

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE





**PLAN** ESTRATÉGICO  
2012-2015





# Índice

<b>Carta del Secretario de Estado de Medio Ambiente</b>	<b>6</b>
<b>Carta del Presidente de la Agencia Estatal de Meteorología</b>	<b>8</b>
<b>La Agencia Estatal de Meteorología</b>	<b>10</b>
<b>Misión, visión y organización</b>	<b>10</b>
<b>Valores</b>	<b>11</b>
<b>Prestación de servicios meteorológicos</b>	<b>12</b>
<b>Metodología utilizada</b>	<b>14</b>
<b>Líneas estratégicas</b>	<b>15</b>
<b>1. Orientar el servicio al ciudadano</b>	<b>16</b>
<b>2. Mejorar la eficiencia</b>	<b>18</b>
<b>3. Potenciar competencias y habilidades</b>	<b>19</b>
<b>4. Innovar productos y servicios</b>	<b>19</b>
<b>5. Afianzar la imagen de AEMET</b>	<b>20</b>
<b>6. Incrementar los ingresos</b>	<b>20</b>
<b>Plan anual 2013</b>	<b>22</b>
<b>Anexo I</b>	<b>28</b>



# Carta del Secretario de Estado de Medio Ambiente



El compromiso de dinamizar la administración pública, de mejorar su rendimiento e imagen, exige el diseño pormenorizado de una estrategia a seguir. La planificación se convierte, por tanto, en la premisa que ha de conducir a ese mejor futuro. Una planificación sensata, equilibrada y en la que se definan unos claros objetivos aun ambiciosos, es garantía de un adecuado punto de partida. El plan estratégico es la herramienta con la que se caminará hacia esas metas.

Pero para que un plan estratégico se convierta en esta verdadera y útil herramienta es necesario un concienzudo y pormenorizado diseño del mismo, un profundo análisis de la estructura laboral y humana en la que se quiere implantar y, al mismo tiempo, una visión esperanzada y optimista del futuro al que se quiere llevar a la organización. Esta ambición se debe plasmar en un documento bien trabado, coherente y ordenado que contemple metas, objetivos, estrategias, políticas, tácticas y directrices en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones para llegar a esos deseados fines. Ha de ser un instrumento dinámico, vivo, sujeto a modificaciones y preparado para asumirlas sin perder sus ideas directrices ni su identidad ya que los resultados, ligados siempre al entorno, irán moldeándolo irremisiblemente.

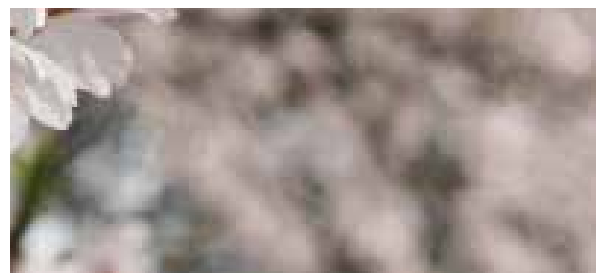
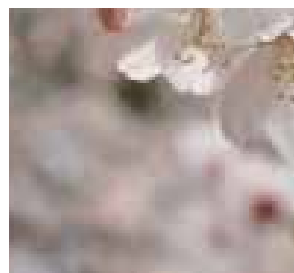
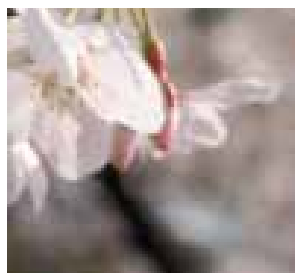
En estos momentos complejos para Europa y particularmente para España, planificar ha de ser un acto valiente y un comprometido fruto de la reflexión. La convicción de que podemos hacerlo mejor ha de alimentar el ánimo y la confianza necesaria para emprender el camino.

Me complace especialmente dedicar estas líneas a encabezar un excelente trabajo, fruto de todo lo anteriormente mencionado: el plan estratégico 2012-2015 de la Agencia Estatal de Meteorología. El realismo y la ambición, la coherencia y el esfuerzo que destilan las páginas de este elaborado documento constituye la esencia de una magnífica herramienta que auguro será desarrollada con éxito.

**Federico Ramos de Armas**  
Secretario de Estado de Medio Ambiente



**Nuestra misión  
implica la asunción  
de tareas de gran  
responsabilidad y  
exige una meticulosa  
planificación**





# Carta del Presidente de la Agencia Estatal de Meteorología



Qué es la Agencia Estatal de Meteorología y cuál es su misión ante la sociedad española es, indefectiblemente, el punto de partida desde el que planificar su futuro. La misión de la agencia es el objeto para el que se creó en 2008 y que viene establecido en su estatuto: “el desarrollo, implantación y prestación de los servicios meteorológicos de competencia del Estado y el apoyo al ejercicio de otras políticas públicas y actividades privadas, contribuyendo a la seguridad de personas y bienes y al bienestar y desarrollo sostenible de la sociedad española”.

