

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: | Figueroa Grijalva, Diana Cristina (diana.figueroa@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: | 03/07/2015 | Fecha de Fin Base: | 31/12/2015 |
| Modificado por: | Figueroa Grijalva, Diana Cristina | Fecha del siguiente Hito: | 23/08/2015 |

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.

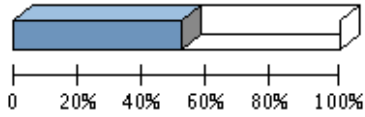
Restricciones

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

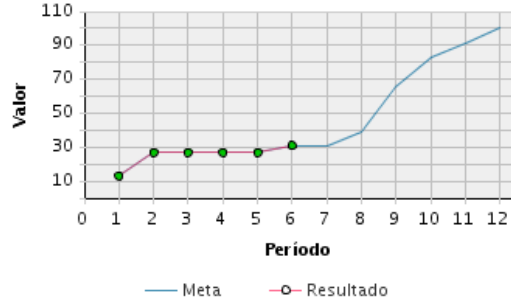
AVANCE FÍSICO DEL PROYECTO

% TIEMPO TOTAL TRANSCURRIDO



Transcurrido: 50.96 %
 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 % | 27 % | 27 % | 27 % | 31 % | 31 % | 39 % | 66 % | 83 % | 91 % | 100 % |
| | Avance real acumulado | | | | | | | | | | | |
| | 13 % | 27 % | 27 % | 27 % | 27 % | 31 % | | | | | | |
| Estado | | | | | | | | | | | | |
| | ● | ● | ● | ● | ● | ● | | | | | | |

RESÚMENES EJECUTIVOS (MÁS RECIENTES)

| Resúmenes Ejecutivos | Modificado por | Fecha de última actualización |
|--|-----------------------------------|-------------------------------|
| MAYO 2015: Se realizó la reprogramación de las fechas de los hitos del proyecto de acuerdo a los lineamientos de la SNAP emitidas en el Oficio Nro. SNAP-SCG-2015-000279-O y, al nuevo y mejorado enfoque que se dio al proyecto con el fin de alcanzar los resultados esperados en calidad y costo. | Figueroa Grijalva, Diana Cristina | 05/06/2015 - 04:54 PM |
| ABRIL 2015: Debido a la desvinculación del Líder del Proyecto no se puede establecer el cumplimiento físico y presupuestario. El nuevo Líder del Proyecto ya fue contratado e inició sus actividades el primer día laborable de mayo. | Rojas, Byron | 05/05/2015 - 03:10 PM |
| 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 Vinueza, 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 |

HITOS

| | Hito | Categoría | Fecha Comprometida | Fecha Estimada | Fecha Real | A tiempo | Hito Cumplido | Avance Físico |
|----|--|---------------------------|--------------------|----------------|------------|----------|---------------|---------------|
| 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 |
| 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 | 18/06/2015 | | 18/06/2015 | | Sí | 2.0 |
| 9 | EJECUCIÓN: Diseño de piezas: GRAFICAS, PRENSA, KITS elaborada | 5-Entregables Intermedios | 25/06/2015 | | 25/06/2015 | | Sí | 2.0 |
| 10 | EJECUCIÓN: Cuñas de radio producidas | 5-Entregables Intermedios | 23/08/2015 | 23/08/2015 | | | No | 2.0 |
| 11 | EJECUCIÓN: Diseño de piezas: GRAFICAS, PRENSA, KITS producidas | 5-Entregables Intermedios | 23/08/2015 | 23/08/2015 | | | No | 2.0 |
| 12 | EJECUCIÓN: Diseño de spots producida | 5-Entregables Intermedios | 29/08/2015 | 29/08/2015 | | | No | 2.0 |
| 13 | EJECUCIÓN: Piezas gráficas aprobadas | 5-Entregables Intermedios | 29/08/2015 | 29/08/2015 | | | No | 2.0 |
| 14 | EJECUCIÓN: Cuenta de Twitter desarrollado | 5-Entregables Intermedios | 05/09/2015 | 05/09/2015 | | | No | 2.0 |
| 15 | EJECUCIÓN: Fan page Facebook desarrollado | 5-Entregables Intermedios | 05/09/2015 | 05/09/2015 | | | No | 2.0 |
| 16 | EJECUCIÓN: Requerimiento WEB desarrollad | 5-Entregables Intermedios | 05/09/2015 | 05/09/2015 | | | No | 2.0 |
| 17 | EJECUCIÓN: Desarrollo de aplicación para celulares | 5-Entregables Intermedios | 15/09/2015 | 15/09/2015 | | | No | 2.0 |
| 18 | EJECUCIÓN: Página Instagram desarrollado | 5-Entregables Intermedios | 18/09/2015 | 18/09/2015 | | | No | 2.0 |
| 19 | EJECUCIÓN: Facebook adwords pauta | 5-Entregables Intermedios | 24/09/2015 | 24/09/2015 | | | No | 2.0 |
| 20 | EJECUCIÓN: Google adwords pauta | 5-Entregables Intermedios | 24/09/2015 | 24/09/2015 | | | No | 7.0 |
| 21 | EJECUCIÓN: Twitter adwords pauta | 5-Entregables Intermedios | 24/09/2015 | 24/09/2015 | | | No | 6.0 |
| 22 | EJECUCIÓN: Estrategia en medios de comunicación implementada | 5-Entregables Intermedios | 30/09/2015 | 30/09/2015 | | | No | 2.0 |
| 23 | EJECUCIÓN: Monitoreo de la ejecución de la aplicación para celulares | 5-Entregables Intermedios | 12/10/2015 | 12/10/2015 | | | No | 7.0 |
| 24 | EJECUCIÓN: Estrategia de entidades públicas - implementada | 5-Entregables Intermedios | 15/10/2015 | 15/10/2015 | | | No | 1.0 |
| 25 | EJECUCIÓN: Estrategia de universidades - implementada | 5-Entregables Intermedios | 15/10/2015 | 15/10/2015 | | | No | 1.0 |
| 26 | EJECUCIÓN: Fan page Facebook monitoreada | 5-Entregables Intermedios | 15/10/2015 | 15/10/2015 | | | No | 2.0 |

