



PROGRAMA PRESUPUESTARIO 2026

COMS 09 DIFUSIÓN DE OBRAS Y ACCIONES DEL GOBIERNO
MUNICIPAL

Elaboró:

Lic. Blanca Esthela Camargo Angeles
Directora de Comunicacion Social

Índice

Introducción	3
Marco Legal	3
Misión y Visión	7
Diagnostico	8
Alineación al PND, PED, PMD.	10
Objetivos	12
Estrategias, líneas de acción, y metas.	13
Evaluación y Monitoreo	14
Cronograma de Actividades	14
Presupuesto.	16
Presupuesto Basado en Resultados	18
Bibliografía	37

Introducción

El presente documento detalla el Programa Presupuestario de la Dirección de Comunicación Social para el Ejercicio Fiscal 2026, concebido como una herramienta clave para la planificación, coordinación y control de las acciones comunicativas del Gobierno Municipal de Atitalaquia, Hgo. Su objetivo principal es garantizar una comunicación pública eficaz, transparente, inclusiva y accesible, asegurando que la ciudadanía y los públicos relevantes estén informados sobre los programas, servicios, resultados y políticas públicas de la administración municipal, con especial énfasis en la ampliación de cobertura y la generación de identidad con el proyecto de transformación del municipio.

El programa se alinea con los objetivos prioritarios del Plan Nacional de Desarrollo 2024-2030, el Plan Estatal de Desarrollo 2022-2028 y el Plan Municipal de Desarrollo 2024-2027, justificando así la asignación de los recursos solicitados y asegurando su uso eficiente y orientado a resultados.

En apego al marco normativo vigente y los principios del Presupuesto Basado en Resultados (PbR), este programa establece objetivos claros, actividades concretas e indicadores de desempeño que permitan garantizar la eficiencia, responsabilidad y generación de valor público en el uso del gasto público.

Contar con un programa presupuestario para la difusión de obras y acciones del Gobierno Municipal permite que la información llegue de manera clara, oportuna y efectiva a toda la población. Esto contribuye a que los ciudadanos comprendan el impacto de las decisiones y acciones de la administración y puedan participar de manera informada en la vida pública, fortaleciendo la transparencia, la confianza y la corresponsabilidad social.

La Dirección de Comunicación Social es responsable de diseñar, construir y ejecutar estrategias de comunicación que permitan que la sociedad tenga acceso a información confiable, transparente y de calidad, favoreciendo la participación ciudadana y la toma de decisiones informadas. Esto incluye la cobertura de actividades y eventos de la presidencia municipal y de otras autoridades, así como la difusión a través de medios tradicionales y digitales, con especial atención a redes sociales y plataformas web que son las más consultadas por la población.

Para lograr una comunicación efectiva y armónica, es indispensable contar con normas, procedimientos y canales informativos claros que permitan conocer las políticas públicas, objetivos, metas y líneas de acción de cada área gubernamental. El funcionamiento de la Dirección depende estrechamente de la colaboración con todas las áreas, actuando estas como fuentes generadoras de información, por lo que es fundamental establecer redes internas eficientes de flujo de información, garantizando que los datos lleguen de manera oportuna a la ciudadanía.

Finalmente, este programa busca promover el conocimiento y la identificación de la población con las acciones, programas y desempeño del Gobierno Municipal, fortaleciendo la imagen institucional del municipio de Atitalaquia y consolidando la cercanía entre gobierno y ciudadanía mediante estrategias que optimicen la cobertura informativa y el impacto de los mensajes.

Marco Legal

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece en su artículo 6° el derecho fundamental de acceso a la información pública y la libertad de expresión. Esto obliga a los órganos del Estado, incluidas las Direcciones de Comunicación Social, a garantizar que la información pública se difunda de manera veraz y oportuna, sin restricciones que limiten el acceso de los ciudadanos. Además, la constitución establece la responsabilidad de los gobiernos en la creación de plataformas y sistemas digitales que aseguren el libre flujo de información, lo cual se conecta directamente con el área de sistemas para facilitar la interacción entre los ciudadanos y el gobierno.

En el caso de la Constitución Política del Estado de Hidalgo, refuerza el derecho de los ciudadanos a acceder a la información pública, bajo los principios de transparencia, veracidad e imparcialidad. En este sentido, la Dirección de Comunicación Social, debe trabajar para asegurar que los mensajes e informes del gobierno municipal sean claros, accesibles y respetuosos con estos principios. Además, establece la obligación del Estado en utilizar tecnologías de la información para mejorar los procesos de comunicación y fomentar la participación ciudadana en la toma de decisiones públicas.

La Ley de Presupuesto y Contabilidad Gubernamental del Estado de Hidalgo establece en su Artículo 2, Fracción XLIII. Presupuesto Basado en Resultados (PbR): El instrumento metodológico y el modelo de cultura organizacional cuyo objetivo es que los recursos públicos se asignen prioritariamente a los programas que generan más beneficios a la población y que se corrija el diseño de aquéllos que no están funcionando correctamente. Fracción XLIV. Presupuesto de Egresos: El Presupuesto de Egresos del Estado Libre y Soberano de Hidalgo para el ejercicio fiscal correspondiente, incluyendo el Decreto y sus anexos.

Aunado a que en la Ley General de Responsabilidades Administrativas del Estado de Hidalgo establece que los servidores públicos, incluidos los encargados de la comunicación social, deben actuar con integridad, objetividad y transparencia en el ejercicio de sus funciones. Esta ley refuerza la importancia de que la Dirección de Comunicación Social implemente mecanismos de rendición de cuentas que permitan a la ciudadanía acceder a la información pública de manera clara y oportuna. Asimismo, en el área de sistemas, la ley subraya la necesidad de garantizar la seguridad en las plataformas tecnológicas que gestionan esta información.

De acuerdo con la Ley General de Comunicación Social, las entidades públicas están obligadas a realizar una comunicación institucional que sea responsable, veraz, imparcial y objetiva. Esta ley establece que los recursos públicos destinados a la comunicación social deben ser utilizados exclusivamente para fines informativos, de acuerdo con los principios de eficiencia y eficacia.

La Ley Federal de Derechos de Autor regula los derechos sobre las obras que pueden ser utilizadas por el gobierno para fines de comunicación pública. En el ámbito de la Dirección de Comunicación Social, esta ley establece que los contenidos gráficos, audiovisuales y escritos empleados en la difusión de mensajes oficiales deben respetar los derechos de autor y propiedad intelectual

La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión establece que el gobierno debe promover el acceso universal a los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión, garantizando la cobertura y calidad de los medios de comunicación. Esta ley impacta directamente a la Dirección de Comunicación Social, que debe velar por que la información oficial sea difundida a través de los medios de comunicación adecuados, incluyendo los medios digitales y las plataformas electrónicas.

Además, la ley también implica la necesidad de contar con sistemas y plataformas eficientes para garantizar la difusión masiva de la información gubernamental.

La Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública obliga a los entes públicos a garantizar el derecho de acceso a la información, promoviendo la transparencia y la rendición de cuentas. Para la Dirección de Comunicación Social, esta ley exige la creación de canales de comunicación accesibles y efectivos para la ciudadanía.

La Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados regula el tratamiento de los datos personales por parte de las autoridades y entidades públicas. En el contexto de la Dirección de Comunicación Social, esta ley establece que la información personal recopilada para fines de comunicación debe ser manejada de forma responsable y segura.

El Plan Nacional de Desarrollo (2024-2030) establece que uno de los objetivos del gobierno es fomentar la transparencia y el acceso a la información pública. Para la Dirección de Comunicación Social, esto implica una mayor difusión de las acciones gubernamentales mediante medios digitales, garantizando la accesibilidad de la información para toda la población.

La Ley de Planeación y Prospectiva del Estado de Hidalgo establece que los planes de desarrollo deben estar basados en la participación ciudadana y la transparencia. La Dirección de Comunicación Social tiene la responsabilidad de garantizar que los planes y proyectos del gobierno sean divulgados de manera adecuada a la población, promoviendo un entorno de participación activa

La Ley Orgánica Municipal para el Estado de Hidalgo establece que los municipios deben promover la participación ciudadana a través de una comunicación clara y accesible. En este sentido, la Dirección de Comunicación Social debe implementar estrategias de comunicación que lleguen a todos los sectores de la población.

La Ley de Protección de Datos Personales para el Estado de Hidalgo establece que los datos personales recolectados por los entes públicos deben ser protegidos de manera adecuada. La Dirección de Comunicación Social debe asegurar que cualquier uso de datos personales en la gestión de la información pública sea conforme a la ley.

La Ley de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales para el Estado de Hidalgo regula el acceso a la información pública en el ámbito estatal, asegurando que los ciudadanos puedan acceder a los datos de manera clara y sencilla. En la Dirección de Comunicación Social, esta ley orienta el diseño de estrategias de difusión de información pública.

La Ley Sobre el Uso de Medios Electrónicos y Firma Electrónica Avanzada para el Estado de Hidalgo regula el uso de tecnologías digitales para la realización de trámites administrativos y la firma de documentos oficiales. En el contexto de la Dirección de Comunicación Social, esta ley impulsa la utilización de medios electrónicos para la divulgación de información pública.

El Plan Estatal de Desarrollo 2022-2028 establece la promoción de la transparencia, el acceso a la información y el uso de tecnologías de la información como ejes centrales para fortalecer la gestión pública. La Dirección de Comunicación Social tiene la responsabilidad de garantizar que la información sobre los proyectos y programas del gobierno se difunda de manera clara y accesible a través de plataformas digitales.

El Plan Municipal de Desarrollo 2024-2027 establece como una de sus prioridades la mejora en los mecanismos de comunicación entre el gobierno municipal y la ciudadanía, impulsando la

transparencia en la gestión pública. En su apartado 1.4.1.4. Fortalecer los canales de comunicación, informando oportunamente las acciones de gobierno. Y en el 1.5. Fortalecer la transparencia y acceso a la información pública en el gobierno municipal, garantizando el derecho ciudadano a conocer y participar en la toma de decisiones, mediante mecanismos eficaces y accesibles de información y comunicación. Por lo que la Dirección de Comunicación Social, debe asegurar que las acciones y proyectos del gobierno sean difundidos de manera accesible a través de diversos canales de comunicación.

Por último, el Manual de Organización Institucional Atitalaquia establece las funciones y responsabilidades dentro del gobierno municipal, incluyendo las tareas de la Dirección de Comunicación Social. En este manual se especifica que esta área debe garantizar una adecuada difusión de la información institucional.

Misión y Visión

Misión

Somos un gobierno con vocación de servicio, que el ejercicio de los recursos públicos haga un uso racional, transparente, honesto, y austero, que implemente políticas públicas que promuevan el desarrollo integral y que permita elevar las condiciones de crecimiento con calidad de vida para los habitantes de nuestro municipio, con especial atención a los menos favorecidos siempre en el marco de la legalidad, el respeto de los derechos humanos y de las diferentes instituciones gubernamentales.

Visión

Ser un gobierno eficiente, que rinda cuentas y por tanto confiable, que escuche, atienda y de solución a las necesidades de sus habitantes, a través de un liderazgo efectivo y sensible, siendo promotor del desarrollo integral, innovador y competitivo para ser un referente de crecimiento y de desarrollo regional y estatal.

Diagnostico

Para el Ayuntamiento de Atitalaquia, contar con un programa presupuestario para la difusión de obras y acciones garantiza que la información llegue de manera clara, accesible y efectiva a la población, permitiendo que los ciudadanos comprendan el impacto de las decisiones y acciones del gobierno local. La creación del programa a cargo de la Dirección de Comunicación Social responde a las necesidades de los habitantes, por lo que es fundamental identificar áreas clave que requieren atención y optimizar la asignación de recursos.

El diagnóstico del área de Comunicación Social se realiza para comprender las condiciones actuales que influyen en su desempeño, tanto internas como externas. Se busca identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, con el fin de establecer políticas y estrategias que mejoren su funcionamiento. La Dirección de Comunicación Social tiene como objetivo principal informar y difundir entre la sociedad y medios de comunicación las acciones, obras y programas de la administración municipal, mediante campañas informativas, publicaciones y cobertura de eventos, desde una visión institucional y respondiendo a las expectativas de la ciudadanía.

La Comunicación Social es fundamental, ya que a través de ella se genera la información oficial y se planea estratégicamente su difusión. La dirección mantiene estrecha colaboración con todos los funcionarios y responsables de áreas de la administración, asegurando que la información llegue oportunamente a la sociedad. El equipo de Comunicación Social diseña y aplica estrategias para que la opinión pública y los distintos sectores sociales dispongan de información confiable y oportuna, que permita su participación y retroalimentación en la toma de decisiones.

Para que las distintas áreas del gobierno municipal trabajen de manera armónica, es necesario contar con normas y canales claros de flujo de información, garantizando que los datos lleguen oportunamente a la ciudadanía. Se promueve el conocimiento de las acciones y desempeño de las dependencias a través del fortalecimiento de la imagen corporativa del municipio, así como la participación ciudadana en la supervisión y mejora de los servicios públicos.

La democracia local depende de una mayor presencia de la ciudadanía en la toma de decisiones, donde los mecanismos de comunicación cotidiana permiten sugerir, solicitar y conocer la labor de las autoridades. Aprovechar los medios directos (redes sociales, páginas oficiales) e indirectos (medios de comunicación) permite acercar las acciones de gobierno a los ciudadanos y propiciar su colaboración activa.

Finalmente, las necesidades de atención en servicios básicos se convierten en una vía para soluciones eficaces, donde la programación y priorización de actividades se combinan con una difusión amplia y confiable de la información, fortaleciendo la transparencia, la participación y la confianza ciudadana en la gestión pública.

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

FORTALEZAS:

- Personal capacitado y con experiencia en comunicación institucional.
- Disponibilidad y compromiso para atender la información y difusión de acciones.
- Creatividad y objetividad en la generación de contenidos.
- Habilidades de comunicación intra e interpersonal.
- Liderazgo en la planeación y coordinación de actividades de difusión.
- Capacidad para crear contenido multimedia atractivo y comprensible.
- Posicionamiento de acciones gubernamentales en medios y redes sociales.

OPORTUNIDADES:

- Comunicación directa y constante con medios de comunicación locales y regionales.
- Posicionamiento orgánico y crecimiento en redes sociales oficiales del municipio.
- Difusión de acciones y programas de todas las direcciones del Ayuntamiento.
- Innovación en formatos y estrategias de contenido digital.
- Visibilización de las acciones municipales de manera amplia, interna y externamente.
- Cambio positivo en la percepción ciudadana gracias a la información clara y constante.

DEBILIDADES:

- Recursos limitados para la producción de materiales audiovisuales.
- Comunicación interna insuficiente entre áreas y la Dirección de Comunicación Social.
- Influencia política en algunos medios de comunicación locales.
- Circulación de información incorrecta o no verificada por los medios.
- Limitaciones de espacio y equipo para monitoreo constante de medios y redes sociales.

AMENAZAS:

- Noticias falsas o desinformación que afectan la percepción de la ciudadanía.
- Información difundida directamente a medios sin coordinación con la Dirección de Comunicación Social.
- Falta de ética profesional en algunos comunicadores o medios locales.
- Politización de actividades por actores de oposición.
- Baja participación o compromiso de algunos servidores públicos en el flujo de información oficial.

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.

En resumen, para que la Dirección de Comunicación logre consolidarse como un pilar eficiente del gobierno municipal, debe enfocarse en fortalecer sus recursos humanos y técnicos, optimizar sus canales de comunicación, y aprovechar las oportunidades para mejorar la participación y la visibilidad del municipio, mientras enfrenta las amenazas con estrategias de resiliencia y prevención.

Alineación al PND, PED, PMD

	Plan Nacional de Desarrollo 2025-2030	Plan Estatal de Desarrollo 2022-2028	Plan Municipal de Desarrollo 2024-2027
Acuerdo	Eje general 1. Gobernanza con justicia y participación ciudadana	Acuerdo para un gobierno cercano, justo y honesto. Acuerdo transversal por la transparencia y rendición de cuentas.	Acuerdo para la transformación de un gobierno de puertas abiertas, justo y ordenado.
Objetivo	1.1 Promover y fortalecer el desarrollo de una sociedad democrática, participativa, transparente y justa.	1.2 Con el pueblo todo, sin el pueblo nada: Generar una auténtica participación ciudadana en los procesos de diseño de políticas, asegurando una democratización del estado y la planeación de desarrollo. 1.4 Transparencia y rendición de cuentas, principios fundamentales de nuestra administración.	1.4. Fomentar la participación ciudadana activa y efectiva en la toma de decisiones públicas, para mejorar la calidad de vida y el entorno de las comunidades, mediante mecanismos de consulta, colaboración y empoderamiento ciudadano. 1.5. Fortalecer la transparencia y acceso a la información pública en el gobierno municipal, garantizando el derecho ciudadano a conocer y participar en la toma de decisiones, mediante mecanismos eficaces y accesibles de información y comunicación.
Estrategia	Estrategia 1.1.4 Ampliar el acceso a los medios públicos de información y divulgación, fortaleciendo la gestión documental y la administración de archivos para impulsar la participación ciudadana en la agenda pública.	1.2.1 Asegurar y promover una planeación democrática del desarrollo. 1.4.2 Promover la transparencia y rendición de cuentas en la gestión pública.	1.4.1. Promover la participación ciudadana con el Gobierno Municipal. 1.5.1. Dar puntual cumplimiento a las obligaciones en materia de transparencia y acceso a la información pública, artículo 69 y 70

Líneas de acción municipal atendidas por el programa

1.2.1.1	Generar espacios de diálogo entre la Sociedad y el Gobierno, para los procesos de planeación del desarrollo, así como la generación de políticas públicas.
2.1.2.1	Desarrollar la actividad de promoción a la salud en comunidades del municipio, con un enfoque preventivo que fomente el autocuidado de la salud de las personas para el beneficio de las familias.
2.6.2.1	Promover programas de fomento a estilos y practica de vida saludable para las y los jóvenes hidalguenses, con énfasis en problemáticas como las violencias o la drogadicción y las adicciones. .
2.9.2.1	Promover apoyos para el emprendimiento de las mujeres hidalguenses.
3.5.4.1	Promover una cartelera cultural con alcance estatal para la difusión de nuestra diversidad cultural, riqueza patrimonial y originalidad del talento local.
4.4.3.3	Promover y consolidar la coordinación intersectorial para la realización de campañas de educación, sensibilización y participación social corresponsable con el fin de valorizar los residuos sólidos urbanos y de manejo especial.

Objetivos

General

Diseñar, ejecutar y evaluar estrategias de comunicación eficaces que permitan informar de manera clara, accesible y oportuna a la ciudadanía sobre las acciones, proyectos y logros del Gobierno Municipal de Atitalaquia, Hgo., generando identidad institucional y promoviendo la participación ciudadana, mediante la asignación eficiente y responsable de los recursos públicos.

Específicos

Optimización de recursos: Garantizar que todas las asignaciones presupuestarias para campañas de difusión y publicidad oficial cumplan con las disposiciones legales, requisitos de transparencia y permitan maximizar la cobertura y alcance de los mensajes.

Gestión de campañas: Controlar, homogeneizar y coordinar el flujo de la información generada en la institución para su difusión a través de medios tradicionales y digitales, incluyendo redes sociales, asegurando consistencia, claridad y oportunidad en los mensajes.

Evaluación de impacto: Medir el efecto de las acciones de comunicación en la percepción ciudadana y en el grado de identificación de la población con los proyectos y acciones del gobierno, utilizando indicadores de difusión, alcance e interacciones.

Desarrollo de materiales: Producir y distribuir materiales informativos, campañas y contenidos institucionales que sean claros, accesibles, inclusivos y alineados con la identidad institucional, dirigidos a públicos objetivo y respetando los límites presupuestales.

Reporte y rendición de cuentas: Documentar y reportar de manera trimestral o periódica los avances de las acciones de comunicación y la utilización de recursos, incluyendo alcance, interacción y resultados de las campañas, asegurando transparencia y rendición de cuentas ante la ciudadanía.

Objetivos, líneas de acción, y metas.

Objetivo	Controlar, homogeneizar y coordinar el flujo de la información generada en la institución para su difusión a través de medios tradicionales y digitales, incluyendo redes sociales, asegurando consistencia, claridad y oportunidad en los mensajes.
Línea de acción	Realizar actividades de diseño gráfico, generación de materiales y campañas que fomenten la identidad de la población con el Gobierno Municipal de Atitalaquia, asegurando la difusión efectiva de la información institucional.
Meta	1440 materiales de diseño de cumplimiento de materiales y campañas diseñados y difundidos que fortalecen la identidad institucional, con 360 publicaciones por trimestre.

Objetivo	Desarrollar una campaña de comunicación institucional que destaque las acciones y proyectos del gobierno municipal, utilizando diferentes medios de comunicación para garantizar que la información llegue a todos los sectores de la población.
Línea de acción	Crear y difundir boletines mensuales, notas de prensa y contenidos en redes sociales, con un enfoque claro en transparencia y participación ciudadana.
Meta	5000 publicaciones de cumplimiento, con los boletines mensuales, notas de prensa y contenidos de información de Gobierno, con 1250 publicaciones de manera trimestral.

Objetivo	Establecer una red de colaboración activa con los medios de comunicación locales y regionales para coordinar la difusión de las actividades municipales y la cobertura de eventos importantes.
Línea de acción	Mantener comunicación constante con los medios para revisar la cobertura de eventos y proyectos, y ajustar las estrategias de comunicación según sea necesario.
Meta	Realizar 1 reporte de cumplimiento, de monitoreo de medios locales y regionales durante el año 2026 para revisar y ajustar estrategias de comunicación.

Evaluación y Monitoreo

Nivel	Meta	Indicador	Frecuencia
Fin	5000 Acciones publicadas	Porcentaje de cumplimiento de la de difusión de acciones y programas del Gobierno Municipal.	Anual
Propósito	1 Reporte de alcances ciudadanos en publicaciones	Porcentaje de informes de ciudadanos que consultan los canales oficiales de información.	Anual
Componente	5000 publicaciones en redes sociales	Porcentaje de cumplimiento de la estrategia de difusión digital	Trimestral
Componente	1440 Materiales publicados	Porcentaje de materiales y campañas diseñados y difundidos que fortalecen la identidad institucional.	Trimestral
Actividad	1600 Atenciones a través de redes sociales	Porcentaje de atención a la interacción ciudadana en redes sociales.	Trimestral
Actividad	1440 Producciones	Porcentaje de eficiencia en la producción de contenidos gráficos y audiovisuales.	Trimestral

Presupuesto.


Programa	COMS 09 Difusión de obras y acciones del gobierno municipal
Periodo del programa	01 de enero al 31 de diciembre 2026.
Objetivo del programa	Diseñar, ejecutar y evaluar estrategias de comunicación eficaces que permitan informar de manera clara, accesible y oportuna a la ciudadanía sobre las acciones, proyectos y logros del Gobierno Municipal de Atitalaquia, Hgo., generando identidad institucional y promoviendo la participación ciudadana, mediante la asignación eficiente y responsable de los recursos públicos.
Justificación del programa	<p>El presupuesto solicitado se desglosa y justifica en función de las siguientes necesidades operativas y estratégicas:</p> <p>Difusión por radio, televisión y otros medios tradicionales: Estos recursos son indispensables para la difusión de campañas informativas obligatorias (salud, protección civil, trámites y servicios), programas sociales prioritarios y acciones de rendición de cuentas. Se requiere la contratación de espacios en medios masivos para asegurar la cobertura y penetración en la población objetivo, fortaleciendo la comunicación institucional del Gobierno Municipal.</p> <p>Impresiones y publicaciones oficiales: Cubre los costos de material impreso (periódicos oficiales, folletos informativos, informes anuales) necesario para cumplir con las obligaciones de transparencia y mantener informada a la población que no tiene acceso regular a medios digitales. Esto asegura que la información llegue de manera clara, accesible y oportuna a todos los ciudadanos.</p> <p>Servicios de diseño y producción: Asignación destinada a la producción de materiales gráficos, audiovisuales y de difusión institucional. La justificación radica en la necesidad de generar contenido de calidad, atractivo y coherente con la identidad institucional, que promueva la identificación de la población con los proyectos y acciones del gobierno municipal y pueda difundirse mediante medios tradicionales y redes sociales.</p> <p>Difusión en redes sociales y medios digitales: Recursos destinados a la gestión de publicaciones oficiales en plataformas digitales y redes sociales, priorizando la difusión de información institucional de manera constante, oportuna y de fácil acceso para la ciudadanía. Estas acciones permiten fortalecer la identidad institucional y promover la participación ciudadana en las decisiones y acciones del gobierno, sin incluir gastos relacionados con infraestructura de TIC.</p> <p>Materiales y suministros de oficina: Gastos operativos menores necesarios para el funcionamiento diario del área (papelería, consumibles de impresión), calculados con base en el gasto real del ejercicio anterior, aplicando criterios de eficiencia y austeridad.</p>
Objetivos específicos del programa	Optimización de recursos: Garantizar que todas las asignaciones presupuestarias para campañas de difusión y publicidad oficial cumplan con las disposiciones legales, requisitos de transparencia y permitan maximizar la cobertura y alcance de los mensajes.

	<p>Gestión de campañas: Controlar, homogeneizar y coordinar el flujo de la información generada en la institución para su difusión a través de medios tradicionales y digitales, incluyendo redes sociales, asegurando consistencia, claridad y oportunidad en los mensajes.</p> <p>Evaluación de impacto: Medir el efecto de las acciones de comunicación en la percepción ciudadana y en el grado de identificación de la población con los proyectos y acciones del gobierno, utilizando indicadores de difusión, alcance e interacciones.</p> <p>Desarrollo de materiales: Producir y distribuir materiales informativos, campañas y contenidos institucionales que sean claros, accesibles, inclusivos y alineados con la identidad institucional, dirigidos a públicos objetivo y respetando los límites presupuestales.</p> <p>Reporte y rendición de cuentas: Documentar y reportar de manera trimestral o periódica los avances de las acciones de comunicación y la utilización de recursos, incluyendo alcance, interacción y resultados de las campañas, asegurando transparencia y rendición de cuentas ante la ciudadanía.</p>
<p>Características del programa</p>	<p>Cada gasto presupuestado se vincula directamente con los objetivos del área, esperando alcanzar metas medibles como: Incremento del 100% en el alcance de las campañas informativas.</p> <p>Mantenimiento de la presencia institucional en medios digitales y tradicionales.</p> <p>Cumplimiento del 100% de las obligaciones de transparencia en materia de comunicación social.</p>

Presupuesto de Egresos Ejercicio Fiscal 2026

PROPUESTA PARA EL PRESUPUESTO DE EGRESOS 2026														
UNIDAD ADMINISTRATIVA: COMUNICACIÓN SOCIAL Y SISTEMAS														
Partida	Cuenta	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
20000	MATERIALES Y SUMINISTROS	\$16,310.00	\$16,310.00	\$16,310.00	\$16,310.00	\$16,310.00	\$16,310.00	\$16,310.00	\$16,310.00	\$16,310.00	\$16,310.00	\$16,310.00	\$16,310.00	\$195,720.00
211001	Material de Oficina	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$36,000.00
211002	Gastos de Oficina	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$36,000.00
214001	Material para Bienes Informáticos	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$18,000.00
214002	Materiales de Grabación	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$30,000.00
215001	Material Impreso e Información Digital	\$3,500.00	\$3,500.00	\$3,500.00	\$3,500.00	\$3,500.00	\$3,500.00	\$3,500.00	\$3,500.00	\$3,500.00	\$3,500.00	\$3,500.00	\$3,500.00	\$42,000.00
221001	Alimentación de Personas	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$2,760.00
223001	Utensilios para el Servicio de Alimentación	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$230.00	\$2,760.00
246001	Material Eléctrico	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$1,200.00
246002	Material Electrónico	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$2,400.00
248001	Materiales complementarios	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$3,000.00
249001	Otros materiales y artículos de construcción y re	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$2,400.00
261001	Combustibles y Lubricantes para vehículos, equi	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$4,800.00
261002	Lubricantes, refrigerantes y aditivos para vehicu	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$4,800.00
291001	Herramientas Menores	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$2,400.00
293001	Refacciones y accesorios menores de mobiliario	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$2,400.00
294001	Refacciones y accesorios menores de equipo de	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$2,400.00
299001	Refacciones y accesorios menores otros bienes	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$2,400.00
30000	SERVICIOS GENERALES	\$116,100.00	\$116,100.00	\$116,100.00	\$116,100.00	\$116,100.00	\$116,100.00	\$116,100.00	\$116,100.00	\$116,100.00	\$116,100.00	\$116,100.00	\$116,100.00	\$1,433,200.00
314001	Servicio Telefónico Tradicional	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00	\$192,000.00
323002	Arrendamiento de Equipo de Fotocopiado	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$96,000.00
326001	Arrendamiento de Maquinaria y Equipo	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$36,000.00
329001	Otros arrendamientos	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$6,000.00
331003	Servicios de Consultoría y Asesoría	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$1,200.00
333002	Servicios de Consultoría, Administrativa, Proces	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$1,200.00
336001	Servicios de apoyo administrativo, fotocopiado e	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$1,200.00
339003	Prestación de Servicios Profesionales	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$1,200.00
352001	Mantenimiento de Mobiliario y Equipo de Administr	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$2,400.00
352002	Mantenimiento de Equipo y Aparatos de Comunic	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$2,400.00
353001	Mantenimiento de bienes informáticos	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$2,400.00
355001	Mantenimiento de Vehículos	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$4,800.00
361001	Difusión de programas y actividades gubername	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$8,000.00	\$96,000.00
361002	Impresiones y Publicaciones Oficiales	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$12,000.00
362001	Difusión por radio, televisión y otros medios de p	\$60,000.00	\$60,000.00	\$60,000.00	\$60,000.00	\$60,000.00	\$60,000.00	\$60,000.00	\$60,000.00	\$100,000.00	\$60,000.00	\$60,000.00	\$60,000.00	\$760,000.00
365001	Servicios de la industria fílmica, del sonido y del v	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$30,000.00
366001	Servicio de creación y difusión de contenido exc	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$180,000.00
375001	Válidos en el país	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$1,200.00
379001	Otros servicios de traslado y hospedaje	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$1,200.00
382001	Gastos de orden social	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$1,800.00
382002	Eventos Culturales y sociales	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$1,800.00
399009	Otros servicios generales	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$2,400.00
50000	BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES	\$9,500.00	\$9,500.00	\$9,500.00	\$9,500.00	\$9,500.00	\$9,500.00	\$9,500.00	\$9,500.00	\$9,500.00	\$9,500.00	\$9,500.00	\$9,500.00	\$114,000.00
511001	Muebles de oficina y estantería	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$12,000.00
512001	Muebles, excepto de oficina y estantería	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$12,000.00
519001	Equipo de Administración	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$12,000.00
521001	Equipos y aparatos audiovisuales	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$30,000.00
523001	Cámaras fotográficas y de vídeo	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$36,000.00
565001	Equipos y Aparatos de Comunicación y Telecom.	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$12,000.00
Total Final		\$141,910.00	\$141,910.00	\$141,910.00	\$141,910.00	\$141,910.00	\$141,910.00	\$141,910.00	\$141,910.00	\$141,910.00	\$141,910.00	\$141,910.00	\$141,910.00	\$1,742,920.00

Presupuesto Basado en Resultados

 <p>GOBIERNO MUNICIPAL DE ATITLAQUIA</p> <p>ANEXO I</p>	
<p>Ficha de Información Básica del Programa Presupuestario</p>	
Programa Presupuestario	COMS 09 Difusión de obras y acciones del Gobierno Municipal
Unidad responsable	Dirección Comunicación Social
<p>1. Antecedentes</p>	
<p>1.1. Identifique y describa el entorno en el que operará el programa, considerando la situación, problema o necesidad de llevar a cabo una intervención pública.</p> <p>El municipio de Atitlaquia, Hidalgo, necesita fortalecer la comunicación institucional entre el Gobierno Municipal y la ciudadanía, a fin de garantizar que la información pública sea clara, oportuna y accesible. Si bien existen canales y herramientas de comunicación, es necesario incrementar su cobertura, mejorar su alcance y optimizar los sistemas informáticos para atender de manera eficiente la creciente demanda de información por parte de la población.</p> <p>La consolidación de una estrategia de comunicación más efectiva permitirá mejorar la difusión de acciones gubernamentales, fomentar la participación ciudadana y fortalecer la confianza social, contribuyendo a una administración municipal más cercana, transparente y funcional.</p>	
<p>1.2. Incorpore información estadística y cualitativa, que permita dimensionar y describir de manera general las acciones que se hayan realizado.</p> <p>Durante el año anterior, las plataformas digitales registraron un alcance aproximado de 3 millones de visualizaciones mensuales, con un crecimiento gradual en interacción. Así como un incremento de 12,500 seguidores, lo que refleja una expansión significativa en la cobertura y presencia digital del Gobierno Municipal de Atitlaquia.</p> <p>De manera cualitativa, el aumento en la actividad se ve reflejado en 900 conversaciones iniciadas, lo que evidencia una comunicación más constante y directa con la ciudadanía, consolidando los canales digitales como un medio efectivo para la difusión de información y la atención a la población.</p>	
<p>1.3. Identifique los actores que están involucrados con la atención a dicho problema o necesidad.</p> <p>Gobierno Municipal: Responsable de generar contenidos, difundir la información y monitorear la interacción con la ciudadanía en redes sociales.</p> <p>Ciudadanía: Principalmente, interactúa en redes sociales y recibe los boletines informativos y publicaciones, participando activamente en la retroalimentación.</p> <p>Medios de Comunicación: Juegan un papel clave en difundir los boletines de prensa y colaborar en la cobertura de las acciones municipales.</p> <p>Proveedores de Tecnología: Aseguran que las plataformas digitales funcionen correctamente y proporcionan soporte para el monitoreo de alcance y métricas.</p> <p>Organizaciones Civiles: Apoyan en la difusión de la información y en la promoción de la participación ciudadana.</p> <p>Gobierno Municipal: A través del área de Comunicación Social, es responsable de la generación, difusión y monitoreo de contenidos institucionales en los distintos canales digitales, así como de la atención directa a la ciudadanía mediante plataformas oficiales.</p>	
<p>1.4. Describe la evolución del programa señalando los resultados obtenidos.</p> <p>El programa de Comunicación Social presenta una evolución positiva y sostenida, reflejada en el incremento del alcance, la interacción y el posicionamiento de los canales digitales oficiales como medios efectivos de información. Los resultados obtenidos durante el periodo actual evidencian una mayor visibilidad de las acciones municipales y una comunicación más cercana con la ciudadanía.</p> <p>Asimismo, el crecimiento en visualizaciones, seguidores e interacciones confirma la consolidación de la estrategia digital, lo que permite fortalecer la difusión institucional. No obstante, se identifica la necesidad de mantener y optimizar la frecuencia y calidad de los contenidos, a fin de continuar ampliando la cobertura y fomentar una participación ciudadana constante.</p>	
<p>Elaboró y Autorizó.</p> <p>Lic, Blanca Esthela Camargo Angeles Dirección Comunicación Social Atitlaquia, Hidalgo</p>	

1. Identificación y descripción del problema

2.1. Defina de manera concreta el problema central o necesidad única a la que responde el programa.

El programa responde a la necesidad de ampliar y fortalecer la cobertura de los canales de comunicación institucional, a fin de informar de manera oportuna y efectiva a la ciudadanía de Atitalaquia sobre las acciones y resultados del Gobierno Municipal, contribuyendo a una mayor transparencia, participación y retroalimentación social.

2.2. Describa los involucrados, los cuales pueden ser organizaciones, empresas, grupos, e individuos cuyos intereses serán coincidentes, complementarios o incluso antagónicos.

Gobierno Municipal: Responsable de generar y difundir la información a través de diferentes canales de comunicación.

Ciudadanía: Recibe la información y ofrece retroalimentación sobre los proyectos y servicios municipales.

Medios de Comunicación: Facilitan la difusión de boletines de prensa y la cobertura de actividades.

Proveedores de Tecnología: Aseguran la operatividad de las plataformas digitales y brindan soporte para el monitoreo.

Organizaciones Civiles: Apoyan en la difusión de información y en promover la participación ciudadana.

2.3. Describa las causas que han dado origen al problema.

Deficiencias en la coordinación de la comunicación: Es necesario mejorar la estrategia de difusión integral que permita garantizar la cobertura y acceso a toda la población.

Falta de recursos humanos y materiales para mantener y actualizar las plataformas de comunicación digital de manera constante.

Desconocimiento sobre las preferencias de los ciudadanos en cuanto a los canales de comunicación más efectivos.

2.4. Describa los efectos que dicho problema provoca en la población, en el ambiente o en el desarrollo económico y social.

Aunque los canales de comunicación se han consolidado, persisten retos para ampliar la cobertura y el alcance de la información. Esto limita en algunos casos la participación ciudadana, la percepción de transparencia y la retroalimentación sobre las acciones municipales. Además, la cobertura mediática aún puede fortalecerse para garantizar que más habitantes reciban información clara y oportuna.

2.5. Describa la evolución del problema o necesidad que se pretende atender, mediante un análisis con información cuantitativa y/o cualitativa.

Durante 2025, el programa logró un incremento significativo en alcance e interacción, con 22.7 millones de visualizaciones, 8,300 nuevos seguidores y 661 conversaciones iniciadas, consolidando los canales digitales como un medio efectivo de comunicación con la ciudadanía.

A pesar de estos avances, se identifica la necesidad de mantener la frecuencia de publicaciones y optimizar la estrategia de difusión, para garantizar un impacto continuo y ampliar la cobertura hacia toda la población de Atitalaquia.

3. Determinación y Justificación de los objetivos de la intervención.

3.1 Especifique los objetivos específicos a los cuales se enfocará el programa propuesto.

Ampliar y optimizar los canales de comunicación bidireccional con la ciudadanía.
Fortalecer la imagen institucional mediante campañas claras y accesibles.
Mantener coordinación con medios locales y mejorar las estrategias de difusión.

3.2. Relación y vinculación con otros programas presupuestarios.- Identifique si existen otros programas presupuestarios que contribuyan o dupliquen los objetivos planteados.

El programa se vincula con otros esfuerzos orientados a fortalecer la transparencia y la difusión de información institucional, sin que exista duplicación de objetivos. Apoya directamente la promoción de la participación ciudadana y la visibilidad de las acciones del Gobierno Municipal, complementando iniciativas de comunicación y difusión que se realicen en otras áreas gubernamental, aunque no hay duplicación de objetivos.

4. Cobertura

4.1. Identificación y caracterización de la población potencial.- Identifique y especifique la población o área de enfoque que presenta la necesidad y/o problema (Debe incluir sus características particulares, socioeconómicas y/o demográficas.)

La población potencial del programa son los 31,525 habitantes de Atitalaquia, Hidalgo, con distribución equilibrada entre hombres y mujeres, según el censo del INEGI 2020. Se enfoca en personas de todas las edades y niveles socioeconómicos que utilizan medios digitales, redes sociales y medios locales para informarse y participar en los asuntos municipales.

4.2. Identificación y caracterización de la población objetivo.- Identifique y especifique la población o área enfoque que el programa tiene planeado o programado atender durante el ejercicio fiscal. Debe incluir sus características particulares, socioeconómicas y/o demográficas.

El programa está dirigido a toda la población de Atitalaquia, con énfasis en sectores con menor acceso a medios digitales, como adultos mayores o personas con limitaciones en conectividad o acceso a internet. También se considera a los ciudadanos más activos en redes sociales y medios locales, para garantizar una comunicación bidireccional efectiva y fortalecer la participación ciudadana.

Elaboró y Autorizó.

Lic, Blanca Esthela Camargo Angeles
DIRECCION Comunicación Social
Atitalaquia, Hidalgo

4.3 Cuantificación de las poblaciones.

Población potencial	Población objetivo	Población atendida del ejercicio fiscal anterior
4.3.1. Cuantifique la población potencial o área involucrada	4.3.2 Cuantifique la población o área que el programa pretende atender	4.3.3. Cuantifique a la población o área que ya fue atendida por el programa presupuestario.
31525 habitantes del Municipio de Atitalaquia, Hgo.	31525 usuarios	30000

4.4. Frecuencia de actualización de la población potencial y objetivo.

4.4.1. Determine la frecuencia con que será actualizada la identificación, caracterización y cuantificación de estas poblaciones o áreas de enfoque objetivo.

La identificación y caracterización de la población se actualizará anualmente, utilizando datos del Censo de Población 2020 del INEGI (31,525 habitantes), registros municipales y análisis de interacción en medios digitales. También se considerarán los resultados de la Encuesta Intercensal 2025, lo que permitirá ajustar la estrategia de comunicación y garantizar que la información llegue de manera efectiva a todos los segmentos de la población, incluyendo aquellos con menor acceso a medios digitales.

4.4.2 Determine la frecuencia con que será actualizada la identificación, caracterización y cuantificación de estas poblaciones o áreas de enfoque objetivo.

La identificación y caracterización de la población se actualizará anualmente, utilizando datos del Censo de Población 2020 del INEGI (31,525 habitantes), registros municipales y análisis de interacción en medios digitales.

4.5. Describe cómo se definió, caracterizó y cuantificó a la población potencial y objetivo.

4.5.1. Defina el proceso y acciones mediante las cuales se logró identificar a la población potencial, así como su definición y caracterización.

La población potencial y objetivo fue identificada mediante el análisis de información oficial, principalmente a partir de los datos demográficos del Censo de Población y Vivienda 2020 del INEGI, que permiten comprender la estructura poblacional de Atitalaquia, incluyendo su distribución por edad, sexo y otros aspectos sociodemográficos. A partir de estos datos se definieron los segmentos prioritarios para la comunicación social, considerando tanto a quienes emplean medios digitales como a aquellos con menor acceso a canales de información.

4.5.2 Defina el proceso y acciones mediante las cuales se logró identificar a la población objetivo, así como su definición y caracterización.

