

SECOM - Secretaría Nacional de Comunicación
Subsecretaría de Promoción de la Comunicación
Dirección de Gestión de la Comunicación

PROYECTO: K001 Estrategia de Comunicación para Fomentar el Conocimiento de Buenos Hábitos Y Civismo en la Ciudadanía

Líder del Proyecto:	Torres Vinueza, María José (maria.torres@secom.gob.ec)		
Patrocinador Ejecutivo:	Villarroel, Michelle	Programas Relacionados:	ESTRATEGIA DE COMUNICACION PARA FOMENTAR EL CONOCIMIENTO DE BUENOS HABITOS Y CIVISMO EN LA CIUDADANIA
Titular:	Silva Tapia, Jenny Patricia	Prioridad:	0
Tipo de Proyecto:	Organización / Cultura	Retorno Económico:	2.02
CUP:	30830000.0000.378101	TIR:	0.00 %
Objetivos Operativos:	1	VAN:	0.00
Viabilidad Técnica:	Alta	Estimado Al Fin Del Proyecto:	700,000.00
Localidad de Gestión:	Nacional - Nivel 1 > Nacional - Nivel 2 > Nacional - Nivel 3		
Tipo de Ppto. Externo:		Fecha de Inicio - Fecha de Fin:	01/01/2015 - 31/12/2015
Fecha de última actualización:	02/04/2015	Fecha de Fin Base:	31/12/2015
Modificado por:	Muñoz Solórzano, Santiago David	Fecha del siguiente Hito:	16/03/2015

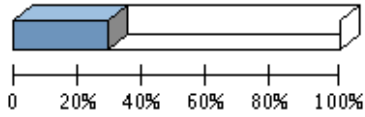
DATOS GENERALES

Descripción
El proyecto tiene objetivo fomentar el conocimiento de buenos hábitos y civismo en la ciudadanía a fin de incentivar un proceso de cambio cultural, permitiendo mejorar la convivencia y sentido de pertenencia, cuya base es la confianza entre los ciudadanos/as, y entre estos y sus instituciones. La población objetivo son los y las ciudadanas a partir de los 0 años de edad hasta los 65 años de edad, considerando como las edades que tienen características de accesibilidad a la información en medios digitales, lúdicos, impresos y visuales teniendo así llegando a ser idóneo para un tipo de comunicación participativa.
Beneficios Cualitativos
Fomentar el conocimiento de buenos hábitos y civismo en la ciudadanía a fin de incentivar un proceso de cambio cultural, permitiendo mejorar la convivencia y sentido de pertenencia, cuya base es la confianza entre los ciudadanos/as, y entre estos y sus instituciones.
Tipo de Beneficiario
Ecuadorianos de 0 a 65 años, con énfasis en niños de 6 a 12 años.
Restricciones
TIEMPO: El proyecto tendrá una duración de 1 año. COSTO: \$1.893.679,22 ALCANCE: Nivel nacional, 24 provincias. RECURSOS: humanos, materiales, equipos, financieros

Fase Actual:	Anteproyecto	Definición	Planeación	Ejecución	Cierre	Completado	Congelado	Cancelado
--------------	--------------	------------	------------	------------------	--------	------------	-----------	-----------

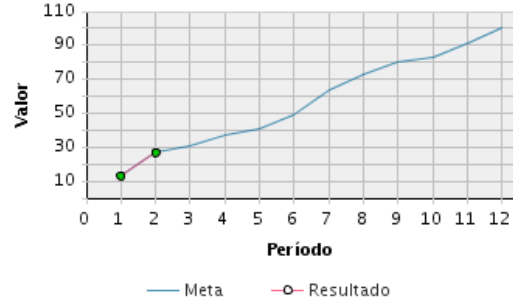
AVANCE FÍSICO DEL PROYECTO

% TIEMPO TOTAL TRANSCURRIDO



Transcurrido: 28.22 %
 Fecha de Inicio: 01/01/2015 Fecha de Fin: 31/12/2015

AVANCE FÍSICO PROGRAMADO VS. REAL



Porcentaje de Avance												
Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
2015	Avance programado acumulado											
	13 %	27 %	31 %	37 %	41 %	49 %	64 %	73 %	80 %	83 %	91 %	100 %
	Avance real acumulado											
	13 %	27 %										
Estado												
	●	●										

