**ANEXO 1: DATOS GENERALES**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| A)Nombre del programa/proyecto/servicio/campaña  | 1\_Estrategia y operación de las herramientas de difusión institucional para la promoción y posicionamiento de la imagen de gobierno.  | Política Pública  |  |
| B)Dirección o área responsable | Dirección de Comunicación Social. |
| C)Problemática que atiende la propuesta  | Falta de difusión y socialización de los planes, programas, proyectos y acciones de Gobierno consideradas como estratégicas o de alto impacto. |
| Programa Estratégico |  |
| D) Ubicación Geográfica / Cobertura de Colonias/Cobertura institucional | 1 Dependencia del servicio público municipal. |
| E)Nombre del enlace o responsable  | Licenciado 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. Contribuyendo al derecho de la información. |
| G) Perfil de la población e institución; atendida o beneficiada  | 1 Dependencia del servicio público 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 | 30 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 |
| $12,500,000.00 |  | X |  |  |

**ANEXO 2: OPERACIÓN DE LA PROPUESTA**

|  |  |
| --- | --- |
| Principal producto esperado (base para el establecimiento de metas)  | Promoción y posicionamiento de la imagen de Gobierno Municipal. |
| Actividades a realizar para la obtención del producto esperado | Elaboración, aprobación y autorización del Proyecto Ejecutivo. Definición de pautas en medios de comunicación. Definición de pautas en medios de comunicación. Puesta en marcha de las campañas. Proyección y planeación de campañas y eventos anual. Presentación de Informe Trimestral. |
| 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**
 |
| Acciones | 2 |  | (Número de Acciones de difusión y promoción Gubernamentalen el año 2019/ Número de Acciones de difusión y promoción Gubernamentalen el año 2018)\*100 | Acciones de difusión y promoción Gubernamental | Trimestral | 1200 Acciones de difusión y promoción Gubernamental | 1320 Acciones de difusión y promoción Gubernamental |
| 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, aprobación y autorización del Proyecto Ejecutivo.  | 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 | X | X | X | X | X |
| Proyección y planeación de campañas y eventos anual. | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Presentación de Informe Trimestral |  |  | X |  |  | X |  |  | X |  |  | X |