructuras publicitarias y de difusión que permitan a cada ciudadano conocer que hacer de la administración municipal.

### **Actividades**

Elaborar la maqueta publicitaria en base a la imagen institucional vigente del gobierno municipal (volantes, folletería, stikers, espectaculares, pendones, posters, spots radio y televisión, slogan, artículos promocionales varios, gaceta informativa, etc.)

Presentar maqueta publicitaria a la autoridad correspondiente para su aprobación y elaboración.

Determinar la estructura publicitaria así como la cantidad en base a la cotización recibida spots radio y televisión, gacetas informativas mensuales, folletería, volantes, posters, pendones, espectaculares, adheribles (stickers banner para vehículos, en sus diversos tamaños) gorras, playeras y otro tipo de artículos promocionales, así como perifoneos y entrevistas en los diversos medios de comunicación tomando en cuenta una rueda de prensa que corresponde al mes de la realización del evento.

Elaborar la agenda mensual publicitaria y de difusión del evento, para su ejecución.

Calendarizar los tiempos de publicidad y difusión en los diversos medios de comunicación así como en el entorno geográfico requerido.

Gestionar los recursos necesarios para los pagos correspondientes de la campaña a los proveedores, en tiempo y forma.

Iniciar la campaña publicitaria correspondiente en las fechas determinadas.

### **Meta**

Dar cobertura interna y externa de 40 eventos realizados por mes por el Presidente y las dependencias de la administración municipal, para recabar la información en forma objetiva, oportuna y veraz, de sus acciones.

### **Estrategia**

Organizar al personal de comunicación social en base a una calendarización para dar cobertura total a las actividades y acciones del Alcalde y dependencias municipales, a fin de informar oportunamente a medios de comunicación y población en general, a través de los canales informativos disponibles.

### **Actividades**

Solicitar al Secretario Particular semanalmente (Viernes) la agenda de actividades del Presidente Municipal.

Confirmar diariamente con la Secretaria Particular la agenda de actividades del Presidente Municipal.

Solicitar semanalmente el calendario de actividades del titular de las dependencias municipales, así como las acciones para ejecutar en beneficio de los acambarenses, como lo son arranque, entrega, presentación e información de obras, programas y/o proyectos, a las cuales se requiera la presencia de medios de comunicación.

Elaborar semanalmente una agenda de actividades del Presidente Municipal y/o dependencias para enviarla a los medios de comunicación por medio electrónico, exhortándolos a cubrir dichas actividades.

Informar a los medios de comunicación de las modificaciones y/o cancelaciones de actividades dentro de la agenda o no calendarizado por razones ajenas al departamento de Comunicación Social, a través de un correo electrónico, ficha informativa o llamada telefónica.

Registrar asistencia de medios de comunicación a las actividades y coordinar con ellos los espacios que deberán ocupar a fin de agilizar y facilitar su labor informativa.

Especificar a los medios de comunicación que en el caso de las Sesiones de Cabildo, se deberá tener respeto de las conversaciones personales entre los integrantes del Ayuntamiento.

Crear un rol semanal de cobertura de actividades por parte del personal de Comunicación Social, en base a la disponibilidad de horario de cada uno.

Crear un rol de guardias de cobertura para los fines de semana, periodos vacacionales y días festivos no laborables, para estar presente en actividades o acciones que involucren a la administración municipal.

Elaborar y llenar un formato de información de evento, con los datos básicos: fecha, hora, lugar, funcionario(s) presentes, programa, recurso ejercido (municipal, estatal y federal según corresponda), vigencia y medios de comunicación presentes; mismo que servirá para la elaboración del boletín o ficha informativa.

Solicitar a cada dependencia encargada de la actividad una ficha técnica del evento con antelación, con los datos básicos fecha, hora, lugar, programa, recurso ejercido (municipal, estatal y federal según corresponda) y vigencia, para ser fotocopiados y entregados a los medios de comunicación durante el evento.

