

Plan de trabajo 2025

Comunicación Social

Ayuntamiento de Tulancingo

2024-2027

Marco Jurídico y Administrativo

Constitución Política de la República Mexicana

Artículo 115. Los Estados adoptarán, para su régimen interior, la forma de gobierno republicano, representativo, popular, teniendo como base de su división territorial, y de su organización política y administrativa, el municipio libre, conforme a las bases siguientes:

- Constitución Política del Estado

Artículo 25.- El Estado adopta para su régimen interior la forma de Gobierno republicano, democrático, laico, representativo y popular, teniendo como base de su división territorial y de su organización política y administrativa, el Municipio Libre.

- Ley General de Comunicación Social.
- Reglamento Interno de la Administración Pública Municipal de Tulancingo de Bravo, Hidalgo

Misión

Facilitar una comunicación transparente, efectiva y bidireccional entre la administración municipal y los ciudadanos, así como promover la difusión de información relevante sobre los servicios, programas, eventos y decisiones del gobierno local, que fomente la confianza y la creación de una comunidad informada y comprometida con el desarrollo y bienestar de nuestro municipio.

Visión

Nos visualizamos como un referente de excelencia en la comunicación municipal, reconocidos por nuestra capacidad para establecer vínculos sólidos y transparentes entre la administración municipal y los ciudadanos. Hacia la construcción de una comunidad informada, participativa y comprometida, donde la comunicación efectiva sea un pilar fundamental para el desarrollo sostenible y la mejora continua de nuestro municipio.

Objetivo

Mantener una imagen institucional positiva, proyectando las obras, programas y acciones del gobierno municipal para reestablecer la confianza del ciudadano en la autoridad municipal, y así producir un cambio de actitudes y conductas.

Objetos Específicos

- Generar y mantener una imagen positiva institucional
- Proponer políticas de difusión así como los programas de ejecución
- Apoyar a la presidenta municipal en la difusión de políticas, objetivos y programas a través de los medios de comunicación
- Formular y proponer el presupuesto por programa anual de la unidad de Comunicación Social.
- Acercar, vincular e integrar a la comunidad en torno a principios, valores, intereses y aspiraciones comunes.
- Cubrir los actos en que participen los servidores públicos municipales y recabar información relevante sobre las acciones de cada una de las áreas administrativas para difundirlo a la población.
- Informar a la ciudadanía periódicamente de las resoluciones del H. Ayuntamiento a través de folletos, gacetas, boletines, carteles, escritos y/o medios digitales.
- Dar a conocer a la sociedad el funcionamiento de comités en los que forman parte las autoridades.
- Vincular a la autoridad municipal con la comunidad a través de los medios de comunicación.
- Tener relaciones positivas con los representantes de los medios de comunicación que contribuyan a preservar y acrecentar la buena imagen institucional.

Facultades

- Evaluar la imagen de la presidenta Municipal.
- Difundir las actividades que desarrollan la Presidenta Municipal y demás servidores públicos.
- Proveer información a los medios masivos de comunicación que en forma oficial emita la oficina de la Presidencia Municipal.
- Planear, diseñar e implementar campañas publicitarias en mejora de la imagen del H. Ayuntamiento.
- Ser el conducto para establecer y fomentar las relaciones de la Presidenta Municipal con los organismos encargados de difundir información a nivel municipal, estatal y nacional.

- Normar y dictaminar sobre la orientación y procedencia de las actividades y erogaciones a realizar en materia de comunicación social.
- Normar, autorizar y supervisar el diseño, producción y desarrollo de toda publicación en el Ayuntamiento, en materia de comunicación social.

Líneas de Acción

1.1.1.3. Fortalecer la percepción ciudadana sobre el quehacer del Gobierno Municipal, mediante la implementación de campañas de comunicación social y espacios de diálogo adecuados a las necesidades y posibilidades de todos los sectores de la población.

