



PLAN DE TRABAJO 2026



COMUNICACIÓN SOCIAL

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y ACTIVIDADES PARA DIFUSIÓN DE CULTURA DEL AGUA, DE LAS ACCIONES, OBRAS, CAMPAÑAS Y PROGRAMAS DEL ORGANISMO OPERADOR Y DE FOMENTO A LA INTEGRACIÓN DEL PERSONAL

OBJETIVOS: Informar a los ciudadanos del municipio de Salamanca de los proyectos, programas y obras que el CMAPAS realiza para su beneficio, así como lograr la participación real y comprometida de todos los sectores de la sociedad para el uso y cuidado eficiente del agua.

GENERAL:

Promover la concientización y el cambio de hábitos de la población en general, hacia el cuidado y preservación del recurso hídrico, buscando garantizarla para las futuras generaciones con la participación de la sociedad, para contribuir al desarrollo sustentable.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- ✓ Promover el uso eficiente del agua.
- ✓ Encausar el valor ambiental, social y económico del agua con un enfoque integral.
- ✓ Difundir e informar sobre obras y proyectos del CMAPAS.

META:

- 10 000 habitantes capacitados en Cultura del Agua

PÚBLICO OBJETIVO:

- Alumnos y docentes de escuelas de Salamanca.
- Usuarios del CMAPAS
- Público en general.





PLAN DE TRABAJO 2026



COMUNICACIÓN SOCIAL

- Huella Hídrica
- Huella ecológica
- Los usos del agua
- Cultura del Agua para los niños
- Servicios que brinda el CMAPAS
- ¿Cómo detectar una fuga de agua?
- Plantas de Tratamiento
- Dispositivos ahorradores

ESTRATEGIAS:

- Pláticas
- Participación en eventos conmemorativos de la cultura del agua,
- Exposiciones
- Ferias
- Eventos de medio ambiente
- Cursos
- Talleres

MATERIAL A UTILIZAR:

- Folletos, trípticos, dípticos,
- Láminas, papelería
- Revistas hidrokids
- Encuesta de evaluación
- Botargas
- Espectaculares
- Publicidad en recibos
- Displays
- Revistas
- Publicidad en radio
- Perifoneo
- Redes Sociales





PLAN DE TRABAJO 2026



COMUNICACIÓN SOCIAL

- Página de internet
- Medios de comunicación locales y regionales

MEDIOS DE EVALUACIÓN :

- Lista de asistencia
- Evaluación
- Graficas de encuestas de satisfacción al cliente.
- Participación en diferentes eventos

CAMPAÑA

"GUARDIANES DEL AGUA"

OBJETIVO

Disminuir el consumo de agua en escuelas, dando platicas a base de consejos para el buen uso del vital líquido y la detección de fugas que se presentan en sus baños.

META:

1. Visita a escuelas de la mancha urbana/ rural por semana
2. Bajar los consumos en los recibos de agua
3. Hacer uso adecuado del vital liquido

Indicadores del SIECA:

- ICA012 Promoción del ahorro del agua
- ICAED005 Prácticas cotidianas

PÚBLICO OBJETIVO

Usuarios del CMAPAS

ESTRATEGIAS





PLAN DE TRABAJO 2026



COMUNICACIÓN SOCIAL

Asistir a escuelas para concientizar a los niños sobre el uso y reuso del agua, así como su cuidado.

“RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA EN CONJUNTO CON LA GERENCIA COMERCIAL”

OBJETIVO:

Que los usuarios conozcan las campañas de apoyo a la economía familiar que el organismo operador lleva a cabo.

META:

Difundir en la Cabecera Municipal de Salamanca, Gto.

PÚBLICO OBJETIVO:

Usuarios del CMAPAS.

ESTRATEGIAS:

Difundir en diferentes medios de comunicación la campaña.

MEDICIÓN :

A través de las solicitudes presentadas.

Indicadores del SIECA:

- ICA012 Promoción del ahorro del agua

| ACTIVIDAD | PÚBLICO OBJETIVO | FECHA | OBSERVACIONES |
|--|-----------------------------------|-----------------|---|
| DIFUSION DE NUESTRAS CAMPAÑAS Y AVISO DE OBRAS EN MEDIOS DIGITALES | CAMPAÑAS DIRIGIDAS A LOS USUARIOS | ENERO-DICIEMBRE | SPOTS DE NUESTRAS CAMPAÑAS Y MENCIONES SOBRE OBRAS DE IMPACTO PARA LA COMUNIDAD |
| DIFUSION DE NUESTRAS CAMPAÑAS Y AVISO DE OBRAS EN RADIODIFUSORAS | CAMPAÑAS DIRIGIDAS A LOS USUARIOS | ENERO-DICIEMBRE | SPOTS DE NUESTRAS CAMPAÑAS Y MENCIONES SOBRE OBRAS DE IMPACTO PARA LA COMUNIDAD |