Esta importante misión en la que quedan implicados vidas y bienes, actividades públicas y privadas y tanto particulares como el propio Estado, implica la asunción de tareas de gran responsabilidad y exige una meticulosa planificación. Así, establecer un conjunto de líneas estratégicas de actuación y unos objetivos estratégicos concretos para el desarrollo de las mismas, ha resultado una intensa labor de reflexión, estudio y análisis. Una vez definidas, estas líneas vertebran el plan estratégico 2012-2015 como cuadernas maestras que lo conforman y soportan el imponente calado de esta centenaria institución.

Nos encontramos en un momento histórico de notable carencia de recursos y en el que la administración resulta cuestionada, a menudo de forma injusta, por su tamaño y obsolescencia. Considero imprescindible acometer la tarea de mejorar la eficiencia de las instituciones, potenciar sus competencias y habilidades, innovar en productos y servicios y, todo ello, sin perder de vista el objetivo último de la satisfacción del usuario final. La imagen de las instituciones se verá así afianzada a los ojos de estos usuarios.

El presente plan estratégico 2012-2015 ha sido modelado según estos principios de eficiencia y servicio orientado al usuario, de innovación y modernidad y, en definitiva, de ilusión por emprender una etapa de eminente dureza pero que sin duda reportará grandes satisfacciones a la agencia que me honro en presidir y a todo su personal, un excelente equipo humano de enorme cualificación técnica y bien preparado para el reto. Queda por delante una importante tarea pero el presente documento constituye la herramienta necesaria para acometerla con las mejores expectativas.

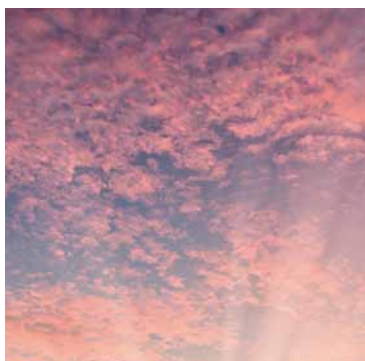
**Daniel Cano**  
Presidente de AEMET





## Nuestra visión

**El mejor equipo de  
profesionales de  
la meteorología  
al servicio de la  
sociedad**



# La Agencia Estatal de Meteorología



## Misión, visión y organización

La Agencia Estatal de Meteorología, AEMET, es un organismo público de los regulados en la Ley 28/2006, de 18 de julio, de agencias estatales para la mejora de los servicios públicos, creado mediante la publicación de su estatuto en el real decreto 186/2008, de 8 de febrero; proviene del extinto Instituto Nacional de Meteorología (INM), dirección general dependiente del Ministerio de Medio Ambiente, y está adscrita al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, a través de la Secretaría de Estado de Medio Ambiente.

La misión de la Agencia Estatal de Meteorología es el objeto para la que se crea, que queda establecido en su estatuto como: ***“el desarrollo, implantación, y prestación de los servicios meteorológicos de competencia del Estado y el apoyo al ejercicio de otras políticas públicas y actividades privadas, contribuyendo a la seguridad de personas y bienes, y al bienestar y desarrollo sostenible de la sociedad española”*** y tiene como visión llegar a: ***“ser el mejor equipo de profesionales de la meteorología al servicio de la sociedad”***.

La agencia es una organización jerárquica y centralizada, con sede en Madrid, que, a su vez, está presente en las 17 comunidades autónomas del Estado español. Sus órganos de gobierno son: el presidente y el consejo rector. A su vez, del presidente de la agencia dependen tres direcciones: de producción e infraestructuras, de planificación, estrategia y desarrollo comercial y de administración, además del departamento de coordinación de las delegaciones territoriales. La dirección de producción e infraestructuras esta integrada por tres departamentos: producción, infraestructura y sistemas y desarrollo y aplicaciones.



# Valores

**Comunicación**

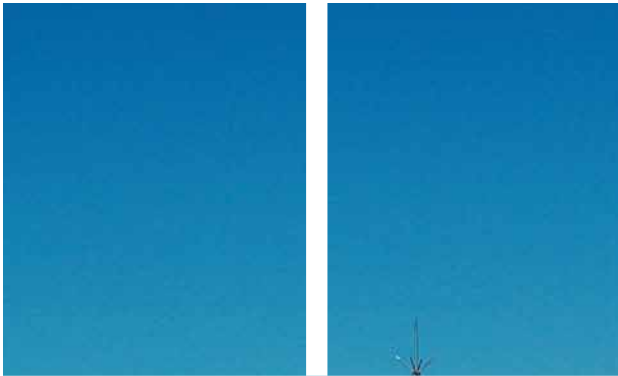
**Participación**

**Compromiso**

**Esfuerzo**

**Equipo y**

**¡¡EXCELENCIA!!**





Organigrama de AEMET

## Prestación de servicios meteorológicos

La Agencia Estatal de Meteorología ostenta la condición de autoridad meteorológica del Estado y como tal le compete:

