DATOS DEL PROGRAMA

Programa presupuestario	B002 Comercialización de billetes de lotería	**Ramo**	6 Hacienda y Crédito Público	**Unidad responsable**	HHQ-Lotería Nacional para la Asistencia Pública	**Enfoques transversales**	Sin Información

Clasificación Funcional

Finalidad	1 - Gobierno	**Función**	5 - Asuntos Financieros y Hacendarios	**Subfunción**	2 - Asuntos Financieros y Hacendarios	**Actividad Institucional**	676 - Generación de ingresos para el apoyo de programas de asistencia pública establecidos por el Gobierno Federal

RESULTADOS

NIVEL	OBJETIVOS	INDICADORES						AVANCE	
		Denominación	Método de cálculo	Unidad de medida	Tipo-Dimensión-Frecuencia	Meta Programada		Realizado al periodo	Avance % al periodo
						Anual	al periodo		
Fin	Contribuir a fomentar un gasto eficiente, que promueva el crecimiento, el desarrollo y la productividad dentro de un marco de rendición de cuentas mediante el apoyo económico en las actividades a cargo del Ejecutivo Federal en el campo de la Asistencia Pública destinando para ese fin, parte de los recursos que obtenga mediante la celebración de sorteos con premios en efectivo una vez deducido el monto de los premios, reintegros y gastos de Administración, así como el importe que se asigne para formar e incrementar las reservas y garantías.	Programas presupuestarios del gasto programable con un nivel de logro satisfactorio *Indicador Seleccionado*	Método de cálculo: Donde: PpNLS = Programas presupuestarios del gasto programable con un nivel de logro satisfactorio. Ppi = Número de Programas presupuestarios del gasto programable que cuentan con valoración de desempeño de 4 y 5 en el Modelo Sintético de Información de Desempeño (MSD). Ppj = Número de programas presupuestarios del gasto programable. Variables utilizadas para el cálculo del índice: Presupuesto de Egresos de la Federación; Matriz de Indicadores para Resultados; evaluaciones externas realizadas, aspectos susceptibles de mejora e información de los padrones de beneficiarios incorporados al Sistema Integral de Información de Padrones de Programas Gubernamentales (SIIPP-G). El MSD mide los resultados del análisis de la información de desempeño de los Programas presupuestarios utilizando la escala de valores siguientes: E. Cuantitativa- E. Cualitativa 5 Alto 4 Medio Alto 3 M	Sin Información	Estratégico-Eficacia-Anual	58.00	N/A	N/A	N/A

DATOS DEL PROGRAMA

Programa presupuestario	**B002 Comercialización de billetes de lotería**	**Ramo** 6	Hacienda y Crédito Público	**Unidad responsable**	HHQ-Lotería Nacional para la Asistencia Pública		**Enfoques transversales**	Sin Información	
		Total de ventas brutas a captar durante 2016	((Total de las ventas brutas del ejercicio actual / Total de las ventas brutas programadas)-1)*100)	Porcentaje	Estratégico-Eficiencia-Anual	0.00	N/A	N/A	N/A
Propósito	La Hacienda Pública recibe recursos de la Lotería Nacional para la Asistencia Pública, para canalizarlos a los programas de asistencia pública.	Porcentaje de variación en ventas brutas	((Total de las ventas brutas del ejercicio actual / Total de las ventas reales del ejercicio anterior) -1)*100	Porcentaje	Estratégico-Eficiencia-Anual	0.00	N/A	N/A	N/A
		Tasa de variación de recursos entregados a la SHCP por concepto de IEPS	(Presupuesto pagado del ejercicio actual por concepto de IEPS / Presupuesto pagado del ejercicio anterior por concepto de IEPS)-1 * 100	Porcentaje	Estratégico-Eficiencia-Anual	13.08	N/A	N/A	N/A
Componente	A Comercialización de los billetes de Lotería Clásica	Crecimiento de Organismos de Venta	(Número de Organismos de Venta incrementados en el ejercicio actual / Número de Organismos de Venta incrementados en el ejercicio anterior) *100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Semestral	100.00	N/A	N/A	N/A
Actividad	A 1 Celebración de Sorteos	Porcentaje de cumplimiento de sorteos celebrados	(Total de sorteos celebrados / entre total de sorteos programados) * 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Trimestral	100.00	25.00	24.47	97.9
	A 2 Difusión de campañas de publicidad	Porcentaje de campañas en medios de comunicación	(Campañas de publicidad difundidas en medios de comunicación / Campañas de publicidad autorizadas) * 100	Porcentaje	Gestión-Eficacia-Trimestral	100.00	0.00	3.33	N/A

PRESUPUESTO

	Meta anual	Meta al periodo	Pagado al periodo	Avance %
	Millones de pesos	Millones de pesos	Millones de pesos	Al periodo
PRESUPUESTO ORIGINAL	N/D	N/D	N/D	N/A
PRESUPUESTO MODIFICADO	N/D	N/D	N/D	N/A

Justificación de diferencia de avances con respecto a las metas programadas

Indicadores con frecuencia de medición cuatrimestral, semestral, anual o con un periodo mayor de tiempo.
Estos indicadores no registraron información ni justificación, debido a que lo harán de conformidad con la frecuencia de medición con la que programaron sus metas.

Programas presupuestarios del gasto programable con un nivel de logro satisfactorio
Sin Información,Sin Justificación

DATOS DEL PROGRAMA							
Programa presupuestario	B002	**Comercialización de billetes de lotería**	**Ramo**	6	Hacienda y Crédito Público	**Unidad responsable**	HHQ-Lotería Nacional para la Asistencia Pública
Enfoques transversales	Sin Información						

Total de ventas brutas a captar durante 2016
Sin Información,Sin Justificación

Porcentaje de variación en ventas brutas
Sin Información,Sin Justificación

Tasa de variación de recursos entregados a la SHCP por concepto de IEPS
Sin Información,Sin Justificación

Crecimiento de Organismos de Venta
Sin Información,Sin Justificación

Porcentaje de cumplimiento de sorteos celebrados
Causa : Se modifico el Calendario y Estructuras de Premios de Sorteos de Lotería Clásica del Primer Semestre de 2016, aprobado en la Quinta Sesión Extraordinaria de la Junta Directiva, celebrada el día 15 de diciembre del año en curso, mediante el Acuerdo 64/2015. Efecto: Un sorteo celebrado de menos de acuerdo a lo programado inicialmente, sin embargo de acuerdo al calendario modificado se cumplió al 100% Otros Motivos:

Porcentaje de campañas en medios de comunicación
Causa : Durante el trimestre se emitió la Campaña "Clásica" Versión "Magno 19 de febrero" con el tema " De la Visita a México del Papa Francisco" . Efecto: Se anticipó el avance de la Campaña programada durante el segundo trimestre de 2016 con motivo de la visita del Papa Francisco a México Otros Motivos: