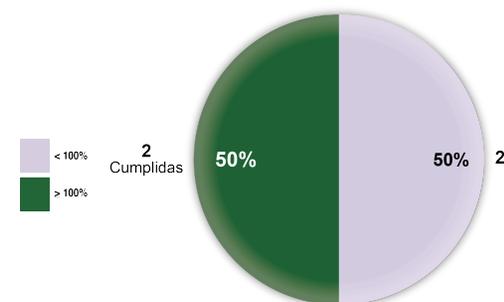


| Indicador | Ref. 2012 | Avance | | | | Meta PRDI | |
|--|-----------|--------|--------|--------|---------------|---------------|--------|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2° trim. 2016 | 2° trim. 2016 | Admón. |
| Programas de Uni-Radio | 3 304 | 3 445 | 3 642 | 3 822 | 1 676 | NA | NA |
| Visitas Uaemex tv | 33 059 | 36 951 | 16 506 | 33 974 | 14 598 | NA | NA |
| Comunicados distribuidos | 1 080 | 1 084 | 1 080 | 1 082 | 552 | NA | NA |
| Impactos de la UAEM en medios de información | 16 003 | 14 801 | 14 379 | 14 550 | 5 615 | 7 040 | 60 000 |
| Campaña de difusión | 8 | 8 | 10 | 15 | 8 | NA | NA |
| Número de menciones en radio comercial | SD | 1 747 | 1 851 | 1 656 | 812 | 802 | 7 030 |

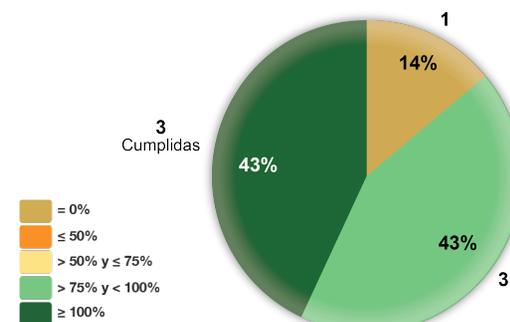
NA: no aplica
SD: sin dato

Avance en metas PRDI respecto al segundo trimestre 2016



Con programación: 3
Sin programación al primer trimestre: 4

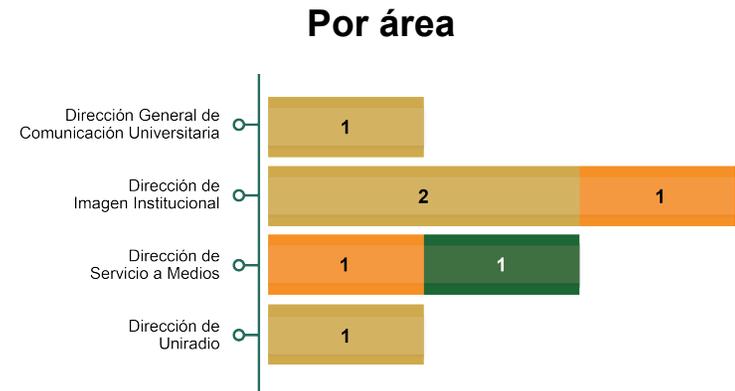
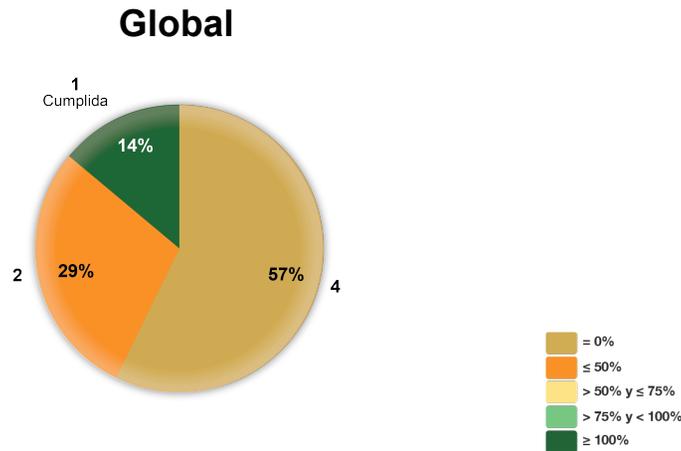
Respecto a la administración