RESÚMENES EJECUTIVOS (MÁS RECIENTES)

Resúmenes Ejecutivos	Modificado por	Fecha de última actualización
MARZO 2015: En el primer trimestre se asignó al líder del Proyecto, y se determinaron: los hitos, indicadores y cronograma. El líder del proyecto se desvinculó del mismo, por tanto no se establece el cumplimiento del avance físico y presupuestario. Se asignará el responsable del proyecto para dar continuidad al mismo.	Muñoz Solórzano, Santiago David	02/04/2015 - 10:46 AM
ENERO 2015: -Durante este periodo se ha revisado el estado del proyecto de inversión para dar inicio al mismo. Se identificó la necesidad de partir de un estudio de la problemática de la conducta humana de los ecuatorianos para establecer una línea base de hábitos e identificar las acciones a seguir. Surge la necesidad de definir una muestra y una metodología de evaluación del impacto de este proyecto	Torres Vinuesa, María José	05/03/2015 - 04:00 PM
FEBRERO 2015: Se reviso el concepto y el desarrollo de las diversas piezas programadas en el proyecto. Se elaboró un benchmarking de las campañas comunicacionales destacadas que forman la cultura ciudadana. Entre las nacionales e internacionales. En este mes se realizó el acercamiento con actores sociales (Estado, empresa y sociedad civil) para articular estrategias conjuntas de la mejora de la cultura ciudadana.		

LOCALIDADES

Localidad de Impacto	
1	Nacional - Nivel 1 > Nacional - Nivel 2 > Nacional - Nivel 3

HITOS

	Hito	Categoría	Fecha Comprometida	Fecha Estimada	Fecha Real	A tiempo	Hito Cumplido	Avance Físico
1	DEFINICIÓN: Plan Anual de compras 2015 elaborado	4-Inicio de Trabajo	15/01/2015		15/01/2015	●	Sí	2.0
2	DEFINICIÓN: Programación presupuestaria	4-Inicio de Trabajo	15/01/2015		15/01/2015	●	Sí	2.0
3	EJECUCION: Estrategia de comunicación definida	5-Entregables Intermedios	26/01/2015		26/01/2015	●	Sí	4.0

