



Estructura de Diagnóstico del Programa Presupuestario (PP)

El presente documento contiene aspectos a considerar para la elaboración del **Diagnóstico del Programa Presupuestario (PP)** de nueva creación y actualización; especifica como el programa presupuestario contribuirá al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la dependencia o entidad, considerando la situación problemática o necesidad que se pretende atender e incorporando estadísticas oficiales que permitan dimensionar y describir de manera general las acciones a realizar para la atención del problema o necesidad, conforme a las disposiciones aplicables.

Objetivo.

Establecer la estructura para el Diagnóstico del PP y las características necesarias de cada elemento que integran la estructura, con la finalidad de apoyar la toma de decisiones en materia programática y presupuestaria.



Desarrollo, Administración y Difusión de la Comunicación Social y la Agenda Digital

Coordinación General de Comunicación
y Agenda Digital

Ejercicio fiscal 2020

Hoja de Control de Actualizaciones del Diagnóstico

Revisión y Ejercicio Fiscal	Fecha dd/mm/aaaa	Descripción de la Modificación (Apartado / Sub apartado)
REV: 01 2019	25/08/2019	Antecedentes/ hechos nacionales y su relevancia con acontecimientos Estatales
		Definición de Problema / Garantía Constitucional de informar a la gente
		Justificación de los PP
		Experiencia de Atención / Jornadas de Atención ciudadana



Contenido

1. Antecedentes y Descripción del Problema.....	5 y 6
1.1 Antecedentes.....	5
1.2 Definición del problema.....	6
1.4 Estado actual del problema.....	7
1.5 Evolución del problema.....	7
1.6 Experiencias de atención.....	8
1.7 Árbol de problemas.....	8
2. Objetivos.....	9
2.1 Determinación y justificación de los objetivos de la intervención.....	9
2.2 Árbol de objetivos.....	10
2.3 Estrategia para la selección de alternativas.....	11
2.4 Concentrado.....	12
3. Cobertura.....	13
3.1 Metodología para la identificación de la población objetivo y definición de fuentes de información.....	13
3.2 Estrategia de cobertura.....	14
4. Análisis de similitudes o complementariedades.....	14
4.1 Complementariedad y coincidencias.....	14
5. Presupuesto.....	15
5.1 Estimación del costo del programa presupuestario.....	15
5.2 Fuentes de financiamiento.....	16
6. Información Adicional.....	17
6.1 Información adicional relevante.....	17
7. Registro del Programa Presupuestario en Inventario.....	17
Bibliografía.....	18
Anexos.....	18

1. Antecedentes y Descripción del Problema

1.1 Antecedentes.

Relativamente en poco tiempo, **México avanzó en la construcción de un sistema de monitoreo y evaluación del quehacer gubernamental a nivel federal**. En abril de 2007, se publicó por primera vez el Programa Anual de Evaluación (PAE) para avanzar en la generación de evidencia de los resultados de los programas públicos federales. Aunque el sistema de evaluación no está consolidado todavía, hoy existen mejores instrumentos para valorar el desempeño de los programas públicos.

En este sentido, en el ejercicio 2017, de acuerdo a las nuevas necesidades de la Gestión Pública y al efectuarse una evaluación del funcionamiento y operatividad de las diversas actividades gubernamentales, tales como la comunicación, la agenda digital, así como la difusión y promoción, se identifica un área de oportunidad para reestructurar su funcionamiento y hacerlo más eficiente, esto con el objetivo de impulsar el desarrollo del Estado de Puebla en esta materia. En este contexto se creó la Coordinación General de Comunicación y Agenda digital, teniendo como objeto coordinar las políticas en materia de agenda digital de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Estatal.

El Gobierno del Estado de Puebla requiere retos apremiantes en materia de la difusión del quehacer gubernamental, por lo que se utilizaran todos los medios disponibles, potencializando los digitales debido a que son vanguardistas y ampliamente consultados.