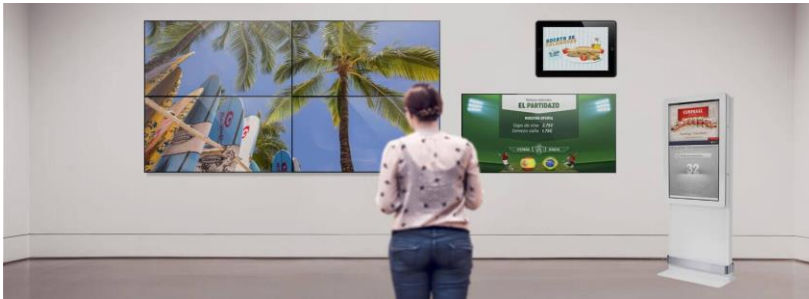
1.1.3.3. Eficientar la comunicación institucional por medio de políticas, canales, lineamientos, herramientas y formatos dirigidos a mejorar los procesos de comunicación.

Estrategias

Comunicación interna

Se centra en el capital humano para crear un equipo motivado y participativo

* **Instalación de monitores** en el edificio de presidencia municipal, de dos o tres por cada planta o piso. En la que se visualicen cápsulas informativas acciones y obras, además de actividades que benefician a la ciudadanía.



***Gaceta institucional.** Requiere de ser rediseñada, mejorar el gráfico editorial para darle una mayor difusión y esto permita que la gente conozca y esté informada de lo que hace el gobierno municipal.



Al interior de esta gaceta se publicará editorial escrito por la presidenta, boletines de información más relevantes, foto reportajes, social, iconográficos (historia, cultura, deportivo, turismo, talento local)

- Este producto incluye la elaboración de contenidos y definición de secciones:
- Decretos
- Estado Financiero
- Sección del funcionamiento y/o empleados
- Temas de interés general

***Radio institucional.**

Se pretende que se transmita a través del portal del ayuntamiento.



Esta radio permitirá tener el acercamiento con la ciudadanía, para dar mayor difusión de las actividades, acciones, obras del ayuntamiento.

Una Hora con la presidenta municipal

Generar una radio enlace en vivo en colonias durante sus audiencias

Contacto con los niños, jóvenes *"Pregúntale a tu presidenta municipal"*

Buscar espacios gubernamentales de difusión en radiodifusoras locales.

Se puede empatar con la propuesta de campaña de generar la unidad móvil, para hacer la invitación a la gente.

Comunicación Externa

Busca, a través de su desarrollo, conseguir los objetivos marcados. Las herramientas son el marketing y publicidad, medios digitales y las relaciones públicas para dar a conocer el mensaje de la admiración a sus públicos.

1.- Marketing y Publicidad

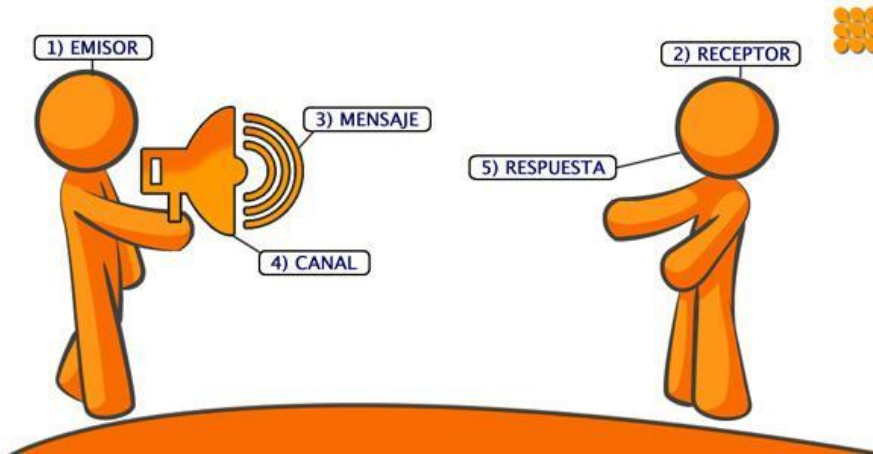
Orientado a satisfacer las necesidades de la ciudadanía y medios de comunicación. Se debe informar y convencer el mensaje del gobierno municipal.

2. Boletines Informativos

Se emitirán boletines de las principales acciones de la presidenta municipal, así como de las diferentes Secretarías, direcciones, departamentos y áreas de la administración pública, para su difusión en medios de Comunicación generales.

3. Medios Digitales

Crear y hacer uso de los nuevos canales de comunicación y las nuevas formas de relacionarse. Son una oportunidad para gestionar un gobierno más cercano entre la administración y sus públicos, pues permiten la comunicación bidireccional, intervención e interacción del gobierno municipal para atender a la ciudadanía a través del uso de las redes sociales.



Objetivos



- Mantener contacto permanente con la ciudadanía, informando obras, programas y acciones del gobierno municipal.

- Dar atención a los reportes de la ciudadanía.
- Dirigir mensajes específicos a públicos específicos, a través de diferentes medios digitales.
- Presentarnos como una administración diferente, cercana a la gente.
- Posicionar la imagen de la presidenta y la administración en la población de Tulancingo.
- Mantener y enriquecer la relación con nuestro público actual y público meta a través de los medios de comunicación digitales.
- Comunicar mensajes relativos a todas las obras, programas y acciones de interés general e interés específico para ciertos públicos.

Público

- Padres y madres de familia
- Jóvenes
- Adultos
- Adultos mayores
- Madres solteras
- Comerciantes
- Empresarios
- Emprendedores
- Otros gobiernos
- Público en general

Diagnóstico

Cuentas oficiales existentes en redes sociales:

- Presidencia Tulancingo (página de facebook)
- DIF Tulancingo (perfil de facebook)
- Cuentas diversas de Secretarías y direcciones
- Organismos descentralizados (CAAMT Y DIF).

Necesidades y metas de comunicación:

- Concentrar la información que se emite de todas las áreas del ayuntamiento para lograr un buen manejo de ésta y enfocar los mensajes en un mismo sentido.
- Se deberá contar con una partida presupuestal destinada a la difusión de aquellos mensajes más importantes y que requieran mayor impacto.

Estrategia

Todas las áreas cuya actividad sea de contacto permanente e interés para la sociedad en general, podrán tener presencia digital a través de uno o varios de los canales de comunicación digital mencionados a continuación, atendiendo a los objetivos del plan de trabajo de comunicación social de la administración 2024-2027, y siendo regulados por esta área

Herramientas

- Se hará uso de las siguientes herramientas para seguir los objetivos establecidos en el presente plan.
- Se deberá dar respuesta a todos aquellos mensajes de la ciudadanía que representen una solicitud de cualquier tipo, propiciando la interacción y cercanía con la gente.
- Las diferentes cuentas deberán trabajar de manera coordinada para compartir mensajes de gran interés o relevancia para diversos públicos, en un esfuerzo conjunto para impactar a un mayor número de población dependiendo del mensaje que se quiera difundir, especialmente en campañas específicas.

Página Web Institucional

A través de ésta se dará seguimiento y alimentará con la información institucional de las obras, programas y acciones emprendidas por el gobierno municipal, desde el apartado de Prensa y campañas de difusión de acciones sociales y obras. Su operación será en conjunto con la dirección de informática del municipio.

Facebook

Se gestionarán las cuentas actuales del municipio y crearán nuevas para comunicar mensajes relativos a todas las obras, programas y acciones de interés general e interés específico para ciertos públicos.

En principio, las cuentas que deben existir son:

- Municipio de Tulancingo de Bravo
- Presidenta Municipal
- DIF Tulancingo
- CAAMT Tulancingo
- Turismo Tulancingo
- Centro Cultural Ricardo Garibay
- Instituto Municipal de la Juventud
- Instituto Municipal para el Desarrollo de las Mujeres
- Dirección de Cultura Física y Recreación
- Secretaría de Seguridad Ciudadana (recomendación)

Todas las cuentas deberán publicar por lo menos una vez al día, dependiendo de las actividades de cada área. Los mensajes deberán estar acompañados, en su mayoría, de fotografías o imágenes que refuercen el mensaje.

YOUTUBE

Crear un canal de youtube para promocionar videos y cápsulas informativas de las obras, programas y acciones emprendidas por el gobierno municipal.

Los contenidos de este canal serán igualmente publicados en las otras redes sociales con la finalidad de impactar a un mayor número de personas, generando así tráfico en las distintos canales digitales que se utilicen.

4.- Relaciones Públicas

Conseguir la imagen positiva de la administración a través del establecimiento de relaciones de diálogo y de participación

Entablar la relación permanente con los medios de comunicación, ya que son quienes hacen llegar a la población de Tulancingo los mensajes del gobierno municipal.

Aprovechar las oportunidades de comunicación y contestar a los medios y gestionar la relación para conseguir mayor cobertura y repercusión mediática de las actividades desarrolladas.