HITOS

| | Hito | Categoría | Fecha Comprometida | Fecha Estimada | Fecha Real | A tiempo | Hito Cumplido | Avance Físico |
|----|--|--|--------------------|----------------|------------|----------|---------------|---------------|
| 27 | EJECUCIÓN: Monitoreo de cuenta de Twitter desarrollado | 5-Entregables Intermedios | 15/10/2015 | 15/10/2015 | | | No | 5.0 |
| 28 | EJECUCIÓN: Monitoreo de página Instagram monitoreada | 5-Entregables Intermedios | 15/10/2015 | 15/10/2015 | | | No | 1.0 |
| 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 |

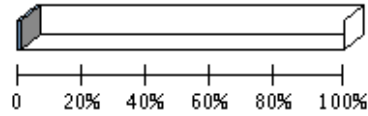
AVANCE FINANCIERO DEL PROYECTO

COSTO TOTAL

| | |
|-------------------------------|---------------|
| Anticipo Desembolsado: | 0.00 |
| Estimado Al Fin Del Proyecto: | 700,000.00 ** |
| Costo Total: | 1,893,679.22 |
| Total Devengado: | 6,662.34 |
| % Costo Total Devengado: | 0.35 % |

***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



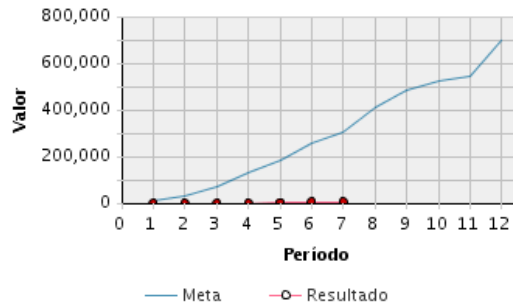
% Costo Total Devengado: 0.35 %

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 | 6,662.34 | 0.00 | 6,662.34 |
| Planeado - Codificado (2015) | | 2,200,000.00 | | |
| Programado a Devengar | 0.00 | 700,000.00 | 0.00 | 700,000.00 |
| Ppto. Devengado | 0.00 | 6,662.34 | 0.00 | 6,662.34 |
| 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 % | 0.95 % | 0.00 % | 0.95 % |
| 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 | 3,331.17 | 185,966.32 | 3,331.17 | 1.79 % | | 0.48 % |
| Jun | 73,361.81 | 3,331.17 | 259,328.13 | 6,662.34 | 2.57 % | | 0.95 % |
| Jul | 40,861.81 | 0.00 | 300,189.94 | 6,662.34 | 2.22 % | | 0.95 % |
| 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 | 6,662.34 | | | | | |

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 |
| 5 | HITO 8: Diseño spot | HITO_8_-_SPOT_TV.pdf | 03/07/2015 |
| 6 | HITO 9: Diseño gráfica | HITO_9_-_DISEÑO_GRAFICA.pdf | 03/07/2015 |