**ANEXO 1: DATOS GENERALES**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| A)Nombre del programa / proyecto / servicio / campaña  | Difusión en medios de las actividades del Gobierno Municipal | Política Pública  |  |
| B)Dirección o área responsable | Dirección de Comunicación Social |
| C)Problemática que atiende la propuesta  | Desconocimiento de la población e instituciones sobre planes, programas, proyectos y acciones de Gobierno Municipal consideradas como estratégicas o de alto impacto |
| Programa Estratégico |  |
| D) Ubicación Geográfica / Cobertura de Colonias/Cobertura institucional | Dirección de Comunicación Social  |
| E)Nombre del enlace o responsable  | Sergio Arturo Velasco Duarte | Línea de Acción |  |
| F)Objetivo específico | Informar a la ciudadanía sobre los planes, programas, proyectos y acciones de Gobierno consideradas como estratégicas o de alto impacto |
| G) Perfil de la población e institución; atendida o beneficiada  | Población en general |
| H)Tipo de propuesta | I)Beneficiarios | J)Fecha de Inicio | K)Fecha de Cierre |
| Programa | Campaña | Servicio | Proyecto | Hombres | Mujeres | Instituciones |  |  |
|  |  |  | X |  |  |  |
| 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 |
| $12,500,000.00 | X |  |  |  |

**ANEXO 2: OPERACIÓN DE LA PROPUESTA**

|  |  |
| --- | --- |
| Principal producto esperado (base para el establecimiento de metas)  | * Proyección y planeación de campañas y eventos anual
* Calendarización anual de las mismas
* Estimado de recursos para proyectos
 |
| Actividades a realizar para la obtención del producto esperado | Proyección y planeación, Producción de materiales, Definición de pautas en medios de comunicación, Puesta en marcha de las campañas. |
| Objetivos del programa estratégico  |  |
| Indicador del programa estratégico al que contribuye  |  |
| Beneficios  | Corto Plazo | Mediano Plazo | Largo Plazo |
|  |  |  |
| 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 avance del Proyecto de Difusión de Actividades del Gobierno Municipal en Medios de Comunicación | Eficacia | Porcentaje de avance del Proyecto de Difusión de Actividades del Gobierno Municipal en Medios de Comunicación | (No. de Actividades realizadas/No. total de Actividades programadas) X 100 | Porcentaje | Trimestral | 0% | 100% |
| Clave presupuestal determinada para seguimiento del gasto |  |

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

|  |
| --- |
| **Cronograma Anual de Actividades** |
| **Actividades a realizar para la obtención del producto esperado**  | **2019** |
| **OCT** | **NOV** | **DIC** | **ENE** | **FEB** | **MAR** | **ABR** | **MAY** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SEP** |
| Proyección y planeación |  |  |  | X |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Producción de materiales |  |  |  | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Definición de pautas en medios de comunicación |  |  |  | X | X | X | X | X | X |  |  |  |
| Puesta en marcha de las campañas |  |  |  | X | X | X | X | X | X |  |  | X |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |