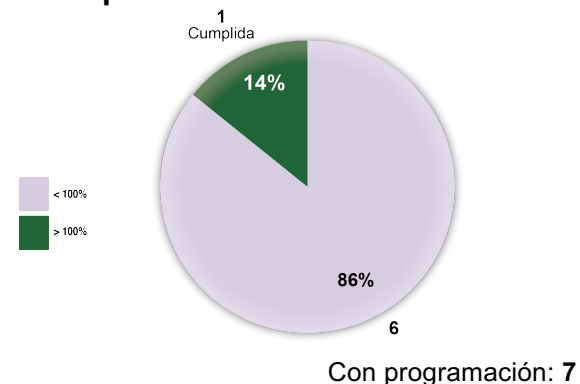


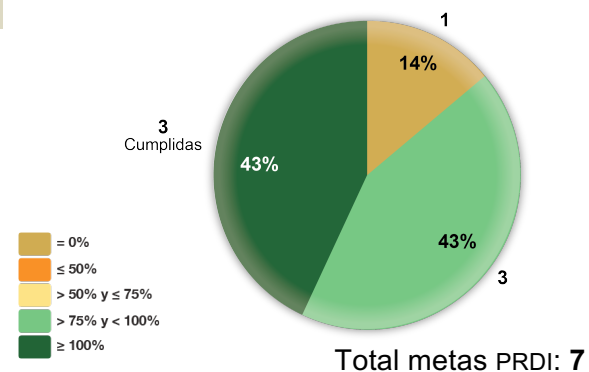
Indicador	Ref. 2012	Avance				Meta PRDI	
		2013	2014	2015	3 ^{er} trim. 2016	3 ^{er} trim. 2016	Admón.
Programas de Uni-Radio	3 304	3 445	3 642	3 822	2 601	NA	NA
Visitas Uaemex tv	33 059	36 951	16 506	33 974	19 900	NA	NA
Comunicados distribuidos	1 080	1 084	1 080	1 082	816	NA	NA
Impactos de la UAEM en medios de información	16 003	14 801	14 379	14 550	8 743	10 520	60 000
Campaña de difusión	8	8	10	15	10	NA	NA
Número de menciones en radio comercial	SD	1 747	1 851	1 656	1 114	1 201	7 030

NA: no aplica
SD: sin dato

Avance en metas PRDI respecto al tercer trimestre 2016



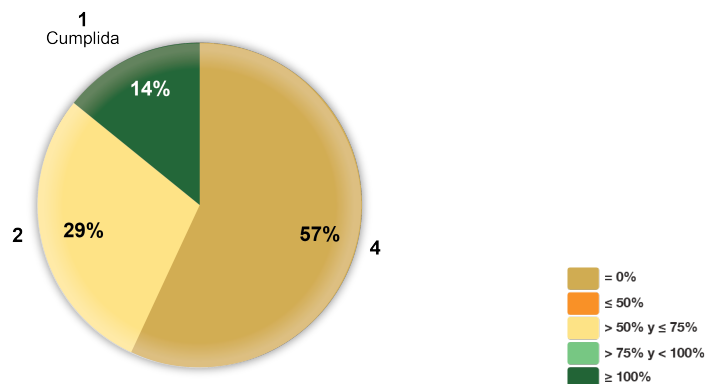
Respecto a la administración



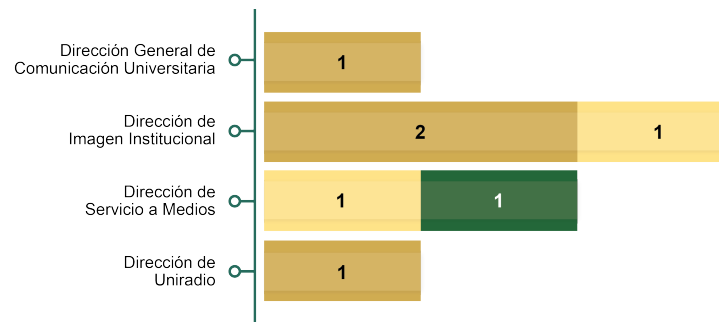
Logros 2016	Rezagos
Ninguno	- Centro Inteligente de Comunicación y estación de radio en el valle de México y la zona oriente. - Impactos de la UAEM en medios de información. - Porcentaje de universitarios que conocen Uaemex TV y revista Perfiles HT en el Estado de México. - Número de menciones en radio comercial. - Porcentaje de personas que conocen Uni-Radio en el Valle de Toluca.

Avance en metas PRDI respecto a 2016

Global

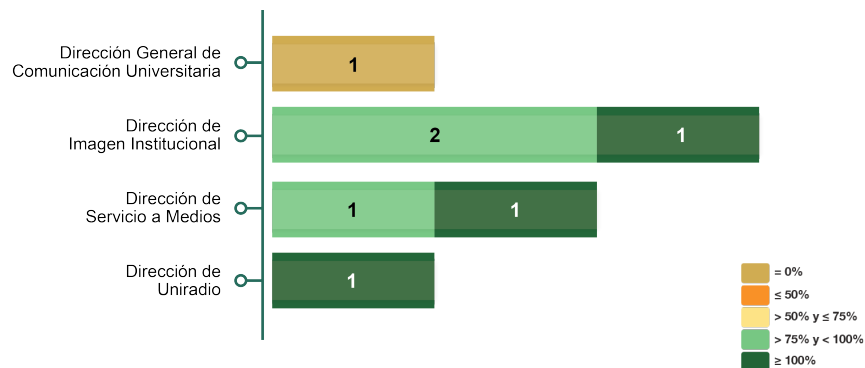


Por área

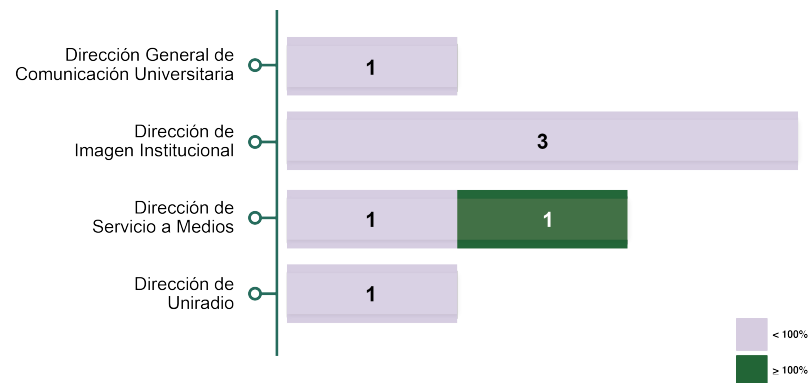


Avance en metas PRDI por área

Respecto a la administración



Respecto al trimestre



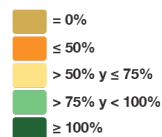
Avance en metas PRDI por objetivos

Respecto a la administración

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

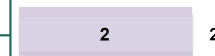


Mantener informada a la comunidad universitaria y a la sociedad en general sobre el quehacer institucional



Respecto al trimestre

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



Respecto a 2016

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



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 siete metas en el tercer trimestre: una se cumplió con 164 menciones en columnas, seis quedaron sin cumplir: menciones en radio comercial alcanzó 93% e impactos en medios de información 83% de lo esperado, mientras que cuatro no presentan avance en el trimestre: Centro Inteligente de Comunicación, estudios para conocer Porcentaje de universitarios que conocen Uaemex TV y la revista Perfiles HT así como porcentaje de personas que conocen Uni-Radio en el Valle de Toluca.

En relación a 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	3 ^{er} trim. 2016	Avance	
			Trimestre	Hasta trimestre anterior
1. Número de menciones en radio comercial	1 656	1 114	302 menciones más en radio comercial, el número disminuyó en función del recorte presupuestal.	812 menciones, dependen de las necesidades de difusión de los eventos institucionales.
2. Porcentaje de universitarios que conocen Uaemex TV en el Estado de México	-	0	Derivado del recorte presupuestal, no se pudo realizar el estudio	Meta no programada.
3. Porcentaje de universitarios que conocen la revista <i>Perfiles HT</i> , <i>Humanismo que transforma</i> en el Estado de México	-	0	Derivado del recorte presupuestal, no se pudo realizar el estudio	Meta no programada.

Metas sin cumplir compromiso al tercer trimestre 2016

Meta	Hasta 3 ^{er} trim. 2016		Estrategia para lograrla	Causa del rezago
	Comp.	Avance		
1. Número de menciones en radio comercial	1 201	1 114	Dependerá del presupuesto restante de 2016 poder cumplir con la meta.	Recorte presupuestal.
2. Porcentaje de universitarios que conocen Uaemex TV en el Estado de México	1.5	0	Se llevarán a cabo gestiones con algunas facultades, para conseguir apoyo y alcanzar la meta.	Derivado del recorte presupuestal, no se pudo realizar el estudio.

Meta	Hasta 3 ^{er} trim. 2016		Estrategia para lograrla	Causa del rezago
	Comp.	Avance		
3. Porcentaje de universitarios que conocen la revista <i>Perfiles HT, Humanismo que transforma</i> en el Estado de México	80	0	Se llevaran a cabo gestiones con algunas facultades, para conseguir apoyo y alcanzar la meta.	Recorte presupuestal, no se pudo realizar el estudio.

