

# PLAN ESTRATÉGICO

SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIONES DE LA PRESIDENCIA  
DE LA REPÚBLICA

**MATRIZ DE ACCIONES ESTRATÉGICAS - DIRECCIÓN DE MEDIOS (DMEDIOS) Diaspora (Versión 15 de agosto de 2014)**

ID META	RESPONS.	ACCIÓN ESTRATÉGICA (*)	META DE ACCIÓN ESTRATÉGICA	META PROGRAMADA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA					
				2014	2015	2016	2017	2018	2019
M2201	DMEDIOS	Producción y envío de material audiovisual con diversa información del acontecer nacional en los ámbitos político, económico, social y cultural	A partir de Abril de 2015 se producirá y enviará un programa mensual con diversa información del acontecer nacional en los ámbitos político, económico, social y cultural		Al menos 9 programas audiovisuales producidos	Al menos 12 programas audiovisuales producidos	Al menos 12 programas audiovisuales producidos	Al menos 12 programas audiovisuales producidos	Al menos 5 programas audiovisuales producidos
M2202	DMEDIOS	Establecer relaciones de cooperación con diversos medios de comunicación en el exterior a fin de garantizar la difusión de los materiales informativos	A partir de 2015 se establecerán relaciones de cooperación con al menos 10 medios de comunicación en el exterior		Relaciones establecidas con al menos 10 medios	Relaciones establecidas con al menos 10 medios	Relaciones establecidas con al menos 10 medios	Relaciones establecidas con al menos 10 medios	Relaciones establecidas con al menos 10 medios
M2203	DMEDIOS	Producción y distribución de material informativo a través de los medios públicos	A partir de Junio de 2015 se producirá y distribuirá un boletín informativo diario a través de los medios públicos		Al menos 210 boletines producidos y distribuidos	Al menos 360 boletines producidos y distribuidos	Al menos 360 boletines producidos y distribuidos	Al menos 360 boletines producidos y distribuidos	Al menos 150 boletines producidos y distribuidos
M2204	DMEDIOS	Coordinación de producción de programas de radio y televisión en los medios públicos gestionándose su difusión en el exterior	A partir de Enero de 2016 se coordinará la producción de cinco programas de radio y cinco programas de televisión en los medios públicos gestionándose su difusión en el exterior		Al menos 5 programas producidos y difundidos en el exterior	Al menos 5 programas producidos y difundidos en el exterior	Al menos 5 programas producidos y difundidos en el exterior	Al menos 5 programas producidos y difundidos en el exterior	Al menos 2 programas producidos y difundidos en el exterior
M2301	DMEDIOS	Diseño e implementación de una política de comunicación para la Diáspora, garantizando la coordinación entre las distintas Instituciones del Estado involucradas en dicha política	Política diseñada y aprobada por el Secretario a más tardar en Diciembre de 2014 e implementada a partir de Enero de 2015	Política diseñada y aprobada	Política implementada en un 80% según lo planificado	Política implementada en un 80% según lo planificado	Política implementada en un 80% según lo planificado	Política implementada en un 80% según lo planificado	Política implementada en un 80% según lo planificado

**MATRIZ DE ACCIONES ESTRATÉGICAS - DIRECCIÓN DE MEDIOS (DMEDIOS) Diaspora (Versión 15 de agosto de 2014)**

ID META	RESPONS.	ACCIÓN ESTRATÉGICA (*)	META DE ACCIÓN ESTRATÉGICA	META PROGRAMADA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA						
				2014	2015	2016	2017	2018	2019	
M2301	DMEDIOS	Campaña de publicidad para promover los medios públicos dirigida a la diáspora	Se ejecutará a partir de 2015 una campaña anual de publicidad de los medios públicos para la Diáspora		Campaña anual de publicidad realizada al menos en un 80%	Campaña anual de publicidad realizada al menos en un 80%	Campaña anual de publicidad realizada al menos en un 80%	Campaña anual de publicidad realizada al menos en un 80%	Campaña anual de publicidad realizada al menos en un 80%	Campaña anual de publicidad realizada al menos en un 80%
M2301	DMEDIOS	Se interactúa constantemente con los directores o jefes de las unidades de comunicación para realizar una coordinación efectiva en materia de comunicación con la comunidad salvadoreña en el exterior (diáspora salvadoreña)	Coordinación efectiva con unidades de comunicación en materia de comunicación con la comunidad salvadoreña en el exterior (diáspora salvadoreña) durante el período	Coordinación realizada en un 100%	Coordinación realizada en un 100%	Coordinación realizada en un 100%	Coordinación realizada en un 100%	Coordinación realizada en un 100%	Coordinación realizada en un 100%	Coordinación realizada en un 100%

(\*) La Acción Estratégica puede ser un Proyecto, no importa su tamaño o envergadura. El Proyecto se programa como Acción de acuerdo con su Cronograma y Presupuesto. Para fines de seguimiento la medición del Proyecto puede fortalecerse con Indicadores (Por Ej., margen de desfase de avance físico permitido, margen de desfase de avance financiero permitido, etc.)

