Naranjos Amatlán
ADMINISTRACIÓN 2026-2029

PLAN ANUAL DE TRABAJO DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

RESULTADOS *que transforman*

INDICE

Pag. 1- Indice.

Pag. 2- Introducción y Marco de Utilidad Interna.
1.1- Alineación estratégica con los objetivos de mediano y largo plazo.

Pag. 3- Eje Rector 1 Desarrollo Social Inclusivo y bienestar Ciudadano.
3.1- PMD Eje 5 (Gobierno Abierto).
3.2- PMD Eje 1 y Reconocimiento Indígena.
3.3- PVD
3.4- PND.
3.5- ODS 6 (Agua Limpia y Saneamiento)
3.6- ODS 5 (Igualdad de Género)
3.7- Respuestas Explícitas a los Criterios Técnicos de Planeación.

Pag. 4- .Matriz del Plan Anual de Trabajo por Objetivos Específicos.

Pag. 5- Coordinación de Multimedia y Redes Sociales.
5.1- Actividad Permanente.
5.2- Objetivo Específico.
5.3- Actividad 2.1.
5.4- Actividad 2.2.

Pag. 6- Objetivo Específico 3.
6.1- Objetivo Específico 4.

Pag. 7- Actividad 4.2.

Pag. 8- Cronograma Anualizado de Actividades (Siguientes Páginas Gráficas)..

Pag. 13- Sistema Institucional de Control, Monitoreo y Evaluación
13.1- .Reuniones de Evaluación Mensual Interna de la Dirección.
13.2- Tablero de control Operativo.

Pag. 14- Mecanismos de Verificación Ciudadana.

Pag. 15- Créditos.

DOCUMENTO OFICIAL H. AYUNTAMIENTO DE NARANJOS-AMATLÁN

Plan Anual de Trabajo 2026-2027: Dirección de Comunicación Social del H. Ayuntamiento de Naranjos Amatlán, Ver.

1. Introducción y Marco de Utilidad Interna.

El presente Plan Anual de Trabajo (PAT) 2026-2027, constituye el instrumento de planeación operativa de la Dirección de Comunicación Social del H. Ayuntamiento Constitucional de Naranjos Amatlán, Veracruz.

Este documento no se concibe como un requisito administrativo aislado, sino como la hoja de ruta técnica que traduce las prioridades ciudadanas y los objetivos estratégicos de la administración 2026-2029 en acciones de difusión, transparencia y vinculación comunitaria.

La utilidad interna primordial de este plan reside en su capacidad para conjuntar e integrar la totalidad de los esfuerzos informativos y de diseño institucional del municipio en un periodo de doce meses. Al consolidar las metas, recursos, responsables y cronogramas, el PAT sirve como el mecanismo central para:el seguimiento continuoel cuál permite verificar mes con mes el grado de cumplimiento de las pautas de difusión mediante un sistema de indicadores de gestión y de resultados. La organización Interinstitucional, evita la duplicidad de funciones y unifica la identidad gráfica y el mensaje del ayuntamiento entre todas las direcciones y coordinaciones operativas. El eventual replanteamiento de metas: otorga la flexibilidad técnica necesaria para que, ante contingencias climáticas (como el estiaje recurrente del Río Tancochín) o emergencias operativas, se puedan redefinir alcances, tiempos y participantes sin perder la alineación estratégica. Vinculación y complementariedad con otros medios de planeación para asegurar su viabilidad técnica y financiera, este plan opera de manera transversal y se vincula directamente con los siguientes instrumentos municipales:

- Cronograma General de Actividades Municipales: Sincroniza las campañas de comunicación con el calendario de obras del FISM-DF, los eventos de la agenda del Presidente Municipal y los periodos del Tianguis Dominical y festividades tradicionales.
- Programas Estratégicos Coordinados (Plan Hídrico y Desarrollo Indígena): El PAT dota de cobertura informativa y campañas de concientización a los proyectos insignia, tales como la construcción del reservorio en el Río Tancochín y el programa de caminos artesanales ante el INPI.
- Matriz de Riesgo Institucional: Se complementa con los protocolos de protección civil y gobernanza para mitigar riesgos reputacionales, desinformación o fallos en los canales de transparencia gubernamental.
- Presupuesto de Egresos Municipal: Vinculado estrictamente con las previsiones del gasto autorizadas para la operatividad de los servicios generales y suministros de la Dirección.

