Programa Operativo Anual 2025
Dirección de Comunicación Social del Estado de Durango

Contenido

Presentación	3
Marco Jurídico.....	4
Visión y Misión	7
Valores	8
Nuestra Estrategia	9
Objetivo General	9
Objetivos Específicos	9
Actividades y Metas	9
Estrategias	9
Área Administrativa	11
Coordinación Comunicación Social Región Laguna	12
Coordinación de Operación.....	13
Coordinación de Vinculación.....	18
Coordinación de Producción y Difusión	19
Coordinación de Estrategia Digital	20
Coordinación de Información.....	21

Presentación

El Programa Operativo Anual 2025 contiene las actividades que habrá de realizar la Dirección de Comunicación Social del Estado de Durango para conseguir el objetivo general y los objetivos específicos.

Este instrumento permitirá conocer el plan de trabajo autorizado, así como el marco jurídico bajo el cual se sustenta. La Dirección de Comunicación Social busca establecer esquemas de comunicación entre el gobierno y la sociedad; por medio de la difusión de logros, avances y resultados de los programas y acciones gubernamentales de la actual administración pública estatal.

El propósito fundamental de la Dirección, es generar información veraz del quehacer diario gubernamental y posicionarla en los distintos medios de comunicación locales, regionales, estatales y nacionales.

La sociedad duranguense se encuentra cada vez más preparada, participativa e informada por lo que demanda un gobierno eficiente, eficaz y transparente; además, exige que las dependencias gubernamentales y los servidores públicos informen oportunamente sobre los programas, obras y acciones que coordinan.

Las demandas de nuestra sociedad obligan a la Dirección de Comunicación Social a realizar un trabajo más profesional y a mejorar la forma en la que el Gobierno del Estado comunica y difunde su información.

Por ello, en la Dirección de Comunicación Social estamos comprometidos a informar oportunamente a la sociedad duranguense del trabajo gubernamental; que propicie la participación de todos los sectores y así, construir un Estado más democrático, justo y transparente.

Lic. Victor Hugo Hernández Fuentes

Director de Comunicación Social

Marco Jurídico

1.- Definición del Programa Operativo Anual 2025 de la Dirección de Comunicación Social del Estado de Durango.

Instrumento principal de planeación en la Administración Pública, en el cual se establecen las acciones y programas anuales, definidos por objetivos, líneas y metas específicas. El documento indica la manera en la que habrá de conducirse la información que emane del Gobierno del Estado.

2. El Programa Operativo Anual en función con la Ley General de Comunicación Social.

En el Capítulo V, de la Estrategia, Programa Anual y Campañas de Comunicación Social, se establece que, la Dirección de Comunicación Social, tiene como objeto:

Artículo 22.- La Secretaría Administradora será la encargada, en el ámbito de su competencia, de prestar asistencia técnica y evaluación de las Estrategias, Programas y las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la administración pública, a fin de que se lleven a cabo bajo los principios a los que se hace referencia en esta Ley.

La Secretaría Administradora será la encargada de la planeación y evaluación de los Programas Anuales de Comunicación Social que elaboren los Entes Públicos respectivos, a fin de que se lleven a cabo bajo los principios a los que se hace referencia en esta Ley.

Artículo 23.- Los Entes Públicos deben elaborar una Estrategia anual de Comunicación Social, para efectos de la difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales.

La Estrategia Anual deberá contener, cuando sea aplicable:

- I. Misión y Visión oficiales del Ente Público;
- II. Objetivo u objetivos institucionales y objetivo de la Estrategia anual de Comunicación Social;
- III. Metas nacionales y/o Estrategias transversales relacionadas con los objetivos señalados en el inciso anterior, establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo;
- IV. Programa o programas sectoriales o especiales correspondientes al Ente Público, de ser aplicable;
- V. Objetivo estratégico o transversal, según corresponda, alineado y vinculado al Plan Nacional de Desarrollo, y
- VI. Temas específicos derivados de los objetivos estratégicos o transversales que abordarán en las Campañas del Programa anual de Comunicación Social.

Artículo 24.- Los Entes Públicos que cuenten con recursos en el Presupuesto de Egresos para Comunicación Social, deben elaborar un Programa Anual de

Comunicación Social. El Programa Anual de Comunicación Social deberá comprender el conjunto de Campañas de Comunicación Social a difundirse en el ejercicio fiscal respectivo, mismas que estarán encaminadas al cumplimiento del objetivo institucional y de los principios rectores, y que podrán incluir:

- I. Mensajes sobre programas y actividades gubernamentales;
- II. Acciones o logros del Gobierno, y
- III. Mensajes tendientes a estimular acciones de la ciudadanía para acceder a algún beneficio o servicio público.

Artículo 25.- Las dependencias y entidades de las administraciones públicas deberán presentar su Estrategia y Programa anual correspondiente y enviarla a la Secretaría Administradora, previo registro en el Sistema de Información de Normatividad de Comunicación u homólogo, en la primera quincena de enero de cada año, primero de manera electrónica, y posteriormente, con plazos establecidos para la entrega documental con firmas autógrafas.

La Secretaría Administradora emitirá las observaciones pertinentes o, en su caso, autorizará las Estrategias y Programas Anuales que corresponda.

Artículo 26.- Los Entes Públicos deberán elaborar el Programa Anual considerando la prioridad temática y cronología de la difusión de las campañas a efecto de dar cumplimiento con la Estrategia anual. Las campañas deben ser acordes al objetivo de comunicación que persiguen los Entes Públicos con la difusión de las mismas.

En la ejecución de sus Programas Anuales de Comunicación Social, los Entes Públicos deberán atender los siguientes criterios:

- I. Que las Campañas de Comunicación Social tengan relación directa con las atribuciones y facultades de los sujetos obligados;
- II. Que los recursos a utilizar sean proporcionales a los objetivos de la campaña;
- III. Que las herramientas y medios utilizados para la difusión de la campaña sean seleccionados de manera efectiva a fin de que la hagan llegar al público al que vaya dirigida;
- IV. Que haya objetivos claros y precisos para comunicar;
- V. Que se establezcan metas de resultados y procedimientos de evaluación de las campañas;
- VI. Utilizar, en primera instancia, los tiempos oficiales conforme a las disposiciones legales y administrativas aplicables, en el caso de los sujetos obligados que tengan derecho a ello, y
- VII. Que tengan un carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social.

Artículo 27.- Las dependencias y entidades remitirán sus propuestas de Estrategias, Programas Anuales y respectivas Campañas de Comunicación Social a la Secretaría Administradora, observando los Lineamientos que éstas emitan en el marco de sus

respectivas competencias y atendiendo aquellos que en materia presupuestal establezca la Secretaría de Hacienda y Crédito Público o su equivalente en las Entidades Federativas, según corresponda.

Artículo 28.- La Secretaría Administradora deberá tener registro de las campañas que cada dependencia y entidad prevé realizar, las vigencias generales, los montos del techo presupuestal y la inversión que representaría en el marco de su programación.

Artículo 29.- Una vez autorizada la Estrategia y el Programa Anual conforme al artículo 25 y de acuerdo con las vigencias establecidas en el mismo, las dependencias y entidades deberán presentar ante la Secretaría Administradora, la solicitud de autorización por cada campaña registrada en el Programa.

Salvo los mensajes extraordinarios previstos en el Capítulo VI del Título II de esta Ley, la Secretaría Administradora no autorizará solicitudes de campañas que hayan iniciado su difusión, por lo que las dependencias y entidades deben considerar los tiempos del procedimiento de autorización para llevar a cabo la planeación de sus campañas, mismos que se establecerán en los Lineamientos respectivos.

Cada solicitud de campaña registrada deberá contener, por lo menos:

- I. Los Medios de Comunicación para utilizar;
- II. Los recursos por erogar, y
- III. Los requisitos adicionales que establezcan las autoridades correspondientes de conformidad con las disposiciones que para tal efecto emitan en el marco de sus respectivas competencias.

Misión y Visión

Misión: Gestionar la comunicación política e imagen pública del gobierno, mediante la difusión de acciones, avances y resultados de la Administración Estatal, con estrategias de comunicación social, gubernamental y política, así como la previsión de situaciones de crisis y construcción de opciones para contribuir al fortalecimiento de la gobernabilidad y al reconocimiento social.

Visión: Ser un órgano público que promueva una nueva cultura política y de servicios, con el posicionamiento de una imagen sólida, definida, coherente, del Gobierno del Estado, estableciendo un vínculo de comunicación con la sociedad duranguense, que genere confianza, lealtad, satisfacción y una percepción positiva.

Valores

- *Honestidad.* La honestidad, demostrada en un órgano público que actúe de acuerdo con las leyes y normas que lo rigen.
- *Solidaridad.* La solidaridad representada por un Gobierno con sentido humano y social, que reconoce las carencias y necesidades más apremiantes de su población y actúa en consecuencia para la mejor solución a los problemas. Buscando que fomente la unidad de la sociedad, con un alto grado de cohesión social en pro de su desarrollo.
- *Equidad.* Un órgano público que brinda un trato por igual y de respeto a todas las personas.
- *Responsabilidad.* La responsabilidad del órgano se reflejará en las decisiones que tome de manera consciente y participativa, asumiendo las consecuencias de estas, con el propósito general de cumplir con las obligaciones que le confiere el Poder Ejecutivo del Estado.
- *Legalidad.* Un Gobierno que actuará apegado a la Ley, a fin de propiciar la consolidación de un Estado de Derecho que brinde certeza y seguridad al ciudadano en el respeto de sus derechos humanos y garantías fundamentales.

Nuestra Estrategia

Objetivo General

La Dirección de Comunicación Social es la encargada de establecer esquemas de comunicación entre la sociedad y el Gobierno del Estado; que permita tener informada a la población de logros y avances de los programas y acciones gubernamentales correspondientes a la Administración Pública Estatal 2022-2028.

La Dirección conducirá sus actividades en forma programada para servir al Estado con base en las políticas, estrategias, prioridades y restricciones que le establezca el titular del Poder Ejecutivo del Estado para el logro de los objetivos, metas, planes y programas gubernamentales.

Además, la Dirección a través de sus distintas áreas, genera información gubernamental y la proporciona a medios de comunicación locales, regionales, estatales y nacionales; lo que contribuye al desarrollo de una sociedad cada vez más informada y participativa en el quehacer de la administración pública.

Objetivos Específicos

1. Informar de manera permanente, objetiva y oportuna las actividades y acciones del Gobernador del Estado, así como, definir las estrategias para la difusión de las campañas en medios electrónicos e impresos.
2. Apoyar a dependencias y organismos auxiliares de la Administración Pública Estatal en el área de comunicación social en los temas relacionados a la difusión de programas, proyectos, actividades, campañas y servicios.

Actividades y Metas

1. Supervisar la información que genera el Gobierno del Estado, así como su publicación en medios impresos.
2. Coordinar los esquemas de comunicación social entre la sociedad y la Administración Estatal.
3. Supervisar la realización de las producciones informativas del Gobierno que se transmiten en medios electrónicos.
4. Fortalecer la comunicación con las diferentes dependencias a fin de que se aplique la directriz marcada por la Dirección de Comunicación Social.
5. Responder las preguntas y solicitudes de la población, cuyos perfiles acrediten ser reales a través de las páginas del Gobierno del Estado.

Estrategias

1. Elaborar y enviar los paquetes informativos, así como pautar las campañas de comunicación social en los medios impresos.
2. Diseñar el contenido informativo que se transmitirá por medio de redes sociales y del panel web del Gobierno del Estado.
3. Verificar la edición de notas, reportajes informativos y entrevistas.

4. Coordinar con los voceros la agenda de trabajo que habrá de desarrollarse y checar su seguimiento.
5. Responder las preguntas y solicitudes de la población a través de las páginas oficiales del Gobierno del Estado de Facebook, Twitter y correo electrónico.

Área Administrativa

Objetivo General

Optimizar la gestión del recurso financiero, humano y material con eficiencia y eficacia de conformidad con lo previsto en el presupuesto autorizado de la Dirección de Comunicación Social.

Actividades y Metas

1. Trámite de pago a proveedores de medios electrónicos, impresos y digitales.
2. Gestionar el trámite de servicios de mantenimiento de la plantilla de vehículos.
3. Gestionar el fondo de viáticos necesario para cubrir agenda.
4. Elaborar contratos con medios de comunicación.
5. Actualizar constantemente el inventario de activo fijo.
6. Entregar recibos de nómina quincenales y elaborar movimientos de personal (altas, bajas, interinatos).
7. Gestionar las compras, insumos, material y suministros de limpieza; necesidades de papelería, de combustible; así como el mantenimiento de mobiliario y equipo.
8. Pagar a proveedores de mercadería y servicios.
9. Recepción de facturas y testigos de medios de comunicación
10. Elaboración de ordenes de compra para tramite ante SFIA

Estrategias

1. Revisar, capturar y generar orden de compra; así como recabar firmas y entregar en gasto público.
2. Gestionar póliza de seguro, replaqueo y refrendo vehicular.
3. Elaborar formatos, capturar la comprobación del gasto y generar orden de compra.
4. Capturar con descripción detallada al objeto, contar con evidencia fotográfica del mismo y evidencia del lugar en el que se encuentra, además de contar con evidencia del personal que lo tiene resguardado.
5. Entregar los recibos de nómina quincenales en coordinación con la Dirección de capital humano, en las fechas y horarios programados.
6. Gestionar las cotizaciones y generar la orden de compra que corresponda.
7. Gestionar mediante el oficio de autorización de la coordinación general de gabinete el pago a proveedores.

Coordinación Comunicación Social Región Laguna

Objetivo General

Establecer las normas y actividades cotidianas de la Coordinación de Comunicación Social en la Laguna, para garantizar que el trabajo de campo y administrativo cumpla con los criterios de: eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez. De acuerdo con la Ley General de Comunicación Social. Así como con un alto nivel de profesionalismo de las personas que integran la Coordinación.

Actividades y Metas

1. Elaborar los comunicados de prensa y boletines informativos correspondientes a la actividad del Gobierno en la región Laguna.
2. Calendarizar entrevistas en medios de comunicación electrónicos para que los funcionarios de la Laguna puedan dar a conocer las actividades que realizan.
3. Diseñar mensajes y líneas de acción, en caso de que los funcionarios estatales realicen entrevistas en tiempos de crisis.
4. Monitorear la información de medios de comunicación masiva y tráfico web.
5. Elaborar cápsulas informativas, notas y boletines.
6. Mantener los aspectos administrativos de la coordinación al día y sin fallas.
7. Convocar y cubrir las pregras por la coordinación específica.
8. Administrar las imágenes para el informe de gobierno.

Estrategias

1. Cubrir los eventos oficiales del Ejecutivo y de los funcionarios estatales, además de tomar las notas y fotografías correspondientes.
2. Estar al tanto de las publicaciones de los medios de comunicación, para conocer el contexto general y diseñar mensajes a través de lluvias de ideas y/o atendiendo los lineamientos específicos de las campañas establecidas.
3. Estar al tanto de las publicaciones de los medios de comunicación para conocer el contexto general y diseñar mensajes que aclaren, contengan y/o corrijan las publicaciones emitidas.
4. Atender a las publicaciones que se hacen en periódicos, revistas, páginas web, canales de televisión local y estaciones radiofónicas locales.
5. Grabar entrevistas, vídeo de apoyo y testimoniales de los habitantes de la Laguna, para elaborar piezas audiovisuales que refuercen los mensajes del Ejecutivo Estatal y de los funcionarios de la Laguna.
6. Elaborar los documentos correspondientes para la comprobación de gastos cotidianos y específicos, así como los viáticos derivados de los trabajos que se realicen.
7. Hacer visitas de campo a los lugares específicos de la región Laguna que formarán parte de las giras de trabajo del Ejecutivo Estatal.

Coordinación de Operación

Objetivo General

Coordinar el área operativa de la Comunicación Social del Gobierno del Estado de Durango.

Objetivos Específicos

1. Coordinar y organizar al personal de la dependencia, para la cobertura de los eventos realizados por el Gobernador.
2. Organizar la parte logística y traslados en la cobertura de los eventos realizados por el Gobernador.
3. Realizar la solicitud del trámite oportuno para la reposición de viáticos y fondo fijo, correspondientes a las giras de trabajo efectuadas por el personal en la cobertura de eventos. Para ello, será indispensable realizar la comprobación de gastos mediante facturas.
4. Coordinar el monitoreo de los medios de comunicación locales y realizar un reporte con las notas que aparecen del Gobierno del Estado de Durango.

Actividades y Metas

1. Apoyar al titular de la Dirección de Comunicación Social en las funciones y responsabilidades designadas.
2. Optimizar la revisión y distribución de la agenda pública y privada diariamente.
3. Perfeccionar la planeación de la logística en la cobertura de los eventos del Gobierno del Estado.
4. Organizar al personal de la dependencia de manera efectiva.
5. Gestionar más viáticos para la cobertura de los eventos y supervisar que la entrega de los comprobantes sea más eficiente.
6. Mejorar el proceso de revisión en el control de los vehículos asignados a la Dirección.
7. Elaborar y distribuir diariamente la síntesis informativa del Gobierno del Estado, así como monitorear los medios de información.
8. Presentar cada mes los resultados que se registran en los medios de comunicación de impactos positivos y negativos.

Estrategias

Coordinación:

1. El Coordinador Operativo organiza las actividades de cobertura de los eventos y/o ruedas de prensa, además, ejecuta y da seguimiento a las instrucciones de la Directora en temas internos. También, invita a los medios de comunicación para la cobertura de eventos.
2. Se coordina diariamente con su jefe de área de logística, en el seguimiento de las actividades del personal operativo de cobertura (pool de prensa) compuesto por: reporteros, camarógrafos, jefes de área, choferes y community manager; para la

cobertura de los eventos públicos del Gobierno del Estado. Además, recibe a los medios y da aviso al Director sobre las personas que se integran al equipo.

3. Asimismo, organiza las ruedas de prensa oficiales en coordinación con los compañeros de Relaciones Públicas, Seguridad Ejecutiva, Giras, Imagen Institucional y personal de la dependencia o secretaría de la que depende el tema del evento.
4. Recibe y supervisa la elaboración diaria de la síntesis informativa de los medios impresos y del monitoreo de medios electrónicos; además de coordinar la elaboración de los cuadernillos que contienen el resumen del registro de notas publicadas.

Área de logística:

1. El encargado del área de logística se coordinará con su jefe inmediato para la cobertura de los eventos y ruedas de prensa.
2. Avisa de las actividades diarias al personal operativo.
3. Supervisa y apoya al auxiliar administrativo en la elaboración de los documentos necesarios para comprobar el gasto en viáticos y así poder presentarlos en la Subdirección de Gasto Público.
4. Se encarga de la distribución de viáticos, los entrega a los choferes comisionados y le da seguimiento para que cumplan con la comprobación inmediata al término de la gira o evento.

Área de monitoreo:

1. Cada monitorista estará pendiente de uno o más medios de comunicación matutino, vespertino o nocturno, con la finalidad de abarcar a todos los medios e informar al momento.
2. Diariamente, se trabaja en recopilar notas de medios impresos y electrónicos para el trabajo mensual y trimestral que emite medición y análisis de impacto.
3. Se atienden los mensajes que recibe el Gobernador en su página de Facebook.
4. A fin de mes, se recopilan los resultados de todos los monitores para trabajar en los reportes mensuales y trimestrales. Los mensajes privados de las páginas gubernamentales de Facebook se canalizan a voceros o áreas de la dependencia, según sea el caso.

Plazos de Ejecución

El cumplimiento de las actividades se realizará de manera diaria, ya que el trabajo depende de la agenda formal pública y privada del Gobernador, misma que cambia todos los días. El plan de trabajo se presenta con una proyección mensual de modo que iniciará el día primero de cada mes y terminará el día último del mismo.

Funciones y Responsabilidades

Coordinador Operativo:

1. Manejar la parte operativa de la Dirección de Comunicación Social.

2. Apoyar al Director para cubrir la agenda del Gobernador de manera oportuna, así como ejecutar y dar seguimiento a sus instrucciones.
3. Revisar la agenda formal para su distribución y cobertura.
4. Planear y realizar la logística en la cobertura de los eventos del Gobernador, contemplando la presencia de medios de comunicación.
5. Invitar a los eventos públicos del Gobernador a los representantes de los medios de comunicación.
6. Poseer conocimientos de comunicación y relaciones públicas, para atender de manera directa a los representantes de medios de comunicación.
7. Organizar, preparar y desarrollar ruedas de prensa.
8. Realizar las funciones administrativas y de relaciones públicas que se le asignen.
9. Gestionar la recepción de viáticos y su distribución.
10. Supervisar la entrega de los comprobantes de viáticos.
11. Realizar las solicitudes de equipo y material necesario para los eventos de la Dirección.
12. Manejar adecuadamente la paquetería de Microsoft Office, internet, equipo de oficina y manejo de redes.
13. Las demás que se deriven de la naturaleza del puesto y las que sean encomendadas por el superior inmediato.

Jefe de Área de Logística:

1. Coadyuvar con el coordinador operativo en la logística de las actividades del personal operativo de cobertura.
2. Asistir a la coordinación operativa en la logística de los eventos públicos del Gobierno del Estado.
3. Auxiliar a la coordinación operativa para la preparación y desarrollo de ruedas de prensa.
4. Organizar y verificar el traslado del pool de prensa a los eventos del Gobierno del Estado.
5. Apoyar en las pregiras, revisando la logística de los eventos.
6. Generar espacios adecuados para que los medios de comunicación puedan entrevistar al Gobernador en un área segura y cómoda.
7. Tener un control de los vehículos asignados a la Dirección, por medio de una bitácora, en donde se registra diariamente el kilometraje de inicio y término.
8. Supervisar y controlar las solicitudes de mantenimiento preventivo y correctivo de los vehículos.
9. Las demás que se deriven de la naturaleza del puesto y las que sean encomendadas por el superior inmediato.

Auxiliar Administrativo

1. Obtener facturas fiscales y XML digitales de proveedores por prestaciones de servicio en viáticos.

2. Verificar los requisitos fiscales de las facturas generadas en giras de trabajo.
3. Realizar la impresión de las verificaciones del SAT.
4. Realizar la documentación de trabajo en formato Excel.
5. Obtener firmas de los comisionados a las giras de trabajo, así como de los coordinadores y directivos.
6. Manejar el sistema Oracle.
7. Capturar la facturación fiscal de viáticos en el sistema Oracle.
8. Elaborar órdenes de compra en el sistema Oracle.
9. Las demás que se deriven de la naturaleza del puesto y las que sean encomendadas por el superior inmediato.

Choferes:

1. Trasladar y entregar documentos de la Dirección de Comunicación Social a otras dependencias del Gobierno del Estado.
2. Avisar oportunamente a su jefe de área para la carga de combustible, así como de la programación del mantenimiento preventivo y correctivo del vehículo oficial a su cargo.
3. Mantener la limpieza del vehículo oficial a su cargo.
4. Trasladar información a medios de comunicación, para su transmisión y/o inserción.
5. Poseer conocimientos básicos y respetar coactivamente el Reglamento de Tránsito.
6. Contar con licencia de manejo vigente y libre de infracciones.
7. Ejercer los viáticos que son asignados para cubrir las giras de trabajo fuera de la ciudad.
8. Entregar las comprobaciones correspondientes de las giras de trabajo al auxiliar administrativo del área de logística.
9. Registrar en la bitácora todos los días el kilometraje de inicio y de término.
10. Las demás que se deriven de la naturaleza del puesto y las que sean encomendadas por el superior inmediato.

Jefe del área de monitoreo:

1. Realizar diariamente el monitoreo y síntesis de medios de comunicación locales y nacionales (radio, televisión, periódicos y redes sociales).
2. Reportar las notas informativas que se generan en los medios de comunicación impresos y digitales.
3. Enviar diariamente los reportes de monitoreo y síntesis informativa al Director de Comunicación Social, Subdirectores y voceros de las dependencias del Gobierno del Estado.
4. Enviar el reporte de análisis de la información que se transmite por medios vespertinos al Director de Comunicación Social, Subdirectores y coordinadores.
5. Llevar un control de las notas informativas que generan las dependencias del Gobierno del Estado de Durango y que se publicaron en algún medio de comunicación.
6. Coordinar el trabajo de los auxiliares de monitoreo.

7. Generar estadísticas de los impactos en medios de comunicación.
8. Las demás que se deriven de la naturaleza del puesto y las que sean encomendadas por el superior inmediato.

Auxiliar de monitoreo:

1. Monitorear diariamente los medios de comunicación (radio, televisión, periódicos).
2. Reportar a su jefe inmediato sobre las notas informativas que se generen en los medios de comunicación electrónicos e impresos.
3. Enviar diariamente a su jefe inmediato los reportes de monitoreo y síntesis informativa.
4. Llevar un control de las notas informativas que generan las dependencias del Gobierno del Estado.
5. Generar estadísticas de los impactos en medios de comunicación.
6. Registrar, grabar y enviar audios y vídeos sobre las notas informativas que se publican en medios de comunicación.
7. Registrar las solicitudes generadas por la ciudadanía en los medios de comunicación.
8. Las demás que se deriven de la naturaleza del puesto y las que sean encomendadas por el superior inmediato.

Coordinación de Vinculación

Responsable de Archivo de Trámite de la Dirección de Comunicación Social

Actividades y metas

1. Recibir los expedientes de áreas para su resguardo en el archivo de trámite
2. Capacitar a áreas de acuerdo a la ley general de archivo para el manejo y conservación de los expedientes
3. Realizar el inventario del archivo de trámite
4. Generar reporte de inventario de archivo de trámite para dar cumplimiento a las obligaciones de Transparencia
5. Realizar el acomodo y plano topográfico de las cajas de archivo dentro del área correspondiente
6. Realizar las transferencias primarias al archivo de concentración del Despacho del Ejecutivo.
7. Mantener los tiempos de vida de los expedientes en cada proceso
8. Dar la baja correspondiente los documentos de comprobación inmediata que cumplan con su periodo de vida.

