



FICHA TÉCNICA DE DISEÑO Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES 2015
DE GESTION

PILAR TEMÁTICO / EJE TRANSVERSAL: Eje transversal II: Gobierno de resultados
OBJETIVO DEL PILAR O EJE TRANSVERSAL: Establecer una Gestión Governamental 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, promoción
PROGRAMA PRESUPUESTARIO: 01080301 - Comunicación pública y fortalecimiento informativo
PROYECTO PRESUPUESTARIO: 010803010104 - Planeación de estrategias publicitarias
UNIDAD RESPONSABLE: 21400 Coordinación General de Comunicación Social
UNIDAD EJECUTORA: 21404 Dirección General de Publicidad

ESTRUCTURA DEL INDICADOR

NOMBRE DEL INDICADOR: [42] Generación de documentos publicitarios
FORMULA DE CALCULO: (Inserciones en presa / Documentos solicitados) * 100
INTERPRETACION: Dar a conocer a la población las acciones y programas gubernamentales a través de diversos documentos promocionales.
DIMENSION QUE ATIENDE: Eficiencia **FRECUENCIA DE MEDICION:** Trimestral
DESCRIPCION DEL FACTOR DE COMPARACION:
AMBITO GEOGRAFICO: Estatal
COBERTURA:

COMPORTAMIENTO DE LAS VARIABLES DURANTE EL CUARTO TRIMESTRE

VARIABLE	UNIDAD DE MEDIDA	OPERACION	META ANUAL	AVANCE TRIMESTRAL				AVANCE ACUMULADO			
				PROG.	%	ALCAN.	%	PROG.	%	ALCAN.	%
Inserciones en presa	Inserción	Suma	3480	870	25	923	27	3480	100	3371	97
Documentos solicitados	Solicitud	Suma	3480	870	25	923	27	3480	100	3371	97

COMPORTAMIENTO DEL INDICADOR

DESCRIPCION DE LA META ANUAL:

Que la demanda de publicidad sobre las acciones, programas y obras que realiza el Gobierno Estatal, cumplan con las necesidades de información que requiere la población.

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 Ejercicio Fiscal 2015 se generaron un total de 923 documentos publicitarios, alcanzando con ello el 97% acumulado.

EVALUACION DEL INDICADOR

Lic. Claudia Ivette Escobar García
 Titular de la UIPPE

Lic. Raúl Vargas Herrera
 Coordinador General de Comunicación Social