

# H. AYUNTAMIENTO DE VILLA DE ÁLVAREZ

MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS

EJERCICIO FISCAL 2024

SEGUNDO TRIMESTRE



DEPENDENCIA: 02 DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL																
PROGRAMA PRESUPUESTAL: 022 PROMOCIÓN DEL DIÁLOGO CIRCULAR																
EJE: 3 GOBIERNO EFICIENTE																
OBJETIVO: 3.11.1.1. PROMOVER Y DIFUNDIR EN MEDIOS DIGITALES Y TRADICIONALES, LOS PROGRAMAS, ACCIONES INSTITUCIONALES Y ASUNTOS DE INTERÉS PÚBLICO DEL H. AYUNTAMIENTO, A TRAVÉS DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EFECTIVA.																
ESTRATEGIA (S): 3.11.1.1.1. GENERAR UNA LÍNEA DE COMUNICACIÓN CIUDADANO – GOBIERNO, HONESTA, TRANSPARENTE Y CERCANA. / 3.11.1.2.1 DISEÑAR E IMPLEMENTAR UN MODELO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.																
NIVEL	CLAVE	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	TIPO	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN A MEDIR	UNIDAD DE MEDIDA	FRECUENCIA DE MEDICIÓN	LÍNEA BASE	META	MÉTODO DE CÁLCULO	AVANCE DE METAS	PARÁMETRO	SENTIDO DEL INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN	F	Contribuir a que la población del municipio de Villa de Álvarez se encuentre informada mediante la comunicación y difusión de las acciones que emprenda el gobierno municipal.	Porcentaje de cobertura y difusión de las acciones del gobierno municipal.	Estratégico	Muestra el porcentaje de cobertura y difusión de las acciones del Gobierno Municipal respecto a las realizadas.	Eficacia	Porcentaje	Anual	360 boletines / 300 en vivos con medios digitales.	Dar cobertura al 100% de las acciones y actividades que emprende el gobierno municipal.	(Número de actividades y acciones del gobierno municipal cubiertas/ Número total de actividades y acciones realizadas por el gobierno municipal) *100	100%	100% - 96% verde 96% - 88% amarillo 88% - 0% rojo	Ascendente	Boletines de prensa, Agenda de actividades, Evidencias fotográficas y En Vivos en medios digitales.	Los eventos y actividades se desarrollan de acuerdo a la agenda institucional.
PROPÓSITO	p	La administración municipal de Villa de Álvarez comunica eficientemente sobre las acciones que realiza a la población del municipio.	Porcentaje de propuestas, posicionamientos y asuntos de interés público difundidos.	Estratégico	Muestra el porcentaje de propuestas, posicionamientos y asuntos de interés público publicados de acuerdo a lo generado.	Eficiencia	Porcentaje	Semestral	378 boletines publicados en la página Web y en el Facebook oficial.	Dar a conocer el 100% de las propuestas, posicionamientos y asuntos de interés público de la administración municipal por los diversos medios institucionales.	(Número de propuestas, posicionamientos o asuntos de interés difundidos en los distintos medios / Número de propuestas posicionamientos para difundir)*100	100%	100% - 96% verde 95% - 87% amarillo 88% - 0% rojo	Ascendente	Página web del Ayuntamiento de Villa de Álvarez y página oficial del Ayuntamiento en Facebook.	A la ciudadanía le interesa estar informada.
COMPONENTE	C1	Información de las acciones de gobierno publicadas.	Porcentaje de publicaciones de acciones de la administración municipal difundidas.	Gestión	Muestra el porcentaje de acciones de la administración municipal difundidas de acuerdo a lo generado.	Eficacia	Porcentaje	Trimestral	85 oficios entregados/ 90 videos para redes sociales.	Garantizar que el 100% de la información derivada de las acciones de gobierno sea pública y de acceso pleno para toda la ciudadanía mediante medios digitales, escritos o redes sociales.	(Número de publicaciones realizadas / Número de publicaciones programadas) x 100	100%	100% - 96% verde 90% - 81% amarillo 88% - 0% rojo	Ascendente	Oficios, archivos, informes entregados, videos, redes sociales, páginas web de medios.	Todos los canales de difusión están disponibles para comunicar acciones de gobierno.
ACTIVIDAD	A1C1	Publicación y difusión de la información generada de las acciones de gobierno.	Porcentaje de información publicada.	Gestión	Muestra el porcentaje de información publicada de acuerdo a lo programado.	Eficiencia	Porcentaje	Mensual	800 publicaciones en Facebook.	Generar el 100% de publicaciones necesarias en medios electrónicos, en medios impresos y entrevistas en medios radiofónicos.	(Número de publicaciones realizadas / Número de publicaciones programadas) x 100	100%	100% - 96% verde 95% - 86% amarillo 88% - 0% rojo	Ascendente	Registros digitales de los medios de comunicación.	Se mantienen los convenios de colaboración con los medios de difusión. Se cuenta con suficiencia presupuestaria.