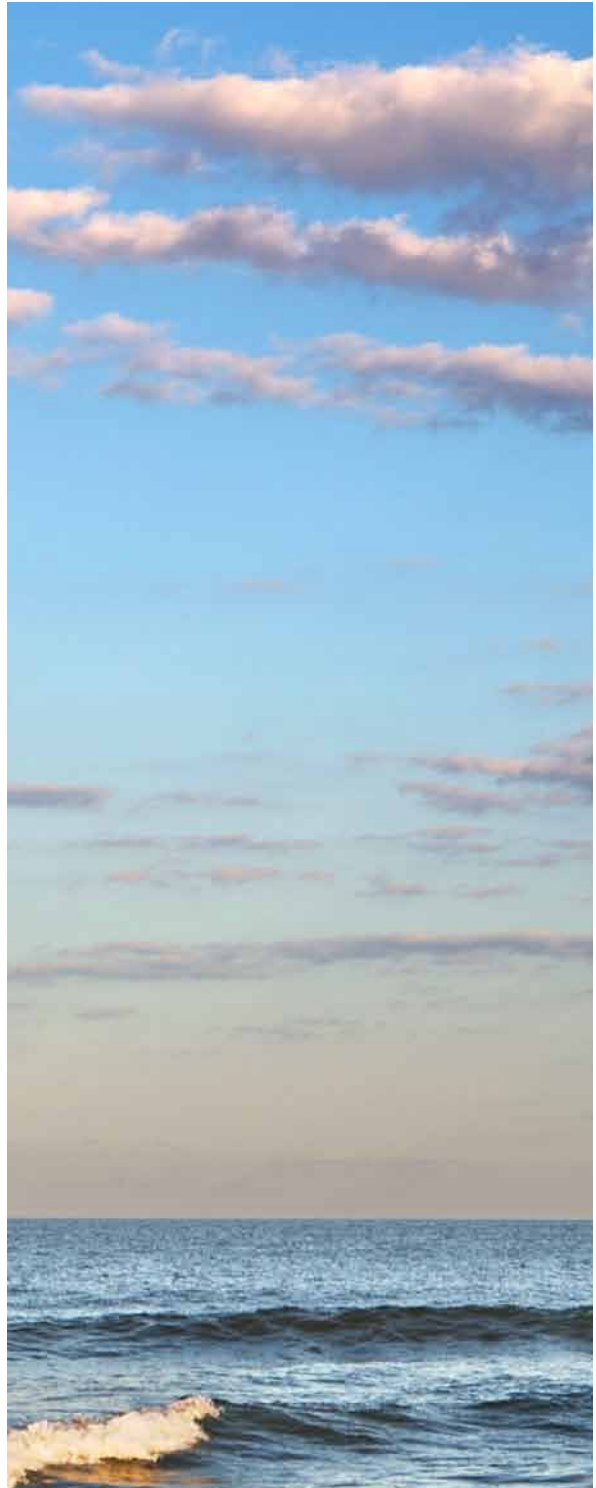
- la provisión de servicios meteorológicos a la navegación aérea, como único proveedor certificado,
- el apoyo meteorológico a la defensa nacional, tanto en las operaciones nacionales como internacionales,
- la atención a las instituciones públicas competentes en materia de protección civil y
- la satisfacción de las necesidades básicas de información meteorológica y climatológica de la sociedad, mediante el suministro de avisos de fenómenos adversos, predicciones de carácter general, y de información climatológica.

Además, AEMET ostenta la representación de España a nivel internacional en materia de meteorología participando en los grupos internacionales de investigación y representando a España en la organización mundial de meteorología, OMM, en la organización europea de satélites meteorológicos, EUMETSAT y en el centro europeo de predicción del tiempo a plazo medio, ECMWF, entre otros. Para el cumplimiento de todos estos servicios, AEMET dispone de una infraestructura meteorológica con cobertura estatal, debidamente coordinada y con altos niveles de exigencia técnica.





**La Agencia Estatal  
de Meteorología  
ostenta la condición  
de autoridad  
meteorológica del  
Estado**





## Metodología utilizada

La metodología aplicada para la elaboración del plan estratégico ha tomado como punto de partida la misión de la agencia y, teniendo en cuenta los resultados de la reflexión realizada y las tendencias identificadas en el entorno, se han establecido un conjunto de líneas de actuación y de objetivos estratégicos concretos para el desarrollo de esas estrategias.

