

GASTOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Comparativo de Gastos en el rubro de Comunicación Social 2007-2010

Año	Presupuesto total ejercido	Monto total partida 30600 (Servicios de Impresión, Difusión e Información)	% de gastos en comunicación con respecto al presupuesto total ejercido
2007	2,337,447,190.05	120,327,651.59	5.14
2008 ^a	1,970,258,911.66	118,188,251.57	5.99
2009	2,884,330,112.95	114,529,885.45	3.97
2010	3,436,356,914.41	121,701,159.22	3.54

Las erogaciones correspondientes al tema de comunicación social se registran en la partida 30600 que se refiere a “**Servicios de impresión, difusión e información**”.

En dicha partida quedan registrados diversos gastos que van desde la impresión de formatos oficiales y formas valoradas para el desempeño cotidiano de trámites y servicios que gestiona la ciudadanía ante la Administración Municipal; parabuses; trípticos; pendones; logística de eventos; imagen institucional de dependencias; así como la difusión en medios electrónicos (radio y televisión); medios impresos y medios digitales (portales en internet); la producción de spots para televisión; el levantamiento de imagen para video y audiovisuales; producciones para perifoneo de estrategias de difusión o eventos específicos.

El gasto en comunicación durante 2010 significó **menos del 4%** del gasto total del ayuntamiento, ello para cubrir el total de acciones, eventos y estrategias de difusión realizadas por las dependencias.

^a Incluye mes y medio correspondiente a la anterior Administración Municipal.

GASTOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Incremento/Decremento de Gastos en el rubro de Comunicación Social 2007-2010

Año	Monto total partida 30600 (Servicios de Impresión, Difusión e Información)	Incremento/ Decremento con respecto al año anterior	% de incremento/ decremento
2007	120,327,651.59		
2008 ^b	118,188,251.57	-2,139,400.02	-1.78
2009	114,529,885.45	-3,658,366.12	-3.10 ^c
2010	121,701,159.22	7,171,273.77	6.26

El uso de la comunicación social ha sido como herramienta para **fortalecer** la política de **corresponsabilidad** en los temas **más sensibles para la ciudadanía** como son: seguridad, salud, empleo, vialidades, cultura entre otros, a través del diseño de estrategias de difusión en las que se busca incentivar la participación social para generar cambios de hábitos y actitudes y de esta forma mejorar la ciudad. Para mayor información se desglosan las estrategias en el sitio denominado **Anexo 1 Sobre Gastos de Comunicación** que se presenta en la parte inferior del acceso de este documento.

^b Incluye mes y medio correspondiente a la anterior Administración Municipal.

^c Tendencia decreciente a pesar de que han aumentado los costos debido a la inflación registrada en el país