

Honorable Ayuntamiento de
Venustiano Carranza, Puebla
administración 2025-2027

**Manual de Organización y
Procedimientos de
Comunicación Social**

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	3
II. OBJETIVO GENERAL	3
III. CULTURA ORGANIZACIONAL.....	4
Misión	4
Visión	4
Valores.....	4
IV. MARCO JURIDICO-ADMINISTRATIVO.....	5
V. ESTRUCTURA ORGANICA	6
Organigrama General.....	6
Organigrama Dirección Comunicación Social.....	7
Directorio.....	7
Autorizaciones	8
VI. DESCRIPCIÓN DE PUESTO	9
Director de Comunicación Social.	9,10
Fotografía y Video	11,12
Diseño	13,14
Monitoreo y Redacción	15,16
VII ATRIBUCIONES.....	17
VIII FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS.....	18
IX. GLOSARIO	42

I. INTRODUCCIÓN

El presente Manual de Organización y Procedimientos de la Dirección de Comunicación Social tiene como propósito establecer de manera clara y ordenada la estructura, funciones, atribuciones y procesos que rigen el desempeño de esta área dentro del Honorable Ayuntamiento de Venustiano Carranza, Puebla.

La Comunicación Social es un eje fundamental para promover la transparencia, fortalecer la imagen institucional, garantizar el derecho a la información y fomentar la participación ciudadana. En este sentido, el manual constituye una herramienta de gestión administrativa y operativa que permite orientar las acciones del personal, asegurar la eficiencia en la ejecución de actividades y establecer líneas de coordinación con las distintas áreas del gobierno municipal.

Cabe mencionar que su contenido quedará sujeto a modificaciones, cuando las normatividades aplicables signifiquen cambios en las atribuciones y en su estructura, a fin de que siga siendo un instrumento actualizado y eficaz.

II. OBJETIVO GENERAL

Informar, promover y fortalecer la imagen institucional del gobierno municipal, mediante el diseño y ejecución de estrategias de comunicación que aseguren una difusión clara, oportuna y veraz de las acciones, programas y servicios públicos. Asimismo, busca consolidar un vínculo cercano entre el gobierno y la ciudadanía, fomentando la participación ciudadana, la transparencia y el sentido de identidad comunitaria. Y crear una imagen pública sólida que refleje el compromiso del gobierno con el bienestar social y el desarrollo del municipio.

II. CULTURA ORGANIZACIONAL

Visión: Ser un área de comunicación social sólida, profesional y comprometida, reconocida por su capacidad para informar, orientar y fortalecer la confianza ciudadana en el gobierno municipal, mediante una comunicación moderna, inclusiva y cercana a la gente.

Misión: Brindar una comunicación institucional clara, oportuna y veraz que fortalezca la relación entre el Ayuntamiento y la ciudadanía, promoviendo la transparencia, la participación social y la difusión de las acciones de gobierno, a través de estrategias de comunicación efectivas y el uso responsable de los medios de comunicación tradicionales y digitales.

Valores:

HONRADEZ
VOCACIÓN DE SERVICIO
LEGALIDAD
TRANSPARENCIA
RESPETO
LEALTAD
IMPARCIALIDAD
RESPONSABILIDAD
INTEGRIDAD

TOMADO DEL CÓDIGO DE CONDUCTA DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS DEL HONORABLE AYUNTAMIENTO DE VENUSTIANO CARRANZA, PUEBLA; ADMINISTRACIÓN 2025-2027.

III. MARCO JURIDICO-ADMINISTRATIVO

LEY O NORMATIVA FEDERAL	DOF	DOF
Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.	05/02/1917	24/01/2024
Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública.	11/06/2002	20-05-2021
Ley General de Comunicación Social	11/05/2018	01/04/2024
Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión	14/07/2014	01/04/2024
Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano	14/07/2014	11/05/2022
Ley para la Protección de Personas Defensoras de Derechos Humanos y Periodistas	25/06/2012	28/04/2022

LEY O NORMATIVA ESTATAL	DOF	DOF
Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Puebla.	02/10/1917	02/02/2024
Ley de Transparencia y Acceso la Información Pública del Estado de Puebla.	04/05/2016	18/01/2024
Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos del Estado de Puebla.	29/06/1984	02/12/2020
Ley de Imagen Institucional del Estado de Puebla	22/11/1930	07/02/2024
Ley de Gobierno Digital para el Estado de Puebla y sus Municipios	11/02/2015	11/02/2015
Ley de Ciberseguridad del Estado de Puebla	13/06/2025	13/06/2025
LEY O NORMATIVA MUNICIPAL	POE	POE
Ley Orgánica Municipal para el Estado de Puebla	23-03-2001	13-06-2025
Plan Municipal de Desarrollo 2025-2027	06-01-2025	06-01-25
Reglamento de la Administración Pública del Municipio de Venustiano Carranza, Puebla.	23-05-2025	23-05-2025
Código de Ética de los Servidores Públicos Municipales de Venustiano Carranza, Puebla.	23-05-2025	23-05-2025
Código de Conducta de los Servidores Públicos Municipales de Venustiano Carranza, Puebla.	23-05-2025	23-05-2025

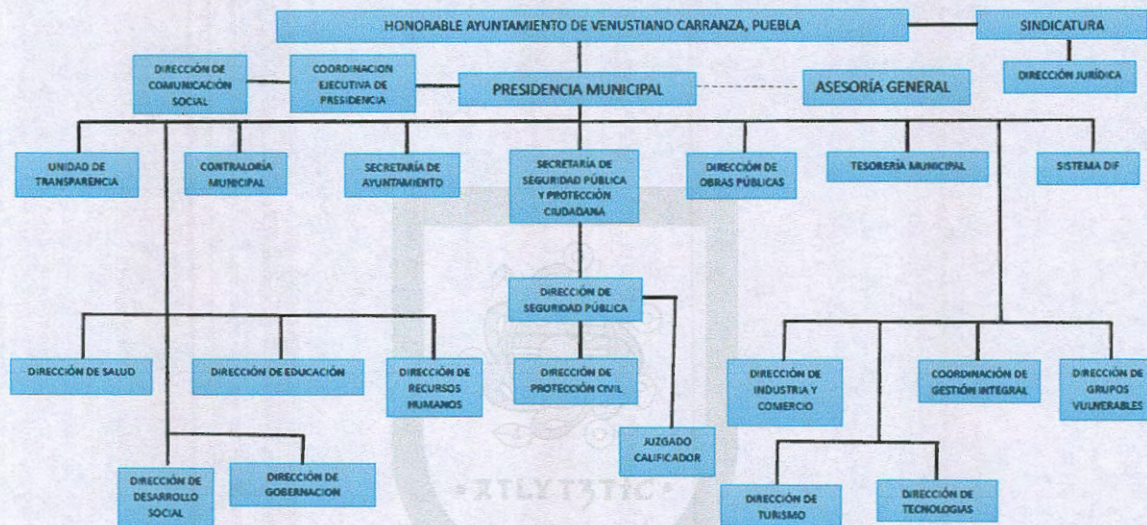
IV. ESTRUCTURA ORGANICA

NOMBRE DEL CARGO	NO. DE PLAZAS
COORDINACION EJECUTIVA DE PRESIDENCIA	1
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL	1
AUXILIAR DE COMUNICACIÓN SOCIAL	3



ORGANIGRAMA GENERAL DEL HONORABLE AYUNTAMIENTO DE VENUSTIANO CARRANZA PUEBLA.

ADMINISTRACION 2025-2027



Avenida 16 de septiembre número 35
Col. Centro, Venustiano Carranza, Puebla, C.P.73040



Aprobada en sesión de cabildo extraordinaria de fecha 23 de mayo de 2025.

Organigrama de Comunicación Social



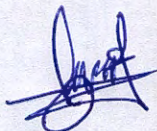
ORGANIGRAMA



Directorio

Puesto	Correo electrónico
Director de Comunicación Social	comunicacionsocial_vcarranza@outlook.com
Fotografía y Video	comunicacionsocial_vcarranza@outlook.com
Diseño	comunicacionsocial_vcarranza@outlook.com
Monitoreo y Redacción	comunicacionsocial_vcarranza@outlook.com
Domicilio 16 de Septiembre S/N Col. Centro, Venustiano Carranza, Puebla. Teléfono 7468812232	

AUTORIZACIONES



ING. JOSE ANTONIO ORTEGA DIONICIO
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL

V. DESCRIPCIÓN DE PUESTO

Título Del Puesto	Director de Comunicación Social
Unidad Administrativa	Comunicación Social
Area de Adscripción	Coordinación Ejecutiva de Presidencia
A Quien Reporta	Coordinador Ejecutivo de Presidencia
A Quien Supervisa	Fotografía y Video Diseño Monitoreo y Redacción
Número de personas en el cargo	1

Requerimientos de puesto.

Escolaridad	Lic. en Comunicación Social, Ciencias de la Comunicación, Relaciones Publicas
Experiencia	1 año en el area
Conocimientos básicos	Administración Pública Municipal; conocimientos básicos del funcionamiento de la Administración Pública Municipal, Estructura Organizacional en el gobierno estatal y federal. Así como en realizar boletines de prensa.
Habilidades	Habilidad verbal y escrita, facilidad de expresión, coherente, organización, toma de decisiones, disponibilidad de tiempo.

Descripción General del Puesto:

Coordinar las actividades de Comunicación Social del Gobierno Municipal que permita responder a las necesidades de información y difusión sobre las obras, acciones y eventos, a fin de mantener informados a los funcionarios públicos y a los ciudadanos del municipio, generando una opinión pública favorable al gobierno.

