DIFUSION Y COMUNICACIÓN SOCIAL

PLAN OPERATIVO ANUAL 2020

Ciudad Victoria, Tamaulipas.

ANTECEDENTES

Para el buen funcionamiento de una institución, se requiere de la correcta planeación y desarrollo de acciones y programas que permitan fomentar la satisfacción de los ciudadanos en sus vertientes sociales, culturales, económicas y políticas. Dicha tarea conlleva la necesidad de construir un conjunto de acciones que incrementen la solidaridad de los ciudadanos con las instituciones gubernamentales, sus metas y fines.

Es de suma importancia comunicar de manera eficiente. El papel de los medios de comunicación en la promoción del buen gobierno es claro. Todos los aspectos del buen gobierno se ven facilitados por la participación de medios de comunicación sólidos e independientes en una sociedad. De hecho, existe un vínculo concreto entre el funcionamiento de los medios de comunicación y el buen gobierno: los medios permiten a la población realizar controles y evaluaciones continuos de las actividades del gobierno, y proporcionan un foro de debate para contribuir a dar voz a las preocupaciones públicas. Es por ello que es necesario utilizar herramientas eficientes para comunicarle a la sociedad de manera efectiva, con transparencia, apertura y rendición de cuentas.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la información es vista como un objeto a controlar porque da poder, sin embargo, también debe ser vista como un recurso a utilizar porque habilita la participación ciudadana, racionaliza los recursos y facilita la mejor solución de problemas y necesidades colectivas.

La comunicación es un diálogo que fluye tanto del gobierno a los ciudadanos como de los ciudadanos al gobierno, vinculando a ambos de manera participativa y dialógica. El uso efectivo de la información y la comunicación es indispensable para el éxito de cualquier institución gubernamental, sobre todo una que brinda un servicio indispensable como lo es el vital líquido. En éste caso, es importante mencionar que los medios de difusión a utilizar serán de ambos tipos- abiertos y cerrados-; gubernamentales, comerciales, boletines de prensa, declaraciones de funcionarios, líneas telefónicas, foros públicos de discusión, asambleas populares, canales alternativos de televisión y el uso apropiado de nuevas tecnologías RSI (redes sociales en internet) como lo son Facebook y Twitter, entre otros.

COMPROMISO

Brindarles información verídica a los ciudadanos por medio de un plan estratégico de comunicación.

DESCRIPCIÓN DEL ÁREA

Contacto con medios de comunicación para hacer fluir la información al interior y al exterior del organismo.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

1. Llevar a cabo campañas para radio, televisión, medios impresos y redes sociales.
2. Redacción de boletines
3. Redacción de Informes de Actividades.
4. Grabación de audios y video para comunicados y redes sociales.
5. Manejo de Redes Sociales (Facebook y Twitter).
6. Edición de audio, vídeo y diseño
7. Campañas de Imagen del Organismo
8. Conducción y cobertura de eventos especiales.
9. Fotografía de obras y acciones del organismo.
10. Monitoreo de medios de comunicación; impresos y en línea.
11. Conferencias de prensa.

RESPONSABLES Y PARTICIPANTES

Jefes de departamento y auxiliares administrativos.

METAS Y OBJETIVOS

• Desarrollo y difusión de campañas
• Brindar información clara y concisa a la población
• Optimizar el uso de medios de comunicación
• Aumentar el alcance por medio de redes sociales, logrando mayor interactividad, creando un vínculo con el público objetivo, mejorando el servicio al cliente con el propósito de tener un canal de comunicación directa con el cliente.

ESTRATEGIA Y ACCIONES

ESTRATEGIA	ACCIONES / TÁCTICAS
Desarrollar campañas para promover la cultura del agua: su cuidado y buen uso; así como su carácter no renovable con la intención de crear impacto en el mercado meta	-Publicaciones diarias en redes sociales (Facebook, Twiter e Instagram) #ComapaTips con informaciòn y datos relevantes acerca del consumo de agua.
Dar difusión a las diversas campañas con el propósito de dar a conocer los programas y/o proyectos que el organismo implementará	-Publicaciones constantes acerca de las reparaciones y obras que lleva a cabo diariamente el organismo. -Fomentar la cultura del reporte oportuno y dar a conocer las diferentes vias de comunicación para generarlos. -Posicionar el pago del servicio en linea y los diferentes metodos de pago para mayor comodidad de los usuarios. - Difusión en medios (según sea el caso): TV, radio, periódico, redes sociales (Facebook y Twitter), banners, espectaculares
Tener un mayor alcance orgánico por medio de redes sociales interactuando con el público objetivo, dando un mejor servicio de atención (reportes de fugas, preguntas, recomendaciones)	-Atención oportuna a usuarios a traves de buzón de redes sociales.
Difusión de los trabajos, mantenimiento, reparación y/o resultados obtenidos	-Fotografia y/o videos de la atención de reportes y obras realizadas diariamente, incluyendo las vias de comunicación para hacer reportes oportunos.