Evaluación cuantitativa

Meta PRDI	Ref. 2012	Alcanzado					Compromiso			% Avance		
		2013	2014	2015	3 ^{er} trim. 2016	Acum.	Admón.	2016	3 ^{er} trim. 2016	Admón.	Año	3 ^{er} trim. 2016
1. Menciones en radio comercial	SD	1 747	1 851	1 656	1 114	6 368	7 030	1 600	1 201	90	70	93
2. Porcentaje de universitarios que conocen Uaemex TV en el Estado de México	SD	SD	6.6	-	SD	6.6	1.5	1.5	1.5	440	0	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	-	SD	64.6	80	80	80	80	0	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	3er trim. 2016	Avance	
			Trimestre	Hasta trimestre anterior
1. Número de menciones en columnas	571	468	164 más, el impacto del quehacer institucional se hace manifiesto con el envío de información a columnistas de diversos medios de comunicación.	304 menciones. Posicionamiento de temas relevantes del quehacer institucional.
2. Impactos en medios de información	14 550	8 743	3128 más, los impactos alcanzados dependen de la coyuntura informativa que prevalezca en el momento a nivel estatal y federal.	5 615 impactos.

Metas sin cumplir compromiso al tercer trimestre 2016

Meta	Hasta 3er trim. 2016		Estrategia para lograrla	Causa del rezago
	Comp.	Avance		
1. Impactos en medios de información	10 520	8 743	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	3 ^{er} trim. 2016	Acum.	Admón.	2016	3 ^{er} trim. 2016	Admón.	Año	3 ^{er} trim. 2016
1. Número de menciones en columnas	SD	387	534	571	468	1 960	1 100	250	190	178	187	246
2. Impactos en medios de información	16 003	14 801	14 379	14 550	8 743	52 473	60 000	14 000	10 520	87	62	83

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	3 ^{er} trim. 2016	Avance	
			Trimestre	Hasta trimestre anterior
1. Porcentaje de personas que conocen Uni-Radio en el Valle de Toluca	-	0.5	Derivado del recorte presupuestal, no se pudo realizar el estudio	Meta no programada.

Metas sin cumplir compromiso al tercer trimestre 2016

Meta	Hasta 3 ^{er} trim. 2016		Estrategia para lograrla	Causa del rezago
	Comp.	Avance		
1. Porcentaje de personas que conocen Uni-Radio en el Valle de Toluca	0.5	0	Se llevaran a cabo gestiones con algunas facultades, para conseguir apoyo y alcanzar la meta.	Recorte presupuestal, no se pudo realizar el estudio

Evaluación cuantitativa

Meta PRDI	Ref. 2012	Alcanzado					Compromiso			% Avance		
		2013	2014	2015	3 ^{er} trim. 2016	Acum.	Admón.	2016	3 ^{er} trim. 2016	Admón.	Año	3 ^{er} trim. 2016
1. Porcentaje de personas que conocen Uni-Radio en el Valle de Toluca	88	SD	1.4	-	SD	1.4	0.5	0.5	0.5	280	0	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	3er 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	Sin avance

Metas sin cumplir compromiso al tercer trimestre 2016

Meta	Hasta 3 ^{er} 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	3er trim. 2016	Acum.	Admón.	2016	3er trim. 2016	Admón.	Año	3er 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	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
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.	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. De igual forma, Uaemex TV ha realizado entrevistas en programas de Enjambre Universitario a integrantes del colegio de cronistas. 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, en (www.criterionoticias.wordpress.com) y es posible descargarlos libremente a través de https://soundcloud.com/criterionoticias En colaboración con la Dirección de Identidad Universitaria se envían por correo electrónico institucional, a través del servicio Abeja Mensajera.
2. Brindar mayores espacios a estudiantes en Uni-Radio, Uaemex TV y Perfiles HT.	Presenta avance. Siempre nos hemos preocupado por dar un espacio continuo a las prácticas profesionales y el servicio social, con la finalidad de formar cuadros de jóvenes que tengan cercanía con el trabajo real, la participación en la revista es abierta a toda la comunidad, tal 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. 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 en el marco de las actividades de Abril mes de la lectura, con la participación de universitarios de la comunidad; Feria artesanal de San Cristóbal Huichochitlán, organizada por estudiantes de la Licenciatura en Trabajo Social de la Facultad de Ciencias de la Conducta; difusión del 1er. Congreso Internacional de Actuaría en la UAP Cuautitlán Izcalli. En Uaemex TV trabajamos con los jóvenes desde dos perspectivas: servicio social y prácticas, así como transmisión de eventos y entrevistas a solicitud de los alumnos, tanto en la promoción de sus actividades como durante el desarrollo de éstas.