Funciones:

- Diseñar y coordinar estrategias de comunicación institucional para posicionar la imagen del gobierno municipal y promover sus acciones ante la ciudadanía.
- Gestionar y supervisar los canales oficiales de comunicación que incluye redes sociales, página web, medios impresos, boletines y otros canales informativos.
- Elaborar boletines, comunicados y discursos oficiales redacción y difusión de información institucional clara, oportuna y verificada.
- Coordinar la cobertura mediática de eventos oficiales, asegurar presencia de medios, fotografía, video, transmisiones en vivo, etc.
- Diseñar material gráfico y audiovisual institucional, supervisar la elaboración de banners, trípticos, videos y otros elementos de difusión.
- Llevar el control y archivo de la información difundida, generar registros de publicaciones, eventos y contenidos emitidos por el Ayuntamiento.
- Establecer relación con los medios de comunicación, coordinar entrevistas, ruedas de prensa y establecer vínculos con periodistas y medios locales, estatales y nacionales.
- Monitorear medios y redes sociales y detectar temas de interés público, posibles crisis de comunicación y oportunidades de mejora.
- Coordinar campañas de concientización o difusión de programas, apoyar en la difusión de programas sociales, de salud, educación, medio ambiente, etc.
- Asegurar la imagen institucional en todo el material y actos públicos, cuidar el uso correcto de logotipos, colores, eslóganes y lineamientos de comunicación oficial.

Título Del Puesto	Fotografía y Video
Unidad Administrativa	Dirección de Comunicación Social
Área De Adscripción	Coordinación Ejecutiva de Presidencia
A Quien Reporta	Director de Comunicación Social
A Quien Supervisa	N/A
Número De Personas En El Cargo	1

Requerimientos de puesto.

Escolaridad	Licenciatura en Fotografía y Producción de Video
Experiencia	1 año en el área
Conocimiento básicos	Fotografía, software de edición de fotografía y video. Comunicación Organizacional, Software de oficina.
Habilidades	Creatividad y sentido estético, Organización y puntualidad, Trabajo en equipo, Capacidad para trabajar bajo presión y Atención al detalle

Descripción General del Puesto:

Capturar, producir y editar contenido visual (fotográfico y videográfico) que documente las actividades, eventos y programas institucionales, con el fin de fortalecer la imagen pública de la institución y apoyar en la difusión de información relevante.

Funciones:

- Tomar fotografías y grabar videos de eventos, actividades, campañas y programas institucionales.
- Editar fotografías y videos para su publicación en redes sociales, medios impresos, televisión o plataformas digitales.
- Realizar coberturas especiales de giras, conferencias, inauguraciones, etc.
- Archivar y organizar el material visual de forma ordenada y accesible.
- Colaborar con el equipo de comunicación en la planeación de contenidos audiovisuales.
- Operar y dar mantenimiento básico al equipo de fotografía y video (cámaras, micrófonos, estabilizadores, etc.).
- Cumplir con los lineamientos de imagen institucional establecidos.
- Apoyar en la producción de materiales promocionales o campañas informativas.

Título Del Puesto	Diseño
Unidad Administrativa	Dirección de Comunicación Social
Área De Adscripción	Coordinación Ejecutiva de Presidencia
A Quien Reporta	Director de Comunicación Social
A Quien Supervisa	N/A
Número De Personas En El Cargo	1

REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

Escolaridad	Licenciatura o técnico en Diseño Gráfico, Comunicación Visual o afín.
Experiencia	1 año
Conocimientos básicos	Fotografía, software de edición de fotografía y video.
Habilidades	Trabajo en equipo, Comunicación efectiva, Innovación y proactividad, Gestión del tiempo y Adaptabilidad

Descripción General del Puesto:

Crear y desarrollar materiales gráficos de calidad que refuercen la imagen institucional, apoyen las campañas de comunicación y difundan de manera clara y atractiva la información oficial del ayuntamiento en diversos medios y plataformas.

Funciones:

- Diseño de materiales gráficos (banners, trípticos, posters, lonas, infografías, logotipos, etc.) para medios impresos y digitales.
- Apoyo visual para redes sociales: elaboración de publicaciones, historias, reels, carruseles y portadas.
- Adaptación de campañas institucionales a distintos formatos y canales.
- Diseño de presentaciones institucionales en PowerPoint o PDF.
- Revisión y corrección de estilo visual, respetando la identidad gráfica institucional.
- Coordinación con otras áreas para el diseño de campañas específicas.
- Entrega de archivos en formatos editables y finales (JPG, PNG, PDF, AI, PSD, etc.).
- Apoyo en eventos oficiales: diseño de fondos, gafetes, señaléticas, diplomas, invitaciones, etc.

Título Del Puesto	Monitoreo y Redacción
Unidad Administrativa	Dirección de Comunicación Social
Área De Adscripción	Coordinación Ejecutiva de Presidencia
A Quien Reporta	Director de Comunicación Social
A Quien Supervisa	N/A
Número De Personas En El Cargo	1

REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

Escolaridad	Licenciatura en Comunicación, Periodismo, Letras, Ciencias Políticas o afín.
Experiencia	1 año
Conocimientos básicos	Conocimiento en análisis de medios y monitoreo informativo. Manejo de herramientas digitales de monitoreo (Google Alerts, Talkwalker, etc.).
Habilidades	Pensamiento analítico, Comunicación escrita efectiva, Organización y atención al detalle, Proactividad y responsabilidad, Trabajo en equipo.

Descripción General del Puesto:

Supervisar, analizar y documentar la información que se genera en medios de comunicación y redes sociales relacionadas con la institución, así como redactar contenidos informativos, comunicados, boletines y reportes para uso interno y externo.

Funciones:

- Realizar monitoreo diario de medios impresos, digitales, radio y televisión sobre temas relevantes a la institución.
- Elaborar resúmenes ejecutivos y reportes de monitoreo para autoridades o áreas correspondientes.
- Redactar boletines informativos, comunicados de prensa, discursos, notas y contenidos para redes sociales.
- Apoyar en la cobertura de eventos institucionales para generar material informativo.
- Mantener una base de datos actualizada sobre menciones en medios de la institución.
- Colaborar con el equipo de comunicación en la planeación de estrategias de difusión.
- Verificar la veracidad y fuentes de la información antes de su difusión.
- Apoyar en la elaboración de informes mensuales de impacto mediático.

VII ATRIBUCIONES

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículo 6, 7 y 134

Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Puebla, Artículo 4

Ley de Planeación para el Desarrollo del Estado de Puebla, Artículos, 71

Ley Orgánica Municipal, Artículos 105 fracción VI

LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

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;

VI Bis.- Utilizar un lenguaje incluyente, libre de discriminación eliminando cualquier tipo de violencia en contra de las mujeres;

VII. Comunicar programas y actuaciones públicas.

VIII FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículo 6, 7 y 134

Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Puebla, Artículo 4

Ley de Planeación para el Desarrollo del Estado de Puebla, Artículos, 71

Ley Orgánica Municipal, Artículos 105 fracción VI

La Dirección de Comunicación Social ejecutará estrategias de comunicación pública y fortalecimiento de la imagen institucional, y mantendrá contacto con los medios de comunicación para la realización de ruedas de prensa y comunicados oficiales.

La Dirección estará a cargo de un servidor público que dependerá del Coordinador Ejecutivo de Presidencia, que será nombrado y removido libremente por el Presidente Municipal; que tendrá como actividad principal difundir a través de los distintos medios de comunicación, las obras, acciones, planes, programas y proyectos de la Administración Pública Municipal, así como fomentar y mantener las relaciones con las instituciones, asociaciones, entidades públicas y privadas, instituciones civiles, militares y los actores sociales y políticos del Municipio.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL	CLAVE:MOP/MVC/ 25-27/COM.SOCIAL/01
		FECHA DE ELABORACIÓN: 23/05/25
		REVISION:01

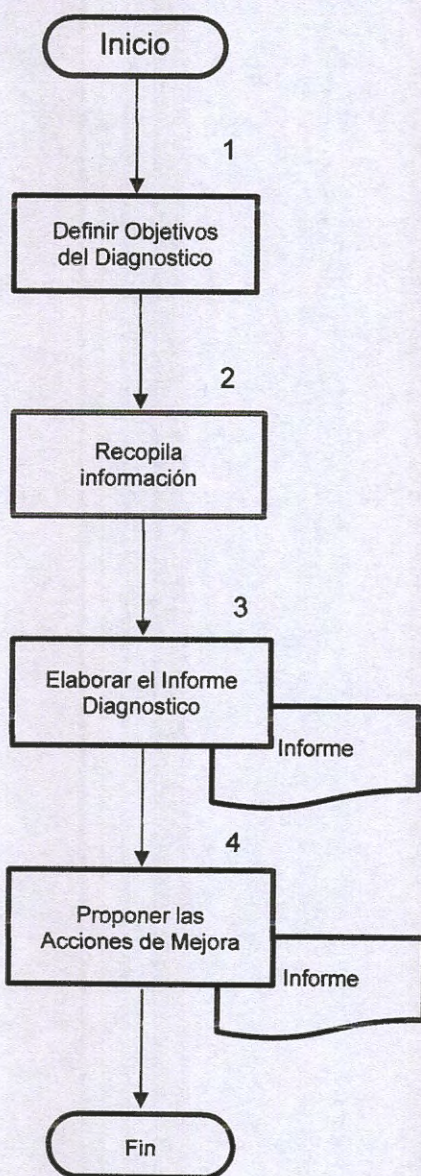
Nombre del procedimiento	Diagnóstico de imagen institucional actual
Objetivo	Evaluar la percepción que tiene la ciudadanía y los diversos sectores sociales sobre la imagen institucional del Honorable Ayuntamiento de Venustiano Carranza, Puebla, con el propósito de identificar fortalezas, debilidades y áreas de oportunidad en la comunicación y presencia pública. Este diagnóstico permitirá establecer estrategias efectivas que fortalezcan la confianza ciudadana, mejoren la proyección de la administración municipal y consoliden una identidad institucional coherente, transparente y cercana a la población.
Fundamento legal	Ley General de Comunicación Social. Título II De la Comunicación Social de los Entes Públicos. Capítulo I. De las Reglas de la Comunicación Social. Art.8, 9, 10, 11, 12,13 y 14. Capítulo II. De los Tiempos Oficiales. Art. 15,16 y 17
Políticas de operación	Realizar un diagnóstico de imagen institucional actual implica un análisis sistemático para conocer cómo es percibida una institución por sus públicos internos y externos. Este proceso permite identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas respecto a su imagen y comunicación.
Tiempo promedio de gestión	2 días

