

GUÍA GENÉRICA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑAS EN LAS ENTIDADES,

BAJO EL ESTÁNDAR DEL MENSAJE:

“¡SÉ HONESTO, DALE MÁS VALOR A
(_nombre de la entidad_)!”



Región Centro - Pacífico

LÍNEA DE ACCIÓN: I
Transparencia y cultura de la Legalidad
Proyecto: Promoción de campañas estatales

CONTENIDO

I.- ANTECEDENTES.....	3
II.- OBJETIVO DEL PROYECTO.....	4
III.- OBJETIVOS DE ESTA GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN.....	4
IV.- EL MENSAJE.....	5
V.- CRITERIOS DE ADAPTACION.....	6
IMÁGENES DE LAS CAMPAÑAS ACTUALMENTE IMPLEMENTADAS.....	7
VI.- MEDIOS DE DIFUSIÓN.....	8

I.- ANTECEDENTES

En el marco de los trabajos realizados en la Comisión Permanente de Contralores Estados – Federación inició el año pasado con el desarrollo de la campaña, “¡Se honesto!, dale más valor a México”, bajo la responsabilidad del Estado de Morelos. Con el objetivo principal de incidir en el comportamiento de los ciudadanos y fortalecer la práctica de valores positivos como la honestidad.

“¡Sé Honesto! Dale más valor a México.”

Es una campaña basada en diversos materiales de difusión y en cortos (spots) audiovisuales, cuyo mensaje central establece que la honestidad debe de prevalecer sobre cualquier pretexto, con una orientación positiva y motivadora, previniendo conductas inadecuadas y dignificando el servicio público a través de la difusión de spots de audio y videos.

Asimismo las campañas estatales tienen como objetivo el ser vehículo para la promoción de diversos proyectos como lo es el caso de los cortos ganadores del 8vo Concurso Nacional Transparencia en Corto, así como el lanzamiento de la 9na edición del mismo, lo que se pretende es impulsar las campañas estatales vinculándolas a los distintos proyectos que los estados desarrollan en el marco de la Comisión Permanente de Contralores Estados – Federación.

II.- OBJETIVO DEL PROYECTO

El proyecto tiene como objetivo homologar a las entidades con la campaña “¡Sé Honesto! Dale más valor a ___” lo principal es potencializar el mensaje ya generado y difundido por la Comisión Permanente de Contralores Estados-Federación, al adecuarlo a la identidad local. Asimismo se busca lograr la colaboración de los municipios de cada entidad para facilitar la difusión al interior de cada demarcación.

Cabe señalar que a la par de la campaña estatal deberá seguir la campaña nacional, para favorecer ambos esfuerzos.

III.- OBJETIVOS DE ESTA GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN

III.1.- Objetivo General

Plantear los lineamientos básicos para replicar la campaña “¡Sé Honesto! Dale valor a (nombre de la entidad) ”

III.2.- Objetivos Específicos

- A).- Homogenizar el mensaje para potencializar el trabajo que le antecede.
- B).- Plantear los criterios para el re-diseño del logo de fácil aplicación para las entidades.
- C).- Presentar una propuesta de catálogo de medios de difusión.

IV.- EL MENSAJE

El mensaje sintetiza que sin disculpa, evasiva o salida falsa se demanda siempre la honradez y honestidad de ciudadanía y servidores públicos, tanto para la correcta valoración de nuestro entorno como de nuestros conciudadanos.

Y así indicar y llevar a cabo la honestidad ya que es el valor que hace a un ser humano decir siempre lo que es real, no agregar ni quitarle nada a esa realidad, no ocultar cosas, permite invitar a los niños, jóvenes, adultos y servidores públicos a ser dignos de confianza.

Para comunicar ese mensaje tenemos la frase

“¡Sé Honesto! Dale más valor a (poner nombre del estado)!”

V.- CRITERIOS DE ADAPTACION

1. LA FRASE:

Puede ser modificada a elección del estado siempre y cuando se mantenga la esencia de la Honestidad y el Valor al Estado.

“¡Se Honesto, dale más Valor a...”

Frases de las campañas actualmente implementadas:

MICHOACÁN

No hay pretexto, No hay pretexto... ¡Sé honesto! ¡Dale valor a Michoacán!

MORELOS

¡Se honesto!, Dale más Valor a México

GUANAJUATO

Gto te quiero Honesto

GUERRERO

No hay pretexto ¡Se honesto! Somos el valor de Guerrero

2. LOGO (IMAGEN)

A elección del Estado, de no contar con la capacidad para la creación de una imagen para la campaña, esta Coordinación Regional, pone a su disposición al equipo Técnico para diseñar una imagen para quien lo solicite

Imagen de las campañas actualmente implementadas



VI.- MEDIOS DE DIFUSIÓN

1. MATERIAL VISUAL

- a. Playeras
- b. Calcomanías
- c. Plumas
- d. Lápices
- e. Gomas
- f. Pulseras
- g. Bolsas Ecológicas
- h. Posters
- i. Pinta De Bardas
- j. Calendarios

2. MATERIAL AUDIVISUAL

- a. Videos/Comercial en Tv
- b. Internet

3. MATERIAL AUDITIVO

- a. Radio
- b. Internet