

**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 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.

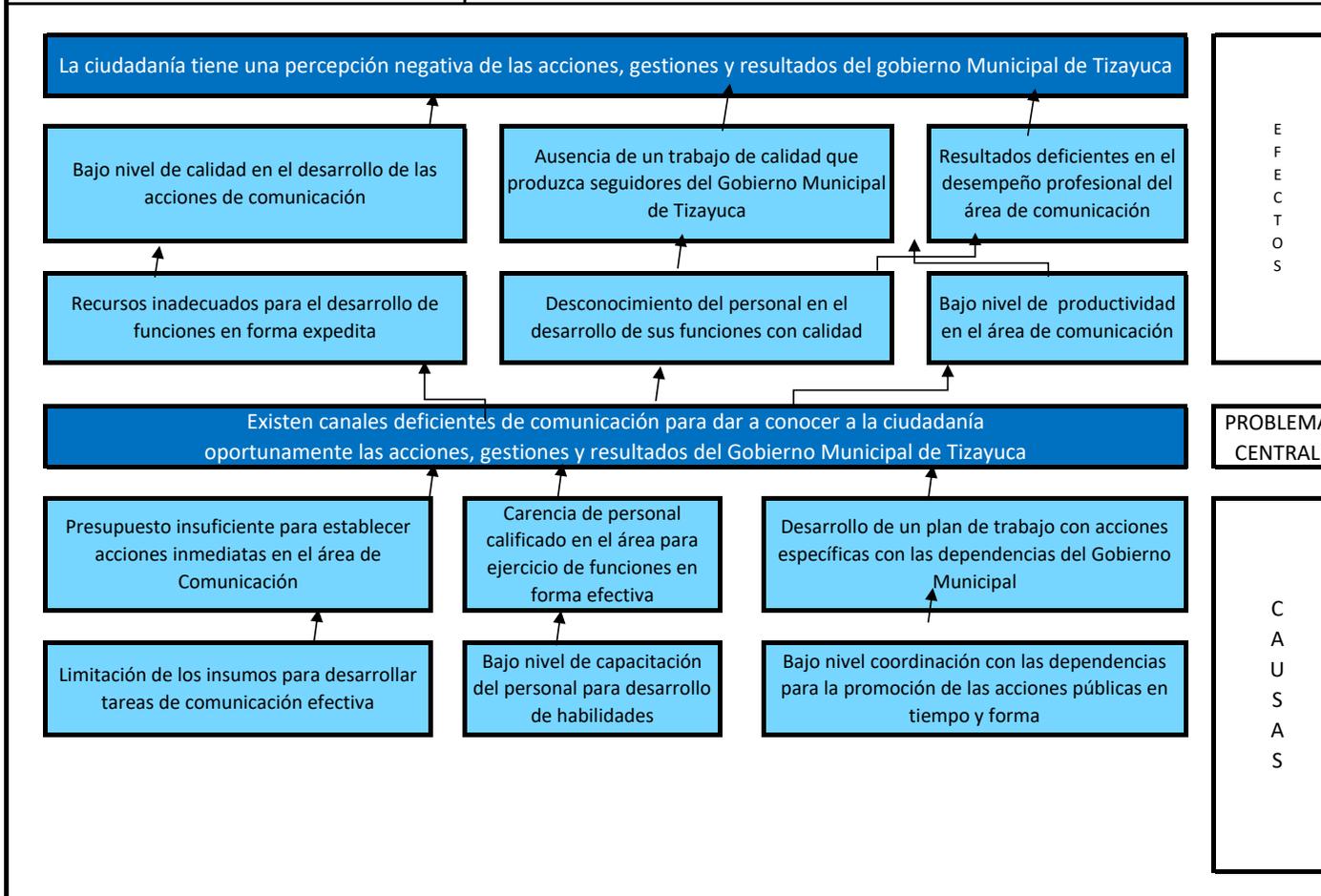


|   |  |   |   |
|---|--|---|---|
| <b>PROBLEMÁTICA CENTRAL</b>                         | La desinformación de la ciudadanía sobre el ejercicio gubernamental de la Administración Pública Municipal de Tizayuca |   |   |
| <b>BENEFICIARIOS</b>                                | <b>OPOSITORES</b>  | <b>EJECUTORES</b>                                   | <b>INDIFERENTES</b>   |
| 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 |