La población objetivo se definió a partir del análisis de interacción y alcance en plataformas digitales y redes sociales, incluyendo Facebook, Instagram, Twitter y la página web institucional, permitiendo identificar a los ciudadanos más activos y a quienes requieren información accesible. Se utilizaron materiales de difusión institucional, como boletines, infografías, notas informativas y carteles, distribuidos tanto en medios locales y regionales como en espacios digitales, para caracterizar los distintos segmentos de la población y asegurar que la información sea comprensible y llegue de manera efectiva a todos los grupos, incluyendo aquellos con menor acceso a medios digitales. Además, se implementaron capacitaciones para el personal de comunicación social, orientadas al manejo de redes, generación de contenido y análisis de métricas de interacción, asegurando una comunicación bidireccional eficiente y una atención adecuada a la ciudadanía.

5. Diseño de la Intervención Pública

5.1. Describa los bienes y servicios que integran el programa, es decir los componentes.

El programa se estructura en cuatro componentes principales, que permiten organizar y ejecutar de manera eficiente las acciones de comunicación social:

Planeación y diagnóstico: Definir los recursos y canales de comunicación prioritarios, así como analizar las necesidades de información de la ciudadanía para orientar la estrategia.

Implementación de la estrategia de comunicación: Establecer y activar los canales de comunicación (redes sociales, página web, medios locales) y ejecutar las campañas de difusión.

Mantenimiento y seguimiento de contenidos: Garantizar la actualización continua de publicaciones y la atención a la interacción ciudadana, asegurando una comunicación bidireccional constante.

Evaluación y ajuste de la estrategia: Medir el impacto de las acciones mediante métricas de alcance e interacción, y ajustar las campañas para mejorar su efectividad y cobertura.

5.2. Establecimiento de cursos de acción (etapas de la intervención).- Defina el espacio y tiempo de las actividades (procesos) a realizar, los insumos, los tipos o montos de los apoyos a entregar, la cobertura que se pretende alcanzar y/o los mecanismos de selección de beneficiarios.

Planeación y diagnóstico (enero - febrero): Definir los recursos y canales de comunicación prioritarios, analizar las necesidades de información de la ciudadanía y determinar los segmentos de población objetivo.

Implementación de la estrategia (marzo - septiembre): Activar los canales de comunicación (redes sociales, página web, medios locales) y ejecutar campañas de difusión de boletines, notas informativas, infografías y otros materiales de comunicación. La cobertura incluye a toda la población de Atitalaquia, con especial atención a sectores con menor acceso a información digital.

5.3. Definir escenarios futuros a esperar.- Narrativa de los resultados que se esperan lograr a mediano y largo plazo con la intervención pública a través del programa.

A corto plazo (0-3 meses):

Establecimiento de canales de comunicación bidireccional efectivos.

Aumento de la participación ciudadana en redes sociales y medios locales, con retroalimentación activa.

Mayor visibilidad y fortalecimiento de la imagen institucional mediante boletines, publicaciones e infografías claras y accesibles.

A mediano plazo (3-6 meses):

Consolidación de la interacción con la ciudadanía, reflejada en un mayor alcance y número de comentarios, mensajes y retroalimentación.

Incremento de la confianza ciudadana hacia el gobierno municipal gracias a la transparencia y comunicación constante.

Refuerzo de las plataformas digitales y medios locales como canales principales de comunicación con la comunidad.

Mejora en la cobertura mediática de eventos y acciones municipales, con presencia positiva en medios locales y regionales.

A largo plazo (6-9 meses):

Participación activa y sostenida de la ciudadanía en los procesos de información y retroalimentación del gobierno municipal.

Reforzamiento de la imagen institucional, con una comunidad más informada, participativa y confiada en la gestión pública.

Consolidación de un modelo de comunicación social transparente, eficiente y replicable como ejemplo para otros municipios de la región.

Elaboró y Autorizó.

Lic, Blanca Esthela Camargo Angeles
Direccion Comunicación Social
Atitalaquia, Hidalgo



GOBIERNO MUNICIPAL DE ATITALAQUIA
ANEXO II

Definición del Problema

Programa Presupuestario	COMS 09 Difusión de obras y acciones del Gobierno Municipal
Unidad Responsable	Dirección Comunicación Social

Identifique y especifique la población o área de enfoque que presenta la necesidad y/o problema (Debe incluir sus características particulares, socioeconómicas y/o demográficas)

La población potencial del programa está constituida por los 31,525 habitantes de Atitalaquia, Hidalgo, según el censo de 2020 del INEGI, quienes representan el público al que se dirigirá directamente el programa.

Esta población se caracteriza por:

Diversidad socioeconómica: Incluye desde personas con acceso a tecnología y educación media-alta, hasta sectores con recursos limitados y menor acceso a internet o medios digitales.

Segmentación demográfica: Comprende jóvenes, adultos y adultos mayores, con disparidades en el uso y acceso a medios digitales.

Desigualdad en el acceso a información: Un porcentaje relevante de la población no cuenta con conectividad constante, lo que hace necesario diseñar estrategias de comunicación accesibles y comprensibles para todos los grupos.

Identifique y especifique la población o área de enfoque que el programa tiene planeado o programado atender durante el ejercicio fiscal (Debe incluir sus características particulares, socioeconómicas y/o demográficas)

El programa está enfocado a los 31,525 habitantes de Atitalaquia, con especial atención a los siguientes grupos:

Personas con acceso limitado a internet: Sectores rurales o con menor nivel educativo, que requieren canales de comunicación accesibles y comprensibles.

Adultos mayores y población con menor alfabetización digital: Ciudadanos que pueden tener dificultades para interactuar con redes sociales o medios digitales.

Usuarios activos en redes sociales: Jóvenes y adultos que interactúan regularmente con las plataformas del gobierno municipal, quienes también facilitan la difusión de información hacia los sectores más desconectados.

Defina de manera concreta el problema central o necesidad única a la que responde el programa.

Población objetivo + Problemática

El programa responde a la necesidad de ampliar la cobertura y efectividad de los canales de comunicación para informar oportunamente a la ciudadanía de Atitalaquia sobre las acciones y proyectos del gobierno municipal.

Aunque se ha logrado consolidar la presencia en redes sociales y medios locales, alcanzando mayor interacción y retroalimentación de la ciudadanía, es necesario extender el alcance a todos los sectores, especialmente a quienes tienen menor acceso a información digital, para fortalecer la participación, la transparencia y la confianza en la gestión municipal.

1.- Población Potencial	2.- Población Objetivo	3.- Población atendida del ejercicio fiscal anterior
31,525 habitantes.	31,525 usuarios	31,525 usuarios


Describe cual es la consecuencia principal de que persista la problemática central.

Si no se amplía la cobertura y efectividad de los canales de comunicación, la consecuencia principal sería mantenerse la brecha de información y la desconexión con ciertos sectores de la población. Esto podría limitar la participación ciudadana, reducir la retroalimentación sobre las acciones del gobierno municipal y afectar la confianza en la gestión pública.

La persistencia de estas limitaciones impediría aprovechar completamente los avances logrados en redes sociales y medios locales, y restringiría las oportunidades de involucrar a toda la ciudadanía en la toma de decisiones y en la mejora de la gestión municipal.

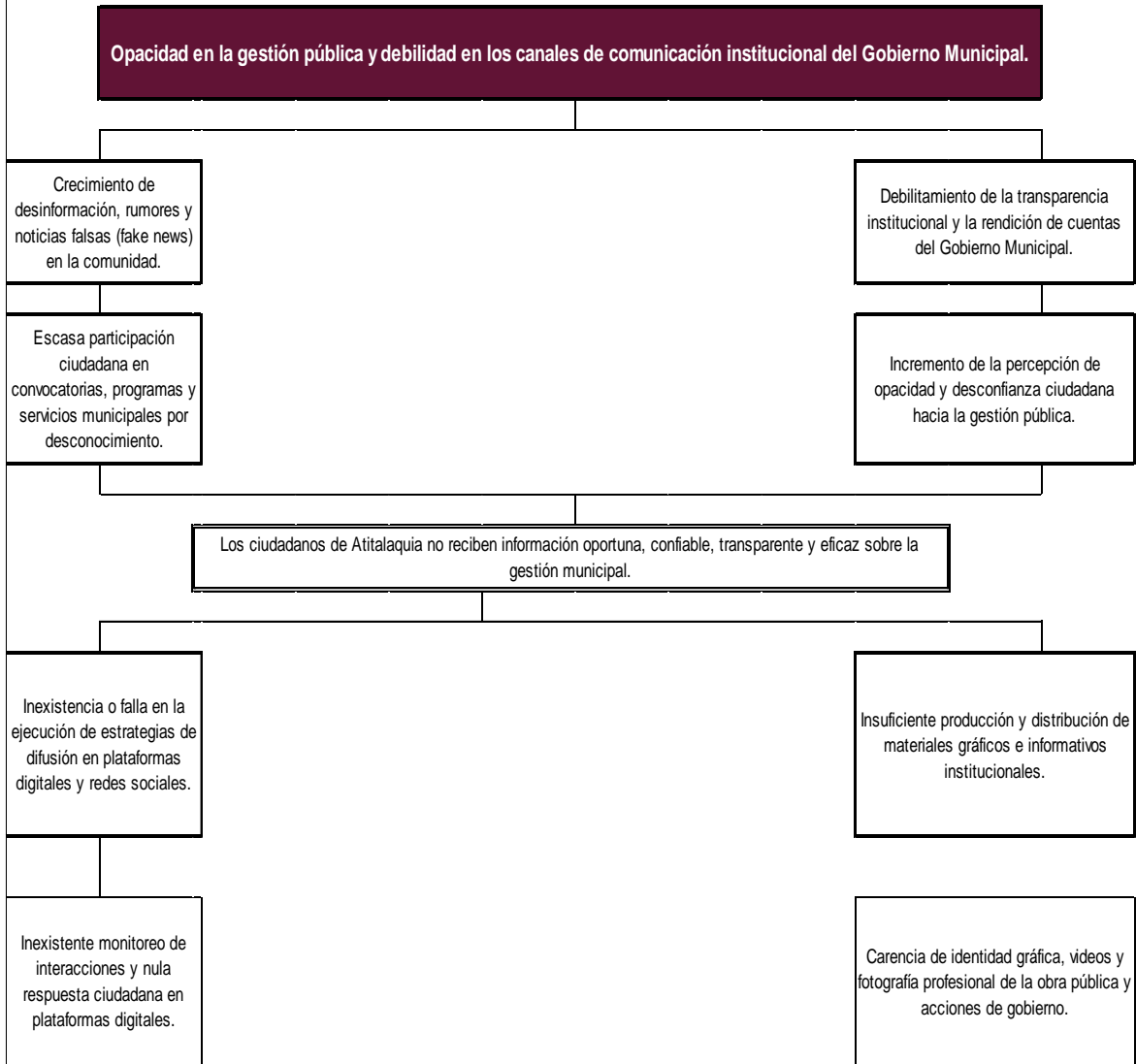
Elaboró y Autorizó.

Lic, Blanca Esthela Camargo Angeles
Dirección Comunicación Social
Atitalaquia, Hidalgo

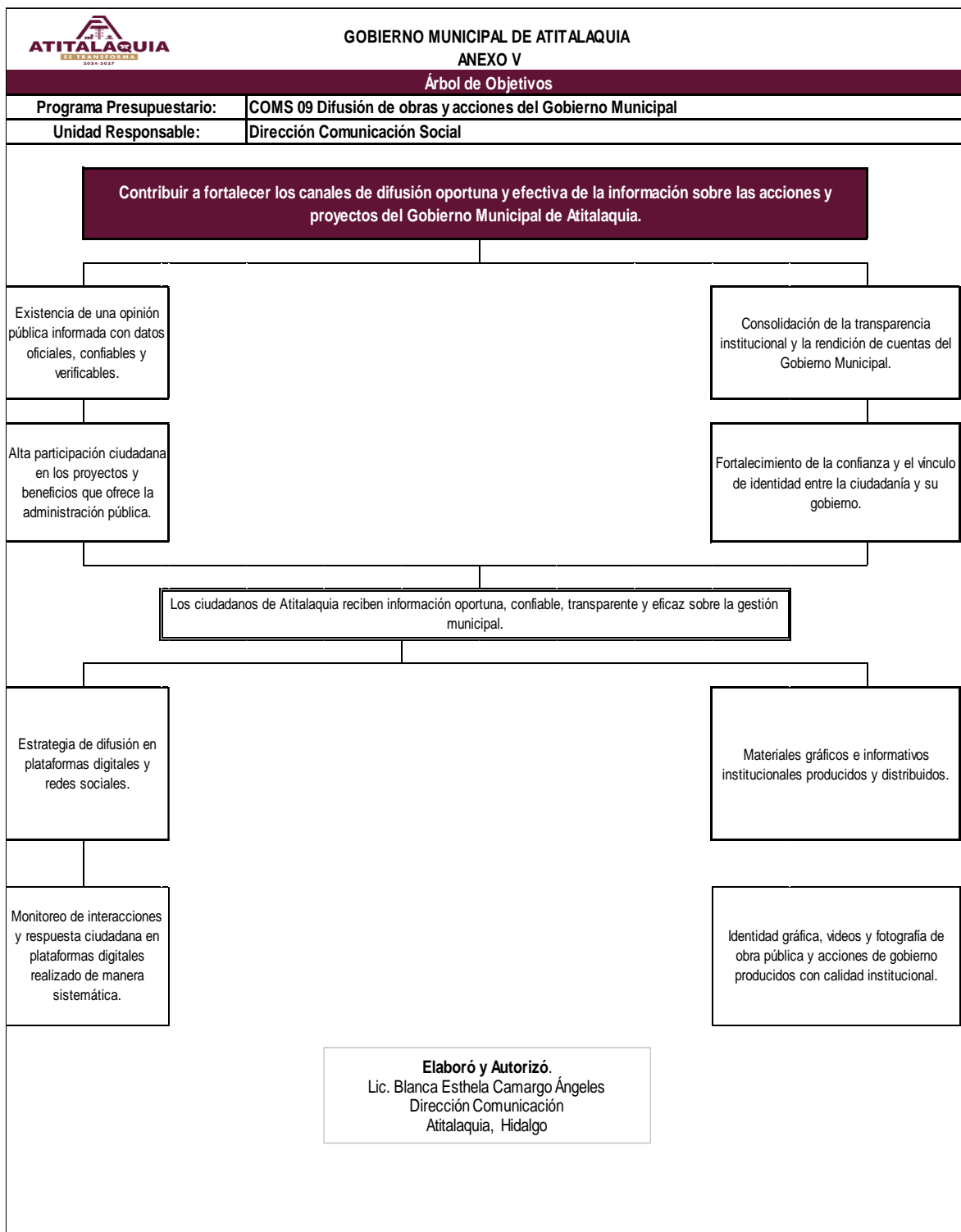
		GOBIERNO MUNICIPAL DE ATITALAQUIA ANEXO III.									
Análisis de Involucrados											
Programa Presupuestario		COMS 09 Difusión de obras y acciones del Gobierno Municipal									
Unidad Responsable		Dirección Comunicación Social									
Problemática Central:		Los ciudadanos de Atitalaquia no reciben información oportuna, confiable, transparente y eficaz sobre la gestión municipal.									
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #800000; color: white;">Beneficiarios</th> <th style="background-color: #800000; color: white;">Ejecutores</th> <th style="background-color: #800000; color: white;">Opositores</th> <th style="background-color: #800000; color: white;">Indiferentes</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="vertical-align: top;"> 1. Áreas de la Administración 2. Poblacion General 3. Gobierno Municipal </td> <td style="vertical-align: top;"> 1. Medios de Comunicación 2. Comunicación Social 3. Áreas solicitantes de difusión de información </td> <td style="vertical-align: top;"> 1. Observadores políticos 2. Desconocimiento de información de programas y apoyos </td> <td style="vertical-align: top;"> 1. Población establecida temporalmente en el Municipio 2. Habitantes sin acceso a internet </td> </tr> </tbody> </table>				Beneficiarios	Ejecutores	Opositores	Indiferentes	1. Áreas de la Administración 2. Poblacion General 3. Gobierno Municipal	1. Medios de Comunicación 2. Comunicación Social 3. Áreas solicitantes de difusión de información	1. Observadores políticos 2. Desconocimiento de información de programas y apoyos	1. Población establecida temporalmente en el Municipio 2. Habitantes sin acceso a internet
Beneficiarios	Ejecutores	Opositores	Indiferentes								
1. Áreas de la Administración 2. Poblacion General 3. Gobierno Municipal	1. Medios de Comunicación 2. Comunicación Social 3. Áreas solicitantes de difusión de información	1. Observadores políticos 2. Desconocimiento de información de programas y apoyos	1. Población establecida temporalmente en el Municipio 2. Habitantes sin acceso a internet								
<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p>Elaboró y Autorizó.</p> <p>Lic. Blanca Esthela Camargo Ángeles Dirección Comunicación Atitalaquia, Hidalgo</p> </div>											

Árbol del problema

Programa Presupuestario:	COMS 09 Difusión de obras y acciones del Gobierno Municipal
Unidad Responsable:	Dirección Comunicación Social



Elaboró y Autorizó.
Lic. Blanca Esthela Camargo Ángeles
Dirección Comunicación Social
Atitlaquia, Hidalgo





GOBIERNO MUNICIPAL DE ATITALAQUIA
ANEXO VI

Análisis de Alternativas

Programa Presupuestario	COMS 09 Difusión de obras y acciones del Gobierno Municipal
Unidad Responsable	Dirección Comunicación Social

Criterios de valoración	Alternativa 1 Estrategia de difusión en plataformas digitales y redes sociales.	Alternativa 2 Materiales gráficos e informativos institucionales producidos y distribuidos.	Alternativa (Componente 3)
Facultad Jurídica	2	2	N/A
Presupuesto disponible	1	1	N/A
Realizable en corto plazo	2	2	N/A
Diponibilidad de recursos	2	2	N/A
Disponibilidad de recursos técnicos	2	2	N/A
Disponibilidad de recursos administrativos	2	2	N/A
Cultural y socialmente aceptable	2	2	N/A
Estudio de impacto ambiental	N/A	N/A	N/A

 GOBIERNO MUNICIPAL DE ATITALAQUIA	
ANEXO VII.	
Estructura Analítica del Programa Presupuestario	
Programa Presupuestario	COMS 09 Difusión de obras y acciones del Gobierno Municipal
Unidad Responsable	Dirección Comunicación Social

Problemática (Proviene del árbol del problema)		Solución (Proviene del árbol de objetivos)	
Los ciudadanos de Atitalaquia no reciben información oportuna, confiable, transparente y eficaz sobre la gestión municipal.		Los ciudadanos de Atitalaquia reciben información oportuna, confiable, transparente y eficaz sobre la gestión municipal.	
Efectos		Fines	
1	Escasa participación ciudadana en convocatorias, programas y servicios municipales por desconocimiento.	1	Alta participación ciudadana en los proyectos y beneficios que ofrece la administración pública.
2	Crecimiento de desinformación, rumores y noticias falsas (fake news) en la comunidad.	2	Existencia de una opinión pública informada con datos oficiales, confiables y verificables.
3	Incremento de la percepción de opacidad y desconfianza ciudadana hacia la gestión pública.	3	Fortalecimiento de la confianza y el vínculo de identidad entre la ciudadanía y su gobierno.
4	Debilitamiento de la transparencia institucional y la rendición de cuentas del Gobierno Municipal.	4	Consolidación de la transparencia institucional y la rendición de cuentas del Gobierno Municipal.
Magnitud (Línea base)		Magnitud (Resultado esperado)	
31,525 habitantes		31,525 habitantes	
Causas		Medios	
1	Inexistencia o falla en la ejecución de estrategias de difusión en plataformas digitales y redes sociales.	1	Estrategia de difusión en plataformas digitales y redes sociales.
1.1	Inexistente monitoreo de interacciones y nula respuesta ciudadana en plataformas digitales.	1.1	Monitoreo de interacciones y respuesta ciudadana en plataformas digitales realizado de manera sistemática.
2	Insuficiente producción y distribución de materiales gráficos e informativos institucionales.	2	Materiales gráficos e informativos institucionales producidos y distribuidos.
2.1	Carencia de identidad gráfica, videos y fotografía profesional de la obra pública y acciones de gobierno.	2.1	Identidad gráfica, videos y fotografía de obra pública y acciones de gobierno producidos con calidad institucional.

Elaboró y Autorizó.

Lic. Blanca Esthela Camargo Angeles
Dirección Comunicación Social
Atitalaquia, Hidalgo

MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS

Unidad responsable: Programa Presupuestario:											
Dirección Comunicación Social CXMIS 00 Difusión de áreas y acciones del Gobierno Municipal											
INDICADOR											
NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	NOMBRE DEL INDICADOR	FÓRMULA	VARIABLES	FRECUENCIA	DIMENSIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	TIPO DE INDICADOR	META PROGRAMADA	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN	Contribuir a fortalecer los canales de comunicación mediante la difusión oportuna y efectiva de la información en los programas y proyectos del Gobierno Municipal de Atitlaquía.	Porcentaje de cumplimiento de la difusión de acciones y programas del Gobierno Municipal.	$PCCDR = \frac{(RACR/PACR) \cdot 100}{P7 \cdot 100}$	ADR= Acciones de difusión realizadas ADP= Acciones de difusión programadas	Anual	Eficacia	Porcentaje	Es estratégico	5000 Acciones publicadas	Informe Anual de Resultados de Comunicación Social 2026, que consolida el impacto de la difusión de la gestión gubernamental; de periodicidad anual. Comunicación Social; disponible para su consulta en el archivo físico y digital de la Dirección.	Existe estabilidad social y política en el municipio que permite la libre difusión de las acciones en los diversos organismos institucionales.
PROPÓSITO	Los ciudadanos reciben información oportuna, confiable, transparente y eficaz sobre la gestión municipal.	Porcentaje de informes de ciudadanos que consultan los canales de información.	$PCCCO = \frac{(RACR/PACR) \cdot 100}{P7 \cdot 100}$	No. de hitos realizados con el alcance ciudadano de las publicaciones del Gobierno Municipal / No. de hitos Programados de las publicaciones del Gobierno Municipal	Anual	Eficacia	Porcentaje	Es estratégico	1 Informe de avances ciudadanos en publicaciones	Informe anual de impacto y alcance ciudadano, que integra el análisis de los avances de la gestión de gobierno en la población de periodicidad anual, generado por la Dirección de Comunicación Social; disponible en el archivo físico y digital de la Dirección.	La ciudadanía de Atitlaquía mantiene interés en el quehacer gubernamental y cuenta con acceso a servicios de internet o medios de comunicación masivos.
COMPONENTE	Estrategia de difusión en plataformas digitales y redes sociales ejecutada.	Porcentaje de cumplimiento de la estrategia de difusión digital.	$PCCDD = \frac{(RACR/PACR) \cdot 100}{P7 \cdot 100}$	NPCDR= Número de publicaciones y campañas realizadas NPCDP= Número de publicaciones y campañas de difusión programadas	Trimestral	Eficacia	Porcentaje	Gestión	5000 publicaciones en redes sociales	Reporte Trimestral de Estadísticas Digitales, que integra el concentrado de publicaciones realizadas, alcance total y porcentaje de interacción de la periodicidad trimestral, generado por la Dirección de Comunicación Social; disponible para su consulta en el repositorio digital de la Dirección.	Las plataformas digitales, operan con normalidad y permiten la difusión o cambios necesarios en sus algoritmos de alcance.
	Materiales eficaces e informativos institucionales producidos y distribuidos.	Porcentaje de materiales y contenidos producidos y distribuidos que impactan a la ciudadanía institucional.	$PMYCDYDFI = \frac{(RACR/PACR) \cdot 100}{P7 \cdot 100}$	TMPD= Total de materiales producidos TMPP= Total de materiales producidos para producción	Trimestral	Eficacia	Porcentaje	Gestión	1440 Materiales publicados	Producción de Producción y Difusión, Gráficos, que se genera en formatos digitales como: folios, volantes, papeles e impresos, así como enlaces a materiales institucionales; de periodicidad trimestral, generado por la Dirección de Comunicación Social; disponible en los archivos digitales de la Dirección.	Las áreas solicitantes del Gobierno Municipal proporcionan la información técnica de las obras y acciones en tiempo y forma para su procesamiento gráfico.
	Monitoreo de interacciones y acciones en plataformas digitales.	Porcentaje de atención a la interacción ciudadana en redes sociales.	$PACRS = \frac{(RACR/PACR) \cdot 100}{P7 \cdot 100}$	NCYMA= Número de comentarios y mensajes atendidos TCYMA= Total de comentarios y mensajes recibidos que requieren respuesta	Trimestral	Eficiencia	Porcentaje	Gestión	1600 Atenciones a través de redes sociales	Balanza Trimestral de Gestión de Comunicación Social, que integra el listado de mensajes atendidos, comentarios moderados y gestión de solicitudes ciudadanas en redes; de periodicidad trimestral, generado por la Dirección de Comunicación Social; disponible en el área de comunicación digital.	La ciudadanía interactúa de manera respetuosa en los canales oficiales y proporciona información que permite la medición del indicador.
ACTIVIDADES	Diseño y producción de identidad gráfica, videos y fotografía de obra pública y acciones de gobierno.	Porcentaje de producción de obra gráfica, videos y fotografía de obra pública y acciones de gobierno.	$PEPCSYA = \frac{(RACR/PACR) \cdot 100}{P7 \cdot 100}$	NSDYVA= Número de solicitudes de diseño y video atendidas TSDYVA= Total de solicitudes de diseño y video recibidas	Trimestral	Eficiencia	Porcentaje	Gestión	1440 Producciones	Reporte Trimestral de Producción Multimedia, que integra el listado de diseños generados, sesiones fotográficas realizadas y gestión de solicitudes ciudadanas en redes; de periodicidad trimestral, generado por la Dirección de Comunicación Social; disponible en el portafolio de evidencias de la Dirección.	Las unidades administrativas (Obras Públicas, Servicios Públicos, etc.) brindan facilidades de acceso y agenda para la toma de evidencias fotográficas y de video.

Elaboró y Autorizó:
Lic. Blanca Esthela Camargo Angeles
Dirección Comunicación Social
Atitlaquía, Hidalgo

GOBIERNO MUNICIPAL DE ATITALAQUIA FICHA TÉCNICA DE INDICADORES	
Unidad Responsable de la elaboración de la ficha técnica del indicador:	Dirección Comunicación Social
Programa Presupuestario:	COMS 09 Difusión de obras y acciones del Gobierno Municipal
Nombre del Indicador	
Porcentaje de cumplimiento de la de difusión de acciones y programas del Gobierno Municipal.	
Definición del indicador	
Medir el grado de cumplimiento de la estrategia global de comunicación institucional respecto a la difusión de las obras, acciones y programas realizados por el Gobierno Municipal.	
Dimensión a Medir	
Eficiencia <input checked="" type="checkbox"/> Eficacia <input type="checkbox"/> Economía <input type="checkbox"/> Calidad <input type="checkbox"/> Cobertura <input type="checkbox"/>	
Objetivo del Indicador	
Cuantificar el avance anual de la transparencia gubernamental a través de la comunicación de resultados para informar a la ciudadanía.	
Medios de Verificación	
Informe Anual de Resultados de Comunicación Social 2026, que consolida el impacto de la difusión de la gestión gubernamental; de periodicidad anual, generado por la Dirección de Comunicación Social; disponible para su consulta en el archivo físico y digital de la Dirección.	
Nivel (Fin, Propósito, Componente, Actividad)	Tipo de Indicador
Fin	Estratégico
Descripción de las Variables	Fórmula
ADR= Acciones de difusión realizadas ADP= Acciones de difusión programadas	$PCDAPGM=(ADR/ADP)*100$
Unidad de Medida del Resultado	Comportamiento del Indicador hacia la meta
Porcentaje	Ascendente
Frecuencia de Medición	Cobertura
Anual	Municipal
Meta programada	Línea Base
5000 Acciones publicadas	Año: 2025 Cantidad: 4801
Semaforización	
	80-100
	31-79
	0-30



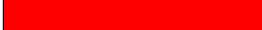
Elaboró y Autorizó.

Lic., Blanca Esthela Camargo Angeles
 Dirección Comunicación Social
 Atitlaquia, Hidalgo






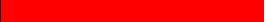
GOBIERNO MUNICIPAL DE ATITALAQUIA

FICHA TÉCNICA DE INDICADORES

Unidad Responsable de la elaboración de la ficha técnica del indicador:	Dirección Comunicación Social
Programa Presupuestario:	COMS 09 Difusión de obras y acciones del Gobierno Municipal
Nombre del Indicador	
Porcentaje de informes de ciudadanos que consultan los canales oficiales de información.	
Definición del indicador	
Medir el alcance de la población del municipio de Atitalaquia que accede y consulta efectivamente la información oficial emitida por la administración pública.	
Dimensión a Medir	
Eficiencia <input checked="" type="checkbox"/> Eficacia <input type="checkbox"/> Economía <input type="checkbox"/> Calidad <input type="checkbox"/> Cobertura <input type="checkbox"/>	
Objetivo del Indicador	
Lograr que los ciudadanos reciban información oportuna, confiable, transparente y eficaz de las actividades gubernamentales.	
Medios de Verificación	
Informe anual de Impacto y alcance ciudadano, que integra el análisis cuantitativo del alcance de las acciones de gobierno en la población; de periodicidad anual, generado por la Dirección de Comunicación Social; disponible en el archivo físico y digital de la Dirección.	
Nivel (Fin, Propósito, Componente, Actividad)	Tipo de Indicador
Propósito	Estratégico
Descripción de las Variables	Fórmula
No. de Informes realizados con el alcance ciudadano de las publicaciones del Gobierno Municipal / No. de Informes Programados con el alcance ciudadano de las publicaciones del Gobierno Municipal	$PCCCOI = (IRACP/IPACP) * 100$
Unidad de Medida del Resultado	Comportamiento del Indicador hacia la meta
Porcentaje	Ascendente
Frecuencia de Medición	Cobertura
Anual	Municipal
Meta programada	Línea Base
1 Informe de alcances ciudadanos en publicaciones	0
Semaforización	
	80-100
	31-79
	0-30

Elaboró y Autorizó.

Lic., Blanca Esthela Camargo Angeles
 Dirección Comunicación Social
 Atitalaquia, Hidalgo

 GOBIERNO MUNICIPAL DE ATITALAQUIA FICHA TÉCNICA DE INDICADORES	
Unidad Responsable de la elaboración de la ficha técnica del indicador:	Dirección Comunicación Social
Programa Presupuestario:	COMS 09 Difusión de obras y acciones del Gobierno Municipal
Nombre del Indicador	
Porcentaje de cumplimiento de la estrategia de difusión digital	
Definición del indicador	
Medir el nivel de ejecución de la pauta de contenidos programada para redes sociales y medios digitales oficiales del municipio.	
Dimensión a Medir	
Eficiencia <input checked="" type="checkbox"/> Eficacia <input type="checkbox"/> Economía <input type="checkbox"/> Calidad <input type="checkbox"/> Cobertura <input type="checkbox"/>	
Objetivo del Indicador	
Evaluar la constancia y el cumplimiento de la presencia digital del Gobierno Municipal para mantener informada a la comunidad virtual.	
Medios de Verificación	
Reporte Trimestral de Estadísticas Digitales , que integra el concentrado de publicaciones realizadas, alcance total y métricas de interacción por plataforma; de periodicidad trimestral, generado por la Dirección de Comunicación Social; disponible para su consulta en el repositorio digital de la Dirección.	
Nivel (Fin, Propósito, Componente, Actividad)	Tipo de Indicador
Componente 1	Gestión
Descripción de las Variables	Fórmula
NPCDR= Número de publicaciones y campañas de difusión realizadas NPCDP= Número de publicaciones y campañas de difusión programadas	$PCEDD= (NPCDR/NPCDP)*100$
Unidad de Medida del Resultado	Comportamiento del Indicador hacia la meta
Porcentaje	Ascendente
Frecuencia de Medición	Cobertura
Trimestral	Municipal
Meta programada	Línea Base
5000 publicaciones en redes sociales	Año: 2025 Cantidad: 4801
Semaforización	
	80-100
	31-79
	0-30
Elaboró y Autorizó. Lic.,Blanca Esthela Camargo Angeles Dirección Comunicación Social Atitalaquia, Hidalgo	






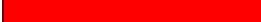
GOBIERNO MUNICIPAL DE ATITALAQUIA

FICHA TÉCNICA DE INDICADORES

Unidad Responsable de la elaboración de la ficha técnica del indicador:		Dirección Comunicación Social	
Programa Presupuestario:		COMS 09 Difusión de obras y acciones del Gobierno Municipal	
Nombre del Indicador			
Porcentaje de materiales y campañas diseñados y difundidos que fortalecen la identidad institucional.			
Definición del indicador			
Medir la producción y distribución total de materiales visuales, impresos y audiovisuales diseñados para fortalecer la identidad institucional.			
Dimensión a Medir			
Eficiencia	<input checked="" type="checkbox"/>	Eficacia	<input type="checkbox"/>
Economía	<input type="checkbox"/>	Calidad	<input type="checkbox"/>
Cobertura	<input type="checkbox"/>		
Objetivo del Indicador			
Registrar la capacidad de generación de herramientas informáticas y físicas para apoyar la difusión de las actividades de cada dependencia municipal.			
Medios de Verificación			
Portafolio de Producción y Difusión Gráfica, que integra muestras fotográficas de lonas, volantes, gacetas e impresos, así como enlaces a materiales institucionales; de periodicidad trimestral, generado por la Dirección de Comunicación Social; disponible en los archivos digitales de la Dirección.			
Nivel (Fin, Propósito, Componente, Actividad)		Tipo de Indicador	
Componente 2		Gestión	
Descripción de las Variables		Fórmula	
TMPD= Total de materiales producidos y distribuidos TMPP= Total de materiales programados para producción		$PMYCDYDFIL = (TMPD/TMPP) * 100$	
Unidad de Medida del Resultado		Comportamiento del Indicador hacia la meta	
Porcentaje		Ascendente	
Frecuencia de Medición		Cobertura	
Trimestral		Municipal	
Meta programada		Línea Base	
1440 materiales publicados		Año: 2025 Cantidad:	1280
Semaforización			
	80-100		
	31-79		
	0-30		

Elaboró y Autorizó.

Lic., Blanca Esthela Camargo Angeles
Dirección Comunicación Social
Atitalaquia, Hidalgo

 GOBIERNO MUNICIPAL DE ATITALAQUIA FICHA TÉCNICA DE INDICADORES	
Unidad Responsable de la elaboración de la ficha técnica del indicador:	Dirección Comunicación Social
Programa Presupuestario:	COMS 09 Difusión de obras y acciones del Gobierno Municipal
Nombre del Indicador	
Porcentaje de atención a la interacción ciudadana en redes sociales.	
Definición del indicador	
Medir la capacidad de respuesta y atención brindada a los ciudadanos que interactúan, consultan o comentan en las plataformas digitales oficiales.	
Dimensión a Medir	
Eficiencia <input checked="" type="checkbox"/>	Eficacia <input type="checkbox"/>
Economía <input type="checkbox"/>	Calidad <input type="checkbox"/>
Cobertura <input type="checkbox"/>	
Objetivo del Indicador	
Fortalecer la atención ciudadana digital mediante la resolución de dudas y el seguimiento de comentarios en tiempo real.	
Medios de Verificación	
Bitácora Trimestral de Gestión de Comunidad Digital, que integra el registro de mensajes atendidos, comentarios moderados y gestión de solicitudes ciudadanas en redes; de periodicidad trimestral, generado por la Dirección de Comunicación Social; disponible en el área de comunicación digital.	
Nivel (Fin, Propósito, Componente, Actividad)	Tipo de Indicador
Actividad 1.1	Gestión
Descripción de las Variables	Fórmula
NCYMA= Número de comentarios y mensajes atendidos TCYMRRR= Total de comentarios y mensajes recibidos que requieren respuesta	$PMYCDYDFII = (TMPD/TMPP) * 100$
Unidad de Medida del Resultado	Comportamiento del Indicador hacia la meta
Porcentaje	Ascendente
Frecuencia de Medición	Cobertura
Trimestral	Municipal
Meta programada	Línea Base
1600 Atenciones a traves de redes sociales	Año: 2025 Cantidad: 1200
Semaforización	
	80-100
	31-79
	0-30

Elaboró y Autorizó.

Lic. Blanca Esthela Camargo Angeles
Dirección Comunicación Social
Atitalaquia, Hidalgo



GOBIERNO MUNICIPAL DE ATITALAQUIA

FICHA TÉCNICA DE INDICADORES

Unidad Responsable de la elaboración de la ficha técnica del indicador:		Dirección Comunicación Social	
Programa Presupuestario:		COMS 09 Difusión de obras y acciones del Gobierno Municipal	
Nombre del Indicador			
Porcentaje de eficiencia en la producción de contenidos gráficos y audiovisuales.			
Definición del indicador			
Medir la eficiencia operativa del equipo creativo en la atención de solicitudes de diseño, fotografía y video institucional.			
Dimensión a Medir			
Eficiencia	<input checked="" type="checkbox"/>	Eficacia	<input type="checkbox"/>
Economía	<input type="checkbox"/>	Calidad	<input type="checkbox"/>
Cobertura	<input type="checkbox"/>		
Objetivo del Indicador			
Documentar gráficamente las acciones de gobierno para alimentar los canales de difusión con material de alta calidad.			
Medios de Verificación			
Reporte Trimestral de Producción Multimedia, que integra el listado de diseños generados, sesiones fotográficas realizadas y videos producidos conforme a la agenda oficial; de periodicidad trimestral, generado por la Dirección de Comunicación Social; disponible en el portafolio de evidencias de la Dirección.			
Nivel (Fin, Propósito, Componente, Actividad)		Tipo de Indicador	
Actividad 1.2		Gestión	
Descripción de las Variables		Fórmula	
NSDYVA= Número de solicitudes de diseño y video atendidas TSDYVR= Total de solicitudes de diseño y video recibidas		PEPCGYA= (NSDYVA/TSDYVR)*100	
Unidad de Medida del Resultado		Comportamiento del Indicador hacia la meta	
Porcentaje		Ascendente	
Frecuencia de Medición		Cobertura	
Trimestral		Municipal	
Meta programada		Línea Base	
5000 publicaciones		Año: 2025 Cantidad: 4801	
Semaforización			
	80-100		
	31-79		
	0-30		

Elaboró y Autorizó.

Lic, Blanca Esthela Camargo Angeles
 Dirección Comunicación Social
 Atitalaquía, Hidalgo

Bibliografía

- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPEUM.pdf>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, Ley General de Responsabilidades Administrativas del Estado de Hidalgo. Disponible en: http://www.congreso-hidalgo.gob.mx/biblioteca_legislativa/leyes_cintillo/Ley%20de%20Responsabilidades%20Administrativas%20del%20Estado%20de%20Hidalgo.pdf
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, Ley General de Comunicación Social. Disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGCS.pdf>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, Ley Federal de Derechos de Autor. Disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFDA.pdf>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTR.pdf>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Disponible en: https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGTAIP_200521.pdf,
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados. Disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGPDPSO.pdf>
- Gobierno de México. Plan Nacional de Desarrollo (2019-2024). Disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5565599&fecha=12/07/2019#gsc.tab=0
- ONU. Agenda 2030 Objetivos de Desarrollo Sostenible. Disponible en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>
- Congreso del Estado de Hidalgo. Constitución Política del Estado de Hidalgo. Disponible en: http://www.congreso-hidalgo.gob.mx/biblioteca_legislativa/leyes_cintillo/Constitucion%20Politica%20del%20Estado%20de%20Hidalgo.pdf
- Congreso del Estado de Hidalgo. Ley de Planeación y Prospectiva del Estado de Hidalgo. Disponible en: https://ehacienda.hidalgo.gob.mx/Transparencia/Docs/PorTema/385/Ley_de_Planeaci%C3%B3n_y_Prospectiva_del_Estado_de_Hidalgo.pdf
- Congreso del Estado de Hidalgo. Ley Orgánica Municipal para el Estado de Hidalgo. Disponible en: http://www.congreso-hidalgo.gob.mx/biblioteca_legislativa/leyes_cintillo/Ley%20Organica%20Municipal%20del%20Estado%20de%20Hidalgo.pdf
- Congreso del Estado de Hidalgo. Ley de Protección de Datos Personales para el Estado de Hidalgo. Disponible en: http://www.congreso-hidalgo.gob.mx/biblioteca_legislativa/leyes_cintillo/Ley%20de%20Proteccion%20de%20Datos%20Personales%20en%20posesion%20de%20sujetos%20obligados.pdf
- Congreso del Estado de Hidalgo. Ley de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales para el Estado de Hidalgo. Disponible en: http://www.congreso-hidalgo.gob.mx/biblioteca_legislativa/leyes_cintillo/Ley%20de%20Transparencia%20y%20Acceso%20a%20la%20Informacion%20Publica%20para%20el%20Estado%20de%20Hidalgo.pdf
- Congreso del Estado de Hidalgo. Ley Sobre el Uso de Medios Electrónicos y Firma Electrónica Avanzada para el Estado de Hidalgo. Disponible en: https://www.congreso-hidalgo.gob.mx/biblioteca_legislativa/leyes_cintillo/Ley%20sobre%20el%20uso%20de%20Medios%20Electronicos%20y%20Firma%20Electronicos.pdf

- Gobierno del Estado de Hidalgo. Plan Estatal de Desarrollo 2022-2028. Disponible en: <http://tenemosunacuerdo.hidalgo.gob.mx/pdf/PLAN%20ESTATAL.pdf>
- Gobierno Municipal Atitalaquia. Plan Municipal de Desarrollo 2024-2027. Disponible en: <https://www.atitalaquia.gob.mx/plan-municipal/plan-2024-2027.pdf>
- Gobierno Municipal Atitalaquia. Manual de Organización Institucional Atitalaquia. Disponible en: <http://www.atitalaquia.gob.mx/TRANSPARENCIA-69-nuevo/02-estructura-organica/2021-1/MANUAL-DE-ORGANIZACION-INSTITUCIONAL-ATITALAQUIA.pdf>