

COMUNICACIÓN SOCIAL Y VINCULACIÓN

ACCIONES Y RESULTADOS



COMUNICACIÓN EXTERNA

NUESTRA VOZ DIGITAL (DATOS E INSIGHTS)

Nuestra comunicación es una herramienta vital en momentos críticos y una oportunidad de conexión comunitaria.

En el siguiente análisis veremos como nuestra comunicación digital es **excepcionalmente efectiva para alertas críticas**, posicionándonos como una fuente vital de información. Así mismo, nuestra **mayor oportunidad** es elevar el contenido comunitario y administrativo a través de estrategias creativas y enfocadas en el storytelling.

Nuestro impacto digital se define por picos de alta criticidad y valles de contenido funcional.



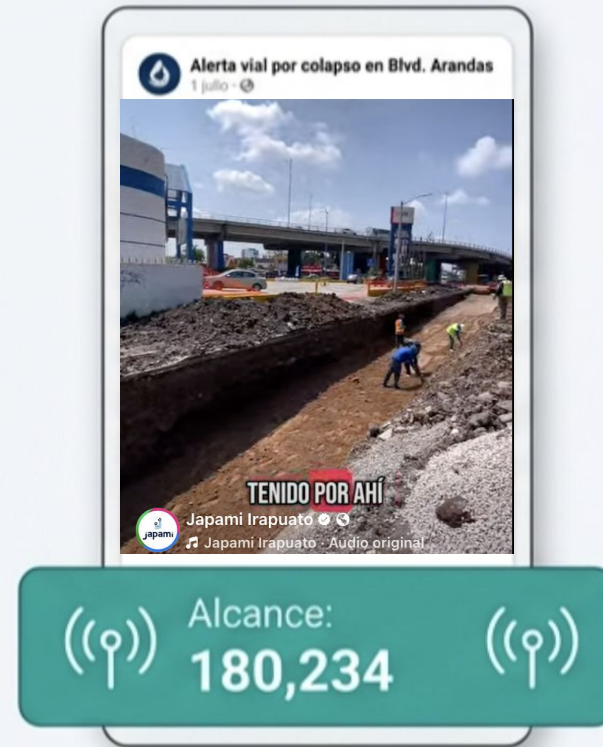
La urgencia y el impacto directo en la vida ciudadana son los catalizadores de un alcance excepcional

Ejemplo 1



Un alcance masivo que subraya la confianza ciudadana en JAPAMI como fuente oficial en momentos clave.

Ejemplo 2



El contenido que previene y alerta sobre interrupciones inmediatas genera la mayor difusión orgánica y viralidad.

En 2025 nuestra comunicación se organizó en tres pilares estratégicos, cada uno con un propósito distinto.



Pilar Operativo

Comunicaciones de crisis, alertas y avisos de servicio. El motor de nuestro alcance.



Pilar Comunitario

Proyectos, iniciativas, educación y presencia en la comunidad. La construcción de nuestra marca.



Pilar Administrativo

Campañas, información de servicio al cliente y concientización. La base de nuestra funcionalidad.

Las comunicaciones operativas son el pilar de nuestro servicio informativo, con una clara jerarquía de interés ciudadano.



Insight Clave: *La ciudadanía valora y depende de estos avisos para planificar su día a día. La criticidad del evento determina el nivel de difusión.*

El impacto tangible y la relevancia directa son clave para que el **contenido comunitario** resuene.

Publicación de Alto Impacto



Alcance: 20,611 ↗

Proyectos de infraestructura a gran escala que demuestran un beneficio directo y visible generan un alto interés y percepción positiva.

Publicación de Menor Impacto



Alcance: 1,033

Las invitaciones a eventos rutinarios son funcionales para un nicho, pero requieren una narrativa más amplia para expandir su alcance.

Las campañas creativas transforman la información administrativa en contenido de alto alcance

Publicación de Alto Impacto (Campaña Creativa)



Alcance: **24,747**

La gamificación y la participación activa convierten temas de concientización en contenido viral y atractivo para una audiencia amplia.

