



DEPENDENCIA: COMUNICACIÓN SOCIAL																
PROGRAMA PRESUPUESTAL: GOBIERNO ABIERTO Y TRANSPARENTE																
EJE: 4 GOBIERNO ABIERTO																
OBJETIVO: 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): GENERAR UNA LÍNEA DE COMUNICACIÓN EFECTIVA Y ASERTIVA ENTRE LA POBLACIÓN Y EL GOBIERNO.																
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 esté informada y participativa a través de medios de comunicación efectivos.	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	560 boletines / 410 en vivos con medios digitales en 2024.	El 100% de propuestas, posicionamientos, asuntos de interés público son dados a conocer	(Información publicada/Información generada)*100	85%	100% -80% verde 80%- 80% amarillo 59% - 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	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.	Porcentaje de publicaciones en medios electrónicos e impresos.	ESTRATÉGICO	Muestra el porcentaje de cumplimiento en el acceso a información de gobierno en distintos formatos.	EFICIENCIA	PORCENTAJE	SEMESTRAL	560 boletines publicados en la página Web y en el Facebook en 2024,	Lograr el 100% de cumplimiento en la difusión de información en distintos formatos	(Número de publicaciones realizadas en distintos medios / Número de acciones generadas)*100	100%	100% 80% verde 79 %- 60% - vamarillo 59% - 0% rojo	Ascendente	Boletines de prensa, Agenda de actividades, Evidencias fotográficas y En Vivos en medios digitales, página web	La ciudadanía está informada de las acciones del gobierno municipal
COMPONENTE 1	C1	Diseño de campañas publicitarias y propaganda gubernamental sobre los diversos programas del Ayuntamiento.	Porcentaje de campañas publicadas	GESTIÓN	Muestra el porcentaje de información de campañas publicadas de acuerdo a lo programado	EFICIENCIA	PORCENTAJE	TRIMESTRAL	Campañas publicitarias en redes sociales y página oficial del H. Ayuntamiento en 2024.	Generar 20 campañas publicitarias estratégicas de comunicación y concientización anuales, sobre proyectos prioritarios, temas sociales y/o culturales de alta sensibilidad	(Número de campañas realizadas / Número de campañas programadas) x 100	100%	100% -80% verde 79%- 60% amarillo 59% - 0% rojo	Ascendente	Registros digitales de los medios de comunicación	Todos los canales de difusión están disponibles para comunicar acciones de gobierno.
ACTIVIDAD 1	C1A1	Informar a la ciudadanía a través de contenidos informativos o publicitarios de su interés	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 programado	EFICIENCIA	PORCENTAJE	TRIMESTRAL	1200 publicaciones en Facebook en 2024	Realizar al menos 2 ruedas de prensa y un spot de radio al mes, para informar acciones, programas o asuntos de interés público	(Número de ruedas de prensa y spots realizadas / Número de ruedas de prensa y spots programadas) x 100	100%	100% -80% verde 79%- 60% amarillo 59% - 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
ACTIVIDAD 2	C1A2	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 avance de campañas publicitarias estratégicas sobre proyectos prioritarios, temas sociales y/o culturales de alta sensibilidad	EFICIENCIA	PORCENTAJE		se generaron más de 80 campañas publicitarias en 2024.	Generar 20 campañas publicitarias estratégicas de comunicación y concientización necesarias sobre proyectos prioritarios	(Campañas de comunicación realizadas / Campañas de comunicación programadas) x 100	100%	90% -90% verde 90%- 90% - amarillo 90% - 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

✓

ACTIVIDAD3	C1A3	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	TRIMESTRAL	Se publicaron los 560 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 población	(Contenido informativo incluido en la página web / contenido informativo programado) x 100	100%	100% -80% verde 79%- 60% amarillo 59% - 0% rojo	Ascendente	Informes, reportes.	Los sistemas digitales se encuentran disponibles para su uso
ACTIVIDAD 4	C1A4	Informar a la ciudadanía sobre las acciones de gobierno	Porcentaje de acciones de gobierno publicadas	GESTIÓN	Muestra el porcentaje de acciones de gobierno publicadas	EFICIENCIA	PORCENTAJE	TRIMESTRAL	Se realizaron 400 spots para radio/ / 100 banners de diseños de campaña en 2024	Garantizar que el 100% de la información derivada de las acciones de gobierno sea pública y de acceso pleno para toda la población mediante medios	(Acciones de gobierno publicadss/ Acciones de gobierno realizadas)x 100	100%	100% -80% verde 79%- 60% amarillo 59% - 0% rojo	Ascendente	Banners, diseños de campañas y spots radio.	Existe el equipo de computo suficiente y adecuado para desarrollar el trabajo
ACTIVIDAD 5	C1A5	Diseño de publicidad y propaganda diseñada bajo los lineamientos del manual de identidad del Ayuntamiento	Porcentaje de publicidad y propaganda diseñada	GESTIÓN	Muestra el porcentaje de información de campañas publicadas de acuerdo a lo programado	EFICIENCIA	PORCENTAJE	TRIMESTRAL	N/A	Lograr el 100% de publicidad y propaganda diseñada bajo los lineamientos del manual de identidad del Ayuntamiento.	(Campañas de publicidad y propaganda realizadas bajo lineamientos del manual de identidad/ Total de publicidad y propaganda realizadas) x 100	100%	100% -100% verde 100%- 100% - amarillo 100% - 0% rojo	Ascendente	Banners publicitarios/ lonas publicitarias, publicidad en redes sociales.	Se mantienen los convenios de colaboración con los medios de difusión Se cuenta con suficiencia presupuestaria Registros
ACTIVIDAD 6	C1A6	Se dan a conocer propuestas, posicionamientos y asuntos de interés público	Porcentaje de propuestas, posicionamientos, asuntos de interés público que son dados a conocer	GESTIÓN	Muestra el porcentaje de propuestas, posicionamientos, asuntos de interés público que son dados a conocer	EFICIENCIA	PORCENTAJE	TRIMESTRAL	N/A	El 100% de propuestas, posicionamientos, asuntos de interés público son dados a conocer	(Propuestas, posicionamientos y asuntos de interés público dados a conocer/Total de propuestas, posicionamientos y asuntos de interés público generados)x100	100%	100% -80% verde 79%- 60% amarillo 59% - 0% rojo	Ascendente	Banners publicitario, lonas publicitarias, publicidad en redes sociales y registros	Condiciones presupuestarias suficientes
ACTIVIDAD 7	C1A7	Se generan publicaciones en medios electrónicos e impresos	Porcentaje de publicaciones en medios electrónicos e impresos	GESTIÓN	Muestra el porcentaje de publicaciones en medios electrónicos e impresos	EFICIENCIA	PORCENTAJE	TRIMESTRAL	N/A	30 publicaciones en medios electrónicos y 30 publicaciones en medios impresos	(publicaciones realizadas/publicaciones programadas)x100	100%	100% -80% verde 79%- 60% - amarillo 59% - 0% rojo	Ascendente	registros digitales e impresos	Condiciones presupuestarias suficientes

NOMBRE: CLAUDIA JUDITH GARCÍA GONZÁLEZ

CARGO: AUXILIAR ADMINISTRATIVO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PERIODO REPORTADO: TERCER TRIMESTRE 2025

NOMBRE: PEDRO CASTILLO VALDEZ

CARGO: DIRECTOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL

FECHA DE ELABORACIÓN: 3-10-25