**MATRIZ DE OBJETIVOS E INDICADORES - DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN DIGITAL (Versión 15 agosto 2014)**

EJE ESTRATÉGICO U OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	ID META	META DE OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADOR DE META	
Contar con un proceso de comunicación digital del Gobierno de la República y especialmente de la Presidencia de la República que impulse y apoye el Plan de Gobierno y la Gobernabilidad Democrática del país	Crear y establecer el proceso de comunicación digital, con énfasis en redes sociales digitales, del Gobierno a fin de reforzar su mensaje institucional y la implementación del Plan de Gobierno	M1701	Red GOBSV como espacio de coordinación y colaboración de redes sociales digitales y portales web de las diferentes instancias de gobierno operando a partir de Octubre de 2014	Red operando a través de la Web	
	Generar líneas de trabajo y cooperación con instancias de gobierno y ciudadanas para implementar la Estrategia de Comunicación Digital del Gobierno	M1801	Estrategia de Comunicación Digital del Gobierno, diseñada y aprobada por la Presidencia a más tardar en Diciembre de 2014	Estrategia aprobada por la Presidencia	
		M1802	Guía de uso y gestión de redes sociales digitales del Gobierno y de Presidencia de la República para una comunicación permanente e interactiva gobierno - ciudadanía aprobada a más tardar en Marzo de 2015 por la Presidencia	Guía aprobada por la Presidencia	
	Crear espacios de interacción, apoyándose en redes sociales digitales, con la ciudadanía para contribuir a la democratización de las comunicaciones y a la participación ciudadana	M1901	Canales y protocolos de interacción para el Sistema de Redes Sociales Digitales de la Presidencia de la República y Red GOBSV implementados a partir de Septiembre de 2014	Canales y protocolos de interacción implementados	
		M1902	Conformación de Grupo de trabajo interinstitucional gobierno electrónico a partir de Enero de 2015	Reuniones de Grupo de trabajo interinstitucional	
	Desarrollar mecanismos de identificación de tendencias de opinión y temas de discusión ciudadana en redes sociales digitales sobre el trabajo y mensaje del gobierno de la república	M2001	Mesas de trabajo temáticas y de campañas de gobierno y/o ciudadanas funcionando a partir de Octubre de 2014	Reuniones de Mesas de trabajo	
		M2002	Monitoreo de redes sociales digitales establecido a partir de Septiembre de 2014	Informes de monitoreo	
	Producir contenidos digitales, multiformato, para ser distribuidos en Redes Sociales	M2101	Creación de Revista digital y contenidos multiformato para redes sociales a partir de Septiembre de 2014	Revista disponible en Web	

**MATRIZ DE OBJETIVOS E INDICADORES - DIRECCIÓN DE MEDIOS (Diaspora) (Versión 15 agosto 2014)**

EJE ESTRATÉGICO U OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	ID META	META DE OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADOR DE META
<p>Contar con un proceso de comunicación con la comunidad salvadoreña en el exterior (diáspora salvadoreña) a fin de convertirla en parte integral e indisoluble del desarrollo del país</p>	<p>Crear y establecer el proceso de comunicación del Gobierno con la diáspora salvadoreña</p>	M2201	<p>Durante el quinquenio se producirán al menos 50 programas audiovisuales sobre distintas temáticas que promueven una imagen positiva de El Salvador en el exterior, distribuidos a través de la red consular</p>	<p>Reporte de programas realizados y distribuidos</p>
		M2202	<p>A diciembre de 2015, un 20% de la diáspora conocerá sobre los programas de gobierno y el acontecer nacional. A mayo de 2019, este porcentaje se habrá incrementado a un 40%</p>	<p>Reportes de la red consular Registros de audiencia de Radio El Salvador Internacional</p>
		M2203	<p>A partir de junio de 2015, se producirá y distribuirá un boletín informativo diario para los salvadoreños y salvadoreñas en el exterior</p>	<p>Reporte de boletines realizados, distribuidos</p>
		M2204	<p>A diciembre de 2015 se producirán y transmitirán cinco programas de radio y televisión informativos, culturales y de entretenimiento a través del sistema de medios públicos</p>	<p>Parrilla de programación de medios públicos</p>
	<p>Garantizar la coordinación entre las distintas instancias del Estado involucradas en la ejecución del proceso de comunicación con la diáspora salvadoreña</p>	M2301	<p>0 Crisis por motivos de una descoordinación en cuanto al proceso de comunicación con la diáspora salvadoreña</p>	<p>Crisis por motivos de una descoordinación en cuanto al proceso de comunicación con la diáspora salvadoreña de acuerdo con Registro de Crisis administrado por la Subsecretaría</p>