Descripción del Procedimiento: Diagnóstico de imagen institucional actual				
Responsable	No.	Actividad	Formato o Documento	Tantos
Director de Comunicación	1	Definir Objetivos del Diagnostico		
Director de Comunicación	2	Recopilar información		
Director de Comunicación	3	Elaborar el Informe Diagnostico	Informe	1
Director de Comunicacion	4	Proponer las acciones de Mejora	Informe	1

Diagrama de Flujo: Diagnóstico de imagen institucional actual

Dirección de Comunicación Social

Secretarías y/o dependencias del ayuntamiento

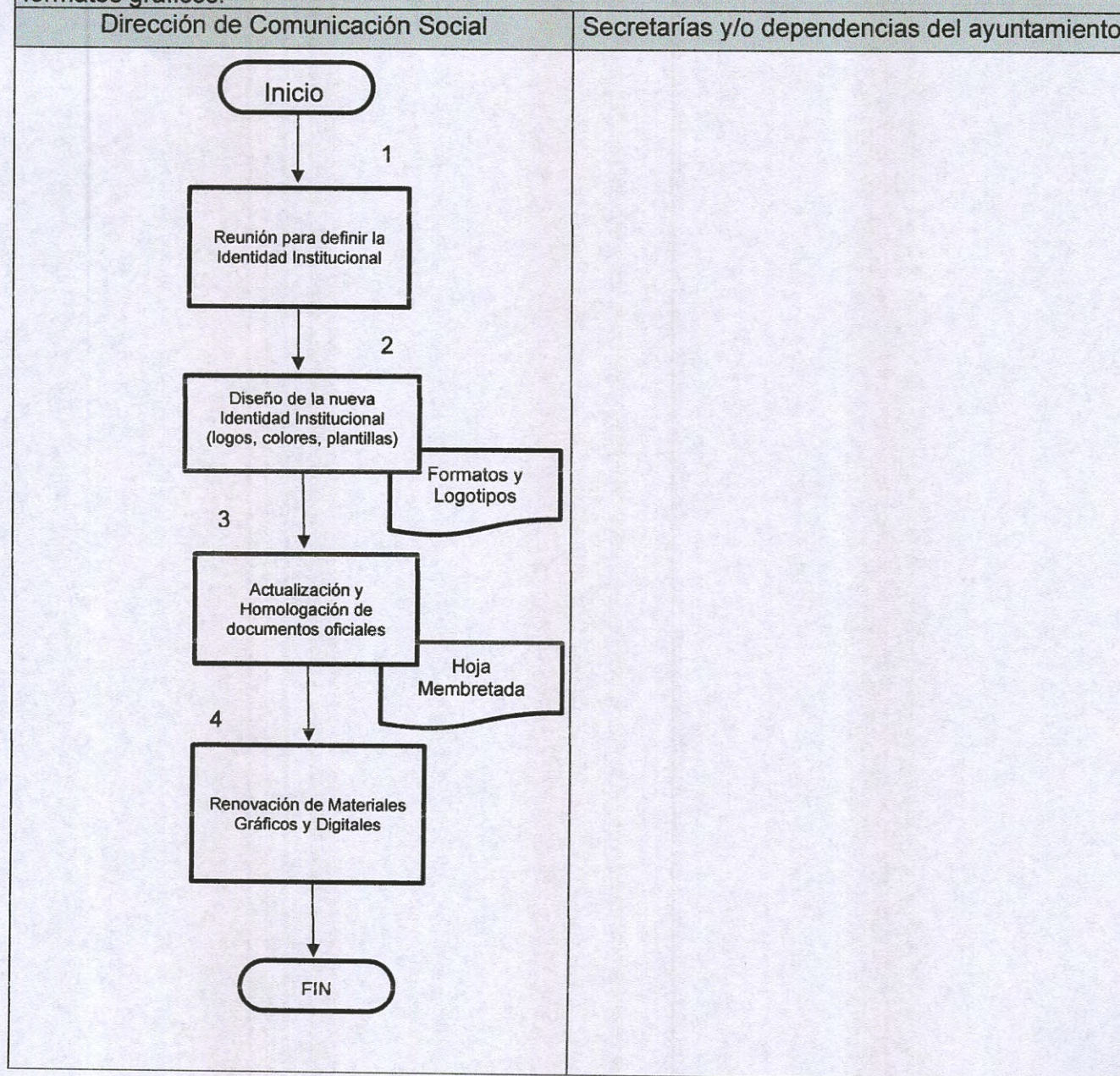


	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL	CLAVE:MOP/MVC/ 25-27/COM.SOCIAL/02
		FECHA DE ELABORACIÓN: 23/05/25
		REVISION:01

Nombre del procedimiento	Reforzar identidad visual (logos, colores, plantillas) y Diseño de nuevos formatos gráficos.
Objetivo	Fortalecer la identidad visual de la institución mediante la estandarización y correcto uso de elementos gráficos como logotipos, colores institucionales y plantillas oficiales, con el fin de proyectar una imagen coherente, profesional y reconocible que genere confianza, credibilidad y sentido de pertenencia tanto en el público interno como externo
Fundamento legal	Ley General de Comunicación Social. Título II De la Comunicación Social de los Entes Públicos. Capítulo I. De las Reglas de la Comunicación Social. Art.8, 9, 10, 11, 12,13 y 14. Capítulo II. De los Tiempos Oficiales. Art. 15,16 y 17
Políticas de operación	Imagen institucional coherente y profesional. Mayor reconocimiento de la marca gobierno entre la población. Fortalecimiento de la percepción pública positiva. Incremento en el sentido de pertenencia del personal.
Tiempo promedio de gestión	4 días

Descripción del Procedimiento: Reforzar identidad visual (logos, colores, plantillas) y Diseño de nuevos formatos gráficos.				
Responsable	No.	Actividad	Formato o Documento	Tantos
Director de Comunicación Social	1	Reunión para definir la Identidad Institucional		
Diseño	2	Diseño de la nueva Identidad Institucional (logos, colores, plantillas)	Formatos y Logotipos	1
Monitoreo y Redacción	3	Actualización y Homologación de documentos oficiales	Hoja Membretada	1
Monitoreo y Redacción	4	Renovación y Difusión de Materiales Gráficos y Digitales		

Diagrama de Flujo: Reforzar identidad visual (logos, colores, plantillas) y Diseño de nuevos formatos gráficos.

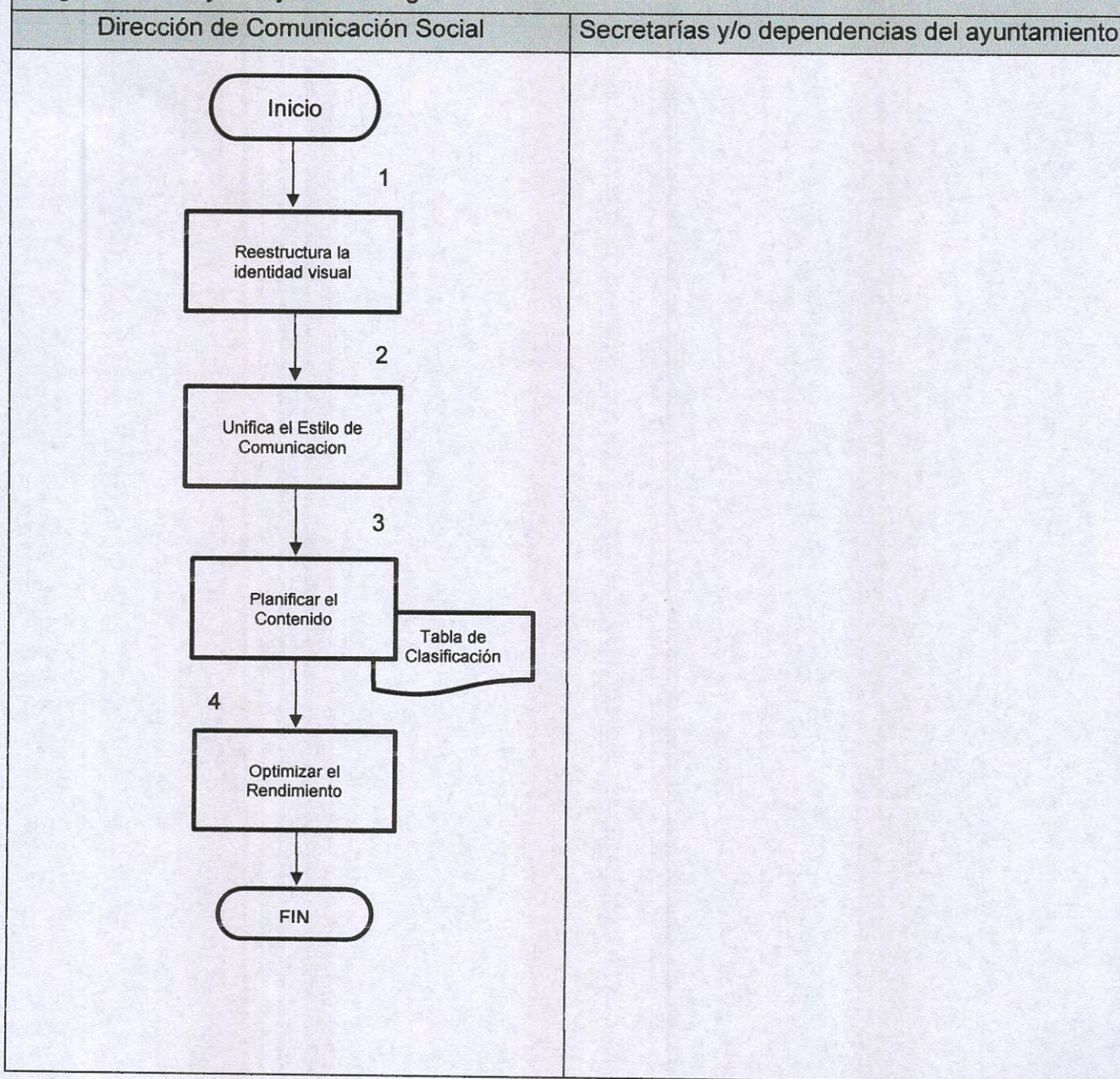


	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL	CLAVE:MOP/MVC/ 25-27/COM.SOCIAL/03
		FECHA DE ELABORACIÓN: 23/05/25
		REVISION:01

Nombre del procedimiento	Mejora de Imagen en Redes Sociales
Objetivo	Fortalecer la identidad visual institucional, aumentar el número de seguidores reales, mejorar la interacción (likes, comentarios, compartidos) así como generar confianza y transparencia.
Fundamento legal	Ley General de Comunicación Social. Título II De la Comunicación Social de los Entes Públicos. Capítulo I. De las Reglas de la Comunicación Social. Art.8, 9, 10, 11, 12,13 y 14. Capítulo II. De los Tiempos Oficiales. Art. 15,16 y 17
Políticas de operación	Combina contenido informativo, visual, humano y participativo. Ejemplos de publicaciones: • Cobertura de eventos • Frases institucionales o valores • Reconocimiento al personal • Convocatorias, campañas, servicios
Tiempo promedio de gestión	2 días

Descripción del procedimiento: Mejora de Imagen en Redes Sociales				
Responsable	No.	Actividad	Formato o Documento	Tantos
Monitoreo y Redacción	1	Reestructura la identidad visual		
Monitoreo y Redacción	2	Unifica el estilo de comunicación		
Director de Comunicación Social	3	Planificar el Contenido	Tabla de clasificación	1
Monitoreo y Redacción	4	Optimizar el rendimiento		

Diagrama de Flujo: Mejora de Imagen en Redes Sociales

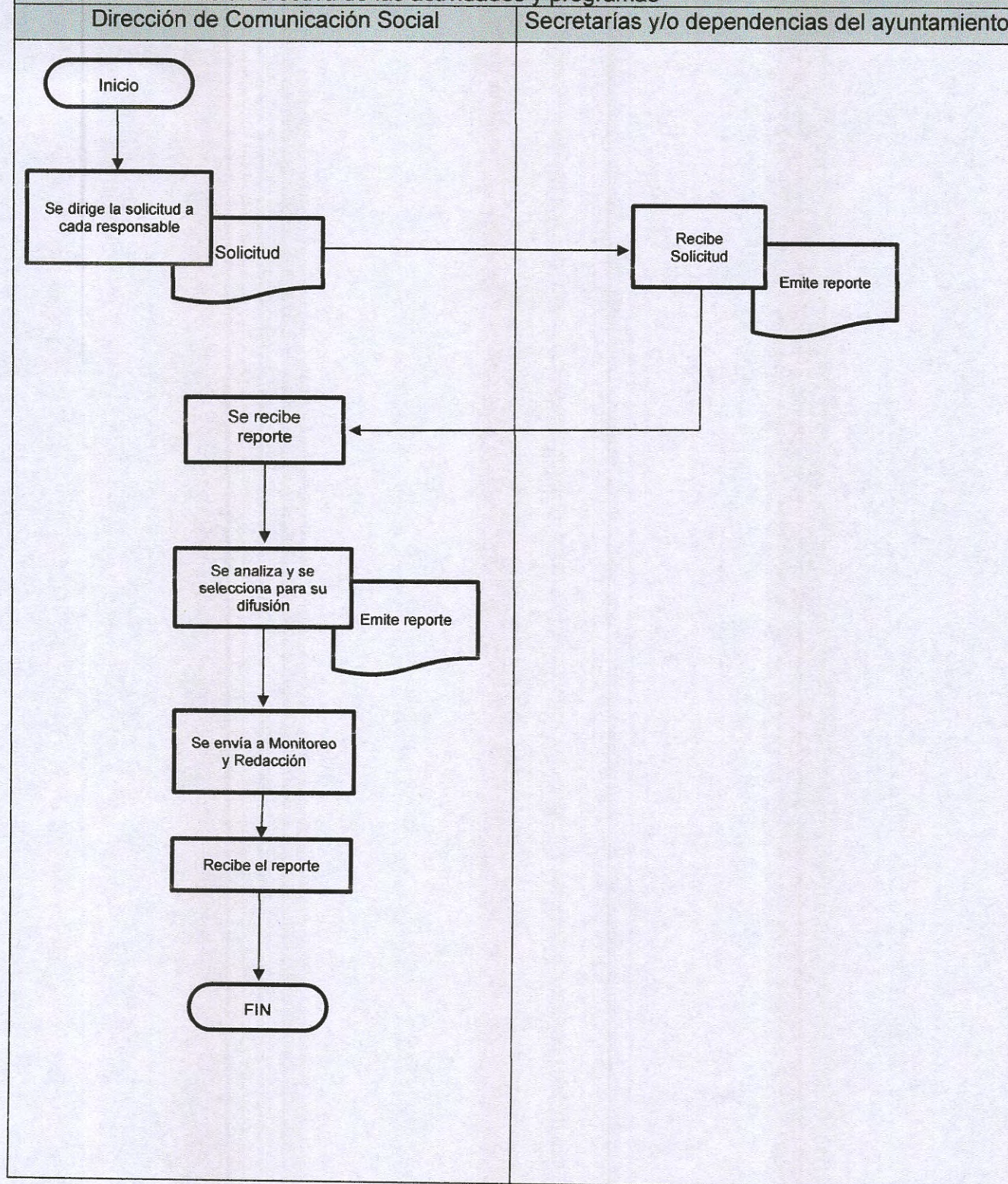


	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL	CLAVE:MOP/MVC/ 25-27/COM.SOCIAL/04
		FECHA DE ELABORACIÓN: 23/05/25
		REVISION:01

Nombre del procedimiento	Reporte de actividades diarias de las diferentes áreas del H. Ayuntamiento y Seleccionar la difusión efectiva de las actividades y programas.
Objetivo	Registrar y evidenciar las actividades realizadas diariamente por las distintas áreas del H. Ayuntamiento, con el fin de mantener un control interno, facilitar la rendición de cuentas, mejorar la organización institucional y dar seguimiento a los avances en la gestión pública.
Fundamento legal	Ley General de Comunicación Social. Título II De la Comunicación Social de los Entes Públicos. Capítulo I. De las Reglas de la Comunicación Social. Art.8, 9, 10, 11, 12,13 y 14. Capítulo II. De los Tiempos Oficiales. Art. 15,16 y 17
Políticas de operación	• Dejar constancia escrita de las acciones ejecutadas por cada área o dirección. • Identificar avances, pendientes y necesidades en los servicios municipales. • Facilitar la toma de decisiones informadas por parte de las autoridades. • Promover la transparencia y la rendición de cuentas ante la ciudadanía. • Mejorar la planeación y programación de actividades futuras.
Tiempo promedio de gestión	8 meses

Descripción del procedimiento: Reporte de actividades diarias de las diferentes áreas del H. Ayuntamiento y Seleccionar la difusión efectiva de las actividades y programas				
Responsable	No.	Actividad	Formato o Documento	Tantos
Director de Comunicación Social	1	Dirigir la solicitud correspondiente a cada responsable.	Solicitud	1
Directivos de las distintas áreas	2	Se recibe el reporte de actividades de cada responsable.	Reporte	1
Director de Comunicación Social	3	Se analiza y se selecciona para su difusión en redes sociales o medio de comunicación	Reporte	1
Monitoreo y Redacción	4	Se envía al encargado de Monitoreo y Redacción		

Diagrama de Flujo: Reporte de actividades diarias de las diferentes áreas del H. Ayuntamiento y Seleccionar la difusión efectiva de las actividades y programas



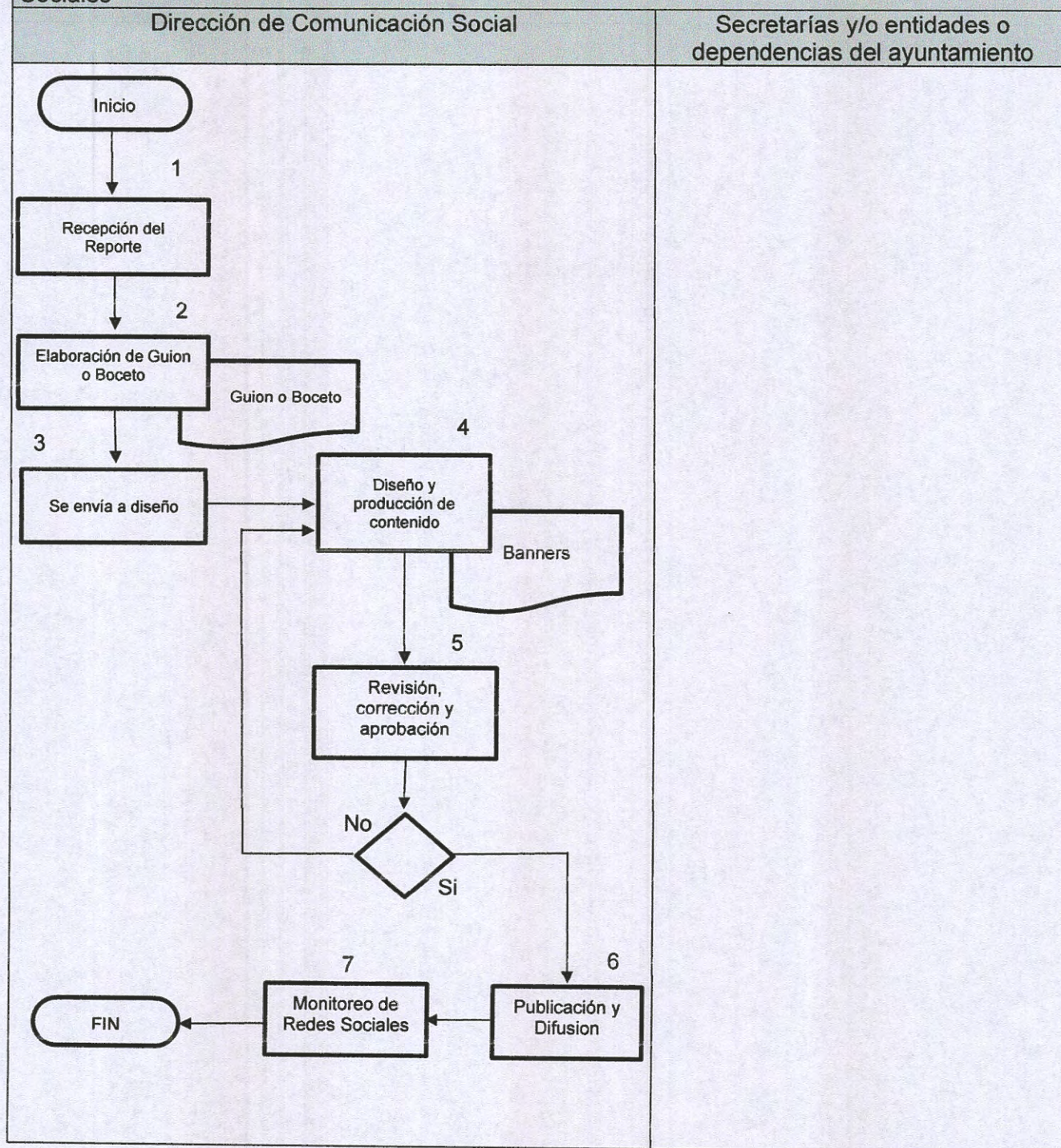
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL	CLAVE:MOP/MVC/ 25-27/COM.SOCIAL/05
		FECHA DE ELABORACIÓN: 23/05/25
		REVISION:01

Nombre del procedimiento	Diseñar contenido visual y audiovisual de calidad, publicar y promocionar las diferentes actividades y programas realizados por el H. Ayuntamiento y Monitoreo de Redes Sociales
Objetivo	Transmitir de forma clara, atractiva y profesional los mensajes institucionales, promoviendo la participación ciudadana, reforzando la identidad visual del gobierno municipal y generando una percepción positiva de las acciones y programas que se implementan. Este contenido debe ser coherente, accesible y alineado con los valores y objetivos del Ayuntamiento.
Fundamento legal	Ley General de Comunicación Social. Título II De la Comunicación Social de los Entes Públicos. Capítulo I. De las Reglas de la Comunicación Social. Art.8, 9, 10, 11, 12,13 y 14. Capítulo II. De los Tiempos Oficiales. Art. 15,16 y 17
Políticas de operación	1. Planeación y alineación institucional 2. Calidad y coherencia visual 3. Pertinencia del contenido 4. Uso responsable de recursos 5. Aprobación y supervisión 6. Lenguaje inclusivo y accesible 7. Actualización y mejora continua 8. Protección de imagen institucional y derechos de autor
Tiempo promedio de gestión	8 meses

Descripción del procedimiento: Diseñar contenido visual y audiovisual de calidad, publicar y promocionar las diferentes actividades y programas realizados por el H. Ayuntamiento y Monitoreo de Redes Sociales

Responsable	No.	Actividad	Formato o Documento	Tantos
Monitoreo Redacción	y 1	Recepción del reporte		
Monitoreo Redacción	y 2	Elaboración de guion o boceto	Boceto	1
Diseño	3	Diseño y producción del contenido	Banners	1
Monitoreo Redacción	y 4	Revisión, corrección y aprobación final del contenido		
Monitoreo Redacción	y 5	Publicación y Difusión		
Monitoreo Redacción	y 6	Monitoreo de Redes Sociales		

Diagrama de flujo: Diseñar contenido visual y audiovisual de calidad, publicar y promocionar las diferentes actividades y programas realizados por el H. Ayuntamiento y Monitoreo de Redes Sociales

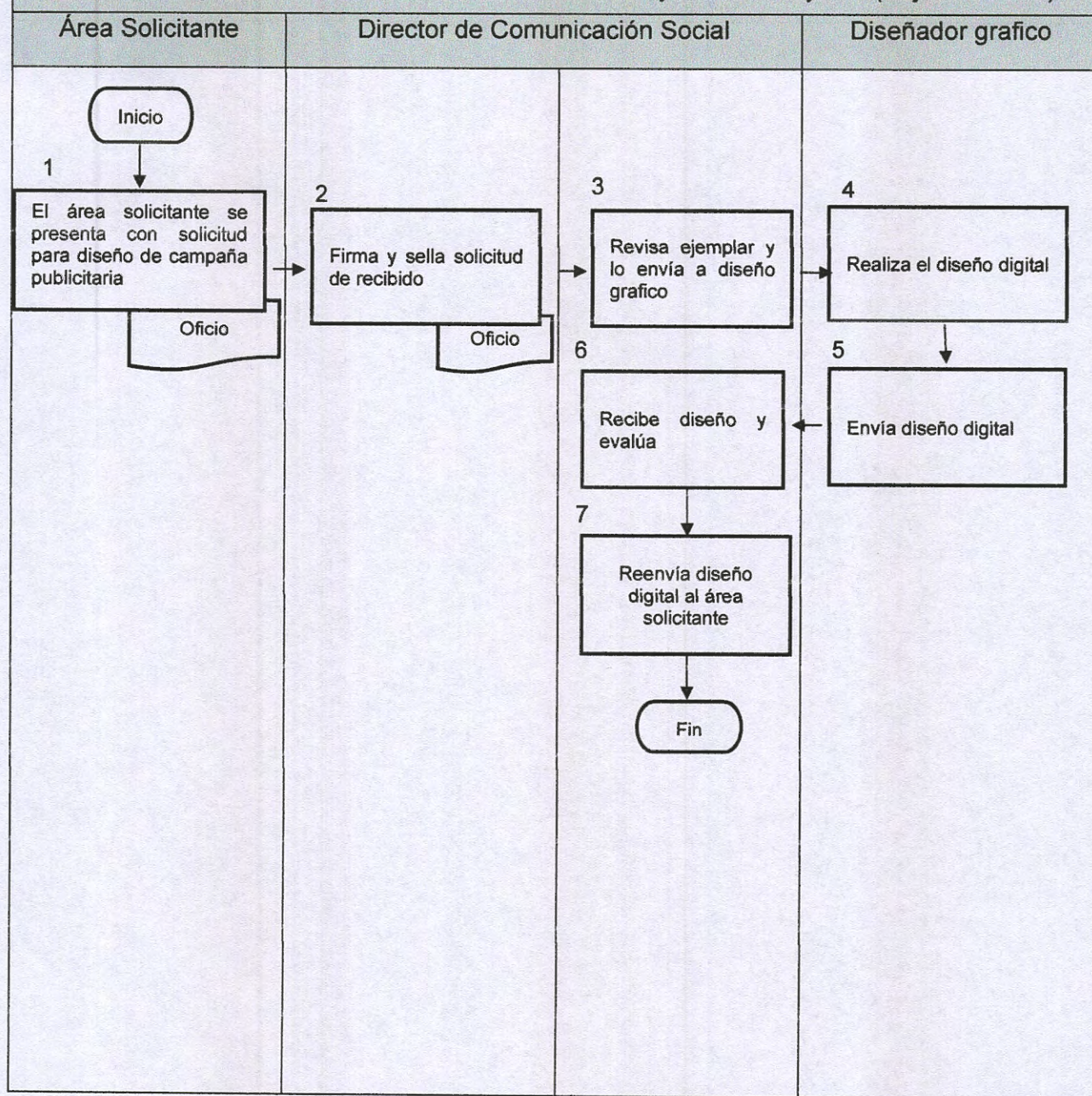


	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL	CLAVE:MOP/MVC/ 25-27/COM.SOCIAL/06
		FECHA DE ELABORACIÓN: 23/05/25
		REVISION:01

Nombre del procedimiento	Diseño de Banners Oficiales del H. Ayuntamiento y DIF (Bajo demanda)
Objetivo	Comunicar de forma clara, visualmente atractiva y coherente con la imagen institucional, los programas, actividades, convocatorias y mensajes oficiales del gobierno municipal, con el fin de informar a la ciudadanía y fomentar la participación social.
Fundamento legal	Ley General de Comunicación Social. Título II De la Comunicación Social de los Entes Públicos. Capítulo I. De las Reglas de la Comunicación Social. Art.8, 9, 10, 11, 12,13 y 14. Capítulo II. De los Tiempos Oficiales. Art. 15,16 y 17
Políticas de operación	Toda solicitud de elaboración de contenido digital, así como diseños, videos, spots, etc. Deberá ser solicitado por escrito y por lo menos con 48 horas de anticipación a la fecha de publicación. Los directores de área deberán proporcionar información suficiente al área de comunicación social para la publicación de sus contenidos.
Tiempo promedio de gestión	8 meses

Descripción del procedimiento: Diseño de Banners Oficiales del H. Ayuntamiento y DIF (Bajo demanda)				
Responsable	No.	Actividad	Formato o Documento	Tantos
Área Solicitante	1	Se presenta solicitando diseño de campaña publicitaria	Solicitud, Original y Copia	2
Director de Comunicación Social	2	Firma y se sella solicitud de recibido	Solicitud, Original y Copia	2
Director de Comunicación Social	3	Revisa el ejemplar y lo manda a diseño gráfico para su elaboración	Digital	
Diseño	4	Realiza el diseño digital	Digital	
Diseño	5	Envía diseño digital al director	Digital	
Director de Comunicación Social	6	Recibe diseño digital y evalúa	Digital	
Director de Comunicación Social	7	Reenvía diseño digital al área responsable	Digital	

Diagrama de flujo: Diseño de Banners Oficiales del H. Ayuntamiento y DIF (Bajo demanda)



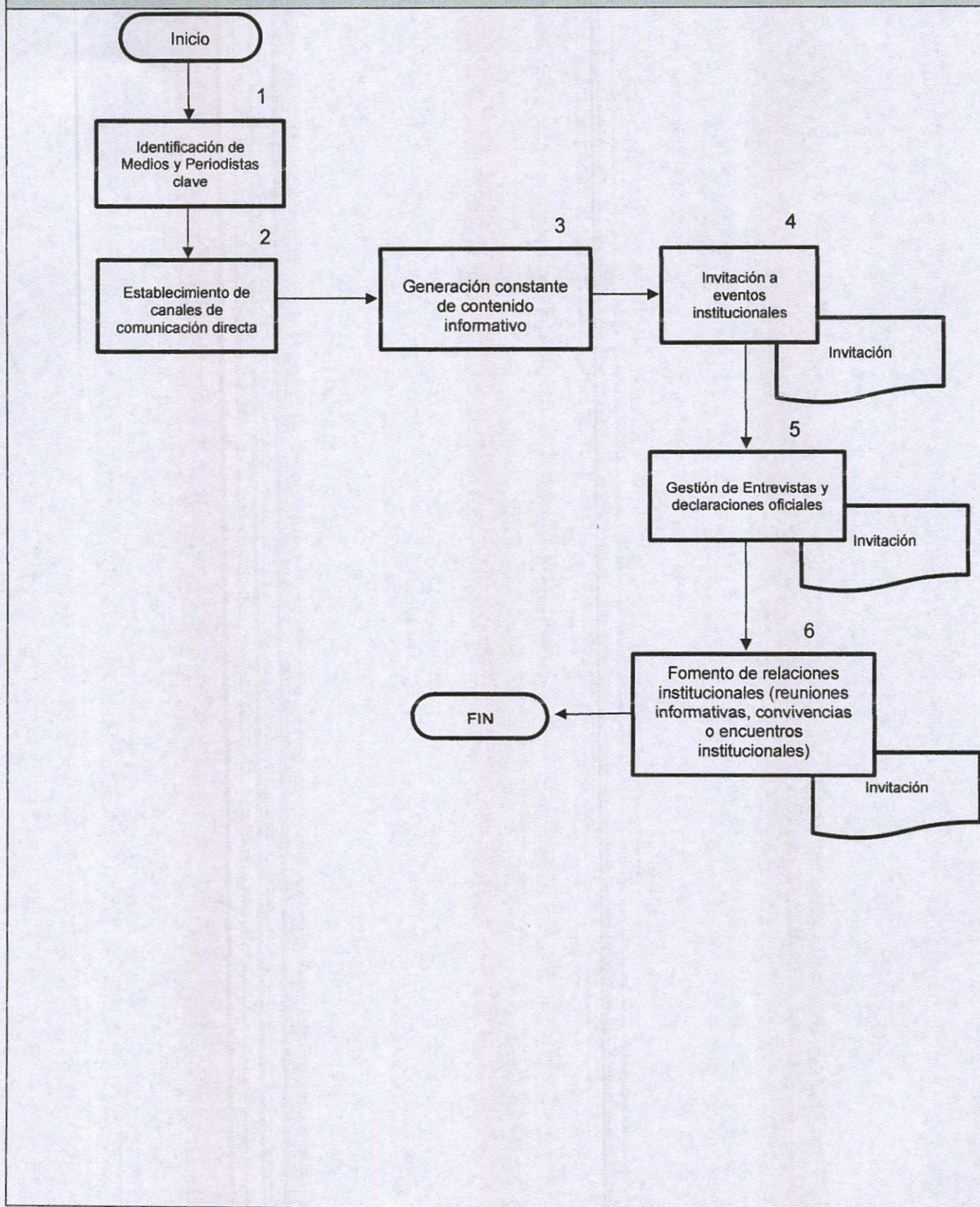
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL	CLAVE:MOP/MVC/ 25-27/COM.SOCIAL/07
		FECHA DE ELABORACIÓN: 23/05/25
		REVISION:01

Nombre del procedimiento	Fortalecer el vínculo con los medios de comunicación locales y regionales
Objetivo	Fortalecer el vínculo con los medios de comunicación locales y regionales tiene como objetivo establecer una relación cercana, transparente y colaborativa con periodistas, reporteros y medios informativos, con el fin de garantizar una cobertura oportuna, veraz y positiva de las acciones del gobierno municipal, promoviendo así la confianza ciudadana, el acceso a la información y la proyección institucional del Ayuntamiento.
Fundamento legal	Ley General de Comunicación Social. Título II De la Comunicación Social de los Entes Públicos. Capítulo I. De las Reglas de la Comunicación Social. Art.8, 9, 10, 11, 12,13 y 14. Capítulo II. De los Tiempos Oficiales. Art. 15,16 y 17
Políticas de operación	• Comunicación constante y directa • Invitación y cobertura mediática • Respeto y trato profesional • Entrega de información Clara y Oportuna • Gestión de entrevistas y declaraciones • Monitoreo de Medios • Colaboración y Reconocimiento
Tiempo promedio de gestión	8 meses

Descripción del procedimiento: Fortalecer el vínculo con los medios de comunicación locales y regionales				
Responsable	No.	Actividad	Formato o Documento	Tantos
Director de Comunicación Social	1	Identificación de Medios y Periodistas clave		
Director de Comunicación Social	2	Establecimiento de canales de comunicación directa		
Director de Comunicación Social	3	Generación constante de contenido informativo		
Director de Comunicación Social	4	Invitación a eventos institucionales	Invitación	1
Director de Comunicación Social	5	Gestión de Entrevistas y declaraciones oficiales	Invitación	1
Director de Comunicación Social	6	Fomento de relaciones institucionales (reuniones informativas, convivencias o encuentros institucionales)	Invitación	1

Diagrama de flujo: Fortalecer el vínculo con los medios de comunicación locales y regionales

Dirección de Comunicación Social

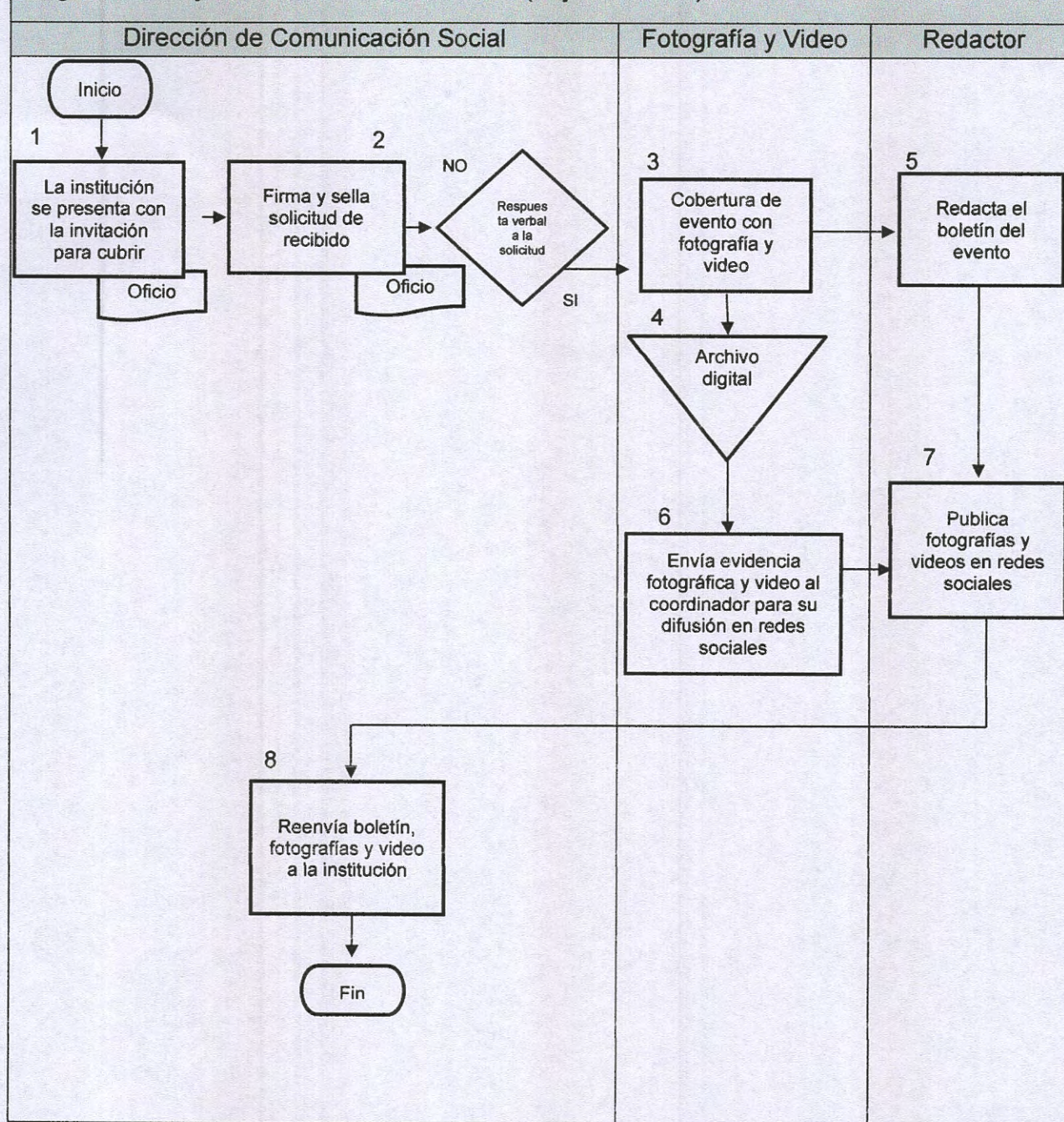


	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL	CLAVE:MOP/MVC/ 25-27/COM.SOCIAL/08
		FECHA DE ELABORACIÓN: 23/05/25
		REVISION:01

Nombre del procedimiento	Cobertura de actividades (Bajo demanda)
Objetivo	Informar mediante los diferentes canales digitales las actividades institucionales respaldando las acciones del Ayuntamiento.
Fundamento legal	Ley General de Comunicación Social. Título II De la Comunicación Social de los Entes Públicos. Capítulo I. De las Reglas de la Comunicación Social. Art.8, 9, 10, 11, 12,13 y 14. Capítulo II. De los Tiempos Oficiales. Art. 15,16 y 17
Políticas de operación	La solicitud para cubrir un evento deberá hacerse por escrito y por lo menos con 48 horas de anticipación y describiendo el tipo de material que requiere. La solicitud de elaboración de contenido digital, así como diseños, videos, spots, etc. Deberá ser solicitado por escrito y por lo menos con 48 horas de anticipación a la fecha de publicación. Los directores de área deberán proporcionar información suficiente al área de comunicación social para la publicación de sus contenidos.
Tiempo promedio de gestión	2-3 días