# H. AYUNTAMIENTO DE VILLA DE ÁLVAREZ

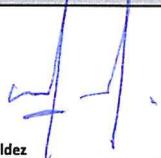
## MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS

EJERCICIO FISCAL 2024

SEGUNDO TRIMESTRE

ACTIVIDAD	A2C1	Implementación de campañas publicitarias de comunicación sobre proyectos prioritarios, temas sociales y/o culturales de alta sensibilidad.	Porcentaje de campañas publicitarias realizadas.	Gestión	Muestra el porcentaje de campañas publicitarias realizadas respecto a lo programado.	Eficacia	Porcentaje	Anual	60 campañas publicitarias en redes sociales y página oficial del H. Ayuntamiento.	Generar las campañas publicitarias estratégicas de comunicación y concientización necesarias sobre proyectos prioritarios.	(Campañas de comunicación realizadas / Campañas de comunicación programadas) x 100	100%	100% - 95% verde 94% - 79% amarillo 78% - 0% rojo	Ascendente	Banners publicados en medios digitales, spots de radio, diseños publicados en prensa escrita, banner publicados en la red oficial de Facebook del ayuntamiento.	Se mantienen los convenios de colaboración con los medios de difusión. Se cuenta con suficiencia presupuestaria.
ACTIVIDAD	A3C1	Actualización de la información de interés público en la página web del municipio.	Porcentaje de actualización de la página web del municipio con contenidos informativos.	Gestión	Muestra el porcentaje de actualización de la página web de acuerdo a lo programado.	Eficiencia	Porcentaje	Mensual	Se publicaron los 380 boletines de prensa en la página oficial del H. Ayuntamiento.	Actualizar la página web del ayuntamiento al 100% mediante los contenidos informativos o publicitarios de interés de la ciudadanía.	(Contenido informativo incluido en la página web / contenido informativo programado) x 100	100%	100% - 95% verde 94% - 89% amarillo 88% - 0% rojo.	Ascendente	Informes, reportes.	Los sistemas digitales se encuentran disponibles para su uso.
ACTIVIDAD	A4C1	Diseño de publicidad y propaganda sobre los lineamientos del manual de identidad del ayuntamiento implementada.	Porcentaje de publicidad y propaganda diseñada.	Gestión	Muestra el porcentaje de diseños de publicidad y propaganda diseñada respecto a lo programado.	Eficacia	Porcentaje	Trimestral	Se realizaron 300 spots para radio/ / 90 banners de diseños de campaña	Lograr que el 100% de publicidad y propaganda diseñada sea bajo los lineamientos del manual de identidad del ayuntamiento.	(Publicidad y propaganda diseñada sobre lineamientos / Publicidad y propaganda programada) x 100	100%	100% - 95% verde 94% - 89% amarillo 88% - 0% rojo.	Ascendente	Banners, diseños de campañas y spots radio.	Existe el equipo de computo suficiente y adecuado para desarrollar el trabajo.

ELABORÓ

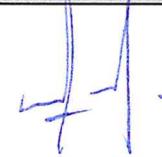


NOMBRE: Pedro Castillo Valdez

CARGO: Director de Comunicación Social

PERIODO REPORTADO: SEGUNDO TRIMESTRE 2024

AUTORIZÓ



NOMBRE: Pedro Castillo Valdez

CARGO: Director de Comunicación Social

FECHA DE ELABORACIÓN: 03 de Julio de 2024