

UNIDAD	Relaciones Publicas y Gestión Mediática
RESPONSABLE	José Víctor Agüero Aguilar/ Abril 2015

POA 2015

GESTIÓN		Plan Operativo 2015					Cronograma de ejecución (trimestres)		
UNIDAD	PRODUCTO	Resultado/actividad	Metas	Unidad de medida	Responsable	Segundo Trimestre 2015	Abril 2015	Ejecutado a abril 2015	
Unidad de Mercadeo y Relaciones Publicas	PRODUCTO 1. Mecanismo de seguimiento a la gestión mediática establecida	R1.1. Estrategia de control y seguimiento de espacios noticiosos establecidos.				9	4	44	
		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				
		1.1.2. Seguimiento al proceso de monitoreo de las publicaciones impresas, radiales, televisivas y online efectuadas por 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, misión y visión institucional, así como los principales hechos investigados y de otros en torno al accionar institucional.	12	Comparecencias en medios.	URP	3	1	1	

GESTIÓN		Plan Operativo 2015					Cronograma de ejecución (trimestres)		
UNIDAD	PRODUCTO	Resultado/actividad	Metas	Unidad de medida	Responsable	Segundo Trimestre 2015	Abril 2015	Ejecutado a abril 2015	
		asumido por el CNA, en el combate a la corrupción (imagen institucional).							
		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	5	2	
		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	1			
		R2.2. Consolidar y posicionar la marca CNA				3	1	33	
		2.2.1 Fortalecer y posesionar la Unidad de Relaciones Públicas del CNA, mediante la publicación de notas de prensa, entrevistas, artículos de opinión y reportajes especiales, para destacar los avances del Consejo en su esfuerzo para enfrentar la corrupción.	12	Publicaciones en medios impresos, radiales, televisivos y Online.	URP	3	1	1	

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