

DATOS DEL PROGRAMA									
<b>Programa presupuestario</b>	<b>B002 Comercialización de billetes de lotería</b>	<b>Ramo</b>	6	Hacienda y Crédito Público	<b>Unidad responsable</b>	HHQ-Lotería Nacional para la Asistencia Pública	<b>Enfoques transversales</b>	Sin Información	
<b>Finalidad</b>	1 - Gobierno	<b>Clasificación Funcional</b>			<b>Subfunción</b>	2 - Asuntos Hacendarios	<b>Actividad Institucional</b>	676 - Generación de ingresos para el apoyo de programas de asistencia pública establecidos por el Gobierno Federal	
<b>RESULTADOS</b>									
NIVEL	OBJETIVOS	INDICADORES						AVANCE	
		Denominación	Método de cálculo	Unidad de medida	Tipo-Dimensión-Frecuencia	Meta Programada Anual	al periodo	Realizado al periodo	Avance % 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.	Porcentaje de cumplimiento de las ventas programadas	$((\text{Total de las ventas brutas del ejercicio actual} / \text{Total de las ventas brutas programadas}) - 1) * 100$	Porcentaje	Estratégico-Eficiencia-Anual	0.00	N/A	N/A	N/A
		Programas presupuestarios del gasto programable con un nivel de logro satisfactorio <i>Indicador Seleccionado</i>	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 (SIIPPG). El MSD mide los resultados del análisis de la información de desempeño de los Programas presupuestarios utilizando la escala de valores siguientes: E. CuantitativaE. Cualitativa	Sin Información	Estratégico-Eficacia-Anual	68	N/A	N/A	N/A
			Alto 4 Medio Alto 3 Medio 2						

DATOS DEL PROGRAMA											
<b>Programa presupuestario</b>	<b>B002 Comercialización de billetes de lotería</b>	<b>Ramo</b>	6	Hacienda y Crédito Público	<b>Unidad responsable</b>	HHQ-Lotería Nacional para la Asistencia Pública	<b>Enfoques transversales</b>	Sin Información			
<b>Propósito</b>	La Asistencia Pública cuenta con recursos que aporta la Lotería Nacional para la Asistencia Pública a la Hacienda Pública de acuerdo con la Ley Orgánica de la Entidad.			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	10.19	N/A	N/A	N/A
				Porcentaje de variación en ventas respecto al año anterior	((Total de las ventas del ejercicio actual / Total de las ventas del ejercicio anterior) -1)*100	Porcentaje	Estratégico-Eficiencia-Anual	14.05	N/A	N/A	N/A
<b>Componente</b>	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	55.56	N/A	N/A	N/A
<b>Actividad</b>	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	24.34	24.34	100.00
	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	0.00	N/A
PRESUPUESTO											
							<b>Meta anual</b>	<b>Meta al periodo</b>	<b>Pagado al periodo</b>	<b>Avance %</b>	
							<b>Millones de pesos</b>	<b>Millones de pesos</b>	<b>Millones de pesos</b>	<b>Al periodo</b>	
<b>PRESUPUESTO ORIGINAL</b>							N/D	N/D	N/D	N/A	
<b>PRESUPUESTO MODIFICADO</b>							N/D	N/D	N/D	N/A	
Justificación de diferencia de avances con respecto a las metas programadas											
<b>Indicadores con frecuencia de medición cuatrimestral, semestral, anual o con un periodo mayor de tiempo.</b>											
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.											
<b>Porcentaje de cumplimiento de las ventas programadas</b>											
Sin Información, Sin Justificación											
<b>Programas presupuestarios del gasto programable con un nivel de logro satisfactorio</b>											
Sin Información, Sin Justificación											
<b>Tasa de variación de recursos entregados a la SHCP por concepto de IEPS</b>											
Sin Información, Sin Justificación											
<b>Porcentaje de variación en ventas respecto al año anterior</b>											
Sin Información, Sin Justificación											
<b>Crecimiento de Organismos de Venta</b>											
Sin Información, Sin Justificación											
<b>Porcentaje de cumplimiento de sorteos celebrados</b>											
Causa : Se realizaron los sorteos de acuerdo al Calendario y Estructuras de Premios de Sorteos de Lotería Clásica del Primer Semestre de 2017, aprobado en la Tercera Sesión Ordinaria de la Junta Directiva, celebrada el día 1° de septiembre del año 2016, mediante el acuerdo 42/2016. Efecto: En el Primer trimestre, se cumplió al 100% la celebración de sorteos de acuerdo a lo programado. Otros Motivos:											
<b>Porcentaje de campañas en medios de comunicación</b>											
Causa : Durante el trimestre no se emitió ninguna campaña Efecto: No aplica Otros Motivos:											