

Gobierno Nacional.

SECOM - Secretaría Nacional de Comunicación

Titular: Alvarado Espinel, Fernando

Fecha del Reporte: 13/03/2015

1. Descripción General

2. Equipo Gerencial de la Organización




Nombre	Rol
Alvarado Espinel, Fernando	Titular
Muñoz Solórzano, Santiago David	Líder Metodológico GPR

3. Resumen de la Situación actual

4. Problemas y Riesgos en la Organización

5. Objetivos, Indicadores y Estrategias






1 Incrementar el acceso, difusión y efectividad de la información del Gobierno Nacional, con calidad y transparencia; contribuyendo a la gobernabilidad y participación ciudadana.

No.	Indicador	Estado	Avance al Período	Meta	Resultado del Período	Fecha de Inicio	Último Período Actualizado
1.6	Índice de valoración positiva acerca de la gestión gubernamental		-	-	-	01/09/2014	-
1.7	Porcentaje de calidad y eficiencia de los productos comunicacionales generados en la SECOM		107.53 %	0.93	1	01/09/2014	Ene-Feb
1.9	Calificación del sondeo de opinión de calidad de los medios de información oficial		-	-	-	01/01/2015	-

No.	Estrategia	Objetivos Específicos Alineados	
		Directa	Matricial
1.1	Regular que la comunicación social aporte efectiva y eficientemente al desarrollo de la gestión productiva, cultural, educativa, social y política del país.	3	0
1.2	Fortalecer los procesos de intercambio de información, opiniones, criterios y puntos de vista entre los diversos sectores de la sociedad, y liderar la política de comunicación social e información pública del Gobierno Nacional, enmarcada en el Plan Nacional del Buen Vivir.	2	0






No.	Estrategia	Objetivos Específicos Alineados	
		Directa	Matricial
1.3	Implementar planes, programas y proyectos de comunicación e información gubernamental, que contenga estrategias de políticas públicas alineadas al Plan Nacional del Buen Vivir.	5	0
1.4	Fortalecer el uso de los espacios y canales de comunicación abierta en medios tradicionales y no tradicionales.	2	0

2 Incrementar la eficiencia institucional de la Secretaría Nacional de Comunicación.

No.	Indicador	Estado	Avance al Período	Meta	Resultado del Período	Fecha de Inicio	Último Período Actualizado
2.7	Porcentaje de proyectos de inversión en riesgo		200.00 %	0.25	0.5	01/09/2014	Febrero
2.9	EFIC: Porcentaje de procesos sustantivos mejorados		-	-	-	01/01/2015	-
2.10	EFIC: Porcentaje de servicios mejorados incluidos en la carta de servicio institucional		-	-	-	01/01/2015	-
2.11	EFIC: Porcentaje de presupuesto asignado a proyectos de innovación y desarrollo (I + D)		-	-	-	01/01/2015	-
2.12	EFIC: Porcentaje de acciones emprendidas por el Comité de Ética Institucional		-	-	-	01/01/2015	-



No.	Estrategia	Objetivos Específicos Alineados	
		Directa	Matricial
2.1	Implementar un sistema de administración por procesos.	4	0
2.2	Desarrollar y socializar un sistema para diseño, ejecución, seguimiento, monitoreo y evaluación de planes y proyectos.	2	0
2.3	Desarrollar e implementar un plan integral de tecnologías de la información.	1	0

3 Incrementar el desarrollo del talento humano de la Secretaría Nacional de la Comunicación.

No.	Indicador	Estado	Avance al Período	Meta	Resultado del Período	Fecha de Inicio	Último Período Actualizado
3.7	Porcentaje de personal con nombramiento		-	-	-	01/09/2014	-
3.8	Porcentaje de cumplimiento de la inclusión de personas con capacidades especiales		-	-	-	01/09/2014	-
3.9	Índice de rotación de nivel operativo		124.50 %	0.04	0.0498	01/09/2014	Febrero
3.10	Índice de rotación de nivel directivo		83.40 %	0.05	0.0417	01/09/2014	Febrero
3.11	TH: Porcentaje de funcionarios capacitados		-	-	-	01/01/2015	-

No.	Estrategia	Objetivos Específicos Alineados	
		Directa	Matricial
3.1	Implementar planes de carrera.	1	0
3.2	Implementar un sistema innovador de gestión del clima laboral.	2	0

4 Incrementar el uso eficiente del presupuesto de la Secretaría Nacional de Comunicación.

No.	Indicador	Estado	Avance al Período	Meta	Resultado del Período	Fecha de Inicio	Último Período Actualizado
4.3	Porcentaje ejecución presupuestaria - Gasto Corriente		48.07 %	0.15	0.0721	01/09/2014	Febrero
4.4	Porcentaje ejecución presupuestaria - Inversión		7.33 %	0.075	0.0055	01/09/2014	Enero