Descripción del procedimiento: Cobertura de actividades (Bajo demanda)				
Responsable	No.	Actividad	Formato o Documento	Tantos
Área solicitante	1	El área solicitante se presenta con la invitación para cubrir su evento	Documento en original y copia	2
Director de Comunicación Social	2	Firma y sella solicitud de recibido para posteriormente entregarla al área de Fotografía y Video	Documento en original y copia	2
Director de Comunicación Social		Respuesta verbalmente a la solicitud	N/A	N/A
Fotografía y Video	3	Cobertura de evento con fotografía y video	Digital	N/A
Fotografía y Video	4	Archivo digital	Digital	N/A
Monitoreo y Redacción	5	Redacta boletín del evento	Digital	N/A
Fotografía y Video	6	Envía evidencia fotográfica y video al área de Monitoreo y Redacción para su difusión en redes sociales institucionales	Digital	N/A
Monitoreo y Redacción	7	Publica boletín, fotografías y videos en redes sociales institucionales	Digital	N/A
Director de Comunicación	8	Reenvía boletín, fotografías y videos al área solicitante	Digital	N/A

Diagrama de flujo: Cobertura de actividades (Bajo demanda)

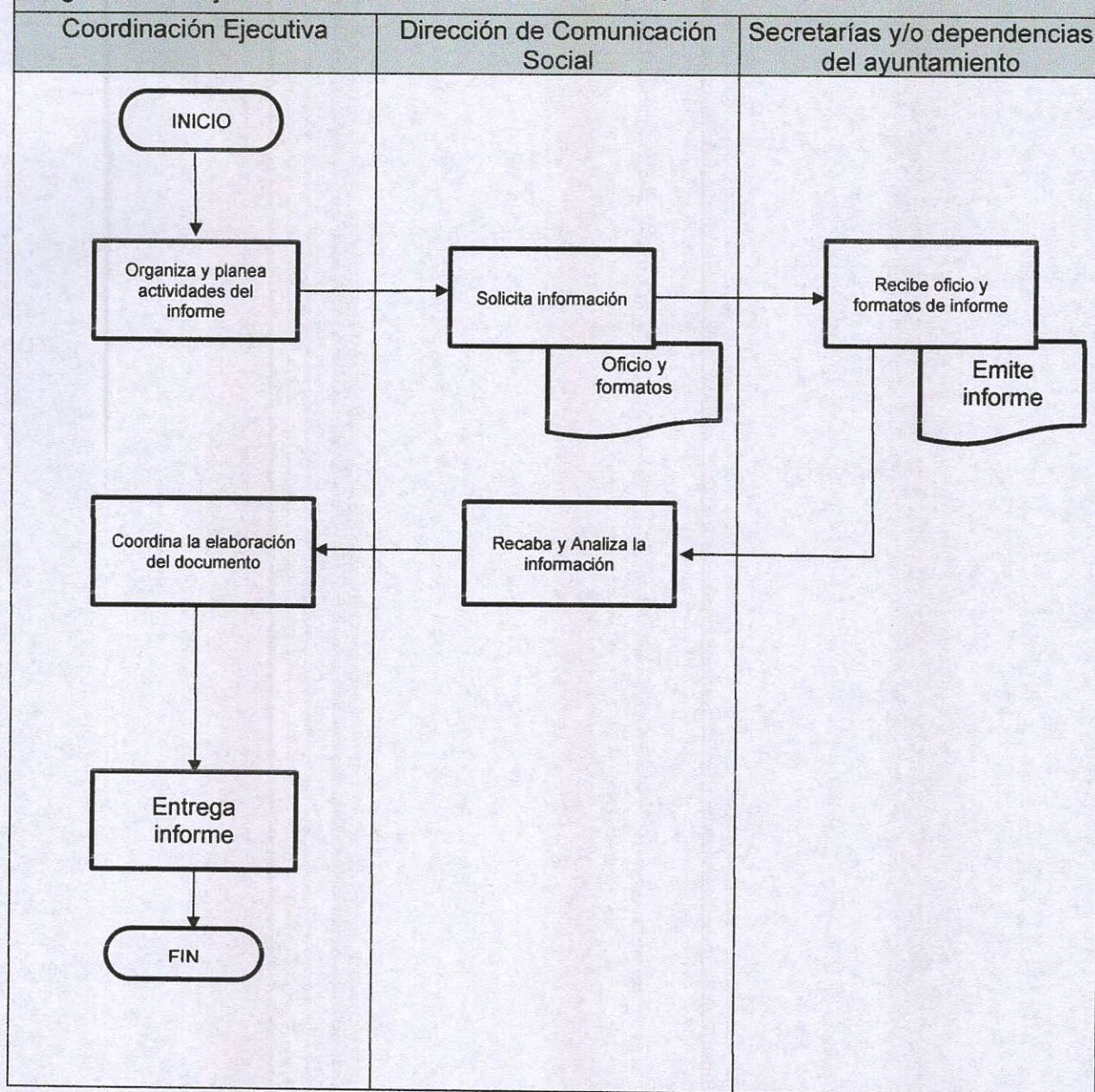


	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL	CLAVE:MOP/MVC/ 25-27/COM.SOCIAL/09
		FECHA DE ELABORACIÓN: 23/05/25
		REVISION:01

Nombre del procedimiento	"Informe de Resultados de Gobierno"
Objetivo	Coordinar la entrega de informe de resultados para la elaboración del Informe de gobierno
Fundamento legal	Ley Orgánica Municipal, artículo 110 Ley General de Comunicación Social. Título II De la Comunicación Social de los Entes Públicos. Capítulo I. De las Reglas de la Comunicación Social. Art.8, 9, 10, 11, 12,13 y 14. Capítulo II. De los Tiempos Oficiales. Art. 15,16 y 17
Políticas de operación	1. La Coordinación Ejecutiva y la Dirección de Comunicación Social será el área facultada para la organización y planeación del informe de gobierno. 2. Solicitará la información de las Secretarías y áreas que conforman el ayuntamiento mediante escrito y formato respectivamente diseñado para tal fin. 3. Recabará la información para su análisis y correcciones respectivamente 4.Coordinara la elaboración del documento que contiene el informe de gobierno, hasta su entrega y recepción en el Congreso del Estado
Tiempo promedio de gestión	2 meses

Descripción del Procedimiento: "Informe de Resultados de Gobierno"				
Responsable	No.	Actividad	Formato o Documento	Tantos
Coordinador Ejecutivo	1	Organiza y planea el informe		
Director de Comunicación Social	2	Solicita informe a secretarías	Oficio	1
Director de Comunicación Social	3	Recaba y analiza la información		
Coordinador Ejecutivo	4	Coordina la elaboración del documento	Informe	1
Coordinador Ejecutivo	5	Entrega informe		

Diagrama de Flujo: "Informe de Resultados de Gobierno"



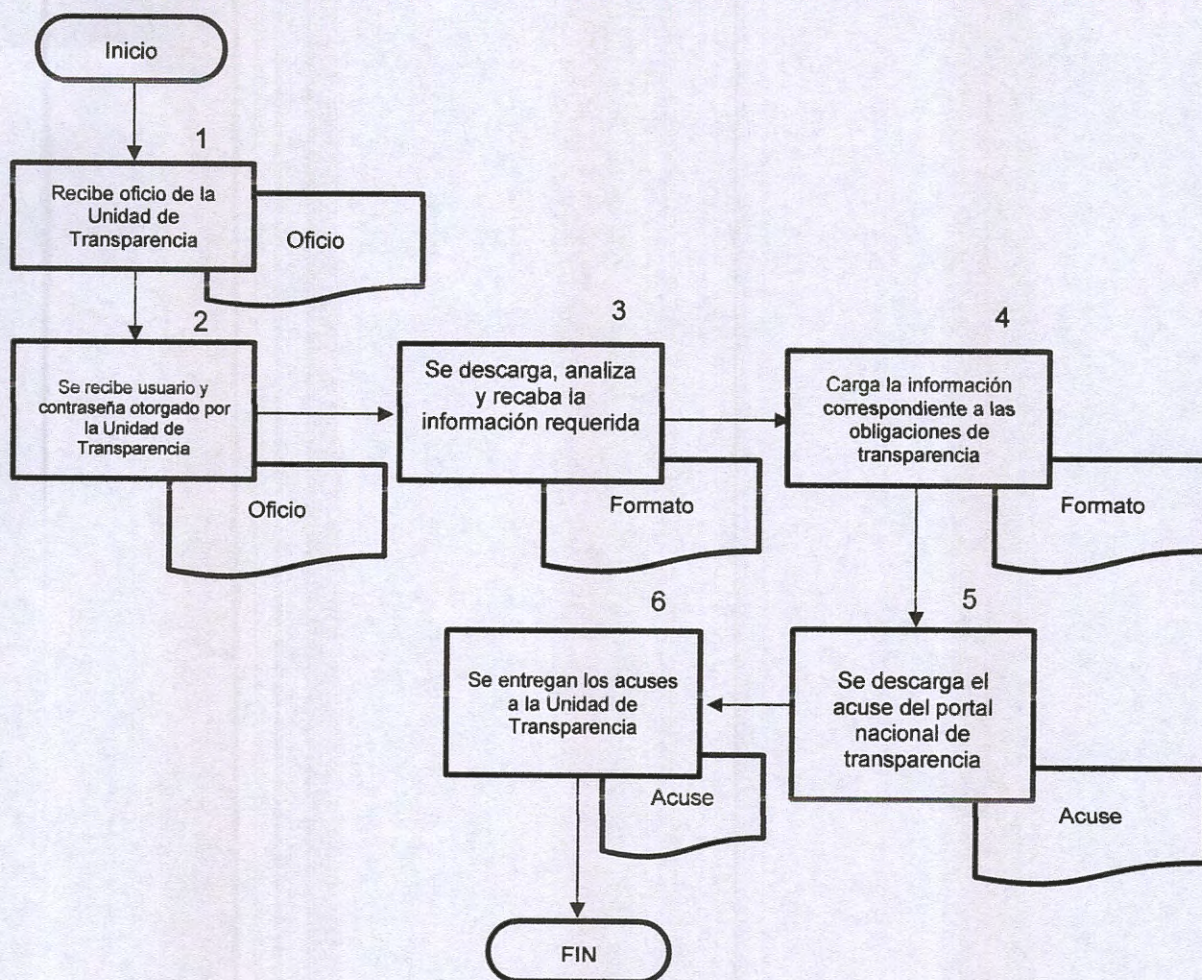
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL	CLAVE:MOP/MVC/ 25-27/COM.SOCIAL/10
		FECHA DE ELABORACIÓN: 23/05/25
		REVISION:01