Publicación de Menor Impacto (Información Estándar)



Alcance: **951**

La información sobre descuentos es funcional, pero su alcance se limita a un público que ya busca activamente esta información.

La elección del formato es una decisión estratégica que definió el éxito de cada mensaje.



FOTOS

El formato dominante y más efectivo para la difusión de **alertas, avisos y comunicados oficiales**. Su poder reside en la **claridad y la inmediatez**.



REELS Y VIDEOS

Herramienta clave para **generar conexión emocional, humanizar la marca y contar historias** complejas de forma sencilla.



TEXTO

Utilizado de forma funcional para **notificaciones instantáneas** durante eventos en desarrollo.

El formato de **FOTOS** es nuestro vehículo más efectivo para la difusión masiva de información crítica



JAPAMI



**REPORTE DE LLUVIA
Y ACTIVACIÓN DE
GRUPO TORMENTA
13 DE SEPTIEMBRE
74,267 VISTAS**

- ✓ **Asimilación Inmediata:** Permite que la información crítica se entienda en segundos.
- ✓ **Facilidad para Compartir:** Es el formato más propenso a ser compartido por los usuarios para alertar a sus redes.
- ✓ **Estándar para Alertas:** La audiencia espera y confía en este formato para los comunicados urgentes de JAPAMI.

Publicaciones como la 'Alerta vial por colapso' (01/07) alcanzaron a más de **180,000 personas**, demostrando el poder de este formato.

El contenido **AUDIOVISUAL** humaniza nuestro trabajo y construye una narrativa de confianza y servicio.



- ▶ **Storytelling:** Muestra el “detrás de cámaras” del trabajo diario y el impacto de proyectos a largo plazo.
- ▶ **Conexión Emocional:** Pone un rostro humano a los esfuerzos de la organización, fomentando la confianza.
- ▶ **Educación:** Explica procesos complejos de una manera visual y atractiva.

Insight: Aunque su alcance numérico es a menudo menor que el de las fotos de crisis, su valor estratégico reside en el **engagement profundo y la construcción de la percepción de marca.**

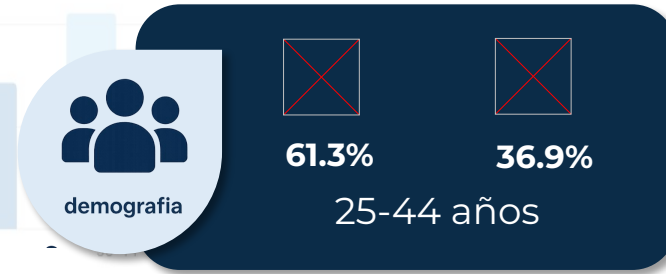
Resultados 2025 (34,582 seguidores)

396.8 mil ↑ 18.9%

Seguidores
Total
34,582

Edad y sexo

30%



— Visitas en Facebook

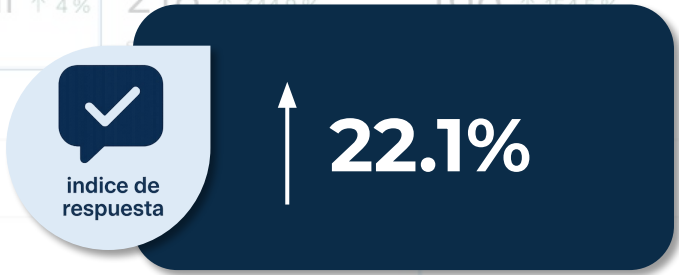
Mujeres 63.1%
Hombres 36.9%

Seguidores
4.8 mil ↑ 4%

Espectadores recurrentes
218 ↑ 21.9%

Seguidores que han interactuado
168 ↑ 35.5%

Índice de respuesta
69.2% ↑ 22.1%



— Seguidores



— Conversaciones iniciales

*Engagement: (Likes+Comentarios)/Seguidores X 100%

El análisis revela 4 conclusiones clave para guiar nuestra estrategia futura

1.

