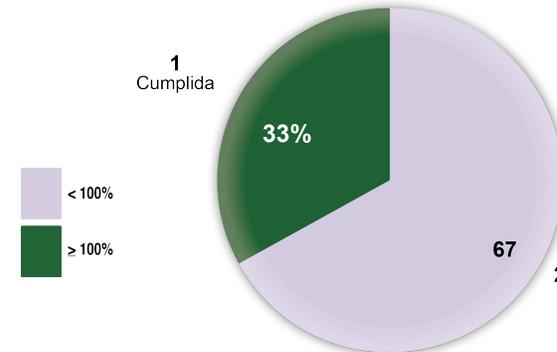


Indicador	Ref. 2012	Avance			Meta PRDI	
		2013	2014	1 ^{er} trim. 2015	2015	Admón.
Visitas Uaemex TV	33 059	36 951	16 506	4 718	NA	NA
Comunicados distribuidos	1 080	1 084	1 080	273	NA	NA
Impactos de la UAEM en medios de información	16 003	14 801	14 379	2 955	14 000	60 000
Campaña de difusión	8	8	10	3	NA	NA
Número de menciones en radio comercial	SD	1 747	1 851	239	1 600	7 030

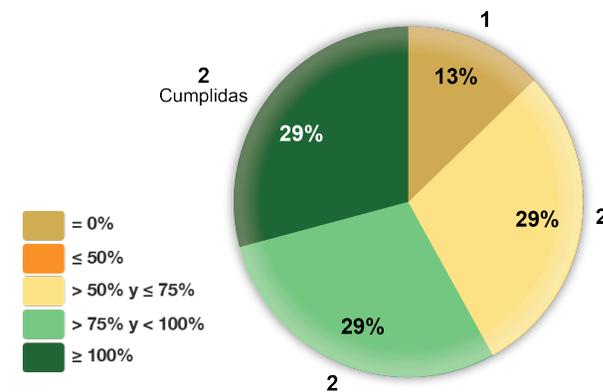
NA: No aplica
SD: Sin dato

Avance en metas PRDI hasta el primer trimestre 2015



Con programación al primer trimestre 2015: **3**
Sin programación al primer trimestre: **4**

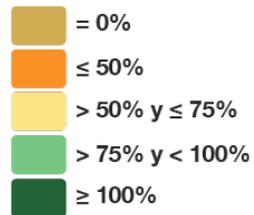
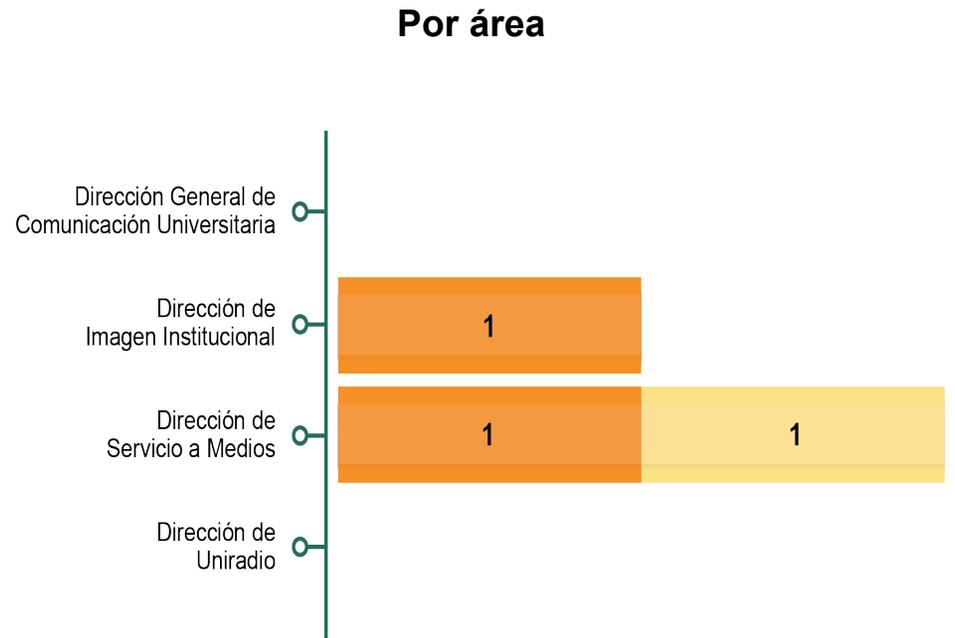
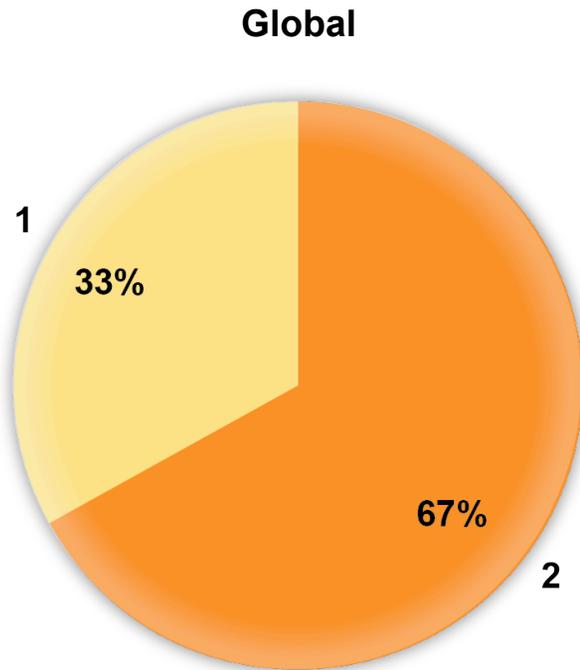
Respecto a la administración



