

PLAN DE TRABAJO



H. Ayuntamiento
Constitucional de
AXAPUSCO
2022-2024

COMUNICACIÓN SOCIAL



ÍNDICE

Misión.....	4
Visión.....	4
Objetivos Generales.....	4
Objetivos Específicos.....	5
Marco Teórico.....	6
Programa de actividades	9
Cuentas Oficiales.....	11
Líneas de Acción.....	11
Equipamiento en el Área.....	12
Redes Sociales y Campañas.....	12
Presupuesto.....	12



PRESENTACIÓN

El área de Comunicación Social juega un papel fundamental como intermediario entre la Sociedad y la Autoridad.

El Gobierno Municipal debe crear vínculos entre las y los ciudadanos ya que tienen derecho a conocer los resultados de las acciones que se realicen y así facilitar el acceso oportuno a la información sobre el uso de los recursos e instrumentación de las acciones.

La Dirección de Comunicación Social del Municipio de Axapusco, Estado de México, se ha dado a la tarea de elaborar un Plan de Trabajo con el objetivo de difundir, comunicar y transparentar el acceso a la información, además de fortalecer la imagen Institucional y posicionar al Municipio de Axapusco, como un Gobierno que trabaja con eficacia y eficiencia para la ciudadanía, manteniendo un vínculo de relación con los medios de comunicación (impresos y electrónicos) con los que se llegará a tener convenios de acuerdo al presupuesto obtenido en el área.

El siguiente plan de trabajo, que puede ir siendo modificado y perfeccionado sobre la marcha de la administración, que guía las actividades del departamento de comunicación social para cumplir a cabalidad con sus funciones elementales de difusión y relaciones públicas.

A continuación, se mencionará la misión, la visión, los objetivos generales y específicos, así como estrategias y resultados que se pretende cumplir.



MISIÓN

Difundir los programas de manera oportuna, obras, acciones, servicios y resultados del Gobierno Municipal de Axapusco, con el objetivo de impulsar la participación ciudadana, para así obtener una vinculación que se traduzca en participación social.

VISIÓN

Hacer del área una fuente de información rápida, oportuna y veraz, reconocida por realizar de manera eficaz y eficiente la difusión de la información que surja en la Administración del H. Ayuntamiento 2022 – 2024.

VALORES

Los valores por los que se rige la Dirección de Comunicación son Honestidad, Compromiso, Creatividad, Igualdad, Confianza, Respeto, Lealtad, Confidencialidad, Institucionalidad.

OBJETIVO GENERAL

Generar e implementar estrategias de comunicación social con el fin de posicionar las acciones y programas del Gobierno Municipal, además de difundir con oportunidad, claridad y prontitud las actividades, a través de los medios de comunicación tradicionales y el uso de las redes sociales como Facebook para mantener informada a la población sobre el quehacer del H. Ayuntamiento, desplegando una política de comunicación con una atractiva campaña Institucional que divulgue las metas, avances y logros en obras, acciones y servicios de la administración.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Difundir la Imagen Institucional y las acciones del Gobierno Municipal de Axapusco, Estado de México.
- Diariamente verificar la agenda del día, con la finalidad de saber las actividades de las que se tendrá que realizar la cobertura.
- Difundir en la Página Oficial del H. Ayuntamiento 2022 - 2024 los boletines de prensa de manera profesional y asertiva.
- Mantener una relación cordial con los medios de comunicación, atendiendo a los representantes de los medios en la obtención de información oportuna, veraz y objetiva.
- Realizar y aprobar los diseños, publicaciones, inserción, emisiones o exhibiciones de los mensajes y/o la publicidad de la Administración Municipal.
- Apoyar a la Dirección de **Logística** en la realización de la cobertura fotográfica de actividades y eventos públicos.
- Coordinar las fotos, reportajes, entrevistas que se requieran para los funcionarios o para los medios de comunicación.
- Realizar los Informes de Gobierno que plantee la Administración 2022 – 2024.
- Realizar campañas de información sobre temas actuales y de interés.
- Verificar que la información de la página oficial esté actualizada, así como las cuentas oficiales en las diferentes redes sociales.
- Agendar las entrevistas que se realicen a los directores del H. Ayuntamiento 2022 – 2024.
- Invitar y confirmar a los medios vía electrónica y/o telefónica, en su caso sobre la asistencia al evento para su cobertura.
- Redactar los comunicados brindados por las diferentes dependencias en las cuentas oficiales del H. Ayuntamiento.
- Dar respuesta oportuna y cordial en las diferentes cuentas oficiales del H. Ayuntamiento.



MARCO TEORICO

LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL TEXTO VIGENTE

***Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de mayo de 2018
Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.***

Presidencia de la República. ENRIQUE PEÑA NIETO, Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, a sus habitantes sabed: Que el Honorable Congreso de la Unión, se ha servido dirigirme el siguiente DECRETO “EL CONGRESO GENERAL DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, DECRETA: SE EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Artículo Único.- Se expide la Ley General de Comunicación Social.

Título I Disposiciones Generales Capítulo Único

Artículo 1.- La presente Ley es de orden público e interés social, de observancia general en toda la República y reglamentaria del párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, relativo a la propaganda, bajo cualquier modalidad de Comunicación Social.

Artículo 2.- La presente Ley tiene por objeto establecer las normas a que deberán sujetarse los Entes Públicos a fin de garantizar que el gasto en Comunicación Social cumpla con los criterios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez, y respete los topes presupuestales, límites y condiciones de ejercicio que establezcan los presupuestos de egresos respectivos.

Artículo 3.- Son sujetos obligados al cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley, los poderes públicos, los órganos a los que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos dota de autonomía, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro Ente Público de los tres órdenes de gobierno.

Artículo 4.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por: I. Campañas de Comunicación Social: Aquéllas que difunden el quehacer gubernamental, acciones o logros de Gobierno o estimulan acciones de la ciudadanía para acceder a algún beneficio o servicio público; II. Comisión de Campaña: Es la difusión de una Campaña de Comunicación Social en la que participan de manera coordinada, con cargo a sus respectivos.

Título II De la Comunicación Social de los Entes Públicos

Capítulo I De las Reglas de la Comunicación Social.

Artículo 8.- Las Campañas de Comunicación Social, deberán: I. Promover la difusión y conocimiento de los valores, principios y derechos constitucionales; II. Promover campañas



de turismo, educación, salud y protección civil, entre otras; III. Informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de los sujetos obligados, y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos; IV. Cumplir con las obligaciones que en materia electoral establezca la legislación aplicable; V. Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el equilibrio ecológico y protección al ambiente, así como en materia de protección civil; VI. Difundir las lenguas nacionales y el patrimonio histórico de la Nación; VII. Comunicar programas y actuaciones públicas, y VIII. Otros establecidos en las leyes.

Artículo 9.- Además de lo previsto en el artículo 21 de esta Ley, no se podrán difundir Campañas de Comunicación Social, cuyos contenidos: I. Tengan por finalidad destacar, de manera personalizada, nombres, imágenes, voces o símbolos de cualquier servidor público, con excepción de lo previsto en el artículo 14; II. Incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los valores, principios y derechos constitucionales; III. Inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico. IV. Induzcan a la confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier organización política o social.

Artículo 10.- Por ningún motivo el contenido de la Comunicación Social que difundan los Entes Públicos podrá incluir mensajes que impliquen un ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público.

Artículo 11.- La Comunicación Social que difundan programas que otorguen subsidios o beneficios directos a la población, deberán incluir de manera visible o audible, la siguiente leyenda "Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa". Para lo anterior, deberán considerarse las características de cada Medio de Comunicación. En los casos de los programas de desarrollo social únicamente deberá incluirse la leyenda establecida en el artículo 28 de la Ley General de Desarrollo Social. En ningún caso los partidos políticos podrán emplear o referir estos programas en su propaganda o Comunicación Social.

Capítulo III Del Gasto en Comunicación Social

Artículo 18.- Los Entes Públicos Federales, podrán destinar recursos presupuestarios para Tiempos Comerciales, siempre y cuando, hayan solicitado los Tiempos Oficiales, y dichos tiempos no estuvieran disponibles en los espacios y tiempos solicitados. Los Entes Públicos, para la difusión de Campañas de Comunicación Social y de mensajes para atender situaciones de carácter contingente, deberán sujetarse a las disposiciones del Presupuesto de Egresos de la Federación o a sus presupuestos de egresos respectivos, así como su Programa Anual de Comunicación Social. Los Entes Públicos no podrán convenir el pago de créditos fiscales, ni de cualquier otra obligación de pago a favor de la autoridad, a través de la prestación de servicios de publicidad,



impresiones, inserciones y demás actividades en materia de Comunicación Social. Los medios de difusión del sector público podrán convenir con los del sector privado la prestación recíproca de servicios de publicidad.

Artículo 19.- Las contrataciones de Tiempos Comerciales que realicen los Entes Públicos con los Medios de Comunicación para la difusión de Campañas de Comunicación Social, deberá apegarse a la legislación y normatividad en materia de adquisiciones, arrendamientos y servicios que les sea aplicable.

Artículo 20.- Las Secretarías Administradoras, de conformidad con lo establecido en el Presupuesto de Egresos respectivo y en las leyes competentes en la materia, emitirán anualmente los Lineamientos que contengan las reglas relativas a la difusión de las campañas de carácter industrial, comercial, mercantil y de promoción y publicidad que promuevan o publiciten la venta de productos o servicios que generan algún ingreso para el Estado, mismos que no podrán difundirse en los Tiempos Oficiales. Capítulo IV De la Difusión de la Comunicación Social durante los Procesos Electorales.

Artículo 21.- Durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales, y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión de toda Campaña de Comunicación Social en los Medios de Comunicación. Para los efectos del párrafo anterior, en el caso de los procesos electorales locales, deberá suspenderse la difusión de Campañas de Comunicación Social en los Medios de Comunicación con Cobertura Geográfica y ubicación exclusivamente en la Entidad Federativa de que se trate.

Artículo 22.- La Secretaría Administradora será la encargada, en el ámbito de su competencia, de prestar asistencia técnica y evaluación de las Estrategias, Programas y las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la administración pública, a fin de que se lleven a cabo bajo los principios a los que se hace referencia en esta Ley. La Secretaría Administradora será la encargada de la planeación y evaluación de los Programas Anuales de Comunicación Social que elaboren los Entes Públicos respectivos, a fin de que se lleven a cabo bajo los principios a los que se hace referencia en esta Ley.

Artículo 23.- Los Entes Públicos deben elaborar una Estrategia anual de Comunicación Social, para efectos de la difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales. La Estrategia Anual deberá contener, cuando sea aplicable: I. Misión y Visión oficiales del Ente Público; II. Objetivo u objetivos institucionales y objetivo de la Estrategia anual de Comunicación Social; III. Metas nacionales y/o Estrategias transversales relacionadas con los objetivos señalados en el inciso anterior, establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo; IV. Programa o programas sectoriales o especiales correspondientes al Ente Público, de ser aplicable; V. Objetivo estratégico o transversal, según corresponda, alineado y vinculado al Plan Nacional de Desarrollo, y VI. Temas específicos derivados de los objetivos estratégicos o transversales que abordarán en las Campañas del Programa anual de Comunicación Social.



Artículo 24.- Los Entes Públicos que cuenten con recursos en el Presupuesto de Egresos para Comunicación Social, deben elaborar un Programa Anual de Comunicación Social. El Programa Anual de Comunicación Social deberá comprender el conjunto de Campañas de Comunicación Social a difundirse en el ejercicio fiscal respectivo, mismas que estarán encaminadas al cumplimiento del objetivo institucional y de los principios rectores, y que podrán incluir: I. Mensajes sobre programas y actividades gubernamentales; II. Acciones o logros del Gobierno, y III. Mensajes tendientes a estimular acciones de la ciudadanía para acceder a algún beneficio o servicio público.