Enlace de Transparencia

Actividades y Metas

1. Llenar los formatos y subirlos a la Plataforma Nacional de Transparencia de manera trimestral o semestral, según sea su obligatoriedad y de acuerdo con la tabla de aplicabilidad.
2. Dar respuesta a las solicitudes de acceso a la información que competen a la Dirección de Comunicación Social, buscando acortar los tiempos de respuesta que la Ley permite, con el fin de elevar los estándares de eficiencia.
3. Realizar la inscripción de los sistemas de datos personales de la Dirección de Comunicación Social, en la plataforma de Registro del Sistema de Datos Personales, ante el Instituto Duranguense de Acceso a la Información Pública y de Protección de Datos Personales (IDAIP), con relación a lo establecido en el artículo 76 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados, involucrando a las áreas responsables.
4. Contar con una bitácora de vulnerabilidad de datos personales, de acuerdo con el artículo 33 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados.
5. Elaborar los documentos de seguridad para la Dirección de Comunicación Social, por cada sistema de datos personales que se registre ante el Instituto Duranguense de

Acceso a la Información Pública y de Protección de Datos Personales (IDAIP), de conformidad con lo establecido en el artículo 29 de la Ley de Protección de Datos Personales Local.

6. Promover al interior de la Dirección de Comunicación Social el nombramiento de los responsables y encargados de los sistemas de datos personales, con el fin de que realicen las actividades de tratamiento de los datos personales.
7. Participar en los cursos de capacitación y actualización de temas relacionados con: datos personales, manejo de archivos y transparencia.

Coordinación de Voceros

1. Contar con una agenda pública diaria de los titulares de las dependencias, con el fin de tener mayor coordinación y cobertura de los medios de comunicación.
2. Definir estrategias de difusión y contención de los temas con los responsables de comunicación social de las dependencias gubernamentales.

Coordinación de Producción y Difusión

Objetivo General

Establecer las normas de la Dirección de Comunicación Social para garantizar que el gasto programado cumpla con los criterios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez, de acuerdo con la Ley General de Comunicación Social.

Actividades y Metas

1. Supervisar la publicación en medios electrónicos de la información que genera el Gobierno del Estado.
2. Realizar campañas de comunicación
3. Supervisar la realización de ediciones y producciones informativas del Gobierno del Estado, que se transmiten en medios electrónicos.
4. Registrar el banco de imágenes.
5. Producir notas informativas, cápsulas, historias en vivo y vídeos.
6. Planear campañas en radio y televisión.
7. Calendarizar entrevistas en medios de comunicación electrónicos.

Estrategias

1. Elaborar y enviar pautas de campañas de comunicación, en las que se difunda el quehacer gubernamental, acciones y logros que beneficien a la ciudadanía.
2. Verificar la edición de notas, cápsulas, historias en vivo, reportajes, entrevistas, giras del Gobernador del Estado, así como de Secretarios y Directores.

Coordinación de Estrategia Digital

Objetivo General

Informar de manera eficiente y mantener un vínculo con la ciudadanía, a través de las redes sociales y de las herramientas tecnológicas disponibles.

Objetivos Específicos

1. Informar eficientemente las acciones realizadas por el Ejecutivo, el Gobierno del Estado y las dependencias que así lo deseen.
2. Crear campañas de información y difusión de contenido relevante para la ciudadanía.

