**COMUNICACIÒN SOCIAL**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NOMBRE DEL INDICADOR** | **FORMULA** | **UNIDAD DE MEDIDA** |
| Análisis y replanteamiento de la estrategia de comunicación | Actividades Realizadas/Actividades Propuestas \*100 | Porcentual |
| Equipamiento de la dirección de comunicación social | Actividades Realizadas/Actividades Propuestas \*100 | Porcentual |
| Cobertura de eventos | Actividades Realizadas/Actividades Propuestas \*100 | Porcentual |
| Estrategia digital en redes sociales | Actividades Realizadas/Actividades Propuestas \*100 | Porcentual |
| Estrategia digital en medios impresos | Actividades Realizadas/Actividades Propuestas \*100 | Porcentual |
| Capacitación de personal | Actividades Realizadas/Actividades Propuestas \*100 | Porcentual |
| Coordinación de campañas de comunicación | Actividades Realizadas/Actividades Propuestas \*100 | Porcentual |
| Impresión y diseño de gacetas informativas | Actividades Realizadas/Actividades Propuestas \*100 | Porcentual |
| Perifoneo | Actividades Realizadas/Actividades Propuestas \*100 | Porcentual |

**Dimensión: Baja - Alta**

**Valor: 100%**

El resultado de estos indicadores se dará según lo realizado trimestralmente según cada dependencia (apartado 24.2 CIMTRA).

**Limitaciones que impiden el cumplimiento de las propuestas:**

La falta de planeación de las diferentes direcciones del Ayuntamiento y la falta software y hardware.

**Periodicidad de la ficha técnica: Anual**