

PROYECTO 27	PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN INSTITUCIONAL
<b>OBJETIVO</b>	Desarrollar e implementar un programa integral de promoción y difusión institucional en el interior y en el entorno regional, estatal y nacional que impulse el quehacer del Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Municipio de Puerto Vallarta, Jalisco, y posicione al organismo dentro de nuestra sociedad; así como incrementar el conocimiento de los servicios, programas y centros asistenciales del organismo, a través de estrategias permanentes de promoción, diversificando la utilización de los medios de comunicación, que permitan además diversificar las oportunidades de colaboración con los diferentes sectores (gobierno, empresa, universidades).
<b>JUSTIFICACIÓN</b>	Con el inicio de la administración 2021 – 2024 en el Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Municipio de Puerto Vallarta, Jalisco, se pudo detectar que no se cuenta con un programa de promoción y difusión institucional, aunque algunas acciones de difusión institucional se realizan a través de la comunicación social, en realidad no responden a una estrategia de posicionamiento del organismo, así mismo, no existen indicadores que permitan ver la eficiencia y eficacia de las acciones.
<b>BENEFICIARIOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- DIF Nacional.</li> <li>- DIF Jalisco.</li> <li>- Niñas, niños y adolescentes Vallartenses.</li> <li>- Mujeres y Hombres Vallartenses con una vulnerabilidad social detectada.</li> <li>- La sociedad vallartense en General.</li> </ul>
<b>RESPONSABLE DEL PROYECTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Subdirección de Comunicación Social y Relaciones Públicas.</li> </ul>
<b>ÁREAS INVOLUCRADAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dirección General.</li> <li>- Subdirección de Programas y Centros Asistenciales.</li> <li>- Delegación Institucional de la Procuraduría de Protección de Niñas, Niños y Adolescentes.</li> <li>- Subdirección Administrativa y de Servicios Generales.</li> <li>- Subdirección de Planeación y Evaluación Institucional.</li> </ul>
<b>IMPACTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Local.</li> <li>- Estatal.</li> <li>- Nacional.</li> </ul>
<b>LINEAS DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diagnóstico de posicionamiento del organismo como ente de asistencia social (con el total de sus servicios, programas y centros asistenciales) en nuestra región.</li> <li>- Definir una estrategia de reposicionamiento institucional.</li> <li>- Aplicar una reingeniería que permita crear el área de mercadotecnia dentro de la Subdirección, que atienda los asuntos relativos a la difusión y promoción institucional.</li> <li>- Crear un programa de promoción institucional.</li> <li>- Establecer el Programa Integral de difusión interna y externa que permita dar a conocer los logros institucionales, resultados del quehacer asistencial del organismo.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Difundir oportunamente la información acerca de la oferta asistencia del organismo, sus características y las perspectivas de apoyo y oportunidades asociadas al objetivo fundamental del Sistema DIF Puerto Vallarta.</li> <li>- Crear una estrategia de promoción y difusión institucional que involucre a los colaboradores del organismo.</li> </ul>
<b>INDICADORES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contar con un diagnóstico de posicionamiento.</li> <li>- Contar con un área de mercadotecnia institucional.</li> <li>- Contar y operar un programa de promoción Institucional.</li> <li>- Contar y operar un plan de difusión institucional (interna y externa).</li> <li>- Programa de difusión intrainstitucional.</li> <li>- Crear y operar un plan de medios.</li> </ul>
<b>METAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 diagnósticos de posicionamiento institucional (redes sociales y estudio de mercado).</li> <li>- Crecer el porcentaje de posicionamiento del organismo en su oferta asistencial.</li> <li>- 1 de programas de promoción institucional autorizados.</li> <li>- 100% de cumplimiento del programa de promoción institucional.</li> <li>- # de campañas de reposicionamiento autorizadas para el año.</li> <li>- 100% de campañas alcanzadas.</li> <li>- % de satisfacción con los medios en la difusión de campañas.</li> <li>- 1 de planes de difusión institucional.</li> <li>- 100% de cumplimiento del plan de difusión institucional.</li> <li>- 1 de planes de medios con que cuenta el organismo.</li> <li>- 100% del plan de medios operando.</li> </ul>