Título III

De la Revisión y Fiscalización de los Recursos Públicos en materia de Comunicación Social

Capítulo Único De la Auditoría Superior de la Federación

Artículo 38.- La revisión y fiscalización de los recursos públicos federales en materia de Comunicación Social se realizará a través de la Auditoría Superior de la Federación, en términos de lo dispuesto por la Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación.



PROGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	ESTRATEGIA	TIEMPO
Campañas de Información	Realizar campañas de Información sobre los temas de interés para la ciudadanía de las actividades, programas de salud, seguridad y obras que realiza el Municipio de manera transparente, eficaz y veras, haciendo partícipes de los resultados obtenidos cada año.	Permanente
Redacción de la Información y actualización en las diferentes cuentas oficiales.	Aprovechar el contenido de las diferentes cuentas para brindar información rápida, directa y oportuna a la ciudadanía, además de actualizar de manera constante la información que surja sobre actividades, obras o proyectos.	Permanente
Monitoreo de medios impresos, electrónicos y portales de internet	Analizar los diferentes medios de comunicación impresos y electrónicos para verificar que medios son los más convenientes para trabajar, además de la Información que publican sobre la Administración.	Permanente
Toma de fotografía	Toma de fotografías referente a eventos relacionados al H Ayuntamiento, DIF y de la presidenta Miriam Coronel Meneses	Permanente
Credencialización	Creación del los servidores públicos del municipio de Axapusco para su mejor identificación.	Permanente



CUENTAS OFICIALES

Cuenta de Facebook

- ° H. Ayuntamiento Axapusco 2022 – 2024.
- ° DIF Axapusco 2022 – 2024.
- ° Miriam Coronel Meneses

Cuenta de Twitter

- ° Miriam Coronel Meneses

Página Web

- ° <https://municipiodeaxapusco.com.mx/>

LÍNEAS DE ACCIÓN

Para lograr cumplir con el objetivo general, el área de Comunicación Social debe mantener una serie de actividades específicas de manera diaria como son:

1. Cubrir el o los eventos del día con fotografía, video y grabación de audio.
2. Redactar los comunicados, así como seleccionar las fotografías más representativas del o los eventos cubiertos.
3. Actualizar de manera paralela las redes sociales en Facebook.
4. Monitorear la transmisión de la información en los medios de comunicación.
5. Conocer la agenda del Presidente Municipal a través de la Secretaría o particular, además de las actividades de las áreas que conforman la Administración.
6. Definir y jerarquizar por importancia las actividades contenidas en la agenda para formular una invitación a medios de comunicación para su cobertura.
7. Estipular con el área de Logística los eventos a realizar para agendarlos, además de los eventos que surjan del Presidente.



EQUIPAMIENTO EN EL ÁREA

La Dirección de Comunicación Social deberá contar con el equipo necesario y correcto para la realización de las actividades, logrando así la difusión de información a la Ciudadanía.

- Computadora con programas de edición de imágenes y videos.
- Cámara de fotografía con memoria SD, tripie y lentes.
- Cámaras de video, grabadoras y drones con teléfono para las aplicaciones que requieren.
- Impresora.

REDES SOCIALES Y CAMPAÑAS

La Dirección de Comunicación Social en conjunto con las diferentes direcciones llevarán a cabo los diseños, perifoneos, publicidad y promoción de los servicios o campañas que se desarrollen a lo largo de los 100 días, con el objetivo de brindar información a las y los ciudadanos de Axapusco sobre las actividades, campañas u obras que se realicen; esta información se desarrollará de manera oportuna, eficaz, eficiente y transparente.

Por el momento las Campañas o actividades a desarrollar serán las siguientes:

- ° Campaña Pago de Predial.
- ° Campaña Pago de Agua Potable.
- ° Campaña Servicio Militar
- ° Campaña de Limpia

PRESUPUESTO

El funcionamiento de la Dirección de Comunicación Social se establecerá de acuerdo al presupuesto que se apruebe para esta área. El departamento deberá contar con mínimo dos personas para su desarrollo, sin embargo, se tomará en cuenta el apoyo de estudiantes al realizar su servicio social para la generación de contenido a las cuentas oficiales.