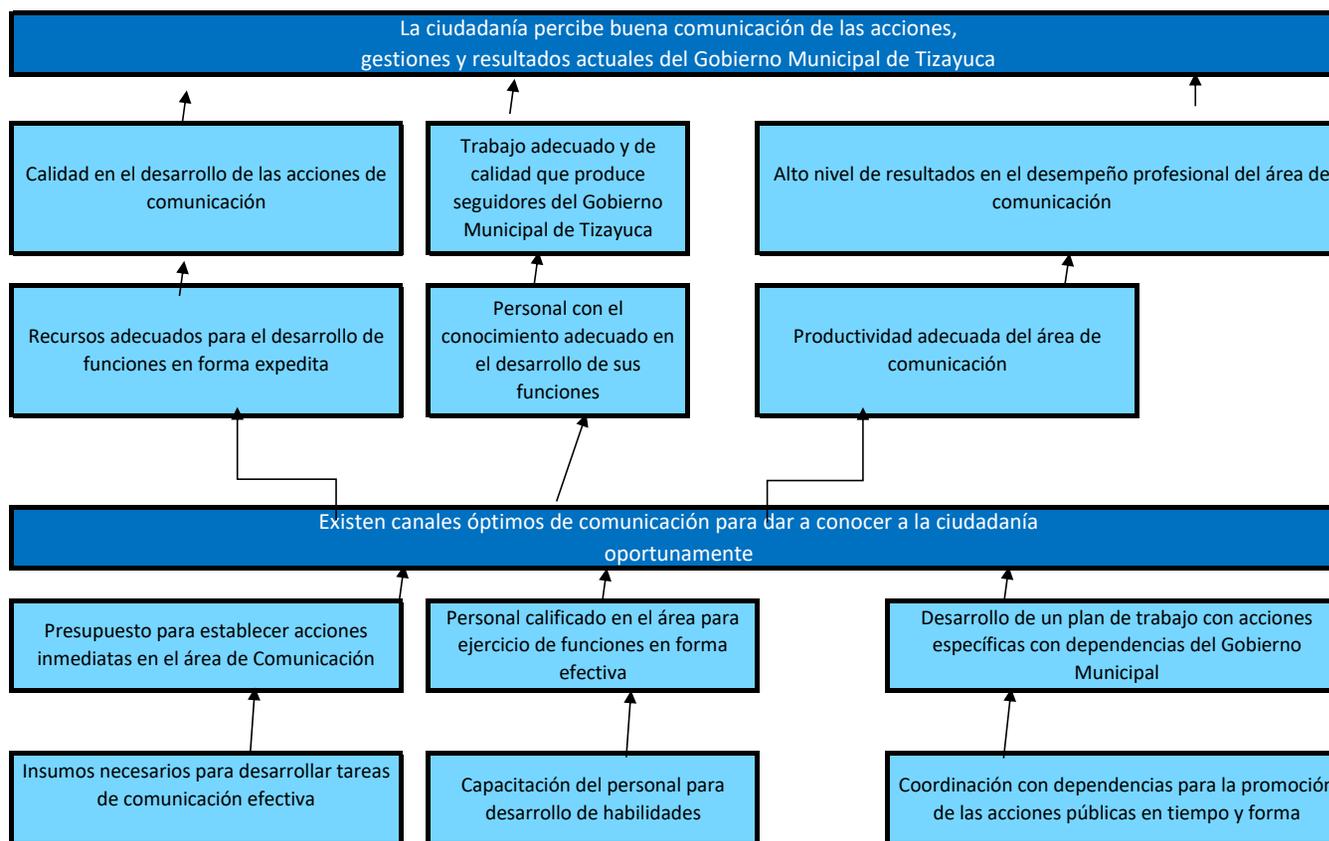


**ANEXO IV. ÁRBOL DE PROBLEMAS**

|   |   |
|---|---|
| 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**

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

| <b>PROBLEMÁTICA CENTRAL<br/>(PROVIENE DEL ÁRBOL DEL PROBLEMA)</b>  | <b>SOLUCIÓN<br/>(PROVIENE DEL ÁRBOL DE OBJETIVO)</b>  |
|--|---|
| 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          |
| <b>Efectos</b>   | <b>Fines</b>  |
| 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   |
| <b>MAGNITUD (LÍNEA BASE)</b>   | <b>MAGNITUD (RESULTADO ESPERADO)</b>  |
| 76 mil 78 acciones   | 853 mil 856 acciones  |
| <b>CAUSAS</b>  | <b>MEDIOS</b>   |
| 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 |





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    | a) POBLACIÓN EN GENERAL      b) ADMINISTRACIÓN PÚBLICA      a) AMBAS |  |  |
| ENTREGA BIENES Y SERVICIOS A: |  |  |  |

\_\_\_\_\_  
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   |
|----------------------|---|---|--|---|
| <b>Fin</b>           | 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<br>Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área |
| <b>Propósito</b>     | 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: <a href="https://tizayuca.gob.mx/fichas">https://tizayuca.gob.mx/fichas</a>                               | Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía<br>Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área |
| <b>Componente 1</b>  | 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: <a href="https://tizayuca.gob.mx/fichas">https://tizayuca.gob.mx/fichas</a>                               | Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía<br>Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área |
| <b>Actividad 1.1</b> | 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: <a href="https://tizayuca.gob.mx/fichas">https://tizayuca.gob.mx/fichas</a>                               | Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía<br>Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área |
| <b>Actividad 1.2</b> | 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: <a href="https://tizayuca.gob.mx/fichas">https://tizayuca.gob.mx/fichas</a>                  | Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía<br>Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área |
| <b>Actividad 1.3</b> | 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: <a href="https://tizayuca.gob.mx/fichas">https://tizayuca.gob.mx/fichas</a>  | Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía<br>Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área |
| <b>Actividad 1.4</b> | 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: <a href="https://tizayuca.gob.mx/fichas">https://tizayuca.gob.mx/fichas</a>        | Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía<br>Existe el personal adecuado y el presupuesto para mantener la operatividad del área |
| <b>Actividad 1.5</b> | 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: <a href="https://tizayuca.gob.mx/fichas">https://tizayuca.gob.mx/fichas</a>         | Existe una comunicación interna óptima entre las áreas que permite la entrega, revisión y tratamiento de información con la ciudadanía  |
| <b>Actividad 1.6</b> | 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: <a href="https://tizayuca.gob.mx/fichas">https://tizayuca.gob.mx/fichas</a>                            | 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  
Presidenta 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 | Fecha             |
| 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         |
| 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         | 80 - 100 |  |
| Periodo de cumplimiento | 31 - 79  |  |
|                         | 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         | 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 |

