

# H.AYUNTAMIENTO DE PUEBLA

## MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS

### PROGRAMA PRESUPUESTARIO 2020

| Nombre del programa: PROGRAMA-26 Comunicación social para una gobierno incluyente |  |   |   |  | PERIODO ENERO-DICIEMBRE  |
|---|--|---|---|--|--|
| Unidad(es) Responsable(s): / Coordinación General de Comunicación Social          |  |   |   |  |  |
| NIVEL   | RESUMEN NARRATIVO  | INDICADOR   | MEDIO DE VERIFICACIÓN   | SUPUESTOS  | RESULTADOS   |
| FIN   | Contribuir al fortalecimiento de las instituciones municipales eficaces, sólidas e inclusivas mediante disciplina financiera, rendición de cuentas y mecanismos para una gobernanza con capacidad de respuesta a favor del bienestar ciudadano | Porcentaje obtenido por el Municipio de Puebla en el Índice General de Avance en PbR - SED Municipal / DTCDMX igual o mayor a 85.6% | Informe del diagnóstico SHCP Evaluación PbR SED Municipal resultados obtenido en el portal: <a href="http://transparenciapresupuestaria.gob.mx/es/PTP/EntidadesFederativas#DiagnosticoPbR-SED">http://transparenciapresupuestaria.gob.mx/es/PTP/EntidadesFederativas#DiagnosticoPbR-SED</a> | Existe la implementación del cuestionario por parte de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público<br>Las Dependencias involucradas entregan la información correspondiente en tiempo y forma. | <b>VARIABLE 1</b><br><b>66.00</b><br><b>VARIABLE 2</b><br><b>N/A</b><br><b>Eficacia</b><br><b>77.10%</b> |

|           |  |  |  |  |  |
|-----------|--|--|--|--|--|
| PROPÓSITO | 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 | Porcentaje de Dependencias y Entidades apoyadas con producción y difusión de campañas y acciones en medios de comunicación | Relación de solicitudes de apoyo de las Dependencias y Entidades Municipales para la producción y difusión de campañas, listado de acciones de campaña, y listado de acciones en medios de comunicación; con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente | Las Dependencias y Entidades Municipales realizan solicitudes de apoyo para la producción y difusión de campañas y acciones en medios de comunicación, en favor de la ciudadanía | <b>VARIABLE 1</b><br><b>26.00</b><br><b>VARIABLE 2</b><br><b>26.00</b><br><b>Porcentaje</b><br><b>100.00</b> |
|-----------|--|--|--|--|--|

## H.AYUNTAMIENTO DE PUEBLA

### MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS

#### PROGRAMA PRESUPUESTARIO 2020

| Nombre del programa: PROGRAMA-26 Comunicación social para una gobierno incluyente |  |   |  |   | PERIODO ENERO-DICIEMBRE  |
|---|--|---|--|---|--|
| Unidad(es) Responsable(s): / Coordinación General de Comunicación Social          |  |   |  |   |  |
| NIVEL   | RESUMEN NARRATIVO  | INDICADOR   | MEDIO DE VERIFICACIÓN  | SUPUESTOS   | RESULTADOS   |
| <b>COMPONENTE</b>   | LA 1, LA 2 "Información del quehacer gubernamental incluyente, difundida"  | Porcentaje de acciones realizadas de difusión del quehacer gubernamental incluyente | Plan de la campaña.<br>Material Publicado.<br>Reporte de resultados.<br>Piezas informativas: boletines, tarjetas y comunicados (con fecha de envío, link de la página puebla capital, numeración y si lo generó la Coordinación General de Comunicación Social y/o alguna Dependencia o Entidad), con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente.<br>Dirección electrónica de la publicación (deberá estar vigente y de acceso libre) con contador de visualizaciones<br>Capturas de pantalla de las publicaciones con contador de visualizaciones<br>Tarjeta informativa que deberá incluir al menos: nombre de la publicación, fecha y vigencia de la publicación, nombre de las y los responsables y número de beneficiarios.<br>Presentación: Impresas, con sello de la Dependencia y los nombres de los responsables y digitalizadas | Las Dependencias y Entidades generan información para ser difundida<br>Los diversos medios de comunicación difunden la información que da cuenta del quehacer gubernamental<br>Las Dependencias y Entidades generan información para ser incluida en el periódico digital.<br>Que se cuente con el dominio para publicar digitalmente el periódico<br>Que la página web funcione adecuadamente<br>Existen las condiciones sociales y sanitarias para que se ejecuten las campañas | <b>VARIABLE 1</b><br><br><b>801.00</b><br><br><b>VARIABLE 2</b><br><br><b>801.00</b><br><br><b>Porcentaje</b><br><br><b>100.00</b> |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | LA 1 Difundir 1,200 piezas informativas (boletines, notas y comunicados) del quehacer gubernamental en los diferentes medios de comunicación (Bajo demanda)                                      | Número de piezas informativas difundidas  | Reporte de resultados.<br>Piezas informativas: boletines, tarjetas y comunicados (con fecha de envío, link de la página puebla capital, numeración y si lo generó la Coordinación General de Comunicación Social y/o alguna Dependencia o Entidad), con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente.   | Las Dependencias y Entidades generan información para ser difundida<br>Los diversos medios de comunicación difunden la información que da cuenta del quehacer gubernamental en tiempo y forma   | <b>PROGRAMADO</b><br><br><b>1,200.00</b><br><br><b>REALIZADO</b><br><br><b>744.00</b>  |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | LA 1 Realizar 1 campaña de concientización a las mujeres embarazadas y en edades fértiles sobre la importancia del control prenatal y la atención a la salud materno infantil (1.2.2 PROMUPINNA) | Número de campañas realizadas   | Plan de la campaña.<br>Material Publicado.<br>Reporte de resultados de la campaña (con nombre, cargo, firma del servidor público responsable y sellado por el área correspondiente).   | Existe una sociedad informada sobre la importancia del control prenatal y la atención a la salud materno infantil   | <b>PROGRAMADO</b><br><br><b>1.00</b><br><br><b>REALIZADO</b><br><br><b>1.00</b>  |

## H.AYUNTAMIENTO DE PUEBLA

### MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS

#### PROGRAMA PRESUPUESTARIO 2020

| Nombre del programa: PROGRAMA-26 Comunicación social para una gobierno incluyente |  |   |  |   | PERIODO ENERO-DICIEMBRE   |
|---|--|---|--|---|---|
| Unidad(es) Responsable(s): / Coordinación General de Comunicación Social          |  |   |  |   |   |
| NIVEL   | RESUMEN NARRATIVO  | INDICADOR                                   | MEDIO DE VERIFICACIÓN  | SUPUESTOS   | RESULTADOS  |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | LA 1 Elaborar 6 publicaciones impresas tipo periódico denominado "El Incluyente" con el fin de establecer la difusión del quehacer gubernamental (5.26.1 PROIGUALDAD)  | Número de publicaciones impresas elaboradas | *Dirección electrónica de la publicación (deberá estar vigente y de acceso libre) con contador de visualizaciones<br>*Capturas de pantalla de las publicaciones con contador de visualizaciones<br>*Tarjeta informativa que deberá incluir al menos: nombre de la publicación, fecha y vigencia de la publicación, nombre de las y los responsables y número de beneficiarios.<br>Presentación: Impresas, con sello de la Dependencia y los nombres de los responsables y digitalizada | Las Dependencias y Entidades generan información para ser incluida en el periódico digital, para evitar el contacto en la distribución.<br>Que se cuente con el dominio para publicar digitalmente el periódico<br>Que la página web funcione adecuadamente | <b>PROGRAMADO</b><br><br>6.00<br><b>REALIZADO</b><br><br>6.00           |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | LA 1 Desarrollar 30 campañas de difusión social, cultural, turística, para la juventud, en materia de seguridad y promoción al consumo de productos y servicios locales en medios de comunicación (Bajo demanda) (5.26.1 PROIGUALDAD) (COVID-19) | Número de campañas desarrolladas            | *Reporte de resultados por campaña (tabla descriptiva de spots en tv y radio ; impactos, medios y fechas), con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente)<br>*Material publicado.  | Existen las condiciones sociales y sanitarias para que se ejecuten las campañas ya que la comunicación social, en la emergencia sanitaria se aumenta, con campañas de prevención y atención.  | <b>PROGRAMADO</b><br><br>30.00<br><b>REALIZADO</b><br><br>30.00         |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | LA 1 Monitorear 33,600 impactos referentes al quehacer gubernamental (Bajo demanda) (5.26.1 PROIGUALDAD)   | Número de impactos monitoreados             | Relación mensual de impactos (con la fecha de publicación de la nota, si es prensa, internet, radio o tv; que medio fue el que lo público y la cabeza de la nota), con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente   | Los impactos se monitorean en tiempo y forma  | <b>PROGRAMADO</b><br><br>33,600.00<br><b>REALIZADO</b><br><br>36,713.00 |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | LA 1 LA 2 Desarrollar 20 publicaciones impresas a través de las cuales se den a conocer planes, programas y acciones del quehacer gubernamental (5.26.1 PROIGUALDAD)   | Número de publicaciones desarrolladas       | Reporte de publicaciones.<br>Material publicado.   | Existe una sociedad informada sobre los planes, los programas y las acciones del quehacer gubernamental, mediante publicaciones impresas  | <b>PROGRAMADO</b><br><br>20.00<br><b>REALIZADO</b><br><br>20.00         |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | Ejecutar 1 campaña informativa con recursos extraordinarios federales, estatales, municipales y/o iniciativa privada (Bajo demanda)  | Número de campañas ejecutadas               | Plan de la campaña.<br>Material Publicado.<br>Reporte de resultados de la campaña (con nombre, cargo, firma del servidor público responsable y sellado por el área correspondiente).   | Se aprueban los recursos extraordinarios para llevar a cabo una campaña informativa   | <b>PROGRAMADO</b><br><br>1.00<br><b>REALIZADO</b><br><br>NO INICIADO    |

## H.AYUNTAMIENTO DE PUEBLA

### MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS

#### PROGRAMA PRESUPUESTARIO 2020

| Nombre del programa: PROGRAMA-26 Comunicación social para una gobierno incluyente |  |   |   |  | PERIODO ENERO-DICIEMBRE  |
|---|--|---|---|--|--|
| Unidad(es) Responsable(s): / Coordinación General de Comunicación Social          |  |   |   |  |  |
| NIVEL   | RESUMEN NARRATIVO  | INDICADOR   | MEDIO DE VERIFICACIÓN   | SUPUESTOS  | RESULTADOS   |
| <b>COMPONENTE</b>   | LA 1, LA 2, LA 3, LA 4<br>"Información del quehacer gubernamental incluyente en medios digitales, difundida"   | Porcentaje de acciones realizadas de difusión en medios digitales del quehacer gubernamental incluyente | Reporte de acciones y/o publicaciones y campañas<br>Plan de acción.<br>Material publicado.<br>Reporte de resultados.<br>Reportes de estudios de opinión pública que dan cuenta del desempeño de las campañas<br>Captura de pantalla de la videoconferencia<br>Relación de participantes<br>Tarjeta informativa que deberá incluir al menos: temas tratados, fecha y hora de realización, persona o personas que brindaron la capacitación o curso y número de participantes.<br>Presentación: Impresas, con sello de la Dependencia y/o Entidad y los nombres de los responsables y digitalizadas | Existe interés en los usuarios de redes sociales por las acciones del Gobierno Municipal<br>Existe difusión de temas sociales, culturales y turísticos en redes sociales<br>Los diversos medios de comunicación difunden los videos, resúmenes y cortes que dan cuenta de la información gubernamental y actividades realizadas<br>Los ciudadanos evalúan las campañas y el trabajo que realizan las Dependencias y Entidades del Ayuntamiento del Municipio de Puebla | <b>VARIABLE 1</b><br><br><b>6,000.00</b><br><br><b>VARIABLE 2</b><br><br><b>6,000.00</b><br><br><b>Porcentaje</b><br><br><b>100.00</b> |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | LA 2 Publicar 5,000 acciones del Gobierno Municipal a través de las redes sociales (Bajo demanda) (1.9.1, 1.11.1 y 2.1.1 PROMUPINNA)                           | Número de acciones publicadas   | Reporte de acciones y/o publicaciones.<br>Material publicado.   | Existe interés en los usuarios de redes sociales por las acciones del Gobierno Municipal   | <b>PROGRAMADO</b><br><br><b>5,000.00</b><br><br><b>REALIZADO</b><br><br><b>5,250.00</b>  |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | LA 1 Realizar 200 campañas para difusión en redes sociales (Bajo demanda) (5.26.1 PROIGUALDAD) (1.9.1, 1.11.1 y 2.1.1 PROMUPINNA)                              | Número de campañas realizadas   | Reporte de campañas.<br>Material publicado.   | Existe difusión de temas sociales, culturales y turísticos en redes sociales   | <b>PROGRAMADO</b><br><br><b>200.00</b><br><br><b>REALIZADO</b><br><br><b>194.00</b>  |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | LA 1 Realizar 1 acción (videos, resúmenes y cortes) sobre la protección integral de los derechos de las niñas, niños y adolescentes (4.2.1 y 4.2.2 PROMUPINNA) | Número de acciones realizadas   | Plan de acción.<br>Material publicado.<br>Reporte de resultados.  | Existe una sociedad informada sobre la protección integral de los derechos de las niñas, niños y adolescentes  | <b>PROGRAMADO</b><br><br><b>1.00</b><br><br><b>REALIZADO</b><br><br><b>1.00</b>  |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | LA 1 Realizar 700 acciones (videos, resúmenes y cortes) sobre la información gubernamental actividades realizadas (Bajo demanda)                               | Número de acciones realizadas   | Reporte de acciones.<br>Material publicado.   | Los diversos medios de comunicación difunden los videos, resúmenes y cortes que dan cuenta de la información gubernamental y actividades realizadas  | <b>PROGRAMADO</b><br><br><b>700.00</b><br><br><b>REALIZADO</b><br><br><b>555.00</b>  |

