**ANEXO 1: DATOS GENERALES.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| A)Nombre del programa/proyecto/servicio/campaña  | 8\_Comunicación Social interna operativa. | Política Pública  |  |
| B)Dirección o área responsable | Dirección Operativa.  |
| C)Problemática que atiende la propuesta  | Percepción negativa del ciudadano hacia el policía, así como falta de confianza y de denuncia ciudadana en la comisión de los delitos. |
| Programa Estratégico |  |
| D) Ubicación Geográfica / Cobertura de Colonias/Cobertura institucional | 1 Dependencia de la administración pública municipal. |
| E)Nombre del enlace o responsable  | Lic. Luis Pantoja Magallón. | Línea de Acción |  |
| F)Objetivo específico | Que haya proximidad entre el elemento operativo y el ciudadano, que el habitante del domicilio se habitúe a realizar las denuncias ante hechos delictivos. |
| G) Perfil de la poblacióne institución; atendida o beneficiada. | 1 Dependencia de la administración pública municipal. |
| H)Tipo de propuesta | I)Beneficiarios | J)Fecha de Inicio | K)Fecha de Cierre |
| Programa | Campaña | Servicio | Proyecto | Hombres | Mujeres | Instituciones | 01 Octubre 2018 | Septiembre 2019 |
| X |  |  |  |  |  | 1 |
| L)Monto total estimado( Sólo para Categorías b y c ) | M)Categoría para Presupuesto(a, b y c) | (a) Gasto corriente | (b) Presupuesto municipal suplementario  | (c) Fondos del Gobierno Federal o Estatal |
| Aportación Municipal | Participación Federal /Estatal |
|  |  |  |  |  |

**ANEXO 2: OPERACIÓN DE LA PROPUESTA**

|  |  |
| --- | --- |
| Principal producto esperado (base para el establecimiento de metas)  | Que el ciudadano adquiera el hábito de la denuncia a través de instancias de diálogo social. |
| Actividades a realizar para la obtención del producto esperado | Divulgación de campañas por los medios de comunicación. |
| Objetivos del programa estratégico  |  |
| Indicador del programa estratégico al que contribuye  |  |
| Beneficios  | Corto Plazo | Mediano Plazo | Largo Plazo |
|  | X |  |
| Nombre del Indicador  | **Dimensión a medir**  | Definición del indicador  | Método del calculo | **Unidad de medida** | Frecuencia de medida  | Línea base | **Meta programada** |
| 1. **Eficacia**
2. **Eficiencia**
3. **Económica**
4. **Calidad**
 |
| Porcentaje de Campañas | 2 | Número de Campañas de promoción de denuncias ciudadana por actos indebidos de Policías. | (Número de Campañas de promoción de denuncias ciudadana realizadasen el año 2019/Número de Robos a carga pesada registrados en el año 2018)\*100 | Numérico | Trimestral | 0 campañas | 1 campaña |
| Porcentaje de Denuncias o Quejas | 2 | Número de denuncias o quejas ciudadana por actos indebidos de Policías. | (Número de denuncias o quejas ciudadana realizadasen el año 2019/Número de denuncias o quejas ciudadana realizadas en el año 2018)\*100 | Porcentaje | Trimestral | 0 denuncias o quejas | 10 denuncias o quejas |
| Clave presupuestal determinada para seguimiento del gasto. |  |

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

|  |
| --- |
| **Cronograma Anual de Actividades** |
| **Actividades a realizar para la obtención del producto esperado**  | **2018 - 2019** |
| **OCT** | **NOV** | **DIC** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** |
| Elaboración, Presentación y Autorización del Proyecto Ejecutivo. | X | X | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Coordinación con Comunicación Social | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Divulgación hacia la opinión pública. | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Campañas específicas. | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Foros entre policías y medios de comunicación | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Presentación de informe trimestral. |  |  | X |  |  | X |  |  | X |  |  | X |