



AXAPUSCO
¡Con trabajo Avanzamos!



AXAPUSCO
GOBIERNO MUNICIPAL
2025-2027

Plan de Trabajo Anual - Dirección de Comunicación Social Municipal



INDICE

Introducción.....	3
Misión.....	4
Visión.....	4
Objetivos Generales.....	5
Objetivos Específicos.....	5
Marco Jurídico.....	6
Actividades.....	13
Herramientas de Recurso, Evaluación y Consideraciones Adicionales...	15

2025-2027



INTRODUCCIÓN

En el dinámico entorno actual, la comunicación social desempeña un papel fundamental en la construcción de un gobierno municipal transparente, cercano y eficaz. El presente Plan de Trabajo Anual del Área de Comunicación Social tiene como objetivo principal fortalecer el vínculo entre la administración municipal y la ciudadanía, promoviendo la participación activa, el acceso a la información y la confianza en las acciones de gobierno.

Este plan se concibe como una hoja de ruta estratégica que guiará las acciones del área durante el presente año, definiendo objetivos claros, estrategias innovadoras y un plan de acción detallado. Buscamos optimizar los canales de comunicación existentes, explorar nuevas plataformas y herramientas, y generar contenidos relevantes y atractivos que respondan a las necesidades e intereses de la comunidad.

Reconocemos la importancia de una comunicación bidireccional, donde la ciudadanía no solo reciba información, sino que también tenga la oportunidad de expresar sus opiniones, inquietudes y propuestas. Por ello, este plan contempla la implementación de mecanismos de participación ciudadana y la creación de espacios de diálogo abiertos y accesibles.

A través de este plan, el Área de Comunicación Social se compromete a trabajar con profesionalismo, creatividad y transparencia, contribuyendo a la construcción de un municipio más informado, participativo y cohesionado.

MISIÓN

- "Ser el puente de comunicación eficaz y transparente entre el gobierno municipal y la ciudadanía, garantizando el acceso a la información, fomentando la participación y fortaleciendo la confianza en la gestión pública."
- "Proporcionar información clara, oportuna y veraz sobre las acciones y programas del gobierno municipal, utilizando diversos canales de comunicación para llegar a todos los sectores de la población."
- "Promover la participación ciudadana a través de estrategias de comunicación inclusivas y participativas, creando espacios de diálogo y colaboración."
- "Gestionar la comunicación en situaciones de crisis de manera efectiva, transmitiendo información precisa y oportuna para garantizar la seguridad y el bienestar de la comunidad."

VISIÓN

- "Consolidarnos como un área de comunicación social modelo, reconocida por su profesionalismo, transparencia e innovación, contribuyendo a la construcción de un municipio informado, participativo y cohesionado."
- "Ser un referente en la comunicación pública municipal, utilizando las mejores prácticas y tecnologías para fortalecer el vínculo entre el gobierno y la ciudadanía."
- "Lograr que la ciudadanía perciba al gobierno municipal como una entidad cercana, accesible y transparente, que responde a sus necesidades e inquietudes."
- "Fomentar una cultura de comunicación abierta y participativa, donde la ciudadanía se sienta empoderada para contribuir al desarrollo del municipio."

OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la comunicación entre el gobierno municipal y la ciudadanía, promoviendo la transparencia, la participación y el acceso a la información.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar la imagen y la percepción del gobierno municipal.
- Incrementar la difusión de programas, proyectos y servicios municipales.
- Fomentar la participación ciudadana a través de diversos canales de comunicación.
- Gestionar la comunicación en situaciones de crisis y emergencias.
- Optimizar el uso de recursos y herramientas de comunicación.

MARCO JURIDICO

LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEXTO VIGENTE

Última reforma publicada DOF 01-04-2024 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,
- VIII. 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, 6impresiones, 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,
- 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,

- 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



ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	TIEMPO DE EJECUCIÓN
Elaboración del plan anual de comunicación.	Inmediata
Revisión y actualización de la base de datos de medios de comunicación.	Inmediata
Capacitación del personal en el uso de nuevas herramientas digitales.	Inmediata
Cobertura de eventos y actividades del inicio de año.	Inmediata
Lanzamiento de campañas informativas sobre programas sociales.	Inmediata
Monitoreo de la opinión pública en redes sociales.	Inmediata
Difusión de información sobre servicios municipales (impuestos, trámites, etc.).	Inmediata
Organización de foros de participación ciudadana.	Inmediata
Cobertura de eventos conmemorativos (día de la mujer etc.).	Inmediata
Evaluación del impacto de las campañas informativas.	Inmediata
Producción de contenidos audiovisuales para redes sociales.	Inmediata
Sesiones de cabildo en vivo	Inmediata
Cobertura de eventos culturales y deportivos.	Inmediata
Difusión de información sobre programas de desarrollo económico.	Inmediata



AXAPUSCO
¡Con trabajo Avanzamos!



AXAPUSCO
GOBIERNO MUNICIPAL
2025-2027

Implementación de campañas de sensibilización sobre temas de interés público.	Inmediata
Fortalecimiento de la comunicación interna con otras dependencias.	Inmediata
Producción de material informativo para medios de comunicación.	Inmediata
Cobertura de eventos culturales locales.	Inmediata
Difusión de información sobre programas educativos y de salud.	Inmediata
Cobertura de eventos conmemorativos de la independencia.	Inmediata
Preparación de informes de actividades para el cierre del año.	Inmediata
Cobertura de eventos conmemorativos del día de muertos.	Inmediata
Lanzamiento de campañas de concientización sobre temas relevantes.	Inmediata
Fortalecimiento de la comunicación en situaciones de emergencia.	Inmediata
Cobertura de eventos deportivos locales.	Inmediata
Difusión de mensajes de fin de año y agradecimiento a la ciudadanía.	Inmediata
Planificación de actividades para el próximo año.	Inmediata
Cobertura de eventos navideños.	Inmediata

Herramientas y Recursos:

- Página web y redes sociales del municipio.
- Boletines de prensa y comunicados oficiales.
- Producción de contenidos audiovisuales (videos, fotografías).
- Organización de eventos y conferencias de prensa.
- Monitoreo de medios de comunicación y redes sociales.
- Encuestas y estudios de opinión pública.

Evaluación:

- Se realizará un seguimiento mensual del cumplimiento de las actividades.
- Se elaborarán informes trimestrales y un informe anual de resultados.
- Se realizarán encuestas de satisfacción ciudadana para evaluar el impacto de las acciones.

Consideraciones Adicionales:

- Este plan es flexible y adaptable a las necesidades y prioridades del municipio.
- Es fundamental mantener una comunicación constante y fluida con la ciudadanía.
- Se deben aprovechar las nuevas tecnologías y herramientas de comunicación.