La reflexión estratégica se ha realizado tanto para las unidades de negocio (aeronáutica) como para las grandes áreas funcionales (observación, producción, desarrollo,...). Se ha llevado a cabo un análisis externo (contexto internacional, nacional, demanda y oferta actual del mercado y su previsión de evolución) y un análisis interno de la organización, identificando los factores estratégicos críticos para la agencia mediante diversos análisis DAFO. La confrontación de los factores externos e internos ha permitido definir las estrategias y objetivos asociados con las unidades de negocio y áreas funcionales. Finalmente, la integración y priorización de esos resultados ha permitido establecer el conjunto de líneas y objetivos estratégicos de AEMET. Estos objetivos, a su vez, se han desplegado en un conjunto de objetivos de primer nivel que definen los resultados clave a alcanzar mediante el desarrollo de las actuaciones recogidas en los proyectos.

En el anexo I se definen los principales conceptos que se utilizan en este documento.

# Líneas estratégicas

1. Orientar el servicio al ciudadano.
2. Mejorar la eficiencia.
3. Potenciar competencias y habilidades.
4. Innovar productos y servicios.
5. Afianzar la imagen de AEMET.
6. Incrementar los ingresos.







## Orientar el servicio al ciudadano

La Agencia Estatal de Meteorología considera que la orientación del servicio a los ciudadanos, adecuando en todo momento los productos y servicios que suministra a las necesidades de los mismos, debe convertirse en uno de los ejes principales de su actuación. Para avanzar en esta línea es indispensable extender la medida de la satisfacción de los usuarios a todos los ámbitos de actuación, disponiendo de esta forma de un mecanismo de retroalimentación que permitirá a la organización tomar medidas para mantener la prestación de sus servicios en línea con las demandas crecientes de los ciudadanos.

Se promoverá asimismo la elaboración y suministro de nuevos productos y servicios, siempre en función de los requisitos de los usuarios, haciendo especial hincapié en el cumplimiento de los plazos establecidos, de manera que los ciudadanos dispongan de la mejor y más actualizada información para alimentar sus procesos de toma de decisión.

Por último, teniendo presente que una adecuada gestión sobre las personas mejorará la calidad de los procesos clave y, en general, las actividades de la agencia, lo que se traducirá en la satisfacción de los clientes, se dedicará especial atención a introducir medidas que incrementen la satisfacción del personal.

### ■ Objetivo estratégico 1.1.

**Lograr que en 2015 el 80% de los usuarios de los servicios esenciales estén muy satisfechos/satisfechos.**

**O1.1.1.** Lograr que en 2015 el 80% de los usuarios aeronáuticos estén muy satisfechos/satisfechos.

**O1.1.2.** Lograr que en 2015 el 80% de los usuarios de defensa estén muy satisfechos/satisfechos.

**O1.1.3.** Lograr que en 2015 el 80% de los usuarios de protección civil estén muy satisfechos/satisfechos.

**O1.1.4.** Lograr que en 2015 el 80% de los usuarios de marítima estén muy satisfechos/satisfechos.

**O1.1.5.** Lograr que en 2015 el 80% de los usuarios generalistas estén muy satisfechos/satisfechos.

### ■ Objetivo estratégico 1.2.

**Poner en operación 13 nuevos servicios procedentes de demandas de usuario.**

**O1.2.1.** Lograr que en 2015 se hayan puesto en operación 8 nuevos servicios procedentes de demandas de usuarios específicos.

**O1.2.2.** Lograr que en 2015 se hayan puesto en operación 5 nuevos servicios de interés general procedentes de demandas de usuarios.

■ **Objetivo estratégico 1.3.**

**Poner en operación 1000 nuevos productos procedentes de demandas de usuario.**

**O1.3.1.** Lograr que en 2015 se hayan puesto en operación 800 nuevos productos procedentes de demandas de usuarios específicos.

**O1.3.2.** Lograr que en 2015 se hayan puesto en operación 200 nuevos productos de interés general procedentes de demandas de usuarios

■ **Objetivo estratégico 1.4.**

**Lograr que se cumplan el 100% de los plazos comprometidos con los usuarios para la prestación de los productos o servicios.**

**O1.4.1.** Conseguir que los productos de dispersión de contaminantes en situaciones de emergencia NBQ estén disponibles antes de 3 horas desde el aviso

**O1.4.2.** Lograr que en 2015 la puntualidad media de productos aeronáuticos sea superior al 98%.

**O1.4.3.** Conseguir en 2014 un retraso menor a 30 minutos en el acceso a los datos del 80% de las EMA por parte del concentrador SIGROBS.

■ **Objetivo estratégico 1.5.**

**Conseguir que en 2015 el 70% del personal esté satisfecho con los servicios internos de AEMET.**

**O1.5.1.** Conseguir que en 2015 el 80% de los usuarios internos estén satisfechos con la calidad y disponibilidad de los datos de observación.

**O1.5.2.** Conseguir que en 2015 el 75% de los usuarios internos estén satisfechos con las herramientas de gestión administrativa.

**O1.5.3.** Conseguir que en 2015 el 75% del personal esté satisfecho con los servicios TIC.

**O1.5.4.** Conseguir que en 2015 el 60% del personal esté satisfecho con la comunicación interna.

## **Mejorar la eficiencia**

La agencia continuará impulsando, en los próximos años, la mejora continua en la utilización de los recursos públicos necesarios para la prestación de los servicios.

La necesaria mejora de la eficiencia se alcanzará, por un lado, con un incremento en la automatización de los procesos para la obtención de productos y servicios, aprovechando la oportunidad que las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones nos presentan y, por otro, mediante la optimización de los recursos humanos y económicos utilizados.

### ■ **Objetivo estratégico 2.1.**

#### **Aumentar en un 5% anual el número de productos y servicios que se elaboran y distribuyen automáticamente.**

**O2.1.1.** Lograr que en 2015 al menos el 20% de los METAR totales emitidos sean automáticos.

**O2.1.2.** Lograr que en 2015 el 10% de los productos y servicios críticos de meteorología aeronáutica estén automatizados.

**O2.1.3.** Lograr que en 2015 el 50% de los productos y servicios de predicción se elaboren y distribuyan automáticamente.

**O2.1.4.** Lograr que en 2015 el 50% de los productos y servicios climáticos se elaboren y distribuyan automáticamente.

**O2.1.5.** Conseguir que el 100% de los datos y certificados se suministren por vía electrónica.

### ■ **Objetivo estratégico 2.2.**

#### **Cumplir el 90% de los objetivos propuestos de optimización de recursos humanos y económicos.**

**O2.2.1.** Conseguir que la ejecución presupuestaria supere anualmente un 90% del presupuesto real definitivo.

**O2.2.2.** Conseguir que al menos el 95% de los puestos de trabajo clave de cada servicio público esencial se mantengan cubiertos.

### ■ **Objetivo estratégico 2.3.**

#### **Mejorar la eficiencia del servicio prestado a la aeronáutica.**

**O2.3.1** Reducir en 2015 los costes aeronáuticos en relación con los servicios prestados en aeropuertos a 102 unidades.

# 3

## Potenciar competencias y habilidades

Un elemento esencial para alcanzar la visión de la agencia en los próximos años será impulsar la formación del personal, potenciando las competencias y habilidades del mismo. Para medir adecuadamente el impacto de esas actividades de formación será indispensable evaluar el desempeño del personal.

Así, se pondrá en marcha un proceso sistemático para estimar cuantitativa y cualitativamente el grado de eficacia de la personas en el desempeño de sus puestos de trabajo, que servirá para identificar los aspectos que necesitan ser mejorados para establecer planes de formación y reforzar las técnicas de trabajo.

### ■ Objetivo estratégico 3.1.

**Lograr que un 60% de las personas que reciben formación mejoren su desempeño.**

**O3.1.1.** Conseguir en 2015 la implantación de la evaluación de la transferencia en un 100% de las acciones formativas.

**O3.1.2.** Conseguir realizar la evaluación del desempeño en el 100% de los puestos de trabajo.

**O3.1.3.** Lograr que en 2015 el 95% del personal dedicado a mantenimiento de sistemas automáticos tenga formación especializada.

# 4

## Innovar productos y servicios

La innovación entendida en sentido amplio, es decir, la generación constante de conocimiento aplicado a los productos, procesos o servicios nuevos o mejorados, es la clave del crecimiento de las organizaciones y de la mejora de su competitividad. La agencia pretende implantar la innovación como un proceso sistemático, mediante el cual se establezcan los canales para incorporar el conocimiento científico y el desarrollo tecnológico a la generación de nuevos productos y servicios que respondan a las necesidades de los clientes.

### ■ Objetivo estratégico 4.1.

**Lograr que un 60% de nuevos productos y servicios se generen a partir de proyectos de innovación.**

**04.1.1.** Lograr que en 2014 el 20% de proyectos de I+D+i de AEMET sean de aeronáutica y estén alineados a las líneas de investigación.

**04.1.2.** Incrementar en un 10% anual el número de publicaciones en revistas con revisión por pares.

**04.1.3.** Conseguir 20 proyectos de innovación incorporados a la planificación, como consecuencia de la vigilancia tecnológica.

#### ■ **Objetivo estratégico 4.2.**

**Mejorar en un 5% anual la fiabilidad de las predicciones básicas de AEMET (avisos de fenómenos adversos, aeronáutica, defensa, marítima).**

**04.2.1.** Mejorar en un 5% anual la precisión de los avisos de fenómenos adversos.

**04.2.2.** Lograr que en 2015 el porcentaje de pronósticos TAF catalogados como BUENOS sea superior al 93%.

**04.2.3.** Mejorar en un 5% anual el índice de verificación de las predicciones marítimas.

**04.2.4.** Mejorar en un 5% anual el índice de verificación de los productos suministrados a defensa.

**04.2.5.** Conseguir que el error cuadrático medio de la temperatura a 2 metros prevista a 24 horas por el modelo numérico operativo sea inferior a 2 °C en 2015.

