



# PLAN DE TRABAJO DE COMUNICACIÓN SOCIAL



*¡Juntos haciendo historia!*

## PRESENTACIÓN



La Comunicación Social juega un papel fundamental como agente vinculante entre la Sociedad y la autoridad en cualquiera de los tres niveles de Gobierno, ya sea federal, estatal y municipal.

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.

## MISIÓN

Desarrollar y mejorar continuamente el modelo de comunicación del Ayuntamiento, con el objeto de informar permanentemente a la ciudadanía del quehacer y resultados de la institución.

## VISIÓN

Ser un modelo de servicio eficaz, eficiente y productivo en materia de comunicación, información y difusión, de asesoría especializada para todas las áreas de la institución, precursor de la mejora en la imagen institucional y vínculo confiable entre la ciudadanía y el Ayuntamiento.

Atender, escuchar y canalizar o dar solución a las opciones o problemáticas de la gente, ya que éste departamento como gestor social, es un filtro para atender a la ciudadanía de manera inmediata, y así agilizar el trato hacia la gente por parte del municipio.

## OBJETIVOS GENERALES



Ser un vínculo efectivo de comunicación entre la sociedad, los medios informativos, impresos, de radio y electrónicos, así como de las distintas áreas que integran el Ayuntamiento a fin de posicionar una buena imagen del trabajo que estarán realizando las autoridades municipales y el equipo de trabajo, fomentar las buenas relaciones públicas con actores fundamentales para el crecimiento y desarrollo.

Organizar el trabajo para dar cobertura y difundir de manera oportuna, clara y en tiempo las actividades del Gobierno Municipal, a través de los medios internos de comunicación (portal, redes sociales, boletines, comunicados) y los medios externos de comunicación (medios impresos, emisiones de radio, portales).

Para fortalecer la imagen de la autoridad es necesario tener un contacto directo con todos los funcionarios de las distintas áreas, a fin de que se les asesore acerca de las actitudes que deben asumir en un acto, reunión o entrevista pública; de la misma manera se pretende mejorar las formas de respeto con los medios de comunicación y su trabajo.

Los boletines oficiales contendrán información que resalte las actividades del presidente municipal así como de las oficinas dependientes de esta área.

Es responsabilidad del área de comunicación social ofrecer asesoría a los integrantes del gabinete municipal sobre el trato que debe tener con y para los representantes de los medios de comunicación, las formas que debe adoptar ante alguna entrevista televisiva o

radiofónica. Así como sugerir la atención y el respeto a los medios de comunicación locales y regionales.



## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

**Objetivo:** Diseñar la identidad gráfica institucional, para lograr una equidad y un reconocimiento oportuno en las cuestiones visuales que se generen por parte del H. Ayuntamiento, así como de cualquier dependencia municipal que requiera de algún diseño.

**Estrategia:** Desarrollar estrategias de imagen y comunicación, que permitan posicionar la administración en cada una de las actividades que se realicen en beneficio de la sociedad.

Línea de acción: Conocimiento de información de identidad ciudadana, diseñar propuesta y que esta sea autorizada por presidencia municipal.

**Objetivo:** Asesorar a la presidencia municipal en las actividades oficiales, en cuanto a mensajes, temas coyunturales y trato con los medios de comunicación social.

**Estrategia:** Implementar informes previos a cada actividad para la simulación de eventos, control y evaluación de información.

Línea de acción: Planeación, organización, dirección y control de actividades.



## USO DE REDES SOCIALES Y PÁGINA OFICIAL



Utilizar y explotar redes al máximo como Facebook e Instagram para potenciar la información.

Estas herramientas nos permiten llegar a un perfil de mercado muy identificado con el alcalde: los jóvenes.

Son rápidos directos y oportunos para la promoción de la información.

