



H. AYUNTAMIENTO DE PLAYAS DE ROSARITO
TESORERÍA MUNICIPAL
PRESUPUESTO DE EGRESOS
APERTURA PROGRAMÁTICA



DATOS GENERALES

| | | |
|---|---|---|
| Proyecto: Difusión Institucional | | Fecha: 04/01/2023 |
| Periodo de Ejecución: | | Número de Proyecto: 16 |
| Inicio: 01/01/2023 | Fin: 31/12/2023 | Costo del Proyecto: 11,269,135.67 |
| Tipo de Proyecto: Administración Publica Eficiente | | Cobertura: Municipal |
| Programa Especial: Bajo | | Tipo de Acción: Administración Publica |
| Unidad Responsable: | | |
| Nivel 1 01 - AYUNTAMIENTO | | |
| Nivel 2 01.01 - PRESIDENCIA MUNICIPAL | | |
| Nivel 3 01.01.04 - DIRECCION DE COMUNICACION SOCIAL | | |
| Plan de Desarrollo: | | |
| Eje Rector | Gobierno Humano y Transparente | |
| Sub Eje | Gobierno Humano y Transparente | |
| Programa | Difusión Institucional | |
| Objetivo | Informar veraz y efectivamente las actividades realizadas por el Gobierno Municipal, buscando generar vínculos estrechos entre el pueblo y el Ayuntamiento, así como fortalecer la imagen interna de la Administración que se proyecta. | |
| Estrategia | Fortalecer la página web y páginas oficiales del ayuntamiento para el posicionamiento e imagen del gobierno, gestión directa con la comunidad para poder llevar a cabo la difusión de las mejoras en su colonia, establecer una alianza con jurídico para la creación de un | |
| Objetivo Estratégico: | Crear una estructura de gobierno que permita orientar y ejecutar acciones y políticas públicas en el municipio para construir un gobierno austero, honesto y libre de corrupción que atienda las necesidades de la población. | |
| Propósito Institucional: | Informar veraz y efectivamente las actividades realizadas por el Gobierno Municipal, buscando generar vínculos estrechos entre el pueblo y el Ayuntamiento, así como fortalecer la imagen interna de la Administración que se proyecta. | |

MATRIZ DE INDICADORES

| Fin | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|---------|------------|------------------|------|-------------------|------|------------------|------|------------------|------|---------------|-------------|
| Objetivo: Mantener informada a la ciudadana mediante todos los medios de comunicación, radio, tv así como en las redes sociales o medios impresos para proyectar y lograr una percepción favorable, transparente e innovadora del gobierno municipal en la población Rosaritense. | Unidad de Medida: Informe | | | | | | | | | | | | |
| Nombre: Campañas institucionales | Periodo: Anual | | | | | | | | | | | | |
| Definición: Entrega de actividades publicadas en el informe anual. | Tipo de Indicador: Estrategico | | | | | | | | | | | | |
| Medio de Verificación: Realizando un reporte sobre la aceptación del gobierno municipal. | Dimensión: Eficacia | | | | | | | | | | | | |
| Método de Cálculo: (Entrega de informe anual()/Informe anual programado())*100 | | | | | | | | | | | | | |
| | <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Periodo</th> <th>Programado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Primer trimestre</td> <td align="center">0.00</td> </tr> <tr> <td>Segundo Trimestre</td> <td align="center">0.00</td> </tr> <tr> <td>Tercer Trimestre</td> <td align="center">0.00</td> </tr> <tr> <td>Cuarto Trimestre</td> <td align="center">1.00</td> </tr> <tr> <td>Total:</td> <td align="center">1.00</td> </tr> </tbody> </table> | Periodo | Programado | Primer trimestre | 0.00 | Segundo Trimestre | 0.00 | Tercer Trimestre | 0.00 | Cuarto Trimestre | 1.00 | Total: | 1.00 |
| Periodo | Programado | | | | | | | | | | | | |
| Primer trimestre | 0.00 | | | | | | | | | | | | |
| Segundo Trimestre | 0.00 | | | | | | | | | | | | |
| Tercer Trimestre | 0.00 | | | | | | | | | | | | |
| Cuarto Trimestre | 1.00 | | | | | | | | | | | | |
| Total: | 1.00 | | | | | | | | | | | | |
| Supuesto: Recursos financieros insuficientes. | | | | | | | | | | | | | |

Propósito [1]

Objetivo: Que la ciudadanía Rosaritense se mantenga informada de las acciones y actividades gubernamentales y de esta manera crear una imagen y percepción favorable del gobierno municipal.

Nombre: Fortalecimiento de la Imagen Institucional

Definición: Información estratégica de las gestiones que realiza el Ayuntamiento en beneficio de la ciudadanía.

Medio de Verificación: Material Audiovisual

Método de Cálculo: $(\text{Informe estratégico realizado}() / \text{Informe estratégico programado}()) * 100$

Unidad de Medida: Informe

Periodo: Anual

Tipo de Indicador: Estrategico

Dimensión: Eficacia

| Periodo | Programado |
|-------------------|-------------|
| Primer trimestre | 0.00 |
| Segundo Trimestre | 0.00 |
| Tercer Trimestre | 0.00 |
| Cuarto Trimestre | 1.00 |
| Total: | 1.00 |

Supuesto: Suficiencia presupuestal

Componente [1.1]

Objetivo: Difusión de los logros y acciones de la administración municipal, para generar vínculos estrechos y fortalecer la forma en que se proyecta la imagen del gobierno municipal.

