

ANEXO I. FICHA DE INFORMACIÓN BÁSICA DEL PROGRAMA PRESUPUESTARIO

1.- ANTECEDENTES

- 1.1 En la actualidad, la conectividad se ha vuelto una necesidad básica para la ciudadanía derivado de que el acceso a los servicios de internet proporciona una herramienta más de aprendizaje comunicación y accesibilidad; sin embargo, así como hoy es más cercana la comunicación, la sociedad también está expuesta cada vez más a estar desinformada y ser vulnerable por el rumor, la información infundada y aquella cuyos intereses tienen como objetivo la inestabilidad política, social y económica.
- 1.2 En 2020, la población en Tizayuca fue de 168,302 habitantes (48.7% hombres y 51.3% mujeres). En comparación a 2010, la población en Tizayuca creció un 72.7%. esto implica un reto para el actual Gobierno Municipal para generar las acciones adecuadas de comunicación y a través de la coordinación entre el área de Comunicación Social y sus dependencias municipales emitir mensajes oportunos a la población, para informar, dar a conocer sus objetivos y difundir metas.
- 1.3 Los actores involucrados en la atención de este problema son las dependencias del Gobierno Municipal de Tizayuca, la Dirección de Comunicación Social, y la población en general que conoce o desconoce la información sobre las acciones públicas del periodo de gobierno 2020-2024.
- 1.4 Lo anterior, ha implicado tener una mayor altura de miras donde, se están dirigiendo los esfuerzos para lograr una *sociedad informada oportunamente, más participativa, crítica y solidaria*.

2.- IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

- 2.1 El problema central a atender es que existan canales deficientes de comunicación para dar a conocer a la ciudadanía oportunamente las acciones, gestiones y resultados del Gobierno Municipal de Tizayuca. La política de comunicación del Gobierno Municipal de Tizayuca debe ser analizada y contemplada a profundidad dentro del Plan de Desarrollo Municipal y redefinir una agenda propia de comunicación: generar información de calidad, con contenido y formativa; posicionar mensajes que redunden con éxito en las audiencias, ser más propositivos e innovadores en el manejo de los mensajes, herramientas y técnicas de difusión que ofrezcan las respuestas que requiere la ciudadanía y legitime las acciones de los servidores públicos y gobierno contribuyendo a una democracia participativa.
- 2.2 Los actores involucrados en la atención de este problema son las dependencias del Gobierno Municipal de Tizayuca, la Dirección de Comunicación Social, y la población en general.
- 2.3 Las causas que han dado origen al problema son el presupuesto insuficiente para establecer acciones inmediatas en el área de Comunicación; carencia de personal calificado en el área para ejercicio de funciones en forma efectiva; el desarrollo de un plan de trabajo con acciones específicas con las dependencias del Gobierno Municipal; la limitación de los insumos para desarrollar tareas de comunicación efectiva; el bajo nivel de capacitación del personal para desarrollo de habilidades; y el bajo nivel de coordinación con las dependencias para la promoción de las acciones públicas en tiempo y forma.
- 2.4 Los efectos en que se ha derivado el problema en la población es que hay un bajo nivel de calidad en el desarrollo de las acciones de comunicación: *la ausencia de un trabajo de calidad que produzca seguidores del*

3.- DETERMINACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LA INTERVENCIÓN

- 3.1 El objetivo específico es informar y divulgar hacia la sociedad y a los medios de comunicación, las acciones, apoyos, programas, gestiones y resultados gubernamentales de la Administración Pública Municipal y su titular a fin de lograr una percepción e imagen positiva sobre éstas en la sociedad.
- 3.1 Las acciones que se generan a través de la Dirección de Comunicación Social están ligadas a la información que se genera a lo largo y ancho de las dependencias municipales de Tizayuca y que al intentar emitir la información pública y ponerla al alcance de la población requieren esta coordinación interinstitucional y transversal para hacerla llegar a un mayor espectro poblacional en forma sustantiva.

4.- COBERTURA

habitantes del municipio de Tizayuca, Estado de Hidalgo.

- 4.1 La población potencial del programa es aquella población de adultos, ya sea hombres y mujeres que requieren que sus demandas sean atendidas y están ubicadas geográficamente dentro del municipio de Tizayuca que requiere conocer las acciones, apoyos, programas, gestiones, política y resultados del Gobierno Municipal de Tizayuca; y ser atendidos y escuchados. Público en general que radica o visita Tizayuca.

Con base el Censo de Población y Vivienda 2020 de INEGI, se establece que la población total de Tizayuca en 2020 fue 168 302 habitantes, siendo 51.3% mujeres y 48.7% hombres.

POBLACIÓN POTENCIAL	POBLACIÓN OBJETIVA	POBLACIÓN ATENDIDA DEL EJERCICIO FISCAL ANTERIOR
168 mil 302 habitantes del Municipio de Tizayuca, Estado de Hidalgo.	117 mil 307 habitantes de 15 a 80 y mas años de edad	ND

4.4 Frecuencia de actualización de la población potencial: Anual, CENSO, INEGI 2020

4.4 Frecuencia de actualización de la población objetivo: Anual, CENSO, INEGI 2020

4.4.1 Frecuencia de actualización de identificación, caracterización y cuantificación de población potencial: Anual

4.4.2 Frecuencia de actualización de identificación, caracterización y cuantificación de población objetivo: Anual

4.5 Para cuantificar la población potencial, se utilizó el Censo de Población y Vivienda 2020, de la población total del Municipio de Tizayuca (168 mil 302 habitantes)

4.5.1 La población potencial y objetiva se definió a partir de los datos oficiales que refieren la población total del Municipio de Tizayuca, desagregando la población de entre 18 y 70 años ya que estos son los que exigen la atención de sus demandas sociales con intereses particulares o específicos. Es decir, el 69.7% o 117 mil 307 habitantes del Municipio de Tizayuca, esta cantidad poblacional se considera susceptible de recibir información a través de los diferentes medios de comunicación y canales de difusión.