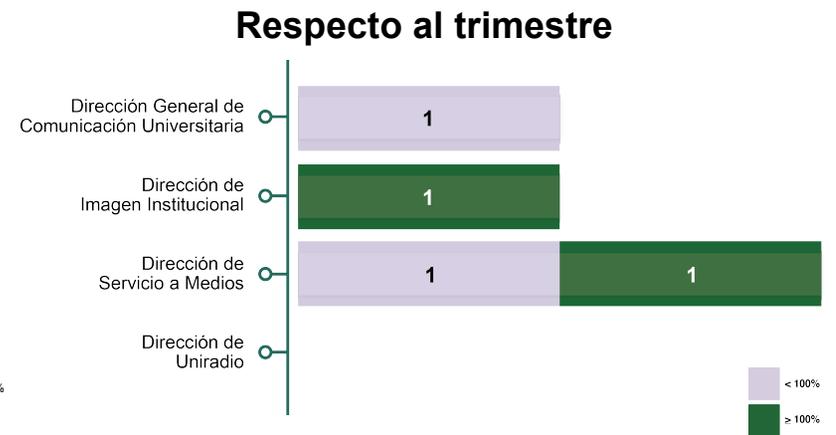
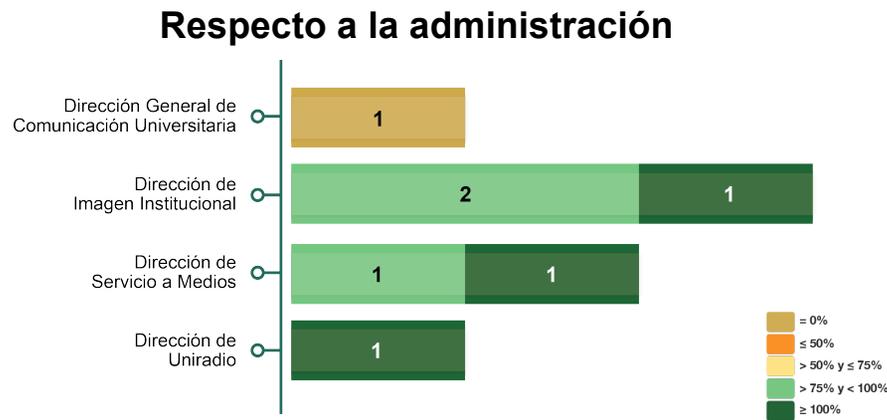
Total metas PRDI: 7

| Logros 2016 | Rezagos |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ○ | <ul style="list-style-type: none"> ○ Centro Inteligente de Comunicación y estación de radio en el valle de México y la zona oriente. ○ Impactos de la UAEM en medios de información. |