2. Alineación Estratégica con los Objetivos de Mediano y Largo Plazo.

El Plan Anual de Trabajo de la Dirección de Comunicación Social responde a un ejercicio de alineación vertical y horizontal para asegurar que el uso de la voz institucional coadyuve al cumplimiento de las metas de mayor alcance fijadas en el Plan Municipal de Desarrollo (PMD) 2026-2029, el Plan Veracruzano de Desarrollo 2025-2030 y la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.2.1. con el Plan Municipal de Desarrollo 2026-2029; el PAT se desprende directamente de los objetivos específicos y el marco del Eje Rector 5: Gobierno Abierto y Eficaz, y el

EJEMPLAR OFICIAL. AYUNTAMIENTO DE NARANJOS-AMATLÁN

Eje Rector 1: Desarrollo Social Inclusivo y Bienestar Ciudadano.

PMD Eje 5 (Gobierno Abierto): El diagnóstico municipal arroja de manera contundente que el 61% de la ciudadanía (tanto en encuestas presenciales como digitales), prefiere informarse sobre el gasto público, las obras y las acciones de gobierno a través de las Redes Sociales Oficiales del Ayuntamiento. Comunicación Social asume la misión de profesionalizar y mantener estos canales digitales como el medio de transparencia por excelencia.

PMD Eje 1 y Reconocimiento Indígena: Atendiendo al estatus de Naranjos Amatlán como Pueblo Originario Indígena Tenek ante el INPI, la dirección alínea su estrategia para que la difusión institucional incorpore un enfoque de justicia intercultural, asegurando la traducción de mensajes clave a la lengua huasteca.2.2.
Con la Alineación Estatal y Nacional, Plan Veracruzano de Desarrollo (PVD): Se sincroniza con las directrices de honestidad, austeridad y gobierno cercano a la gente de la administración estatal, coadyuvando a proyectar el desarrollo de la zona norte de la entidad.
Plan Nacional de Desarrollo (PND): Adopta la máxima de "no dejar a nadie atrás, no dejar a nadie fuera", transformando la comunicación en una herramienta de inclusión social para los habitantes de las 34 colonias urbanas y las 23 comunidades rurales del municipio.2.3.

Con la Agenda 2030 (Objetivos de Desarrollo Sostenible) ODS 16 (Paz, Justicia e Instituciones Sólidas): Mediante la garantía del acceso público a la información, la rendición de cuentas clara en el uso de los recursos y la transparencia proactiva.
ODS 6 (Agua Limpia y Saneamiento): A través del diseño y despliegue de la campaña permanente de cultura del agua que respalda el Plan Hídrico Municipal.
ODS 5 (Igualdad de Género): Institucionalizando un lenguaje incluyente y no sexista en todas las publicaciones oficiales y promoviendo el empoderamiento de las mujeres naranjenses.

3. Respuestas Explícitas a los Criterios Técnicos de Planeación

Para cumplir a cabalidad con la estructura metodológica solicitada, la operación anual de la Dirección de Comunicación Social se diseña bajo las siguientes respuestas explícitas:
A. ¿Qué debe hacerse? (Tareas y Acciones) Diseñar, gestionar y alimentar diariamente las redes sociales oficiales del H. Ayuntamiento (Facebook, portales web institucionales) con contenido de interés público, convocatorias y reportes de obra. Producir los materiales de identidad gráfica, spots de audio, videos institucionales, fotografía y comunicados de prensa para todas las dependencias del gobierno municipal. Implementar campañas informativas de gran impacto dirigidas a la concientización ambiental, el cuidado del agua (Plan Hídrico), la prevención de adicciones en jóvenes y la promoción de la cultura huasteca. Elaborar de manera mensual y anual los informes de transparencia proactiva que complementen la Gaceta Municipal y los tableros informativos del Palacio Municipal.
B. ¿Cuándo debe hacerse? (Tiempo) El plan comprende un horizonte temporal de 12 meses, estructurado en cuatro etapas tácticas trimestrales que inician de forma inmediata y cubren el ciclo operativo anualizado de la administración municipal. Las actividades diarias y permanentes conviven con campañas temporales vinculadas a los meses de estiaje, periodos de veda o festividades locales tradicionales.
C. ¿Cómo debe hacerse? (Estrategia) Se implementará una estrategia de Comunicación Digital de Proximidad y Gobierno Abierto. Esta se basa en la democratización de la información, migrando del boletín tradicional al uso

DOCUMENTO OFICIAL H. AYUNTAMIENTO DE NARANJOS AMATLÁN

de herramientas multimedia de alta fidelidad, infografías accesibles y transmisiones en vivo. La estrategia contempla la transversalidad y pertinencia cultural, lo que significa que cada campaña de bacheo, salud, alumbrado o protección civil será difundida respetando el contexto geográfico de las comunidades rurales y la identidad pluricultural del municipio.