No.	Estrategia	Objetivos Específicos Alineados	
		Directa	Matricial
4.1	Desarrollar e implantar políticas para la formulación presupuestaria.	2	0
4.2	Crear y socializar un sistema de seguimiento y evaluación presupuestaria.	2	0

6. Gasto por Unidad (2015)

Organización	Proyectos	Ppto. Aprobado Inicial	Programado a Devengar	Ppto. Devengado	Estimado a fin de año	Variación Proyectada (Programado a Devengar - Estimado)
Coordinación General Estratégica	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SECOM - Secretaría Nacional de Comunicación	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Coordinación General de Administración	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SECOM - Secretaría Nacional de Comunicación	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Dirección de Enfoque Político	2	751,394.00	751,394.00	0.00	0.00	751,394.00
Subsecretaría de Información	2	751,394.00	751,394.00	0.00	0.00	751,394.00
Dirección de Síntesis Informativa y Análisis Internacional	2	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Subsecretaría de Información	2	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Dirección de Contenidos de Medios Institucionales	3	14,560,000.00	14,560,000.00	274,887.98	9,040,000.00	5,520,000.00
Subsecretaría de Medios Institucionales	3	14,560,000.00	14,560,000.00	274,887.98	9,040,000.00	5,520,000.00
Dirección de Informes Gubernamentales	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Subsecretaría de Medios Institucionales	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Dirección de Gestión de la Comunicación	2	700,000.00	700,000.00	0.00	0.00	700,000.00

Organización	Proyectos	Ppto. Aprobado Inicial	Programado a Devengar	Ppto. Devengado	Estimado a fin de año	Variación Proyectada (Programado a Devengar - Estimado)
Subsecretaría de Promoción de la Comunicación	2	700,000.00	700,000.00	0.00	0.00	700,000.00
Dirección de Producción de Eventos, Marketing y Publicidad.	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Subsecretaría de Promoción de la Comunicación	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Dirección de Promoción, Innovación y Redes Digitales	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Subsecretaría de Promoción de la Comunicación	1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total	14	16,011,394.00	16,011,394.00	274,887.98	9,040,000.00	6,971,394.00

7. Resumen de Proyectos por Organización (2015): Vista por Desempeño

Organización	Proyectos	Proyectos en Riesgo	Hitos en Riesgo	Indicadores			
							
Coordinación General Estratégica	1	0	6	0	0	0	0
Coordinación General de Administración	1	0	3	0	0	0	0
Dirección de Enfoque Político	2	0	10	0	0	0	0
Dirección de Síntesis Informativa y Análisis Internacional	2	1	5	0	0	0	0
Dirección de Contenidos de Medios Institucionales	3	3	1	7	1	1	1
Dirección de Informes Gubernamentales	1	0	2	0	0	0	0
Dirección de Gestión de la Comunicación	2	1	2	4	0	0	0
Dirección de Producción de Eventos, Marketing y Publicidad.	1	0	0	0	0	0	0
Dirección de Promoción, Innovación y Redes Digitales	1	0	6	0	0	0	0
Total	14	5	35	11	1	1	1

8. Resumen de Proyectos por Fase (2015)

Organización	Anteproyecto	Definición	Planeación	Ejecución	Cierre	Completado	Congelado	Cancelado
Coordinación General Estratégica	1	0	0	0	0	0	0	0
Coordinación General Estratégica	1	0	0	0	0	0	0	0
Coordinación General de Administración	1	0	0	0	0	0	0	0
Coordinación General de Administración	1	0	0	0	0	0	0	0
Dirección de Enfoque Político	1	0	0	0	0	0	1	0
Dirección de Enfoque Político	1	0	0	0	0	0	1	0
Dirección de Síntesis Informativa y Análisis Internacional	2	0	0	0	0	0	0	0
Dirección de Síntesis Informativa y Análisis Internacional	2	0	0	0	0	0	0	0

Organización	Anteproyecto	Definición	Planeación	Ejecución	Cierre	Completado	Congelado	Cancelado
Dirección de Contenidos de Medios Institucionales	0	0	0	3	0	0	0	0
Dirección de Contenidos de Medios Institucionales	0	0	0	3	0	0	0	0
Dirección de Informes Gubernamentales	1	0	0	0	0	0	0	0
Dirección de Informes Gubernamentales	1	0	0	0	0	0	0	0
Dirección de Gestión de la Comunicación	1	0	0	1	0	0	0	0
Dirección de Gestión de la Comunicación	1	0	0	1	0	0	0	0
Dirección de Producción de Eventos, Marketing y Publicidad.	1	0	0	0	0	0	0	0
Dirección de Producción de Eventos, Marketing y Publicidad.	1	0	0	0	0	0	0	0
Dirección de Promoción, Innovación y Redes Digitales	1	0	0	0	0	0	0	0
Dirección de Promoción, Innovación y Redes Digitales	1	0	0	0	0	0	0	0
Total: 14	9	0	0	4	0	0	1	0