Total metas PRDI: **7**

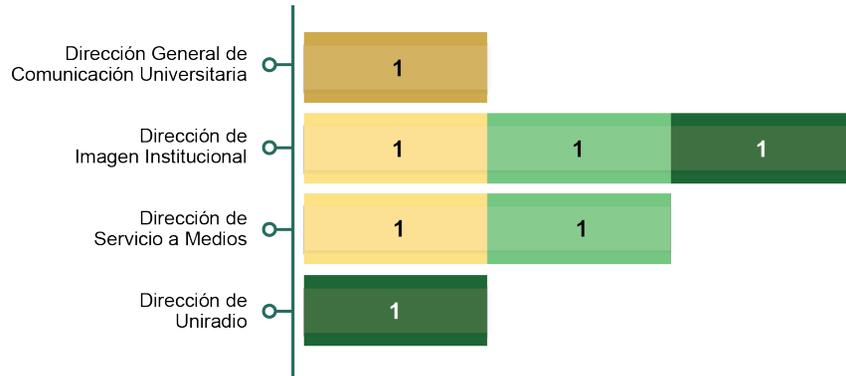
Logros 2015	Rezagos
<ul style="list-style-type: none"> ○ 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2 955 impactos en medios de información de 3 560 comprometidos. ○ Las menciones en radio comercial no se reportaron en su totalidad.

Avance en metas PRDI respecto a 2015

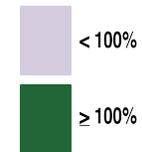
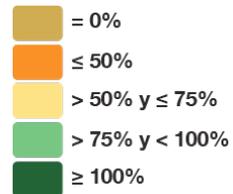
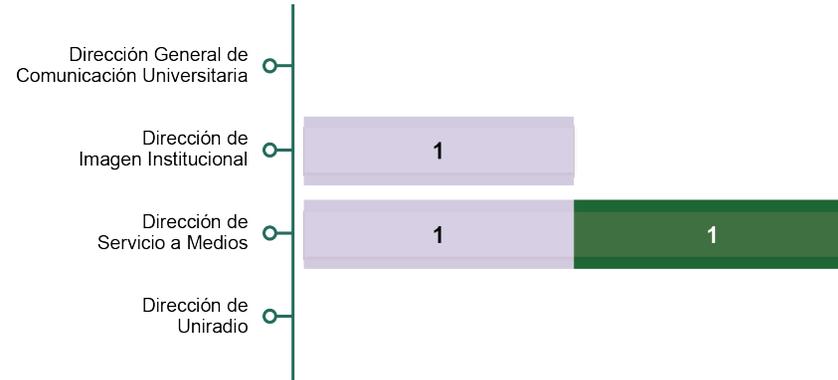


