



PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN INSTITUCIONAL DEL MUNICIPIO DE TIZAYUCA, HIDALGO.



OFICINA DE PRESIDENTA MUNICIPAL

ÍNDICE

<i>INTRODUCCIÓN.....</i>	<i>2</i>
<i>MARCO LEGAL.....</i>	<i>2</i>
<i>DIAGNÓSTICO.....</i>	<i>3</i>
<i>MISIÓN.....</i>	<i>6</i>
<i>VISIÓN.....</i>	<i>6</i>
<i>VALORES.....</i>	<i>6</i>
<i>ALINEACIÓN AL PND, PED, PMD Y AGENDA 2030.....</i>	<i>7</i>
<i>METODOLOGÍA DEL MARCO LOGICO.....</i>	<i>8</i>
<i>OBJETIVO GENERAL.....</i>	<i>15</i>
<i>ESTRATEGIAS.....</i>	<i>15</i>
<i>OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....</i>	<i>16</i>
<i>METAS.....</i>	<i>18</i>
<i>INDICADORES.....</i>	<i>18</i>
<i>ESQUEMA DE VINCULACIÓN Y COORDINACIÓN.....</i>	<i>19</i>
<i>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....</i>	<i>21</i>
<i>RESPONSABLES.....</i>	<i>21</i>
<i>PRESUPUESTO.....</i>	<i>22</i>
<i>INFORMES.....</i>	<i>24</i>

INTRODUCCIÓN

El presente Plan Operativo Anual de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional ha sido elaborado con el objetivo de planificar la gestión comunicativa y dar cumplimiento al Plan Municipal de Desarrollo, como herramienta fundamental de la administración por resultados del presente año.

Es importante mencionar que el presente documento está alineado al plan municipal de desarrollo, plan estatal de desarrollo, plan nacional de desarrollo, agenda 2030 y sus 17 ODS.

Seguiremos con el esfuerzo en nuestras funciones, con el fin de dar seguimiento a los objetivos y estrategias de comunicación, a través de indicadores que estarán sujetos a tiempo de realización y lineamientos por parte de las diferentes. Cabe destacar que, como unidad de apoyo, esta dirección está sujeta a la frecuencia de actividades y flujos de información por parte de las unidades operativas institucionales.

MARCO LEGAL

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- Constitución Política del Estado de Hidalgo
- Ley de Presupuesto y Contabilidad Gubernamental del Estado de Hidalgo.
- Ley Orgánica Municipal para el Estado de Hidalgo
- Ley Electoral del Estado de Hidalgo
- Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública para el Estado de Hidalgo
- Reglamento Interior del Municipio de Tizayuca
- Plan Municipal de Desarrollo 2020-2024.
- Bando de Policía y Buen Gobierno de Tizayuca Hidalgo

DIAGNÓSTICO

La Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional del Municipio de Tizayuca, Hidalgo, tiene como principal objetivo informar y difundir entre la sociedad y los medios de comunicación, las acciones, obras y programas de la administración pública municipal, por medio del diseño e implementación de campañas informativas, desde la visión institucional y en respuesta a las expectativas generadas por administración.

La Comunicación Social es fundamental, es a través de esta que se genera la información oficial y se planea estratégicamente su difusión al interior y exterior de la misma; de ahí que sea una instancia con estrecha colaboración con todos los funcionarios y responsables de áreas de la administración pública municipal, haciendo llegar la información necesaria e importante para la sociedad.

El equipo de Comunicación Social e Imagen Institucional es el encargado, entre otras funciones de diseñar, construir y aplicar estrategias adecuadas para que la opinión pública y los diversos sectores sociales puedan disponer de información, oportuna, transparente y confiable, para su participación y toma de decisiones; además de cubrir actividades y eventos de la presidencia municipal, así como de las autoridades que integran el gobierno municipal, con la finalidad de contar con material necesario para su difusión a través de distintos medios de comunicación.

Es necesario que, para que las distintas áreas del gobierno municipal trabajen de manera armónica, se cuente con normas y canales informativos que permitan conocer las políticas públicas, procedimientos, líneas de acción, objetivos y metas fundamentales de cada instancia.

En este sentido, el funcionamiento de la Dirección de Comunicación Social depende directa y estrechamente de las distintas áreas como fuentes generadoras de información, de ahí la importancia de entablar efectivas redes internas de flujo de información, para garantizar que los datos lleguen oportunamente a la ciudadanía.

Esta dirección es el vehículo de difusión de la administración municipal para dar a conocer, difundir e informar a la ciudadanía de las obras, acciones, planes, programas de gobierno y servicios públicos que se ofrecen a la sociedad.

Promover el conocimiento de la sociedad de las acciones, trabajo y desempeño de las dependencias del gobierno municipal a través del mantenimiento de la imagen corporativa del municipio de Tizayuca.

Conocer de las necesidades y opiniones sociales sobre la administración municipal para implementar y mejorar acciones de gobierno.

La democracia pasa por una mayor presencia de la ciudadanía en las decisiones gubernamentales, donde los mecanismos de comunicación cotidiana se hacen presentes para dar información, sugerir o solicitar la presencia de sus autoridades.

Siendo las autoridades municipales el primer punto de contacto para los habitantes de una comunidad, es importante aprovechar los nuevos mecanismos de interacción para acercar las acciones de gobierno a los ciudadanos y que éstos, se integren como copartícipes del trabajo cotidiano. Para ello, es necesario generar un mecanismo que propicie esa colaboración, donde se integre la información que se genera en los medios de información directos (Módulos de Atención Ciudadana y los medios oficiales de interacción con la autoridad -redes sociales-); y los indirectos (medios de comunicación).

Las necesidades de atención en servicios básicos se convierten en la primera vía de soluciones para la comunidad, que desea atención eficaz, donde se jerarquiza la urgencia, importancia y programación de las actividades de servicio; a la par de fortalecer la vigilancia que sobre los mismos se tiene para un desarrollo eficiente evitando con ello actos de corrupción y la atención oportuna de todas las quejas y demandas que recaen en la responsabilidad gubernamental.

Mecanismo que propicie esa colaboración, donde se integre la información que se genera en los medios de información directos (Módulos de Atención Ciudadana y los medios oficiales de interacción con la autoridad -redes sociales-); y los indirectos (medios de comunicación).

Las necesidades de atención en servicios básicos se convierten en la primera vía de soluciones para la comunidad, que desea atención eficaz, donde se jerarquiza la urgencia, importancia y programación de las actividades de servicio; a la par de fortalecer la vigilancia que sobre los mismos se tiene para un desarrollo eficiente evitando con ello actos de corrupción y la atención oportuna de todas las quejas y demandas que recaen en la responsabilidad gubernamental.

