



FORMATO PARA LA IDENTIFICACIÓN DE PROGRAMAS

DATOS GENERALES	
Nombre del Director(a):	Ing. Ana Sofia Zazueta Bustos
Nombre del Coordinador(a):	Lic. Andrea María Salinas Quezada
Nombre de la Dirección:	Instituto Municipal de la Juventud de San Pedro Garza García
Nombre de la Coordinación:	Comunicación Social
Nombre del Programa:	Comunicación
Nombre de Proyectos:	1. Publicidad en Medios Digitales
	2. Servicios de Creatividad y Video
	3. Servicios de Impresión para Difusión de Programas y Proyectos
	4. Videos de Proyectos Publicados en Redes Sociales
Eje ODS:	Objetivo 16: Paz, Justicia e Instituciones Sólidas
Eje PMD:	Bienestar Social, Ciudadanía y Participación
Eje IMJUVE:	Bienestar Social

Aspectos Cualitativos del Programa	
Datos Estadísticos	<p>Según datos de la WEF la corrupción en México le cuesta un 2% del PIB, estimaciones del Banco de México y el Banco Mundial predicen que un 9% del PIB, y según el CEESP un 10% del PIB. Estas cifras representan una insatisfacción en la democracia donde solo un 35% de los mexicanos apoya la democracia y únicamente el 27% de estos se encuentra satisfecho con la misma según datos del Latinobarómetro.</p> <p>La corrupción también afecta localmente, ya que el 87% de la población percibe a los funcionarios públicos como corruptos.</p> <p>Según el Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (2019), las nuevas tecnologías deben de ser el medio más apropiado para los municipios para garantizar la transparencia y el acceso a la información; donde las redes sociales agilizan la comunicación y aumentan la transparencia en la información y a su vez permiten una conversación continua con la ciudadanía la cual facilita la consolidación de nexos, seguimiento y control de gestión.</p> <p>Las redes sociales es el medio más apropiado para garantizar la transparencia, acceso a la información pública, rendición de cuentas y la participación ciudadana.</p> <p>A partir de la innovación tecnológica, los gobiernos se modernizan y tienen ante sí la oportunidad de vincularse de manera más estrecha con los ciudadanos. Esto también mejora la calidad de la información para la toma de decisiones, agiliza los tiempos para procesar y entregar bienes y servicios, disminuye las cargas administrativas impuestas a la sociedad, fortalece las capacidades de fiscalización del Estado, facilita la rendición de cuentas e incentiva la transparencia y la participación ciudadana (Poggi, 2013).</p> <p>Las ventajas de usar las redes sociales son: estar presente de forma permanente entre la ciudadanía a través de la información oportuna y constante de las acciones realizadas; mantener comunicación en tiempo real con los ciudadanos; conocer la opinión ciudadana sobre acciones; programas o acontecimientos lo que permitiría a los gobiernos tener un pulso más cercano del interés general y actuar en consecuencia.</p>



FORMATO PARA LA IDENTIFICACIÓN DE PROGRAMAS

Estado Actual	Se cuenta con una página de internet, Facebook, Instagram, Twitter y WhatsApp. Todas oficiales de Juventud San Pedro
Descripción del problema y sus causas (o de la oportunidad a aprovechar)	Se requiere comunicar todos los programas y actividades en todos los medios para asegurar la transparencia con los residentes del municipio.
Objetivo del Programa	Garantizar la transparencia del Instituto mediante la difusión de los programas y proyectos en la plataforma y en redes sociales.
Descripción del Programa	Informar a los jóvenes Sampetrinos y al público en general de todos los programas y actividades de Juventud San Pedro a través de las tecnologías para propiciar la participación ciudadana juvenil y transparencia del Instituto.
Beneficio (s) social (es) identificado (s) (tangibles)	Implementación del Plan Estratégico de Comunicación, acercamiento con la ciudadanía, gobierno abierto y transparencia

Nombre del Proyecto o Evento	
1. Publicidad en Medios Digitales	
Fecha de inicio del proyecto o evento	Fecha de terminación de proyecto o evento
enero 2021	diciembre 2021
Localización Geográfica del Proyecto o Evento	
Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp y TikTok	

