

PROYECTO DE TITULACIÓN

*MANEJO DE REDES SOCIALES, CREADOR DE
CONTENIDO Y APOYO DEL ÁREA DE COMUNICACIÓN
SOCIAL DEL H. AYUNTAMIENTO DE PABELLÓN DE
ARTEAGA PARA PROMOVER UN GOBIERNO ABIERTO*

PARA OBTENER EL TÍTULO DE *INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL*

PRESENTA:

DIANA JUDITH REYNA MONTES

ASESOR:

SILVIA DEL VALLE MORALES

NOVIEMBRE

CAPÍTULO 1: PRELIMINARES

2. Agradecimientos.

Nunca es tarea sencilla dar las gracias a tantas personas que han contribuido en mi beneficio. Aunque se han escrito muchas palabras de gratitud, en ocasiones el papel no puede plasmar a la perfección tanto afecto y admiración como siento en el término de este proyecto de estudio.

Quiero agradecer especialmente a mi mamá y a mi papá, que siempre me han brindado su apoyo incondicional para poder cumplir todos mis objetivos personales y académicos. Ellos son quienes me han ayudado a superar todos los obstáculos, grandes y pequeños, me han animado a persistir, y a perseguir mis metas y nunca abandonarlas ante las adversidades.

De la misma manera quiero agradecer a mi hija que ha sido mi motivación día con día para persistir y hoy estar aquí, su amor y su apoyo ha sido mi roca en momentos difíciles. Ella es la razón de mi existir.

Asimismo, agradezco a mi hermana quien siempre me ha motivado a seguir adelante en todo momento. Su apoyo ha sido fundamental para lograr culminar este proyecto, gracias por ser mi compañera y por enseñarme la importancia del esfuerzo, la dedicación y el trabajo constante.

Son muchos los docentes que han sido parte de mi camino universitario, y a todos ellos les quiero agradecer por transmitirme los conocimientos necesarios para hoy poder estar aquí. Y en especial le agradezco a la maestra Graciela Dondiego, al maestro Víctor Hugo y al maestro Daniel Marchan, por ser tan atentos con sus alumnos y dar lo mejor de ustedes en la enseñanza, siempre los tendré presentes.

Por último y no menos importante quiero agradecer a mi casa de estudios ITPA, que me ha enseñado a ser mejor estudiante y mejor persona, y me ha brindado las herramientas necesarias para poder llevar a cabo este proyecto.

3. Resumen.

Una de las necesidades fundamentales en el círculo de las organizaciones es el establecimiento de las estrategias mercadológicas bien definidas, en este caso en la Presidencia Municipal de Pabellón de Arteaga se encontró con la oportunidad de definir bien sus estrategias y adaptarlas a las necesidades de ellos y el pueblo, también el desarrollo de las mejores prácticas que lo mantengan competitivo y tener el aumento de interactividad en las redes sociales.

El proceso para desarrollar el proyecto empezó en cuanto se dieron cuenta que se tenía que divulgar clara y oportunamente a través de las redes sociales y del contacto directo con la ciudadanía las diversas obras y proyectos de la administración pública municipal. Y consolidar la imagen de la administración pública municipal y fortalecer la percepción positiva que la ciudadanía tiene de ella.

El proyecto de manejo de redes sociales, creador de contenido y apoyo del área de Comunicación Social del H. Ayuntamiento de Pabellón de Arteaga para promover un gobierno abierto, y se tuvo como objetivo realizar un plan de marketing de redes sociales y la creación de contenido para tener mayor interactividad y participación de la organización dentro de la Presidencia.

Un plan de marketing en redes sociales es esencialmente un modelo de lo que la organización pretende lograr a través de las redes sociales y cómo se planea alcanzar los objetivos. Un plan de marketing para las redes sociales puede incluir datos como: los canales de redes sociales que piensa usar.

4. Índice.

1. Portada.....	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO 1: PRELIMINARES.....	1
2. Agradecimientos.....	2
3. Resumen.....	3
4. Índice.....	4
Lista de Tablas	6
Lista de Figuras	6
CAPÍTULO 2: GENERALIDADES DEL PROYECTO.....	7
5.- Introducción	8
6. Descripción de la empresa u organización y del puesto o área del trabajo del residente.....	10
7. Problemas a resolver, priorizándolos.....	13
8. Justificación	14
9. Objetivos (General y Específicos).....	15
CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO	16
10. Marco Teórico (fundamentos teóricos).....	17
CAPÍTULO 4: DESARROLLO	20
11. Procedimiento y descripción de las actividades realizadas.....	21
11.1 Cronograma de actividades	22
11.1.1 Descripción de las actividades:	22
CAPÍTULO 5: RESULTADOS	24
12. Resultados	25
CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES	30
13. Conclusiones del Proyecto	31
CAPÍTULO 7: COMPETENCIAS DESARROLLADAS	32
14. Competencias desarrolladas y/o aplicadas.....	33
CAPÍTULO 8: FUENTES DE INFORMACIÓN	34
15. Fuentes de información	35
CAPÍTULO 9: ANEXOS	37
16. Anexos.....	38
Anexo 1. Carta de aceptación:.....	38

CAPÍTULOS	ESTRUCTURA DEL REPORTE DE RESIDENCIA PROFESIONAL
Capítulo 1: Preliminares	1. Portada 2. Agradecimientos 3. Resumen 4. Índice
Capítulo 2: Generalidades del proyecto	5. Introducción 6. Descripción de la empresa u organización y del puesto o área del trabajo del residente. 7. Problemas a resolver, priorizándolos. 8. Justificación 9. Objetivos (General y Específicos).
Capítulo 3: Marco teórico	10. Marco Teórico (fundamentos teóricos).
Capítulo 4: Desarrollo	11. Procedimiento y descripción de las actividades realizadas.
Capítulo 5: Resultados	12. Resultados
Capítulo 6: Conclusiones	13. Conclusiones del proyecto.
Capítulo 7: Competencias desarrolladas	14. Competencias desarrolladas y/o aplicadas.
Capítulo 8: Fuentes de información	15. Fuentes de información.
Capítulo 9: Anexos	16. Anexos

Lista de Tablas

Tabla 1. Cronograma de actividades.....	23
---	----

Lista de Figuras

Figura 1. Honorable Ayuntamiento de Pabellón de Arteaga 2021-2024.....	9
Figura 2. Integrantes del Gabinete.....	9
Figura 3. Gabinete Municipal 2021-2024.....	10
Figura 4. Anuncio 19/10.....	26
Figura 5. Anuncio 19/10.....	26
Figura 6. Anuncio 21/10.....	26
Figura 7. Anuncio 21/10.....	27
Figura 8. Anuncio 04/11.....	27
Figura 9. Anuncio 04/11.....	27
Figura 10. Anuncio 10/11.....	27
Figura 11. Anuncio 27/11.....	27
Figura 12. Anuncio 29/11.....	27
Figura 13. Página oficial.....	29
Figura 14. Destacados.....	29
Figura 15. Información importante.....	29
Figura 16. Apoyo entre sí.....	30
Figura 17. En conjunto.....	30
Figura 18. Conmemorativa.....	30
Figura 19. En beneficio.....	30
Figura 20. Caritativa.....	30
Figura 21. Proyectos.....	30
Figura 22. Campañas.....	31

CAPÍTULO 2: GENERALIDADES DEL PROYECTO

5.- Introducción

El presente proyecto muestra el trabajo realizado durante el periodo de Julio–Diciembre 2023, en la Presidencia Municipal de pabellón de Arteaga, tras el manejo de redes sociales, creador de contenido y apoyo del área de Comunicación Social del H. Ayuntamiento de Pabellón de Arteaga para promover un gobierno abierto, creando un plan de marketing en redes sociales para tener mayor interactividad en las ya mencionadas redes sociales, también crear el contenido necesario para mantener siempre informado al Municipio y sus comunidades, y así darles a conocer lo que se hizo, eventos, avisos o información relevante.

Este proyecto está estructurado por capítulos, el *CAPÍTULO 1: PRELIMINARES* se realizó una descripción sobre los aspectos preliminares del proyecto como son la portada, los agradecimientos, el resumen de este proyecto, y el índice.

En el siguiente capítulo, el *CAPÍTULO 2: GENERALIDADES DEL PROYECTO* se puede apreciar la introducción a este proyecto, la descripción de la empresa u organización y del área de trabajo en la que se realizó el proyecto de residencia, posteriormente dar a conocer la problemática que se resolvió dentro de la organización, la justificación del porque era necesario llevar este proyecto, concluyendo con los objetivos; general y específicos.

En el *CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO* se podrá encontrar los conceptos básicos para la comprensión del proyecto, los conceptos se presentan de varios autores y de fuentes confiables, se presentan por temas principales y década, también se derivan una serie de conceptos sobre plan de marketing en redes sociales que se implementó.

En el *CAPÍTULO 4: DESARROLLO* se redactó todo el procedimiento llevado a cabo para el desarrollo de las actividades, la creación de contenido para paginas oficiales del H. Ayuntamiento y la implementación del plan de marketing en las redes sociales

En el *CAPÍTULO 5: RESULTADOS* se presentó los resultados del desarrollo del plan de

marketing en las redes sociales y la creación de contenido para las páginas oficiales del H. Ayuntamiento.

En el *CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES* aquí se menciona en términos generales los resultados más relevantes de la investigación.

En el *CAPÍTULO 7: COMPETENCIAS DESARROLLADAS* se establecieron todas aquellas competencias desarrolladas y/o aplicadas durante el desarrollo del proyecto.

En el *CAPÍTULO 8: FUENTES DE INFORMACIÓN* se encuentran todas las fuentes de información consultadas que sirvieron como base para realizar el proyecto. Se divide en bibliografía, webgrafía y revistas.

Y por último en el *CAPÍTULO 9: ANEXOS* donde se agregó la carta de aceptación y liberación.