En el ejercicio 2019, este Organismo pretende continuar con seguir avanzando y mejorando las acciones en materia de:

- Producción de videos, spots y productos audiovisuales.
- Publicación de acciones gubernamentales en Facebook.
- Generación de campañas gubernamentales de difusión, prevención, etc.
- Coordinación de propuestas de pautados de campañas.
- Desarrollo de estrategias de mensaje institucional.
- Realizar supervisiones y avales técnicos.
- Diseño de imagen de piezas gráficas.
- Difusión de boletines informativos en medios regionales.
- Difusión de boletines informativos digitales.
- Monitoreo de notas informativas.

1.2 Definición del problema.

En lo que respecta al derecho a la información, es una garantía constitucional que incluye el derecho de los habitantes a recibir información por parte de los medios de comunicación y del Estado.

En 1977 se agregó al artículo 6º Constitucional la idea de que "...el derecho a la información será garantizado por el Estado". Es por ello que anterior al año 2012, los gobiernos comunicaban a través de medios tradicionales el quehacer gubernamental a la población: televisión, radio e impresos eran suficientes para lograr el fin.

Los Gobiernos no han sido capaces de tener la iniciativa y fijar la agenda de discusión pública a través de los medios de comunicación para que la sociedad perciba la importancia de los programas de gobierno y cómo éstos se relacionan a sus propias prioridades.

Por lo que la dinámica social y los modelos innovadores de gobernanza exigen comunicar de manera diferente y llegar a todas las audiencias de segmentos poblacionales. Es imposible comparar la eficacia de los medios tradicionales con los medios digitales.

Pero la expansión de Internet, plataformas digitales, redes sociales y la difusión masiva han supuesto un gran cambio en las estrategias de comunicación.

La comunicación digital, inclusive permite la integración de todos los formatos de información tradicionales.

Es importante mencionar que la mayoría de los visitantes a redes sociales son gente joven que tienen entre 15 y 24 años.

La población del estado de Puebla tiene insuficiente cobertura informativa del quehacer gubernamental, por lo que de acuerdo a sus atribuciones legales, la Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital definirá estrategias y acciones para solucionar el problema, para resolver las necesidades e intereses de una población más informada.

1.3 Justificación del PP.

El PP atiende la tarea de llegar a más personas y transmitir no sólo el contenido sino sobre todo el sentido de los diferentes anuncios que genera un gobierno, en beneficio de la población del Estado e informando los resultados del quehacer gubernamental.

La población objetivo de la PP está orientado a los 217 municipios del Estado de Puebla

La PP fue creada para lograr que los ciudadanos identifiquen claramente los logros gubernamentales y distingan con claridad los programas sociales del Gobierno del Estado

por medio de plataformas digitales y las TIC`S y fue creada para Innovar en la comunicación digital gubernamental.

1.4 Estado actual del problema.

El Gobierno del Estado difunde información del quehacer gubernamental a través de los diferentes medios de comunicación tradicionales, sin embargo, estos no son suficientes para llegar a toda la población, por lo que hay un desconocimiento de los programas y servicios que los benefician y que están a su alcance.

A pesar de los esfuerzos que se han realizado en materia de Innovación de comunicación digital estos no han sido suficientes para alcanzar una cobertura adecuada, es por ello que se tendrán que realizar acciones encaminadas en los siguientes temas:

- boletines informativos gubernamentales difundidos en medios regionales.
- boletines informativos digitales difundidos en el portal de gobierno del estado de Puebla y en medios de comunicación.
- análisis y seguimiento realizado de notas informativas en medios de comunicación tradicionales y digitales.
- videos, spots y productos audiovisuales producidos.
- acciones gubernamentales en Facebook publicadas.
- campañas gubernamentales generadas de difusión prevención y sensibilización.
- estrategias de mensaje institucional desarrolladas a partir de solicitudes de dependencias y entidades.
- piezas gráficas, postales, backs, pendones carteles, imagotipos diseñados.

1.5 Evolución del problema.

El estado de Puebla ha tenido un crecimiento considerable en su población, pasando de 5.7 a 6.1 millones de habitantes de 2010 a 2015 y para 2017 según datos de CONAPO se tienen 6.3 millones. Es por ello que mantener informada a la mayor parte de la población resulta indispensable, pues sólo estando informados de los programas y acciones gubernamentales podrán acceder a ellos, lo que les permitirá mejorar su calidad de vida.