Dominio de la Comunicación Crítica

Somos la fuente de referencia para información que impacta la vida diaria.

2.

El Formato de Imagen es Rey para Alertas

Las fotos son la herramienta más rápida y efectiva para la difusión masiva de información urgente.

3.

El Video Tiene Potencial para la Conexión

Los Reels y Videos son clave para humanizar la marca y generar engagement profundo.

4.

El Contenido Comunitario es una Oportunidad

El rendimiento es variable y depende del impacto tangible y la creatividad de la presentación.

Para potenciar la comunicación digital de la JAPAMI y
basados en el informe de rendimiento, se propone
una **parrilla de contenidos estratégica para**
2026 estructurada en cuatro nuevos pilares
fundamentales.

**Esta propuesta busca equilibrar la información de
servicio con la construcción de comunidad y la
educación hídrica.**

Pilares de Contenido Estratégico

1

Avisos Operativos y Crisis (Prioridad Alta): Contenido sobre suspensiones de servicio, reparaciones de fugas y alertas viales. Es el motor principal de alcance*

2

Tecnología y Accesibilidad (Servicio al Cliente): Promoción de la JapamiApp, JapiBot, Aquamáticos y trámites digitales

3

Cultura del Agua y Sustentabilidad (Educativo): Consejos de ahorro (#JapamiTips), visitas escolares, proyectos estratégicos como el IAGUA y campañas anuales

4

Humanización y Transparencia (Comunidad): Historias del personal operativo y resultados de obras

***Congruencia de marca:** Lo que digo vs Lo que hago

Ejemplo:

Día	Categoría	Tipo de Publicación	Objetivo y Formato Sugerido
Lunes	Planificación	Japami en tu Colonia	Publicar la agenda de la unidad móvil y actualización de padrón. Formato: Foto con diseño de calendario claro.
Martes	Tecnología	Pago y Trámites 24/7	Promoción de Aquamáticos y Pago Auto. Formato: Reel corto mostrando la rapidez del proceso.
Miércoles	Participación	Miércoles Ciudadano	Invitación o resumen de la atención directa en presidencia. Formato: Video de testimonios.
Jueves	Educación	Cultura del Agua	Consejos prácticos de ahorro o visitas a escuelas. Formato: Video/Reel con "Japi" el guardián.
Viernes	Humanización	Héroes de la Ciudad	"Detrás de cámaras" de las cuadrillas reparando fugas. Formato: Reel enfocado en el compromiso del personal.
Sábado	Sustentabilidad	Proyectos Estratégicos	Avances de obras o acciones grandes como IAGUA o Línea Morada. Formato: Fotos/Reel de alta calidad.
Domingo	Comunidad	Guardianes del Agua	Dinámicas interactivas (acertijos o retos) para niños. Formato: Imagen interactiva .

Propuestas de Campañas 2026




**RECONECTAR
CUESTA CARO**

No reconectes el servicio del agua.
Evita una multa de \$18,000 MXN.

¡CUESTA MENOS, VALE MÁS!

COSTO CELULAR	COSTO AGUA POTABLE:
 <p>PLAN DE DATOS MENSUAL: \$500 MXN</p>	 <p>\$150 MXN</p> <p>Servicio Esencial en Irapuato</p>

REGULARIZA TU CUENTA, AHORRA EN RECARGOS





MEDIOS DE COMUNICACIÓN

PLAN 2026 EN BASE A PRESUPUESTO

Análisis 2025 (Inversión \$3.31 mdp en 33 medios)



DIGITAL

20 Medios

\$1.35 mdp

(Medios con mayores seguidores:

Tinta Negra, Gerardo Hernández, Opinión Bajío, T-Infirma, Primer Plano, Chinoticias, Noticias al Momento)



IMPRESOS

5 Medios

\$774 mp

(Medios con mayor alcance:

Elité, Sol de Irapuato y Correo)



