

Coordinación General de Comunicación, Difusión y Promoción

INTRODUCCIÓN

Es Auxiliar del Ejecutivo del Estado de Puebla, creado mediante decreto publicado en el Periódico Oficial del Estado el 14 de enero de 2015, con autonomía de gestión, personalidad jurídica y patrimonio propios.

El organismo opero con el programa presupuestario E054 denominado: “Comunicación de la Actividad Gubernamental” el cual se compone de productos informativos del quehacer de la administración pública estatal en medios de comunicación nacionales y locales, y a su vez con el Programa Presupuestario E145 denominado: “Difusión y Promoción de la Comunicación Social de la Administración Pública”, el cual se compone de Difusión y Promoción de Imagen y Proyectos de Mercadotecnia.

La Coordinación General de Comunicación, Difusión y Promoción tiene como objeto social conducir la política de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Estatal, la relativa a los proyectos estratégicos o prioritarios que en la materia le encomiende el Gobernador del Estado, así como coordinar las acciones que se realicen para promover, producir, generar, administrar y difundir información de diversa índole, a través de los medios de comunicación en todas las modalidades.

Para el cumplimiento de sus objetivos se consideran las atribuciones de: representar al Poder Ejecutivo ante los medios de comunicación, fungir como vocero del Gobierno del Estado, dirigir las actividades que en materia de difusión y promoción estatal realicen las dependencias y entidades de la Administración Pública Estatal.

Dentro de las principales actividades destacan las siguientes:

Una política de comunicación social adecuada y bien estructurada, que contribuyó al cumplimiento de la Estrategia Transversal: “Un Gobierno Cercano y Moderno”, además de que los poblanos estuvieron mejor informados, para poder conocer el desempeño y desarrollo de los proyectos más significativos y prioritarios del Gobierno del Estado, así como diversa información, vía distintas modalidades de medios de comunicación.

En el área de monitoreo de medios de comunicación a nivel local y nacional, se emprendió el desarrollo de productos informativos del quehacer de la Administración Pública Estatal, en el ámbito de medios digitales de igual manera se desarrollaron diversos productos informativos y en medios impresos de mayor circulación e influencia en el país.

En el aspecto de difusión de la Imagen Institucional, para el conocimiento y beneficio de las acciones sociales realizadas, se desarrollaron y promovieron diversas piezas de promoción a nivel estatal como nacional.

Coordinación General de Comunicación, Difusión y Promoción

Los proyectos de mercadotecnia con base en las campañas desarrolladas por el Gobierno del Estado, sobresaliente y enfocado al desarrollo social, con el fin de que la ciudadanía conozca las acciones y campañas emprendidas.

Fortalecimiento de la Coordinación General de Comunicación, Difusión y Promoción

La eficiencia en el área de monitoreo de medios de comunicación a nivel nacional, en cuanto a estándares de calidad y tiempo permitió informar en horario y tiempo adecuado el quehacer de la Administración Pública Estatal, que es de vital importancia para la toma de decisiones a favor de la ciudadanía, se llevó acabo el monitoreo de 1,080 productos informativos tanto en televisión nacional como de los medios impresos de mayor circulación e influencia en el país. En cuanto a los medios digitales, se monitoreo 360 productos por este medio, dando como resultado que se conozca el quehacer gubernamental publicado a través de estos medios.

Se realizaron 50 piezas de difusión de la imagen mejorada, dentro de algunas realizadas son: “Entrega de Recursos Cruzada Nacional contra el Hambre”, “Distribución de Libros Gratuitos”, “Entrega de Becas de Integración”, “Construcción del Centro Integral de Prevención y Participación Ciudadana”, por mencionar algunos.

La promoción de la Imagen de la Administración Pública Estatal estuvo a cargo de 50 piezas en medios masivos de comunicación, entre ellas destacan: “En apoyo a la Economía Familiar Escrituras Gratis”, Kiosko de la campaña de promoción “Puebla es mi Destino”, “Mataron Internacional Puebla”, “Comité de equidad de género”, Inauguración de la campaña “Dilo Juventud”, Materiales utilizados en “Yo si tengo seguro Popular” entre otras.

Proyectos de mercadotecnia se realizaron 108 y 8 convenios de colaboración y/o intercambio con dependencias y entidades, así como empresas privadas, de los proyectos de mercadotecnia podemos mencionar: “Puebla es mi Destino”, “Dilo Juventud” Pagina web “Consejo Estatal del Sistema Nacional de Seguridad”, “Licencia de Conducir Permanente”, “Inauguración Comedor Universitario”, Presentación “Fiestas Patrias 2015”, “Consolidando la transformación de Puebla”, por mencionar algunos. En cuanto a los convenios de intercambio se destacan los celebrados con: Comercializadora Mexeis, Papelería Vanguardia, Servivans&Trucks, Linas Factory y Parrilla Grill.