Avance en metas PRDI por área

respecto a la administración

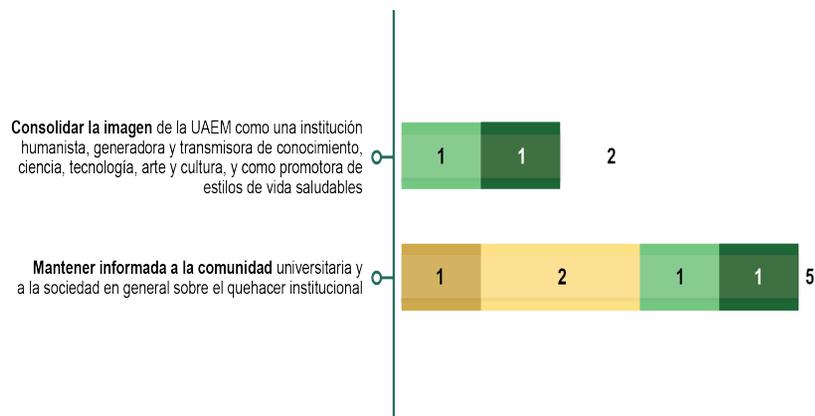


hasta el trimestre

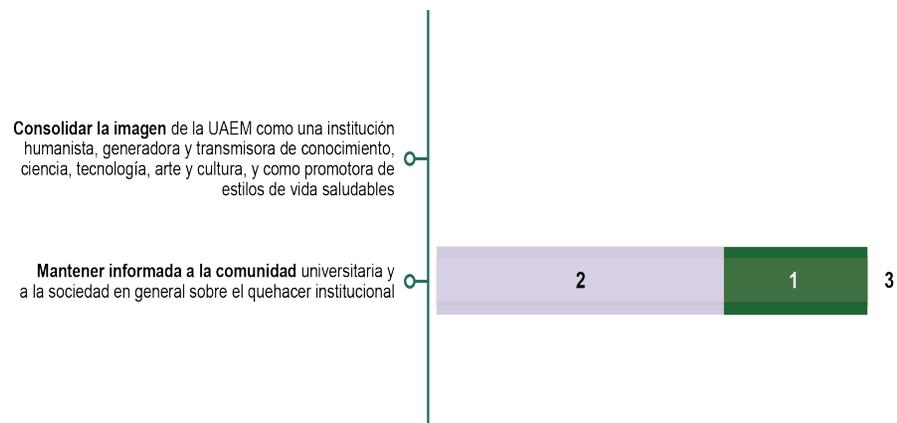


Avance en metas PRDI por objetivos

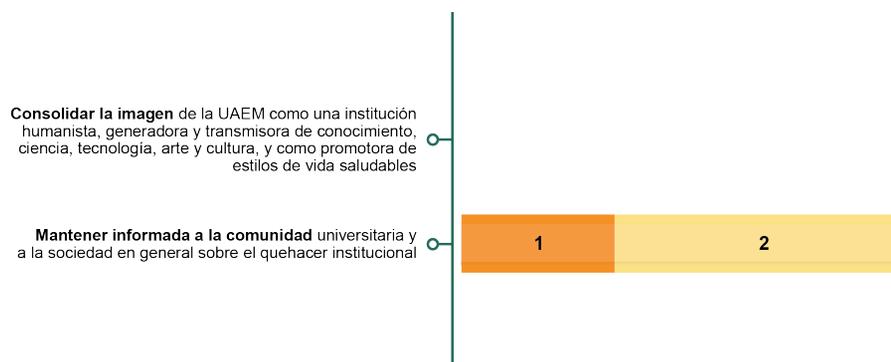
Respecto a la administración



Respecto al trimestre



Respecto a 2015



Función: Comunicación universitaria para la consolidación de la imagen institucional

Evaluación global de objetivos:

- **Mantener informada a la comunidad universitaria y a la sociedad en general sobre el quehacer institucional**
- **Consolidar la imagen de la UAEM como una institución humanista, generadora y transmisora de conocimiento, ciencia, tecnología, arte, cultura y promotora de estilos de vida saludables.**

Respecto al trimestre, son tres metas programadas para atender los objetivos, una se cumplió y dos quedaron sin cumplir.

La meta cumplida se refiere a 132 menciones en columnas en el período (203%), las que no alcanzó lo programado fue 2 955 impactos en medios de información (83%), mientras que 239 menciones en radio comercial (59%) no reportaron la totalidad de las mismas.

En relación a la recomendación emitida por la Comisión Especial para el Estudio y Evaluación del Informe Anual 2013 y a dos solicitudes del Rector fueron atendidas durante 2014.

Área responsable: **Dirección de Imagen Institucional**

- Objetivos:
- Consolidar la imagen de la UAEM como una institución humanista, generadora y transmisora de conocimiento, ciencia, tecnología, arte y cultura, y como promotora de estilos de vida saludables.
 - Mantener informada a la comunidad universitaria y a la sociedad en general sobre el quehacer institucional.

