pROGRAMA ANUAL 2023

DE COMUNICACIÓN SOCIAL

  

**INTRODUCCIÓN**

**Programas Insignia:**

* Atención a niñas y niños hijos de padres jornaleros. (NIDOS).
* Atención Alimentaria.
* Becas para Madres menores de 18 años.

**Programas**

* Kermes del DIF 2023.
* Procuraduría de Protección a Niñas, Niños y Adolescentes.
* Procuraduría del Adulto Mayor.
* Asistencia Social (Dotación de Apoyos Funcionales para Personas con Discapacidad).
* Apoyos directos asistenciales a personas de Grupos Prioritarios.
* Seguimiento y capacitación de Ludotecas Públicas.
* Atención en materia de Rehabilitación y Discapacidad en el Centro de Rehabilitación y Educación Especial, (CREE).
* Atención a niñas, niños y adolescentes en Centros de Asistencia Social bajo resguardo del Sistema DIF Michoacán, (CAS).
* Atención a personas con discapacidad psicosocial bajo resguardo del Sistema DIF Michoacán.
* Becas para erradicar el trabajo infantil.
* Fortalecimiento familiar y promoción de los derechos de la infancia.
* Fortalecimientos de PAMAR y CCPI.
* Campamentos recreativos.
* Atención a niñas y niños en educación inicial y preescolar en los Centros de Atención Infantil, (CAI´s).
* Programas culturales, artísticos y recreativos en el Centro de Arte y Cultura “José Ma. Morelos”, (CEAC)
* Inauguración y arranque del Centro de Asistencia Social para NNA Migrantes.
* Donación de cobijas.
* Donación de juguete.

**OBJETIVO GENERAL**

Dar a conocer, a través de los medios masivos de comunicación, las redes sociales y de los medios alternativos y electrónicos, los programas, acciones y actividades realizados por el Sistema DIF Michoacán, encaminados al desarrollo social de los Grupos Prioritarios.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

* Posicionar entre la población los programas insignia de la actual administración.
* Dar a conocer de manera oportuna y puntual los programas, acciones y actividades que emprende el Sistema DIF Michoacán.
* En conjunto con la Coordinación General de Comunicación Social, implementar las Estrategias de Comunicación o Campañas necesarias para promocionar aquellos programas alineados al Plan Estatal de Desarrollo 2021-2027 y contenidos en el Programa Operativo Anual 2022.
* Hacer uso de las herramientas de comunicación que nos ofrece la Coordinación General de Comunicación Social.
* Emitir un mínimo de 250 comunicados al año.

**TEMAS A COMUNICAR**

* Kermes del DIF 2023.
* (NIDOS), atención a niñas y niños hijos de padres jornaleros.
* Atención Alimentaria, (Desayunos Escolares Calientes, Comedores Comunitarios, programas de Asistencia Social Alimentaria y Asistencia Social Alimentaria 1000 días de vida).
* Becas para Madres menores de 18 años.
* Inauguración y arranque del Centro de Asistencia Social para NNA Migrantes.
* Procuraduría del Adulto Mayor (Jornadas Optométricas; atención a Adultos Mayores bajo resguardo del Sistema DIF Michoacán; fortalecimiento de Estancias de Adultos Mayores).
* Asistencia Social (Dotación de Apoyos Funcionales para Personas con Discapacidad).
* Apoyos directos asistenciales a personas en vulnerabilidad.
* Seguimiento y capacitación de Ludotecas Públicas.
* Atención en materia de Rehabilitación y Discapacidad en el Centro de Rehabilitación y Educación Especial, (CREE).
* Atención a niñas, niños y adolescentes en Centros de Asistencia Social bajo resguardo del Sistema DIF Michoacán, (CAS).
* Atención a personas con discapacidad psicosocial bajo resguardo del Sistema DIF Michoacán.
* Becas para erradicar el trabajo infantil.
* Fortalecimiento familiar y promoción de los derechos de la infancia.
* Fortalecimientos de PAMAR y CCPI.
* Campamentos recreativos.
* Atención a niñas y niños en educación inicial y preescolar en los Centros de Atención Infantil, (CAI´s).
* Programas culturales, artísticos y recreativos en el Centro de Arte y Cultura “José Ma. Morelos”, (CEAC).
* Donación de cobijas.
* Donación de juguete.