#### ■ **Objetivo estratégico 4.3.**

**Mejorar en un 2% anual la disponibilidad de los datos de observación.**

**04.3.1.** Lograr en 2015 que los indicadores de datos validados procedentes de las redes de observación sean superiores al 85%.

**04.3.2.** Lograr que la disponibilidad de datos básicos de precipitación de las EMA en el BNDC sea del 100% en 2015.

**04.3.3.** Conseguir disponer en 2015 del 100% de los metadatos de las redes de superficie de la agencia.



## **Afianzar la imagen de AEMET**

En los próximos años se desarrollarán diferentes actividades para aumentar la notoriedad de la marca AEMET, tanto en la sociedad española, como a nivel internacional, dando a conocer el potencial de la organización.

### ■ Objetivo estratégico 5.1.

#### **Incrementar la presencia de AEMET en la sociedad.**

**05.1.1.** Aumentar en un 2% anual el número de intervenciones en los medios de comunicación.

**05.1.2.** Lograr en 2015 200.000 seguidores de AEMET a través de las redes sociales.

**05.1.3.** Aumentar en un 5% anual el número de páginas visitadas al web institucional.

**05.1.4.** Aumentar en un 5% anual el número de grandes usuarios.



## **Incrementar los ingresos**

La Ley de agencias estatales prevé una mayor capacidad de generar ingresos, bien por la prestación de sus servicios o mediante la posibilidad de obtener ingresos por patrocinio, de forma que se aminore la financiación procedente de los presupuestos generales del Estado. Esta es, pues, una estrategia de AEMET para los próximos años, que abrirá diferentes vías para conseguir ingresos.

### ■ Objetivo estratégico 6.1.

#### **Aumentar los ingresos propios de AEMET.**

**06.1.1.** Aumentar un 10% anual los ingresos por convocatorias competitivas de investigación.

**06.1.2.** Alcanzar en 2015 un incremento del 300% respecto de 2012, de los ingresos financiados por la Unión Europea.

**06.1.3.** Conseguir en 2015 al menos 1 encomienda de gestión en el ámbito de la observación.

**06.1.4.** Aumentar un 10% anual los ingresos a través de servicios de consultoría.

**06.1.5.** Conseguir en 2015 ingresar 10 M€ por la prestación patrimonial pública.

**06.1.6.** Conseguir que en 2014 el 20% de los ingresos propios no aeronáuticos de AEMET sean por publicidad en la web.

**06.1.7** Retornar un 20% de los costes anuales de la contribución de España a organismos internacionales a través de la participación en proyectos financiados (con excepción de EUMETSAT).



## Plan anual 2013

El plan anual 2013 contiene los proyectos considerados prioritarios. Para cada uno se especifica el resultado final del proyecto y los resultados esperados en el año 2013, con el calendario previsto. Cada proyecto lleva asociados determinados indicadores, que en el actual momento de ejecución del plan pueden considerarse, en algunos casos, provisionales.

### Contexto

En este año 2013, AEMET se enfrenta a varios desafíos, por un lado la entrada en vigor del Real Decreto 1495/2011, que desarrolla la Ley 37/2007, sobre reutilización de la información del sector público, obligará a hacer un esfuerzo en la puesta a disposición de datos para su uso en formatos reutilizables; y por otro lado el impulso de la actividad comercial, totalmente novedosa en la institución, que implicará un cambio en la política de producción que deberá necesariamente orientarse hacia la provisión de servicios de valor añadido. Ambos factores provocarán que la agencia adapte su estructura organizativa para aumentar en agilidad y eficacia.

Asimismo, está inmersa en un proceso de mejora de la percepción de los ciudadanos sobre su imagen, así como en un entorno en el que se van ampliando los sectores en los que la información meteorológica es de gran utilidad.

Todo ello sin descuidar la mejora en la eficiencia en la gestión de los recursos, con el inicio este año de importantes proyectos de automatización de la producción, necesarios para la optimización de los recursos humanos, en creciente disminución, manteniendo la calidad de los servicios que se proporcionan.





## Nuestro reto para 2013

**Adaptar nuestra estructura organizativa para aumentar en agilidad y eficacia**

## 1: Orientar el servicio al ciudadano

Objetivo estratégico	Proyectos prioritarios	Fecha finalización	Resultados/indicadores del proyecto	Resultados/indicadores en 2013	Unidad responsable	Cronograma 2013 (trimestral)			
						I	II	III	IV
1.1. Lograr que en 2015 el 80% de los usuarios de los servicios esenciales estén muy satisfechos/satisfechos.	1.1.5.2. Establecer un sistema de evaluación de la satisfacción del usuario.	Dic/2014	Extender la medida de la evaluación de la satisfacción del usuario a todos los ámbitos de actuación de AEMET.	Disponer de un sistema de evaluación de la satisfacción para todos los sectores de usuarios.	DPEDC				X
1.2. Poner en operación 13 nuevos servicios procedentes de demandas de usuario.	1.2.1.1 Implantación de SECURE SADIS FTP	Dic/2013	Adquirir los productos OPMET y del WAFIC a partir del sistema de distribución SECURE SADIS FTP.	Difusión de mapas viento/temperatura en el Autoservicio Meteorológico Aeronáutico de todas las zonas definidas en el Anexo3	DPEDC				X
	1.2.2.1 Realizar análisis de la demanda del público en general.	Mar/2014	Disponer de un catálogo de demandas de servicios.	Haber puesto en operación 2 nuevos servicios de interés general.	DPI/DP			X	
1.3. Poner en operación 1000 nuevos productos procedentes de demandas de usuario.	1.3.2.3. Difusión automática de los avisos por medio de email, móviles y redes sociales	Jun/2014	Haber puesto en operación nuevos productos de predicción específicos para móviles.	Distribuir operativamente los primeros productos de predicción para móviles.	DPI/DP			X	
1.4. Lograr que se cumplan el 100% de los plazos comprometidos con los usuarios para la prestación de los productos o servicios.	1.4.1.1 Mejorar los productos generados por los módulos MOCAGE de dispersión.	Dic/2014	Disponer de los resultados del modelo MOCAGE 3 horas después de recibido un aviso de accidente (nuclear, bacteriológico o químico)	Desarrollo e implementación del procedimiento de actuación.	DPI/DDA				X
1.5. Conseguir que en 2015 el 70% del personal esté satisfecho con los servicios internos de AEMET.	1.5.4.1 Desarrollo e implantación de un plan para la mejora de la comunicación interna	Mar/2014	Implantar una estructura para desarrollar la función de comunicación interna, estableciendo los canales y un plan de comunicación.	Disponer de los procedimientos de actuación definidos.	PRES				X

## 2: Mejorar la eficiencia

Objetivo estratégico	Proyectos prioritarios	Fecha finalización	Resultados/indicadores del proyecto	Resultados/indicadores en 2013	Unidad responsable	Cronograma 2013 (trimestral)			
						I	II	III	IV
2.1. Aumentar en un 5% anual el número de productos y servicios que se elaboran y distribuyen automáticamente.	2.1.1.1. Implantar el METAR automático en los aeropuertos acordados con usuarios.	Dic/2015	Lograr que en 2015 al menos el 20% de los METAR emitidos sean automáticos.	Implantar el METAR automático simplificado con información instrumental.	DPI/DIS				X
	2.1.5.1. Implementar un sistema de atención de peticiones a través de la web.	Dic/2014	Agilizar la tramitación de las peticiones automatizando el suministro, consiguiendo que un 100% del total de datos y certificados se suministren a través de la web.	Haber definido los requisitos de usuario para el desarrollo de la aplicación. Desarrollar los procedimientos internos.	DPEDC			X	
2.2. Cumplir el 90% de los objetivos propuestos de optimización de recursos humanos y económicos.	2.2.1.1. Disminuir en un 10% los periodos medios de tramitación.	Dic/2013	Mejorar los procedimientos de tramitación de expedientes para una gestión eficiente de los recursos económicos.	Establecimiento y puesta en marcha del nuevo procedimiento.	DA				X
	2.2.2.2. Lograr que en 2015 la tasa de absentismo justificado por incapacidad laboral se reduzca en un 2%.	Dic/2015	Conseguir un control superior del absentismo justificado y erradicar el absentismo injustificado.	Disponer de un control de presencia fiable.	DA				X
2.3. Mejorar la eficiencia del servicio prestado a la aeronáutica.	2.3.1.1. Disminuir los costes aeronáuticos en relación al servicio prestado en los aeropuertos.	Dic/2015	Conseguir que el valor del indicador (que integra horas de apertura de los aeropuertos y número y categoría de las pistas) sea de 102 unidades en 2015.	Puesta en operación de indicador. Conseguir que el valor del indicador sea de 104.	DA				X

### 3: Potenciar competencias y habilidades

Objetivo estratégico	Proyectos prioritarios	Fecha finalización	Resultados/ indicadores del proyecto	Resultados/ indicadores en 2013	Unidad responsable	Cronograma 2013 (trimestral)			
						I	II	III	IV
3.1. Lograr que un 60% de las personas que reciben formación mejoren su desempeño.	3.1.2.1. Implantar un sistema de evaluación del desempeño.	Mar/2014	Conseguir disponer de un sistema de evaluación de desempeño en 2014.	Haber implantado experimentalmente el sistema de evaluación del desempeño.	DA				X