Este crecimiento poblacional representa un reto para los gobiernos, ya que es necesario que la información de aquellos programas y acciones de gobierno llegue a la población a través de una comunicación efectiva.

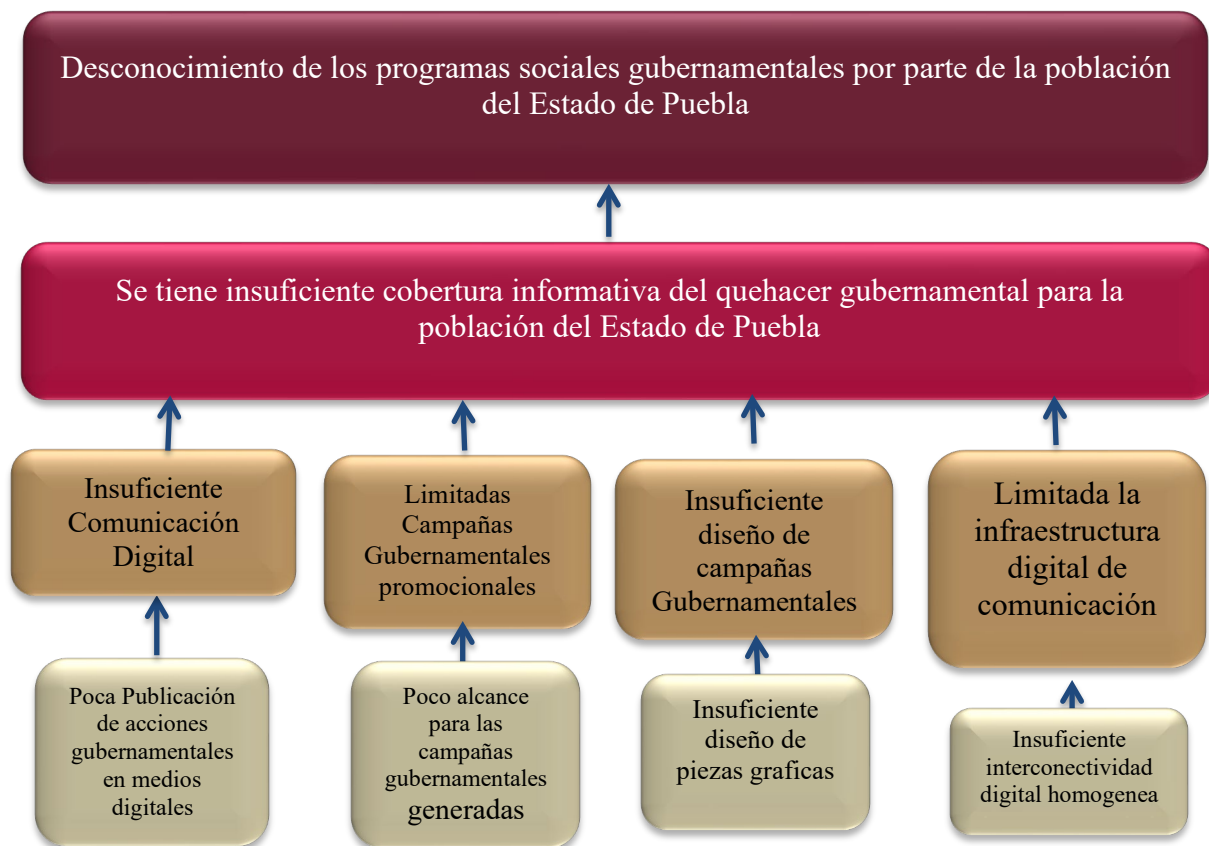
1.6 Experiencias de atención.

Durante el ejercicio 2019 se establecieron estrategias y se obtuvieron resultados de difusión del quehacer gubernamental, potencializando los medios digitales, con esto se obtuvo eficiencia y mayor cobertura de acciones en 185 municipios del estado de Puebla.