Descripción cualitativa de avances en metas

Meta PRDI	2014	1er trim. 2015	Resultados del primer trimestre 2015
1. Número de menciones en radio comercial	1 851	239	Difundidas en medios radiofónicos externos
2. Porcentaje de universitarios que conocen Uaemex TV en el Estado de México	6.6	-	Sin programación para el periodo
3. Porcentaje de universitarios que conocen la revista <i>Perfiles HT, Humanismo que transforma</i> en el Estado de México	64.6	-	Sin programación para el periodo

Meta sin cumplir compromiso en el primer trimestre 2015

Meta	Hasta 1er. trim		Estrategia para lograrla	Causa del rezago
	Comp.	Avance		
1. Número de menciones en radio comercial	403	239	Las menciones que no se pudieron reportar en este trimestre se incluirán en el siguiente.	Debido a la carga de trabajo por las actividades para el segundo informe anual, no se reportaron menciones de enero y algunas febrero, lo que ocasiono que el resultado fuera menor a lo programado para este trimestre

Evaluación cuantitativa

Meta PRDI	Ref.	Alcanzado				Compromiso			% de avance		
	2012	2013	2014	1 ^{er} Trim. 2015	Acum.	Admón.	2015	1 ^{er} Trim. 2015	Admón.	2015	1 ^{er} Trim. 2015
1. Número de menciones en radio comercial	SD	1 747	1 851	239	3 837	7 030	1 600	403	55	15	59
2. Porcentaje de universitarios que conocen Uaemex TV en el Estado de México	SD	SD	6.6	6.6	6.6	1.5	-	-	440	-	-
3. Porcentaje de universitarios que conocen la revista <i>Perfiles HT, Humanismo que transforma</i> en el Estado de México	96	SD	64.6	64.6	64.6	80	-	-	81	-	-

Área responsable: **Dirección de Servicio a Medios**

Objetivo: **Mantener informada a la comunidad universitaria y a la sociedad en general sobre el quehacer institucional.**

Descripción cualitativa de avances en metas

Meta PRDI	2014	1er trim. 2015	Resultados del primer trimestre 2015
1. Número de menciones en columnas	534	132	Publicaciones en columnas de diversos medios de información notas relacionadas al quehacer institucional
2. Impactos en medios de información	14 379	2 955	Los impactos dependen de la coyuntura informativa que se genera tanto a nivel local, estatal y nacional

Meta sin cumplir compromiso en el primer trimestre 2015

Meta	Hasta 1er. trim		Estrategia para lograrla	Causa del rezago
	Comp.	Avance		
1. Impactos en medios de información	3 560	2 955	Distribución de comunicados a medios impresos y electrónicos y gestión de entrevistas en dichos medios.	La publicación de la información que genera la universidad está sujeta a la agenda político electoral y social, y a la prioridad que cada medio otorga a dicha información.

Evaluación cuantitativa

Meta PRDI	Ref.	Alcanzado				Compromiso			% de avance		
		2012	2013	2014	1er Trim. 2015	Acum.	Admón.	2015	1er Trim. 2015	Admón.	2015
1. Número de menciones en columnas	SD	387	534	132	1 053	1 100	250	65	96	53	203
2. Impactos en medios de información	16 003	14 801	14 379	2 955	32 135	60 000	14 000	3 560	54	21	83

Área responsable: **Dirección de Uni-Radio**

Objetivos: **Mantener informada a la comunidad universitaria y a la sociedad en general sobre el quehacer institucional.**

Descripción cualitativa de avances en metas

Meta PRDI	2014	1er trim. 2015	Resultados del primer trimestre 2015
1. Porcentaje de personas que conocen Uni-Radio en el Valle de Toluca	1.4	1.4	Sin programación para el periodo

Evaluación cuantitativa

Meta PRDI	Ref.	Alcanzado				Compromiso			% de avance		
	2012	2013	2014	1er Trim. 2015	Acum.	Admón.	2015	1er Trim. 2015	Admón.	2015	1er Trim. 2015
1. Porcentaje de personas que conocen Uni-Radio en el Valle de Toluca	88	SD	1.4	1.4	1.4	0.5	-	-	280	-	-

Solicitud del Rector

Una solicitud realizada por el Rector fue atendida en 2014.

Área responsable: **Dirección General de Comunicación Universitaria**

Objetivos: **•** Mantener informada a la comunidad universitaria y a la sociedad en general sobre el quehacer institucional.

Descripción cualitativa de avances en metas

Meta PRDI	2014	1er trim. 2015	Resultados del primer trimestre 2015
1. Centro inteligente de Comunicación y estación de radio en operación en el Valle de México y zona oriente	0	-	Sin programación para el periodo

Evaluación cuantitativa

Meta PRDI	Ref.	Alcanzado				Compromiso			% de avance		
	2012	2013	2014	1 ^{er} Trim. 2015	Acum.	Admón.	2015	1 ^{er} Trim. 2015	Admón.	2015	1 ^{er} Trim. 2015
1. Centro inteligente de Comunicación y estación de radio en operación en el Valle de México y zona oriente	0	0	0	0	0	1	-	-	0	-	-

Recomendaciones de la Comisión

Una recomendación emitida por la Comisión Especial del Primer Informe 2013 fue atendida en 2014.

Área responsable: **Dirección de Comunicación**

Solicitud del Rector

Una solicitud realizada por el Rector fue atendida en 2014.