



FICHA TÉCNICA DE DISEÑO Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES 2014

ESTRATEGICO

PILAR TEMÁTICO / EJE TRANSVERSAL: Eje transversal II: Gobierno de resultados
OBJETIVO DEL PILAR O EJE TRANSVERSAL: Establecer una Gestión Gubernamental que genere resultados.
ESTRATEGIA: Garantizar la rendición de cuentas y transparencia.
LINEA DE ACCIÓN: Transformar la comunicación social en una plataforma para el ejercicio de un gobierno democrático, a través del contacto con la sociedad, promoviendo
PROGRAMA PRESUPUESTARIO: 0505010000 - Comunicación pública y fortalecimiento Informativo
PROYECTO PRESUPUESTARIO: -
UNIDAD RESPONSABLE: 21400 Coordinación General de Comunicación Social
UNIDAD EJECUTORA: 21406 Dirección General de Mercadotecnia

ESTRUCTURA DEL INDICADOR

NOMBRE DEL INDICADOR: [519] Diseño de campañas sobre acciones relativas de Gobierno.
FORMULA DE CALCULO: (Campañas diseñadas / Solicitud de campañas) * 100
INTERPRETACION: Fortalecer la difusión del quehacer gubernamental a través de campañas institucionales.
DIMENSION QUE ATIENDE: Eficacia **FRECUENCIA DE MEDICION:** Semestral
DESCRIPCION DEL FACTOR DE COMPARACION: El diseño de campañas sobre acciones relativas de Gobierno del Ejercicio Fiscal 2013 fue de 30 campañas, lo que nos ayuda al fortalecimiento del quehacer gubernamental.
AMBITO GEOGRAFICO: Estatal
COBERTURA: Estatal

COMPORTAMIENTO DE LAS VARIABLES DURANTE EL CUARTO TRIMESTRE

| VARIABLE | UNIDAD DE MEDIDA | OPERACION | META ANUAL | AVANCE TRIMESTRAL | | | | AVANCE ACUMULADO | | | |
|-----------------------|------------------|-----------|------------|-------------------|----|--------|----|------------------|-----|--------|-----|
| | | | | PROG. | % | ALCAN. | % | PROG. | % | ALCAN. | % |
| Campañas diseñadas | Diseño | Suma | 30 | 6 | 20 | 6 | 20 | 30 | 100 | 30 | 100 |
| Solicitud de campañas | Solicitud | Suma | 30 | 6 | 20 | 6 | 20 | 30 | 100 | 30 | 100 |

COMPORTAMIENTO DEL INDICADOR

DESCRIPCION DE LA META ANUAL:

Diseño de campañas para difundir los programas, acciones y obras relevantes del Gobierno.

| META ANUAL | CUARTO TRIMESTRE | | | | | | | |
|------------|-------------------|--------|--------|----------|------------------|--------|--------|----------|
| | AVANCE TRIMESTRAL | | | | AVANCE ACUMULADO | | | |
| | PROG | ALC | EF% | SEMAFORO | PROG | ALC | EF% | SEMAFORO |
| 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | | 100.00 | 100.00 | 100.00 | |

DESCRIPCION DE RESULTADOS Y JUSTIFICACION EN CASO DE VARIACION SUPERIOR A +/- 10 POR CIENTO RESPECTO A LO PROGRAMADO

Para el cuarto trimestre se diseñaron 6 campañas sobre acciones relativas de Gobierno, para el cierre del ejercicio que se informa se tiene un acumulado de 30 campañas, alcanzando con ello el 100% de la meta programada.

EVALUACIÓN DEL INDICADOR

Elaboró

Lic. Erika Natividad Ramírez Silva
Coordinadora Administrativa

Vo. Bo

Lic. Raúl Vargas Herrera
Coordinador General de Comunicación Social