Programa	Población Objetivo	Objetivo del Programa	Operación	Resultados
Jornadas de Atención Ciudadana	Las diferentes regiones Económicas del Estado de Puebla	Ejercicios de acercamiento con la ciudadanía, difusión de los diferentes programas gubernamentales y atención a la ciudadanía.	Difusión del catálogo de programas sociales estatales	Que las Dependencias y Entidades Gubernamentales atiendan las demandas y necesidades de la ciudadanía

1.7 Árbol de problemas.

Presentar el árbol del problema incluyendo de forma esquemática el encadenamiento de causas y efectos del problema que se va a atender, conforme Manual de Programación.





2. Objetivos

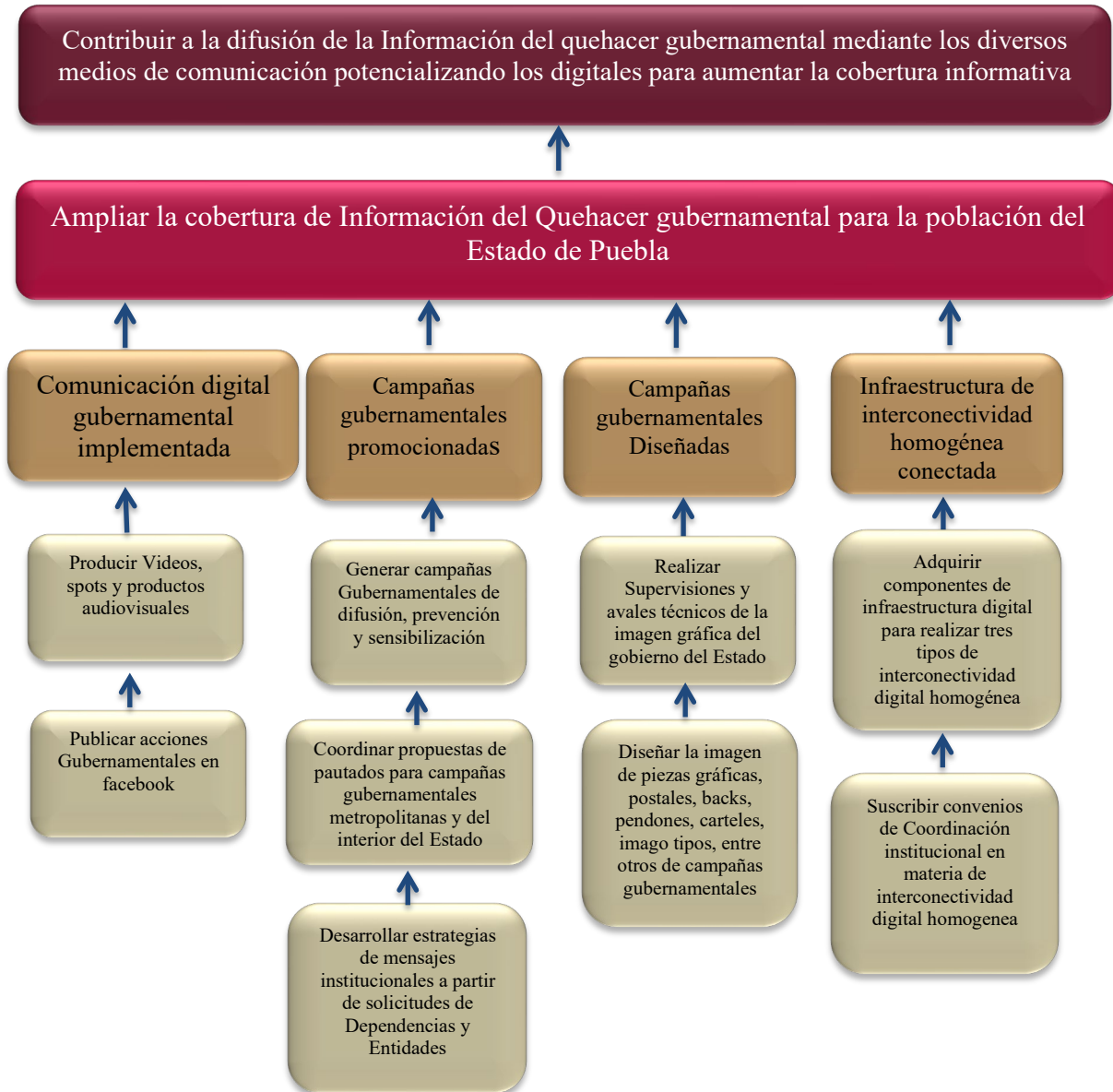
2.1 Determinación y justificación de los objetivos de la intervención.

El Programa Presupuestario se alinea al Plan Estatal de Desarrollo Puebla 2018-2024 en el Eje 5 Gobierno de Calidad y al Servicio de Todos, Programa 26 Gobierno Inteligente.

La Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital tiene como objetivo conducir la política de comunicación de las dependencias y entidades de la Administración Pública Estatal, así como coordinar las acciones para promover, producir, generar, administrar y difundir contenidos a través de plataformas, medios digitales y convencionales.

Por tal razón, se encarga de potencializar el uso de las tecnologías de Información y comunicación, así como de las plataformas digitales para comunicar efectivamente los programas sociales del Gobierno del Estado, propiciando la innovación gubernamental.

2.2 Árbol de objetivos.



2.3 Estrategia para la selección de alternativas.

El Decreto que crea a la Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital establece en su objetivo la de contribuir a que la política de comunicación social del Poder Ejecutivo, sus Dependencias y Entidades se realice de manera eficaz, eficiente, veraz, oportuna y transparente. Además de coordinar las políticas en materia de agenda digital de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Estatal y la relativa a los proyectos estratégicos o prioritarios que en la materia le encomiende el Gobernador del Estado; las acciones que se realicen para promover, producir, generar, administrar y difundir información de diversa índole a través de los medios de comunicación en todas las modalidades, así como los demás mecanismos de las tecnologías de la información.

Las atribuciones establecidas en dicho Decreto permiten que la población del estado de Puebla reciba información del quehacer gubernamental de forma efectiva. Por lo que resulta necesario implementar medidas para el logro del objetivo principal:

- Incrementar la cobertura de medios tradicionales regionales hacia la población.
- Suficiente análisis y seguimiento de notas informativas en medios de comunicación tradicional y digital.
- Suficiente publicación de acciones gubernamentales en facebook.
- Mejorar la producción de videos, spots y productos audiovisuales.
- Incrementar el alcance de las campañas gubernamentales generadas.
- Aumentar la cobertura de propuestas de pautados para campañas gubernamentales metropolitanas y del interior del estado.
- Mejorar el diseño de la imagen de piezas gráficas, postales, backs, pendones, carteles, imagotipos, entre otros, de campañas gubernamentales.
- Incrementar las supervisiones y avales técnicos de la imagen de identidad gráfica del Gobierno del Estado a solicitud de las dependencias y entidades.
- Suficientes estrategias de mensaje institucional a partir de solicitudes de dependencias y entidades.
- Suficiente adquisición de componentes de infraestructura digital para realizar tres tipos de interconectividad digital homogénea.
- Suficiente suscripción de convenios de coordinación institucional en materia de interconectividad digital homogénea.

2.4 Concentrado.

Árbol del Problema	Árbol del Objetivo	Resumen Narrativo
Efectos	Fines	Fin
Inadecuada toma de decisiones para acceder a servicios y programas gubernamentales	Difusión del quehacer gubernamental por medio de comunicación tradicionales y digitales permite a la población toma adecuada de decisiones adecuada	Difundir información del quehacer gubernamental mediante distintos medios de comunicación potencializando los digitales para aumentar la cobertura informativa.
Problema Central	Solución	Propósito
La población del Estado de Puebla requiere mayor información del quehacer gubernamental	Mayor difusión del quehacer gubernamental por medios tradicionales y electrónicos	La población en el estado de Puebla recibe información del quehacer gubernamental de forma efectiva.
Causa (1er Nivel)	Medios (1er Nivel)	Componentes
Desinterés de la población Desinformación de acciones y programas gubernamentales Información llega a segmentos de población inadecuados	Tener mayores opciones de medios de comunicación Ampliar la cobertura de medios tradicionales y potencializar los digitales Mejorar las campañas gubernamentales y el público meta	Información gubernamental difundida Comunicación digital gubernamental implementada Campañas gubernamentales proporcionadas Campañas gubernamentales diseñadas
Causa (2do Nivel)	Medios (2do Nivel)	Actividades
Falta de vinculación con la población Inadecuada elección de medios de comunicación Incorrecta ejecución de campañas gubernamentales	Tener mayores opciones de medios de comunicación Ampliar la cobertura de medios tradicionales y potencializar los digitales Mejorar las campañas gubernamentales y el público meta.	Difundir boletines informativos en medios regionales Difundir boletines informativos digitales en el portal del gobierno del Estado de Puebla y en medios de comunicación Realizar el análisis y método de notas informativas en medios de comunicación tradicionales y digitales Producir videos, spots y productos audiovisuales Publicar acciones gubernamentales en Facebook

		<p>Generar campañas gubernamentales de difusión prevención y sensibilización</p> <p>Coordinar propuestas de pautados para campañas gubernamentales metropolitanas y del interior del estado</p> <p>Desarrollar estrategias de mensaje</p>
--	--	---

3. Cobertura

3.1 Metodología para la identificación de la población objetivo y definición de fuentes de información.

Adicional a lo anterior tomar en cuenta las definiciones para cada concepto poblacional, en dónde;

- a) **Población de referencia**, Son los 217 municipios del Estado de Puebla que integran 7 regiones Económicas.
- b) **Población Potencial**, son 185 municipios de las 7 regiones del estado de Puebla.
- c) **Población objetivo**, son 185 municipios de las 7 regiones del estado de Puebla.
- d) **Población atendida**, son 185 municipios de las 7 regiones del estado de Puebla.

	Definición de la Población	Cantidad	Última fecha de actualización	Periodicidad para realizar la actualización	Fuente de Información
Población de Referencia	217 municipios del estado de Puebla que integran 7 regiones socioeconómicas	217	2019	Anual	Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática

Población Potencial	185 municipios de las 7 regiones del estado de Puebla	185	2019	Anual	Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática
Población Atendida	185 municipios de las 7 regiones del estado de Puebla	185	2019	Anual	Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática
Población Objetivo	185 municipios de las 7 regiones del estado de Puebla	185	2019	Anual	Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática

3.2 Estrategia de cobertura.

En la actualidad se cuenta con una extensa variedad de medios, con alcances y audiencias muy diferentes. De ahí que la estrategia de cobertura de medios debe ser efectiva para llegar a ellas y lograr el mayor número de población potencial. La planeación del uso de los diversos medios de comunicación existentes, busca que la difusión de los programas sociales y acciones de gobierno lleguen con fuerza y oportunidad al mayor número de personas en el estado de Puebla.

Para ello, se producen, diseñan y crean campañas gubernamentales, se difunden boletines informativos, se producen videos, spots y productos audiovisuales, se realizan propuestas de pauta para las campañas de gobierno, se diseñan materiales para la imagen de gobierno y se diseñan piezas de comunicación con la imagen institucional, entre otros.

Esto se hace través de medios tradicionales y digitales, con especial énfasis en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación, así como en las plataformas digitales.

4. Análisis de similitudes o complementariedades

4.1 Complementariedad y coincidencias

El programa presupuestario de la Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital, guarda complementariedad o coincidencias programáticas con el del Organismo Público Descentralizado denominado Puebla Comunicaciones. Sin embargo la diferencia

está en que Puebla Comunicaciones es el encargado de promover la difusión de contenidos educativos, económicos, sociales y culturales de los habitantes del Estado de Puebla, solo mediante una programación radiofónica y televisiva que estimule la participación de la población.

