

PLAN ANUAL DE TRABAJO 2026 DE LA SUBDIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL SISTEMA PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DE LA FAMILIA DE PUERTO VALLARTA, JALISCO.

Elaboró Y Revisó	Autorizó
<div data-bbox="285 1096 721 1381" data-label="Image"></div> <p data-bbox="344 1394 678 1419"><u>Ing. Angel Alberto Calderón Gallegos</u></p> <p data-bbox="198 1425 824 1476">Subdirector de Comunicación Social y RRPP del Sistema DIF Mpal. de Puerto Vallarta</p>	<div data-bbox="1068 1113 1572 1562" data-label="Image"></div> <p data-bbox="1045 1394 1354 1419"><u>Lic. Zaira Lilibth Castellón Rosales</u></p> <p data-bbox="935 1425 1468 1455">Directora General del Sistema DIF Mpal. de Puerto Vallarta</p>

PLAN ANUAL Y OPERATIVO 2026 - SUBDIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN.

ÍNDICE

1. Introducción.
2. Marco Institucional.
3. Diagnóstico Actual.
4. Objetivo General.
5. Objetivos Específicos.
6. Ejes Estratégicos.
7. Estrategia General de Comunicación.
8. Plan Anual de Comunicación 2026.
9. Plan Operativo.
10. Cronograma Anual.
11. Indicadores y KPIs.
12. Recursos Humanos y Técnicos.
13. Estrategia Digital.
14. Producción Audiovisual.
15. Comunicación Interna.
16. Manejo de Crisis y Comunicación Preventiva.
17. Innovación y Modernización.
18. Evaluación y Seguimiento.
19. Conclusión.

1. INTRODUCCIÓN

La Subdirección de Comunicación Social tiene como propósito fortalecer la relación entre la institución y la ciudadanía mediante estrategias de comunicación claras, oportunas, transparentes y de alto impacto.

La comunicación institucional representa una herramienta fundamental para informar, generar cercanía, fortalecer la confianza pública y visibilizar las acciones, programas y resultados impulsados por la dependencia.

El presente Plan Anual y Operativo 2026 establece las líneas estratégicas, objetivos, acciones y mecanismos de evaluación que permitirán optimizar los procesos de comunicación institucional, digital y audiovisual durante el ejercicio anual.

Asimismo, este documento busca consolidar una comunicación moderna, eficiente, cercana y alineada con los principios de transparencia, participación ciudadana y servicio público.

2. MARCO INSTITUCIONAL

La Subdirección de Comunicación forma parte de la estructura institucional encargada de difundir las acciones, programas, proyectos y resultados de la dependencia, así como coordinar estrategias de procuración de fondos, organización de eventos institucionales y programas de apoyo social.

Sus funciones principales son:

- Diseñar estrategias de comunicación institucional.
- Coordinar la difusión de programas y actividades.
- Administrar redes sociales y plataformas digitales.
- Generar contenido audiovisual y gráfico.
- Coordinar cobertura de eventos oficiales.
- Mantener relación con medios de comunicación.
- Fortalecer la imagen institucional.
- Desarrollar campañas informativas y de concientización.
- Coordinar estrategias de comunicación interna.
- Monitorear la percepción pública y medios digitales.
- Coordinar estrategias de procuración de fondos.
- Organizar eventos institucionales y sociales.
- Coordinar programas de apoyo y becas.
- Gestionar procesos administrativos internos.

3. DIAGNÓSTICO ACTUAL

Fortalezas

- Existencia de canales digitales institucionales.
- Capacidad de producción audiovisual y cobertura.
- Cercanía con la ciudadanía mediante redes sociales.
- Personal con experiencia en comunicación institucional, administración eventos sociales.
- Incremento del consumo digital y audiovisual.

Áreas de oportunidad

- Falta de planeación estratégica anual.
- Necesidad de fortalecer identidad visual institucional.
- Limitaciones en tiempos de respuesta y cobertura por falta de personal.
- Necesidad de sistematizar métricas e indicadores.
- Escasa automatización de procesos.
- Necesidad de mejorar alcance orgánico y posicionamiento.

Retos principales

- Incrementar el impacto y alcance de la comunicación.
- Mejorar la percepción institucional.
- Generar contenido más dinámico y humano.
- Mantener comunicación constante y transparente.
- Adaptarse a nuevas tendencias digitales.

4. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la comunicación institucional mediante estrategias digitales, audiovisuales e informativas que permitan mejorar la difusión de programas, acciones y resultados, promoviendo una relación cercana, transparente y eficiente con la ciudadanía.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Incrementar el alcance y posicionamiento digital institucional.
2. Mejorar la calidad y rapidez en la difusión de información.
3. Fortalecer la identidad institucional mediante contenido estratégico.
4. Optimizar la cobertura audiovisual y documental de eventos.
5. Implementar herramientas de análisis y evaluación de resultados.
6. Fortalecer la comunicación interna y coordinación interdepartamental.
7. Desarrollar campañas de comunicación social y participación ciudadana para el fortalecimiento de procuración de fondos.
8. Modernizar procesos de producción y difusión digital.

3. DIAGNÓSTICO ACTUAL

Fortalezas

- Existencia de canales digitales institucionales.
- Capacidad de producción audiovisual y cobertura.
- Cercanía con la ciudadanía mediante redes sociales.
- Personal con experiencia en comunicación institucional, administración eventos sociales.
- Incremento del consumo digital y audiovisual.

Áreas de oportunidad

- Falta de planeación estratégica anual.
- Necesidad de fortalecer identidad visual institucional.
- Limitaciones en tiempos de respuesta y cobertura por falta de personal.
- Necesidad de sistematizar métricas e indicadores.
- Escasa automatización de procesos.
- Necesidad de mejorar alcance orgánico y posicionamiento.

Retos principales

- Incrementar el impacto y alcance de la comunicación.
- Mejorar la percepción institucional.
- Generar contenido más dinámico y humano.
- Mantener comunicación constante y transparente.
- Adaptarse a nuevas tendencias digitales.

4. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la comunicación institucional mediante estrategias digitales, audiovisuales e informativas que permitan mejorar la difusión de programas, acciones y resultados, promoviendo una relación cercana, transparente y eficiente con la ciudadanía.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Incrementar el alcance y posicionamiento digital institucional.
2. Mejorar la calidad y rapidez en la difusión de información.
3. Fortalecer la identidad institucional mediante contenido estratégico.

4. Optimizar la cobertura audiovisual y documental de eventos.
5. Implementar herramientas de análisis y evaluación de resultados.
6. Fortalecer la comunicación interna y coordinación interdepartamental.
7. Desarrollar campañas de comunicación social y participación ciudadana para el fortalecimiento de procuración de fondos.
8. Modernizar procesos de producción y difusión digital.

6. EJES ESTRATÉGICOS

Eje 1. Comunicación Institucional

Fortalecer la imagen institucional mediante mensajes claros, profesionales y alineados con los objetivos de la dependencia: *Ser un DIF más cercano, humano y accesible.*

Eje 2. Comunicación Digital

Optimizar el uso de redes sociales y plataformas digitales para incrementar el alcance, interacción y cercanía con la ciudadanía.

Eje 3. Producción Audiovisual

Generar contenido audiovisual moderno, dinámico y de alta calidad que fortalezca la comunicación institucional.

Eje 4. Cobertura y Difusión

Garantizar la cobertura oportuna de actividades, programas y eventos institucionales.

Eje 5. Participación Ciudadana

Impulsar campañas que fomenten la participación social, la educación y la conciencia ciudadana.

Eje 6. Procuración de Fondos

Desarrollar estrategias y eventos que permitan fortalecer la captación de recursos y apoyos para programas institucionales y sociales.

Eje 7. Programas Sociales y Becas

Fortalecer la difusión, organización y seguimiento de programas de apoyo social, incluyendo el programa anual de becas para niñas y niños beneficiarios.

Eje 8. Organización de Eventos

Coordinar la logística, difusión y ejecución de eventos institucionales, sociales y de recaudación.

Eje 9. Innovación y Modernización

Incorporar herramientas tecnológicas y digitales que optimicen procesos de comunicación y administración.

7. ESTRATEGIA GENERAL DE COMUNICACIÓN

La estrategia de comunicación estará enfocada en:

- Comunicación clara y cercana.
- Transparencia institucional.
- Producción de contenido de valor.
- Rapidez y oportunidad informativa.
- Fortalecimiento de la identidad institucional.
- Uso estratégico de plataformas digitales.
- Comunicación visual moderna.
- Participación e interacción ciudadana.
- Monitoreo y evaluación constante.