Cuando el evento lo amerite solicitar una copia del mensaje o discurso (si es que esta por escrito) dirigido a los presentes por parte del Presidente Municipal o funcionario público, a fin de auxiliar la elaboración del boletín o ficha informativa.

Llevar una bitácora individual de eventos cubiertos mensualmente, con el objetivo de tener acceso a datos importantes para aclaraciones, modificaciones e inserciones de información necesaria y conocer el estatus de cobertura de las actividades.

### **Meta**

Monitorear el 80% como mínimo de los programas radiofónicos y televisivos donde se difunda información de la administración municipal.

### **Estrategia**

Escuchar y observar las transmisiones de programas radiofónicos o televisivos donde se presente y comente de toda acción, actividad o hecho que sea inherente a la administración municipal, para tener un registro de hora, programa, fecha y lugar de la transmisión que sirva al archivo informativo del área.

### **Actividad**

Comisionar a la(s) persona(s) que deberán encargarse de monitorear cada una de las transmisiones o programas de radio y televisión dentro de la programación diaria establecida.

Hacer uso de las herramientas tecnológicas (PC y grabadora de audio y video) que permitan respaldar la información transmitida en programas de radio y televisión, así como etiquetar y archivar correctamente cada emisión.

Llevar un registro de la información inherente a la administración municipal, con datos básicos: fecha, hora, programa, medio de comunicación, canal o cuadrante donde se transmitió.

### **Meta**

Integrar 1 archivo fotográfico, de audio y video que sirva como base de diseño de campañas, material de consulta y de préstamo.

### **Estrategia**

Se llevará un archivo de audio y video que permita tener un registro y control de las entrevistas y notas relacionadas con esta administración, donde incluya a el presidente municipal y titulares de cada departamento, para que quede un antecedente que permita el uso del derecho a replica, de ser necesario.

### **Actividad**

Se integrara un control del archivo periodístico que contemple síntesis informativas de prensa escrita, material fotográfico, fonográfico y de video.

Registrar el material de grabaciones de programas radiofónicos y televisivos, por dependencia y fecha para su fácil ubicación y consulta.

Respalda la base fotográfica en cd's con su respectiva etiqueta informativa con datos básicos.

Se almacenara ordenada y cronológicamente todo el material respaldado para su correcto uso.

### **Meta**

Diseñar y aplicar 2 encuestas de opinión para analizar y evaluar las acciones del gobierno municipal, concretamente la Feria del 4 de julio y la presentación del Informe Gobierno.

### **Estrategia**

Se realizarán estudios de opinión enfocados a determinar hábitos de consumo informativo y a identificar la tendencia de opinión de la ciudadanía, con la finalidad de obtener de manera más clara y veraz la percepción de cada individuo sobre un evento en específico.

### **Actividad**

Diseñar dos encuestas de opinión por separado que contengan información sencilla que permita conocer el criterio del ciudadano.

Establecer la mecánica de aplicación de la encuesta, así como el proceso de vaciado de datos para tener un diagnóstico estadístico de la opinión del universo encuestado, solicitando la asesoría del área de Planeación y Desarrollo Institucional.

Elaborar el programa de encuestas de opinión, determinando el recurso material y humano con el que se cuenta.

Agendar las fechas de aplicación de encuestas según el evento que corresponda.

Reunir a los encuestadores para explicarles el objetivo y mecánica de la aplicación de la encuesta.

Comisionar a algunos encuestadores como supervisores de aplicación y registrarlos en una lista para tener un control de actividad.

Organizar el material a utilizar (la encuesta), lápices, acreditaciones, rutas o grupos e instrucciones.

Entregar en la fecha prevista el material a los encuestadores y trasladarlos al lugar en donde se realizara la encuesta.

Recibir al concluir la jornada de aplicación de encuesta el material, para el posterior vaciado de información y respaldo de la misma.

Vaciar en una base de datos previamente elaborada, bajo la asesoría del área de Planeación y Desarrollo Institucional la información capturada en cada encuesta.