Aspectos Cuantitativos del Proyecto			
1.1 Descripción del Proyecto	Actualización de Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp, TikTok y seguimiento de los mensajes directos.		
1.2. Indicadores que permitan verificar el cumplimiento de las metas (en términos de cantidad, calidad, y temporalidad)	Indicador	Meta	Fuente de Verificación
	N/A	N/A	N/A
	N/A	N/A	N/A
1.3. Principales Beneficiarios	Beneficiarios	Cantidad	Características Socioeconómicas
	Jóvenes Sampetrinos	N/A	Nivel socioeconómico A/B (Clase Rica), C+ (Clase media alta), C (Clase media), D+ (Clase Media Baja) y D media), D+ (Clase Media Baja) y D
1.4. Población Objetivo	Jóvenes Sampetrinos, madres y padres de familia y población en general.		
1.5. Relaciones Interinstitucionales	Institución	Objetivo y/o beneficio	
	Comunicación del municipio	Mantener la comunicación para establecer la imagen institucional	
1.6. Personalización del Equipo de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento en comunicación política y manejo de redes sociales. - Disponibilidad para atender mensajes a la brevedad y poder contestar las dudas/preguntas amablemente. - Disponibilidad para atender a cada evento, actividad o programa para sacar fotografías. 		
1.7. Factores críticos de éxito	<ul style="list-style-type: none"> - Redes sociales llamativas y activas. - Interacción positiva con los usuarios. 		
1.8. Restricciones del Proyecto	<ul style="list-style-type: none"> - No contar con una base amplia de seguidores y usuarios. - Poca difusión de los eventos 		



FORMATO PARA LA IDENTIFICACIÓN DE PROGRAMAS

	Con Proyecto	Sin Proyecto
1.9. Situación General	Los jóvenes Sampetrinos podrán enterarse fácilmente de los eventos, actividades y convocatorias que el Instituto organiza y se propicia la cercanía con los ciudadanos interesados.	Dificultades al difundir los eventos, actividades y convocatorias y por ende se tendría poca participación y asistentes a éstos.

Nombre del Proyecto o Evento	
2. Servicios de Creatividad y Video	
Fecha de inicio del proyecto o evento	Fecha de terminación de proyecto o evento
enero 2021	diciembre 2021
Localización Geográfica del Proyecto o Evento	
Nuevo León	

Aspectos Cuantitativos del Proyecto			
2.1 Descripción del Proyecto	Distribuir los programas, proyectos y actividades de una manera creativa y llamativa a través de videos.		
2.2. Indicadores que permitan verificar el cumplimiento de las metas (en términos de cantidad, calidad, y temporalidad)	Indicador	Meta	Fuente de Verificación
	N/A	N/A	N/A
	N/A	N/A	N/A
2.3. Principales Beneficiarios	Beneficiarios	Cantidad	Características Socioeconómicas
	Jóvenes Sampetrinos	N/A	Nivel socioeconómico A/B (Clase Rica), C+ (Clase media alta), C (Clase media), D+ (Clase Media Baja) y D media), D+ (Clase Media Baja) y D
2.4. Población Objetivo	Jóvenes Sampetrinos, madres y padres de familia y población en general.		
2.5. Relaciones Interinstitucionales	Institución	Objetivo y/o beneficio	
	Comunicación del municipio	Mantener la imagen institucional	
2.6. Personalización del Equipo de trabajo	Conocimiento en comunicación política y manejo de redes sociales.		
2.7. Factores críticos de éxito	Que la campaña sea la suficientemente atractiva para las juventudes		
2.8. Restricciones del Proyecto	Presupuesto		
	Con Proyecto	Sin Proyecto	



FORMATO PARA LA IDENTIFICACIÓN DE PROGRAMAS

2.9. Situación General	Los programas, eventos y actividades se difundirán de una manera atractiva para las juventudes	No se difundirán los programas, eventos y actividades de una manera atractiva
-------------------------------	--	---

Nombre del Proyecto o Evento	
3. Servicios de Impresión para Difusión de Programas y Proyectos	
Fecha de inicio del proyecto o evento	Fecha de terminación de proyecto o evento
enero 2021	diciembre 2021
Localización Geográfica del Proyecto o Evento	
Nuevo León	

Aspectos Cuantitativos del Proyecto			
3.1 Descripción del Proyecto	Distribuir los programas, proyectos y actividades del Instituto a través de impresos.		
3.2. Indicadores que permitan verificar el cumplimiento de las metas (en términos de cantidad, calidad, y temporalidad)	Indicador	Meta	Fuente de Verificación
	N/A	N/A	N/A
	N/A	N/A	N/A
3.3. Principales Beneficiarios	Beneficiarios	Cantidad	Características Socioeconómicas
	Jóvenes sampetrinos	N/A	Nivel socioeconómico A/B (Clase Rica), C+ (Clase media alta), C (Clase media), D+ (Clase Media Baja) y D media), D+ (Clase Media Baja) y D
3.4. Población Objetivo	Jóvenes sampetrinos, madres y padres de familia y población en general.		
3.5. Relaciones Interinstitucionales	Institución	Objetivo y/o beneficio	
	Comunicación del municipio	Mantener la imagen institucional	
3.6. Personalización del Equipo de trabajo	Conocimientos básicos de diseño		
3.7. Factores críticos de éxito	Que las impresiones sean de la mejor calidad posible		
3.8. Restricciones del Proyecto	El personal del Instituto no puede controlar el proceso de la impresión		
3.9. Situación General	Con Proyecto	Sin Proyecto	
	Los programas, eventos y actividades tendrían una difusión en calle más grande de la que se cuenta	No difundiríamos los programas, eventos y actividades en calle	