Se implementará una estrategia multiplataforma que permita adaptar los mensajes según el tipo de audiencia y canal de difusión.

8. PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN Y OPERACIÓN 2026

LÍNEAS DE ACCIÓN

8.1 Redes sociales

- Administración y calendarización de contenido.
- Publicaciones informativas y educativas.
- Desarrollo de campañas temáticas.
- Monitoreo de interacción y métricas.
- Atención y canalización ciudadana.

8.2 Producción Audiovisual

- Producción de videos institucionales.
- Cobertura fotográfica.
- Producción de reels y contenido dinámico.
- Testimoniales y cápsulas informativas.

8.3 Diseño Gráfico

- Diseño de campañas institucionales.
- Adaptaciones para medios digitales e impresos.
- Desarrollo de identidad visual homogénea.
- Diseño de materiales informativos.

8.4 Comunicación Social y Prensa

- Elaboración de boletines.
- Atención a medios.
- Cobertura de ruedas de prensa.
- Gestión de entrevistas.
- Seguimiento mediático.

8.5 Procuración de Fondos

- Desarrollo de estrategias de recaudación.
- Gestión de alianzas y patrocinios.
- Organización de eventos con causa.
- Difusión de campañas de apoyo social.

- Seguimiento y fortalecimiento de donativos.

8.6 Programa de Becas

- Coordinación operativa del programa anual.
- Difusión de convocatorias.
- Organización de entregas.
- Cobertura y documentación del programa.
- Seguimiento de beneficiarios.

El programa tiene como objetivo beneficiar anualmente a 100 niñas y niños mediante apoyos para compra de útiles escolares al inicio de cada ciclo.

8.7 Organización de Eventos

- Planeación logística.
- Coordinación operativa.
- Cobertura audiovisual.
- Atención protocolaria.
- Gestión de proveedores.
- Difusión institucional.

8.8 Campañas Institucionales

Se desarrollarán campañas enfocadas en:

- Participación ciudadana.
- Programas institucionales.
- Servicios y atención ciudadana.
- Cultura de prevención.
- Difusión de resultados.
- Procuración de fondos.
- Programas sociales.

9. PLAN OPERATIVO

Actividades Diarias

- Cobertura de eventos y actividades.
- Gestión de redes sociales.

- Fotografía y video.
- Diseño gráfico.
- Redacción institucional.
- Monitoreo de medios.
- Atención digital.
- Coordinación interna.

Actividades Semanales

- Planeación de contenido.
- Reunión de seguimiento.
- Producción audiovisual.
- Elaboración de reportes.
- Actualización de calendario institucional.

Actividades Mensuales

- Reporte de métricas.
- Evaluación de campañas.
- Planeación estratégica.
- Actualización de banco audiovisual.
- Capacitación y mejora continua.

10. CRONOGRAMA ANUAL

Primer Trimestre (Enero – Marzo)

- Planeación anual.
- Reestructuración visual institucional.
- Diagnóstico de métricas digitales y sociales.
- Diagnóstico de redes sociales.
- Lanzamiento de campañas prioritarias.

Segundo Trimestre (Abril – Junio)

- Fortalecimiento audiovisual.
- Campañas de participación ciudadana y procuración de fondos.

- Optimización de métricas.
- Producción de contenido documental.

Tercer Trimestre (Julio – Septiembre)

- Evaluación semestral.
- Refuerzo de campañas institucionales y procuración de fondos.
- Modernización de procesos digitales.
- Capacitación interna.

Cuarto Trimestre (Octubre – Diciembre)

- Informe anual de resultados.
- Campañas de cierre anual.
- Evaluación general.
- Planeación preliminar 2027.

11. INDICADORES Y KPIS

Indicadores Digitales

- Alcance mensual.
- Impresiones.
- Interacción.
- Crecimiento de seguidores.
- Reproducciones de video.
- Tasa de engagement.

Indicadores Operativos

- Eventos cubiertos.
- Publicaciones realizadas.
- Videos producidos.
- Diseños entregados.
- Boletines emitidos.
- Campañas ejecutadas.

Indicadores Estratégicos

- Percepción institucional.
- Tiempo de respuesta.
- Alcance ciudadano.
- Participación digital.
- Cobertura mediática.

12. Recursos Humanos y Técnicos

Recursos Humanos

- Subdirector de Comunicación.
- Personal de procuración de fondos.
- Diseñador gráfico.
- Fotógrafo/Videógrafo.
- Community Manager.
- Coordinador de eventos.
- Personal administrativo.
- Personal operativo de apoyo.

Recursos Técnicos

- Equipo fotográfico.
- Cámaras de video.
- Micrófonos y audio.
- Equipo de iluminación.
- Computadoras de edición.
- Software de diseño y edición.
- Herramientas de análisis digital.
- Equipo logístico para eventos.
- Material operativo y administrativo.

13. Estrategia Digital

La estrategia digital tendrá como objetivo consolidar la presencia institucional en plataformas digitales mediante contenido relevante, dinámico y ciudadano.

Objetivos digitales

- Incrementar alcance orgánico.
- Mejorar interacción ciudadana.
- Fortalecer posicionamiento institucional.
- Humanizar la comunicación.
- Impulsar contenido audiovisual.

Plataformas principales

- Facebook
- Instagram
- Página web institucional

Tipos de contenido

- Informativo.
- Educativo.
- Institucional.
- Testimoniales.
- Campañas sociales.

14. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

La producción audiovisual será una herramienta clave para fortalecer la comunicación institucional.

Producciones prioritarias

- Videos institucionales.
- Reels.
- Cápsulas informativas.
- Cobertura documental.
- Videos testimoniales.
- Fotografía institucional.

Objetivos audiovisuales

- Incrementar retención digital.
- Mejorar percepción institucional.
- Generar contenido emocional y cercano.
- Modernizar la imagen institucional.

15. COMUNICACIÓN INTERNA Y OPERACIÓN ADMINISTRATIVA

Se fortalecerá la coordinación y comunicación entre áreas mediante:

- Canales internos de comunicación.
- Reuniones periódicas.
- Calendario institucional compartido.
- Protocolos de difusión.
- Seguimiento operativo.
- Coordinación administrativa.
- Organización documental.
- Seguimiento de solicitudes internas.
- Control operativo de eventos y programas.

El personal administrativo tendrá un papel clave en la organización, control y seguimiento de procesos internos para garantizar la eficiencia operativa de la Subdirección.

16. MANEJO DE CRISIS Y COMUNICACIÓN PREVENTIVA

Se establecerán protocolos para garantizar respuestas rápidas y efectivas ante situaciones sensibles.

Acciones principales

- Monitoreo constante.
- Validación de información.
- Comunicación oficial inmediata.
- Coordinación institucional.
- Atención mediática.
- Control de desinformación.

17. INNOVACIÓN Y MODERNIZACIÓN

La Subdirección de Comunicación impulsará procesos de innovación mediante:

- Implementación de herramientas de Project Management.
- Implementación de herramientas digitales.
- Uso de inteligencia artificial para optimización.
- Estrategias multiplataforma.

Propuesta de Herramientas Digitales

- Meta Business Suite
- Google Drive
- Canva Pro
- Adobe Creative Cloud
- Clickup
- Google Analytics
- Herramientas de IA para optimización de contenido

18. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

La evaluación permitirá medir el desempeño y cumplimiento de objetivos mediante:

- Reportes e informes, mensuales. Trimestrales, semestrales y anuales, según se requieran.
- Monitoreo de KPIs.
- Ajustes estratégicos.

19. CONCLUSIÓN

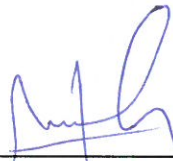
El presente Plan Anual y Operativo 2026 representa una guía estratégica para fortalecer la comunicación institucional mediante acciones organizadas, medibles y orientadas a resultados.

La implementación de este plan permitirá consolidar una comunicación moderna, eficiente y cercana con la ciudadanía, fortaleciendo la transparencia, participación y difusión de las acciones institucionales.

Asimismo, se busca generar una comunicación más humana, dinámica y estratégica, alineada con las necesidades actuales de información y vinculación social.

Atentamente

“2026. Jalisco, Cuna de Identidad Nacional y el Mundial que nos Une”



Ing. Angel Alberto Calderón Gallegos

Titular de la Subdirección de Comunicación Social y RRPP Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) del Municipio de Puerto Vallarta, Jalisco.

C.C.P. Archivo
C.C.P. AACG/ysr