Nombre del PP	Desarrollo, Administración y Difusión de la Comunicación Social y la Agenda Digital		
Institución	Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital.		
Propósito (MIR)	Contribución a la comunicación gubernamental.		
Población o área de enfoque	217 municipios del estado de Puebla		
Cobertura geográfica	El Estado de Puebla		
Existen riesgos de similitud con el PP de análisis	No		
Se complementa con el PP de análisis	Si		
Explicación	La Difusión de contenidos educativos, económicos y sociales se complementan con la difusión de programas gubernamentales de las diferentes Dependencias y entidades que genera la Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital		

5. Presupuesto

Nota: Este apartado deberá ser requisitado con la información del proceso de cuantificación de los programas presupuestarios a partir del Ejercicio Fiscal 2020

5.1 Estimación del costo del programa presupuestario

Capítulo	Monto en pesos corrientes
1000 Servicios Personales	\$31,120,437.00
2000 Materiales y Suministros	\$14,534,562.00
3000 Servicios Generales	\$ 14,534,561.00
5000 Inversión Pública	\$
Total	\$ 60,189,560

5.2 Fuentes de financiamiento

Colocar la fuente de los recursos y el monto correspondiente para la operación del PP. Los recursos Estatales se agregarán sólo cuando el programa provenga de algún convenio con contrapartida estatal. El total debe corresponder con la Estimación del Costo del Programa.

Fuente de financiamiento	Monto en pesos corrientes
Recursos Federales	\$ 60,189,560.00
Recursos Estatales	\$
Total	\$ 60,189,560.00

6. Información Adicional

6.1 Información adicional relevante

La Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital, tiene por objeto coordinar las políticas públicas en materia de agenda digital de las dependencias y entidades de la Administración Pública Estatal y la relativa a los proyectos estratégicos o prioritarios que en la materia le encomiende el Gobernador del Estado; las acciones que se realicen para promover, producir, generar, administrar y difundir información de diversa índole a través de los medios de comunicación en todas las modalidades, así como los demás mecanismos de las tecnologías de la información.

7. Registro del Programa Presupuestario en Inventario.

Registro del Programa Presupuestario
Tipología del PP: E. Prestación de Servicios
Programa Presupuestario: E155 Desarrollo, Administración y Difusión de la Comunicación Social y la Agenda Digital <small>En caso de tratarse de un PP de nueva creación, solo se colocará el nombre</small>
Unidad Responsable del PP: Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital.

En caso de que el PP sea operado por más de una UR se deberá especificar las funciones que cada una desarrollará respecto al mismo.

Denominación de UR's que participan	Funciones por UR en el Programa Presupuestario
Dentro de la clave presupuestaria se encuentra la denominación de UR. Sólo es 1 unidad responsable.	<ul style="list-style-type: none"> Contribución a la comunicación gubernamental.
	<ul style="list-style-type: none"> Publicación de acciones gubernamentales en Facebook.
	<ul style="list-style-type: none"> Promoción de campañas gubernamentales.
	<ul style="list-style-type: none"> Diseño y creación de campañas gubernamentales.
	<ul style="list-style-type: none"> Publicación, análisis y seguimiento de notas informativas en medios de comunicación tradicionales y digitales.
	<ul style="list-style-type: none"> Adquisición de componentes de infraestructura digital para realizar tres tipos de interconectividad digital homogénea.
	<ul style="list-style-type: none"> Suscripción de convenios de coordinación institucional en materia de interconectividad digital homogénea.

Bibliografía

Agregar la Bibliografía utilizada en orden alfabético.

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Última publicación D.O.F 15 de septiembre de 2017.
- Censo Nacional I.N.E.G.I 2017
- Plan Estatal de Desarrollo Puebla. Presentación 31 de mayo de 2017 ____
- Manual de Programación 2019. Última actualización 2019. ____
- Decreto del Ejecutivo del Estado, por el que crea la Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital. Publicación 28 de abril de 2017.
- Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital. Publicación 30 de octubre de 2017.
- <https://marketingdecontenidos.com/redes-sociales-en-mexico/>

Anexos

No se agregan anexos.