HITOS

	Hito	Categoría	Fecha Comprometida	Fecha Estimada	Fecha Real	A tiempo	Hito Cumplido	Avance Físico
4	EJECUCION: Evaluación cualitativa de la campaña anteriormente desarrollada	5-Entregables Intermedios	30/01/2015		30/01/2015		Sí	5.0
5	EJECUCION: Concepto creado	5-Entregables Intermedios	28/02/2015		28/02/2015		Sí	10.0
6	EJECUCION: Cronograma de piezas comunicacionales elaborada	5-Entregables Intermedios	28/02/2015		28/02/2015		Sí	2.0
7	EJECUCIÓN: Diseño de cuñas de radio elaborada	5-Entregables Intermedios	28/02/2015		28/02/2015		Sí	2.0
8	EJECUCIÓN: Diseño de spots de TV elaborada	5-Entregables Intermedios	16/03/2015	16/03/2015			No	2.0
9	EJECUCIÓN: Diseño de piezas: GRAFICAS, PRENSA, KITS elaborada	5-Entregables Intermedios	30/03/2015	30/03/2015			No	2.0
10	EJECUCIÓN: Cuñas de radio producidas	5-Entregables Intermedios	15/04/2015	15/04/2015			No	2.0
11	EJECUCIÓN: Diseño de piezas: GRAFICAS, PRENSA, KITS producidas	5-Entregables Intermedios	15/04/2015	15/04/2015			No	2.0
12	EJECUCIÓN: Diseño de spots producida	5-Entregables Intermedios	15/04/2015	15/04/2015			No	2.0
13	EJECUCIÓN: Piezas gráficas aprobadas	5-Entregables Intermedios	20/05/2015	20/05/2015			No	2.0
14	EJECUCIÓN: Requerimiento WEB desarrollad	5-Entregables Intermedios	20/05/2015	20/05/2015			No	2.0
15	EJECUCIÓN: Fan page Facebook desarrollado	5-Entregables Intermedios	05/06/2015	05/06/2015			No	2.0
16	EJECUCIÓN: cuenta de Twitter desarrollado	5-Entregables Intermedios	10/06/2015	10/06/2015			No	2.0
17	EJECUCIÓN: canal de Youtube desarrollado	5-Entregables Intermedios	15/06/2015	15/06/2015			No	2.0
18	EJECUCIÓN: Página Instagram desarrollado	5-Entregables Intermedios	15/06/2015	15/06/2015			No	2.0
19	EJECUCIÓN: Facebook adwords pautaada	5-Entregables Intermedios	15/07/2015	15/07/2015			No	2.0
20	EJECUCIÓN: Google adwords pautaada	5-Entregables Intermedios	15/07/2015	15/07/2015			No	7.0
21	EJECUCIÓN: Twitter adwords pautaada	5-Entregables Intermedios	15/07/2015	15/07/2015			No	6.0
22	EJECUCIÓN: Estrategia en medios de comunicación implementada	5-Entregables Intermedios	15/08/2015	15/08/2015			No	2.0
23	JECUCIÓN: You Tube adwords pautaada	5-Entregables Intermedios	15/08/2015	15/08/2015			No	7.0
24	EJECUCIÓN: Fan page Facebook monitoreada	5-Entregables Intermedios	15/09/2015	15/09/2015			No	2.0
25	EJECUCIÓN: Monitoreo de cuenta de Twitter desarrollado	5-Entregables Intermedios	15/09/2015	15/09/2015			No	5.0
26	EJECUCIÓN: Estrategia de entidades públicas - implementada	5-Entregables Intermedios	15/10/2015	15/10/2015			No	1.0
27	EJECUCIÓN: Estrategia de universidades - implementada	5-Entregables Intermedios	15/10/2015	15/10/2015			No	1.0
28	EJECUCIÓN: Monitoreo de página Instagram monitoreada	5-Entregables Intermedios	15/10/2015	15/10/2015			No	1.0

HITOS

	Hito	Categoría	Fecha Comprometida	Fecha Estimada	Fecha Real	A tiempo	Hito Cumplido	Avance Físico
29	EJECUCIÓN: Estrategia de entidades privadas - implementada	5-Entregables Intermedios	15/11/2015	15/11/2015			No	1.0
30	EJECUCIÓN: Estrategia de entidades públicas - monitoreada	5-Entregables Intermedios	15/11/2015	15/11/2015			No	5.0
31	EJECUCIÓN: Estrategia de universidades - monitoreada	5-Entregables Intermedios	15/11/2015	15/11/2015			No	2.0
32	EJECUCIÓN: Control de resultados	5-Entregables Intermedios	15/12/2015	15/12/2015			No	3.0
33	EJECUCIÓN: Estrategia de entidades privadas - monitoreada	5-Entregables Intermedios	15/12/2015	15/12/2015			No	2.0
34	CIERRE: Informe de cierre del proyecto elabora y entregado	6-Acta de Entrega-Recepción Definitiva	25/12/2015	25/12/2015			No	4.0

INDICADORES DEL PROYECTO

	Indicador	Estado	Avance al Período	Meta	Resultado del Período	Fecha de Inicio	Último Período Actualizado
1	Porcentaje de cobertura de la campaña		100.00 %	0	0	01/01/2015	Ene-Mar
2	Porcentaje de la población que conoce la campaña		100.00 %	0	0	01/01/2015	Ene-Mar
3	Porcentaje de medios de comunicación que difunden la campaña de cambio de hábitos		100.00 %	0	0	01/01/2015	Ene-Mar
4	Porcentaje de servidores públicos que han recibido capacitación interactiva sobre el mensaje de la campaña		100.00 %	0	0	01/01/2015	Ene-Mar

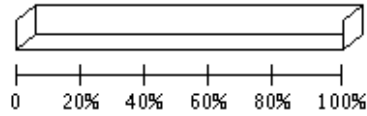
AVANCE FINANCIERO DEL PROYECTO

COSTO TOTAL

Anticipo Desembolsado:	0.00
Estimado Al Fin Del Proyecto:	700,000.00 **
Costo Total:	1,893,679.22
Total Devengado:	0.00
% Costo Total Devengado:	0.00 %