RADIO

5 Medios

\$727 mp

(Medios con mayor audiencia:

Campirana, ACIR, RadioGrupo)



OTROS

3 Medios

\$325 mp

(Medios con mayor audiencia:

OXXO, TVmos)

Propuesta 2026

PRESUPUESTO \$3,372,901.20

Medio de Comunicación	Nombre Legal	Tipo	2026	Prop. Media	DIF	%	Observación	Contraprop
RED NOTICIAS GUANAJUATO	LAURA VANESSA VARGAS AYALA	DIGITAL	\$ 129,631.93	\$ 120,000.00	-\$ 9,631.93	-7%	SE ACEPTA PROPUESTA DEL MEDIO	\$ 129,631.93
CONSECUENCIAS	MARIA TERESA HERNANDEZ TAPIA	DIGITAL	\$ 262,500.00	\$ 348,000.00	\$ 85,500.00	33%	CONTRAPROPUESTA	\$ 270,000.00
PUNTO Y APARTE	MIRIAM LIVIER GASCA AMEZCUA	DIGITAL	\$ 89,250.00	\$ 90,000.00	\$ 750.00	1%	SE ACEPTA PROPUESTA DEL MEDIO	\$ 90,000.00
EN TINTA NEGRA	JUAN MARTÍN SÁNCHEZ CASTRO	DIGITAL	\$ 150,150.00	\$ 160,000.00	\$ 9,850.00	7%	SE ACEPTA PROPUESTA DEL MEDIO	\$ 160,000.00
ENLACE NEWS	CARLOS MARTÍN SÁNCHEZ RAMÍREZ	DIGITAL	\$ 71,400.00				NO PRESENTA PROPUESTA	\$ 71,400.00
AER NOTICIAS	ALEJANDRA ELIA RAMÍREZ ARIAS	DIGITAL	\$ 37,800.00	\$ 36,000.00	-\$ 1,800.00	-5%	AUMENTO	\$ 37,800.00
NOTUS	MARIO ESAU GONZALEZ FUENTES	DIGITAL	\$ 47,250.00				AUMENTO/ NO PRESENTA PROPUESTA	\$ 47,250.00
GUANAJUATO INFORMA	MARICELA LUNA GUTIÉRREZ	DIGITAL	\$ 71,400.00	\$ 72,000.00	\$ 600.00	1%	SE ACEPTA PROPUESTA DEL MEDIO	\$ 72,000.00
EL DESPERTAR DE GUANAJUATO	MA. LEONOR BALTAZAR MENDOZA	DIGITAL	\$ 15,750.00	\$ 20,000.00	\$ 4,250.00	27%	CONTRAPROPUESTA	\$ 16,000.00
KUALI	CARLOS ALBERTO GARCÍA BALANDRÁN	DIGITAL	\$ 42,000.00	\$ 40,000.00	-\$ 2,000.00	-5%	SE ACEPTA PROPUESTA DEL MEDIO	\$ 42,000.00
PRIMER PLANO	ERICK ISRAEL GUTIÉRREZ HERNÁNDEZ	DIGITAL	\$ 42,000.00				NO PRESENTA PROPUESTA	\$ 42,000.00
ASVICK	VICTORIA GARCÍA PÉREZ	DIGITAL	\$ 29,400.00	\$ 35,000.00	\$ 5,600.00	19%	CONTRAPROPUESTA	\$ 29,400.00
OPINIÓN BAJIO	CHRISTOPHER CORONA DOMÍNGUEZ	DIGITAL	\$ 166,950.00	\$ 219,240.00	\$ 52,290.00	31%	CONTRAPROPUESTA	\$ 166,950.00
NOTICIAS GUANAJUATO	GILBERTO HERRERA NAVARRO	DIGITAL	\$ 21,000.00				NO PRESENTA PROPUESTA	\$ 21,000.00
EN IMÁGENES MAGAZINNE	ERICK RODRÍGUEZ AYALA	DIGITAL	\$ 15,750.00	\$ 42,000.00	\$ 26,250.00	167%	AUMENTO/ CONTRAPROPUESTA	\$ 20,000.00
NOTICIAS AL MOMENTO	JULIAN CORONA CABRERA	DIGITAL	\$ 24,150.00	\$ 60,000.00	\$ 35,850.00	148%	AUMENTO	\$ 30,000.00
T-INFORMA	FELIPE DE JESÚS CANCHOLA GONZÁLEZ	DIGITAL	\$ 30,450.00	\$ 58,000.00	\$ 27,550.00	90%	CONTRAPROPUESTA	\$ 30,450.00
CHINOTICIAS	SERGIO FERNANDO LÓPEZ VELÁZQUEZ	DIGITAL	\$ 30,450.00	\$ 50,000.00	\$ 19,550.00	64%	AUMENTO	\$ 40,000.00
NOTA DIGITAL GTO	PENDIENTE	DIGITAL	\$ 31,500.00				NO PRESENTA PROPUESTA	\$ 31,500.00
CONTACTO Noticias	PALOMINO	DIGITAL	\$ 109,620.00				NO PRESENTA PROPUESTA	\$ 109,620.00
GUANAJUATO Foto Noticias	APOLINAR RODRÍGUEZ ANDRADE	DIGITAL	\$ -	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	#DIV/0!	NO SE AUTORIZA	\$ -
DIGITAL NOTICIAS BAJIO	GERARDO	DIGITAL	\$ -	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	#DIV/0!	CONTRAPROPUESTA	\$ 20,000.00
IRAPUATO DESPIERTA	HUMBERTO	DIGITAL	\$ -				NO PRESENTA PROPUESTA/ SE PUEDE CONSIDERAR	\$ -



