

#### FICHA TÉCNICA DE INDICADOR

Unidad Responsable:	Coordinación General de Comunicación Social						
Dirección:	Coordinación Ger	Coordinación General de Comunicación Social					
Nombre del Propósito 26 :		Las Dependencias y Entidades municipales cuentan con apoyo oportuno para la producción y difusión de campañas y acciones en medios de comunicación en favor de la ciudadanía					
Nombre del Indic	ador:		Definición del I	ndicador:			
Porcentaje de Depe producción y difusión comunicación			Del total de Dependencias y Entidades municipales, este indicador mide el porcentaje de Dependencias y Entidades apoyadas con producción y difusión de campañas y acciones en medios de comunicación				
Método de Cálculo:				das con producción y difu endencias y Enfidades mu			
Tipo de Indicador:	Dimensión:	Frecuencia de medición:	Tipo de fórmula:	Comportamiento	Línec	ı base:	
Gestión	Eficacia	Anual	Porcentaje	Regular	100%	2020	
Descrip	oción de las vario	ables:	Valor Unidad de medida acumulad último co		ulado al		
	ncias y Entidades mu difusión de campañ dios de comunicació	as y acciones en	Dep	pendencia	20	6.00	

Meta anual programada:	medida	Inicio:	Corte al mes de diciembre:	Estado
100.00%	Porcentaje	1° de Enero	100.00%	

Dependencia

PAF	PARÁMETROS DE SEMAFORIZACIÓN				
ESTADO	RANGOS				
Satisfactorio	Rango de 90% a 115.00%				
Poco Satisfactorio	Rango de 80% a 89.99% y de 115.1% a 125.99%				
Insatisfactorio	Rango de 0% a 79.99% y de 126% en adelante				
No Iniciado	De acuerdo con la programación no se evalúa				

Total de Dependencias y Entidades municipales

26.00



#### FICHA TÉCNICA DE INDICADOR

Unidad Responsable:	Coordinación (	Coordinación General de Comunicación Social				
Dirección:	Dirección de Ir	Dirección de Información				
Nombre del Componente 1 :	LA 1, LA 2, LA 4	Información del que	hacer gubername	ental incluyente, difundida		
Nombre del Indica	dor:		Definición de	l Indicador:		
Porcentaje de accione quehacer gubernamen		ifusión del	Del total de acciones programadas de difusión del quehacer gubernamental incluyente, este indicador mide el porcentaje de acciones realizadas			
Método de Cálculo:	(Número de ac			acer gubernamental incluy er gubernamental incluyer		de acciones
Tipo de Indicador:	Dimensión:	Frecuencia de medición:	Tipo de fórmula:	Comportamiento	Línec	ı base:
Gestión	Eficacia	Mensual	Porcentaje	Regular	100%	2020
Descripci	ión de las vari	ables:	Unido	ıd de medida		cumulado no corte:
Número de acciones realizadas de difusión del quehacer gubernamental incluyente				Acción	79	20.00
Total de acciones programadas de difusión del quehacer gubernamental incluyente				Acción	79	20.00
Meta anual programada: Unidad de medida			Inicio:	Avance acumul Corte al mes de dic		Estado
100.00% Porcentaje		l 1° de Enero	100.00%			

PA	PARÁMETROS DE SEMAFORIZACIÓN				
ESTADO	RANGOS				
Satisfactorio	Rango de 90% a 115.00%				
Poco Satisfactorio	Rango de 80% a 89.99% y de 115.1% a 125.99%				
Insatisfactorio	Rango de 0% a 79.99% y de 126% en adelante				
No Iniciado	De acuerdo con la programación no se evalúa				



#### FICHA TÉCNICA DE INDICADOR

	ı					
Unidad Responsable:	Coordinación	Coordinación General de Comunicación Social				
Dirección:	Dirección de N	Dirección de Medios Digitales				
Nombre del Componente 2 :						а
Nombre del Indica	dor:		Definición del	Indicador:		
Porcentaje de accione digitales del quehacer (			Del total de acciones solicitadas de difusión en medios digitales del quehacer gubernamental incluyente, este indicador mide el porcentaje de acciones realizadas			
Método de Cálculo:				s digitales del quehacer g edios digitales del quehac e)*100		
Tipo de Indicador:	Dimensión:	Dimensión: Frecuencia de Tipo de Cor		Comportamiento	Línea base:	
Gestión	Eficacia	Mensual	Porcentaje	Regular	100%	2020
	Eficacia ión de las vari		,	Regular	Valor ac	2020 sumulado no corte:
	i <b>ón de las vari</b> s realizadas de dit	ables: fusión en medios	Unidad	·	Valor ac al últim	umulado
Número de acciones digitales del queho	i <b>ón de las vari</b> s realizadas de dit acer gubernamer	fusión en medios ntal incluyente	Unidad	d de medida	Valor ac al últim	rumulado no corte:
Número de acciones digitales del queho	ión de las varions realizadas de difacer gubernamer adas de difusión gubernamental i	fusión en medios ntal incluyente	Unidad	d de medida Acción	Valor ac al últim 476 476 ado:	cumulado no corte:

PA	RÁMETROS DE SEMAFORIZACIÓN
ESTADO	RANGOS
Satisfactorio	Rango de 90% a 115.00%
Poco Satisfactorio	Rango de 80% a 89.99% y de 115.1% a 125.99%
Insatisfactorio	Rango de 0% a 79.99% y de 126% en adelante
No Iniciado	De acuerdo con la programación no se evalúa



#### FICHA TÉCNICA DE INDICADOR

Unidad Responsable:	Coordinación General de Comunicación Social					
Dirección:	Staff					
Nombre del Componente 3 :	LA 5 Sistema Administrativo de Staff, implementado					
Nombre del Indica	dor:		Definición de	l Indicador:		
Porcentaje de solicitudes atendidas por el Staff			Del total de solicitudes a Staff recibidas, este indicador mide el porcentaje de solicitudes atendidas			
Método de Cálculo:	(Νύι	mero de solicitudes a	Staff atendidas /	Total de solicitudes a Staff	recibidas)*10	00
Tipo de Indicador:	Dimensión:	Frecuencia de medición:	Tipo de fórmula:	Comportamiento	Línea base:	
Gestión	Eficacia	Mensual	Porcentaje	Regular	100%	2020
Descripci	ón de las vari	ables:	Unida	d de medida		:umulado 10 corte:
Número de solicitudes de Staff atendidas			Solicitud		702.00	
Total de solicitudes de Staff recibidas			Solicitud 702.00		02.00	
Meta anual programada: Unidad de medida			Inicio:	Avance acumul Corte al mes de dic		Estado
100.00%		Porcentaje	1° de Enero	100.00%		

PA	PARÁMETROS DE SEMAFORIZACIÓN				
ESTADO	RANGOS				
Satisfactorio	Rango de 90% a 115.00%				
Poco Satisfactorio	Rango de 80% a 89.99% y de 115.1% a 125.99%				
Insatisfactorio	Rango de 0% a 79.99% y de 126% en adelante				
No Iniciado	De acuerdo con la programación no se evalúa				



#### FICHA TÉCNICA DE INDICADOR

Unidad Responsable:	Coordinación	Coordinación General de Comunicación Social				
Dirección:	Dirección de Mercadotecnia Social					
Nombre del Componente 4 :	LA 1, LA 3, LA 4 Campañas del quehacer gubernamental, realizadas					
Nombre del Indica	dor:		Definición de	l Indicador:		
Porcentaje de campañas realizadas respecto a las programadas			Del total de campañas programadas de publicidad institucional, este indicador mide el porcentaje de campañas realizadas			
Método de Cálculo:	(170111010 de campanas realizadas de poblicidad insiliectoriai / Tetal de campanas pregiantadas de					nadas de
Tipo de Indicador:	Dimensión:	Frecuencia de medición:	Tipo de fórmula:	Comportamiento	Línea base:	
Gestión	Eficacia	Mensual	Porcentaje	Regular	100%	2020
Descripci	ión de las vari	ables:	Unida	d de medida		umulado o corte:
Número de campañas realizadas de publicidad institucional			Campaña		13	3.00
Total de campañas programadas de publicidad institucional			Campaña 10.00		0.00	
Meta anual programada: Unidad de medida			Inicio:	Avance acumul Corte al mes de dic		Estado
100.00%		Porcentaje	1° de Enero	130.00%		

El Componente fue evaluado bajo el criterio 3: "Sobrecumplimiento de metas superior al 115%", de conformidad al Programa Anual de Evaluación y Seguimiento (PAES 2021)

PAF	RÁMETROS DE SEMAFORIZACIÓN
ESTADO	RANGOS
Satisfactorio	Rango de 90% a 115.00%
Poco Satisfactorio	Rango de 80% a 89.99% y de 115.1% a 125.99%
Insatisfactorio	Rango de 0% a 79.99% y de 126% en adelante
No Iniciado	De acuerdo con la programación no se evalúa