

Lo anterior con la finalidad de desahogar en los términos propuestos la Sesión Ordinaria de la Comisión Permanente de Comunicación Social convocada para esta fecha:

Certificada la existencia de *Quórum* legal por parte del Secretario de la Comisión para sesionar válida y legalmente, la Presidenta pone a consideración de los integrantes de la Comisión el Orden del Día.

En consecuencia, es aprobado por unanimidad de votos el orden del día por los integrantes de la Comisión, procediéndose a desahogarlo, llegando así a los acuerdos siguientes:

Acuerdo-001/CPCS/30-10-09.-----

Se aprueba por unanimidad de votos de los miembros de esta Comisión, dar por presentado el anteproyecto "Anteproyecto de Presupuesto de la Coordinación de Comunicación Social, relativo al Programa de Trabajo 2010, se recomienda a la Coordinadora de Comunicación Social, presente a esta Comisión la campaña definitiva del manejo de medios que se pretende desarrollar, revisar y justificar la estrategia creativa y la utilización de los medios de comunicación siguientes: periódicos, cine minuto, revistas, banners, espectaculares, parabuses, medallones, revistas y vallas, incluso defina si habrá instrumentos de promoción y justifique el impacto que estos representan.-----

Se sugiere a la Lic. Diana Patricia Balbuena Espinosa, que realice una revaloración de los medios de comunicación que se pretende emplear en la campaña electoral 2010 a fin de que se presente a los miembros de esta comisión la justificación, el impacto y la estrategia que pretende emplear y de esta forma determine el costo beneficio que representa cada uno de los medios que se proponen en la campaña mencionada. Del mismo modo se sugiere que presente de manera detallada la cantidad y la calendarización de los medios de comunicación social que se van a utilizar, asimismo deberá justificar las etapas en que se utilizarán, el número de espectaculares, la temporalidad y distribución con base en el mapeo de ubicación y distribución de los mismos para tener mayor objetividad en el costo.-----

También se sugiere a la Lic. Diana Patricia Espinosa Balbuena, presente a esta Comisión, con base en la disponibilidad presupuestaria, 2 propuestas de la estrategia de campaña, la primera en la que se justifique la utilización de todos los medios que se presentan tales como: las 124 planas de periódico, cine minuto, revistas, banners, espectaculares, parabuses, medallones y vallas; y para el caso en que no haya suficiencia presupuestaria determine y justifique cuántos y cuales son los medios a utilizar con la calendarización, temporalidad y el impacto de audiencia que refiera que dichos medios son los que permitan obtener el impacto que se pretende obtener, determinar qué medios son prioritarios y se tenga una estrategia menos costosa, pudiendo trabajar en ajustes objetivos por las reducciones presupuestales globales.----

Se recomienda que en la propuesta y reajuste de campaña también se integre una clasificación de periódicos, número tiraje para ver como se distribuirá la estrategia de campaña se justifique también la inclusión o no de instrumentos de promoción, se sugiere reutilizar la estrategia creativa de 2007.-----

Se recomienda replantear el impacto y funcionamiento de cada una de las campañas que se pretende implementar, en función de los medios que se pretende contratar, revisar la denominación, el objeto y explicar cada una de las campañas planteadas, desglosar y justificar la utilización de los medios de comunicación a utilizar a fin de racionarlos y hacer una estrategia más objetiva de difusión de campañas, afinar y apegarse a los lineamientos del Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla.-----

Acuerdo-002/CPCS/30-10-09.-----

Se aprueba por unanimidad de votos de los miembros de esta Comisión, recomendar a la Encargada de Despacho de la Dirección Administrativa, presente a esta Comisión el "Anteproyecto de Presupuesto de la Coordinación de Comunicación Social" con las siguientes observaciones:-----

a).- Definir costos: promediados, con base al índice nacional de precio al consumidor para ser actualizados;

b).- Se puntualice el costo unitario de los medios solicitados por la Coordinación de Comunicación Social;

c).- Con base en la calendarización y distribución de medios, determinar el costo correspondiente;

d).- Con la finalidad de tener un ordenamiento de diseño presupuestal se sugiere hacer una clasificación de medios y servicios por contratar sea arrendamientos, instrumentos de promoción, estrategia de medios, clasificarlos y contabilizar los mismos.

e).- Defina los costos de la impresión y la publicación de la relación de los candidatos registrados, el cargo y el partido político que los postulan, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 214 del Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla, en cada uno de los periódicos que se pretendan realizar dichas publicaciones .

f) Se definan puntualmente las partidas presupuestarias y su vinculación para la utilización de los medios de comunicación a emplear en la campaña planteada.

g).- Se presente un calendario de rentas de servicios, temporalidad, número de unidades, costo unitarios de medallones y espectaculares así como su calendarización. Los miembros de esta Comisión, acuerdan por unanimidad de votos, recomendar a la L.C. Verónica Paola Cruz Castillo, que todos los proveedores y servicios que se deban contratar para la realización de la campaña mencionada, deben ser concursados y deberán contar con la aprobación del Comité de Adquisiciones.-----

Acuerdo-003/CPCS/30-10-09.-----

Los miembros de esta Comisión tienen a la vista la información presupuestal con los ajustes solicitados a la Encargada de Despacho de la Dirección Administrativa, en los que se puede observar un aumento importante en la producción de spots, mismo aumento que representa el **2,133.33%** respecto al monto inicial. Por lo anterior se acuerda solicitar a la Encargada de Despacho de la Dirección Administrativa que se sirva presentar en este rubro del presupuesto a detalle la cuantificación y desglose de lo spots de radio y televisión que se están presupuestando y el costo unitario; y se solicita a la Coordinadora de Comunicación Social que presente un informe detallado de la temporalidad, calendarización, secuencia, ¿a qué campaña corresponde?, y etapa de campaña en la que se utilizará cada uno.-----

Dra. Alicia Olga Lazcano Ponce
Consejera Electoral
Presidenta de la Comisión

Lic. Miguel David Jiménez López
Consejero Electoral
Secretario de la Comisión

Dr. Fidencio Aguilar Viquez
Consejero Electoral
Miembro de la Comisión