CULTURA DEL AGUA

PLAN ANUAL DEL PROYECTO DE CORRESPONSABILIDAD EN EL USO DEL AGUA
(PE22)

Acciones 2025 - 2026



ESCUELA
AZUL

- 4 escuelas participantes
- 2 concluyeron acciones
AHORRO: 52% m³

- 8 escuelas participantes



EDIFICIO
AZUL

- 1 empresa piloto
AHORRO: 30% m³

- 4 empresas participantes



RESTAURANTE
AZUL

- Estandarización del
proceso

- 1 restaurante piloto



PLÁTICAS
TALLERES Y EVENTOS

- 16,000 personas
atendidas

- 18,000 personas
atendidas



SOCIALIZACIÓN
DE OBRA

- 998 personas
atendidas

- Estandarización del
proceso



DÍA MUNDIAL DEL AGUA 2026

“Donde fluye el agua, crece la Igualdad”

Propuesta de Actividades (23 de marzo/ CREA Centro Cultural Irapuato)



SIMPOSIO DE CONFERENCIAS

Tema 1: Agua y equidad de género. *(Patricia Hernández)*

Tema 2: Liderazgo femenino en la gestión hídrica. *(Mesa de Diálogo)*

Tema 3: Innovación y sostenibilidad con perspectiva de género. *(Ana Bertha Andrade)*

Participación de expertas locales y nacionales



TALLERES TÉCNICOS/ OPERATIVOS DIRIGIDOS A MUJERES

Taller 1: Uso responsable y ahorro de agua en el hogar.

Taller 2: Detecta fugas y repara a tiempo.

Taller 3: Herramientas de empoderamiento y participación ciudadana

Firma de Convenio/ Toma de Protesta CASCOS ROSAS

Presentación 1ª. Cuadrilla Femenina JAPAMI



CAMPAÑA DIGITAL “MUJERES Y EL AGUA”

Cápsulas audiovisuales con historias de mujeres líderes en la Gestión Hídrica:

- Alcaldesa
- Presidenta de Colonos
- Presidenta de Comité Rural
- Trabajadora de JAPAMI

Exhibición fotográfica en el recinto

COMUNICACIÓN SOCIAL Y VINCULACIÓN

GRACIAS