Hacer un reporte de la aplicación de la encuesta y los resultados de la misma.

Presentar a la autoridad correspondiente los resultados de cada una de las encuestas con el propósito de conocer la opinión de los ciudadanos y con ello buscar las acciones de mejora en la aplicación del gobierno municipal.

## LIMITES

### Espacio:

Municipio de Acámbaro

### Tiempo:

1° de enero al 31 de diciembre del 2010.

### Universo:

Todos los gobernados.

## ORGANIZACIÓN INTERNA

La organización interna se refiere, primeramente a la interacción del personal que integra el Departamento de Comunicación Social, para llevar a cabo el ejercicio de sus funciones, para que las funciones y atribuciones que le corresponden a cada una de las áreas de la jefatura sean coordinadas y unificadas en la salida de información.

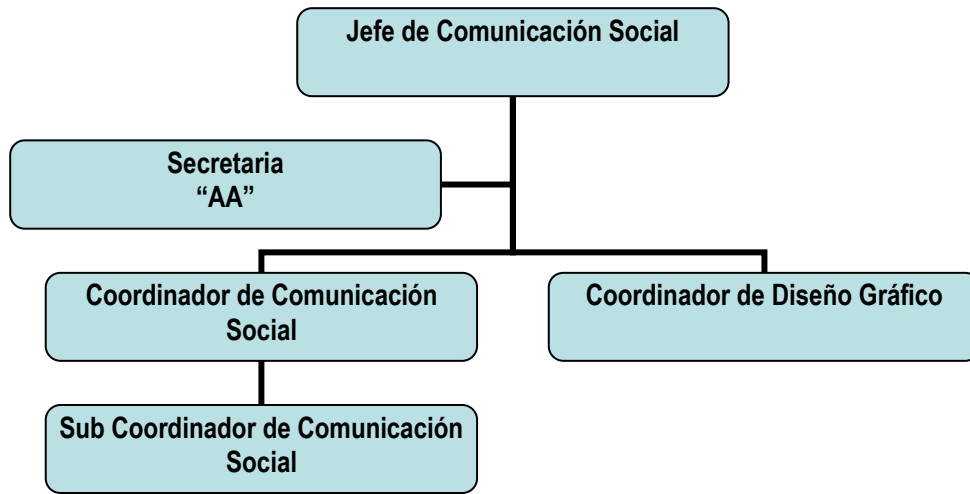
Para cumplir con el objetivo general, de informar de las acciones implementadas por el gobierno municipal a la ciudadanía acambareense, es necesaria la intervención de todas las áreas que integra la administración municipal centralizada, y de manera específica las acciones que emprenda de manera directa el Ayuntamiento.

En la Organización Interna debe mencionar las áreas de Presidencia Municipal con las cuales usted tiene un vínculo por cuestiones de trabajo, se menciona el área y se detalla la razón por la cual tienen dicha relación.

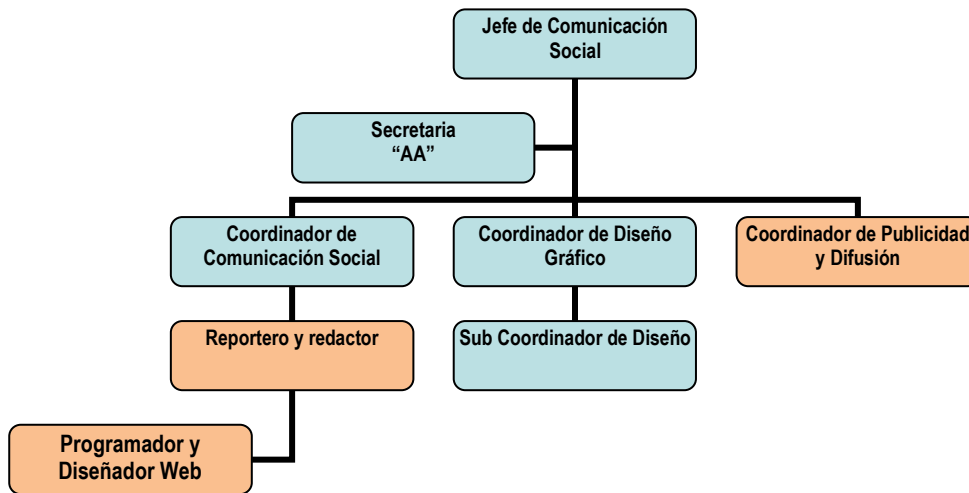
El organigrama y los dos párrafos posteriores le pido los coloque en el punto de Estimación y Asignación de Recursos, específicamente en los Recursos Humanos.