## H.AYUNTAMIENTO DE PUEBLA

### MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS

#### PROGRAMA PRESUPUESTARIO 2020

| Nombre del programa: PROGRAMA-26 Comunicación social para una gobierno incluyente |   |  |  |   | PERIODO ENERO-DICIEMBRE   |
|---|---|--|--|---|---|
| Unidad(es) Responsable(s): / Coordinación General de Comunicación Social          |   |  |  |   |   |
| NIVEL   | RESUMEN NARRATIVO   | INDICADOR  | MEDIO DE VERIFICACIÓN  | SUPUESTOS   | RESULTADOS  |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | LA 1 Elaborar 4 reportes de estudios de opinión pública para medir el desempeño de las campañas que difunden el quehacer gubernamental (5.26.1 PROIGUALDAD) | Número de reportes elaborados                    | Reportes de estudios de opinión pública que dan cuenta del desempeño de las campañas que difunden el quehacer gubernamental; con nombre cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente  | Los ciudadanos evalúan las campañas y el trabajo que realizan las Dependencias y Entidades del Ayuntamiento del Municipio de Puebla   | <b>PROGRAMADO</b><br><br>4.00<br><b>REALIZADO</b><br>4.00                                 |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | LA 2 Realizar 1 capacitación a enlaces de transparencia en temas de redes sociales  | Número de capacitaciones realizadas              | *Captura de pantalla de la videoconferencia<br>*Relación de participantes<br>*Tarjeta informativa que deberá incluir al menos: temas tratados, fecha y hora de realización, persona o personas que brindaron la capacitación o curso y número de participantes.<br>Presentación: Impresas, con sello de la Dependencia y/o Entidad y los nombres de los responsables y digitalizadas | Existe participación por parte de los enlaces de transparencia<br>La plataforma donde se otorga la capacitación funciona de manera correcta<br>Se cuenta con personal especializado para capacitar a los enlaces de transparencia | <b>PROGRAMADO</b><br><br>1.00<br><b>REALIZADO</b><br>1.00                                 |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | Ejecutar 1 campaña de información en medios digitales con recursos extraordinarios federales, estatales, municipales y/o iniciativa privada (Bajo demanda)  | Número de campañas ejecutadas                    | Plan de la campaña.<br>Material Publicado.<br>Reporte de resultados de la campaña (con nombre, cargo, firma del servidor público responsable y sellado por el área correspondiente).   | Se aprueban los recursos extraordinarios para llevar a cabo una campaña de información en medios digitales  | <b>PROGRAMADO</b><br>1.00<br><b>REALIZADO</b><br>NO INICIADO                              |
| <b>COMPONENTE</b>   | LA 5 Sistema Administrativo de Staff, implementado  | Porcentaje de solicitudes atendidas por el Staff | Relación de solicitudes administrativas; relación mensual de solicitudes jurídicas; relación de solicitudes de Transparencia recibidas y atendidas; minuta de trabajo con temas prioritarios; y relación de tickets de nómina recibidos y firmados; con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente                                  | Existen solicitudes por parte de la ciudadanía, de las Dependencias y Entidades, así como de las áreas de la Coordinación General de Comunicación Social  | <b>VARIABLE 1</b><br>834.00<br><b>VARIABLE 2</b><br>834.00<br><b>Porcentaje</b><br>100.00 |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | LA 5 Atender 270 solicitudes administrativas recibidas (Bajo demanda)   | Número de solicitudes administrativas atendidas  | Reporte de solicitudes recibidas y atendidas.<br>Oficios y/o memorándum de solicitud.<br>Oficios y/o memorándum de respuesta.<br>Orden de pago.<br>Comprobante de gasto.   | Las áreas de la Coordinación General de Comunicación Social realizan solicitudes administrativas  | <b>PROGRAMADO</b><br>270.00<br><b>REALIZADO</b><br>803.00                                 |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | LA 5 Atender 10 solicitudes jurídicas recibidas (Bajo demanda)  | Número de solicitudes jurídicas atendidas        | Reporte de solicitudes jurídicas recibidas y atendidas.<br>Solicitud de apoyo.<br>Recibo de apoyo jurídico.  | Las áreas de la Coordinación General de Comunicación Social solicitan apoyo jurídico  | <b>PROGRAMADO</b><br>10.00<br><b>REALIZADO</b><br>11.00                                   |

