

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

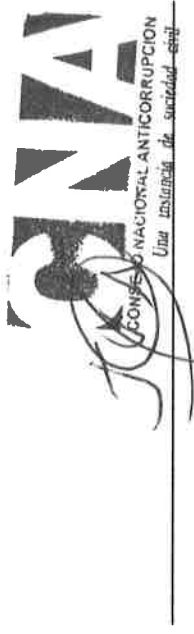
POA 2015

GESTIÓN		Plan Operativo 2015					Cronograma de ejecución (trimestres)		
UNIDAD	PRODUCTO	Resultado/actividad	Metas	Unidad de medida	Responsable	Cuarto Trimestre 2015	Octubre 2015	Ejecutado Octubre 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	4	
		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 pro SEPROC en torno a los procesos institucionales.	1	Informe trimestral de Monitoreo de 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	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	Cuarto Trimestre 2015	Octubre 2015	Ejecutado Octubre 2015	
		principales hechos investigados y de otros en torno al accionar institucional..							
		1.1.4 Gestionar espacios en los distintos medios de comunicación en el contexto de la iniciativa de "Responsabilidad Social" para promover elementos en apoyo a una campaña de transparencia y de combate a la corrupción.	6	Mensajes promocionados	URP	2	1	1	
		1.1.5 mantener permanentemente informada a la dirección ejecutiva y equipo técnico del CNA, de todos los hechos noticiosos vinculados con el quehacer institucional mediante la utilización de herramientas tecnológicas.	12	Informes de monitoreo	URP	3	1	1	
		R2.1.Dar a conocer de forma permanente la gestión institucional del CNA.				13	7	7	
		2.1.1. Elaborar una línea de base de datos con respecto al posicionamiento y nivel de percepción de la población (natural y jurídica) sobre la nueva imagen del CNA, en su esfuerzo por combatir la corrupción.	1	Informe de análisis de Encuesta	URP	1			
	PRODUCTO 2. Construcción del Perfil de Imagen del CNA.	2.1.2. Hacer pública la postura del CNA en temas de interés nacional, (transparencia, corrupción, rendición de cuentas), mediante comunicados de prensa, comparecencias públicas y conversatorios de sus principales autoridades).	6	Comunicados de prensa, noticias, reportajes, entrevistas, comparecencias en medios, artículos de opinión, foros.	URP	1	1	1	

GESTIÓN		Plan Operativo 2015				Cronograma de ejecución (trimestres)		
UNIDAD	PRODUCTO	Resultado/actividad	Metas	Unidad de medida	Responsable	Cuarto Trimestre 2015	Octubre 2015	Ejecutado Octubre 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		
		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	5
		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			
		R2.2. Consolidar y posicionar la marca CNA						
		2.2.1 Fortalecer y posesionar la Unidad de Relaciones Públicas del CNA, mediante la publicación de notas de prensa,	12	Publicaciones en medios impresos, radiales,	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