## ORGANIGRAMA

2009



**ORGANIGRAMA 2010**



Comunicación Social es un área que requiere constantes cambios administrativos y técnicos que le permitan desempeñar su función de modo tal que las metas propuestas puedan cumplirse al 100%, ante ello se solicita la aprobación de creación de tres plazas laborales más.

Actualmente la disposición por parte de quienes integran el departamento ha sido incondicional, sin embargo es justo mencionar que las actividades diarias han superado la capacidad actual laboral, por ello es necesario que se tome en cuenta que la eficiencia de Comunicación Social radicará en la integración de un equipo y herramientas suficientes para lograr el objetivo.

**ORGANIZACIÓN EXTERNA**

Las principales instituciones de apoyo que tiene el Departamento de Comunicación Social son las instituciones de comunicación del municipio, de la región y del estado en sus diversos ramos como son: Televisión, radio, prensa escrita, e internet.

Poner los nombres de esas instituciones de comunicación del municipio, región y estado.

## RECURSOS HUMANOS

### PLANTILLA DE PERSONAL 2009

<b>PERSONAL</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>DESPENSA</b>	<b>REMUNERACION ANUAL</b>
1	Jefa de Oficina	9,782.85	1,809.19	152,626.35
1	Coordinador de Comunicación Social	6,000.00	726.32	88,625.78
1	Coordinador de Diseño	6,000.00	726.32	88,625.78
1	Subcoordinador de Diseño	5,452.00	636.70	80,228.61
1	Secretaria	4,465.25	178.61	61,072.34
<b>Total anual</b>		<b>380,401.14</b>	<b>48,925.90</b>	<b>471,178.86</b>

### (PROPUESTA) PLANTILLA DE PERSONAL PARA 2010

<b>PERSONAL</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>DESPENSA</b>	<b>REMUNERACION ANUAL</b>
1	Jefa de Oficina	9,782.85	1,809.19	152,626.35
1	Coordinador de Comunicación Social	6,000.00	800.00	<b>Pendiente autorización del Ayuntamiento</b>
1	Coordinador de Diseño	6,000.00	800.00	
1	Subcoordinador de Diseño	5,452.00	700.00	
1	Secretaria	4,465.25	300.00	
1	Reportero y redactor	4,465.25	300.00	
1	Coordinador de Publicidad y Difusión	6,000.00	800.00	
1	Programador y diseñador web	4,465.25	300.00	

### **Justificación de propuesta salarial**

Comunicación Social no cuenta con un rubro o presupuesto que contemple el pago de horas extras y/o compensaciones, sin embargo el horario de trabajo es indistinto al tener que dar cobertura disponible las 24 horas a las actividades o información municipal que se genere diariamente.

En este sentido el personal adscrito al área de Comunicación Social requiere se le remunere o compense el tiempo fuera de horario de trabajo, por ello se propone un aumento en la prestación de despensa, la cual es mensual y cubriría parcialmente las necesidades del personal además de incentivar su desempeño diario.

En el cuadro de plantilla de personal 2009 y 2010 se puede observar el comparativo propuesto.

En cuanto a la solicitud de creación de tres plazas laborales más, se ha expuesto anteriormente la justificación de las mismas.

Colocar en esta parte el organigrama.