### 4: Innovar productos y servicios

Objetivo estratégico	Proyectos prioritarios	Fecha finalización	Resultados/ indicadores del proyecto	Resultados/ indicadores en 2013	Unidad responsable	Cronograma 2013 (trimestral)			
						I	II	III	IV
4.1. Lograr que un 60% de nuevos productos y servicios se generen a partir de proyectos de innovación.	4.1.3.1. Implantar un sistema de vigilancia tecnológica.	Dic/2014	Implantar los procedimientos de vigilancia tecnológica.	Disponer de los procedimientos para la vigilancia tecnológica en el ámbito aeronáutico.	DPEDC			X	
4.2. Mejorar en un 5% anual la fiabilidad de las predicciones básicas (avisos de fenómenos adversos, aeronáutica, defensa, marítima).	4.2.1. Mejorar en un 10% la predicción de brisas en aeropuertos. 4.2.3.3. Implantar mejoras en las predicciones de playas.	Jun/2014 Dic/2013	Mejorar la predicción del viento en aquellos aeropuertos sujetos a brisas diurnas. Mejorar la calidad y la presentación de los parámetros incluidos en la predicción de playas.	Realización de estudios en los aeropuertos seleccionados. Puesta en operación de los nuevos mapas de navegación web	DPI/DP DPI			X	X
4.3. Mejorar en un 2% anual la disponibilidad de los datos de observación.	4.3.1.3. Implantar un SGC en las redes de teledetección terrestre y certificarlo conforme a la norma ISO 9001:2008.	Dic/2015	Asegurar que los procesos en las redes de observación se desarrollan conforme a la norma ISO 9001:2008.	Elaboración de los procedimientos necesarios.	DPI/DIS				X



## 5: Afianzar la imagen de AEMET

Objetivo estratégico	Proyectos prioritarios	Fecha finalización	Resultados/ indicadores del proyecto	Resultados/ indicadores en 2013	Unidad responsable	Cronograma 2013 (trimestral)			
						I	II	III	IV
5.1. Incrementar la presencia de AEMET en la sociedad.	5.1.2.1. Introducción de AEMET en las redes sociales.	Dic/2015	Lograr en 2015 200.000 seguidores de AEMET en las redes sociales.	Haber conseguido 50.000 seguidores.	PRES				X
	5.1.3.3. Implantar un nuevo portal web de AEMET.	Jun/2014	Disponer de un nuevo portal web que incorpore mejoras de contenido y tecnológicas.	Haber definido los requisitos de usuario.	DPI		X		

## 6: Incrementar los ingresos

Objetivo estratégico	Proyectos prioritarios	Fecha finalización	Resultados/ indicadores del proyecto	Resultados/ indicadores en 2013	Unidad responsable	Cronograma 2013 (trimestral)			
						I	II	III	IV
6.1. Aumentar los ingresos propios de la Agencia	6.1.6.1. Conseguir ingresos por publicidad en la web.	Dic/2014	Conseguir que 20% de los ingresos no aeronáuticos sean por la incorporación de publicidad en la web.	Haber adjudicado el contrato de los servicios de publicidad.	DPEDC				X



## Anexo I



- **Misión:** declaración de la finalidad y función de la organización. Es la razón de ser de la organización, la caracteriza y diferencia de otras y responde a la pregunta ¿quiénes somos y a qué nos dedicamos?.
- **Visión:** declaración sobre el futuro deseado de la organización. Se establece mediante la proyección de las expectativas sobre lo que aquella quiere ser y hacer en el futuro. Responde a la pregunta ¿qué y cómo queremos ser en x años?.
- **Estrategia (o línea estratégica):** línea básica de desarrollo, coherente con la misión y visión. Deben existir tanto para el conjunto de la organización (corporativas) como para las unidades de negocio o las áreas funcionales. Normalmente las estrategias agrupan varios objetivos estratégicos.
- **Objetivo estratégico:** expresión concreta de la finalidad a conseguir en el desarrollo de las estrategias. Los objetivos deben ser medibles y orientados a resultados. Deben existir objetivos estratégicos para la organización, para las unidades de negocio y para las áreas funcionales. Idealmente deben expresarse en la forma de verbo+cantidad+unidad de medida+tiempo+localización.
- **Objetivo de primer nivel:** expresión concreta de la finalidad a conseguir para facilitar la consecución de los objetivos estratégicos. Como en el caso de estos, deben ser medibles y orientados a resultados.
- **Proyecto:** conjunto único de actividades interrelacionadas y coordinadas, con puntos de inicio y finalización definidos, llevado a cabo para cumplir objetivos específicos dentro de un calendario, coste y parámetros de prestaciones definidos.
- **Indicador:** datos o conjunto de datos que miden objetivamente la evolución de un proceso o de una actividad a lo largo del tiempo. Es la métrica o fórmula que se utiliza para conocer si se ha alcanzado o no el objetivo.





# PLAN ESTRATÉGICO 2012-2015