## H.AYUNTAMIENTO DE PUEBLA

### MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS

#### PROGRAMA PRESUPUESTARIO 2020

| Nombre del programa: PROGRAMA-26 Comunicación social para una gobierno incluyente |   |  |  |  | PERIODO ENERO-DICIEMBRE  |
|---|---|--|--|--|--|
| Unidad(es) Responsable(s): / Coordinación General de Comunicación Social          |   |  |  |  |  |
| NIVEL   | RESUMEN NARRATIVO   | INDICADOR  | MEDIO DE VERIFICACIÓN  | SUPUESTOS  | RESULTADOS   |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | LA 5 Atender 20 solicitudes de transparencia recibidas por la UT (Bajo demanda)   | Número de solicitudes de transparencia atendidas             | Reporte de solicitudes de transparencia recibidas y atendidas.<br>Oficios de solicitud.<br>Oficios de respuesta.   | La ciudadanía realiza solicitudes de información, vía INFOMEX, a la Coordinación General de Comunicación Social  | <b>PROGRAMADO</b><br><b>20.00</b><br><b>REALIZADO</b><br><b>20.00</b>  |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | LA 5 Atender 4 acuerdos establecidos por el titular   | Número de acuerdos atendidos                                 | Reporte de acuerdos establecidos por la titular ( firmado por el servidor público responsable y sellado por el área correspondiente).<br>Minutos de trabajo.<br>Listas de asistencia.  | El Titular de la Dependencia acuerda con directores temas prioritarios para su resolución  | <b>PROGRAMADO</b><br><b>4.00</b><br><b>REALIZADO</b><br><b>4.00</b>  |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | LA 5 Realizar 25 acciones de comprobación de pago de la nómina al personal  | Número de acciones realizadas                                | Oficio de recepción de nomina.<br>Oficio de devolución.  | Se reciben en tiempo y forma los comprobantes de pago de nómina para firma del personal  | <b>PROGRAMADO</b><br><b>25.00</b><br><b>REALIZADO</b><br><b>25.00</b>  |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | LA 5 Ejecutar 1 estrategia de acciones emergentes en el marco del COVID-19 (Bajo demanda) (COVID-19)                                    | Número de estrategias ejecutadas                             | Reporte mensual que contenga las acciones emergentes que se llevaron a cabo<br>Material publicado<br>Reporte de resultados   | Existen las condiciones sanitarias para llevar a cabo las acciones.<br>Hay existencia de insumos sanitarios en el mercado  | <b>PROGRAMADO</b><br><b>1.00</b><br><b>REALIZADO</b><br><b>1.00</b>  |
| <b>COMPONENTE</b>   | LA 1, LA 3, LA 4 Campañas del quehacer gubernamental, realizadas  | Porcentaje de campañas realizadas respecto a las programadas | Plan de la campaña.<br>Material Publicado.<br>Reporte de resultados de la campaña (con nombre, cargo, firma del servidor público responsable y sellado por el área correspondiente).<br>Listado de acciones.<br>Diseños elaborados o revisados.<br>Reporte de resultados por campaña | Existen solicitudes de diseños con la imagen institucional del gobierno municipal<br>Existe una sociedad informada sobre los riesgos del embarazo, edades fértiles, control prenatal, atención de la salud materno infantil a través de las redes sociales.<br>Existen las condiciones sociales y sanitarias para que se ejecuten las campañas | <b>VARIABLE 1</b><br><b>10.00</b><br><b>VARIABLE 2</b><br><b>10.00</b><br><b>Porcentaje</b><br><b>100.00</b> |
| <b>ACTIVIDAD</b>  | LA 1 Realizar 1 campaña de información sobre las causas y consecuencias del sobrepeso, obesidad y hábitos saludables (1.5.1 PROMUPINNA) | Número de campañas realizadas                                | Plan de la campaña.<br>Material Publicado.<br>Reporte de resultados de la campaña (con nombre, cargo, firma del servidor público responsable y sellado por el área correspondiente).   | Existe una sociedad informada sobre las causas, consecuencias y formas de prevención del sobrepeso, obesidad y hábitos saludables.   | <b>PROGRAMADO</b><br><b>1.00</b><br><b>REALIZADO</b><br><b>1.00</b>  |