4.5.2 Para cuantificar la población objetivo, se delimitó la población que puede acceder a la información en al menos un medio de información y un canal de difusión

5.- DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN PÚBLICA

5.1 Los bienes y servicios que integran el programa son la identidad gráfica institucional de la administración 2020-2024 y los lineamientos para las aplicaciones del Manual de Identidad Institucional del Gobierno Municipal de Tizayuca.

5.2 Los componentes son la cobertura del quehacer gubernamental desarrollado a través de las dependencias municipales, sus programas, políticas públicas, acciones y gestiones de la administración municipal de Tizayuca, asimismo como el análisis de medios y monitoreo de la información.

5.3 El escenario esperado a futuro es que la ciudadanía percibe buena comunicación de las acciones, gestiones y resultados actuales del Gobierno Municipal de Tizayuca como resultado de que se creen los canales óptimos de comunicación para dar a conocer a la ciudadanía oportunamente la información pública.

6.- ¿ES UN PROGRAMA SOCIAL?

No aplica

SI	1	2	3	4
NO	x	x	x	x

Alimentación		Directo		Indirecto	X
Educación		Directo		Indirecto	X
Salud		Directo		Indirecto	X
Trabajo		Directo		Indirecto	X
Vivienda		Directo		Indirecto	X
Seguridad Social		Directo		Indirecto	X
No Discriminación		Directo		Indirecto	X
Medio ambiente sano		Directo		Indirecto	X
Bienestar Económico		Directo		Indirecto	X

7.- PADRON DE BENEFICIARIOS

No aplica

Liga de Internet:

Archivo PDF:

Archivo Excel:

8.- REGLAS DE OPERACIÓN

No aplica

Liga de Internet:

Archivo PDF:

Archivo Excel:



ANEXO II. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

UNIDAD RESPONSABLE	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
UNIDAD PRESUPUESTAL RESPONSABLE DE LA ELABORACIÓN DE LA MIR	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
UNIDADES PRESUPUESTALES INTEGRANTES DE LA MIR	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
PROGRAMA SECTORIAL	Eje 1 Gobernanza y rendición de cuentas
PROGRAMA PRESUPUESTARIO	Eje 5 Gobierno Abierto

1. POBLACION O AREA DE ENFOQUE POTENCIAL

168 mil 302 habitantes del Municipio de Tizayuca

2. POBLACION O AREA DE ENFOQUE OBJETIVO

117 mil 307 habitantes del Municipio de Tizayuca que solicitan servicios gubernamentales y atención a sus problemas sociales.

3. PROBLEMÁTICA CENTRAL

Existen canales deficientes de comunicación para dar a conocer a la ciudadanía oportunamente las acciones, gestiones y resultados del Gobierno Municipal de Tizayuca

4. MAGNITUD DEL PROBLEMA

4.1 POBLACIÓN POTENCIAL	4.2 POBLACIÓN OBJETIVO	4.3 POBLACION ATENDIDA DEL EJERCICIO FISCAL ANTERIOR
168 302 habitantes del Municipio de Tizayuca	117 mil 307 habitantes del Municipio de Tizayuca que posiblemente solicitan servicios gubernamentales y atención a sus problemas sociales.	ND

5. EFECTO SUPERIOR (FIN)

Contribuir a la formación de una democracia participativa manteniendo informada a la sociedad en forma transparente de las actividades gubernamentales y resultados del Gobierno Municipal de Tizayuca.

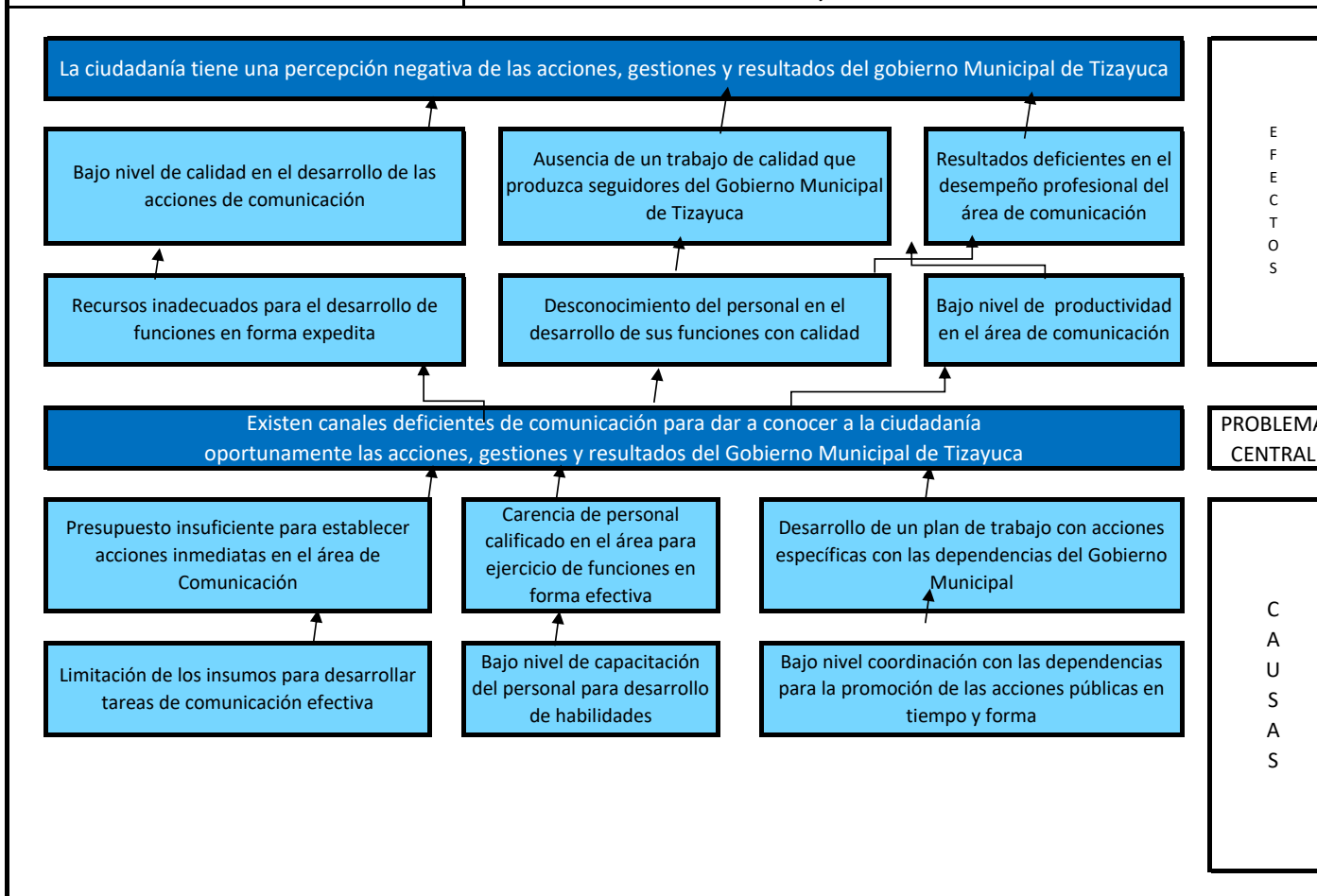


PROBLEMÁTICA CENTRAL	La desinformación de la ciudadanía sobre el ejercicio gubernamental de la Administración Pública Municipal de Tizayuca		
BENEFICIARIOS	OPOSITORES	EJECUTORES	INDIFERENTES
La población que habita en el Municipio de Tizayuca	Personas o medios que alentan la desinformación	Dirección de Comunicación Social y Dependencias del	Población que desconoce o no le interesa las acciones, programas y política de su