Para generar una comunicación efectiva acerca de la Administración Pública Municipal, debemos considerar el siguiente análisis:

FORTALEZAS:

- Personal Capacitado
- Disponibilidad
- Creatividad
- Objetividad
- Comunicación Intrapersonal e Interpersonal
- Liderazgo
- Creación de contenido multimedia
- Posicionamiento de acciones gubernamentales

OPORTUNIDADES:

- Comunicación directa con medios de comunicación (Prensa)
- Posicionamiento orgánico en redes sociales
- Comunicar y dar a conocer acciones de las diversas direcciones del Ayuntamiento
- Innovación de contenidos digitales
- Visibilizar las acciones del municipio tanto interna como externamente
- Cambio de percepción de la población ante las visibilizarían de las acciones gubernamentales

DEBILIDADES:

- Falta de herramientas adecuadas para la elaboración de materiales audiovisuales
- Personal insuficiente
- Falta de transporte para personal

- Comunicación deficiente entre áreas y Comunicación Social
- Politización de los medios locales
- Información falsa de medios
- Falta de espacio y equipo para poder llevar a cabo los monitoreos de radio, Tv, medios electrónicos y Redes Sociales

AMENAZAS:

- Crisis en materia de seguridad o en alguna de las áreas
- Fakes News
- Información que otorgan de manera directa a los medios de comunicación sin el acuerdo correspondiente con la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
- Poca ética profesional de algunos comunicadores sociales o medios de comunicación
- Politización de actividades por parte de la oposición
- Falta de compromiso por parte de servidores públicos

Con este análisis, podemos llevar a cabo un trabajo basándonos en la estrategia de comunicación y acoplándola a los recursos con los que se cuenta.

MISIÓN

Transformar la vida pública de Tizayuca a través de una gestión pública eficiente, eficaz y de resultados, acercando el bienestar a la población y la participación ciudadana, reduciendo la brecha de la desigualdad y creando oportunidades en marco de la ley.

VISIÓN

Ser un gobierno ciudadano que sienta las bases del desarrollo sostenible, la honestidad, transparencia y de resultados, por medio de la participación social y el uso eficiente y adecuado de los recursos públicos, dejando un legado útil para las futuras generaciones.

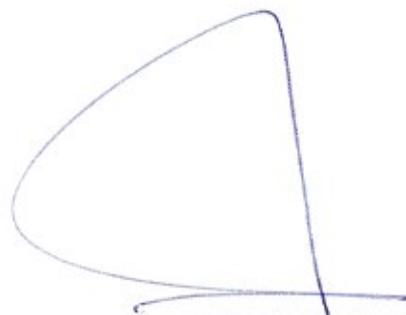
VALORES

Transparencia.

Responsabilidad.
 Respeto.
 Veracidad.
 Claridad.
 Honradez.
 Servicio.
 Lealtad

ALINEACIÓN AL PND, PED, PMD Y AGENDA 2030

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO	1. Política y Buen gobierno	Eje.21 Combate a la corrupción y mejora de la gestión pública
PLAN ESTATAL DE DESARROLLO	Eje.1 Gobierno Honesto Cercano y Moderno	1.1. Cero tolerancias a la corrupción 4.1 Gobernabilidad
PLAN MUNICIPAL DE DESARROLLO	Eje 5 Gobierno Abierto	1.1 Fortalecer la autonomía
AGENDA 2030 Objetivos de Desarrollo Sostenible		Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas.





1.- ANTECEDENTES

- 1.1 En la actualidad, la conectividad se ha vuelto una necesidad básica para la ciudadanía derivado de que el acceso a los servicios de internet proporciona una herramienta más de aprendizaje comunicación y accesibilidad; sin embargo, así como hoy es más cercana la comunicación, la sociedad también está expuesta cada vez más a estar desinformada y ser vulnerable por el rumor, la información infundada y aquella cuyos intereses tienen como objetivo la inestabilidad política, social y económica.
- 1.2 En 2020, la población en Tizayuca fue de 168,302 habitantes (48.7% hombres y 51.3% mujeres). En comparación a 2010, la población en Tizayuca creció un 72.7%. esto implica un reto para el actual Gobierno Municipal para generar las acciones adecuadas de comunicación y a través de la coordinación entre el área de Comunicación Social y sus dependencias municipales emitir mensajes oportunos a la población, para informar, dar a conocer sus objetivos y difundir metas.
- 1.3 Los actores involucrados en la atención de este problema son las dependencias del Gobierno Municipal de Tizayuca, la Dirección de Comunicación Social, y la población en general que conoce o desconoce la información sobre las acciones públicas del periodo de gobierno 2020-2024.
- 1.4 Lo anterior, ha implicado tener una mayor altura de miras donde, se están dirigiendo los esfuerzos para lograr una sociedad informada oportunamente, más participativa, crítica y solidaria.

2.- IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

- 2.1 El problema central a atender es que existan canales deficientes de comunicación para dar a conocer a la ciudadanía oportunamente las acciones, gestiones y resultados del Gobierno Municipal de Tizayuca. La política de comunicación del Gobierno Municipal de Tizayuca debe ser analizada y contemplada a profundidad dentro del Plan de Desarrollo Municipal y redefinir una agenda propia de comunicación: generar información de calidad, con contenido y formativa; posicionar mensajes que redunden con éxito en las audiencias, ser más propositivos e innovadores en el manejo de los mensajes, herramientas y técnicas de difusión que ofrezcan las respuestas que requiere la ciudadanía y legitime las acciones de los servidores públicos y gobierno contribuyendo a una democracia participativa.
- 2.2 Los actores involucrados en la atención de este problema son las dependencias del Gobierno Municipal de Tizayuca, la Dirección de Comunicación Social, y la población en general.
- 2.3 Las causas que han dado origen al problema son el presupuesto insuficiente para establecer acciones inmediatas en el área de Comunicación; carencia de personal calificado en el área para ejercicio de funciones en forma efectiva; el desarrollo de un plan de trabajo con acciones específicas con las dependencias del Gobierno Municipal; la limitación de los insumos para desarrollar tareas de comunicación efectiva; el bajo nivel de capacitación del personal para desarrollo de habilidades; y el bajo nivel de coordinación con las dependencias para la promoción de las acciones públicas en tiempo y forma.
- 2.4 Los efectos en que se ha derivado el problema en la población es que hay un bajo nivel de calidad en el desarrollo de las acciones de comunicación; la ausencia de un trabajo de calidad que produzca seguidores del Gobierno Municipal de Tizayuca y por consiguiente resultados deficientes en el desempeño profesional del área de comunicación.

3.- DETERMINACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LA INTERVENCIÓN

- 3.1 El objetivo específico es informar y divulgar hacia la sociedad y a los medios de comunicación, las acciones, apoyos, programas, gestiones y resultados gubernamentales de la Administración Pública Municipal y su titular a fin de lograr una percepción e imagen positiva sobre éstas en la sociedad.
- 3.1 Las acciones que se generan a través de la Dirección de Comunicación Social están ligadas a la información que se genera a lo largo y ancho de las dependencias municipales de Tizayuca y que al intentar emitir la información pública y ponerla al alcance de la población requieren esta coordinación interinstitucional y transversal para hacerla llegar a un mayor espectro poblacional en forma sustantiva.

4.- COBERTURA

habitantes del Municipio de Tizayuca, Estado de Hidalgo.

4.1 La población potencial del programa es aquella población de adultos, ya sea hombres y mujeres que requieren que sus demandas sean atendidas y están ubicadas geográficamente dentro del municipio de Tizayuca que requiere conocer las acciones, apoyos, programas, gestiones, política y resultados del Gobierno Municipal de Tizayuca; y ser atendidos y escuchados. Público en general que radica o visita Tizayuca.

Con base el Censo de Población y Vivienda 2020 de INEGI, se establece que la población total de Tizayuca en 2020 fue 168,302 habitantes, siendo 51.3% mujeres y 48.7% hombres.

4.2 La población objetivo es aquella que exige la atención de sus demandas específicas y expresan su insatisfacción a través de molestia, disturbios y manifestaciones, cierre de calles y conflictos con los representantes de gobierno. Para calcular la población objetivo se utilizó como fuente la población que se identificó en el ejercicio anterior 2021, de entre 18 y 70 años ya que estos son los que exigen la atención de sus demandas sociales con intereses particulares o específicos. Es decir, el 69.7% o 117 mil 307 habitantes del Municipio de Tizayuca

POBLACIÓN POTENCIAL	POBLACIÓN OBJETIVA	POBLACIÓN ATENDIDA DEL EJERCICIO FISCAL ANTERIOR
168 mil 302 habitantes del Municipio de Tizayuca, Estado de Hidalgo.	117 mil 307 habitantes de 15 a 80 y mas años de edad	ND

4.4 Frecuencia de actualización de la población potencial: Anual, CENSO, INEGI 2020

4.4 Frecuencia de actualización de la población objetivo: Anual, CENSO, INEGI 2020

4.4.1 Frecuencia de actualización de identificación, caracterización y cuantificación de población potencial: Anual

4.4.2 Frecuencia de actualización de identificación, caracterización y cuantificación de población objetivo: Anual

4.5 Para cuantificar la población potencial, se utilizó el Censo de Población y Vivienda 2020, de la población total del Municipio de Tizayuca (168 mil 302 habitantes)

4.5.1 La población potencial y objetiva se definió a partir de los datos oficiales que refieren la población total del Municipio de Tizayuca, desagregando la población de entre 18 y 70 años ya que estos son los que exigen la atención de sus demandas sociales con intereses particulares o específicos. Es decir, el 69.7% o 117 mil 307 habitantes del Municipio de Tizayuca, esta cantidad poblacional se considera susceptible de recibir información a través de los diferentes medios de comunicación y canales de difusión.

4.5.2 Para cuantificar la población objetivo, se delimitó la población que puede acceder a la información en al menos un medio de información y un canal de difusión.

5.- DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN PÚBLICA

5.1 Los bienes y servicios que integran el programa son la identidad gráfica institucional de la administración 2020-2024 y los lineamientos para las aplicaciones del Manual de Identidad Institucional del Gobierno Municipal de Tizayuca.

5.2 Los componentes son la cobertura del quehacer gubernamental desarrollado a través de las dependencias municipales, sus programas, políticas públicas, acciones y gestiones de la administración municipal de Tizayuca, asimismo como el análisis de medios y monitoreo de la información.

5.3 El escenario esperado a futuro es que la ciudadanía percibe buena comunicación de las acciones, gestiones y resultados actuales del Gobierno Municipal de Tizayuca como resultado de que se creen los canales óptimos de comunicación para dar a conocer a la ciudadanía oportunamente la información pública.

UNIDAD RESPONSABLE	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
UNIDAD PRESUPUESTAL RESPONSABLE DE LA ELABORACIÓN DE LA MIR	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
UNIDADES PRESUPUESTALES INTEGRANTES DE LA MIR	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
PROGRAMA SECTORIAL	Eje 1 Gobernanza y rendición de cuentas
PROGRAMA PRESUPUESTARIO	Eje 5 Gobierno Abierto

1. POBLACIÓN Ó ÁREA DE ENFOQUE POTENCIAL

166 mil 302 habitantes del Municipio de Tizayuca

2. POBLACIÓN Ó ÁREA DE ENFOQUE OBJETIVO

117 mil 307 habitantes del Municipio de Tizayuca que solicitan servicios gubernamentales y atención a sus problemas sociales.

3. PROBLEMÁTICA CENTRAL

Existen canales deficientes de comunicación para dar a conocer a la ciudadanía oportunamente las acciones, gestiones y resultados del Gobierno Municipal de Tizayuca

4. MAGNITUD DEL PROBLEMA

4.1 POBLACIÓN POTENCIAL	4.2 POBLACIÓN OBJETIVO	4.3 POBLACIÓN ATENDIDA DEL EJERCICIO FISCAL ANTERIOR
168 302 habitantes del Municipio de Tizayuca	117 mil 307 habitantes del Municipio de Tizayuca que posiblemente solicitan servicios gubernamentales y atención a sus problemas sociales.	ND

5. EFECTO SUPERIOR (FIN)

Contribuir a la formación de una democracia participativa manteniendo informada a la sociedad en forma transparente de las actividades gubernamentales y resultados del Gobierno Municipal de Tizayuca.





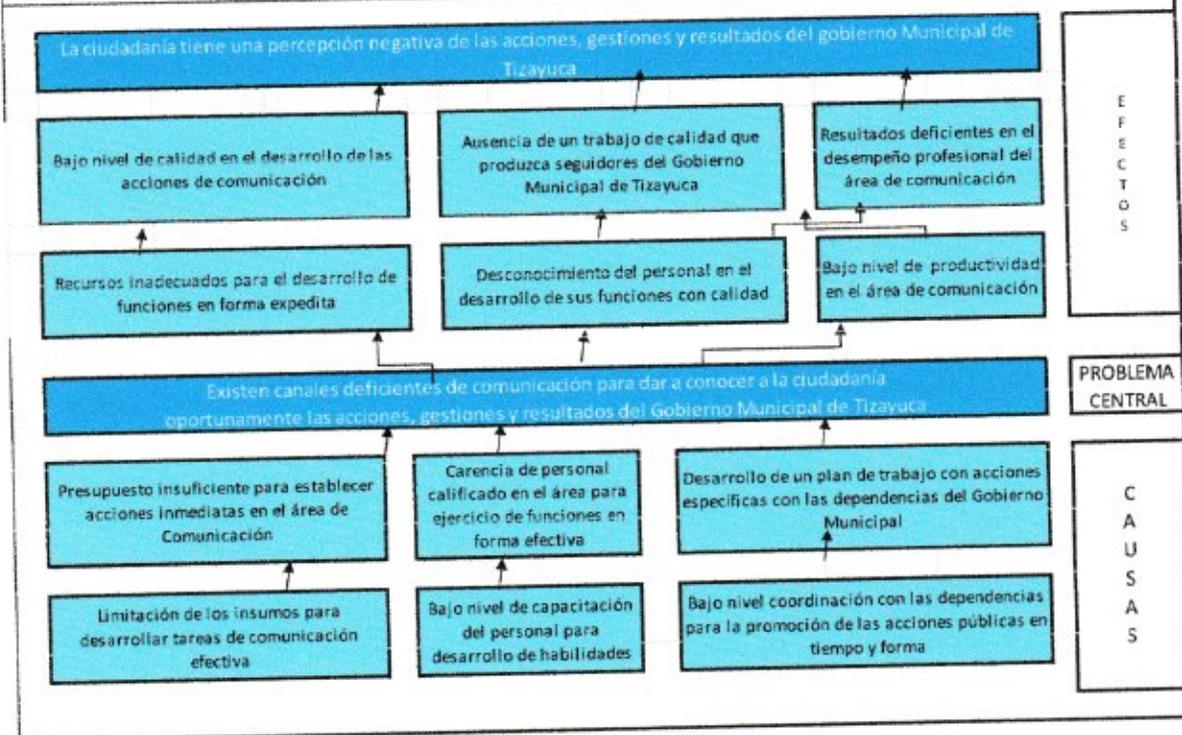
PROBLEMÁTICA CENTRAL	La desinformación de la ciudadanía sobre el ejercicio gubernamental de la Administración Pública Municipal de Tizayuca		
BENEFICIARIOS	OPOSITORES	EJECUTORES	INDIFERENTES
La población que habita en el Municipio de Tizayuca	Personas o medios que alentan la desinformación sobre las acciones del Gobierno Municipal de Tizayuca	Dirección de Comunicación Social y Dependencias del Gobierno Municipal de Tizayuca	Población que desconoce o no le interesa las acciones, programas y política de su Gobierno Municipal de Tizayuca





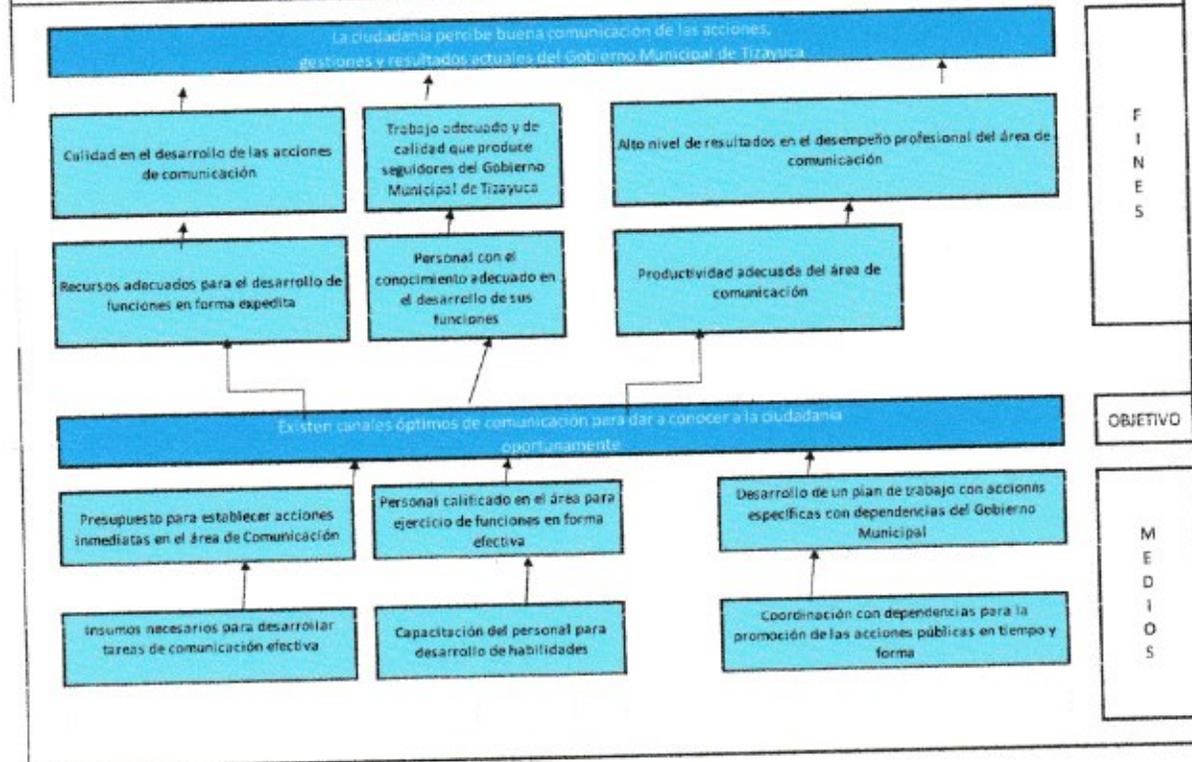
ANEXO IV. ÁRBOL DE PROBLEMAS

UNIDAD RESPONSABLE	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
UNIDAD PRESUPUESTAL RESPONSABLE DE LA ELABORACIÓN DE LA MIR	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
UNIDADES PRESUPUESTALES INTEGRANTES DE LA MIR	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
PROGRAMA SECTORIAL	Eje 1 Gobernanza y rendición de cuentas
PROGRAMA PRESUPUESTARIO	Eje 5 Gobierno Abierto





UNIDAD RESPONSABLE	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
UNIDAD PRESUPUESTAL RESPONSABLE DE LA ELABORACIÓN DE LA MR	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
UNIDADES PRESUPUESTALES INTEGRANTES DE LA MR	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
PROGRAMA SECTORIAL	Eje 1 Gobernanza y rendición de cuentas
PROGRAMA PRESUPUESTARIO	Eje 5 Gobierno Abierto



[Handwritten signature]



Matriz de Indicadores de Resultados (MIR)

Datos de Identificación del Programa

Alineación al Plan Municipal de Desarrollo

Unidad Responsable: Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
 Unidad Presupuestal de la Elaboración de la MIR: Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
 Programa Sectorial: Eje 1 Gobernanza y rendición de cuentas
 Programa Presupuestario: Eje 5 Gobierno Abierto

Nivel	Objetivos	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
Fin	Contribuir al establecimiento de estrategias en los medios de comunicación y difundir a través de estos, para acercar la información relacionada con las acciones y programas del Gobierno Municipal a la sociedad.	Porcentaje de medios de comunicación alcanzados para difundir las obras y acciones del gobierno municipal entre sus lectores cautivos.	Mapa de cobertura de las acciones emitidas y difundidas por la Dirección de Comunicación Social sobre las acciones del Gobierno Municipal de Tizayuca.	Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área
Propósito	Mantener informada a la sociedad de las actividades gubernamentales y resultados del Gobierno Municipal de Tizayuca.	Porcentaje de publicaciones de obras y acciones del Gobierno Municipal difundidas a través de medios de comunicación.	Medios de difusión y fichas de resultados publicadas en el link: https://tizayuca.gob.mx/fichas	Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área
Componente 1	Lograr la identidad de la población con respecto al proyecto de transformación del municipio y el deber ser institucional.	Porcentaje de acciones (diseño de campañas, eventos cubiertos, boletines emitidos, publicaciones en redes) que permiten que la población se identifique con el proyecto de transformación del municipio.	Medios de difusión y fichas de resultados publicadas en el link: https://tizayuca.gob.mx/fichas	Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área
Actividad 1.1	Diseño gráfico y materiales audiovisuales que son representativos de programas, acciones de gobierno y del desempeño o productividad de la Presidenta Municipal, las Secretarías Municipales y la Asamblea a través de la identidad gráfica institucional.	Porcentaje de materiales informativos diseñados.	Medios de difusión y fichas de resultados publicadas en el link: https://tizayuca.gob.mx/fichas	Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área
Actividad 1.2	Cobertura del quehacer gubernamental, de programas, gestiones y políticas públicas de la administración pública municipal.	Porcentaje de cobertura de actividades y eventos del Gobierno Municipal atendidos.	Registros de eventos e informes y fichas de resultados publicadas en el link: https://tizayuca.gob.mx/fichas	Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área
Actividad 1.3	Elaboración y emisión de boletines y comunicados de prensa para los medios de comunicación y sociedad en general.	Porcentaje de boletines de prensa emitidos.	Boletines y fichas de resultados publicadas en el link: https://tizayuca.gob.mx/fichas	Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área
Actividad 1.4	Publicaciones en las redes sociales de Facebook, Twitter e Instagram así como medios electrónicos sobre el acontecer, las acciones y actividades del Gobierno Municipal.	Porcentaje de publicaciones en redes sociales y medios electrónicos efectuadas.	Registros en Facebook, Twitter, Instagram y fichas de resultados publicadas en el link: https://tizayuca.gob.mx/fichas	Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área
Actividad 1.5	Análisis de medios y monitoreo de información.	Porcentaje de reportes de notas publicadas en medios de comunicación entregados a Oficina de Presidencia.	Registros digitales y medios de difusión y fichas de resultados publicadas en el link: https://tizayuca.gob.mx/fichas	Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía
Actividad 1.6	Fortalecimiento de relaciones de trabajo para establecer acuerdos que permitan el entendimiento y difusión de las acciones de gobierno.	Porcentaje de reuniones de trabajo para el entendimiento y difusión de las acciones de gobierno.	Registros de reuniones y fichas de resultados publicadas en el link: https://tizayuca.gob.mx/fichas	Los titulares y responsables de medios de comunicación colaboran con responsabilidad en las reuniones y acuerdos establecidos

OBJETIVO GENERAL

Mantener informada a la sociedad de las actividades gubernamentales y resultados del Gobierno Municipal de Tizayuca.