***El Estimado al fin del proyecto se calcula con el devengado de años anteriores, mas el programado a devengar actual, mas el planeado de años futuros.*

% COSTO TOTAL DEVENGADO



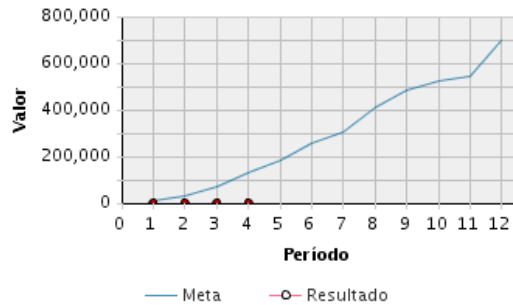
% Costo Total Devengado: 0.00 %

Perfil Económico 2015





	Años Previos	Año Actual (2015)	Años Futuros	Total
Ppto. Planeado	0.00	2,900,000.00	0.00	2,900,000.00
Ppto. Externo Planeado	0.00	0.00	0.00	0.00
Ppto. Aprobado Inicial	0.00	700,000.00	0.00	700,000.00
Ppto. Codificado	0.00	700,000.00	0.00	700,000.00
Ppto. Comprometido	0.00	0.00	0.00	0.00
Planeado - Codificado (2015)		2,200,000.00		
Programado a Devengar	0.00	700,000.00	0.00	700,000.00
Ppto. Devengado	0.00	0.00	0.00	0.00
Estimado a fin de año	* 0.00	0.00	0.00	0.00
Variación Proyectada (Programado a Devengar - Estimado)	0.00	700,000.00	0.00	700,000.00
% de Programado a Devengar vs. Devengado	* 0.00 %	0.00 %	0.00 %	0.00 %
Ppto. Codificado 998	0.00	0.00	0.00	0.00
Ppto. Devengado 998	0.00	0.00	0.00	0.00

* Ppto. Devengado

PROGRAMADO A DEVENGAR VS. DEVENGADO 2015



Presupuesto Mensual 2015							
Mes	Prog. a Devengar (Mensual)	Devengado (Mensual)	Prog. a Devengar (Acumulado)	Devengado (Acumulado)	Avance Acumulado	Estado	Avance Anual
Ene	10,328.90	0.00	10,328.90	0.00	0.00 %		0.00 %

Presupuesto Mensual 2015							
Mes	Prog. a Devengar (Mensual)	Devengado (Mensual)	Prog. a Devengar (Acumulado)	Devengado (Acumulado)	Avance Acumulado	Estado	Avance Anual
Feb	16,928.90	0.00	27,257.80	0.00	0.00 %		0.00 %
Mar	42,828.90	0.00	70,086.70	0.00	0.00 %		0.00 %
Abr	59,367.81	0.00	129,454.51	0.00	0.00 %		0.00 %
May	56,511.81		185,966.32				
Jun	73,361.81		259,328.13				
Jul	40,861.81		300,189.94				
Ago	107,717.81		407,907.75				
Sep	73,361.81		481,269.56				
Oct	40,861.81		522,131.37				
Nov	20,861.81		542,993.18				
Dic	157,006.82		700,000.00				
Total	700,000.00	0.00					

OBJETIVOS ALINEADOS

Objetivos Operativos	
2	Incrementar el impacto positivo de la comunicación gubernamental MEDIANTE la aplicación de las estrategias de comunicación masiva

ARCHIVOS DEL PROYECTO

	Descripción de Archivo	Archivo	Fecha de Alta
1	Hito 1 y 2, PIA - PAC	Habitos_PIA_-_PAC_7-1-2014.xlsx	02/02/2015
2	HITO 5: Concepto Creado	mi_republica_de_5_pasos_-_estrategia_agos-dic-graficas_fase_1.pptx	05/03/2015
3	HITO 6: Cronograma de Piezas comunicacionales elaboradas	cronograma_piezas.xlsx	05/03/2015
4	HITO 7: Diseño cuñas de radio elaboradas	mi_republica_de_5_pasos_-_estrategia_agos-dic_-_cuñas_radiales.pptx	05/03/2015