Nombre del Proyecto o Evento	
------------------------------	--



FORMATO PARA LA IDENTIFICACIÓN DE PROGRAMAS

4. Videos de Proyectos Publicados en Redes Sociales

Fecha de inicio del proyecto o evento	Fecha de terminación de proyecto o evento
enero 2021	diciembre 2021
Localización Geográfica del Proyecto o Evento	
Redes Sociales	

Aspectos Cuantitativos del Proyecto

3.1 Descripción del Proyecto	Distribuir los programas, proyectos y actividades del Instituto a través de las redes sociales.		
3.2. Indicadores que permitan verificar el cumplimiento de las metas (en términos de cantidad, calidad, y temporalidad)	Indicador	Meta	Fuente de Verificación
	Número de personas alcanzadas de videos en redes sociales	Datos Estadístico	Captura de pantalla de videos en redes sociales
3.3. Principales Beneficiarios	Beneficiarios	Cantidad	Características Socioeconómicas
	Jóvenes sampetrinos	Datos Estadístico	Nivel socioeconómico A/B (Clase Rica), C+ (Clase media alta), C (Clase media), D+ (Clase Media Baja) y D media), D+ (Clase Media Baja) y D
3.4. Población Objetivo	Jóvenes sampetrinos, madres y padres de familia y población en general.		
3.5. Relaciones Interinstitucionales	Institución	Objetivo y/o beneficio	
	Comunicación del municipio	Mantener la imagen institucional	
3.6. Personalización del Equipo de trabajo	Conocimientos básicos de diseño		
3.7. Factores críticos de éxito	Que las impresiones sean de la mejor calidad posible		
3.8. Restricciones del Proyecto	El personal del Instituto no puede controlar el proceso de la impresión		
3.9. Situación General	Con Proyecto	Sin Proyecto	
	Los programas, eventos y actividades tendrían una difusión en calle más grande de la que se cuenta	No difundiríamos los programas, eventos y actividades en calle	

Costo Estimado de Programa

1. Publicidad en Medios Digitales		
Cuenta	Concepto	Monto
Servicios Generales	Facebook e Instagram	\$70,000.00
Sub Total		\$70,000.00



FORMATO PARA LA IDENTIFICACIÓN DE PROGRAMAS

2. Servicios de Creatividad y Video		
Cuenta	Concepto	Monto
Servicios Generales	Video	\$70,000.00
Sub Total		\$70,000.00
3. Servicios de Impresión para Difusión de Programas y Proyectos		
Cuenta	Concepto	Monto
Servicios Generales	Lonas	\$10,000.00
Servicios Generales	Impresos, flyers, tabloides, separadores, folletos, y reconocimientos	\$81,743.45
Sub Total		\$91,743.45
4. Videos de Proyectos Publicados en Redes Sociales		
Cuenta	Concepto	Monto
N/A	N/A	\$0.00
Sub Total		\$0.00
TOTAL		\$231,743.45

Calendario de Acciones		
1. Publicidad en Medios Digitales	Fecha de Inicio	Fecha de Término
Actualización de la página web, Facebook, Instagram, Twitter y TikTok	enero 2021	diciembre 2021
Seguimiento de mensajes directos	enero 2021	diciembre 2021
Pautas de publicidad	enero 2021	diciembre 2021
2. Servicios de Creatividad y Video	Fecha de Inicio	Fecha de Término
Seguimiento de creación de video	enero 2021	marzo 2021
3. Servicios de Impresión para Difusión de Programas y Proyectos	Fecha de Inicio	Fecha de Término
Creación de diseños	enero 2021	marzo 2021
Impresión de diseños	enero 2021	marzo 2021
4. Videos de Proyectos Publicados en Redes Sociales	Fecha de Inicio	Fecha de Término
Grabación de videos de proyectos	enero 2021	diciembre 2021
Edición de videos de proyectos	enero 2021	diciembre 2021
Publicación de videos de proyectos	enero 2021	diciembre 2021