

COMISIÓN DE COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN

La Comisión de Participación y Comunicación se encuentra integrada por los consejeros:

- Alberto Nuñez Esteva
- Paula Takashima Aguilar
- Claudia Colimoro Sarellano
- Guadalupe Hernández López
- Nashieli Ramírez Hernández
- Lorena Vázquez Ordaz
- Judith Pérez Fuentes
- Mauricio Méndez Santa Cruz

El presente documento tiene como objetivo documentar las estrategias que la comisión considera pertinentes para el corto, mediano y largo plazo. (1, 2 y 3 años)

OBJETIVOS DE LA COMISIÓN

Largo plazo: Posicionar al Consejo Consultivo como una instancia de apoyo, con presencia en la sociedad civil organizada y en los principales foros políticos y sociales en México.

Mediano Plazo: Consolidar la presencia del Consejo Consultivo como instancia consultiva de la comisión de fomento y en instancias políticas pertinentes, tales como el Congreso de la Unión, los gobiernos estatales, y en los partidos políticos.

Corto plazo: Desarrollar una estrategia de difusión sobre la Ley de Fomento a las Actividades Realizadas por Organizaciones de la Sociedad Civil y del Consejo Técnico Consultivo como entidad que emana de dicha ley.

El presente documento aborda únicamente el plan de trabajo para el corto plazo, por lo que a continuación se definen los objetivos específicos y acciones para este periodo.

PLAN DE TRABAJO PARA EL CORTO PLAZO

| Objetivo Corto Plazo: Desarrollar una estrategia de difusión sobre la ley de fomento, del consejo consultivo y del INDESOL | | |
|---|---|---|
| Objetivo Especifico | Acciones | Actividades |
| Fortalecer la página de internet | Trabajar en el diseño de los mensajes del CTC para que se logre identificar los mensajes clave que se desean transmitir | Diseño de mensajes clave para el primer año. |
| | Trabajar en el diseño del sitio web | Realizar el diseño del sitio web |
| | Abrir espacios para la participación de las organizaciones sociales | Buzón en el sitio web |
| | Actualización permanente del sitio web | Actualizar el sitio web al menos 2 veces por mes |
| Posicionar al Consejo en los principales medios de comunicación | Identificar los medios y periodistas que cubren las noticias del sector | Realizar un directorio de periodistas del DF y el interior de la república. Publicar al menos una nota al mes relacionada con el CTC Apoyarse en las oficinas de prensa y comunicación de INDESOL, SEGOB y otras instancias |
| | Identificar nuevos espacios donde se podrían transmitir los mensajes clave que se desean hacer llegar a la sociedad civil | Realizar un directorio de medios de comunicación y espacios (programas) donde el CTC puede tener presencia Tener presencia en medios de comunicación masiva al menos 1 vez por mes |

| | | |
|--|--|---|
| Desarrollar canales de comunicación adecuados con las organizaciones sociales | Promover la participación y actividades de las organizaciones sociales a través del sitio web | Promover casos exitosos de las oscada quince días Contar con un buzón que permita establecer relaciones bidireccionales entre el CTC y las organizaciones Difundir la esencia de la Ley de Fomento a través del sitio web |
| | Desarrollar un boletín mensual que permita dar a conocer las actividades del CTC e información relevante para el sector | Editar un boletín bimestral (mes de no sesión) |
| | Abrir un buzón de atención y asesoría para OSC (digital) | Responder a las solicitudes planteadas en el buzón en un plazo no mayor de 48 horas |
| Posicionar al Consejo en redes sociales | Mantener presencia constante en redes sociales para difundir las actividades del CTC e información de interés para el sector | Actualizar redes sociales, al menos dos veces por semana. |
| Promover en distintos espacios y eventos las funciones y actividades del CTC | Difundir la labor del consejo a través de foros al interior del país | Sistematizar la experiencia de los foros en los estados. |
| | Difundir las funciones y actividades del consejo | Publicar una nota por cada sesión de consejo donde se difunda las actividades realizadas durante la sesión; publicar las actas |
| | Identificar espacios de interés como eventos de OSC, instituciones educativas, culturales, espacios políticos, etc. donde el Consejo puede tener presencia | Armar una agenda de actividades anuales del sector con apoyo de los consejeros para ver la posibilidad de difundir la labor del CTC |
| Establecer canales de comunicación al interior del CTC para dar a conocer las | Difundir la labor de las comisiones al interior del consejo | Realizar un boletín bimestral para mantener informados a todos los consejeros, de las actividades que realizan las comisiones |
| | Diseñar políticas de comunicación al interior y exterior del consejo | Políticas al interior del consejo (correo, sesiones, etc.) |

| | | |
|---|--|---|
| actividades realizadas por las comisiones y el Consejo | | |
| | Promover las actividades de las comisiones en eventos del CTC y eventos del sector | Posicionar el CTC y las actividades de comisiones en al menos 3 eventos al año. |

Es importante señalar que todos los esfuerzos de comunicación hacia el exterior se realizarán en torno a los siguientes mensajes clave:

Esencia de la ley: Promover la organización de la sociedad civil para articular una participación organizada y efectiva en la elaboración e implementación de las políticas públicas.

El CTC: La importancia del CTC como único organismo de representación para las organizaciones de la sociedad civil con fundamento legal; dar a conocer los roles y funciones del CTC. Clarificar las diferencias entre CTC, INDESOL y Comisión de Fomento.

Problemática: Impacto que tiene el desconocimiento de la Ley de Fomento para el sector

Beneficios: Estructura jurídica y normativa de la ley que promueve e impulsa las acciones de las OSC.