

**H. AYUNTAMIENTO DE PUEBLA**  
**MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS**  
**PROGRAMA PRESUPUESTARIO 2021**

Nombre Del Programa:		PROGRAMA 26 - Comunicación social para un gobierno incluyente				PERIODO ENERO-DICIEMBRE
Unidad (Es) Responsable (S):		Coordinación General de Comunicación Social				
NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIO DE VERIFICACIÓN	SUPUESTO	RESULTADOS	
FIN 5	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 70%	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>	La SHCP implementa el diagnóstico. Las Dependencias involucradas presentan la información y evidencias que les corresponde referente al Diagnostico SHCP Evaluación PbR SED Municipal	VARIABLE 1 70.5 VARIABLE 2 70.00 EFICACIA 100.71	
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	Porcentaje de reuniones realizadas para dar seguimiento a los objetivos de la administración municipal	Reporte mensual de las reuniones realizadas para dar seguimiento a los objetivos de la Administración Pública Municipal, con nombre, cargo y firma del responsable y sello del área correspondiente.	Las condiciones políticas del Municipio de Puebla permiten la instauración de un Gobierno Incluyente.	VARIABLE 1 26.00 VARIABLE 2 26.00 EFICACIA 100.00	
COMPONENTE 1	LA 1, LA 2, LA 4 Información del quehacer gubernamental incluyente, difundida	Porcentaje de acciones realizadas de difusión del quehacer gubernamental incluyente	Piezas informativas, carpeta de relación mensual de impactos, listado de acciones de campaña y publicaciones en versión digital; con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente Reporte de resultados de las campañas	Las Dependencias y Entidades generan información para ser difundida Los diversos medios de comunicación difunden la información que da cuenta del quehacer gubernamental en tiempo y forma	VARIABLE 1 790.00 VARIABLE 2 790.00 EFICACIA 100.00	
ACTIVIDAD 1.1	LA 1 Difundir 800 piezas informativas (boletines, notas y comunicados) del quehacer gubernamental en los diferentes medios de comunicación (Bajo demanda) (5.23.2 PROIGUALDAD) (4.2.1 PROMUPINNA)	Número de piezas difundidas	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 Los diversos medios de comunicación difunden la información que da cuenta del quehacer gubernamental en tiempo y forma	PROGRAMADO 800.00 REALIZADO 766.00	

**H. AYUNTAMIENTO DE PUEBLA**  
**MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS**  
**PROGRAMA PRESUPUESTARIO 2021**

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIO DE VERIFICACIÓN	SUPUESTO	RESULTADOS
<b>ACTIVIDAD 1.2</b>	LA 1 Elaborar 4 publicaciones tipo periódico con el fin de establecer la difusión del quehacer gubernamental (5.23.2 PROIGUALDAD) (4.2.1 PROMUPINNA)	Número de publicaciones elaboradas	Ejemplar bimestral del periódico denominado "El incluyente"	Las Dependencias y Entidades generan información para ser incluida en el periódico El proveedor entrega en tiempo el periódico	<b>PROGRAMADO 4.00 REALIZADO 4.00</b>
<b>ACTIVIDAD 1.3</b>	LA 1 Desarrollar 20 campañas de difusión social, cultural, turística, para la juventud y en materia de seguridad en medios de comunicación (Bajo demanda) (5.23.1 , 5.23.2 PROIGUALDAD) (4.2.1, 4.2.2 PROMUPINNA) (PEP 2.2.1)	Número de campañas desarrolladas	Reporte de resultados de las campañas Tabla descriptiva de spots en tv y radio (impactos, medios, nombre de campañas, fechas), con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente. Oficios de pantallas, parabuses y vallas (Fotografías y material digital). Lista de banners en paginas web, capturas de pantallas y ejemplo de material digital, con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente	Los diversos medios de comunicación difunden las campañas del Gobierno Municipal sobre temas sociales, culturales, turísticos, para la juventud y seguridad	<b>PROGRAMADO 20.00 REALIZADO 24.00</b>
<b>ACTIVIDAD 1.4</b>	LA 1 Monitorear 33,600 impactos referentes al quehacer gubernamental (Bajo demanda) (5.23.2 PROIGUALDAD) (4.2.1 PROMUPINNA)	Número de impactos monitoreados	Carpeta con la 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 33600.00 REALIZADO 41379.00</b>
<b>ACTIVIDAD 1.5</b>	LA 1, LA 2, LA 4 Desarrollar 50 publicaciones impresas a través de las cuales se den a conocer planes, programas y acciones del quehacer gubernamental programas y acciones del quehacer gubernamental (5.23.1 y 5.23.2 PROIGUALDAD) (4.2.1 y 4.2.2 PROMUPINNA)	Número de publicaciones desarrolladas	Publicaciones en versión digital: revista, gaceta, folleto, díptico o tríptico; con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente	Existe una sociedad informada y sobre los planes, los programas las acciones del quehacer gubernamental, mediante publicaciones impresas	<b>PROGRAMADO 50.00 REALIZADO 69.00</b>
<b>ACTIVIDAD 1.6</b>	LA 1 Realizar 1 convocatoria para otorgar el "Premio municipal de Periodismo transmedia Puebla 2021" (5.23.3 PROIGUALDAD) (4.2.1 y 4.2.2 PROMUPINNA)	Número de convocatoria realizada	Publicación de la convocatoria, evidencia fotográfica del evento y entrega de premios	Existe interés por parte de los periodistas para participar en la convocatoria Existen trabajos periodísticos y de investigación de gran relevancia para el Municipio de Puebla y ser posibles candidatos a la premiación.	<b>PROGRAMADO 1.00 REALIZADO 1.00</b>

**H. AYUNTAMIENTO DE PUEBLA  
MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS  
PROGRAMA PRESUPUESTARIO 2021**

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIO DE VERIFICACIÓN	SUPUESTO	RESULTADOS
<b>ACTIVIDAD 1.7</b>	Ejecutar 1 campaña informativa con recursos extraordinarios federales, estatales, municipales y/o iniciativa privada (Bajo demanda)	Número de campañas ejecutadas	Reporte de resultados de la campaña Tabla descriptiva de spots en tv y radio (impactos, medios, nombre de campañas, fechas y materiales audiovisuales y de audio), con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente. Oficios de pantallas, parabuses y vallas (Fotografías y material digital). Lista de banners en paginas web, capturas de pantallas y ejemplo de material digital, con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente	Se aprueban los recursos extraordinarios para llevar a cabo una campaña informativa	<b>PROGRAMADO 1.00 REALIZADO NI</b>

**H. AYUNTAMIENTO DE PUEBLA**  
**MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS**  
**PROGRAMA PRESUPUESTARIO 2021**

Nombre Del Programa:		PERIODO ENERO-DICIEMBRE			
Unidad (Es) Responsable (S):					
PROGRAMA 26 - Comunicación social para un gobierno incluyente		Coordinación General de Comunicación Social			
NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIO DE VERIFICACIÓN	SUPUESTO	RESULTADOS
<b>COMPONENTE 2</b>	LA 1, LA 2 Información del quehacer gubernamental incluyente en medios digitales, difundida	Porcentaje de acciones realizadas de difusión en medios digitales del quehacer gubernamental incluyente	Tabla con mensajes emitidos en redes sociales; listado de campañas en redes sociales; listado de videos, resúmenes y cortes; listado de diseños realizados y reportes de estudios de opinión pública; con nombre cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente	Los diversos medios de comunicación digitales difunden las acciones del quehacer gubernamental	<b>VARIABLE 1</b> <b>4765.00</b> <b>VARIABLE 2</b> <b>4765.00</b> <b>EFICACIA</b> <b>100.00</b>
<b>ACTIVIDAD 2.1</b>	LA 2 Publicar 5,000 acciones del Gobierno Municipal a través de las redes sociales (Bajo demanda) 5.23.1, 5.23.2 PROIGUALDAD, 4.2.1, 4.2.2 PROMUPINNA	Número de acciones publicadas	Tabla con los mensajes emitidos en redes sociales, medio y fecha de publicación; con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente	Existe interés en los usuarios de redes sociales por las acciones del Gobierno Municipal	<b>PROGRAMADO</b> <b>5000.00</b> <b>REALIZADO</b> <b>4715.00</b>
<b>ACTIVIDAD 2.2</b>	LA 1 Publicar 30 campañas en portales digitales (Bajo demanda) 5.23.1, 5.23.2 PROIGUALDAD, 1.5.1, 1.11.1, 2.6.1 PROMUPINNA, 3.2.1, 4.2.2 CARTA POBLANA	Número de campañas publicadas	Listado de campañas en redes sociales con link y ejemplo de materiales gráficos publicados; con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente	Existe difusión de temas sociales, culturales y turísticos en redes sociales	<b>PROGRAMADO</b> <b>30.00</b> <b>REALIZADO</b> <b>27.00</b>
<b>ACTIVIDAD 2.3</b>	LA 1 Publicar 10 campañas en redes sociales (Bajo demanda) 5.23.1, 5.23.2 PROIGUALDAD, 3.2.1 PROMUPINNA, 4.2.2 CARTA POBLANA	Número de campañas publicadas	Listado de campañas en redes sociales con link y ejemplo de materiales gráficos publicados; con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente	Existe difusión de temas sociales, culturales y turísticos en redes sociales	<b>PROGRAMADO</b> <b>10.00</b> <b>REALIZADO</b> <b>23.00</b>
<b>ACTIVIDAD 2.4</b>	LA 1 Realizar 700 acciones (videos, resúmenes y cortes) sobre la información gubernamental de las actividades realizadas (Bajo demanda)	Número de acciones realizadas	Listado de videos, resúmenes y cortes, en el que se incluye fecha de publicación, link y tema del video; con nombre cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente	Los diversos medios de comunicación difunden los videos, resúmenes y cortes que dan cuenta de la información gubernamental y actividades realizadas	<b>PROGRAMADO</b> <b>700.00</b> <b>REALIZADO</b> <b>422.00</b>

**H. AYUNTAMIENTO DE PUEBLA**  
**MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS**  
**PROGRAMA PRESUPUESTARIO 2021**

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIO DE VERIFICACIÓN	SUPUESTO	RESULTADOS
<b>ACTIVIDAD 2.5</b>	LA 1 Elaborar 4 reportes de estudios de opinión pública para medir el desempeño de las campañas que difunden el quehacer gubernamental 4.2.1 PROMUPINNA	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 4.00 REALIZADO 4.00</b>
<b>ACTIVIDAD 2.6</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	Evidencia de realización de actividades y/o productos acordados Reporte final con nombre y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente	Se aprueban los recursos extraordinarios para llevar a cabo una campaña de información en medios digitales	<b>PROGRAMADO 1.00 REALIZADO NI</b>

**H. AYUNTAMIENTO DE PUEBLA**  
**MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS**  
**PROGRAMA PRESUPUESTARIO 2021**

<div> <div>Nombre Del Programa:</div> <div>PROGRAMA 26 - Comunicación social para un gobierno incluyente</div> </div> <div> <div>Unidad (Es) Responsable (S):</div> <div>Coordinación General de Comunicación Social</div> </div>					PERIODO ENERO-DICIEMBRE
NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIO DE VERIFICACIÓN	SUPUESTO	RESULTADOS
<b>COMPONENTE 3</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> <b>702.00</b> <b>VARIABLE 2</b> <b>702.00</b> <b>EFICACIA</b> <b>100.00</b>
<b>ACTIVIDAD 3.1</b>	LA 5 Atender 270 solicitudes administrativas recibidas (Bajo demanda)	Número de solicitudes administrativas atendidas	Relación mensual de las solicitudes administrativas atendidas: facturas y órdenes de pago; con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente	Las áreas de la Coordinación General de Comunicación Social realizan solicitudes administrativas	<b>PROGRAMADO</b> <b>270.00</b> <b>REALIZADO</b> <b>663.00</b>
<b>ACTIVIDAD 3.2</b>	LA 5 Atender 10 solicitudes jurídicas recibidas (Bajo demanda)	Número de solicitudes jurídicas atendidas	Formato de solicitudes. Relación mensual de las solicitudes jurídicas atendidas con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente	Las áreas de la Coordinación General de Comunicación Social solicitan apoyo jurídico	<b>PROGRAMADO</b> <b>10.00</b> <b>REALIZADO</b> <b>10.00</b>
<b>ACTIVIDAD 3.3</b>	LA 5 Atender 20 solicitudes de transparencia recibidas por la UT (Bajo demanda)	Número de solicitudes de transparencia atendidas	Solicitudes que llegan en INFOMEX y respuestas oficiales. Relación de solicitudes de transparencia recibidas y atendidas con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente	La ciudadanía realiza solicitudes de información, vía INFOMEX, a la Coordinación General de Comunicación Social	<b>PROGRAMADO</b> <b>20.00</b> <b>REALIZADO</b> <b>29.00</b>
<b>ACTIVIDAD 3.4</b>	LA 5 Atender 4 acuerdos establecidos por el titular	Número de acuerdos atendidos	Minuta de Trabajo con temas prioritarios; con nombre cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente	El Titular de la Dependencia acuerda con directores temas prioritarios para su resolución	<b>PROGRAMADO</b> <b>4.00</b> <b>REALIZADO</b> <b>4.00</b>
<b>ACTIVIDAD 3.5</b>	LA 5 Realizar 25 acciones de comprobación de pago de la nómina al personal	Número de acciones realizadas	Oficios recibidos y enviados a la Secretaría de Administración con nómina y comprobante de pago. Relación de tickets de nómina recibidos y firmados con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente	Se reciben en tiempo y forma los comprobantes de pago de nómina para firma del personal	<b>PROGRAMADO</b> <b>25.00</b> <b>REALIZADO</b> <b>18.00</b>
<b>ACTIVIDAD 3.6</b>	LA 5 Ejecutar 1 estrategia de acciones emergentes en el marco de una contingencia (Bajo demanda) (COVID)	Número de estrategias ejecutadas	Reporte mensual que contenga las acciones emergentes que se llevaron a cabo Material publicado Reporte de resultados	Existen las condiciones sanitarias para llevar a cabo las acciones. Hay existencia de insumos sanitarios en el mercado	<b>PROGRAMADO</b> <b>1.00</b> <b>REALIZADO</b> <b>NI</b>

**H. AYUNTAMIENTO DE PUEBLA**  
**MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS**  
**PROGRAMA PRESUPUESTARIO 2021**

Nombre Del Programa:		PROGRAMA 26 - Comunicación social para un gobierno incluyente				PERIODO ENERO-DICIEMBRE
Unidad (Es) Responsable (S):		Coordinación General de Comunicación Social				
NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIO DE VERIFICACIÓN	SUPUESTO	RESULTADOS	
COMPONENTE 4	LA 1, LA 3, LA 4 Campañas del quehacer gubernamental, realizadas	Porcentaje de campañas realizadas respecto a las programadas	Plan de la campaña. Material Publicado. Reporte de resultados de la campaña (con nombre, cargo, firma del servidor público responsable y sellado por el área correspondiente). Listado de acciones. Diseños elaborados o revisados. Reporte de resultados por campaña	Existen solicitudes de diseños con la imagen institucional del gobierno municipal Existen las condiciones sociales y sanitarias para que se ejecuten las campañas	VARIABLE 1 13.00 VARIABLE 2 10.00 EFICACIA 130.00	
ACTIVIDAD 4.1	LA 3 Realizar 360 acciones de elaboración y revisión de la imagen institucional del gobierno municipal (Bajo demanda) 5.23.1, 5.23.2 PROIGUALDAD, 2.6.1 PROMUPINNA	Número de acciones realizadas	Listado de diseños realizados, en el que se incluye el tema y la Dependencia usuaria, con nombre, cargo y firma del servidor público responsable, sellado por el área correspondiente	Existen solicitudes de diseños con la imagen institucional del gobierno municipal	PROGRAMADO 360.00 REALIZADO 270.00	
ACTIVIDAD 4.2	LA 1, LA 4 Realizar 10 campañas de publicidad institucional 5.23.1, 5.2.2 PROIGUALDAD, 2.6.1 PROMUPINNA	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) 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.	PROGRAMADO 10.00 REALIZADO 13.00	
ACTIVIDAD 4.3	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) Material publicado.	Se aprueban los recursos extraordinarios para llevar a cabo una campaña informativa	PROGRAMADO 1.00 REALIZADO NI	