Avance en metas PRDI respecto a 2016

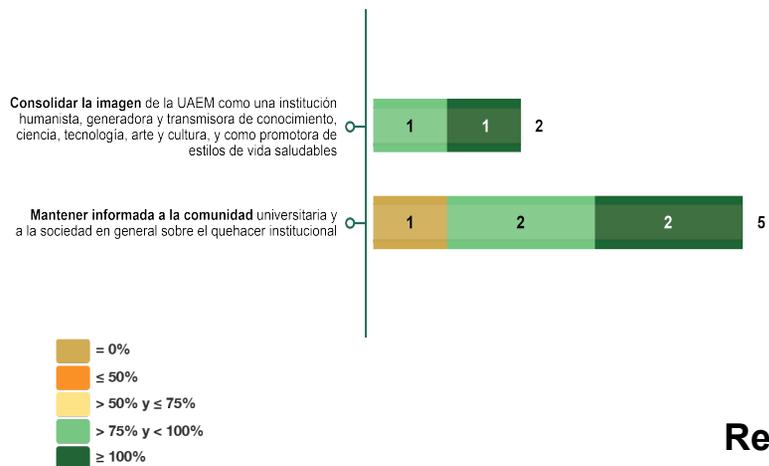


Avance en metas PRDI por área

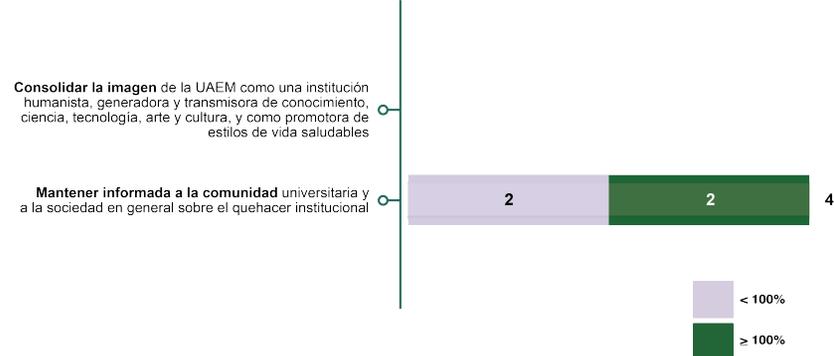


Avance en metas PRDI por objetivos

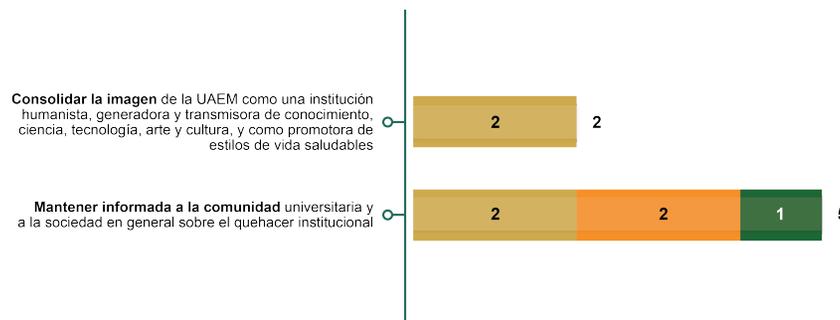
Respecto a la administración



Respecto al trimestre



Respecto a 2016



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**

Se programaron 4 metas en el segundo trimestre: dos se cumplieron con 167 menciones en columnas y 396 en radio comercial; mientras impactos en medios de información alcanzó 80% de lo esperado y el Centro Inteligente de Comunicación no presenta avance. En relación a las 7 metas programadas para la administración tres están cumplidas, 3 alcanzaron un nivel de cumplimiento mayor a 75 e inferior a 100% y una está por iniciar.

Respecto a dos recomendaciones de la Comisión Especial, ambas presentan avance.

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 | 2015 | 2º trim. 2016 | Avance | |
|--|-------|---------------|--|---|
| | | | Trimestre | Hasta trimestre anterior |
| 1. Número de menciones en radio comercial | 1 656 | 812 | 396 menciones más, dependen de las necesidades de difusión de los eventos institucionales. | 416 menciones. La difusión de las actividades universitarias se diversifica mediante el envío de menciones a las radiodifusoras |
| 2. Porcentaje de universitarios que conocen Uaemex TV en el Estado de México | - | - | Meta no programada. | Meta no programada. |
| 3. Porcentaje de universitarios que conocen la revista <i>Perfiles HT, Humanismo que transforma</i> en el Estado de México | - | - | Meta no programada. | Meta no programada. |

Evaluación cuantitativa

| Meta PRDI | Ref. 2012 | Alcanzado | | | | | Compromiso | | | % Avance | | |
|---------------------------------|-----------|-----------|-------|-------|---------------|-------|------------|-------|---------------|----------|-----|---------------|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2º trim. 2016 | Acum. | Admón. | 2016 | 2º trim. 2016 | Admón. | Año | 2º trim. 2016 |
| 1. Menciones en radio comercial | SD | 1 747 | 1 851 | 1 656 | 812 | 6 066 | 7 030 | 1 600 | 802 | 86 | 50 | 101 |

| Meta PRDI | Ref. 2012 | Alcanzado | | | | | Compromiso | | | % Avance | | |
|--|--------------|-----------|------|------|------------------|-------|------------|------|------------------|----------|-----|------------------|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2° trim. 2016 | Acum. | Admón. | 2016 | 2° trim. 2016 | Admón. | Año | 2° trim. 2016 |
| 2. Porcentaje de universitarios que conocen Uaemex TV en el Estado de México | SD | SD | 6.6 | - | - | 6.6 | 1.5 | 1.5 | - | 440 | 0 | - |
| 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 | 80 | 80 | - | 80 | 0 | - |

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 | 2015 | 2º trim. 2016 | Avance | |
|--------------------------------------|--------|---------------|--|--|
| | | | Trimestre | Hasta trimestre anterior |
| 1. Número de menciones en columnas | 571 | 304 | 167 menciones más. Posicionamiento de temas relevantes del quehacer institucional. | 137 menciones, destacan eventos que se llevan a cabo en espacios universitarios. |
| 2. Impactos en medios de información | 14 550 | 5 615 | 2 960 impactos más. | 2 655 impactos registrados en los diversos medios de información estatales y nacionales. |

Metas sin cumplir compromiso al primer trimestre 2016

| Meta | Hasta 2º trim. 2016 | | Estrategia para lograrla | Causa del rezago |
|--------------------------------------|---------------------|--------|--|--|
| | Comp. | Avance | | |
| 1. Impactos en medios de información | 7 040 | 5 615 | Sujetos a la agenda del Gobierno del Estado de México y federal. | Coyuntura informativa de cada momento. |

Evaluación cuantitativa

| Meta PRDI | Ref. 2012 | Alcanzado | | | | | Compromiso | | | % Avance | | |
|--------------------------------------|-----------|-----------|--------|--------|---------------|--------|------------|--------|---------------|----------|-----|---------------|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2º trim. 2016 | Acum. | Admón. | 2016 | 2º trim. 2016 | Admón. | Año | 2º trim. 2016 |
| 1. Número de menciones en columnas | SD | 387 | 534 | 571 | 304 | 1 796 | 1 100 | 250 | 125 | 152 | 122 | 243 |
| 2. Impactos en medios de información | 16 003 | 14 801 | 14 379 | 14 550 | 5 615 | 49 345 | 60 000 | 14 000 | 7 040 | 78 | 40 | 80 |

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

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 | 2015 | 2° trim. 2016 | Avance | |
|---|------|------------------|---------------------|--------------------------|
| | | | Trimestre | Hasta trimestre anterior |
| 1. Porcentaje de personas que conocen Uni-Radio en el Valle de Toluca | - | - | Meta no programada. | Meta no programada. |

Evaluación cuantitativa

| Meta PRDI | Ref. 2012 | Alcanzado | | | | | Compromiso | | | % Avance | | |
|---|--------------|-----------|------|------|------------------|-------|------------|------|------------------|----------|-----|------------------|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2° trim. 2016 | Acum. | Admón. | 2016 | 2° trim. 2016 | Admón. | Año | 2° trim. 2016 |
| 1. Porcentaje de personas que conocen Uni-Radio en el Valle de Toluca | 88 | SD | 1.4 | - | - | 1.4 | 0.5 | 0.5 | - | 280 | 0 | - |

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

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 | 2015 | 2° trim. 2016 | Avance | |
|---|------|---------------|------------|--------------------------|
| | | | Trimestre | Hasta trimestre anterior |
| 1. Centro inteligente de comunicación y estación de radio en operación en el Valle de México y zona oriente | 0 | - | Sin avance | Meta no programada. |