## RECURSOS MATERIALES

Los recursos materiales con los que cuenta la Jefatura de Comunicación Social son los siguientes:

Concepto	Cantidad	Condiciones
Diccionario enciclopédico Océano	1	Bueno
Bienes Informáticos		
Impresora HP	1	Bueno
Cámara Fotográfica	1	Malo
Lente 28-70	1	Regular
Cámara Minolta	1	Regular
Regulador de voltaje	1	Regular
Equipo 56-A	1	No existente
Scanner Artec	1	Regular
Impresora HP	1	Regular
Scanner digital HP	1	Regular
Cámara digital Sony	1	Regular
Impresora portátil Epson	1	Regular
Memoria para cámara 64 Mb	1	Regular
Equipo de computo Sony	1	Regular
Memoria USB 512	2	Regular
Cámara digital Sony	3	Regular
Copiadora Xerox	1	No existente
Computadora portátil HP	1	Regular
Equipo de cómputo ensamblado	1	Regular
Impresora Phaser	1	Regular
Videocámara digital Sony	1	Buena
Cámara digital Canon	1	Buena
Impresora Injet	1	Buena
Memoria USB 1 Gb	1	Regular
Copiadora Xerox	1	Bueno
Computadora Imac	1	Regular
Regulador Koblenz	2	1 no existe
Computadora Acer	1	Regular
Lámpara de Leds	1	Regular
Cámara fotográfica Sony	1	Regular
Equipo de cómputo Acer	1	Regular
Equipo de comunicaciones y telecomunicaciones		
Grabadora digital	1	Regular
Cd- RW externo	1	Regular
Televisor Sony 29"	1	Bueno
Videocasetera	1	Bueno
Videograbadora Aiwa	1	Regular
Regresadora para casete	1	No existente
Equipo de sonido ambiental	1	No existente
Antena tipo IPPV	1	No existente
Videocasetera	1	Regular
Equipo para perifoneo	1	No existente
Mescladora de video 2000	1	Buena

Televisores Mitsumi	3	Regulares
Corrector de base de tiempos	1	Regular
Teléfono Panasonic	1	Bueno
Grabadora digital	1	No existente
Grabadora Olympus	1	No existente
Fax color negro	1	Malo
Audio grabadora digital Sony	1	Regular
Grabador Dvd LG	1	Regular
Microcomponente Sony	1	Regular
Radio Portátil Kenwood	3	Bueno
Teléfono Panasonic Inalámbrico	1	Bueno
Sistema de sonido portátil	1	Regular
Grabadora digital Sony	1	No existente
Grabadora digital Panasonic	1	Regular
Pantalla de Plasma 55 "	1	Buena
Sistema de Transmisión de video inalam.	1	Regular
VTR marca JVC	1	Regular
Mobiliario y equipo		
Mueble para tv	1	Regular
Archivero metálico	1	Regular
Escritorio secretarial	2	Regular
Sillas negras y café	4	Regular
Mesa para computadora	1	Bueno
Gabinete para sonido ambiental	1	Malo
Gabinete de madera	1	Regular
Escritorio ejecutivo	1	Regular
Archivero vertical	1	Malo
Mesa 261	1	Sin existencia
Mampara metálica	2	Bueno
Archivero tempo	1	Regular
Gabinete de Almacenamiento	1	Regular
Pedestal negro para bafles	2	Regular
Centro de trabajo en esquina	1	Regular
Tripie manofoto	1	Bueno
Silla secretarial color azul	1	Regular
Mamparas metálicas	8	Bueno
Tripie Zenit	1	Bueno
Sillón ejecutivo	1	Bueno
Cafetera eléctrica	1	Regular
Porta tv	1	Bueno
Tripie para cámara de video digital	1	Bueno
Funda para cámara	1	Bueno
Estuche profesional de lujo	1	Bueno
Soportes de pared para tv	2	Bueno
No Break Tripp Lite	1	Regular
Pantalla triple blanca	1	Bueno
<b>VEHÍCULOS</b>		
Camioneta doble cabina (rojo)	1	Regular
Auto Tsuru Modelo 1994	1	Regular

### ADQUISICIONES NECESARIAS EN RECURSOS MATERIALES

<b>Adquisición nueva</b>	<b>Justificación</b>	<b>Costo Aproximado</b>
1 Vehículo	Es necesario para realizar los recorridos de obra o giras de trabajo	\$ 120,000.00
3 Equipo de cómputo.	Para reemplazar un equipo ya obsoleto, que no da la funcionalidad, además de que se requiere equipo portátil para la elaboración de boletines y difusión inmediata de la información	\$ 30,000.00
3 Grabadoras	Se requiere el apoyo de tres grabadoras digitales para la cobertura general	\$ 3,750.00

### RECURSOS FINANCIEROS PRESUPUESTO PARA EL EJERCICIO 2010

<b>Materiales y suministros</b>	<b>Materiales y útiles de la administración</b>
Materiales y útiles de oficina	15,600.00
Materiales y útiles para el procesamiento en equipos y bienes informáticos	6,240.00
Libros y códigos	390.00
Materiales y útiles de impresión	39,180.00
	<b>Alimentos y Utensilios</b>
Productos alimenticios al personal en las instalaciones	5,824.00
Productos alimenticios rueda de prensa	21,176.00
Combustibles, Lubricantes y aditivos para vehículos terrestres asignados a ser. Pub.	17,680.00
<b>Total</b>	<b>106,093.00</b>
	<b>Servicios de impresión grabado, publicación, difusión e información.</b>
<b>Servicios Generales</b>	
Estudios de opinión	1,040.00
Mantenimiento y Conservación de vehículos	14,560.00
Inserciones y publicaciones propias	41,598.00
Publicidad en radio y televisión	1,174,918.00
Distribución de publicidad	41,598.00
Publicidad gráfica	309,920.00
	<b>Servicios Oficiales</b>
Pasajes nacionales para ser. Pub. En el desempeño de comisiones y funciones oficiales	\$ 353.60
Viáticos nacionales para servidores públicos en el desempeño de funciones oficiales	\$5,886.00
Gastos del Día de la Libertad	\$16,640.00
Equipo de Administración	\$ 10,400.00
<b>Total</b>	<b>\$2,116,065.1</b>

Se anexa la calendarización de gastos para el ejercicio fiscal 2010, ver anexo número 2

## **SISTEMA DE CONTROL**

El área de Comunicación Social lleva un archivo de publicaciones en medios informativos, las cuales tengan que ver directa e indirectamente con el gobierno municipal; además cuenta con el archivo cronológico de los periódicos el Correo, El Sol del Bajío de circulación estatal, Semanario 7 Días, El Progresista, Panorama del Bajío publicaciones regionales, El Sureste que se publica 3 o 4 veces al año, así como otro tipo de revistas, gacetas y/o rotativos impresos.

Se lleva un respaldo audio visual de los eventos inherentes del gobierno municipal, así como la integración de la fonoteca simple en la cual se documenta electrónicamente la transmisión de programas radiofónicos locales y regionales.

Se cuenta con un archivo general de convenios y publicaciones directas hechas por el área de Comunicación Social (gaceta informativa, distribución de gaceta, convenios con medios de comunicación, etc.)

Se propone llevar un registro y bitácora de eventos y actividades de gobierno municipal cubiertas por el personal de Comunicación Social, a fin de tener una alternativa de consulta inmediata.

## **SISTEMA DE EVALUACION**

La Dirección de Planeación y Desarrollo Institucional gira mensualmente un formato de evaluación de metas en el que esta oficina registra sus avances de acuerdo a la meta fijada mes con mes, donde se manifiesta el porcentaje logrado y posteriormente el resultado total mensual obtenido en el área.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Constitución Política del Estado Libre y Soberano del Estado de Gto.

Ley Orgánica Municipal para el Estado de Guanajuato.

Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal

Presupuesto para el ejercicio fiscal 2009.