

Art. 9, fracc. IV
Metas y Objetivos
PBR Año 2016

0301-02-20500_A

| | | |
|--------------|--|-------|
| Ente: | COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | 20500 |
| | COORDINACION GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | |

Estrategia: VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN

Frecuencia ANUAL

| Línea de acción | Proceso y/o proyecto | Objetivo | Estatus |
|-----------------------------------|--|---|--------------|
| VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN | INDICE DE COBERTURA DE DIFUSION | ESPECÍFICOS MEDIANTE LA SUBFUNCIÓN RELACIONADA A SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS | EN OPERACIÓN |

Descripción de la meta: LO DESEABLE ES INCREMENTAR LA COBERTURA DE COMUNICACION DE LAS ACTIVIDADES DEL GOBIERNO MUNICIPAL HACIA LA CIUDADANIA

Unidad de medida: PORCENTAJE

Dimensión: ESTRATÉGICO

Registro de avances

| Mes | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sept | Oct | Nov | Dic | Total |
|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-------|
| Programado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 90 |
| Realizado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Observaciones: Método de Calculo ACCIONES COMUNICADAS/TOTAL DE ACCIONES A COMUNICAR X 100

Art. 9, fracc. IV
Metas y Objetivos
PBR Año 2016

0301-03-20500_S

| | | |
|--------------|--|-------|
| Ente: | COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | 20500 |
| | COORDINACION GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | |

Estrategia: VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN

Frecuencia SEMESTRAL

| Línea de acción | Proceso y/o proyecto | Objetivo | Estatus |
|-----------------------------------|---|---|--------------|
| VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN | INDICE DE PENETRACION DE CAMPAÑAS 1ER SEMESTRE | ESPECÍFICOS MEDIANTE LA SUBFUNCIÓN RELACIONADA A SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS | EN OPERACIÓN |

Descripción de la meta: LO DESEABLE ES QUE LA CIUDADANIA TENGA EN MENTE COMO MINIMO EL 80% DE LAS ACCIONES DIFUNDIDAS A TRAVES DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

Unidad de medida: PORCENTAJE

Dimensión: ESTRATÉGICO

Registro de avances

| Mes | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sept | Oct | Nov | Dic | Total |
|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|------|-----|-----|-----|-------|
| Programado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 |
| Realizado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 77.2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 77.2 |

Observaciones: Método de Calculo NUMERO DE ACCIONES IDENTIFICADAS/TOTAL DE ACCIONES DIFUNDIDAS X 100

Durante los meses de Abril y Mayo de 2016 no hubo difusión de la información debido a la veda electoral.

Art. 9, fracc. IV
Metas y Objetivos
PBR Año 2016

0301-04-20500_S

| | | |
|--------------|--|-------|
| Ente: | COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | 20500 |
| | COORDINACION GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | |

Estrategia: VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN

Frecuencia SEMESTRAL

| Línea de acción | Proceso y/o proyecto | Objetivo | Estatus |
|-----------------------------------|---------------------------------------|---|--------------|
| VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN | COBERTURA DE DIFUSION EN RADIO | ESPECÍFICOS MEDIANTE LA SUBFUNCIÓN RELACIONADA A SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS | EN OPERACIÓN |

Descripción de la meta: QUE LAS ACCIONES Y PROGRAMAS QUE SE DIFUNDEN A TRAVES DE LAS ESTACIONES DE RADIO LLEGUEN A LA CIUDADANIA (LA METAS ES EL 80% DE LAS PERSONAS DE 15 AÑOS O MAS)

Unidad de medida: PERSONAS

Dimensión: ESTRATÉGICO

Registro de avances

| Mes | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sept | Oct | Nov | Dic | Total |
|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|--------|-----|-----|------|-----|-----|--------|--------|
| Programado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 153280 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 200000 | 353280 |
| Realizado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 147455 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 147455 |

Observaciones: Método de Calculo PERSONAS QUIENES CONOCEN/PERSONAS A QUIENES SE DIFUNDE

Durante los meses de Abril y Mayo de 2016 no hubo difusion de la informacion debido a la veda electoral.

Art. 9, fracc. IV
Metas y Objetivos
PBR Año 2016

0301-05-20500_S

| | | |
|--------------|--|-------|
| Ente: | COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | 20500 |
| | COORDINACION GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | |

Estrategia: VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN

Frecuencia SEMESTRAL

| Línea de acción | Proceso y/o proyecto | Objetivo | Estatus |
|-----------------------------------|--|---|--------------|
| VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN | COBERTURA DE DIFUSION EN TELEVISION | ESPECÍFICOS MEDIANTE LA SUBFUNCIÓN RELACIONADA A SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS | EN OPERACIÓN |

Descripción de la meta: QUE LAS ACCIONES Y PROGRAMAS QUE SE DIFUNDEN EN TELEVISION LLEGUEN A LA CIUDADANIA (LA METAS ES EL 40% DE LAS PERSONAS DE 15 AÑOS O MAS DENTRO DEL MUNICIPIO DE

Unidad de medida: PERSONAS

Dimensión: ESTRATÉGICO

Registro de avances

| Mes | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sept | Oct | Nov | Dic | Total |
|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|--------|-----|-----|------|-----|-----|--------|--------|
| Programado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 100000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 220800 | 220800 |
| Realizado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 97732 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 97732 |

Observaciones: Método de Calculo PERSONAS QUIENES CONOCEN/PERSONAS A QUIENES SE DIFUNDE

Durante los meses de Abril y Mayo de 2016 no hubo difusión de la información debido a la veda electoral.

Art. 9, fracc. IV
Metas y Objetivos
PBR Año 2016

0301-06-20500_S

| | | |
|--------------|--|-------|
| Ente: | COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | 20500 |
| | COORDINACION GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | |

Estrategia: VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN

Frecuencia SEMESTRAL

| Línea de acción | Proceso y/o proyecto | Objetivo | Estatus |
|-----------------------------------|---|---|--------------|
| VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN | COBERTURA DE DIFUSION EN MEDIOS IMPRESOS | ESPECÍFICOS MEDIANTE LA SUBFUNCIÓN RELACIONADA A SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS | EN OPERACIÓN |

Descripción de la meta: QUE LAS ACCIONES Y PROGRAMAS QUE SE DIFUNDEN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION IMPRESOS LLEGUEN A LA CIUDADANIA (LA METAS ES EL 15% DE LAS PERSONAS DE 15 AÑOS O MAS)

Unidad de medida: PERSONAS

Dimensión: ESTRATÉGICO

Registro de avances

| Mes | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sept | Oct | Nov | Dic | Total |
|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|-----|------|-----|-----|-------|-------|
| Programado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 38800 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 44000 | 82800 |
| Realizado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 36698 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 36698 |

Observaciones: Método de Calculo PERSONAS QUIENES CONOCEN/PERSONAS A QUIENES SE DIFUNDE

Durante los meses de Abril y Mayo de 2016 no hubo difusión de la informacion debido a la veda electoral.

Art. 9, fracc. IV
Metas y Objetivos
PBR Año 2016

0301-07-20500_S

| | | |
|--------------|--|-------|
| Ente: | COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | 20500 |
| | COORDINACION GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | |

Estrategia: VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN

Frecuencia SEMESTRAL

| Línea de acción | Proceso y/o proyecto | Objetivo | Estatus |
|-----------------------------------|--|---|--------------|
| VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN | INDICE DE UTILIZACION DE PUNTOS ESTRATEGICOS 1er SEMESTRE | ESPECÍFICOS MEDIANTE LA SUBFUNCIÓN RELACIONADA A SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS | EN OPERACIÓN |

Descripción de la meta: QUE LAS ACCIONES Y PROGRAMAS QUE SE DIFUNDEN EN LOS PUNTOS ESTRAEGICOS FIJOS DE COMUNICACION LLEGUEN A LA CIUDADANIA (LA META ES EL 20% DE UTILIZACION DE PUNTOS)

Unidad de medida: PORCENTAJE

Dimensión: ESTRATÉGICO

Registro de avances

| Mes | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sept | Oct | Nov | Dic | Total |
|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-------|
| Programado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 20 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 20 |
| Realizado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 18 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 18 |

Observaciones: Método de Calculo PUNTOS CUBIERTOS/TOTAL DE PUNTOS ESTRATEGICOS X 100

Durante los meses de Abril y Mayo de 2016 no hubo difusión de la informacion debido a la veda electoral.

Art. 9, fracc. IV
Metas y Objetivos
PBR Año 2016

0301-08-20500_S

| | | |
|--------------|--|-------|
| Ente: | COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | 20500 |
| | COORDINACION GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | |

Estrategia: VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN

Frecuencia SEMESTRAL

| Línea de acción | Proceso y/o proyecto | Objetivo | Estatus |
|-----------------------------------|--|---|--------------|
| VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN | COBERTURA DE DIFUSION EN MEDIOS ELECTRONICOS 1er SEMESTRE | ESPECÍFICOS MEDIANTE LA SUBFUNCIÓN RELACIONADA A SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS | EN OPERACIÓN |

Descripción de la meta: LO DESEABLE ES QUE LA CIUDADANIA TENGA EN MENTE COMO MINIMO EL 80% DE LAS ACCIONES DIFUNDIDAS A TRAVES DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN MEDIOS ELECTRONICOS

Unidad de medida: PORCENTAJE

Dimensión: ESTRATÉGICO

Registro de avances

| Mes | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sept | Oct | Nov | Dic | Total |
|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|-----|------|-----|-----|-----|-------|
| Programado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 |
| Realizado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 74.21 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 74.21 |

Observaciones: Método de Calculo NUMERO DE ACCIONES IDENTIFICADAS/TOTAL DE ACCIONES DIFUNDIDAS X 100

Durante los meses de Abril y Mayo de 2016 no hubo difusión de la información debido a la veda electoral.

Art. 9, fracc. IV
Metas y Objetivos
PBR Año 2016

0301-09-20500_S

| | | |
|--------------|--|-------|
| Ente: | COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | 20500 |
| | COORDINACION GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | |

Estrategia: VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN

Frecuencia SEMESTRAL

| Línea de acción | Proceso y/o proyecto | Objetivo | Estatus |
|-----------------------------------|---|---|--------------|
| VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN | INDICE DE PENETRACION DE CAMPAÑAS 2do SEMESTRE | ESPECÍFICOS MEDIANTE LA SUBFUNCIÓN RELACIONADA A SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS | EN OPERACIÓN |

Descripción de la meta: LO DESEABLE ES QUE LA CIUDADANIA TENGA EN MENTE COMO MINIMO EL 80% DE LAS ACCIONES DIFUNDIDAS A TRAVES DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

Unidad de medida: PORCENTAJE

Dimensión: ESTRATÉGICO

Registro de avances

| Mes | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sept | Oct | Nov | Dic | Total |
|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-------|
| Programado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 80 |
| Realizado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Observaciones: Método de Calculo NUMERO DE ACCIONES IDENTIFICADAS/NUMERO DE CAMPAÑAS DIFUNDIDAS X 100

Art. 9, fracc. IV
Metas y Objetivos
PBR Año 2016

0301-13-20500_S

| | | |
|--------------|--|-------|
| Ente: | COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | 20500 |
| | COORDINACION GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | |

Estrategia: VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN

Frecuencia SEMESTRAL

| Línea de acción | Proceso y/o proyecto | Objetivo | Estatus |
|-----------------------------------|--|---|--------------|
| VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN | INDICE DE UTILIZACION DE PUNTOS ESTRATEGICOS 2do SEMESTRE | ESPECÍFICOS MEDIANTE LA SUBFUNCIÓN RELACIONADA A SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS | EN OPERACIÓN |

Descripción de la meta: QUE LAS ACCIONES Y PROGRAMAS QUE SE DIFUNDEN EN LOS PUNTOS ESTRAEGICOS FIJOS DE COMUNICACION LLEGUEN A LA CIUDADANIA (LA META ES EL 20% DE UTILIZACION DE PUNTOS)

Unidad de medida: PORCENTAJE

Dimensión: ESTRATÉGICO

Registro de avances

| Mes | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sept | Oct | Nov | Dic | Total |
|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-------|
| Programado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 20 | 20 |
| Realizado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Observaciones: Método de Calculo PUNTOS CUBIERTOS/TOTAL DE PUNTOS CUBIERTOS X 100

Art. 9, fracc. IV
Metas y Objetivos
PBR Año 2016

0301-14-20500_S

| | | |
|--------------|--|-------|
| Ente: | COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | 20500 |
| | COORDINACION GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL | |

Estrategia: VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN

Frecuencia SEMESTRAL

| Línea de acción | Proceso y/o proyecto | Objetivo | Estatus |
|-----------------------------------|---|---|--------------|
| VINCULACIÓN SOCIAL Y CONCERTACIÓN | COBERTURA DE DIFUSIN EN MEDIOS ELECTRONICOS 2do SEMESTRE | ESPECÍFICOS MEDIANTE LA SUBFUNCIÓN RELACIONADA A SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS | EN OPERACIÓN |

Descripción de la meta: LO DESEABLE ES QUE LA CIUDADANIA TENGA EN MENTE COMO MINIMO EL 80% DE LAS ACCIONES DIFUNDIDAS A TRAVES DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN MEDIOS ELECTRONICOS

Unidad de medida: PORCENTAJE

Dimensión: ESTRATÉGICO

Registro de avances

| Mes | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sept | Oct | Nov | Dic | Total |
|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-------|
| Programado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 80 |
| Realizado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Observaciones: Método de Calculo NUMERO DE ACCIONES IDENTIFICADAS/TOTAL DE ACCIONES DIFUNDIDAS X 100