Metas sin cumplir compromiso al segundo trimestre 2016

| Meta | Hasta 2° trim. 2016 | | Estrategia para lograrla | Causa del rezago |
|---|---------------------|--------|---|---|
| | Comp. | Avance | | |
| 1. Centro inteligente de comunicación y estación de radio en operación en el Valle de México y zona oriente | 1 | 0 | Se replanteará el proyecto tomando en cuenta las nuevas disposiciones de IFETEL | Desde el inicio de la administración se realizaron estudios de factibilidad para la estación de radio y establecer en el Tecnopolo dicho centro, sin embargo, las disposiciones de IFETEL para otorgar los permisos, determinaron que las regiones disponibles para radiofrecuencias estén ubicadas en los municipios de Tlatlaya y Luvianos, zonas fuera del alcance de nuestro interés. |

Evaluación cuantitativa

| Meta PRDI | Ref. 2012 | Alcanzado | | | | | Compromiso | | | % Avance | | |
|---|-----------|-----------|------|------|---------------|-------|-------------|---------------|--------|----------|---------------|---|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2° trim. 2016 | Acum. | Admón. 2016 | 2° trim. 2016 | Admón. | Año | 2° trim. 2016 | |
| 1. Centro inteligente de comunicación y estación de radio en operación en el Valle de México y zona oriente | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | - | 0 | 0 | 0 |

Área responsable: **Dirección de Comunicación**

Objetivo: Consolidar la imagen de la UAEM como una institución humanista, generador y transmisora de conocimiento, ciencia, tecnología, arte y cultura, y como promotora de estilos de vida saludables.

Recomendaciones de la Comisión

| Recomendación | Resultado |
|---|---|
| <p>1. Difundir las trayectorias de los institutenses, miembros del Colegio de Cronistas y universitarios de mayor antigüedad, que fortalezcan la Identidad Universitaria a través de entrevistas, artículos y reportajes.</p> | <p>Presenta avance. La revista Perfiles HT, desde su primer número, rescata y difunde las trayectorias de los institutenses, miembros del colegio de cronistas y universitarios de mayor antigüedad como: Ignacio Ramírez Calzada, Horacio Zúñiga, José María Heredia. De igual forma, en Uaemex TV se han realizado entrevistas para los programas de enjambre a personalidades como el Ing. José Yurrieta, Inocente Peñaloza, Estela Ortiz Romo, así como integrantes del colegio de cronistas y se continuará. Desde el inicio de la administración en Uni-Radio se elaboran reportajes de identidad institucional (historia, símbolos e íconos de la máxima casa de estudios mexiquense), se difunden vía web y redes sociales (www.criterionoticias.wordpress.com) y se pueden descargar libremente a través de https://soundcloud.com/criterionoticias, asimismo en colaboración con la Dirección de Identidad Universitaria se envían por correo electrónico institucional, a través del servicio Abeja Mensajera.</p> |
| <p>2. Brindar mayores espacios a estudiantes en Uni-Radio, Uaemex TV y Perfiles HT.</p> | <p>Presenta avance. Siempre nos preocupamos por dar espacio permanente a prácticas profesionales y servicio social, con la finalidad de formar cuadros de jóvenes que tengan cercanía con el trabajo real. La participación en la revista <i>Perfiles HT</i> es abierta a toda la comunidad, como consta en los lineamientos editoriales que se publican en la página 48 de todos los números. Invitamos a la Comunidad universitaria a revisar el sitio de la revista (http://perfiles.uaemex.mx/), a fin de que conozcan la publicación. También en Uni-Radio, se responde a la inquietud de jóvenes universitarios por expresar sus ideas y abre espacios en distintas producciones radiofónicas. Ejemplo de esto: el programa Cuéntame tu libro, que ha contado con la participación de estudiantes de la Licenciatura en Trabajo Social de la Facultad de Ciencias de la Conducta, la feria artesanal de San Cristóbal Huichochitlán, difusión del 1er. Congreso internacional de Actuaría de la UAP Cuautitlán Izcalli.</p> |