Al finalizar el estudio tendremos elementos de juicio suficiente para elaborar nuestras conclusiones y realizar las respectivas recomendaciones sobre el proyecto realizado.

6. Descripción de la empresa u organización y del puesto o área del trabajo del residente.

La Presidencia Municipal de Pabellón de Arteaga está ubicada en Pino Suárez #14, Zona Centro, 20670 Pabellón de Arteaga, Ags.

Su función se basa en seguir el Plan Municipal de Desarrollo (PDM). Es la guía para la implementación de las políticas públicas y alcanzar los objetivos propuestos.

El Plan Municipal de Desarrollo es un mandato por diferentes marcos jurídicos en los tres niveles de gobierno. En estos documentos normativos establece que el PMD deberá recoger la problemática de la situación que guarda el municipio en sus diferentes aspectos, temas y áreas de competencia del gobierno municipal, pero también señala que deberá definirse estrategias, acciones y programas para lograr alcanzar los objetivos que no solo resuelvan dicha problemática, sino que permita un escalamiento del nivel de vida de la población en su conjunto.

De acuerdo al Artículo 166 de la Ley Municipal del Estado de Aguascalientes el Plan de Desarrollo Municipal, el Plan Municipal de Desarrollo 2021-2024 contempla la elaboración de los Programas Operativos Anuales, mismos que estarán diseñados en alineación con el Eje Estratégico que le corresponde, planteando además los proyectos específicos y las metas alcanzadas de acuerdo al presupuesto autorizado.

Su misión es:

Ser un municipio reconocido por su liderazgo en seguridad, innovación y desarrollo sostenible, Así como por ofrecer más y mejores oportunidades para la superación personal y colectiva de su población, siempre bajo el principio de igualdad y de respeto entre sus habitantes y con el medio ambiente.

Su visión es:

Ofrecer y gestionar servicios oportunos con calidad, transparencia y buen trato, que satisfagan las necesidades y demandas de la población bajo el principio de diálogo y corresponsabilidad entre el gobierno y la ciudadanía.

En la Figura 1.1 Honorable Ayuntamiento de Pabellón de Arteaga 2021-2024 se puede apreciar los miembros del H. Ayuntamiento.

Mtro. Humberto Ambríz Delgadillo <i>Presidente Municipal de Pabellón de Arteaga</i>
Ruby Isabel Carrillo Ruiz <i>Síndico municipal</i>
César Enrique Jiménez Aragón <i>Regidor</i>
Edith Hornoed Romo <i>Regidora</i>
Francisco González González <i>Regidor</i>
Deyanira Escalera Velasco <i>Regidora</i>
Rosalba Campos de la Cruz <i>Regidora</i>
Galisma Elizabeth Moreno Serrano <i>Regidora</i>
Eva del Carmen Olivares Quezada <i>Regidora</i>
Miguel Roberto Mejía Quiroz <i>Regidor</i>

Figura 1. Honorable Ayuntamiento de Pabellón de Arteaga 2021-2024

Y en la Figura 1.2 Integrantes del Gabinete y la Figura 1.3 Gabinete Municipal 2021-2024 se aprecia los demás miembros que lo conforma.

Mtro. Humberto Ambríz Delgadillo <i>Presidente Municipal de Pabellón de Arteaga</i>
Prof. Luis Santana Valdez <i>Secretario del H. Ayuntamiento</i>
Mtra. Jovita Martínez Rodríguez <i>Coordinadora de Gabinete</i>
Lic. Rocio Reyes Gaytán <i>Directora de Comisión de Agua Potable y Alcantarillado (CÁPAPA)</i>
L.A.E. Armando González Ibarra <i>Contralor Municipal</i>
C. Dalel Verónica Hernández <i>Directora de Desarrollo Social</i>
Prof. José Manuel González Valdez <i>Director del DIF y DIP</i>
Mtro. Carlos Alberto Quezada Sánchez <i>Director de Finanzas y Administración</i>
Ing. Rogelio Rodríguez Montes <i>Director del Instituto Municipal de Biodiversidad y Protección Ambiental (IMBIO)</i>
Lic. Addy Fabiola Díaz Godínez <i>Directora del Instituto Pabellanense de las Mujeres</i>
C. Graciela Reyes Reyes <i>Subdelegada del Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (INAPAM)</i>
Lic. Dante Aguilera Torres <i>Director Jurídico</i>
Arq. Víctor Manuel Figueroa Fabela <i>Director de Obras Públicas y Desarrollo Urbano</i>
Subinspector Fabián Alejandro Guajardo García <i>Director de Seguridad Pública y Movilidad del Municipio</i>
Ing. Bernardino Flores Valles <i>Director de Servicios Públicos</i>

Figura 2. Integrantes del Gabinete



Figura 3. Gabinete Municipal 2021-2024

El área en la que se desarrolla el proyecto de residencia es el Departamento de Comunicación Social, es un área de servicio del Gobierno Municipal, que tiene como tarea primordial informar y divulgar hacia la sociedad y los medios de comunicación, las acciones de la presente administración, a través del diseño e implementación de campañas informativas.

Ejecuta estrategias de comunicación pública y fortalecimiento de la imagen institucional, y mantiene contacto con los medios de comunicación para la realización de ruedas de prensa y comunicados oficiales.

El departamento de comunicación social es fundamental, pues es ahí donde se genera la información oficial y se planea estratégicamente su difusión al interior y exterior de la misma; de ahí que sea una instancia con estrecha colaboración con todos los directivos y responsables de áreas, haciendo llegar la información necesaria e importante para la sociedad.

7. Problemas a resolver, priorizándolos.

En la Presidencia Municipal de Pabellón de Arteaga se detectaron diferentes problemas a resolver en diferentes áreas de la misma.

Se detectaron varios en el área que realice mi proyecto de residencias.

Uno de ellos es que no se tenía una buena comunicación bidireccional en redes sociales digitales entre el H. Ayuntamiento de Pabellón de Arteaga y su población. Esto quiere decir que no había una buena interacción en las redes sociales, ya que no se creaba el suficiente contenido.

No se tenían las suficientes estrategias en materia de comunicación, diseño y desarrollo de campañas publicitarias y de difusión a través de las redes sociales, así que no se daban a conocer acciones, avances y compromisos de gobierno, ni la información generada llegaba al mayor número de la población.

Y por último no se fortalecía suficientemente la imagen del Presidente Municipal y de su equipo de colaboradores por lo mismo de que las redes sociales no eran tan utilizadas, tampoco se fortalecía lo suficiente el trabajo, apoyo y logros del H. Ayuntamiento de Pabellón de Arteaga.

8. Justificación

El equipo de comunicación social es el encargado, entre muchas otras funciones, de construir redes formales de comunicación, para que la opinión pública y todos los sectores sociales puedan disponer de información veraz y confiable, para su participación y toma de decisiones; además de cubrir actividades y eventos del Presidente Municipal y de las autoridades que integran el gobierno municipal, con la finalidad de contar con material necesario para su difusión a través de distintos medios informativos.

Para que las distintas áreas de Presidencia Municipal operen armónica y eficientemente es necesario que se cuente con normas y canales informativos que permitan conocer las políticas, procedimientos, líneas de acción, objetivos y metas fundamentales de cada instancia. Por tal motivo, los servicios de este departamento dependen directamente de las distintas áreas como fuentes generadoras de información, de ahí la importancia de entablar efectivas redes sociales internas de flujo de información, para garantizar que los datos lleguen oportunamente a la ciudadanía.

Las redes sociales son un nuevo medio de comunicación y de información, son una buena herramienta para movilizar acciones y sobre todo para influir en la opinión de los ciudadanos.

Las redes sociales brindan una posibilidad extrema de comunicación. Podemos brindar un mensaje para cada tipo de personas en formas distintas y dirigidas.

9. Objetivos (General y Específicos)

Objetivo general:

Crear un plan de marketing y contenido para redes sociales; y así de esta manera difundir las acciones, compromisos y alcances de los servicios que brinda la entidad, a efecto de que la sociedad conozca plenamente la razón de ser y de servir.

Objetivos específicos:

- Mejorar la comunicación bidireccional en redes sociales digitales entre el H. Ayuntamiento de Pabellón de Arteaga y su población.
- Implementar estrategias en materia de comunicación diseñando y desarrollando campañas publicitarias y de difusión a través de las redes sociales, para dar a conocer acciones, avances y compromisos de gobierno y que la información generada llegue al mayor número de ciudadanos.
- Fortalecer la imagen del Presidente Municipal y de su equipo de colaboradores.
- Dar a conocer mediante las redes sociales el trabajo, apoyo y logros del H. Ayuntamiento Municipal de Pabellón de Arteaga.

CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO

10. Marco Teórico (fundamentos teóricos).

“Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos.” (Celaya, 2008)

“Los medios sociales son herramientas. El "tiempo real" es ahora el protagonista: las noticias se generan rápidamente.” (Meerman, D., 2012)

“La imagen que tengo es de un conjunto de puntos algunos de los cuales están unidos por líneas. Los puntos de la imagen son personas o a veces grupos, y las líneas indican qué individuos interactúan mutuamente. Podemos pensar claro está, que el conjunto de la vida social genera una red de este tipo.” (Barnes, J., 1954)

Barnes estudió tanto a la sociedad moderna como a la tradicional, y comprobó que esta última tenía un entramado de red más firme y compacto al estar formada por más sólidas relaciones entre parientes y amigos, y menos entre conocidos del entorno económico o social más genérico.

“El plan de marketing es un documento escrito en el que, de una forma sistemática y estructurada, y previos los correspondientes análisis y estudios, se definen los objetivos a conseguir en un período de tiempo determinado, así como se detallan los programas y medios de acción que son precisos para alcanzar los objetivos enunciados en el plazo previsto.” (Sanz de la Tajada, L.A., 1974)

En la actualidad “... ya no basta con ganar unas elecciones, los ciudadanos comienzan a exigir transparencia en la acción de gobierno y posibilidades de participación” (Calderón, 2011)

La comunicación política no se ha centrado únicamente en ganar elecciones, con la aparición de las redes sociales y su mayor cercanía con la sociedad han marcado pauta para ser un medio directo para dar a conocer toda acción de gobierno.

Nos encontramos con nuevas formas de hacer política y gobernar, y esto implica cambios en la administración pública y la gestión de recursos públicos, por ello los gobiernos deben trabajar para complementar las formas tradicionales con las nuevas herramientas que eficiente el ejercicio de su gobierno. La teoría clásica del gobierno establece que gobernar consiste propiamente en dirigir, sin embargo, la realidad actual resulta evidente que gobernar se ha convertido en un acto de comunicación. Y es que “comunicar y explicar las acciones es la mejor forma de llegar a la sociedad y de ejercer su función como representantes de los ciudadanos. También es la mejor forma de que los ciudadanos puedan ejercer la rendición de cuentas del trabajo realizado. Y hoy en día una comunicación importante se ejerce en las redes sociales” (Montero, 2017)

El internet como estrategia de campaña cobró una importante dimensión a nivel global en 2008 con la campaña del candidato demócrata Barack Obama. La campaña presidencial y su posterior victoria pasaron a la historia, al ser el primer presidente de origen afroamericano en llegar a la Casa Blanca, y la capacidad para movilizar recursos humanos y económicos induciendo la participación masiva de la juventud norteamericana mediante el uso de las redes sociales y otras plataformas. “Uno de los factores clave que llevaron a Obama a la presidencia estadounidense fue el uso inteligente que hizo en internet, la actividad desplegada por Obama en la Red le han convertido en el político 2.0 por excelencia y un referente al que han mirado otros dirigentes mundiales con posteridad” (Yuste, 2011)

Sé breve. Nadie lee más allá del primer párrafo. Tienes 10 segundos, aprovéchalos bien. (Miller, E.)

Céntrate en cómo ser social, no en cómo usar las redes sociales. (Baer. J.)

Las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) han modificado la manera en que las Administraciones Públicas y los ciudadanos interactúan. Para los Gobiernos locales, la proximidad con los habitantes y la necesidad de dar respuesta a sus demandas acentúan la urgencia de afrontar el reto de la adaptación a los instrumentos que las redes sociales proporcionan.

El ciudadano escucha, opina y se comunica en las redes sociales. Para los Municipios estas herramientas tecnológicas son un lugar de encuentro con las poblaciones. Tenemos que estar preparados si queremos formar parte de esta nueva forma de comunicación.

La apertura de los Gobiernos y la administración pública ha sido una demanda constante de las sociedades democráticas en el mundo. Hoy las redes sociales impactan directamente en la transformación del actuar gubernamental. Por ello, conviene estar capacitados en el tema de uso de las redes sociales para incorporar una correcta relación ciudadano-Gobierno.

El éxito en la gestión municipal se vincula, en buena medida, a su capacidad de dar respuesta a las demandas ciudadanas. La tecnología debe ser para los municipios, el medio más apropiado para garantizar la transparencia, acceso a la información pública, rendición de cuentas y participación ciudadana.

CAPÍTULO 4: DESARROLLO

11. Procedimiento y descripción de las actividades realizadas.

Las páginas oficiales de internet son solo una de las posibilidades que tienen los Ayuntamientos para transformar la gestión municipal. A través de las redes sociales, tenemos una enorme diversidad de herramientas que introducen, por una parte, agilidad en la comunicación, y por otra, mayor transparencia en la información.

El diálogo de la ciudadanía con los gobiernos y gobernantes es cada vez más importante, ya que aportan información útil para los procesos de gestión y toma de decisiones. Los ciudadanos se han convertido en sujetos activos, en piezas clave en el diseño y la mejora de los servicios públicos.

Las redes sociales digitales permiten una conversación continua con la ciudadanía que facilita la consolidación de nexos con el entorno, así como nuevas pautas de relación con las Administraciones Públicas. Asimismo, ofrecen una gran variedad de alternativas para realizar seguimiento y control de gestión.

En términos de gobernabilidad, la introducción de Facebook y Twitter en la gestión municipal, implica dar comienzo a un cambio en relación con las posibilidades de participación y comunicación, tanto en el ámbito institucional, como en la cultura ciudadana.

Es por eso que estas son las redes sociales en las que más nos enfocamos, y por ello también utilizamos un plan de marketing para poder llegar de esta manera a más personas.

Estas aplicaciones son indispensables para enlazar, publicar, intercambiar opiniones, experiencias y conocimientos, así como para desarrollar un marcado y filtrado de contenidos colaborativos de la información más relevante del municipio en beneficio de la ciudadanía.

Sin embargo, es importante destacar que dadas las inmensas posibilidades que estas herramientas ofrecen, conviene determinar y evaluar cuáles son las demandas o necesidades a las que se pretende dar respuesta y así evitar duplicidad de solicitudes.