Actividades

1. Durante el mes de enero se realizará la campaña de **REFRENDO** y *campana de descuentos MI PRIMERA LICENCIA*
2. Durante el mes de febrero se llevará a cabo la campaña de **BODAS MASIVAS** y se realizará la campaña de **REFRENDO** y *campana de descuentos MI PRIMERA LICENCIA*
3. Durante el mes de marzo se realizara campaña de la **CARRERA PARA LOS NIÑOS EN ABRIL, CARRERA NUESTRO HEROES** y se realizará la campaña de **REFRENDO** y *campana de descuentos MI PRIMERA LICENCIA*
4. Durante el mes de abril no se realizará ninguna campaña debido a la veda electoral
5. Durante el mes de mayo no se realizará ninguna campaña debido a la veda electoral
6. Durante el mes de junio se realizará la campaña **FERIA DURANGO** y **FESTEJOS LIBERTAD DE EXPRESION**
7. Durante el mes de julio se realizará la campaña de **ANIVERSARIO DE LA CIUDAD DE DURANGO Y FERIA NACIONAL FRANCISCO VILLA,**
8. Durante el mes de agosto se realizará la campaña de **CONTINUIDAD FERIA NACIONAL FRANCISCO VILLA.**
9. Durante el mes de septiembre se realizarán las campañas de **INFORME DE RESULTADOS DE GOBIERNO Y COBERTURA A COMPARENCIAS DE SECRETARIOS DEL GABINETE, FESTEJOS INDEPENDENCIA DE MÉXICO.**
10. Durante el mes de octubre se realizarán las campañas del **FESTIVAL REVUELTAS, MES ROSA Y MES DEL TESTAMENTO.**
11. Durante el mes de noviembre se realizarán las campañas de la **KERMESSE DIF DEL 20 DE NOVIEMBRE, FESTEJOS DE LA REVOLUCION MEXICANA Y CAMPAÑA DE PAGOS A REFRENDO Y PLAQUEO “EL GRAN CUMPLIDOR”**
12. Durante el mes de diciembre se realizará la campaña **DEL FESTIVAL LAGUNARTE, CAMPAÑA FERIA NAVIDEÑA, CAMPAÑA RECOPIACIÓN DE RESULTADOS CIERRE DE AÑO Y CAMPAÑA DE PAGOS A REFRENDO Y PLAQUEO.**

Coordinación de Información

Objetivo General

Difundir las acciones que se realizan dentro de la Administración Pública Estatal 2022-2028, basadas en los ejes rectores del Plan Estatal de Desarrollo de Durango.

Objetivos Específicos

1. Planear la difusión de las acciones gubernamentales que se realizan durante todo el año, mediante campañas enfocadas en beneficiar a grupos vulnerables del Estado y posteriormente, a la ciudadanía en general.
2. Contar con una estrategia de comunicación eficiente que, permita dar a conocer a los contribuyentes en qué áreas el Gobierno del Estado destina los ingresos de la recaudación.
3. Establecer herramientas para la difusión de las acciones de Gobierno, como: boletines, fotografías y desplegados.

Actividades

1. Durante el mes de enero se realizará la campaña de **REFRENDO** y *campaña de descuentos MI PRIMERA LICENCIA*
2. Durante el mes de febrero se llevará a cabo la campaña de **BODAS MASIVAS** y se realizará la campaña de **REFRENDO** y *campaña de descuentos MI PRIMERA LICENCIA*
3. Durante el mes de marzo se realizara campaña de la **CARRERA PARA LOS NIÑOS EN ABRIL, CARRERA NUESTRO HEROES** y se realizará la campaña de **REFRENDO** y *campaña de descuentos MI PRIMERA LICENCIA*
4. Durante el mes de abril no se realizará ninguna campaña debido a la veda electoral
5. Durante el mes de mayo no se realizará ninguna campaña debido a la veda electoral
6. Durante el mes de junio se realizará la campaña **FERIA DURANGO** y **FESTEJOS LIBERTAD DE EXPRESION**
7. Durante el mes de julio se realizará la campaña de **ANIVERSARIO DE LA CIUDAD DE DURANGO Y FERIA NACIONAL FRANCISCO VILLA,**
8. Durante el mes de agosto se realizará la campaña de **CONTINUIDAD FERIA NACIONAL FRANCISCO VILLA.**
9. Durante el mes de septiembre se realizarán las campañas de **INFORME DE RESULTADOS DE GOBIERNO Y COBERTURA A COMPARENCIAS DE SECRETARIOS DEL GABINETE, FESTEJOS INDEPENDENCIA DE MÉXICO.**
10. Durante el mes de octubre se realizarán las campañas del **FESTIVAL REVUELTAS, MES ROSA Y MES DEL TESTAMENTO.**

11. Durante el mes de noviembre se realizarán las campañas de la ***KERMESSE DIF DEL 20 DE NOVIEMBRE, FESTEJOS DE LA REVOLUCION MEXICANA Y CAMPAÑA DE PAGOS A REFRENDO Y PLAQUEO “EL GRAN CUMPLIDOR”***
12. Durante el mes de diciembre se realizará la campaña **DEL FESTIVAL LAGUNARTE, CAMPAÑA FERIA NAVIDEÑA, CAMPAÑA RECOPIACIÓN DE RESULTADOS CIERRE DE AÑO Y CAMPAÑA DE PAGOS A REFRENDO Y PLAQUEO.**