COMUNICACIÓN SOCIAL

| | | | |
|--|--|-----------------|--|
| DIFUSION DE NUESTRAS CAMPAÑAS Y AVISO DE OBRAS EN MEDIOS IMPRESOS-PERIÓDICOS | CAMPAÑAS DIRIGIDAS A LOS USUARIOS | ENERO-DICIEMBRE | PUBLICACIONES DE NUESTRAS CAMPAÑAS Y MENCIONES SOBRE OBRAS DE IMPACTO PARA LA COMUNIDAD |
| DIFUSIÓN DE OBRAS HECHAS CON RECURSO PROPIO | CAMPAÑA DIRIGIDA A LOS USUARIOS | ENERO-DICIEMBRE | LONA ESPECTACULAR, DIFUSIÓN EN TV, RADIO Y PERIÓDICO, REVERSO DEL RECIBO) |
| CAPACITACIÓN SOBRE CULTURA DEL AGUA A ESCUELAS | CULTURA DEL AGUA | ENERO-DICIEMBRE | PLÁTICAS A GRUPOS EN ESCUELAS URBANAS/RURAL. CONCIENTIZAR A LOS ESTUDIANTES SOBRE CUIDADO DEL AGUA Y SANEAMIENTO/ SOUVENIR |
| DIFUSIÓN DE CONTENIDO DEL RECIBO | CAMPAÑAS DIRIGIDAS A LOS USUARIOS | FEBRERO | DESCRIPCIÓN A LOS USUARIOS SOBRE EL CONTENIDO DEL RECIBO. (VOLANTES, MENCIONES TV, PERIÓDICO) |
| ENTREGA DE BECAS | CAMPAÑAS INTERNAS | ENERO Y AGOSTO | 2 VECES AL AÑO |
| ANIVERSARIO DEL CMAPAS | CAMPAÑAS DIRIGIDAS A USUARIOS DEL CMAPAS | 8 DE JULIO | DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN, REDES SOCIALES |
| PARTICIPACIÓN EN FERIAS, O CELEBRACIONES EXTERNAS A INVITACIÓN EXPRESA DE LOS ORGANIZADORES | CAMPAÑAS DIRIGIDAS A USUARIOS DEL CMAPAS | ENERO-DICIEMBRE | ACTIVIDADES CON TEMA DE CULTURA DEL AGUA Y ENTREGA DE SUVENIRS |
| JORNADAS DE SALUD DIF-MPIO | CULTURA DEL AGUA | ENERO-DICIEMBRE | SE ESTARÁ PARTICIPANDO FRECUENTEMENTE CUANDO NOS LO SOLICITEN, SOUVENIR |
| ROSCA DE REYES | CAMPAÑAS INTERNAS | ENERO | CONVIVIO PERSONAL CMAPAS |
| CAMPAÑAS DE RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA, CAMPAÑA DE TEMPORADA DE LLUVIAS Y CAMPAÑA DE DESCUENTO INSEN | CAMPAÑAS DIRIGIDAS A LOS USUARIOS DEL CMAPAS | ENERO-DICIEMBRE | INFORMACIÓN DIRIGIDA A USUARIOS A TRAVÉS DE LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN. |
| DÍA MUNDIAL DEL AGUA | CAMPAÑAS DIRIGIDAS A LOS USUARIOS | 22 DE MARZO | CULTURA DEL AGUA SOUVENIR, GLOBOS, BOTARGAS. |
| CAMPAÑA EPOCA DE LLUVIAS | CAMPAÑAS DIRIGIDAS A LOS USUARIOS | MAYO-NOVIEMBRE | 2 MAMPARAS, 2 LONAS DE ESPECTACULARES, DISPLAYS TIPO ARAÑA, DIFUSIÓN EN TV, RADIO Y PERIÓDICO, REVERSO DEL RECIBO) |



COMUNICACIÓN SOCIAL

| | | | |
|--|--|---------------------------------------|---|
| DÍA DE LAS MADRES | CAMPAÑAS INTERNAS | MAYO | CONVIVIO A LAS MAMÁS TRABAJADORAS DE NUESTRO ORGANISMO |
| DÍA DEL PADRE | CAMPAÑAS INTERNAS | JUNIO | SOUVENIR A LOS PAPAS TRABAJADORES DE NUESTRO ORGANISMO |
| DIFUSIÓN DE LA PTAR | CAMPAÑA DIRIGIDA A LOS USUARIOS | ENERO - DICIEMBRE | DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN, REDES SOCIALES, PLATICAS EN ESCUELAS, RECORRIDOS EN PTAR. |
| PARTICIPACIÓN EN DESFILES CONMEMORATIVOS CONVOCADOS POR LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL | CAMPAÑAS INTERNAS | 16 DE SEPTIEMBRE Y /O 20 DE NOVIEMBRE | PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES SINDICALIZADOS Y DE CONFIANZA EN EL DESFILE |
| CENA DE NAVIDAD | CAMPAÑAS INTERNAS | DICIEMBRE | CENA PARA EL PERSONAL |
| BOLETINES INFORMATIVOS | CAMPAÑAS DIRIGIDAS A USUARIOS | ENERO- DICIEMBRE | REDACCIÓN Y ENVÍO DE BOLETINES INFORMATIVOS A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOBRE LAS OBRAS Y ACCIONES DEL CMAPAS. |
| PERIFONEOS | CAMPAÑAS DIRIGIDAS A USUARIOS | ENERO- DICIEMBRE | PERIFONEO DE LAS OBRAS Y AVISOS A USUARIOS |
| ARRANQUES DE OBRA | CAMPAÑAS DIRIGIDAS A USUARIOS | ENERO- DICIEMBRE | DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE IMPACTO LOCAL Y REGIONAL |
| ARTÍCULOS PROMOCIONALES | CULTURA DEL AGUA Y CAMPAÑAS DIRIGIDAS A LOS USUARIOS | ENERO- DICIEMBRE | ENTREGA DE ARTICULOS PROMOCIONALES (SOUVENIR) COMO COMPLEMENTO DE CADA UNA DE NUESTROS EVENTOS Y CAMPAÑAS |