D. ¿Quién lo debe hacer? (Responsables) El personal adscrito a la Dirección de Comunicación Social del H. Ayuntamiento de Naranjos Amatlán. La estructura orgánica responsable incluye: Titular de la Dirección de Comunicación Social: Coordinación general, diseño de política informativa y enlace con el Presidente Municipal y Cabildo. Coordinación de Contenido Multimedia y Redes Sociales: Administración de la página oficial de Facebook, analítica digital y atención ciudadana interactiva. Área de Diseño Gráfico y Fotografía: Creación de la identidad visual, infografías, edición de video y banners para campañas transversales. Redacción y Enlace de Prensa: Elaboración de comunicados oficiales, minutas informativas y coordinación con medios locales y estatales de la Huasteca Alta.

E. ¿Con qué recursos se cuenta? (Humanos, Técnicos y Materiales) Humanos: 1 Director de área, 1 Editor/Fotógrafo. Se contará con el apoyo de prestadores de servicio social de instituciones educativas de la región. Técnicos: Software de edición de imagen y video con licencia institucional, herramientas de monitoreo de métricas de redes sociales, y sistemas de gestión de archivos en la nube. Materiales: Equipos de cómputo de alta capacidad de procesamiento gráfico, cámaras fotográficas y de video profesionales, sistemas de iluminación portátil, micrófonos inalámbricos y consumibles de oficina. El espacio físico asignado dentro del Palacio Municipal de Naranjos Amatlán.

F. ¿Qué resultados se esperan? (Metas) Consolidar las redes sociales oficiales como el canal principal de información pública en todo el municipio, alcanzando una cobertura sostenida de la población con acceso digital. Lograr la cobertura del 100% de los eventos oficiales, inauguraciones de obra e informes de Cabildo con materiales visuales y notas de prensa de alta calidad. Coadyuvar en la reducción de incidencias operativas mediante campañas de prevención (salud, basura, agua) que alcancen niveles óptimos de penetración e internalización en la cabecera y comunidades rurales.

G. ¿Cómo medir los resultados? (Indicadores) A través de una Matriz de Indicadores para Resultados (MIR) que evalúa el cumplimiento de metas mediante indicadores de componente y actividad, calculados con base en el volumen de publicaciones efectivas, porcentaje de solicitudes informativas atendidas, interacciones de transparencia proactiva en redes y número de campañas específicas concluidas en tiempo y forma.

4. Matriz del Plan Anual de Trabajo por Objetivos Específicos.

Para estructurar la planeación anual, las actividades se dividen en 4 Objetivos Específicos, que agrupan las tareas operativas, estrategias, recursos y el calendario formalizado de inicio y conclusión para cada una.

OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Institucionalizar la transparencia gubernamental y la rendición de cuentas a través de las Redes Sociales Oficiales del H. Ayuntamiento.Actividad.

1.1: Gestión, diseño y actualización diaria de la plataforma oficial de Facebook y Portal Web Institucional.

¿Qué debe hacerse? (Tareas): Elaborar una parrilla de contenido semanal que abarque avisos de servicios públicos (limpia pública, bacheo, cortes de energía), convocatorias ciudadanas, acuerdos de Cabildo, estados financieros y transmisiones en vivo de las sesiones del COPLADEMUN.

¿Cómo debe hacerse? (Estrategia): Implementar formatos multimedia interactivos (videos cortos, infografías con lenguaje ciudadano sencillo) que faciliten la comprensión del gasto público y eviten la saturación burocrática.

DOCUMENTO OFICIAL H. AYUNTAMIENTO DE NARANJOS-AMATLÁN

Coordinación de Contenido Multimedia y Redes Sociales.

Recursos: Equipos de cómputo, licencias de software, personal especializado y conexión a internet del Palacio Municipal.
Metas (Resultados esperados): Publicación mínima de 3 contenidos diarios informativos y atención al 100% de los mensajes de la ciudadanía con dudas sobre trámites o reportes.
Indicadores:Porcentaje de actualización digital; Días con actualización efectiva en el mes; Días totales del mes;
Calendarización: Fecha de Inicio: 01 de Junio de 2026. Fecha de Conclusión: 31 de Mayo de 2027.

Actividad Permanente. Actividad 1.2: Producción de las síntesis de transparencia proactiva y soportes para la Gaceta Municipal.**¿Qué debe hacerse? (Tareas):** Compilar de manera mensual las obras concluidas, montos invertidos del Ramo 33 (FISM y FORTAMUNDF) y acciones de gobierno para su publicación en formato descargable y en los tableros del Palacio Municipal. **¿Cómo debe hacerse? (Estrategia):** Maquetación limpia en formato digital compatible con dispositivos móviles, asegurando un acceso rápido y sin barreras tecnológicas. **Redacción y Enlace de Prensa / Área de Diseño Gráfico. Recursos:** Cámaras fotográficas, computadoras, software de diseño editorial y papelería. **Metas (Resultados esperados):** 12 ediciones mensuales publicadas puntualmente en los primeros 5 días posteriores al cierre de cada mes. Indicadores:Efectividad en Transparencia, Informes de obra publicados, Informes de obra programados, Calendarización: Fecha de Inicio: 01 de Julio de 2026. Fecha de Conclusión: 10 de Mayo de 2027. Cortes Mensuales).

OBJETIVO ESPECÍFICO 2: Diseñar y ejecutar campañas de comunicación transversal que respalden los programas prioritarios de Sustentabilidad, Infraestructura y Bienestar Social del Municipio.

Actividad 2.1: Campaña Institucional Permanente de Cultura del Agua y Socialización del Plan Hídrico Municipal. **¿Qué debe hacerse? (Tareas):** Crear una campaña integral denominada *"Cuidemos el Tancochín: Resultados que Transforman Nuestro Río"*, enfocada en informar los avances técnicos del reservorio, promover la reducción del consumo en hogares durante el estiaje y concientizar sobre el no desperdicio de agua potable.**¿Cómo debe hacerse? (Estrategia):** Producción de cápsulas informativas en campo junto a los ingenieros de la Comisión de Agua, así como infografías que expliquen el derecho humano al líquido y los mecanismos de mitigación del estrés hídrico. **Responsable: Titular de la Dirección / Coordinación de Contenido Multimedia.Recursos**: Cámaras de video, drones para tomas aéreas del Río Tancochín, vehículos de la dirección para visitas a comunidades rurales. **Metas (Resultados esperados):** Lograr un impacto masivo de concientización digital que redunde en el respaldo ciudadano a los proyectos de infraestructura hidráulica. Indicadores: Volumen de difusión hídrica, Número de materiales multimedia difundidos sobre el Plan Hídrico al trimestre. Calendarización: Fecha de Inicio: 15 de Junio de 2026, previo a picos de variación climática estacional). Fecha de Conclusión: 30 de Abril de 2027.
Actividad 2.2: Sensibilización para la Separación de Residuos Sólidos y Gestión de Limpia Pública. **¿Qué debe hacerse? (Tareas):** Diseñar material educativo interactivo enfocado en los horarios regularizados de recolección en las 31 colonias y capacitar a la población sobre reciclaje y separación desde el hogar, capitalizando el capital social detectado en el diagnóstico. **¿Cómo debe hacerse? (Estrategia):** Desarrollar una campaña intensiva de sensibilización en campo y redes sociales para abatir el 36% de escepticismo detectado en los sectores presenciales, impulsando la transición hacia la economía circular. **Responsable:** Área de Diseño Gráfico / Enlace con Dirección de Limpia Pública. **Recursos:** Material impreso en formato

DOCUMENTO OFICIAL AYUNTAMIENTO DE NARANJOS AMATLÁN

amigable, videos animados para infancias y pautas en redes oficiales. **Metas (Resultados esperados):** Divulgación completa de las rutas y horarios optimizados de recolección, disminuyendo los tiraderos clandestinos en la cabecera municipal. **Indicadores**: Porcentaje de cobertura informativa de Limpia Pública, colonias con horarios de recolección difundidos, total de colonias del municipio 31, **Calendarización:** Fecha de Inicio: 01 de Agosto de 2026. Fecha de Conclusión: 31 de Octubre de 2026; Etapa intensa de estabilización).