**DIFUSIÓN DE OBRAS Y ACCIONES**

Para el Sistema DIF Michoacán, es una prioridad que **los programas que realiza o desarrolla, lleguen a todos los Grupos Prioritarios de la entidad, para ello, es importante, que se comuniquen o difundan a través de los medios de comunicación convencionales y digitales, además, de en todas las herramientas de comunicación con que cuenta la Coordinación General de Comunicación del Gobierno del estado de Michoacán.**

* Kermes del DIF 2023.
* (NIDOS), atención a niñas y niños hijos de padres jornaleros.
* Atención Alimentaria, (Desayunos Escolares Calientes, Comedores Comunitarios, programas de Asistencia Social Alimentaria y Asistencia Social Alimentaria 1000 días de vida).
* Becas para Madres menores de 18 años.
* Inauguración y arranque del Centro de Asistencia Social para NNA Migrantes.
* Procuraduría del Adulto Mayor (Jornadas Optométricas; atención a Adultos Mayores bajo resguardo del Sistema DIF Michoacán; fortalecimiento de Estancias de Adultos Mayores).
* Asistencia Social (Dotación de Apoyos Funcionales para Personas con Discapacidad).
* Atención en materia de Rehabilitación y Discapacidad en el Centro de Rehabilitación y Educación Especial, (CREE). Y de las Unidades Básicas de Rehabilitación (son equipados por el Sistema DIF Michoacán y se ubican en varios municipios del estado).
* Becas para erradicar el trabajo infantil.
* Fortalecimiento familiar y promoción de los derechos de la infancia.
* Fortalecimientos de PAMAR y CCPI.
* Donación de cobijas.
* Donación de juguete.

**CAMPAÑA TRANSVERSAL**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **NOMBRE DE LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN** | **\*\* PLATAFORMA** | **META DE LA ACTIVIDAD** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** | **TOTAL** |
| **1** | KERMÉS DIF 2023 | SPOT DE RADIO | DIFUSIÓN DEL EVENTO EN EL 100% DEL ESTADO, YA QUE MAS DEL 90% DE LOS MUNICIPIOS PARICIPARÁN |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| SPOT DE TELEVISIÓN |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ESPECTACULARES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| VIDEOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | INSERCIONES EN PRENSA |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | GIRA DE MEDIOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | PARTICIPACIÓN EN LA MEDIA HORA ESTATAL |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | PANTALLAS ELECTRÓNICAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | USO DE MATERIALES EN REDES SOCIALES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | BOLETINES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ENTREVISTAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**CAMPAÑA TRANSVERSAL**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **NOMBRE DE LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN** | **\*\* PLATAFORMA** | **META DE LA ACTIVIDAD** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** | **TOTAL** |
| **2** | **NIDOS (ATENCIÓN A NIÑAS Y NIÑOS HIJOS DE PADRES JORNALEROS)** | SPOT DE RADIO | IMPORTANTE QUE LAS Y LOS MICHOACANOS CONOZCAN QUE EL GOBIERNO DE MICHOACÁN, TIENE EL PROGRAMA NIDOS, EN DONDE SE BRINDA ATENCIÓN INTEGRAL A NIÑAS Y NIÑOS HIJOS DE PADRES JORNALEROS. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| SPOT DE TELEVISIÓN |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ESPECTACULARES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| VIDEOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | INSERCIONES EN PRENSA |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | GIRA DE MEDIOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | PARTICIPACIÓN EN LA MEDIA HORA ESTATAL |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | USO DE MATERIALES EN REDES SOCIALES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | BOLETINES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ENTREVISTAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**CAMPAÑA TRANSVERSAL**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **NOMBRE DE LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN** | **\*\* PLATAFORMA** | **META DE LA ACTIVIDAD** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** | **TOTAL** |
| **3** | **ATENCIÓN ALIMENTARIA** | SPOT DE RADIO | ESTE PROGRAMA TIENE COBERTURA ESTATAL, YA QUE ESTÁ DIRIGIDO A TODOS LOS GRUPOS PRIORITARIOS DE MICHOACÁN. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| SPOT DE TELEVISIÓN |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ESPECTACULARES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| VIDEOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | INSERCIONES EN PRENSA |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | GIRA DE MEDIOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | PARTICIPACIÓN EN LA MEDIA HORA ESTATAL |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | USO DE MATERIALES EN REDES SOCIALES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | CARTELES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | BOLETINES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ENTREVISTAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | TRÍPTICOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**CAMPAÑA TRANSVERSAL**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **NOMBRE DE LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN** | **\*\* PLATAFORMA** | **META DE LA ACTIVIDAD** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** | **TOTAL** |
| **4** | **BECAS PARA MADRES MENORES DE 18 AÑOS** | SPOT DE RADIO | EL PROGRAMA INSIGNIA TENDRÁ UNA COBERTURA ESTATAL Y ESTÁ DIREGITO A TODAS LAS MADRES MENORES DE 18 AÑOS, POR ELLO ES IMPORTANTE SU DIFUSIÓN MASIVA.  IMPORTANTE DESTACAR QUE SE TIENE CONSIDERADO INICIAL EN EL MES DE JULIO, LA FECHA PUEDE VARIAR. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| SPOT DE TELEVISIÓN |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ESPECTACULARES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| VIDEOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | INSERCIONES EN PRENSA |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | GIRA DE MEDIOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | PARTICIPACIÓN EN LA MEDIA HORA ESTATAL |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | USO DE MATERIALES EN REDES SOCIALES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | CARTELES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | BOLETINES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ENTREVISTAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | TRÍPTICOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**CAMPAÑA TRANSVERSAL**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **NOMBRE DE LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN** | **\*\* PLATAFORMA** | **META DE LA ACTIVIDAD** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** | **TOTAL** |
| **5** | **INAUGURACIÓN Y ARRANQUE DEL CENTRO DE ASISTENCIA SOCIAL PARA NNA MIGRANTES.** | SPOT DE RADIO | EL CENTRO DE ASISTENCIA SOCIAL ESTARÁ DIREGIDO A GARANTIZAR EL BIENESTAR DE LA INFANCIA MIGRANTE EN MICHOACÁN.  ES IMPORTANTE DESTACAR QUE AUN SIGUE EN CONTRUCCIÓN EL CENTRO Y UNA VEZ QUE ESTE CONCLUIDO Y CUENTE CON TODO EL EQUIPAMIENTO SE PONDRA EN OPERACIÓN, SE CONSIDERA LA INAUGURACIÓN PARA EL MES DE MARZO. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| SPOT DE TELEVISIÓN |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ESPECTACULARES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| VIDEOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | INSERCIONES EN PRENSA |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | GIRA DE MEDIOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | PARTICIPACIÓN EN LA MEDIA HORA ESTATAL |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | USO DE MATERIALES EN REDES SOCIALES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | CARTELES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | BOLETINES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ENTREVISTAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | TRÍPTICOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**SE QUEQUIERE IDENTIDAD GRÁFICA.**