**MATRIZ DE ACCIONES ESTRATÉGICAS - DIRECCIÓN DE MEDIOS (DMEDIOS) Diaspora (Versión 15 de agosto de 2014)**

ID META	RESPONS.	ACCIÓN ESTRATÉGICA (*)	META DE ACCIÓN ESTRATÉGICA	META PROGRAMADA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA					
				2014	2015	2016	2017	2018	2019
M2201	DMEDIOS	Producción y envío de material audiovisual con diversa información del acontecer nacional en los ámbitos político, económico, social y cultural	A partir de Abril de 2015 se producirá y enviará un programa mensual con diversa información del acontecer nacional en los ámbitos político, económico, social y cultural		Al menos 9 programas audiovisuales producidos	Al menos 12 programas audiovisuales producidos	Al menos 12 programas audiovisuales producidos	Al menos 12 programas audiovisuales producidos	Al menos 5 programas audiovisuales producidos
M2202	DMEDIOS	Establecer relaciones de cooperación con diversos medios de comunicación en el exterior a fin de garantizar la difusión de los materiales informativos	A partir de 2015 se establecerán relaciones de cooperación con al menos 10 medios de comunicación en el exterior		Relaciones establecidas con al menos 10 medios	Relaciones establecidas con al menos 10 medios	Relaciones establecidas con al menos 10 medios	Relaciones establecidas con al menos 10 medios	Relaciones establecidas con al menos 10 medios
M2203	DMEDIOS	Producción y distribución de material informativo a través de los medios públicos	A partir de Junio de 2015 se producirá y distribuirá un boletín informativo diario a través de los medios públicos		Al menos 210 boletines producidos y distribuidos	Al menos 360 boletines producidos y distribuidos	Al menos 360 boletines producidos y distribuidos	Al menos 360 boletines producidos y distribuidos	Al menos 150 boletines producidos y distribuidos
M2204	DMEDIOS	Coordinación de producción de programas de radio y televisión en los medios públicos gestionándose su difusión en el exterior	A partir de Enero de 2016 se coordinará la producción de cinco programas de radio y cinco programas de televisión en los medios públicos gestionándose su difusión en el exterior		Al menos 5 programas producidos y difundidos en el exterior	Al menos 5 programas producidos y difundidos en el exterior	Al menos 5 programas producidos y difundidos en el exterior	Al menos 5 programas producidos y difundidos en el exterior	Al menos 2 programas producidos y difundidos en el exterior
M2301	DMEDIOS	Diseño e implementación de una política de comunicación para la Diáspora, garantizando la coordinación entre las distintas Instituciones del Estado involucradas en dicha política	Política diseñada y aprobada por el Secretario a más tardar en Diciembre de 2014 e implementada a partir de Enero de 2015	Política diseñada y aprobada	Política implementada en un 80% según lo planificado	Política implementada en un 80% según lo planificado	Política implementada en un 80% según lo planificado	Política implementada en un 80% según lo planificado	Política implementada en un 80% según lo planificado

**MATRIZ DE ACCIONES ESTRATÉGICAS - DIRECCIÓN DE MEDIOS (DMEDIOS) Diaspora (Versión 15 de agosto de 2014)**

ID META	RESPONS.	ACCIÓN ESTRATÉGICA (*)	META DE ACCIÓN ESTRATÉGICA	META PROGRAMADA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA						
				2014	2015	2016	2017	2018	2019	
M2301	DMEDIOS	Campaña de publicidad para promover los medios públicos dirigida a la diáspora	Se ejecutará a partir de 2015 una campaña anual de publicidad de los medios públicos para la Diáspora		Campaña anual de publicidad realizada al menos en un 80%	Campaña anual de publicidad realizada al menos en un 80%	Campaña anual de publicidad realizada al menos en un 80%	Campaña anual de publicidad realizada al menos en un 80%	Campaña anual de publicidad realizada al menos en un 80%	Campaña anual de publicidad realizada al menos en un 80%
M2301	DMEDIOS	Se interactúa constantemente con los directores o jefes de las unidades de comunicación para realizar una coordinación efectiva en materia de comunicación con la comunidad salvadoreña en el exterior (diáspora salvadoreña)	Coordinación efectiva con unidades de comunicación en materia de comunicación con la comunidad salvadoreña en el exterior (diáspora salvadoreña) durante el período	Coordinación realizada en un 100%	Coordinación realizada en un 100%	Coordinación realizada en un 100%	Coordinación realizada en un 100%	Coordinación realizada en un 100%	Coordinación realizada en un 100%	Coordinación realizada en un 100%

(\*) La Acción Estratégica puede ser un Proyecto, no importa su tamaño o envergadura. El Proyecto se programa como Acción de acuerdo con su Cronograma y Presupuesto. Para fines de seguimiento la medición del Proyecto puede fortalecerse con Indicadores (Por Ej., margen de desfase de avance físico permitido, margen de desfase de avance financiero permitido, etc.)

# PLAN OPERATIVO

SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIONES DE LA PRESIDENCIA  
DE LA REPÚBLICA



MATRIZ SUPERIOR DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA - SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIONES (Versión 30 julio 2014)

EJE ESTRATÉGICO U OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESPECÍFICO
Gestionar la imagen del Gobierno de la República y especialmente la del Presidente de la República Salvador Sánchez Cerén a fin de impulsar y apoyar el Plan de Gobierno y la Gobernabilidad Democrática del país	Gestionar la marca alrededor de la imagen del Presidente Salvador Sánchez Cerén y su equipo de gobierno buscando un posicionamiento óptimo de dicha imagen
	Garantizar que el mensaje gubernamental institucional impulse y apoye la implementación del plan de gobierno que se ha propuesto
	Coordinar de manera efectiva el trabajo de las Unidades de Comunicaciones de todas las Instituciones del Ejecutivo en materia de imagen presidencial
	Prevenir ataques a la Imagen del Gobierno, especialmente del Presidente, y/o contrarrestar efectos negativos causados a dichas imágenes
Gestionar el proceso de comunicación de información noticiosa, publicitaria y educativa del Gobierno de la República y especialmente el de la Presidencia de la República a fin de impulsar y apoyar el Plan de Gobierno y la Gobernabilidad Democrática del país	Posicionar en la agenda pública del país las principales acciones y programas del gobierno
	Consolidar ante la opinión pública un mensaje unificado del gobierno en su conjunto
	Mejorar el nivel de respuesta del gobierno ante las crisis políticas, sociales o relacionadas con la vulnerabilidad del país.
	Coordinar de manera efectiva el trabajo de las Unidades de Comunicaciones de todas las Instituciones del Ejecutivo en materia de información noticiosa, publicitaria y educativa
Consolidar y fortalecer el sistema de Medios Públicos, como una alternativa mediática que contribuya a la democratización de las comunicaciones, con capacidad de incidencia política que facilite la gobernabilidad	Modernizar y profesionalizar TELEVISION DE EL SALVADOR (TVES) para mejorar su calidad y aumentar sus niveles de audiencia e incidencia política
	Modernizar y profesionalizar RADIO NACIONAL DE EL SALVADOR para mejorar su calidad y aumentar sus niveles de audiencia e incidencia política

MATRIZ SUPERIOR DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA - SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIONES (Versión 30 julio 2014)

EJE ESTRATÉGICO U OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESPECÍFICO
	Crear y desarrollar la AGENCIA DE PRENSA DE EL SALVADOR para incidir en la agenda mediática
	Crear y desarrollar RADIO EL SALVADOR INTERNACIONAL para incidir en la comunidad de salvadoreños en el exterior
	Consolidar el funcionamiento del SISTEMA DE MEDIOS PÚBLICOS para incidir en el fortalecimiento de la democracia en El Salvador
Gestionar el proceso de comunicación directa del Gobierno de la República y especialmente el de la Presidencia de la República a fin de impulsar y apoyar el Plan de Gobierno y la Gobernabilidad Democrática del país	Garantizar la proyección óptima de la imagen del Presidente y del Gabinete en todos los eventos que se realicen
Gestionar el proceso de comunicación digital del Gobierno de la República y especialmente el de la Presidencia de la República a fin de impulsar y apoyar el Plan de Gobierno y la Gobernabilidad Democrática del país	Crear y establecer el proceso de comunicación digital del Gobierno a fin de reforzar su mensaje institucional y la implementación del Plan de Gobierno
	Generar líneas de trabajo y de cooperación con instancias de gobierno y ciudadanas para implementar la Estrategia de Comunicación Digital del Gobierno
	Crear espacios de interacción con la ciudadanía para contribuir a la democratización de las comunicaciones.
Gestionar el proceso de comunicación con la diáspora salvadoreña a fin de convertirla en parte integral e indisoluble del desarrollo del país	Diseñar e implementar una política de comunicación para la Diáspora, garantizando la coordinación entre las distintas Instituciones del Estado involucradas en dicha política

MATRIZ SUPERIOR DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA - SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIONES (Versión 30 julio 2014)

EJE ESTRATÉGICO U OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESPECÍFICO
	Crear y establecer el proceso de comunicación del Gobierno con la diáspora salvadoreña
	Garantizar la coordinación entre las distintas instancias del Estado involucradas en la ejecución del proceso de comunicación con la diáspora salvadoreña

MATRIZ DE OBJETIVOS E INDICADORES - DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN Y PUBLICIDAD (Versión 30 julio 2014)

EJE ESTRATÉGICO U OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	META DE OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADOR PRELIMINAR DE EFECTO (INDICADOR DE RESULTADO)	INDICADOR PRELIMINAR DE CAUSA (INDUCTOR DE LA ACTUACIÓN)
Gestionar la imagen del Gobierno de la República y especialmente la del Presidente de la República Salvador Sánchez Cerén a fin de impulsar y apoyar el Plan de Gobierno y la Gobernabilidad Democrática del país	Gestionar la marca alrededor de la imagen del Presidente Salvador Sánchez Cerén y su equipo de gobierno buscando un posicionamiento óptimo de dicha imagen	El promedio de las calificaciones de las encuestas de opinión sobre la gestión del Presidente debe ser como mínimo 6.5, de acuerdo con al menos una medición anual (Junio o Diciembre) iniciando con Diciembre 2014 o Junio	Promedio de calificaciones de encuestas de opinión sobre la gestión del Presidente de al menos una medición anual	
	Garantizar que el mensaje gubernamental institucional impulse y apoye la implementación del plan de gobierno que se ha propuesto	El promedio de las calificaciones de al menos el 60% de las instituciones de Gobierno medidas en la opinión publica debe ser de al menos el promedio de las calificaciones de la Presidencia, de acuerdo con al menos una medición anual (Junio o Diciembre) iniciando con Diciembre 2014 o Junio 2015	Promedio de calificaciones de las instituciones de Gobierno medidas en la opinión publica de al menos una medición anual versus Promedio de calificaciones de encuestas de opinión sobre la gestión del Presidente del mismo período de medición	
	Coordinar de manera efectiva el trabajo de las Unidades de Comunicaciones de todas las Instituciones del Ejecutivo en materia de imagen presidencial	0 Crisis por motivos de una descoordinación en materia de imagen presidencial	Crisis por motivos de una descoordinación en materia de imagen presidencial de acuerdo con Registro de Crisis administrado por la Subsecretaría	
	Prevenir ataques a la Imagen del Gobierno, especialmente del Presidente, y/o contrarrestar efectos negativos causados a dichas imágenes	80% de las crisis enfrentadas han sido resueltas exitosamente y todas las posibles crisis han sido debidamente prevenidas	Crisis resueltas exitosamente versus Total de Crisis enfrentadas y Crisis prevenidas versus Total de posibles Crisis de acuerdo con Registro de Crisis administrado por la Subsecretaría	

MATRIZ DE OBJETIVOS E INDICADORES - DIRECCIÓN DE PRENSA (Versión 30 julio 2014)

EJE ESTRATÉGICO U OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	META DE OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADOR PRELIMINAR DE EFECTO (INDICADOR DE RESULTADO)	INDICADOR PRELIMINAR DE CAUSA (INDUCTOR DE LA ACTUACIÓN)
Gestionar el proceso de comunicación de información noticiosa, publicitaria y educativa del Gobierno de la República y especialmente el de la Presidencia de la República a fin de impulsar y apoyar el Plan de Gobierno y la Gobernabilidad Democrática del país	Posicionar en la agenda pública del país las principales acciones y programas del gobierno	El informe o estudio de análisis de contenido revela que las acciones y programas del gobierno tienen una calificación de posicionamiento mayor de 6 puntos	Calificación de posicionamiento generada en el informe o estudio de análisis de contenido	
		La presencia de los funcionarios del gobierno en los espacios noticiosos y de entrevistas de los medios de comunicación es de xx horas promedio a la semana	Informe semanal sobre participación de los funcionarios en los medios de comunicación y mensajes centrales divulgados	
	Consolidar ante la opinión pública un mensaje unificado del gobierno en su conjunto	Existe un mecanismo de comunicación fluida con el Gabinete de Gobierno sobre las líneas generales de comunicación ¿Cómo se sabe que se tiene un mecanismo de comunicación fluida?	Se elimina la dispersión de los mensajes, según los monitoreos mediáticos	
		Vocerías definidas por áreas de trabajo del Gobierno	Listado publicado de vocerías o al menos en el "vox populi" se maneja correctamente quienes son los voceros designados, corroborado esto último por los resultados de las encuestas de opinión	
	Mejorar el nivel de respuesta del gobierno ante las crisis políticas, sociales o relacionadas con la vulnerabilidad del país	80% de las crisis enfrentadas han sido resueltas exitosamente y todas las posibles crisis han sido debidamente prevenidas	Crisis resueltas exitosamente versus Total de Crisis enfrentadas y Crisis prevenidas versus Total de posibles Crisis de acuerdo con Registro de Crisis administrado por la	



MATRIZ DE OBJETIVOS E INDICADORES - DIRECCIÓN DE PRENSA (Versión 30 julio 2014)