META

960 publicaciones de obras y acciones del Gobierno Municipal difundidas a través de medios de comunicación

INDICADOR NIVEL PROPÓSITO

% de publicaciones de obras y acciones del Gobierno Municipal difundidas a través de medios de comunicación

ESTRATEGIAS

1. Emisión de boletines de prensa sobre las actividades específicas que se realiza la Presidenta Municipal, así como de las áreas de la administración pública municipal que generan información de interés para la sociedad.
2. Monitoreo diario de los diversos medios de comunicación, tanto estatal como municipal para la integración de datos y su posterior análisis para generar acciones encaminadas a fortalecer la imagen institucional.
3. Exposición ante medios a través de entrevistas por parte de la Presidenta Municipal y funcionarios del Ayuntamiento.
4. Cobertura y difusión de eventos y actividades del municipio a través de los diversos medios de comunicación.
5. Campañas informativas sobre temas actuales y de interés, a través de cápsulas informativas grabadas en video, infografías y fotografías.
6. Actualización de contenido e información de la página oficial del Municipio de Tizayuca, así como las cuentas de Facebook, Twitter y otras Redes Sociales.
7. Aprovechamiento de las Redes Sociales para llegar a los puntos más apartados del Municipio y a otras partes del Estado y la región Metropolitana.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- I. Lograr la identidad de la población con respecto al proyecto de transformación del municipio y el deber ser institucional

META

4 acciones (diseño de campañas, eventos cubiertos, boletines emitidos, publicaciones en redes) que permiten que la población se identifique con el proyecto de transformación del municipio.

INDICADOR NIVEL COMPONENTE

% de acciones (diseño de campañas, eventos cubiertos, boletines emitidos, publicaciones en redes) que permiten que la población se identifique con el proyecto de transformación del municipio.

LINEAS DE ACCIÓN

- 1) Diseño gráfico y materiales audiovisuales que son representativos de programas, acciones de gobierno y del desempeño o productividad de la Presidenta Municipal, las Secretarías Municipales y la Asamblea a través de la identidad gráfica institucional.

Meta	Indicador
720 materiales informativos diseñados	<i>% de materiales informativos diseñados</i>

- 2) Cobertura del quehacer gubernamental, de programas, gestiones y políticas públicas de la administración pública municipal

Meta	Indicador
300 actividades y eventos del Gobierno Municipal atendidos	<i>% de cobertura de actividades y eventos del Gobierno Municipal atendidos</i>

- 3) Elaboración y emisión de boletines y comunicados de prensa para los medios de comunicación y sociedad en general.

Meta	Indicador
240 boletines de prensa emitidos	<i>% de boletines de prensa emitidos</i>

- 4) Publicaciones en las redes sociales de Facebook, Twitter e Instagram, así como medios electrónicos sobre el acontecer, las acciones y actividades del Gobierno Municipal.

Meta	Indicador
1008 publicaciones en redes sociales y medios electrónicos efectuadas	<i>% de publicaciones en redes sociales y medios electrónicos efectuadas</i>

- 5) Análisis de medios y monitoreo de información

Meta	Indicador
360 reportes de notas publicadas en medios de comunicación entregadas a Oficina de Presidencia	<i>% de reportes de notas publicadas en medios de comunicación entregadas a Oficina de Presidencia</i>

- 6) Fortalecimiento de relaciones de trabajo para establecer acuerdos que permitan el entendimiento y difusión de las acciones de gobierno

Meta	Indicador
20 reuniones de trabajo para el entendimiento y difusión de las acciones de gobierno	<i>% de reuniones de trabajo para el entendimiento y difusión de las acciones de gobierno</i>

METAS

1. 960 publicaciones de obras y acciones del Gobierno Municipal difundidas a través de medios de comunicación
2. 4 acciones (diseño de campañas, eventos cubiertos, boletines emitidos, publicaciones en redes) que permiten que la población se identifique con el proyecto de transformación del municipio.
3. 720 materiales informativos diseñados
4. 300 actividades y eventos del Gobierno Municipal atendidos
5. 240 boletines de prensa emitidos
6. 1008 publicaciones en redes sociales y medios electrónicos efectuadas
7. 360 reportes de notas publicadas en medios de comunicación entregadas a Oficina de Presidencia
8. 20 reuniones de trabajo para el entendimiento y difusión de las acciones de gobierno

INDICADORES

% de publicaciones de obras y acciones del Gobierno Municipal difundidas a través de medios de comunicación

% de acciones (diseño de campañas, eventos cubiertos, boletines emitidos, publicaciones en redes) que permiten que la población se identifique con el proyecto de transformación del municipio.

% de materiales informativos diseñados

% de cobertura de actividades y eventos del Gobierno Municipal atendidos

% de boletines de prensa emitidos

% de publicaciones en redes sociales y medios electrónicos efectuadas

% de reportes de notas publicadas en medios de comunicación entregadas a Oficina de Presidencia

% de reuniones de trabajo para el entendimiento y difusión de las acciones de gobierno

ESQUEMA DE VINCULACIÓN Y COORDINACIÓN



VINCULACIÓN DE INSTANCIAS CON OBJETIVOS DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN INSTITUCIONAL

- **SECRETARIA DE BIENESTAR:** Se lleva a cabo diseño, cobertura de eventos, edición de video, Comunicación, Logística de Eventos, Entrevistas, Difusión de actividades, Monitoreo de Medios.
- **SECRETARIA GENERAL:** Se lleva a cabo diseño, cobertura de eventos, edición de video, Comunicación, Logística de Eventos, Entrevistas, Difusión de actividades, Monitoreo de Medios.

- **SECRETARIA DE DESARROLLO ECONOMICO:** Se lleva a cabo diseño, cobertura de eventos, edición de video, Comunicación, Logística de Eventos, Entrevistas, Difusión de actividades, Monitoreo de Medios.
- **SECRETARIA DE OBRAS PUBLICAS:** Se lleva a cabo diseño, cobertura de eventos, edición de video, Comunicación, Logística de Eventos, Entrevistas, Difusión de actividades, Monitoreo de Medios.
- **SECRETARIA DE SEGURIDAD PUBLICA:** Monitoreo de medios, cobertura de eventos, difusión de actividades.
- **SMDIF:** Monitoreo de medios, cobertura de eventos, difusión de actividades.
- **INSTITUTO DE LA VIVIENDA:** Monitoreo de medios, cobertura de eventos, difusión de actividades.
- **CAAMTH:** Monitoreo de medios, cobertura de eventos, difusión de actividades.