11.1 Cronograma de actividades

Actividades	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Apoyo en las historias y videos para redes sociales de la página del H. Ayuntamiento						
Cubrir eventos con logística y relaciones públicas						
Apoyo a contestar las redes sociales y manejo de crisis						
Boletines informativos						
Team back para nuevos productos publicitarios						
Diseño de espectaculares y campañas						
Apoyo a presidencia						

Tabla 1. Cronograma de actividades

11.1.1 Descripción de las actividades:

Durante el periodo de residencias se llevó a cabo:

11.1.1.1 El apoyo de las historias y videos para las redes sociales del H. Ayuntamiento de Pabellón de Arteaga;

para ello asistí a la mayoría de los eventos para así poder tomar evidencia de tales eventos y poder crear el contenido necesario para las historias y de esta manera el pueblo pudiera ver lo que se llevó a cabo. Supervisar las publicaciones diarias de la agenda municipal, también supervisar el contenido de toda la información publicada en las páginas oficiales era parte de lo mismo.

11.1.1.2 Cubrir eventos con logística y relaciones públicas;

de la agenda pública para la generación de cápsulas informativas; como ya se mencionó anteriormente, asistí a la mayoría de los eventos, esto con el fin de cubrirlos, apoyar al presidente y crear contenido para las redes sociales.

11.1.1.3 Apoyo a contestar las redes sociales y manejo de crisis;

se respondieron la mayoría de los comentarios y mensajes sobre dudas que surgían al respecto de las publicaciones o comentarios que tenían. También se respondió con respeto a los comentarios que difaman el trabajo que se está haciendo y simplemente no es de su agrado, para eso mi asesora externa me apoyo con páginas web para poder manejar bien la situación de crisis.

11.1.1.4 Boletines informativos;

se realizaron con el fin de informar o dar a conocer algo importante, tales boletines se realizaron con los colores, diseño y logos que caracteriza a la presidencia municipal de Pabellón de Arteaga.

11.1.1.5 Team back para nuevos productos publicitarios;

se organizaban y llevaban a cabo reuniones para poder hacer una lluvia de ideas sobre de qué manera se podría llegar a más gente la página y que tipo de contenido podíamos publicar.

11.1.1.6 Diseño de espectaculares y campañas;

se realizaban boletines informativos para poder dar a conocer la campaña o evento que se iba a realizar dentro del municipio o sus comunidades. También tenía que supervisar todo el contenido de toda la información de videos e imágenes para publicar en las páginas oficiales.

11.1.1.7 Apoyo a presidencia;

acompañando en los eventos que asistía el presidente por invitación o que eran organizados por el mismo y a entrevistas de diferentes medios de comunicación.

CAPÍTULO 5: RESULTADOS

12. Resultados

Como podemos observar acorde al desarrollo de las actividades que se realizaron dentro de la organización gubernamental (Presidencia Municipal de Pabellón de Arteaga), mejoro mucho en cuestión de las redes sociales del área de Comunicación Social, quien es quien lleva a cabo el difundir las acciones, compromisos y alcances de los servicios que brinda la entidad, a efecto de que la sociedad conozca plenamente la razón de ser y de servir de la presidencia.

En una reunión con todo el equipo del área de Comunicación Social se llegó a un pequeño acuerdo de implementar un plan de marketing en redes sociales y que unas de nuestras publicaciones más importantes se dieran a conocer, y de acuerdo a este plan se optó por pagar publicidad de dichas publicaciones como se puede ver en las figuras 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, y 12.



Figura 4. Anuncio 19/10



Figura 5. Anuncio 19/10



Figura 6. Anuncio 21/10



Figura 7. Anuncio 21/10



Figura 8. Anuncio 04/11



Figura 9. Anuncio 04/11



Figura 10. Anuncio 10/11



Figura 11. Anuncio 27/11



Figura 12. Anuncio 29/11

Gracias a esto alcanzo un mayor índice de vistas y con eso más personas comenzaron a seguir la página.

Y para tener siempre contenido para las redes sociales se realizó una agenda para llevar un control de las publicaciones diarias de las páginas oficiales y de los eventos próximos, a los cuales iba para acompañar al presidente y crear contenido de fotos y videos para subir a las redes sociales, ya previamente editados. Así como también de los boletines informativos. Y destacar publicaciones importantes.

Todo lo dicho anteriormente se puede apreciar en la figura 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, y 22.

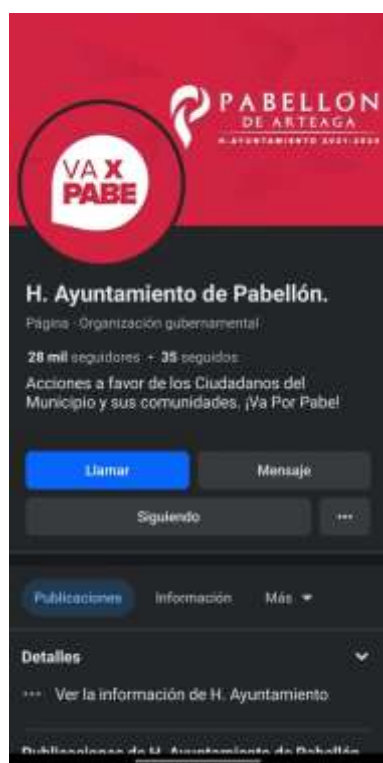


Figura 13. Página oficial



Figura 14. Destacados



Figura 15. Información importante



Figura 16. Apoyo entre sí



Figura 17. En conjunto



Figura 18. Conmemorativa



Figura 19. En beneficio



Figura 20. Caritativa



Figura 21. Proyectos



Figura 22. Campañas

Como se puede ver la red social en la que más enfocamos fue creciendo y teniendo un mayor alcance de personas, que era uno de los objetivos principales. Pero se pretende que se siga con el proyecto y se dé mayor alcance a otras redes sociales como lo son Instagram y TikTok.

Ahora si el área de Comunicación Social de la Presidencia Municipal de Pabellón de Arteaga cumple con su principal objetivo que es construir redes formales de comunicación, para que la opinión pública y todos los sectores sociales puedan disponer de información confiable; además de cubrir actividades y eventos del Presidente Municipal y de las autoridades que integran el gobierno municipal, con la finalidad de contar con material necesario para su difusión a través de distintos medios informativos.

CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES

13. Conclusiones del Proyecto

Después de proceder con el análisis y la realización de los objetivos específicos para el desarrollo de la investigaciones de la temática presentada, se concluye que dentro de la gestión pública es de total importancia la aplicación de las redes sociales gubernamental y planes de marketing de redes sociales, aunque esta herramienta es proveniente de la conducción de la gestión privada, es así, que con su utilización en el ámbito público se puede dar a conocer las diversas actividades de los gobernantes integrantes de la administración pública, en la consecución de sus objetivos y metas previstas hacia la solución de los requerimientos y necesidades que muestra la ciudadanía.

Asimismo, el gobernante local debe de cumplir con todo lo propuesto en el tiempo de campaña electoral, durante el desarrollo de su gobierno, es decir, el líder político tiene la oportunidad de mantenerse siempre en campaña permanente, manejando una relación de cordialidad y comunicación con sus gobernados, donde tendrán la oportunidad de que exista la participación ciudadana como se ha hecho hasta ahora, medida primordial e importante en el control social para los requerimientos de la sociedad local y nacional. Con en el manejo adecuado de los bienes públicos y dando atención a las relaciones públicas, la publicidad y la comunicación, las que deben ejecutarse a través de medios de comunicación y, el internet (páginas web, redes sociales, entre otras) dirigidas por los encargados de dicha área para la excelente consecución de planes y metas trazadas.

Por lo tanto, se recomienda que se sigan realizando investigaciones acerca de la presente temática, con la finalidad de verificar a lo posterior estos nuevos interrogantes: ¿Qué importancia tiene en la actualidad las redes sociales y el marketing en la gestión pública? ¿Cómo desarrollarlo en su totalidad? ¿Por qué establecerlo como parte de la gestión del gobierno? todo esto, direccionado a la obtención de los objetivos y metas en la gestión pública.

CAPÍTULO 7: COMPETENCIAS DESARROLLADAS

14. Competencias desarrolladas y/o aplicadas.

Acorde a la naturaleza del proyecto desarrollado se aplicaron ciertas competencias que sustentaron los conocimientos adquiridos a lo largo de mi formación profesional.

- Realice comunicación e investigación.
- Tome decisiones.
- Desarrollé la capacidad de trabajar en equipo.
- Hice uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).

Competencias específicas:

- Realice de una investigación.
- Aplique conocimientos previos de mercadotecnia para el análisis interno del H. Ayuntamiento.
- Diseñe, implemente y desarrolle sistemas estratégicos.
- Desarrolle diversas estrategias para dar solución a problemas.
- Analice las formas puestas en práctica de la estrategia para definir la más adecuada.

Competencias personales:

- Formalismo
- Cordialidad
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Empatía.
- Habilidad para trabajar en equipo.

CAPÍTULO 8: FUENTES DE INFORMACIÓN

15. Fuentes de información

Referencias de libros:

Freidenberg, L. (2019). Marketing Digital, para todos. Montevideo, Paraguay: Impreso. Ilustraciones, Cardozo N. Primera Edición (2019)

Meerman, D. (2012). Marketing en tiempo real. Madrid, España: Editorial Anaya Multimedia.

Fernández, R. (2007). Manual para elaborar un plan de mercadotecnia. México: McGraw-Hill Interamericana.

Fernandez, S. (2001). Comunicación en internet: estrategias de marketing y comunicación interactivas. Madrid: International Thomson.

FRESNO, M. (2012). El consumidor social: reputación online y social media. Barcelona: Editorial UOC.

Belch, G. y Belch, M. (2004). Publicidad y Promoción: perspective del marketing integral. México: Editorial McGraw Hill.

Celaya, J. (2008). La Empresa en la WEB 2.0. España: Editorial Grupo Planeta.

Referencias de revistas:

Sánchez, M. A., y Sánchez, G. (2017). El rol de las redes sociales virtuales en la difusión de información y conocimiento: estudio de casos. Universidad y Empresa, 19(32), 107-135.

Herrera, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. San José, Costa Rica: Reflexiones, 2, 121-128.

Referencias de internet:

Copyrigh. (2021). Como ser un creador de contenido. Actualizado el 13 de octubre del 2022, de <https://www.edix.com/es/instituto/como-ser-creador-contenidos/>

Mailchimp. (2023). Crear un plan de marketing para redes sociales en 8 pasos. De <https://mailchimp.com/es/resources/marketing-plan-for-social-media/#:~:text=Un%20plan%20de%20marketing%20en%20redes%20sociales%20es%20esencialmente%20un,redes%20sociales%20que%20piensas%20usar>

Cajal, M. (2017). Que es una red social: tipos de redes sociales y para qué sirven. De <https://www.mabelcajal.com/2017/06/que-es-una-red-social-tipos-redessociales-para-que-sirven.html/>

RAE. (2019) Red Social. De <https://dej.rae.es/lema/red-social>

CAPÍTULO 9: ANEXOS

16. Anexos

Anexo 1. Carta de aceptación:



Pabellón de Arteaga, Ags.a 03 de julio de 2023
No. DE OFICIO: 124/2023
ASUNTO: Carta de Aceptación

DR. JOSÉ ERNESTO OLVERA GONZÁLEZ
DIRECTOR DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO
DE PABELLÓN DE ARTEAGA

At'n: Dra. Julissa Elayne Cosme Castorena
Jefa del Departamento de Gestión Tecnológica y Vinculación

Por este medio me permito informarle que el (la) C. Diana Judith Reyna Montes con numero de control **191050047** alumna de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial fue aceptada para realizar sus **Prácticas Profesionales** en la Departamento de Comunicación Social del H. Ayuntamiento de Pabellón de Arteaga, con el proyecto denominado "Manejo de redes sociales, creador de contenido y apoyo del área de Comunicación Social del H. Ayuntamiento de Pabellón de Arteaga para promover un gobierno abierto" durante el periodo comprendido del 03 de julio de 2023 al 04 de diciembre de 2023, acumulando un total de 500 horas.

En la ciudad de Aguascalientes, a los 03 días del mes de julio del año 2023, se extiende la presente Carta de Aceptación de Prácticas Profesionales, para los fines que el (la) interesado (a) convenga.

ATENTAMENTE



DALEL VERÓNICA HERNÁNDEZ
DIRECTORA DE DESARROLLO SOCIAL

PABELLÓN DE ARTEAGA
H. AYUNTAMIENTO
2021-2024
DESARROLLO SOCIAL

iVa por Pabel

"2023, Año del 50 Aniversario de la Benemérita Universidad Autónoma de Aguascalientes"

iVa por Pabel

Pino Suárez #14, Centro 465 958 01 16 Opción 1 @pabellon.gob

Anexo 2. Carta de liberación:



Pabellón de Arteaga, Ags. a 04 de diciembre de 2023
No. DE OFICIO: 158/2023
ASUNTO: Carta de Liberación

DR. JOSÉ ERNESTO OLVERA GONZÁLEZ
DIRECTOR DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO
DE PABELLÓN DE ARTEAGA

At'n: Dra. Julissa Elayne Cosme Castorena
Jefa del Departamento de Gestión Tecnológica y Vinculación

Por este medio me permito informarle que el (la) C. Diana Judith Reyna Montes con número de control **191050047** alumna de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial realizó satisfactoriamente sus **Prácticas Profesionales** en la Departamento de Comunicación Social del H. Ayuntamiento de Pabellón de Arteaga, con el proyecto denominado "Manejo de redes sociales, creador de contenido y apoyo del área de Comunicación Social del H. Ayuntamiento de Pabellón de Arteaga para promover un gobierno abierto", durante el periodo comprendido del 03 de julio de 2023 al 04 de diciembre de 2023, acumulando un total de 500 horas.

En la ciudad de Aguascalientes, a los 04 días del mes de diciembre del año 2023, se extiende la presente Carta de Liberación de Prácticas Profesionales, para los fines que el (la) interesado (a) convenga.

ATENTAMENTE  **PABELLÓN DE ARTEAGA**
H. AYUNTAMIENTO
2021 - 2024



DESARROLLO SOCIAL

DALEL VERÓNICA HERNÁNDEZ
DIRECTORA DE DESARROLLO SOCIAL

¡Va por Pabel!

"2023, Año del 50 Aniversario de la Benemérita Universidad Autónoma de Aguascalientes"

¡Va por Pabel!

Pino Suárez #14, Centro 465 958 01 16 Opción 1 #pabellon.gob