EJE ESTRATÉGICO U OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	META DE OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADOR PRELIMINAR DE EFECTO (INDICADOR DE RESULTADO)	INDICADOR PRELIMINAR DE CAUSA (INDUCTOR DE LA ACTUACIÓN)
Gestionar el proceso de comunicación de información noticiosa, publicitaria y educativa del Gobierno de la República y especialmente el de la Presidencia de la República a fin de impulsar y apoyar el Plan de Gobierno y la Gobernabilidad Democrática del país	Posicionar en la agenda pública del país las principales acciones y programas del gobierno	El informe o estudio de análisis de contenido revela que las acciones y programas del gobierno tienen una calificación de posicionamiento mayor de 6 puntos	Calificación de posicionamiento generada en el informe o estudio de análisis de contenido	
		La presencia de los funcionarios del gobierno en los espacios noticiosos y de entrevistas de los medios de comunicación es de xx horas promedio a la semana	Informe semanal sobre participación de los funcionarios en los medios de comunicación y mensajes centrales divulgados	
	Consolidar ante la opinión pública un mensaje unificado del gobierno en su conjunto	Existe un mecanismo de comunicación fluida con el Gabinete de Gobierno sobre las líneas generales de comunicación ¿Cómo se sabe que se tiene un mecanismo de comunicación fluida?	Se elimina la dispersión de los mensajes, según los monitoreos mediáticos	
		Vocerías definidas por áreas de trabajo del Gobierno	Listado publicado de vocerías o al menos en el "vox populi" se maneja correctamente quienes son los voceros designados, corroborado esto último por los resultados de las encuestas de opinión	
	Mejorar el nivel de respuesta del gobierno ante las crisis políticas, sociales o relacionadas con la vulnerabilidad del país	80% de las crisis enfrentadas han sido resueltas exitosamente y todas las posibles crisis han sido debidamente prevenidas	Crisis resueltas exitosamente versus Total de Crisis enfrentadas y Crisis prevenidas versus Total de posibles Crisis de acuerdo con Registro de Crisis administrado por la Subsecretaría	





MATRIZ DE OBJETIVOS E INDICADORES - DIRECCIÓN DE MEDIOS (Versión 30 julio 2014)

EJE ESTRATÉGICO U OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	META DE OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADOR PRELIMINAR DE EFECTO (INDICADOR DE RESULTADO)	INDICADOR PRELIMINAR DE CAUSA (INDUCTOR DE LA ACTUACIÓN)
Consolidar y fortalecer el sistema de Medios Públicos, como una alternativa mediática que contribuya a la democratización de las comunicaciones, con capacidad de incidencia política que facilite la gobernabilidad	Modernizar y profesionalizar TELEVISION DE EL SALVADOR (TVES) para mejorar su calidad y aumentar sus niveles de audiencia e incidencia política	En diciembre del 2015, TVES ampliará su cobertura al 75% del territorio nacional. Y a diciembre de 2016 al 100%	Medición de cobertura a nivel nacional realizada anualmente por equipo técnico de la SIGET	
		En enero de 2018, TVES estará listo para realizar al 100% su producción y transmisión en formato digital	TVES cuenta con equipos de transmisión y producción digitales (transmisores, foros, cámaras, islas de edición, unidad móvil, microondas)	
		En el 2016, el 60% de la programación será producción propia y un 10% en coproducción con televisoras públicas y productores independientes, que promueva los derechos humanos, la memoria histórica, la cultura de paz, la equidad de género, la participación ciudadana, la transparencia, salvadoreños en el exterior, la identidad cultural, la protección y preservación del medio ambiente, entre otros	La carta de programación contiene el 60% de programas propios y un 10% de programas coproducidos	
		A mayo de 2019, TVES aumentará al 100% su nivel de audiencia con respecto a la identificada mediante un estudio en 2014 <b>HAY QUE PONER EL NÚMERO DE LA LÍNEA BASE</b>	Estudios de audiencia y consumo de medios realizados anualmente en territorio salvadoreño	

MATRIZ DE OBJETIVOS E INDICADORES - DIRECCIÓN DE MEDIOS (Versión 30 julio 2014)

EJE ESTRATÉGICO U OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	META DE OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADOR PRELIMINAR DE EFECTO (INDICADOR DE RESULTADO)	INDICADOR PRELIMINAR DE CAUSA (INDUCTOR DE LA ACTUACIÓN)
		Anualmente las ventas se incrementarán en un 25% con respecto al año anterior, <i>partiendo de un valor base a Diciembre de 2014 de x dólares</i>	<i>Valor de ventas alcanzadas en el año de acuerdo con</i> Registro de facturación	
	Modernizar y profesionalizar a RADIO NACIONAL DE EL SALVADOR para mejorar su calidad y aumentar sus niveles de audiencia e incidencia política	En diciembre de 2014, la radio logrará el 100% de cobertura geográfica radioeléctrica	Medición de cobertura a nivel nacional realizada por equipo técnico de la radio y de la SIGET	
		Durante el quinquenio la radio se mantendrá entre las primeras 10 estaciones en el ranking nacional y entre las primeras 3 emisoras a nivel informativo	<i>Dato semanal generado por el Estudio x (Estudios de audiencia)</i>	
		Durante el quinquenio la radio incrementará al menos un 10% de audiencia cada año	<i>Estudios de audiencia y consumo de medios realizados anualmente en territorio salvadoreño</i> Registros de facturación	
		Anualmente las ventas se incrementarán en un 25% con respecto al año anterior, <i>partiendo de un valor base a Diciembre de 2014 de x dólares</i>	Valor de ventas alcanzadas en el año de acuerdo con Registro de facturación Parrilla de programación	
		A junio 2015, la radio desarrollará y pondrá al aire, al menos seis nuevos programas de opinión pública y músico-culturales. A enero de 2016, dos radio novelas y diez cuentos	La carta de programación contiene seis nuevos programas de opinión pública y músico-culturales, dos radio novelas y diez cuentos La radio cuenta con equipos de transmisión y producción digitales	