ESQUEMA DE TRABAJO CON LAS SECRETARÍAS DEL MUNICIPIO

OFICINA DE PRESIDENCIA:

- Ser un gobierno ciudadano que sienta las bases del desarrollo sostenible, la honestidad, transparencia

ESQUEMA DE VINCULACION CON EXTERNOS

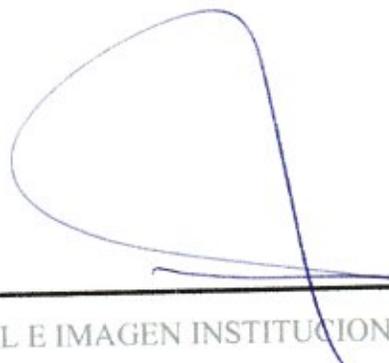
- MEDIOS DE COMUNICACIÓN

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
Lograr la identidad de la población con respecto al proyecto de transformación del municipio y el deber ser institucional													
Diseño gráfico y materiales audiovisuales que son representativos de programas, acciones de gobierno y del desempeño o productividad de la Presidenta Municipal, las Secretarías Municipales y la Asamblea a través de la identidad gráfica institucional.													
Cobertura del quehacer gubernamental, de programas, gestiones y políticas públicas de la administración pública municipal													
Elaboración y emisión de boletines y comunicados de prensa para los medios de comunicación y sociedad en general.													
Publicaciones en las redes sociales de Facebook, Twitter e Instagram, así como medios electrónicos sobre el acontecer, las acciones y actividades del Gobierno Municipal.													
Análisis de medios y monitoreo de información													
Fortalecimiento de relaciones de trabajo para establecer acuerdos que permitan el entendimiento y difusión de las acciones de gobierno													

RESPONSABLES

LIC. RODRIGO ARRAZOLA OJEDA
 DIRECTOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN INSTITUCIONAL DEL
 MUNICIPIO DE TIZAYUCA



PRESUPUESTO

PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE PRESIDENCIA MUNICIPAL	TRANSFERENCIAS, ASIGNACIONES, SUBSIDIOS Y OTRAS AYUDAS	AYUDAS SOCIALES	AYUDAS SOCIALES A INSTITUCIONES SIN FINES DE LUCRO	\$204,000.00	
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE PRESIDENCIA MUNICIPAL	TRANSFERENCIAS, ASIGNACIONES, SUBSIDIOS Y OTRAS AYUDAS	AYUDAS SOCIALES	AYUDAS SOCIALES A INSTITUCIONES SIN FINES DE LUCRO	\$204,000.00	
TRANSFERENCIAS, ASIGNACIONES, SUBSIDIOS Y OTRAS AYUDAS				\$204,000.00	
TOTAL DE PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE PRESIDENCIA MUNICIPAL				\$204,000.00	

PROGRAMA: PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PERIODO DEL PROGRAMA: DEL 01/01/2014 AL 31/12/2014

OBJETIVO DEL PROGRAMA: CONTRIBUIR A LA FORMACIÓN DE UNA DEMOCRACIA PARTICIPATIVA MANTENIENDO INFORMADA A LA SOCIEDAD DE LAS ACTIVIDADES GUBERNAMENTALES Y RESULTADOS DEL GOBIERNO MUNICIPAL DE TIZAYUCA.

JUSTIFICACIÓN DEL PROGRAMA: EL OBJETIVO ESPECÍFICO ES INFORMAR Y CIRCULAR HACIA LA SOCIEDAD Y A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, LAS ACCIONES, APOYOS, PROGRAMAS, GESTIONES Y RESULTADOS GUBERNAMENTALES DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA MUNICIPAL Y SU ETIQUETA A FIN DE LOGRAR UNA PERCEPCIÓN E IMAGEN POSITIVA SOBRE ESTOS EN LA SOCIEDAD. LAS ACCIONES QUE SE GENERAN A TRAVÉS DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL ESTÁN ENLACZADAS A LA INFORMACIÓN QUE SE GENERA A LO LARGO Y ANCHO DE LAS DEPENDENCIAS MUNICIPALES DE TIZAYUCA Y QUE AL INTENTAR EMITIR LA INFORMACIÓN PUEDE PONERLA AL ALCANCE DE LA POBLACIÓN REQUIEREN ESTA COORDINACIÓN INTERINSTITUCIONAL Y TRANSVERSAL PARA HACERLA LLEGAR A UN MAYOR ESPECTRO POBLACIONAL EN FORMA SUSTANTIVA.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROGRAMA: IDENTIDAD GRÁFICA INSTITUCIONAL DE LA ADMINISTRACIÓN 2014 - 2014 Y LINEAMIENTOS PARA LAS APLICACIONES DEL MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL.

CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA: EN LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL SE REALIZA DISEÑO GRÁFICO Y MATERIALES AUDIOVISUALES QUE SON REPRESENTATIVOS DE PROGRAMAS, ACCIONES DE GOBIERNO Y DEL DESEMPEÑO O PRODUCTIVIDAD DE LA PRESIDENCIA MUNICIPAL, LAS SECRETARÍAS MUNICIPALES Y LA ASAMBLEA A TRAVÉS DE LA IDENTIDAD GRÁFICA INSTITUCIONAL.

PROGRAMA	META	UNIDAD DE MEDIDA	INDICADOR DE MEDICIÓN	DEFINICIÓN DEL INDICADOR	EXPLICACIÓN DEL INDICADOR
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	1750 acciones de difusión realizadas por el Gobierno Municipal	acciones	% de acciones de difusión realizadas por el Gobierno Municipal	Indicador binomial de eficacia, vivo propuesto	Méts en términos de acciones de difusión realizadas por el Gobierno Municipal

PROGRAMA	CAPÍTULO	CONCEPTO	PARTIDA	SUBTOTAL	TOTAL
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	SERVICIOS PERSONALES	REMUNERACIONES AL PERSONAL DE CARÁCTER PERMANENTE	SUELDOS BASE AL PERSONAL PERMANENTE	\$612,700.00	
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	SERVICIOS PERSONALES	REMUNERACIONES AL PERSONAL DE CARÁCTER TRANSITORIO	SUELDOS BASE AL PERSONAL EVENTUAL	\$207,100.00	
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	SERVICIOS PERSONALES	REMUNERACIONES ADICIONALES Y ESPECIALES	PRIMAS DE VACACIONES, DOMINICAL Y GRATIFICACIÓN DE FIN DE AÑO	\$102,100.00	
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	SERVICIOS PERSONALES	REMUNERACIONES ADICIONALES Y ESPECIALES	PRIMAS DE VACACIONES, DOMINICAL Y GRATIFICACIÓN DE FIN DE AÑO	\$10,210.00	

Página 3 de 137

PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	SERVICIOS PERSONALES	OTRAS PRESTACIONES SOCIALES Y ECONÓMICAS	OTRAS PRESTACIONES SOCIALES Y ECONÓMICAS	\$327,000.00	
SERVICIOS PERSONALES					\$1,468,529.38

PROGRAMA	CAPÍTULO	CONCEPTO	PARTEA	SUBTOTAL	TOTAL
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	MATERIALES Y SUMINISTROS	MATERIALES DE ADMINISTRACIÓN, EMISIÓN DE DOCUMENTOS Y ARTICULOS OFICIALES	MATERIALES, ÚTILES Y EQUIPOS MENORES DE OFICINA	\$115,000.00	
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	MATERIALES Y SUMINISTROS	MATERIALES DE ADMINISTRACIÓN, EMISIÓN DE DOCUMENTOS Y ARTICULOS OFICIALES	MATERIALES Y ÚTILES DE IMPRESIÓN Y REPRODUCCIÓN	\$24,000.00	
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	MATERIALES Y SUMINISTROS	MATERIALES DE ADMINISTRACIÓN, EMISIÓN DE DOCUMENTOS Y ARTICULOS OFICIALES	MATERIALES, ÚTILES Y EQUIPOS MENORES DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES	\$45,000.00	
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	MATERIALES Y SUMINISTROS	COMBUSTIBLES, LUBRICANTES Y ADITIVOS	COMBUSTIBLES, LUBRICANTES Y ADITIVOS	\$62,838.00	
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	MATERIALES Y SUMINISTROS	VESTUARIO, BLANCOS, PRENDAS DE PROTECCIÓN Y ARTICULOS DEPORTIVOS	VESTUARIO Y UNIFORMES	\$17,691.38	
MATERIALES Y SUMINISTROS					\$263,529.38

PROGRAMA	CAPÍTULO	CONCEPTO	PARTEA	SUBTOTAL	TOTAL
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	SERVICIOS GENERALES	SERVICIOS BÁSICOS	TELÉFONO CELULAR	\$32,600.00	
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	SERVICIOS GENERALES	SERVICIOS BÁSICOS	SERVICIOS DE ACCESO DE INTERNET, REDES Y PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN	\$24,000.00	
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	SERVICIOS GENERALES	SERVICIOS PROFESIONALES, TÉCNICOS Y OTROS SERVICIOS	SERVICIOS DE APOYO ADMINISTRATIVO, TRADUCCIÓN, FOTOCOPIADO E IMPRESIÓN	\$6,725.00	
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	SERVICIOS GENERALES	SERVICIOS PROFESIONALES, TÉCNICOS Y OTROS SERVICIOS	SERVICIOS PROFESIONALES, TÉCNICOS Y TÉCNICOS INTEGRALES	\$420,500.00	
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	SERVICIOS GENERALES	SERVICIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD	DIFUSIÓN POR RADIO, TELEVISIÓN Y OTROS MEDIOS DE MENSAJES SOBRE PROGRAMAS Y ACTIVIDADES GUBERNAMENTALES	\$450,000.00	

Página 4 de 137

PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	SERVICIOS GENERALES	SERVICIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD	DIFFUSIÓN POR RADIO, TELEVISIÓN Y OTROS MEDIOS DE MENSAJES SOBRE PROGRAMAS Y ACTIVIDADES GUBERNAMENTALES	\$115,000.00	
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	SERVICIOS GENERALES	SERVICIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD	SERVICIOS DE CREATIVIDAD, PREPRODUCCIÓN Y PRODUCCIÓN DE PUBLICIDAD, EXCEPTO INTERNET	\$75,000.00	
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	SERVICIOS GENERALES	SERVICIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD	SERVICIOS DE LA INDUSTRIA FEMCA, DEL SONIDO Y DEL VIDEO	\$54,000.00	
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	SERVICIOS GENERALES	SERVICIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD	SERVICIO DE CREACIÓN Y DIFFUSIÓN DE CONTENIDO EXCLUSIVAMENTE A TRAVÉS DE INTERNET	\$80,000.00	
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	SERVICIOS GENERALES	SERVICIOS OFICIALES	GASTOS DE REPRESENTACIÓN	\$80,000.00	
SERVICIOS GENERALES				\$1,398,720.00	
PROGRAMA	CAPTULO	CONCEPTO	PARTIDA	SUBTOTAL	TOTAL
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES	MOBILIARIO Y EQUIPO DE ADMINISTRACIÓN	EQUIPO DE CÓMPUTO Y DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN	\$70,000.00	
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES	MOBILIARIO Y EQUIPO EDUCACIONAL Y RECREATIVO	CÁMARAS FOTOGRÁFICAS Y DE VIDEO	\$130,000.00	
PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES	MAQUINARIA, OTROS EQUIPOS Y HERRAMIENTAS	EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y TELECOMUNICACIÓN	\$4,000.00	
BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES				\$204,000.00	
TOTAL DE PROGRAMA OPERATIVO ANUAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL					\$3,248,572.28

INFORMES

Los informes se estarán presentando de manera periódica, a través de los mecanismos establecidos para tal fin, relacionados con los indicadores de resultados, que serán de observancia pública en la página oficial del H. Ayuntamiento del municipio de Tizayuca Hgo.

En relación a lo anterior se presentarán los informes de resultados en las siguientes herramientas:

Ficha Técnica de Indicadores de Resultados



FICHA TÉCNICA DE INDICADORES DE RESULTADOS DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN INSTITUCIONAL

Nombre del indicador	Método de cálculo	Sentido esperado	Frecuencia medición	Unidad de medida	Línea base		metas		enero		Semafización		
					valor	año	Meta del ciclo	Meta del año	actualizado	%			
Porcentaje de medios de comunicación alcanzados para difundir las obras y acciones del gobierno municipal entre sus lectores cautivos	medios de comunicación alcanzados para difundir las obras y acciones del gobierno municipal a través de medios de comunicación programados*100	Ascendente	Anual	%	ND	2021	9	9		0.00%	80%-100%	31%-75%	0%-30%
Porcentaje de publicaciones de obras y acciones del Gobierno Municipal difundidas a través de medios de comunicación	publicaciones de obras y acciones del Gobierno Municipal difundidas a través de medios de comunicación publicaciones emitidas*100	Ascendente	Anual	%	960	2021	960	960		0.00%	80%-100%	31%-75%	0%-30%
Porcentaje de acciones (diseño de campañas, eventos cubiertos, boletines emitidos, publicaciones en redes) que permiten que la población se identifique con el proyecto de transformación del municipio	acciones que permiten que la población se identifique con el proyecto de transformación del municipio acciones programadas*100	Ascendente	Anual	%	ND	2021	4	4		0.00%	80%-100%	31%-75%	0%-30%
Porcentaje de materiales informativos diseñados	materiales informativos diseñados materiales programados*100	Ascendente	Mensual	%	ND	2021	60	720		0.00%	80%-100%	31%-75%	0%-30%
Porcentaje de cobertura de actividades y eventos del Gobierno Municipal atendidos	cobertura de actividades y eventos del Gobierno Municipal atendidas actividades y eventos programados*100	Ascendente	Trimestral	%	ND	2021	75	300		0.00%	80%-100%	31%-75%	0%-30%
Porcentaje de boletines de prensa emitidos	boletines de prensa emitidos boletines programados*100	Ascendente	Mensual	%	ND	2021	20	240		0.00%	80%-100%	31%-75%	0%-30%

Porcentaje de publicaciones en redes sociales y medios electrónicos efectuadas	publicaciones en redes sociales y medios electrónicos efectuadas/ publicaciones programadas*100	Ascendente	Mensual	%	ND	2021	84	1008	8.00%	80%-100%	31%-79%	0%-30%
Porcentaje de reportes de notas publicadas en medios de comunicación entregados a Oficina de Presidencia	reportes de notas publicadas en medios de comunicación entregados a Oficina de Presidencia- reportes programados*100	Ascendente	Mensual	%	ND	2021	36	360	0.38%	80%-100%	31%-79%	0%-30%
Porcentaje de reuniones de trabajo para el entendimiento y difusión de las acciones de gobierno	reuniones de trabajo para el entendimiento y difusión de las acciones de gobierno / reuniones programadas*100	Ascendente	Trimestral	%	ND	2021	5	20	0.00%	80%-100%	31%-79%	0%-30%

<p>PLAN MUNICIPAL DE DESARROLLO</p> <p>5. Gobierno Abierto</p> <p>Estrategia 1. Gasto público eficaz y eficiente con políticas alineadas a la Agenda 2030</p> <p>Estrategia 2. Promover la efectividad y confiabilidad del gobierno municipal</p> <p>Estrategia 3. Implementar un Gobierno Digital.</p>	<p>PLAN ESTATAL DE DESARROLLO</p> <p>1. Gobierno Honesto, Cercano y Moderno</p> <p>1.1.2 Promover la transparencia en la gestión pública, vigilando que la información relacionada con los recursos públicos disponible para la ciudadanía sea oportuna, fiable y de calidad.</p>	<p>PLAN NACIONAL DE DESARROLLO</p> <p>1. Justicia y Estado de Derecho</p> <p>1.2 Fortalecer la cultura democrática, abrir el gobierno a la participación social y escuchar de manera permanente a la sociedad</p>
---	---	---



Alineación al PMD	
Nombre del Programa:	Programa Operativo Anual de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Alineación a los ODS:	Eje 5. Objetivo 16.: Promover Sociedades Justas, Pacíficas e Inclusivas
Objetivo central del Programa: (Propósito)	Mantener informada a la sociedad de las actividades gubernamentales y resultados del gobierno municipal de Tizayuca
Objetivos Específicos: (componentes)	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de campañas • Eventos cubiertos • Boletines emitidos • Publicación en redes <p>Que permiten a la población se identifique con el proyecto de transformación en el municipio.</p>

Perspectiva de Género:	Los medios de comunicación e información en gran medida fomentan y promueven la estigmatización denigración y cosificación de las mujeres y niñas, incluso la violencia contra ellas, así como la reproducción de modelos y estereotipos de género que las discriminan e infravaloran.
Perspectiva de los derechos de niñas, niños y adolescentes:	Orientar los programas y políticas públicas para fomentar la sana convivencia.

Vinculación establecida por el Programa

Registrar la vinculación del objetivo central del programa con el PMD, Eje, Objetivos, Estrategias y Líneas de acción. Con base en la información presentada en el Plan Municipal de Desarrollo 2020-2024. Así mismo considerar la contribución efectiva a los indicadores estratégicos del mismo.

Marcar con una "X" el EJE con el que se vincula el objetivo del programa:

	Eje 1. Bienestar Social
	Eje 2. Servicios Públicos de Calidad
	Eje 3. Desarrollo Urbano Metropolitano
	Eje 4. Seguridad Ciudadana
X	Eje 5. Gobierno Abierto

OBJETIVO (S)	ESTRATEGIA (S)	LÍNEA (S) DE ACCIÓN
--------------	----------------	---------------------

	<ul style="list-style-type: none"> • Emision de boletines de prensa sobre actividades específicas que realiza la Presidenta Municipal, así como de las áreas de la administración pública municipal que generan. • Monitoreo diario de los diversos medios de comunicación • Exposición ante medios a través de entrevistas por 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño gráfico y materiales audiovisuales que son representativos de programas acciones de gobierno y de desempeño o productividad de la Presidenta Municipal, las Secretarías Municipales y la Asamblea a través de la identidad gráfica institucional. • Cobertura del que hacer gubernamental de
---	--	--

	<p>parte de la Presidenta y del H. Ayuntamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cobertura y difusión de eventos y actividades de comunicación • Campañas informativas sobre temas actuales y de interés a través de capsulas informativas grabadas en video, infografías, y fotografías • Actualización de contenido e información de la página oficial del municipio de tizayuca • Aprovechamiento de las redes sociales para llegar a los puntos más apartados del municipio y a otras partes del Estado y Zona Metropolitana. 	<p>programas, gestiones y políticas públicas de la Administración Pública Municipal.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración y emisión de boletines y comunicación de prensa para los medios de comunicación y sociedad en general • Publicaciones en redes sociales • Analisis de medios y monitoreo de informacion • Fortalecimiento de relaciones de trabajo para establecer acuerdos que permitan el entendimiento y difusión de acciones de gobierno.
--	---	---

Consideraciones:

»**OBJETIVO (S):** Se incluirá la redacción fidedigna del o de los objetivos conforme a lo establecido por el PMD.

»**ESTRATÉGIA:** Se incluirá la redacción fidedigna de la estrategia conforme a lo establecido en el PMD.

»**LÍNEA DE ACCIÓN:** Se incluirá la redacción fidedigna de la(s) línea(s) de acción conforme a lo establecido en el PMD

»La información de los objetivos, estrategias y líneas de acción del PMD pueden consultarse en:

<https://tizayuca.gob.mx/Plan-Municipal-de-Desarrollo100621.pdf>

En las perspectivas de género y derechos de las niñas, niños y adolescentes se puede expresar si aplica o no aplica para su programa.

Alineación a los ODS

Nombre del Programa:	Programa Operativo anual de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Alineación al Plan Municipal de Desarrollo: (Eje del Plan Municipal de Desarrollo)	EJE 5 - Gobierno Abierto
Objetivo central del Programa: (Propósito)	Mantener informada a la sociedad de las actividades gubernamentales y resultados del Gobierno Municipal de Tizayuca.
Objetivos Específicos: (Componentes)	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de campañas • Eventos cubiertos • Boletines emitidos • Publicación en redes <p>Que permiten que la población se identifique con el proyecto de transformación del municipio.</p>

Vinculación establecida por el Programa

Registrar la vinculación del objetivo central del programa con los ODS y sus metas específicas. Con base en la documentación normativa o institucional del programa. Asimismo, considerar la contribución efectiva del programa en la meta.

Marcar con una "X" el/los ODS con los que se vinculan los objetivos del programa:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
															x	

ODS	META (ODS)	VINCULACIÓN
	Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el	Directa



acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles institucionales eficientes e inclusivas que rindan cuentas

Consideraciones:

»**ODS:** Se incluirá el número y la redacción fidedigna del ODS conforme a lo establecido por el PNUD.

»**Meta:** Se incluirá la redacción fidedigna de la meta del ODS conforme a lo establecido por el PNUD.

»**La información de los ODS y sus metas pueden consultarse en:**

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

»**Vinculación**

Directa: el objetivo central del programa contribuye claramente al cumplimiento de la(s) meta(s) ODS identificada(s).

Indirecta: el objetivo central del programa propicia la generación de condiciones que contribuyen al cumplimiento de la(s) meta(s) de ODS identificada(s), a pesar de no ser su objetivo principal.

ELABORO REVISO AUTORIZO

TIZAYUCA, HGO. 2020-2024

LIC. RODRIGO ARRAZOLA OJEDA
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESIDENCIA MUNICIPAL

LIC. DIANA ITZEL HURTADO SÁNCHEZ
OFICINA DE LA PRESIDENTA

MTRA. SUSANA A. ÁNGELES QUEZADA
PRESIDENTA MUNICIPAL
CONSTITUCIONAL