Nombre: Medios de comunicación y redes sociales

Definición: Destacar las acciones más relevantes llevadas a cabo por el Gobierno Municipal.

Medio de Verificación: Material digital o vídeo-resumen.

Método de Cálculo: $(\text{Campañas de comunicación realizadas}() / \text{Campañas de comunicación programadas}()) * 100$

Unidad de Medida: Campaña

Periodo: Trimestral

Tipo de Indicador: Gestion

Dimensión: Eficacia

| Periodo | Programado |
|-------------------|--------------|
| Primer trimestre | 6.00 |
| Segundo Trimestre | 6.00 |
| Tercer Trimestre | 6.00 |
| Cuarto Trimestre | 6.00 |
| Total: | 24.00 |

Supuesto: Insuficientes medios de comunicación con los que se colabora.

Actividad [1.1.1]

Objetivo: Difusión de los logros, acciones y actividades de la administración municipal, para mantener una comunicación activa y lograr un vinculo mas estrecho entre la ciudadanía y el gobierno.

Nombre: Comunicación activa

Definición: Comunicación actual y constante de las actividades que se desarrollan en el Ayuntamiento Municipal, manteniendo informada a la ciudadanía.

Medio de Verificación: Comunicados Realizados

Método de Cálculo: $(\text{Comunicados estratégicos realizados}() / \text{Comunicados estratégicos programados}()) * 100$

Unidad de Medida: Publicación

Periodo: Trimestral

Tipo de Indicador: Gestion

Dimensión: Eficacia

| Periodo | Programado |
|-------------------|---------------|
| Primer trimestre | 150.00 |
| Segundo Trimestre | 150.00 |
| Tercer Trimestre | 150.00 |
| Cuarto Trimestre | 150.00 |
| Total: | 600.00 |

Supuesto: Falta de recursos humanos y materiales requeridos para generar la información constante.

Actividad [1.1.2]

Objetivo: Implementación de campañas publicitarias con información veraz, concisa y continua, para lograr una percepción favorable sobre la labor que realiza el gobierno.

Nombre: Comunicación veraz y transparente.

Definición: Brindar información fidedigna a la ciudadanía, en los diversos medios de redes sociales e impresos, logrando una captación positiva del Ayuntamiento Municipal.

Medio de Verificación: Creación y elaboración de campañas en redes sociales con publicidad en las paginas digitales implementando banners fijos, así como publicidad en los medios impresos.

Método de Cálculo: (Campaña informativa realizada()/Campaña informativa programada())*100

Unidad de Medida: Campaña

Periodo: Trimestral

Tipo de Indicador: Gestion

Dimensión: Eficacia

| Periodo | Programado |
|-------------------|--------------|
| Primer trimestre | 3.00 |
| Segundo Trimestre | 3.00 |
| Tercer Trimestre | 3.00 |
| Cuarto Trimestre | 3.00 |
| Total: | 12.00 |

Supuesto: Medios digitales, suficiencia presupuestal

Actividad [1.1.3]

Objetivo: Implementación de campañas de volanteo masivo para que la información de las acciones y actividades del gobierno municipal llegue hasta las zonas mas vulnerables de la población Rosaritense.

Nombre: Estrategia de volanteo masivo.

Definición: Información de las diversas acciones que lleva a cabo el Gobierno Municipal, logrando una cobertura en las áreas mas alejadas del municipio.

Medio de Verificación: Mediante un vídeo digital de la campaña de volanteo masivo.

Método de Cálculo: (Campañas de volanteo masivo realizadas()/Campañas de volanteo masivo programadas())*100

Unidad de Medida: Campaña

Periodo: Trimestral

Tipo de Indicador: Gestion

Dimensión: Eficacia

| Periodo | Programado |
|-------------------|-------------|
| Primer trimestre | 1.00 |
| Segundo Trimestre | 1.00 |
| Tercer Trimestre | 1.00 |
| Cuarto Trimestre | 1.00 |
| Total: | 4.00 |

Supuesto: Recursos financieros insuficientes y falta de colaboración de otras dependencias.

BENEFICIARIOS

| Nombre | Programado |
|-----------------|-------------------|
| Personas | 126,890.00 |
| Masculino | 64,386.00 |
| Femenino | 62,504.00 |

ARBOLES

| Problemas | Objetivos |
|--|---|
| Generación y difusión de información falsa, que causa una percepción errónea del gobierno. | Generación y difusión de información verídica, que causa una percepción favorable del gobierno. |

| Causas | Efectos | Medios | Fines |
|---|---|---|--|
| 1 Detractores del gobierno municipal. (Causa Inmediata) 2 Medios de comunicación que difunden información falsa (Causa Inmediata) | Se propaga la percepción errónea sobre la labor que realiza el gobierno. Genera incertidumbre, molestia e incluso temor en la población. | 1 Fortalecimiento de lazos con las personas que tienen diferentes ideologías sobre la política gubernamental actual. (Propósito) 2 Medios de comunicación que difunden información verídica. (Propósito) | Se propaga la percepción favorable sobre labor que realiza el gobierno. Genera veracidad, paz y tranquilidad en la población. |

HILDA ARACELI BROWN FIGUEREDO
PRESIDENTE MUNICIPAL

MARIANA LOPEZ RAMIREZ
DIRECTORA DE COMUNICACION SOCIAL