

<b>UNIDAD</b>	Relaciones Publicas
<b>RESPONSABLE</b>	José Víctor Agüero Aguilar/ Diciembre 2015

POA 2015

GESTIÓN		Plan Operativo 2015				Cronograma de ejecución (trimestres)		
UNIDAD	PRODUCTO	Resultado/actividad	Metas	Unidad de medida	Responsable	Cuarto Trimestre 2015	Diciembre 2015	Ejecutado Diciembre 2015
Unidad de Mercado y Relaciones Publicas	<b>PRODUCTO 1.</b> <b>Mecanismo de seguimiento a la gestión mediática establecida</b>	<b>R1.1. Estrategia de control y seguimiento de espacios noticiosos establecidos.</b>						
		1.1.1. Identificación y elaboración de una base de datos de medios de comunicación impresa, radial, televisiva, digital y online (Incluye nombre del medio, dirección, frecuencia, horario de transmisión, teléfonos, correo electrónico, sitio Web, periodistas que cubre fuente del CNA, director y jefe de redacción).	1	Base de datos	URP	1	1	1
		1.1.2. Seguimiento al proceso de monitoreo de las publicaciones impresas, radiales, televisivas y online efectuadas pro SEPROC en torno a los procesos institucionales.	1	Informe trimestral de Monitoreo diario durante el transcurso del año.	URP	1	1	1
		1.1.3 Gestionar espacios en los distintos medios de comunicación, para exponer ante la opinión pública, los objetivos,	12	Comparencias en medios.	URP	3	3	3

GESTIÓN		Plan Operativo 2015			Cronograma de ejecución (trimestres)			
UNIDAD	PRODUCTO	Resultad/actividad	Metas	Unidad de medida	Responsable	Cuarto Trimestre 2015	Diciembre 2015	Ejecutado Diciembre 2015
		2.1.3. Socializar con agencias de cooperación internacional, donantes, colegios profesionales, ONG,s, estudiantes, maestros, obreros, medios de comunicación y autoridades religiosas, el nuevo rol asumido por el CNA, en el combate a la corrupción (imagen institucional).	2	Informe de instancias involucradas	URP	1	0	0
		2.1.4 Acercamiento con dueños, directores de medios, jefes de redacción, directores de noticieros de radio y TV y periodistas que cubren fuente del CNA, para compartir la nueva política institucional, mediante un conversatorio puntual.	65	Informe de medios visitados y acuerdos establecidos	URP	10	3	3
		2.1.5 Elaborar un mapeo político de tomadores de decisión, (periodistas, diputados, políticos, líderes religiosos, empresariales, columnistas, docentes universitarios, directores de ONG,s, abogados, magistrados, fiscales del MP y cooperantes), afines a la nueva política institucional implementada por el CNA, así como los que están en contra y los que asumen un papel intermedio (hacer lobby político)	1	Directorio	URP			
		<b>R2.2. Consolidar y posicionar la marca CNA</b>						
		2.2.1 Fortalecer y poseionar la Unidad de Relaciones Publicas del CNA, mediante la publicación de notas de	12	Publicaciones en medios impresos, radiales,	URP	3	3	3

**NOTA. LOS GASTOS REALIZADOS EN LAS ACTIVIDADES DESCRITAS SE REFLEJAN EN LA EJECUCION PRESUPUESTARIA DEL CNA.**



---

Lic. José Víctor Agüero A.  
Jefe de Unidad de Relaciones Públicas y Gestión Mediática  
CNA