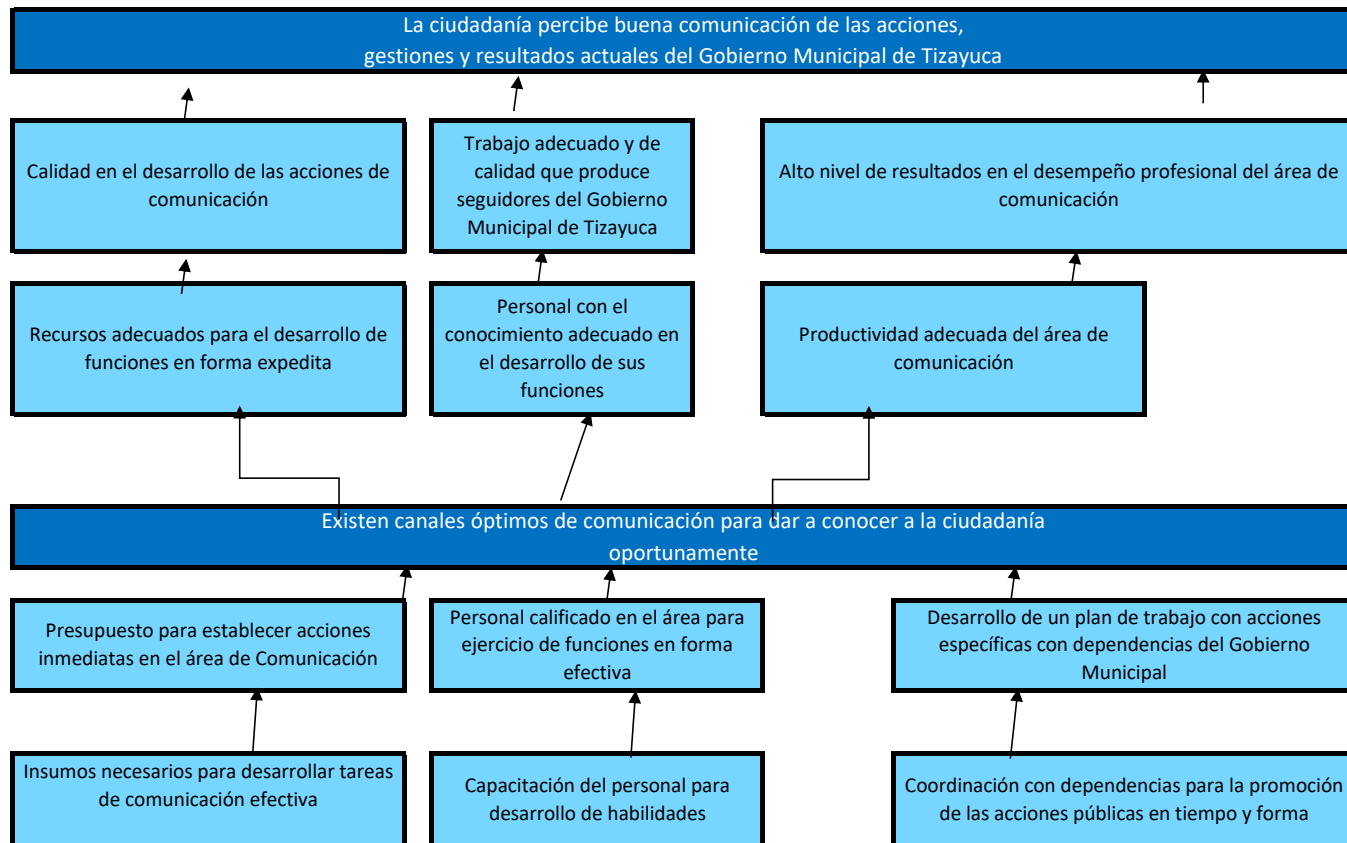


ANEXO IV. ÁRBOL DE PROBLEMAS

UNIDAD RESPONSABLE	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
UNIDAD PRESUPUESTAL RESPONSABLE DE LA ELABORACIÓN DE LA MIR	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
UNIDADES PRESUPUESTALES INTEGRANTES DE LA MIR	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
PROGRAMA SECTORIAL	Eje 1 Gobernanza y rendición de cuentas
PROGRAMA PRESUPUESTARIO	Eje 5 Gobierno Abierto



UNIDAD RESPONSABLE	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
UNIDAD PRESUPUESTAL RESPONSABLE DE LA ELABORACIÓN DE LA MIR	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
UNIDADES PRESUPUESTALES INTEGRANTES DE LA MIR	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
PROGRAMA SECTORIAL	Eje 1 Gobernanza y rendición de cuentas
PROGRAMA PRESUPUESTARIO	Eje 5 Gobierno Abierto



F
I
N
E
S

OBJETIVO

M
E
D
I
O
S



MUNICIPIO DE TIZAYUCA 2022



ANEXO VI. SLECCIÓN DE LAS ALTERNATIVAS

UNIDAD RESPONSABLE		Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional						
UNIDAD PRESUPUESTAL RESPONSABLE DE LA ELABORACIÓN DE LA MIR		Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional						
UNIDADES PRESUPUESTALES INTEGRANTES DE LA MIR		Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional						
PROGRAMA SECTORIAL		Eje 1 Gobernanza y rendición de cuentas						
PROGRAMA PRESUPUESTARIO		Eje 5 Gobierno Abierto						
ALTERNATIVAS COMPONENTES	a) FACULTAD JURÍDICA	b) PRESUPUESTO DISPONIBLE	c) REALIZABLE EN CORTO PLAZO	d) DISPONIBILIDAD TOTAL DE RECURSOS TÉCNICOS	e) DISPONIBILIDAD DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS	f) CULTURAL Y SOCIALMENTE ACEPTABLE	g) ESTUDIO DE IMPACTO	TOTAL
IDENTIDAD GRÁFICA INSTITUCIONAL DE LA ADMINISTRACIÓN	3	1	2	2	2	3	N/A	13
COBERTURA DEL QUEHACER GUBERNAMENTAL, DE PROGRAMAS,	3	1	2	2	2	3	N/A	13
ANÁLISIS DE MEDIOS Y MONITOREO DE INFORMACIÓN	3	1	2	2	2	3	N/A	13
Escala: 3 = Viabilidad Alta; 2 = Viabilidad Media; 1 = Viabilidad Baja, N/A = No Aplica								

ANEXO VII. ESTRUCTURA ANALÍTICA DEL PROGRAMA PRESUPUESTARIO

UNIDAD RESPONSABLE	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
UNIDAD PRESUPUESTAL RESPONSABLE DE LA ELABORACION DE LA MIR	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
UNIDADES PRESUPUESTALES INTEGRANTES DE LA MIR	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
PROGRAMA SECTORIAL	Eje 1 Gobernanza y rendición de cuentas
PROGRAMA PRESUPUESTARIO	Eje 5 Gobierno Abierto

PROBLEMÁTICA CENTRAL (PROVIENE DEL ÁRBOL DEL PROBLEMA)	SOLUCIÓN (PROVIENE DEL ÁRBOL DE OBJETIVO)
Existen canales deficientes de comunicación para dar a conocer a la ciudadanía oportunamente las acciones, gestiones y resultados del Gobierno Municipal de Tizayuca	Existen canales óptimos de comunicación para dar a conocer a la ciudadanía oportunamente
Efectos	Fines
Recursos inadecuados para el desarrollo de funciones en forma expedita	Recursos adecuados para el desarrollo de funciones en forma expedita
Desconocimiento del personal en el desarrollo de sus funciones con calidad	Personal con el conocimiento adecuado en el desarrollo de sus funciones
Bajo nivel de productividad en el área de comunicación	Productividad adecuada del área de comunicación
MAGNITUD (LÍNEA BASE)	MAGNITUD (RESULTADO ESPERADO)
76 mil 78 acciones	853 mil 856 acciones
CAUSAS	MEDIOS
Presupuesto insuficiente para establecer acciones inmediatas en el área de Comunicación	Presupuesto para establecer acciones inmediatas en el área de Comunicación
Carencia de personal calificado en el área para ejercicio de funciones en forma efectiva	Personal calificado en el área para ejercicio de funciones en forma efectiva
Desarrollo de un plan de trabajo con acciones específicas con las dependencias del Gobierno Municipal	Desarrollo de un plan de trabajo con acciones específicas con dependencias del Gobierno Municipal





MUNICIPIO DE TIZAYUCA 2022



FORMATO I. ALINEACIÓN DE LA MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS AL PLAN ESTATAL DE DESARROLLO

DATOS DEL PROGRAMA

UNIDAD RESPONSABLE	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
UNIDADES PRESUPUESTALES INTEGRALES	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
PROGRAMA SECTORIAL	Eje 1 Gobernanza y rendición de cuentas
PROGRAMA PRESUPUESTARIO	Eje 5 Gobierno Abierto
UNIDAD PRESUPUESTAL RESPONSABLE DE LA MIR	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

ALINEACIÓN

RAMO	Eje 5 Gobierno Abierto
EJE ESTRATÉGICO	Estrategia 2. Promover la efectividad y confiabilidad del gobierno municipal
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Objetivo Estratégico 2 Promover la confiabilidad en los servicios que brinda el gobierno municipal

CLASIFICACIÓN FUNCIONAL

FINALIDAD	Contribuir al nuevo enfoque de la Gestión Pública requiere establecer las estrategias adecuadas en los medios y difundir directamente o a través de los medios de comunicación social para acercar la información a la sociedad, relacionada con las acciones y programas del Gobierno Municipal de Tizayuca.
FUNCIÓN	Contribuir a la formación de una democracia participativa manteniendo informada a la sociedad en forma transparente de las actividades gubernamentales y resultados del Gobierno Municipal de Tizayuca.
SUBFUNCIÓN	Contribuir a la formación de una democracia participativa manteniendo informada a la sociedad en forma transparente de las actividades gubernamentales y resultados del Gobierno Municipal de Tizayuca.

OTROS DATOS

AÑO OPERANDO:	2022		
EL PROGRAMA PRESUPUESTARIO			
ENTREGA BIENES Y SERVICIOS A:	a) POBLACIÓN EN GENERAL	b) ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	a) AMBAS

RESPONSABLE DE LA MIR

(NOMBRE Y FIRMA)
COORDINADOR DEL COMITÉ TÉCNICO DE
EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

Matriz de Indicadores de Resultados (MIR)

Datos de Identificación del Programa

POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

E. PRESTACIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS; i) Funciones de Gobierno

Alineación al Plan Municipal de Desarrollo

Eje 5 Gobierno Abierto

Objetivo general

Las y los habitantes de Tizayuca tienen un gobierno abierto, eficaz y confiable por su eficiencia en el aparato administrativo.

LA1.1. Instalar mecanismos de rendición de cuentas y transparencia.

Estrategia 2. Promover la efectividad y confiabilidad del gobierno municipal.

LA1.4. Promover la eficiencia administrativa al interior del municipio.

Unidad Responsable: Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional Unidad Presupuestal de la Elaboración de la MIR: Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

Programa Sectorial: POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional Programa Presupuestario: POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

Nivel	Objetivos	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
Fin	Contribuir al establecimiento de estrategias en los medios de comunicación y difundir a través de estos, para acercar la información relacionada con las acciones y programas del Gobierno Municipal a la sociedad.	Porcentaje de medios de comunicación alcanzados para difundir las obras y acciones del gobierno municipal entre sus lectores cautivos	Reporte mensual de las acciones emitidas y difundidas por la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional sobre las acciones del Gobierno Municipal de Tizayuca	Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área
Propósito	Mantener informada a la sociedad de las actividades gubernamentales y resultados del Gobierno Municipal de Tizayuca.	Porcentaje de publicaciones de obras y acciones del Gobierno Municipal difundidas a través de medios de comunicación	Medios de difusión y fichas de resultados publicadas en el link: https://tizayuca.gob.mx/fichas	Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área
Componente 1	Lograr la identidad de la población con respecto al proyecto de transformación del municipio y el deber ser institucional	Porcentaje de acciones (diseño de campañas, eventos cubiertos, boletines emitidos, publicaciones en redes) que permiten que la población se identifique con el proyecto de transformación del municipio	Medios de difusión y fichas de resultados publicadas en el link: https://tizayuca.gob.mx/fichas	Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área
Actividad 1.1	Diseño gráfico y materiales audiovisuales que son representativos de programas, acciones de gobierno y del desempeño o productividad de la Presidencia Municipal, las Secretarías Municipales y la Asamblea a través de la identidad gráfica institucional.	Porcentaje de materiales informativos diseñados	Medios de difusión y fichas de resultados publicadas en el link: https://tizayuca.gob.mx/fichas	Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área
Actividad 1.2	Cobertura del quehacer gubernamental, de programas, gestiones y políticas públicas de la administración pública municipal	Porcentaje de cobertura de actividades y eventos del Gobierno Municipal atendidos	Registros de eventos e informes y fichas de resultados publicadas en el link: https://tizayuca.gob.mx/fichas	Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área
Actividad 1.3	Elaboración y emisión de boletines y comunicados de prensa para los medios de comunicación y sociedad en general.	Porcentaje de boletines de prensa emitidos	Boletines y fichas de resultados publicadas en el link: https://tizayuca.gob.mx/fichas	Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área
Actividad 1.4	Publicaciones en las redes sociales de Facebook, Twitter e Instagram, así como medios electrónicos sobre el acontecer, las acciones y actividades del Gobierno Municipal.	Porcentaje de publicaciones en redes sociales y medios electrónicos efectuadas	Registros en Facebook, Twitter, Instagram y fichas de resultados publicadas en el link: https://tizayuca.gob.mx/fichas	Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área
Actividad 1.5	Análisis de medios y monitoreo de información	Porcentaje de reportes de notas publicadas en medios de comunicación entregadas a Oficina de Presidencia	Registros digitales y medios de difusión y fichas de resultados publicadas en el link: https://tizayuca.gob.mx/fichas	Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía
Actividad 1.6	Fortalecimiento de relaciones de trabajo para establecer acuerdos que permitan el entendimiento y difusión de las acciones de gobierno	Porcentaje de reuniones de trabajo para el entendimiento y difusión de las acciones de gobierno	Reportes de reuniones y fichas de resultados publicadas en el link: https://tizayuca.gob.mx/fichas	Los titulares y responsables de medios de comunicación colaboran con responsabilidad en las reuniones y acuerdos establecidos

Elaboró

C. Elisama Garrido Mendoza
Auxiliar administrativo de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

Revisó

Mtro. Hipólito Zamora Soria
Director de Planeación y Evaluación

Vo.Bo.

Lic. Diana I. Hurtado Sánchez
Secretaría Particular de la Presidencia Municipal

Validó

L.C. Olga Lidia Enciso Islas
Secretaría de Finanzas

FORMATO 3. FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA

Unidad responsable:	Oficina de la presidencia	Unidad presupuestal:	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Programa sectorial:	POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional	Programa presupuestario:	POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Clave indicador:	F	Responsable de la MIR:	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

II. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL INDICADOR

Nombre del indicador

Porcentaje de medios de comunicación alcanzados para difundir las obras y acciones del gobierno municipal entre sus lectores cautivos

Nivel	Dimensión a medir	Sentido
Fin	Eficacia	Ascendente

Definición

Mide el porcentaje de medios de comunicación alcanzados para difundir las obras y acciones del gobierno municipal

III. Datos del Indicador

Fórmula del Indicador

$$PMC = \frac{MCADOAGM}{MCP} * 100$$

Variables

Siglas	Unidad de Medida de la Variable	Descripción	Fuentes
MCADOAGM	Medios de comunicación alcanzados para difundir las obras y acciones del gobierno municipal	Número de medios de comunicación alcanzados para difundir las obras y acciones del gobierno municipal	Informes internos de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
MCP	Medios de comunicación programados	Número de medios de comunicación programados	Informes internos de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

Método de Cálculo

Porcentaje

Rango de Valor

0 - 100%

Frecuencia de medición

Anual

Cobertura

Municipal

Determinación de metas

Semaforización

Meta Programada	80 - 100	
Periodo de cumplimiento	31 - 79	
	0 - 30	

Línea base

Valor	Año	Periodo
0	2021	Anual
Periodo	Programado	Alcanzado
Enero - Diciembre	9	Enero - Diciembre



FORMATO 3. FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA

Unidad responsable:	Oficina de la presidencia	Unidad presupuestal:	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Programa sectorial:	POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional	Programa presupuestario:	POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Clave indicador:	P	Responsable de la MIR:	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

II. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL INDICADOR

Nombre del indicador

Porcentaje de publicaciones de obras y acciones del Gobierno Municipal difundidas a través de medios de comunicación

Nivel	Dimensión a medir	Sentido
Propósito	Eficacia	Ascendente

Definición

Mide el porcentaje de publicaciones de obras y acciones del Gobierno Municipal difundidas a través de medios de comunicación

III. Datos del Indicador

Fórmula del Indicador

$$PPOA = (POAGM/PE)*100$$

Variables

Siglas	Unidad de Medida de la Variable	Descripción	Fuentes
POAGM	Publicaciones de obras y acciones del Gobierno Municipal difundidas a través de medios de comunicación	Número de publicaciones de obras y acciones del Gobierno Municipal difundidas a través de medios de comunicación	Informes internos de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
PE	Publicaciones estimadas	Número de publicaciones estimadas	Informes internos de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

Método de Cálculo

Rango de Valor

Porcentaje

0 - 100%

Frecuencia de medición

Cobertura

Anual

Municipal

Determinación de metas

Semaforización

Meta Programada	80 - 100	
Periodo de cumplimiento	31 - 79	
	0 - 30	

Línea base

Valor	Año	Periodo	
0	2021	Anual	
Periodo	Programado	Alcanzado	Fecha
Enero - Diciembre	960		Enero - Diciembre



FORMATO 3. FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR
I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA

Unidad responsable:	Oficina de la presidencia	Unidad presupuestal:	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Programa sectorial:	POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional	Programa presupuestario:	POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Clave indicador:	C 1	Responsable de la MIR:	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

II. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL INDICADOR
Nombre del indicador

Porcentaje de acciones (diseño de campañas, eventos cubiertos, boletines emitidos, publicaciones en redes) que permiten que la población se identifique con el proyecto de transformación del municipio)

Nivel	Dimensión a medir	Sentido
Componente 1	Eficacia	Ascendente

Definición

Mide el porcentaje de acciones

III. Datos del Indicador
Fórmula del Indicador

$$PA = (APPIPTM/AP)*100$$

Variables

Siglas	Unidad de Medida de la Variable	Descripción	Fuentes
APPIPTM	Acciones que permiten que la población se identifique con el proyecto de transformación del municipio	Número de acciones que permiten que la población se identifique con el proyecto de transformación del municipio	Informes internos de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
AP	Acciones programadas	Número de acciones programadas	Informes internos de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

Método de Cálculo
Rango de Valor

Porcentaje

0 - 100%

Frecuencia de medición

Cobertura

Anual

Municipal

Determinación de metas

Semaforización

Meta Programada	Rango de Valor	Semaforización
80 - 100	80 - 100	
31 - 79	31 - 79	
0 - 30	0 - 30	

Línea base

Valor	Año	Periodo	
0	2021	Anual	
Periodo	Programado	Alcanzado	Fecha
Enero - Diciembre	4		Enero - Diciembre



FORMATO 3. FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR
I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA

Unidad responsable:	Oficina de la presidencia	Unidad presupuestal:	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Programa sectorial:	POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional	Programa presupuestario:	POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Clave indicador:	A 1.1	Responsable de la MIR:	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

II. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL INDICADOR

Nombre del indicador

Porcentaje de materiales informativos diseñados

Nivel	Dimensión a medir	Sentido
Actividad 1.1	Eficacia	Ascendente

Definición

Mide el porcentaje de materiales informativos diseñados

III. Datos del Indicador

Fórmula del Indicador

$$PMAID = (MID/MP) * 100$$

Variables

Siglas	Unidad de Medida de la Variable	Descripción	Fuentes
MID	Materiales informativos diseñados	Número de materiales informativos diseñados	Informes internos de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
MP	Materiales programados	Número de materiales programados	Informes internos de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

Método de Cálculo

Rango de Valor

Porcentaje

0 - 100%

Frecuencia de medición

Cobertura

Mensual

Municipal

Determinación de metas

Semafización

Meta Programada	80 - 100	
Periodo de cumplimiento	31 - 79	
	0 - 30	

Línea base

Valor	Año	Periodo	
0	2021	Mensual	
Periodo	Programado	Alcanzado	Fecha
Enero	60		Enero
Febrero	60		Febrero
Marzo	60		Marzo
Abril	60		Abril
Mayo	60		Mayo
Junio	60		Junio
Julio	60		Julio
Agosto	60		Agosto
Septiembre	60		Septiembre
Octubre	60		Octubre
Noviembre	60		Noviembre
Diciembre	60		Diciembre



FORMATO 3. FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA

Unidad responsable:	Oficina de la presidencia	Unidad presupuestal:	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Programa sectorial:	POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional	Programa presupuestario:	POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Clave indicador:	A 1.2	Responsable de la MIR:	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

II. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL INDICADOR

Nombre del indicador

Porcentaje de cobertura de actividades y eventos del Gobierno Municipal atendidos

Nivel	Dimensión a medir	Sentido
Actividad 1.2	Eficacia	Ascendente

Definición

Mide el porcentaje de cobertura de actividades y eventos del Gobierno Municipal atendidos

III. Datos del Indicador

Fórmula del Indicador

$$PCAEGM = (CAEGMA/AEP)*100$$

Variables

Siglas	Unidad de Medida de la Variable	Descripción	Fuentes
CAEGMA	Cobertura de actividades y eventos del Gobierno Municipal atendidos	Número de cobertura de actividades y eventos del Gobierno Municipal atendidos	Informes internos de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
AEP	Actividades y eventos programados	Número de actividades y eventos programados	Informes internos de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

Método de Cálculo

Porcentaje

Rango de Valor

0 - 100%

Frecuencia de medición

Trimestral

Cobertura

Municipal

Determinación de metas

Semaforización

Meta Programada	80 - 100	
Periodo de cumplimiento	31 - 79	
	0 - 30	

Línea base

Valor	Año	Periodo	
0	2021	Trimestral	
Periodo	Programado	Alcanzado	Fecha
Enero - Marzo	75		Enero - Marzo
Abril - Junio	75		Abril - Junio
Julio - Septiembre	75		Julio - Septiembre
Octubre - Diciembre	75		Octubre - Diciembre



FORMATO 3. FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR
I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA

Unidad responsable:	Oficina de la presidencia	Unidad presupuestal:	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Programa sectorial:	POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional	Programa presupuestario:	POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Clave indicador:	A 1.3	Responsable de la MIR:	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

II. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL INDICADOR

Nombre del indicador

Porcentaje de boletines de prensa emitidos

Nivel	Dimensión a medir	Sentido
Actividad 1.3	Eficacia	Ascendente

Definición

Mide el porcentaje de boletines de prensa emitidos

III. Datos del Indicador

Fórmula del Indicador

$$PBPE = (BPE/BE) * 100$$

Variables

Siglas	Unidad de Medida de la Variable	Descripción	Fuentes
BPE	Boletines de prensa emitidos	Número de boletines de prensa emitidos	Informes internos de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
BE	Boletines estimados	Número de boletines estimados	Informes internos de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

Método de Cálculo

Rango de Valor

Porcentaje

0 - 100%

Frecuencia de medición

Cobertura

Mensual

Municipal

Determinación de metas

Semaforización

Meta Programada	Rango de Valor	Semaforización
	80 - 100	
Periodo de cumplimiento	31 - 79	
	0 - 30	

Línea base

Valor	Año	Periodo	
0	2021	Mensual	
Periodo	Programado	Alcanzado	Fecha
Enero	20		Enero
Febrero	20		Febrero
Marzo	20		Marzo
Abril	20		Abril
Mayo	20		Mayo
Junio	20		Junio
Julio	20		Julio
Agosto	20		Agosto
Septiembre	20		Septiembre
Octubre	20		Octubre
Noviembre	20		Noviembre
Diciembre	20		Diciembre



FORMATO 3. FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR
I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA

Unidad responsable:	Oficina de la presidencia	Unidad presupuestal:	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Programa sectorial:	POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional	Programa presupuestario:	POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Clave indicador:	A 1.4	Responsable de la MIR:	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

II. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL INDICADOR
Nombre del indicador

Porcentaje de publicaciones en redes sociales y medios electrónicos efectuadas

Nivel	Dimensión a medir	Sentido
Actividad 1.4	Eficacia	Ascendente

Definición

Mide el porcentaje de publicaciones en redes sociales y medios electrónicos efectuadas

III. Datos del Indicador
Fórmula del Indicador

$$PPRSME = (PRSMEE/PP) * 100$$

Variables

Siglas	Unidad de Medida de la Variable	Descripción	Fuentes
PRSMEE	Publicaciones en redes sociales y medios electrónicos efectuadas	Número de publicaciones en redes sociales y medios electrónicos efectuadas	Informes internos de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
PP	Publicaciones programadas	Número de publicaciones programadas	Informes internos de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

Método de Cálculo

Porcentaje

Rango de Valor

0 - 100%

Frecuencia de medición

Mensual

Cobertura

Municipal

Determinación de metas
Semaforización

Meta Programada	80 - 100
Periodo de cumplimiento	31 - 79
	0 - 30

Línea base

Valor	Año	Periodo	
0	2021	Mensual	
Periodo	Programado	Alcanzado	Fecha
Enero	84		Enero
Febrero	84		Febrero
Marzo	84		Marzo
Abril	84		Abril
Mayo	84		Mayo
Junio	84		Junio
Julio	84		Julio
Agosto	84		Agosto
Septiembre	84		Septiembre
Octubre	84		Octubre
Noviembre	84		Noviembre
Diciembre	84		Diciembre



FORMATO 3. FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA

Unidad responsable:	Oficina de la presidencia	Unidad presupuestal:	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Programa sectorial:	POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional	Programa presupuestario:	POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Clave indicador:	A 1.5	Responsable de la MIR:	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

II. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL INDICADOR

Nombre del indicador

Porcentaje de reportes de notas publicadas en medios de comunicación entregadas a Oficina de Presidencia

Nivel	Dimensión a medir	Sentido
Actividad 1.5	Eficacia	Ascendente

Definición

Mide el porcentaje de reportes de notas publicadas en medios de comunicación entregadas a Oficina de Presidencia

III. Datos del Indicador

Fórmula del Indicador

$$PRNPMC = (RNP/MCEOP/RP) * 100$$

Variables

Siglas	Unidad de Medida de la Variable	Descripción	Fuentes
RNP/MCEOP	Reportes de notas publicadas en medios de comunicación entregadas a Oficina de Presidencia	Número de reportes de notas publicadas en medios de comunicación entregadas a Oficina de Presidencia	Informes internos de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
RP	Reportes programados	Número de reportes programados	Informes internos de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

Método de Cálculo

Rango de Valor

Porcentaje

0 - 100%

Frecuencia de medición

Cobertura

Mensual

Municipal

Determinación de metas

Semaforización

Meta Programada	80 - 100	
Periodo de cumplimiento	31 - 79	
	0 - 30	

Línea base

Valor	Año	Periodo	
0	2021	Mensual	
Periodo	Programado	Alcanzado	Fecha
Enero	30		Enero
Febrero	30		Febrero
Marzo	30		Marzo
Abril	30		Abril
Mayo	30		Mayo
Junio	30		Junio
Julio	30		Julio
Agosto	30		Agosto
Septiembre	30		Septiembre
Octubre	30		Octubre
Noviembre	30		Noviembre
Diciembre	30		Diciembre



FORMATO 3. FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA

Unidad responsable:	Oficina de la presidencia	Unidad presupuestal:	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Programa sectorial:	POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional	Programa presupuestario:	POA de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
Clave indicador:	A 1.6	Responsable de la MIR:	Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

II. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL INDICADOR

Nombre del indicador

Porcentaje de reuniones de trabajo para el entendimiento y difusión de las acciones de gobierno

Nivel	Dimensión a medir	Sentido
Actividad 1.6	Eficacia	Ascendente

Definición

Mide el porcentaje de reuniones de trabajo para el entendimiento y difusión de las acciones de gobierno

III. Datos del Indicador

Fórmula del Indicador

$$PRTED = (RTEDAG/RP)*100$$

Variables

Siglas	Unidad de Medida de la Variable	Descripción	Fuentes
RTEDAG	Reuniones de trabajo para el entendimiento y difusión de las acciones de gobierno	Número de reuniones de trabajo para el entendimiento y difusión de las acciones de gobierno	Informes internos de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional
RP	Reuniones programadas	Número de reuniones programadas	Informes internos de la Dirección de Comunicación Social e Imagen Institucional

Método de Cálculo

Rango de Valor

Porcentaje

0 - 100%

Frecuencia de medición

Cobertura

Trimestral

Municipal

Determinación de metas

Semaforización

Meta Programada	80 - 100	
Periodo de cumplimiento	31 - 79	
	0 - 30	

Línea base

Valor	Año	Período	
0	2021	Trimestral	
Período	Programado	Alcanzado	Fecha
Enero - Marzo	5		Enero - Marzo
Abril - Junio	5		Abril - Junio
Julio - Septiembre	5		Julio - Septiembre
Octubre - Diciembre	5		Octubre - Diciembre