OBJETIVO ESPECÍFICO 3:

Promover el rescate de la identidad cultural huasteca, la inclusión del Pueblo Originario Tenek y la cohesión social mediante entornos seguros.
Actividad 3.1: Institucionalización de la Comunicación Intercultural y difusión de la Lengua Materna.
¿Qué debe hacerse? (Tareas): Traducir los avisos de protección civil, salud pública y los banners de programas del INPI a la lengua Huasteca principal del municipio. Generar contenidos que destaquen las artesanías y vocaciones de las comunidades como actores económicos activos. **¿Cómo debe hacerse? (Estrategia):** Trabajo conjunto con traductores certificados de la congregación de Amatlán y comunidades rurales incorporadas al Catálogo Nacional de Pueblos Indígenas. **Responsable:** Redacción y Enlace de Prensa / Dirección de Desarrollo Social. **Recursos:** Humanos (traductores comunitarios), técnicos (grabadoras de audio para spots radiales comunitarios).**Metas (Resultados esperados):** Emisión de al menos 1 comunicado o cápsula bilingüe (Español-Huasteco) de manera quincenal. **Indicadores:** Porcentaje de Contenido Inclusivo, Campañas institucionales con traducción o enfoque indígena total de campañas anuales del PAT 10. **Calendarización:** Fecha de Inicio: 01 de Septiembre de 2026. Fecha de Conclusión: 15 de Mayo de 2027.
Actividad 3.2: Difusión de Campañas de Prevención de Adicciones, Salud Mental y Promoción de Espacios Públicos Seguros. **¿Qué debe hacerse? (Tareas):** Elaborar materiales visuales de alto impacto dirigidos a la juventud naranjense sobre salud mental y prevención de adicciones, respondiendo a la preocupación del 58% de los padres de familia consultados. Promover la apropiación ciudadana de parques recreativos y el programa "Naranjos Iluminado". **¿Cómo debe hacerse? (Estrategia):** Testimoniales en video de jóvenes deportistas de las ligas locales, difusión de talleres artísticos permanentes y cobertura del mejoramiento urbano y colocación de tecnología LED. **Responsable:** Coordinación de Contenido Multimedia / Enlace con DIF Municipal y Salud. **Recursos:** Equipos de filmación, pautas digitales optimizadas para rangos de edad juvenil (18-29 años). **Metas:** (Resultados esperados): Posicionar en la agenda pública local la red de atención psicológica municipal y dar cobertura al rescate de las áreas verdes. I**ndicadores:** Índice de difusión preventiva, número de publicaciones mensuales enfocadas en juventud, deporte y salud mental. **Calendarización:** Fecha de Inicio: 01 de Octubre de 2026. Fecha de Conclusión: 31 de Marzo de 2027.

OBJETIVO ESPECÍFICO 4:

Difundir e impulsar la economía local, el turismo cultural y las festividades tradicionales bajo la marca territorial *"Resultados que Transforman".*

Actividad 4.1: Cobertura mediática y posicionamiento de las Tradiciones locales (Fiesta del Huapango, Carnaval y Tianguis Dominical). **¿Qué debe hacerse? (Tareas):** Generar la estrategia de prensa y el material audiovisual promocional para la Fiesta Anual del Huapango en Amatlán (Noviembre), las Fiestas de Octubre por la Cabecera Municipal, el Día de Muertos y el Carnaval de Naranjos. Promover de forma permanente la plaza o tianguis dominical de la zona centro. **¿Cómo debe hacerse? (Estrategia):** Lanzamiento de campañas de

DOCUMENTO OFICIAL H. AYUNTAMIENTO NARANJOS AMATLÁN

expectativa en redes sociales oficiales, coordinación de ruedas de prensa con medios estatales y transmisiones especiales en vivo durante el desarrollo de los concursos de baile y canto tradicionales.**Responsable:** Todo el personal de la Dirección de Comunicación Social en coordinación con Fomento Económico. **Recursos:** Presupuesto asignado para eventos institucionales, equipamiento de transmisión remota de audio y video, acreditaciones de prensa. **Metas (Resultados esperados):** Incrementar el alcance digital del municipio durante los periodos festivos, coadyuvando a la meta municipal de elevar la derrama económica generada por servicios y turismo local. **Indicadores:** Eficacia Promocional de Eventos, Eventos culturales tradicionales con cobertura multimedia total, Total de eventos tradicionales del calendario anual 4. **Calendarización:** Fiestas de Octubre y Día de Muertos, 15 de Septiembre de 2026, Fiesta Anual del Huapango 01 al 30 de Noviembre de 2026, Carnaval Naranjos: 15 días previos y durante el desarrollo del festejo, primavera 2027.

Actividad 4.2: Programa de Impulso Digital al Comercio Local y Productos con Identidad Tenek.¿Qué debe hacerse? (Tareas): Crear una sección de difusión periódica denominada *"Consume Local Naranjos"* para dar exposición digital gratuita a las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs), productores lácteos, ganaderos y artesanos de las localidades de la Sierra de Otontepec. **¿Cómo debe hacerse? (Estrategia):** Reportajes cortos en video con formato de "Historias de Éxito" y directorios comerciales digitales interactivos publicados en las redes oficiales del Ayuntamiento. **Responsable**: Área de Diseño Gráfico / Coordinación de Contenido Multimedia.Recursos: Herramientas de edición digital, equipo fotográfico de catálogo y bases de datos del padrón comercial municipal. **Metas (Resultados esperados):** Brindar exposición mediática a pequeños comercios para potenciar la economía moral y el mercado interno familiar. **Indicadores:** Volumen de Comercios Promovidos, Número de negocios locales expuestos en canales oficiales por trimestre. **Calendarización:** Fecha de Inicio: 01 de Diciembre de 2026. Fecha de Conclusión: 31 de Mayo de 2027.

DOCUMENTO OFICIAL H. AYUNTAMIENTO DE NARANJOS-AMATLÁN

5. Cronograma Anualizado de Actividades (Calendarización Táctica).

CRONOGRAMA OPERATIVO ANUALIZADO (CON FECHAS ESPECÍFICAS)

Dirección de Comunicación Social | H. Ayuntamiento de Naranjos Amatlán (2026-2027)

Lineamiento Técnico de Planificación Operativa Municipal: El siguiente documento presenta el desglose táctico mensualizado y calendarizado con fechas exactas (Inicio y Conclusión), responsabilidades asignadas, estrategias y métricas bajo la Metodología de Marco Lógico (MML) para dar cumplimiento estricto al Plan Anual de Trabajo.

Eje de Actividad / Objetivo	Actividad Específica	Responsable Técnico	Fecha de Inicio	Fecha de Conclusión	Estrategia y Metas Clave (Key Targets)	Indicador de Medición Técnica (MML)
1. Transparencia y Redes Oficiales	**Act. 1.1:** Gestión, diseño y actualización diaria de Facebook y Portal Web Institucional.	Coordinación de Contenido Multimedia y Redes Sociales	01/06/2026	31/05/2027	Parrilla semanal automatizada con avisos de servicios públicos y acuerdos de Cabildo. Publicación mínima de 3 contenidos diarios y atención al 100% de mensajería ciudadana.	(Días con actualización efectiva en el mes / Días totales del mes) * 100
1. Transparencia y Redes Oficiales	**Act. 1.2:** Producción y publicación de síntesis de transparencia proactiva para Gaceta Municipal e Informes.	Redacción y Enlace de Prensa / Área de Diseño Gráfico	01/06/2026	31/05/2027	Cortes mensuales de información sobre obras concluidas (Ramo 33) y estados	(Informes de obra y Cabildo publicados / Informes programados por Ley) * 100

DOCUMENTO OFICIAL H. AYUNTAMIENTO DE NARANJOS-AMATLÁN

Eje de Actividad / Objetivo	Actividad Específica	Responsable Técnico	Fecha de Inicio	Fecha de Conclusión	Estrategia y Metas Clave (Key Targets)	Indicador de Medición Técnica (MML)
					financieros aprobados. Publicación los primeros 5 días hábiles posteriores al cierre de cada mes.	
2. Campañas Transversales Temáticas	**Act. 2.1:** Campaña de Cultura del Agua y Socialización del Plan Hídrico Municipal.	Titular de la Dirección / Coordinación de Contenido Multimedia	15/06/2026	30/04/2027	Campaña "Cuidemos el Tancochin". Temporada crítica de estiaje y sostenida. Producción de cápsulas informativas en campo, uso de drones para mostrar niveles y distribución del recurso.	Volumen de difusión hídrica (Número de materiales multimedia difundidos al trimestre)
2. Campañas Transversales Temáticas	**Act. 2.2:** Sensibilización para la Separación de Residuos Sólidos y Calendario de Limpia Pública.	Área de Diseño Gráfico / Enlace con Dirección de Limpia Pública	01/08/2026	31/10/2026	Fase intensa de estabilización. Diseño e impresión de mapas de rutas de recolección	(Colonias con rutas y horarios de recolección socializados de forma efectiva / 31 colonias totales) * 100

DOCUMENTO OFICIAL H. AYUNTAMIENTO DE NARANJOS-AMATLÁN

Eje de Actividad / Objetivo	Actividad Específica	Responsable Técnico	Fecha de Inicio	Fecha de Conclusión	Estrategia y Metas Clave (Key Targets)	Indicador de Medición Técnica (MML)
					para las 31 colonias de la cabecera municipal. Pautas digitales segmentadas geográficamente.	
3. Inclusión y Tejido Social	**Act. 3.1:** Institucionalización de la Comunicación Intercultural y Lengua Materna.	Redacción y Enlace de Prensa / Dirección de Desarrollo Social	01/09/2026	15/05/2027	Justicia Intercultural: Traducción y locución de avisos críticos de protección civil, salud y programas sociales a la lengua Huasteca/Tenek para la congregación de Amatlán.	(Campañas institucionales con traducción o enfoque indígena / Total de campañas del periodo) * 100
3. Inclusión y Tejido Social	**Act. 3.2:** Campaña de Prevención de Adicciones, Salud Mental y Espacios Públicos Seguros.	Coordinación de Contenido Multimedia / Enlace con Sistema DIF y Salud	01/10/2026	31/03/2027	Cohesión social de la juventud. Testimoniales en video, promoción de torneos deportivos	Índice de difusión preventiva (Número de publicaciones mensuales enfocadas en juventud y salud)

DOCUMENTO OFICIAL H. AYUNTAMIENTO DE NARANJOS-AMATLÁN

Eje de Actividad / Objetivo	Actividad Específica	Responsable Técnico	Fecha de Inicio	Fecha de Conclusión	Estrategia y Metas Clave (Key Targets)	Indicador de Medición Técnica (MML)
					municipales y difusión del mejoramiento urbano ("Naranjos Iluminado") con tecnología LED.	
4. Promoción Económica y Tradiciones	**Act. 4.1.A:** Cobertura mediática de Tradiciones (Fiestas de Octubre y Día de Muertos/Xantolo).	Todo el personal de la Dirección / Enlace con Fomento Cultural	15/09/2026	03/11/2026	Campaña de Estacionalidad Cultural. Campaña de expectativa previa en redes, ruedas de prensa en la capital del estado, diseño de identidad visual del festival y transmisiones en vivo.	Eventos tradicionales cubiertos con transmisión multimedia total (Meta: 100% de la cartelera principal)
4. Promoción Económica y Tradiciones	**Act. 4.1.B:** Campaña e Identidad de la Fiesta Anual del Huapango en Amatlán.	Todo el personal de la Dirección / Comité Organizador del Huapango	01/11/2026	30/11/2026	Promoción turística intensiva a nivel estatal y nacional del evento folclórico	Porcentaje de alcance digital logrado en el mes de noviembre vs. línea base del año anterior

DOCUMENTO OFICIAL H. AYUNTAMIENTO DE NARANJOS-AMATLÁN

Eje de Actividad / Objetivo	Actividad Específica	Responsable Técnico	Fecha de Inicio	Fecha de Conclusión	Estrategia y Metas Clave (Key Targets)	Indicador de Medición Técnica (MML)
					insignia. Generación de galerías fotográficas HD y clips cortos verticales (Reels/TikTok) de los tríos.	
4. Promoción Económica y Tradiciones	**Act. 4.1.C:** Cobertura Integral y Promoción de Marca del Carnaval Naranjos 2027.	Todo el personal de la Dirección / Comité del Carnaval	15/02/2027	15/04/2027	Difusión de convocatorias para comparsas y reinados. Cobertura multi-cámara en vivo de los grandes paseos de carnaval y publicación inmediata de memorias digitales del evento.	Impacto mediático (Número de impactos y menciones en medios regionales coordinados)
4. Promoción Económica y Tradiciones	**Act. 4.2:** Programa de Impulso Digital al Comercio Local y Productos con Identidad (Consume Local).	Área de Diseño Gráfico / Coordinación de Contenido Multimedia	01/12/2026	31/05/2027	Vinculación de comercio y MiPyMEs. Creación de un directorio digital interactivo de	Volumen de comercios promovidos (Número de negocios locales integrados y difundidos por trimestre)

DOCUMENTO OFICIAL H. AYUNTAMIENTO DE NARANJOS-AMATLÁN

Eje de Actividad / Objetivo	Actividad Específica	Responsable Técnico	Fecha de Inicio	Fecha de Conclusión	Estrategia y Metas Clave (Key Targets)	Indicador de Medición Técnica (MML)
					comercios locales y producción quincenal de videos tipo "Historias que Inspiran" para artesanos.	

SISTEMA INSTITUCIONAL DE CONTROL, MONITOREO Y EVALUACIÓN

De acuerdo con la Metodología de Marco Lógico (MML) y la normativa de control interno municipal, el seguimiento técnico del plan operativo se ejecutará bajo los siguientes esquemas:

1. Reuniones de Evaluación Mensual Interna de la Dirección

- **Frecuencia:** Los días viernes posteriores al cierre de cada mes (o el día hábil inmediato anterior si coincide con fin de semana).
- **Dinámica de Revisión Obligatoria:** El Titular de la Dirección de Comunicación Social reunirá al equipo técnico para contrastar las métricas recopiladas contra las metas del PAT:
  - *Auditoría de Prensa:* Bitácora física e institucional de comunicados oficiales enviados a medios regionales vs. publicados efectivamente.
  - *Métricas Digitales:* Análisis a través de Meta Business Suite (Alcance orgánico total, tasa de interacción/engagement, y tiempo promedio de respuesta a reportes ciudadanos vía inbox).
  - *Resolución de Cuellos de Botella:* Detección y registro de demoras en el flujo informativo desde áreas operativas clave (Obras Públicas, Limpia Pública, Ecología, etc.) para su reporte inmediato a la Contraloría Municipal o Secretaría del Ayuntamiento.

2. Tablero de Control de Semáforo Operativo (Nivel de Avance Físico-Digital)

Se utilizará una matriz digital compartida con acceso restringido para la evaluación visual inmediata del avance mensualizado de metas:

DOCUMENTO OFICIAL H. AYUNTAMIENTO DE NARANJOS-AMATLÁN

- ■ **VERDE (Cumplimiento Óptimo):** Avance $\ge 95\%$ respecto a la meta mensual del PAT. La actividad mantiene su curso normal programado.
- ■ **AMARILLO (Retraso Moderado):** Avance entre 75% y 94%. Obliga a un ajuste inmediato en la calendarización interna de contenidos o a la redistribución de cargas de trabajo del personal técnico para recuperar el rezago en el mes corriente.
- ■ **ROJO (Alerta Operativa):** Avance $\le 74\%$. Detona de forma automática una reunión extraordinaria de carácter urgente para redefinir el enfoque táctico o replantear los alcances de la meta física ante la Contraloría Municipal o la Comisión de Gobernación del Cabildo.

3. Mecanismos de Verificación Ciudadana (Auditoría Social en Campo y Web)

- **Filosofía Operativa:** Cumplimiento estricto del mandato de "mandar obedeciendo", asegurando una gestión transparente, bidireccional y medible.
- **Herramienta Técnica:** Implementación de sondeos de opinión digitales interactivos en las plataformas oficiales y encuestas aleatorias en puntos estratégicos del municipio.
- **Objetivo del Sondeo:** Medir el nivel real de penetración y recordación de la información de los servicios públicos en los ciudadanos de Naranjos Amatlán (verificando si conocen con exactitud los horarios de recolección de residuos de su calle, los números de emergencia de protección civil y las acciones correctivas del Plan Hídrico).

DOCUMENTO OFICIAL H. AYUNTAMIENTO DE NARANJOS-AMATLÁN

Lic. Julián Linares Meza
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DEL H. AYTO. DE NARANJOS AMATLÁN, VER.

Lic. Eder Alberto Hernández Hernandéz
COORDINADOR DE EDICIÓN Y EMISIÓN

DOCUMENTO OFICIAL H. AYUNTAMIENTO DE NARANJOS-AMATLÁN