

no.	PROGRAMA OPERATIVO	META / OBJETIVO VINCULACIÓN SOCIAL	METAS ESTABLECIDAS EN EL PLAN MUNICIPAL DE DESARROLLO 2014-2016	CUMPLIMIENTO 2015					CUMPLIMIENTO PMD 2014-2016	AVANCE DEL PROGRAMA 2015	AVANCE EN EL PROGRAMA 2014-2016
			2016	ene-16	feb-15	mar-15	ACUMULADO 2016	PORCENTAJE DE AVANCE 2016	PORCENTAJE de AVANCE	%	%
1	PROGRAMA UNIDOS TODOS POR AHOME "PUNTO A"	1. Habilitar espacios recreativos.	4	0	0	0	0	0%	75%	3%	66%
		2. Impartición de conferencia (temática valores, prevención del delito).	160	0	5	5	10	7%	76%		
		3. Talleres educativos desarrollados.	160	0	5	5	10	7%	72%		
		4. Participantes en talleres educativos.	12000	0	95	95	190	2%	52%		
		5. Participantes en conferencias.	15000	0	95	95	190	1%	54%		
2	MONITOR CIUDADANO (MOCI)	1. Atender todos los reportes recibidos por parte de la ciudadanía en relación a INCIDENCIA DELICTIVA (Estadísticas, cifra negra, tendencias comparativas) y canalizarlos al área correspondiente.	100%	-	-	-	0	0%	200%	0%	91%
		2. Informes elaborados de PERCEPCION (Confianza en la autoridad, seguridad en el municipio, estado, país), mediante la	12	-	-	-	0	0%	59%		

	ES TIEMPO DE CRECER	información registrada en el portal “Monitor Ciudadano”, por parte de la ciudadanía.										
		3. Evaluación e informe de EFECTIVIDAD Y SEGUIMIENTO (Evaluación de resultados y seguimiento de programas).	12	-	-	-	0	0%	55%			
		4. Elaboración del sistema.	-	-	-	-	0	-	100%			
		5. Implementación del sistema.	100%	-	-	-	0	0%	130%			
		6. Establecer un enlace por dependencia.	100%	-	-	-	0	0%	0%			
3	TODOS POR LA LEGALIDAD (ORDEN Y RESPETO)	1. Campañas de seguridad vial en tres polígonos (19 colonias) identificados como los de mayor impacto social.	6	0	0	0	0	0%	67%	0%	66%	
		2. Campañas viales.	96	0	0	0	0	0%	75%			
		3. Campañas mensuales en los medios.	12	0	0	0	0	0%	67%			
		4. Folletos de educación vial.	43,000	0	0	0	0	0%	57%			
4	DEL OTRO LADO	1. Campaña en los medios	80	0	0	0	0	0%	63%	0%	61%	
		2. Jornadas de promotores en la calle.	80	0	0	0	0	0%	63%			
		3. Folletos Editados.	43,000	0	0	0	0	0%	57%			

5	ES TIEMPO DE CRECER PREVENCIÓN ES SOLUCIÓN	1. Construcción de la página Ahome Soy en redes sociales (YouTube, Facebook, Twitter, Instagram).	-	-	-	-	-	100%	100%	13%	82%
		2. Campañas mensuales con temas de prevención.	12	1	1	1	3	25%	87%		
		3. Concurso Semestral entre universidades para elegir la campaña ganadora.	2	0	0	0	0	0%	60%		
6	SEGURIDAD ESCOLAR/ EDUCACIÓN BLINDADA	1. Revisiones de mochila segura.	-	-	-	-	-	-	-	36%	101%
		2. Eventos del día de seguridad con talleres para padres, maestros, y teatro guiñol.	130	18	12	9	39	35%	95%		
		3. Participantes en eventos de seguridad escolar.	10,400	557	1,036	1,660	3,253	37%	107%		
7	RESCATE YOREME	1. Rehabilitación de Centros Comunitarios (San Miguel, La Florida, Ohuira).	1	0	0	0	0	0%	33%	8%	53%
		2. Pláticas, talleres y conferencias de prevención.	50	9	0	0	9	23%	66%		
		3. Pláticas para dar a conocer programas donde pueden obtener apoyos y beneficios.	50	0	0	0	0	0%	59%		

8	ES TIEMPO DE CRECER AHOME SOY... valorARTE	1. Campañas Anti-Grafiti.	4	0	0	0	0	0%	56%	21%	136%
		2. Áreas rescatadas.	4	1	0	2	3	75%	317%		
		3. Escuelas atendidas.	10	1	0	0	1	10%	70%		
		4. Concursos de Grafiti.	2	0	0	0	0	0%	100%		
9	¡VIVE TU CIUDAD, VIVE AHOME SOY!	1. Conciertos.	3	0	0	0	0	0%	350%	5%	172%
		2. Eventos Deportivos.	20	0	2	2	4	20%	87%		
		3. Conferencistas Nacionales.	3	0	0	0	0	0%	156%		
		4. Eventos Culturales.	20	0	0	0	0	0%	222%		
		5. Participantes en eventos deportivos.	1,500	0	110	195	305	20%	98%		
		6. Asistentes a conciertos.	2,250	0	0	0	0	0%	118%		
		7. Asistentes a conferencias.	1,500	0	0	0	0	0%	135%		
		8. Asistentes a eventos culturales	1,500	0	0	0	0	0%	212%		