**CAMPAÑA TRANSVERSAL**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **NOMBRE DE LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN** | **\*\* PLATAFORMA** | **META DE LA ACTIVIDAD** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** | **TOTAL** |
| **6** | **ASISTENCIA SOCIAL (DOTACIÓN DE APOYOS FUNCIONALES PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD).** | SPOT DE RADIO | PROGRAMA DE COBERTURA ESTATAL, DIRIGIDO A TODAS LAS PERSINAS CON DISCAPACIDAD. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| SPOT DE TELEVISIÓN |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ESPECTACULARES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| VIDEOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | INSERCIONES EN PRENSA |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | GIRA DE MEDIOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | PARTICIPACIÓN EN LA MEDIA HORA ESTATAL |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | USO DE MATERIALES EN REDES SOCIALES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | BOLETINES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ENTREVISTAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | TRÍPTICOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**CAMPAÑA TRANSVERSAL**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **NOMBRE DE LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN** | **\*\* PLATAFORMA** | **META DE LA ACTIVIDAD** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** | **TOTAL** |
| **7** | **PROCURADURÍA DEL ADULTO MAYOR** | SPOT DE RADIO | ESTE AÑO SE CREO LA PROCURADURIA DEL ADULTO MAYOR, POR LO QUE, ES IMPORTANTE INFORMAR A LOS ADULTOS MAYORES SOBRE LAS ACCIONES QUE SE EMPRENDERAN, DESTACANDO:  FORTALECIMIENTO DE ESTANCIAS DE ADULTOS MAYORES.  JORNADAS OPTOMÉTRICAS; ATENCIÓN A ADULTOS MAYORES BAJO RESGUARDO DEL SISTEMA DIF MICHOACÁN, ENTRE OTROS TEMAS DE INTERES PARA ESTE SECTOR. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| SPOT DE TELEVISIÓN |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ESPECTACULARES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| VIDEOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | IDENTIDAD GRÁFICA |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | INSERCIONES EN PRENSA |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | GIRA DE MEDIOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | PARTICIPACIÓN EN LA MEDIA HORA ESTATAL |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | USO DE MATERIALES EN REDES SOCIALES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | BOLETINES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ENTREVISTAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | TRÍPTICOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**CAMPAÑA TRANSVERSAL**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **NOMBRE DE LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN** | **\*\* PLATAFORMA** | **META DE LA ACTIVIDAD** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** | **TOTAL** |
| **8** | **COLECTA DE JUGUETES** | SPOT DE RADIO | CAMPAÑA DE COBERTURA ESTATAL YA QUE EN EL PRESENTE AÑO SE PRETENDE LLEGAR A MAS COMUNIDADES Y LOCALIDADE DE ALTO Y MUY ALTO INDICE DE POBRESA… PRETENDEMOS QUE TODAS LAS NIÑAS Y NIÑOS PERTENECIAENTES AGRUPOS PRIORITARIOS CUENTEN CON UN JUGUETE. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| SPOT DE TELEVISIÓN |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ESPECTACULARES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| VIDEOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | INSERCIONES EN PRENSA |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | GIRA DE MEDIOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | PARTICIPACIÓN EN LA MEDIA HORA ESTATAL |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | USO DE MATERIALES EN REDES SOCIALES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | BOLETINES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ENTREVISTAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**CAMPAÑA TRANSVERSAL**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **NOMBRE DE LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN** | **\*\* PLATAFORMA** | **META DE LA ACTIVIDAD** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** | **TOTAL** |
| **9** | **COLECTA DE COBIJAS** | SPOT DE RADIO | CAMPAÑA DE COBERTURA ESTATAL YA QUE EL 80% DE LOS MUNICIPIOS SUFREN DE FRENTES FRIOS DURANTE LA TEMPORADA INVERNAL. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| SPOT DE TELEVISIÓN |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ESPECTACULARES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| VIDEOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | INSERCIONES EN PRENSA |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | GIRA DE MEDIOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | PARTICIPACIÓN EN LA MEDIA HORA ESTATAL |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | USO DE MATERIALES EN REDES SOCIALES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | BOLETINES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ENTREVISTAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**IMPORTANTE: CON ANTICIPACIÓN SE HARÁ LLEGAR SOLICITUD DE CADA UNA DE LAS CAMPAÑAS TRANSVERSALES.**

\*CONSIDERAR AL MOMENTO DE REALIZAR LA SOLICITUD, ENVIAR CON ANTELACIÓN LA PROPUESTA DE DISEÑO, TEXTOS, FOTOGRAFÍAS, GRABACIONES Y LO NECESARIO PARA LA DIFUSIÓN DE LOS MATERIALES.

\*\*CONSIDERANDO EL USO DE LAS PLATAFORMAS EN RAZÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO (SEGMENTACIÓN).

**CAMPAÑAS INFORMATIVAS**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **NOMBRE DE LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN** | **\*\* PLATAFORMA** | **META DE LA ACTIVIDAD** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** | **TOTAL** |
| **1** | **ENCUENTRO NACIONAL “RED DE PROMOTORES COMUNITARIOS”** | VIDEO | ES UN EVENTO DE COVERTURA NACIONAL, YA QUE POR PRIMERA OCACIÓN SE REUNIRAN EN MICHOACÁN LAS PRESIDENTAS HONORARIAS, DIRECTORAS Y DIRECTORES GENERALES DE LOS SISTEMAS DIF DE TODO EL PAÍS, ADEMÁS, DE LA DIRECTORA GENERAL DEL SISTEMA NACIONAL DIF.  SERÁ UN EVENTO QUE CNVOCARÁ A CERCA DE 1000 PERSONAS.  FECHAS: 29, 30 Y 31 DE MARZO.  LUGAR: CECONEXPO |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | GIRA DE MEDIOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | PARTICIPACIÓN EN LA MEDIA HORA ESTATAL |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | PANTALLAS ELECTRÓNICAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | USO DE MATERIALES EN REDES SOCIALES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | PENDONES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | MANPARAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | BOLETINES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ENTREVISTAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**IMPORTANTE: HARAMOS LLEGAR TODA LA INFORMACIÓN PARA QUE NOS APOYEN CON EL DISEÑO DE LOS MATERIALES DE COMUNICACIÓN NECESARIOS PARA LA REALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DEL EVENTO.**

**CAMPAÑAS INFORMATIVAS**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **NOMBRE DE LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN** | **\*\* PLATAFORMA** | **META DE LA ACTIVIDAD** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** | **TOTAL** |
| **2** | **ATENCIÓN EN MATERIA DE REHABILITACIÓN Y DISCAPACIDAD.**  **CENTRO DE REHABILITACIÓN Y EDUCACIÓN ESPECIAL, (CREE).** | VIDEOS | IMPORTANTE DAR A CONOCER A LAS Y LOS MICHOACANOS, LOS SERVICIOS QUE BRINDA EL CREE Y LAS UBR EN LOS MUNICIPIOS DEL ESTADO, A LAS PERSONAS QUE REQUIERAN DE ALGUNA REHABILITACIÓN. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | GIRA DE MEDIOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | PARTICIPACIÓN EN LA MEDIA HORA ESTATAL |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | USO DE MATERIALES EN REDES SOCIALES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | BOLETINES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ENTREVISTAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**CAMPAÑAS INFORMATIVAS**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **NOMBRE DE LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN** | **\*\* PLATAFORMA** | **META DE LA ACTIVIDAD** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** | **TOTAL** |
| **3** | **FORTALECIMIENTO FAMILIAR Y PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LA INFANCIA.** | GIRA DE MEDIOS | IMPORTANTE INFORMAR A LAS Y LOS MICHOACANOS SOBRE LOS PROCESOS DE:  ADOPCIÓN Y ACOGIMIENTO |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | PARTICIPACIÓN EN LA MEDIA HORA ESTATAL |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | USO DE MATERIALES EN REDES SOCIALES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | BOLETINES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ENTREVISTAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | TRÍPTICOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**CAMPAÑAS INFORMATIVAS**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **NOMBRE DE LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN** | **\*\* PLATAFORMA** | **META DE LA ACTIVIDAD** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** | **TOTAL** |
| **4** | **PROGRAMAS CULTURALES, ARTÍSTICOS Y RECREATIVOS EN EL CENTRO DE ARTE Y CULTURA “JOSÉ MA. MORELOS”, (CEAC).** | SPOT DE RADIO | IMPORTANTE INFORMAR A LAS Y LOS MICHOACANOS SOBRE LOS TALLERES CULTURALES, DEPORTIVOS Y, PARA ADULTOS MAYORES QUE SE IMPARTEN EN EL CEAC DEL SISTEMA DIF MICHOACÁN |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| SPOT DE TELEVISIÓN |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ESPECTACULARES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| VIDEOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | GIRA DE MEDIOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | PARTICIPACIÓN EN LA MEDIA HORA ESTATAL |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | USO DE MATERIALES EN REDES SOCIALES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | CARTELES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | BOLETINES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | ENTREVISTAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | MAMPARAS PARA CADA UNO DE LOS TALLERES QUE SE IMPARTEN EN EL CEAC |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

\*\*CONSIDERANDO EL USO DE LAS PLATAFORMAS EN RAZÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO (SEGMENTACIÓN).

**METAS MENSUALES DE REDES SOCIALES**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **RED SOCIAL** | **(INDICAR EL NOMBRE)** | **DESCRIPCIÓN DE META** | **META ANUAL** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** | **TOTAL** |
|  | **FACEBOOK EJEMPLO:**  **(SEGOB.MICH)** | **POSTEOS Y DIFUSIÓN DE VIDEOS Y PUBLICACIONES** | **1,680** | **140** | **140** | **140** | **140** | **140** | **140** | **140** | **140** | **140** | **140** | **140** | **140** | **1,680** |
|  | **WHATSAPP** | **SOLICITUD DE INFORMACIÓN, EVÍO DE BOLETINES E INVITACIÓNES, CONTENIDOS, FOTOGRAFIAS, VÍDEOS, ETC.** | **1,800** | **150** | **150** | **150** | **150** | **150** | **150** | **150** | **150** | **150** | **150** | **150** | **150** | **1.800** |
|  | **TWITTER** | **POSTEOS Y DIFUSIÓN DE VIDEOS Y PUBLICACIONES** | **720** | **60** | **60** | **60** | **60** | **60** | **60** | **60** | **60** | **60** | **60** | **60** | **60** | **720** |
|  | **YOU TUBE** | **VIDEOS, PROGRANA: DIFusión.**  **TESTIMONIOS** | **40** |  |  | **4** | **4** | **4** | **4** | **4** | **4** | **4** | **4** | **4** | **4** | **40** |
|  | **TELEGRAM** | **FOTOGRAFIAS** | **1,440** | **120** | **120** | **120** | **120** | **120** | **120** | **120** | **120** | **120** | **120** | **120** | **120** | **1,440** |

**DESCRIPCIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS, FÍSICOS Y MATERIALES**

**CON QUE CUENTA EL ÁREA DE COMUNICACIÓN**

**¿EL ENLACE DE COMUNICACIÓN CUENTA CON NOMBRAMIENTO?**

SÍ

**¿CUÁL ES EL GRADO ACADÉMICO DEL ENLACE DE COMUNICACIÓN?**

Licenciatura

**¿CUÁNTAS PERSONAS TIENE A CARGO EL ENLACE DE COMUNICACIÓN, Y CUÁL ES SU FUNCIÓN?**

1 APOYO ADMINISTRATIVO

1 FOTÓGRAFO

1 CAMARÓGRAFO

1 REDACTOR (REPORTERO)

**TOTAL: 4, todos sindicalizados.**

**DESCRIPCIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS, FÍSICOS Y MATERIALES**

**CON QUE CUENTA EL ÁREA DE COMUNICACIÓN**

**REALICE UN ORGANIGRAMA DEL ÁREA DE COMUNICACIÓN**

**DESCRIPCIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS, FÍSICOS Y MATERIALES**

**CON QUE CUENTA EL ÁREA DE COMUNICACIÓN**

**¿CUENTA CON EQUIPO DE CÓMPUTO PARA DISEÑO?**

No

**¿CUENTA CON EQUIPO DE EDICIÓN?**

No

**¿CADA UNA DE LAS PERSONAS QUE LABORAN EN EL ÁREA CUENTA CON EQUIPO DE CÓMPUTO PERSONAL?**

Si

**¿CÓMO DESCRIBIRÍA EL ESTADO Y/O FUNCIONALIDAD DE SU EQUIPO DE CÓMPUTO?**

Regular y malo

**¿CUENTA CON CÁMARA FOTOGRÁFICA?**

Si, Nikon-D750/ 2017.

**¿CUENTA CON CÁMARA DE VIDEO?**

Si, Sony HXR-MC/2000.

**IMPLEMENTACIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA DEL GOBIERNO DEL ESTADO**

CONSIDERAR DENTRO DE LA PLANEACIÓN LA IMPLEMENTACIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA DE GOBIERNO DEL ESTADO, EN SU DEPENDENCIA O ENTIDAD. (EN RECURSOS FÍSICOS, MATERIALES Y HUMANOS).

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **REFERENCIA** | **IDENTIFICADOR** | **PORCENTAJE ACTUAL** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** | **OCT** | **NOV** | **DIC** | **% TOTAL 2023** |
| **1** | **DIRECCIÓN GENERAL SEÑALÉTICA DEL EDIFICIO** | **20%** | **0** | **0** | **10** | **10** | **10** | **10** | **10** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **70%** |
| **2** | **PERSONAL DE LA DIRECCIÓN GENERAL (UNIFORMES)** | **50%** | **0** | **0** | **25** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **25** | **0** | **0** | **100%** |
| **3** | **PAPELERÍA GENERAL** | **100%** | **N/A** | **N/A** | **N/A** | **N/A** | **N/A** | **N/A** | **N/A** | **N/A** | **N/A** | **N/A** | **N/A** | **N/A** | **100%** |
| **4** | **SELLO** | **100%** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **100%** |

**NOTA:** EN CASO DE QUE SE REQUIERAN CAMPAÑAS EXTRAORDINARIAS A LO PLANTEADO EN EL PRESENTE PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL, ESTAS DEBERÁN NOTIFICARSE, SOLICITÁNDOSE SU VISTO BUENO A LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL.