



Programa Anual de Comunicación Social 2024

Ciudad Victoria, Tamaulipas a Diciembre 2023.





ANTECEDENTES

Para el buen funcionamiento de una institución, se requiere de la correcta planeación y desarrollo de un conjunto de planes y programas que permitan fomentar la satisfacción de los ciudadanos en sus vertientes sociales, culturales, económicas y políticas. Dicha tarea conlleva la necesidad de construir un conjunto de acciones que incrementen la solidaridad de los ciudadanos con las instituciones gubernamentales, sus metas y fines.

Es de suma importancia comunicar de manera eficiente. El papel de los medios de comunicación en la promoción del buen gobierno es claro. Todos los aspectos del buen gobierno se ven facilitados por la existencia de medios de comunicación sólidos e independientes en una sociedad. De hecho, existe un vínculo concreto entre el funcionamiento de los medios de comunicación y el buen gobierno: los medios permiten a la población realizar controles y evaluaciones continuos de las actividades del gobierno, y proporcionan un foro de debate para contribuir a dar voz a las preocupaciones públicas. Es por ello que es necesario utilizar herramientas eficientes para comunicarle a la sociedad de manera efectiva, con transparencia, apertura y rendición de cuentas.

INTRODUCCIÓN

La información en la actualidad es vista como un objeto a controlar porque da poder, sin embargo, también debe ser vista como un recurso a utilizar porque habilita la participación ciudadana, racionaliza los recursos y facilita la mejor solución de problemas y necesidades colectivas.

La comunicación es de una vía, un diálogo que fluye tanto del gobierno a los ciudadanos como de los ciudadanos al gobierno, vinculando a ambos de manera participativa y dialógica. El uso efectivo de la información y la comunicación es indispensable para el éxito de cualquier institución gubernamental, sobre todo una que brinda un servicio indispensable como lo es el vital líquido.

En éste caso, es importante mencionar que los medios de difusión a utilizar serán de ambos tipos- abiertos y cerrados-; gubernamentales, comerciales, boletines de prensa, declaraciones de funcionarios, líneas telefónicas, foros públicos de discusión, asambleas populares, canales alternativos de televisión y el uso apropiado de nuevas tecnologías RSI (redes sociales en internet) como lo son Facebook, Twitter, Instagram, entre otros.





COMPROMISO

Brindarle información verídica a los ciudadanos por medio de un plan estratégico de comunicación.

DESCRIPCIÓN DEL ÁREA

Contacto con medios de comunicación para hacer fluir la información al interior y al exterior del organismo.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

1. Llevar a cabo campañas para radio, televisión, medios impresos, portales informativos y redes sociales.
2. Redacción de boletines
3. Redacción de informes y estadísticas de actividades
4. Grabación de audios y video para comunicados y redes sociales.
5. Manejo de redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram).
6. Edición de audio, vídeo y diseño
7. Campañas de imagen del organismo
8. Conducción y cobertura de eventos especiales
9. Fotografía y video de obras y acciones del organismo
10. Monitoreo de medios de comunicación; impresos y en línea
11. Entrevistas con medios de comunicación y conferencias de prensa

RESPONSABLES Y PARTICIPANTES

Coordinador, jefes de departamento y auxiliares administrativos.

METAS Y OBJETIVOS

Desarrollo y difusión de campañas

Brindar información clara y concisa a la población

Optimizar el uso de medios de comunicación

Aumentar el alcance por medio de redes sociales, logrando mayor

interactividad, creando un vínculo con el público objetivo, mejorando el servicio al cliente con el propósito de tener un canal de comunicación directa con el cliente.





ESTRATEGIA Y ACCIONES
ESTRATEGIA ACCIONES / TÁCTICAS

Desarrollar campañas para promover la cultura del agua: su cuidado y buen uso; así como su carácter no renovable con la intención de crear impacto en el mercado meta	Difusión en medios (según sea el caso): TV, radio, periódico, redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), banners y material audiovisual.
Dar difusión a las diversas campañas con el propósito de dar a conocer los programas y/o proyectos que el organismo implementará	Difusión en medios (según sea el caso): TV, radio, periódico, redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), banners y material audiovisual.
Tener un mayor alcance orgánico por medio de redes sociales interactuando con el público objetivo, dando un mejor servicio de atención (reportes de fugas, preguntas, recomendaciones)	Compartir información relevante y verídica, darle respuesta a los mensajes directos de manera casi inmediata.
Difusión de actividades sociales y recreativas del organismo (Voluntariado)	Hacer una publicación al respecto por medio de las Redes Sociales de la institución.
Difusión de los trabajos, mantenimiento, reparación y/o resultados obtenidos	Hacer publicación al respecto por medio de las Redes Sociales de la institución.

Coordinación de Comunicación Social