## H.AYUNTAMIENTO DE PUEBLA

### MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS

#### PROGRAMA PRESUPUESTARIO 2020

| Nombre del programa: PROGRAMA-26 Comunicación social para una gobierno incluyente |  |                               |   |  | PERIODO ENERO-DICIEMBRE  |
|---|--|-------------------------------|---|--|--|
| Unidad(es) Responsable(s): / Coordinación General de Comunicación Social          |  |                               |   |  |  |
| NIVEL   | RESUMEN NARRATIVO  | INDICADOR                     | MEDIO DE VERIFICACIÓN   | SUPUESTOS  | RESULTADOS   |
| ACTIVIDAD   | LA 1 Realizar 1 campaña de concientización a las mujeres embarazadas y en edades fértiles sobre la importancia del control prenatal y la atención a la salud materno infantil a través de las redes sociales (1.2.2 PROMUPINNA)  | Número de campañas realizadas | Plan de la campaña.<br>Material Publicado.<br>Reporte de resultados de la campaña (con nombre, cargo, firma del servidor público responsable y sellado por el área correspondiente).  | Existe una sociedad informada sobre los riesgos del embarazo, edades fértiles, control prenatal, atención de la salud materno infantil a través de las redes sociales.   | <b>PROGRAMADO</b><br><br>1.00<br><b>REALIZADO</b><br><br>1.00        |
| ACTIVIDAD   | LA 1 LA 4 Realizar 1 campaña de sensibilización para la comprensión e inclusión efectiva de las niñas, niños y adolescentes con discapacidad en los diferentes espacios de atención al público del gobierno municipal (5.26.1 y 5.26.4 PROIGUALDAD) (2.6.1 PROMUPINNA) | Número de campañas realizadas | Plan de la campaña.<br>Material Publicado.<br>Reporte de resultados de la campaña (con nombre, cargo, firma del servidor público responsable y sellado por el área correspondiente).  | Existe una sociedad informada sobre la comprensión e inclusión efectiva de las niñas, niños y adolescentes con discapacidad en los diferentes espacios de atención al público del Gobierno Municipal   | <b>PROGRAMADO</b><br><br>1.00<br><b>REALIZADO</b><br><br>1.00        |
| ACTIVIDAD   | LA 3 Realizar 360 acciones de elaboración y revisión de la imagen institucional del gobierno municipal (Bajo demanda)  | Número de acciones realizadas | Listado de acciones.<br>Diseños elaborados o revisados.   | Existen solicitudes de diseños con la imagen institucional del gobierno municipal  | <b>PROGRAMADO</b><br><br>360.00<br><b>REALIZADO</b><br><br>360.00    |
| ACTIVIDAD   | LA 1 LA 4 Realizar 10 campañas de publicidad institucional (Bajo demanda) (COVID 19)   | Número de campañas realizadas | *Reporte de resultados por campaña (tabla descriptiva de spots en tv y radio ; impactos, medios y fechas), con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente)<br>*Material publicado. | Existen las condiciones sociales y sanitarias para que se ejecuten las campañas ya que la comunicación social, en la emergencia sanitaria se aumenta, con campañas de prevención y atención, específicamente lo que atenderá la Dirección de Mercadotecnia Social. | <b>PROGRAMADO</b><br><br>10.00<br><b>REALIZADO</b><br><br>10.00      |
| ACTIVIDAD   | Ejecutar 1 campaña informativa con recursos extraordinarios federales, estatales, municipales y/o iniciativa privada (Bajo demanda)  | Número de campañas ejecutadas | *Reporte de resultados por campaña (tabla descriptiva de spots en tv y radio ; impactos, medios y fechas), con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente)<br>*Material publicado. | Se aprueban los recursos extraordinarios para llevar a cabo una campaña informativa  | <b>PROGRAMADO</b><br><br>1.00<br><b>REALIZADO</b><br><br>NO INICIADO |