Nombre del procedimiento	Actualizar el Portal de la Plataforma Nacional de transparencia correspondiente al primer y segundo trimestre del 2025
Objetivo	Cumplir con las obligaciones de transparencia de acuerdo con la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, asegurando que la información del sujeto obligado esté actualizada, completa y accesible en la Plataforma Nacional de Transparencia.
Fundamento legal	Artículos 44, 91 fracción I, inciso a), 124, 125, 126, 127, 164, 174, 175 y 192 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; así como 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 45, 46, 47, 48, 50 y 51 de la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados.
Políticas de operación	Toda la información cargada deberá apegarse a lo establecido en la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Se deberán respetar los lineamientos técnicos generales para la publicación, homologación y estandarización.
Tiempo promedio de gestión	1 mes

Descripción del procedimiento: Actualizar el Portal de la Plataforma Nacional de Transparencia correspondiente al primer y segundo trimestre del 2025				
Responsable	No.	Actividad	Formato o Documento	Tantos
Director de Comunicación Social	1	Recibe oficio de la Unidad de Transparencia	Oficio	1
Director de Comunicación Social	2	Se recibe usuario y contraseña otorgado por la Unidad de Transparencia	Oficio	1
Director de Comunicación Social	3	Se descarga, analiza y recaba la información requerida	Formato	1
Director de Comunicación Social	4	Carga la información correspondiente a las obligaciones de transparencia	Formato	1
Director de Comunicación Social	5	Se descarga el acuse del portal nacional de transparencia	Acuse	1
Director de Comunicación Social	6	Se entregan los acuses a la Unidad de Transparencia	Acuse	1

Diagrama de flujo: Actualizar el Portal de la Plataforma Nacional de Transparencia correspondiente al primer y segundo trimestre del 2025

Dirección de Comunicación Social



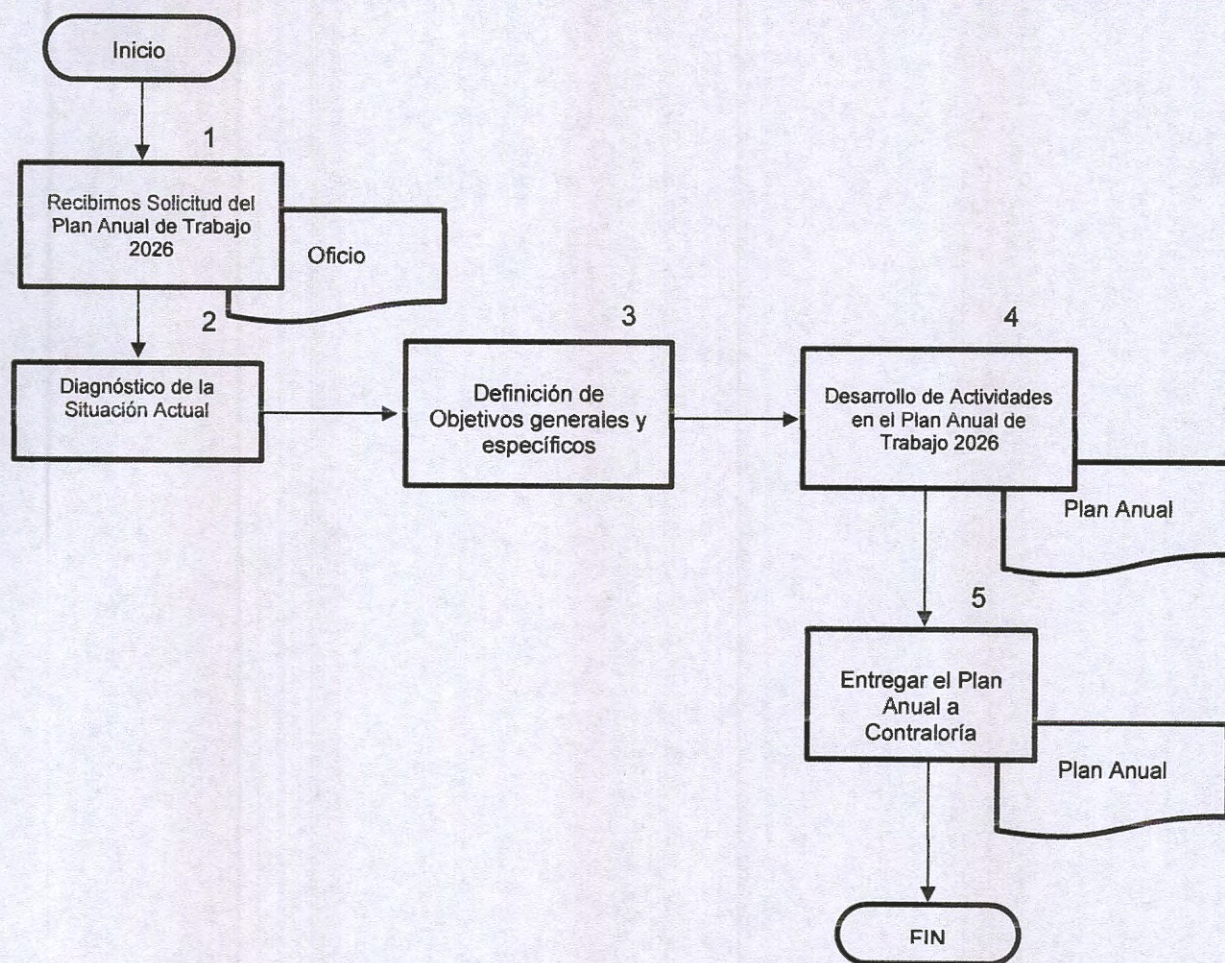
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL	CLAVE:MOP/MVC/ 25-27/COM.SOCIAL/11
		FECHA DE ELABORACIÓN: 23/05/25
		REVISION:01

Nombre del procedimiento	Desarrollo de ANTEPROYECTO DE PLAN ANUAL 2026
Objetivo	Establecer una estrategia integral de comunicación que permita informar, sensibilizar y mantener una relación directa y transparente con la ciudadanía, fortaleciendo la imagen institucional, difundiendo las acciones del gobierno y promoviendo la participación ciudadana a lo largo del año.
Fundamento legal	Ley orgánica municipal para el estado de puebla Artículo 78 fracción VI y VII Ley de transparencia y acceso a la información pública del estado de puebla Artículo 77 fracción IV, V y VI
Políticas de operación	• Planeación Estratégica • Transparencia y Veracidad: • Lenguaje Incluyente y Ciudadano • Identidad Institucional • Evaluación y Mejora Continua • Participación Social • Coordinación Interinstitucional
Tiempo promedio de gestión	1 mes

Descripción del procedimiento: Desarrollo de ANTEPROYECTO DE PLAN ANUAL 2026					
Responsable	No.	Actividad	Formato o Documento	Tantos	
Director de Comunicación Social	1	Recibimos Solicitud del Plan Anual de Trabajo 2026	Oficio original y copia	2	
Director de Comunicación Social	2	Diagnóstico de la Situación Actual			
Director de Comunicación Social	3	Definición de Objetivos generales y específicos			
Director de Comunicación Social	4	Desarrollo de Actividades en el Plan Anual de Trabajo 2026	Plan Anual	1	
Director de Comunicación Social	5	Entregar el Plan Anual a Contraloría	Plan Anual	1	

Diagrama de flujo: Desarrollo de ANTEPROYECTO DE PLAN ANUAL 2026

Dirección de Comunicación Social



IX- GLOSARIO

BANNERS: Un banner, en el contexto digital, es un tipo de anuncio publicitario en línea. Generalmente, se presenta como una imagen o animación rectangular que se coloca en un sitio web o aplicación, con el objetivo de promocionar un producto, servicio o marca, y dirigir tráfico a otra página web.

GESTIÓN: Es asumir y llevar a cabo las responsabilidades sobre un proceso, esto puede ser empresarial o personal, lo que incluye: La preocupación por la disposición de los recursos y estructuras necesarias para que tenga lugar. La coordinación de sus actividades.

ESTANDARIZACION: Se denomina estandarización al acto y el resultado de estandarizar: ajustar a un estándar. La estandarización, por lo tanto, implica concertar algo para que resulte coincidente o concordante con un modelo, un patrón o una referencia.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN: Una estrategia de comunicación ofrece un marco conceptual y práctico para responder a una situación determinada aplicable en diferentes momentos.

ADMINISTRATIVO: Ejecuta los procesos administrativos del área, aplicando las normas y procedimientos definidos, elaborando documentación necesaria, a fin de dar cumplimiento a cada uno de esos procesos, lograr resultados oportunos y garantizar la prestación efectiva del servicio.

BASE DE DATOS: Base de datos que concentra todas las peticiones recibidas en la Dirección de Atención Ciudadana, así como su estado de seguimiento.

DEPENDENCIAS: Aquellas que integran la Administración Pública Municipal Centralizada. Factura: relación de los objetivos o artículos comprendidos en una venta, remesa u otra operación de comercio.

PERCEPCION: La percepción es la imagen mental que se forma con ayuda de la experiencia y necesidades, resultado de un proceso de selección, organización e interpretación de sensaciones.

SPOTS: Anuncio (soporte en que se transmite un mensaje publicitario).