MATRIZ DE OBJETIVOS E INDICADORES - DIRECCIÓN DE MEDIOS (Versión 30 julio 2014)

EJE ESTRATÉGICO U OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	META DE OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADOR PRELIMINAR DE EFECTO (INDICADOR DE RESULTADO)	INDICADOR PRELIMINAR DE CAUSA (INDUCTOR DE LA ACTUACIÓN)
	Crear y desarrollar la AGENCIA DE PRENSA DE EL SALVADOR para incidir en la agenda mediática	Durante 2015 la agencia producirá un promedio de 15 noticias diarias sobre diferentes hechos relacionados con la actividad del Estado y los salvadoreños en el exterior, en el ámbito económico, político, social, cultural y deportivo. A partir de 2016, aumentará a 20 producciones diarias en formatos periodísticos como noticias, entrevistas, reportajes, además de un boletín de radio y un boletín de televisión diariamente	Notas de la agencia publicadas en medios nacionales e internacionales <i>TIENE QUE LLEVARSE UN REGISTRO QUE GARANTIZE QUE SE ESTÁ HACIENDO LA MEDICIÓN Y ASÍ SABER SI SE ESTÁ CUMPLIENDO LA META</i>	
		A mayo de 2015, la agencia será un referente informativo para un promedio de 10 medios de comunicación nacionales e internacionales. A partir de 2016 sus servicios serán retomados por al menos 25 medios	<i>¿DATOS SEMANALES, MENSUALES O SEMESTRALES?</i> Estudios de audiencia. Impacto en redes sociales	
		Al 2019, más del 50% del gremio periodístico del país conocerá y se expresará de forma positiva de la agencia	<del>Medición de cobertura a nivel nacional realizada por equipo técnico de la radio y de la SIGET</del> <i>ESTO TIENE QUE SER MEDIANTE ENCUESTA DE OPINIÓN</i>	
	Crear y desarrollar RADIO EL SALVADOR INTERNACIONAL para incidir en la comunidad de salvadoreños en el exterior	En diciembre de 2015, la radio tendrá 25,000 radioescuchas en línea y un crecimiento de, al menos, 10,000 por año	Diferentes mediciones y estadísticas de proveedores de streaming	

MATRIZ DE OBJETIVOS E INDICADORES - DIRECCIÓN DE MEDIOS (Versión 30 julio 2014)

EJE ESTRATÉGICO U OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	META DE OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADOR PRELIMINAR DE EFECTO (INDICADOR DE RESULTADO)	INDICADOR PRELIMINAR DE CAUSA (INDUCTOR DE LA ACTUACIÓN)
		A junio de 2015, la programación de la radio tendrá, al menos, un noticiero diario con información de interés para la comunidad salvadoreña en el exterior. Y a junio de 2016 el noticiero tendrá tres emisiones diarias, fortalecidos con una red de diez corresponsales en el exterior	Parrilla de programación Red de corresponsales	
		A junio de 2015 la radio tendrá cinco programas en las áreas de: deporte, cultura y cívico-electoral, con participación de salvadoreños y salvadoreñas en el exterior	Parrilla de programación	
		A junio de 2016 la radio retransmitirá al menos dos programas realizados por la diáspora	Parrilla de programación	
	Consolidar el funcionamiento del SISTEMA DE MEDIOS PÚBLICOS para incidir en el fortalecimiento de la democracia en El Salvador	A diciembre de 2014, se contará con un sistema nacional de medios públicos con su estructura orgánica, marco regulatorio y financiamiento	Manual de organización y funcionamiento en vigencia <b>ESTO TIENE QUE SER UN INDICADOR MÁS CONTUNDENTE COMO UN DECRETO EJECUTIVO POR EJEMPLO</b>	
		A junio de 2015 los medios que conforman el sistema de medios públicos operarán de forma coordinada y bajo una línea editorial común	Informes de: Coberturas conjuntas Transmisiones simultáneas por los medios del sistema Noticias compartidas	
		A junio de 2016 el sistema de medios públicos gozará de credibilidad a nivel nacional e internacional y será un referente de información y entretenimiento	Sondeo de audiencia y estudios de impacto. Reportes de monitoreo de medios nacionales e internacionales	

MATRIZ DE OBJETIVOS E INDICADORES - DIRECCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS, EVENTOS Y PROTOCOLO (Versión 30 julio 2014FECHA)

EJE ESTRATÉGICO U OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	META DE OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADOR PRELIMINAR DE EFECTO (INDICADOR DE RESULTADO)	INDICADOR PRELIMINAR DE CAUSA (INDUCTOR DE LA ACTUACIÓN)
Gestionar el proceso de comunicación directa del Gobierno de la República y especialmente el de la Presidencia de la República a fin de impulsar y apoyar el Plan de Gobierno y la Gobernabilidad Democrática del país	Garantizar la proyección óptima de la imagen del Presidente y del Gabinete en todos los eventos que se realicen	Redefiniendo el formato de los eventos, trascendiendo de actos protocolarios, para convertirse en escenarios comunicativos de impacto	Nuevo formato producido, aprobado y utilizado a partir del 1 de Junio de 2016	
		Organizar y ejecutar, con excelencia y de manera eficaz y eficiente, todos los eventos y actividades públicas y privadas del Señor Presidente de la República	Resultados de sondeos rápidos de opinión que midan el nivel de excelencia percibido con el desarrollo del evento  100% de eventos organizados y ejecutados según calendario y programación de la Presidencia de la República  Costos reales de ejecución del evento acordes con el presupuesto previamente aprobado por el Subsecretario y/o el Secretario según Registro de Costos administrado por la Subsecretaría	
		Organizar y ejecutar, con excelencia y de manera eficaz y eficiente, todos los eventos y actividades públicas requeridos por otras Instituciones del Gabinete, cuya solicitud ha sido previamente aprobada por la Presidencia de la República	Resultados de sondeos rápidos de opinión que midan el nivel de excelencia percibido con el desarrollo del evento  100% de eventos organizados y ejecutados según calendario y programación de la Presidencia de la República  Costos reales de ejecución del evento acordes con el presupuesto previamente aprobado por el Subsecretario y/o el Secretario según Registro de Costos administrado por la Subsecretaría	



MATRIZ DE OBJETIVOS E INDICADORES - DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN DIGITAL (Versión 30 julio 2014)

EJE ESTRATÉGICO U OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	META DE OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADOR PRELIMINAR DE EFECTO (INDICADOR DE RESULTADO)	INDICADOR PRELIMINAR DE CAUSA (INDUCTOR DE LA ACTUACIÓN)
Gestionar el proceso de comunicación digital del Gobierno de la República y especialmente el de la Presidencia de la República a fin de impulsar y apoyar el Plan de Gobierno y la Gobernabilidad Democrática del país	Crear y establecer el proceso de comunicación digital del Gobierno a fin de reforzar su mensaje institucional y la implementación del Plan de Gobierno	Estrategia de Comunicación Digital del Gobierno, diseñada y aprobada por la Presidencia a más tardar en <b>MES AÑO</b>	Nota de aprobación de la Presidencia de la República	
	Generar líneas de trabajo y de cooperación con instancias de gobierno y ciudadanas para implementar la Estrategia de Comunicación Digital del Gobierno	<b>x% de implementación de la estrategia se logra a Diciembre AÑO, x% a Diciembre AÑO, x% a Diciembre AÑO y x% a Diciembre AÑO según plan de implementación formulado y aprobado</b>	Medición de avance de implementación de estrategia según Registro administrado por la Subsecretaría	
		Red Gubernamental de Comunicación Digital y Red Ciudadana de Comunicación Digital funcionando a partir de <b>MES AÑO</b>	Minutas de reuniones, al menos trimestrales, que muestran el funcionamiento de la Red Gubernamental de Comunicación Digital  Minutas de reuniones, al menos semestrales, que muestran el funcionamiento de la Red Ciudadana de Comunicación Digital	
	Crear espacios de interacción con la ciudadanía para contribuir a la democratización de las comunicaciones	<b>DESARROLLAR</b>	<b>DESARROLLAR</b>	<b>¿Avances en materia de comunicaciones incorporados a Política de Comunicaciones del Gobierno?</b>

MATRIZ DE OBJETIVOS E INDICADORES - DIRECCIÓN ¿? (Versión 30 julio 2014)

EJE ESTRATÉGICO U OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	META DE OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADOR PRELIMINAR DE EFECTO (INDICADOR DE RESULTADO)	INDICADOR PRELIMINAR DE CAUSA (INDUCTOR DE LA ACTUACIÓN)
Gestionar el proceso de comunicación con la diáspora salvadoreña a fin de convertirla en parte integral e indisoluble del desarrollo del país	Diseñar e implementar una política de comunicación para la Diáspora, garantizando la coordinación entre las distintas Instituciones del Estado involucradas en dicha política	Durante el quinquenio se producirán 60 programas audiovisuales sobre distintas temáticas que promueven una imagen positiva de El Salvador en el exterior, distribuidos a través de la red consular.	Reporte de programas realizados y distribuidos.	
Formular y ejecutar políticas de comunicación con la comunidad salvadoreña en el exterior, a fin de mantenerles debidamente informados sobre el acontecer nacional, a fin de que participen en el desarrollo político, económico, social y cultural del país.	Crear y establecer el proceso de comunicación del Gobierno con la diáspora salvadoreña	A diciembre de 2015, un 20% de la diáspora conocerá sobre los programas de gobierno y el acontecer nacional. A mayo de 2019, este porcentaje se habrá incrementado a un 40%.	Reportes de la red consular. Registros de audiencia de Radio El Salvador Internacional.	