

**Gobierno Autónomo Descentralizado
Municipal de Santo Domingo**

Dirección de Comunicación

**MANUAL DE PROCESOS
Y PROCEDIMIENTOS**

Fecha (4 – 07 – 2024)



Uca1 



CONTENIDO

1. INFORMACIÓN DEL PROCESO.....	1
2. OBJETIVO DEL PROCESO.....	1
3. ALCANCE.....	2
4. RESPONSABLE DEL PROCESO.....	2
5. DISPARADOR.....	2
6. SUBPROCESOS.....	2
7. ENTRADAS.....	2
8. SALIDAS.....	3
9. TIPO DE USUARIO.....	3
10. CONTROLES.....	3
11. RECURSOS.....	4
12. GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	4
13. DIAGRAMAS DE FLUJO DEL PROCESO.....	4
14. RIESGOS OPERATIVOS DEL PROCESO.....	4
15. INDICADORES DE GESTIÓN DEL PROCESO.....	4
16. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS.....	4
17. CRONOGRAMA.....	9
18. RESPONSABILIDADES EN EL PROCESO.....	10
19. NIVEL DE AUTORIDAD.....	10
20. REQUISITOS DEL SERVICIO.....	11
21. SERVICIO NO CONFORME.....	11
22. OPORTUNIDADES DE MEJORA.....	12
23. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	12
24. ANEXOS.....	13



Handwritten signature



	PLAN DE PROCESO	CÓDIGO:	DC-D-01
	PROCESO: DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN	VERSIÓN:	1.0
		ELABORADO POR:	Lcdo. Félix Vivanco Rojas
		APROBADO POR:	Ing. Nataly Mayorga Reinoso
		FECHA DE APROBACIÓN:	4-07-2024

1. INFORMACIÓN DEL PROCESO

El presente instructivo es de uso y aplicación obligatoria para todas las instancias y unidades que intervengan en el proceso de la Dirección de Comunicación.

NOMBRE DEL MACROPROCESO: Staff de Alcaldía (habilitante de asesoría)

TIPO DE PROCESO: Adjetivo - Habilitante de Asesoría

NOMBRE DEL PROCESO: Comunicación

PROCEDIMIENTOS Y PRODUCTOS DEL PROCESO:

PROCEDIMIENTOS	PRODUCTOS DEL PROCESO
ELABORACIÓN, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN DEL GADMSD	- REPORTE DE CUMPLIMIENTO DE CAMPAÑAS - REPORTE DE MONITOREO DE MEDIOS
COORDINACIÓN, ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE ACTOS INSTITUCIONALES	REPORTE DEL EVENTO Y MONITOREO DE MEDIOS
COORDINACIÓN, ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE RUEDAS DE PRENSA	REPORTE DEL EVENTO Y MONITOREO DE MEDIOS
GENERACIÓN DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL	- CONTENIDOS INFORMATIVOS - COMUNICADOS DE PRENSA - VIDEOS INFORMATIVOS - TESTIMONIALES
EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	PRODUCTOS COMUNICACIONALES (IMPRESOS Y AUDIOVISUALES)

2. OBJETIVO DEL PROCESO

Generar procesos de comunicación interna y externa, eficientes y eficaces, que garanticen una adecuada información a la ciudadanía sobre la gestión municipal y mantener una imagen



del A



positiva de la institución.

3. ALCANCE

“Generar información institucional, tomando como insumos datos que reporta la fuente (unidades del GADMSD), procesando la información con el uso de las diferentes herramientas tecnológicas y canales disponibles, hasta su entrega a la ciudadanía”.

4. RESPONSABLE DEL PROCESO

Ing. Fernanda Cuenca Carpio, DIRECTORA DE COMUNICACIÓN ENCARGADA

5. DISPARADOR

Estatuto Orgánico del GADMSD, requerimientos de las unidades, satisfacción a demanda de los medios de comunicación, cumplimiento de ordenanzas.

6. SUBPROCESOS

SUBDIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL

7. ENTRADAS

ELABORACIÓN, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Requerimiento de Comunicación Social a las unidades organizacionales del GAD.

COORDINACIÓN, ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE ACTOS INSTITUCIONALES

Agenda diaria aprobada por Alcaldía

COORDINACIÓN, ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE RUEDA DE PRENSA

Propuesta de temas de rueda de prensa

GENERACIÓN DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

Memorando de designación de fuentes periodísticas a los comunicadores

EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

Propuesta de campaña aprobada por Alcaldía

8. SALIDAS

ELABORACIÓN, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Plan de Comunicación Institucional

COORDINACIÓN, ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE ACTOS INSTITUCIONALES

Reporte de cumplimiento de actos institucionales

COORDINACIÓN, ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE RUEDA DE PRENSA

Reporte de Rueda de prensa

GENERACIÓN DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

Comunicados de prensa-monitoreo de medios

EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

Productos comunicacionales (impresos y audiovisuales)

9. TIPO DE USUARIO

INTERNOS	EXTERNOS
Unidades del GAD Municipal, Servidores del GAD Municipal, Empresas y entidades adscritas del Municipio.	Entidades del sector público, usuarios, ciudadanía en general.

10. CONTROLES

Para establecer los controles consideramos los requisitos legales y los requisitos internos que nos permiten la ejecución del proceso:

Requisitos legales: Constitución de la República, COOTAD, Ley de Comunicación, LOSEP, Reglamento LOSEP

Requisitos Internos: Estatuto Orgánico, Ordenanzas Municipales, Resoluciones de Alcaldía, POA Reglamentos internos.

11. RECURSOS

Proceso Comunicación:

- Profesionales con experiencia en generación de información (comunicadores).
- Profesionales en diseño y producción de video.
- Manejo de equipos de cómputo, cámaras de video y fotografía.
- Vehículo para recorrido de obras.

12. GLOSARIO DE TÉRMINOS

TÉRMINOS	DEFINICIÓN
COOTAD	Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización
LOSEP	Ley Orgánica de Servicio Público
POA	Plan Operativo Anual

13. DIAGRAMAS DE FLUJO DEL PROCESO

Los diagramas de flujo del proceso se encuentran anexos en la Ficha Técnica del Proceso.

14. RIESGOS OPERATIVOS DEL PROCESO

Los riesgos operativos del proceso se encuentran identificados en la Matriz de Administración de Riesgos de la Unidad.

15. INDICADORES DE GESTIÓN DEL PROCESO

Los indicadores se encuentran detallados en la Ficha Técnica del Proceso.

16. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS

PROCEDIMIENTO 1: ELABORACIÓN, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL				
N.	ACTIVIDAD	ROL	DESCRIPCIÓN	DOCUMENTO
1	Elaborar el requerimiento de proyectos	Director de Comunicación	El Director hace requerimiento a través de memorando a las unidades del GADMS para que presenten sus proyectos y necesidades de difusión.	Memorando

2	Remitir requerimientos	Direcciones del GAD	Las direcciones municipales remiten sus proyectos que requieren difusión	
3	Recibir requerimientos	Asistente Administrativo	La Asistente Administrativo recibe requerimientos	
4	Consolidar los requerimientos	Director de Comunicación	El Director recibe, analiza y consolida requerimiento.	
5	Elaborar y socializar el Plan de Comunicación	Director de Comunicación	El Director elabora y socializa junto con personal de la dirección el Plan de Comunicación	Plan de Comunicación
6	Aprobar el plan	Alcalde	El Alcalde conoce el Plan de Comunicación y lo aprueba o desaprueba Si no aprueba? Devuelve tramite a la tarea 5 Si aprueba ? Continúa a la tarea 7	
7	Coordinar la ejecución del plan	Director de Comunicación	El Director coordina la ejecución de actividades con personal para el cumplimiento del Plan aprobado.	
8	Ejecutar las actividades	Analista y comunicadores	Analista y comunicadores sociales coordinan y ejecutan actividades del Plan de Comunicación	Reporte de monitoreo de medios
9	Evaluar y retroalimentar actividades del Plan	Director de Comunicación	Director evalúa y retroalimenta actividades del Plan de Comunicación.	

PROCEDIMIENTO 2: COORDINACIÓN, ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE ACTOS INSTITUCIONALES

N.	ACTIVIDAD	ROL	DESCRIPCIÓN	DOCUMENTO
1	Enviar la agenda de la Alcaldía	Coordinador de Alcaldía	La Coordinación de Despacho de Alcaldía comunica la ejecución de actividades programadas, en	Agenda digital

			función de la agenda de Alcaldía	
2	Coordinar y disponer la ejecución del acto	Director de Comunicación	El Director conoce, coordina y dispone la ejecución del acto	Agenda digital con responsabilidades
3	Coordinar la ejecución del acto	Analista y comunicadores	El Analista y Comunicadores sociales coordinan la ejecución del acto.	Orden del programa y ayuda memoria
4	Ejecutar actividades	Analista y comunicadores	El Analista y comunicadores sociales realizan conducción del evento, cobertura de acto y elaboran contenidos de prensa, materiales audio visuales y redes sociales.	Contenidos de prensa Fotografías Videos
5	Elaborar el reporte del evento	Analista y comunicadores	El Analista y comunicadores realizan reporte del evento realizado	Reporte del evento
6	Sumillar reporte	Director de Comunicación	Director conoce y sumilla reporte, plantea correctivos de ser necesario.	

PROCEDIMIENTO 3: COORDINACIÓN, ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE RUEDA PRENSA				
N.	ACTIVIDAD	ROL	DESCRIPCIÓN	DOCUMENTO
1	Proponer temas de rueda de prensa	Director de Comunicación	El Director propone al Alcalde temas de la rueda de prensa	
2	Revisar y aprobar	Alcalde	La Alcaldía revisa temas y aprueba o desaprueba Si no aprueba? Devuelve tramite a la tarea 1 Si aprueba ? Continúa a la tarea 3	
3	Coordinar y disponer ejecución de actividad	Director de Comunicación	El Director coordina y dispone ejecución de la rueda de prensa	
4	Realizar ayuda memoria e invitación	Analista y comunicadores sociales	El Analista y comunicadores sociales elaboran	Ayuda memoria Invitaciones

			ayuda memoria e invitaciones	
5	Moderar Rueda de Prensa	Analista de Comunicación	El Analista de Comunicación dirige la rueda de prensa	Orden de participación de periodistas
6	Elaborar contenidos	Comunicadores Sociales	Comunicadores Sociales y Asistente de Comunicación elaboran contenidos de prensa, productos audio visuales y redes sociales, los mismos que son revisados y aprobados por el Director.	Contenidos Productos audiovisuales Reporte

PROCEDIMIENTO 4: GENERACIÓN DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL				
N.	ACTIVIDAD	ROL	DESCRIPCIÓN	DOCUMENTO
1	Designar fuentes de información	Director de Comunicación	El Director hace la designación de fuentes y directrices generales a través de memorando	Memorando
2	Investigar y recopilar información	Analista y Comunicadores	El Analista y Comunicadores Sociales investigan y recopilan información	
3	Revisar información	Analista de Comunicación	El Analista de Comunicación revisa comunicados de prensa y contenidos, vía digital	
4	Aprobar información	Director de Comunicación	El Director revisa y aprueba comunicados y contenidos para redes Si no aprueba? Devuelve tramite a la tarea 3 Si aprueba ? Continúa a la tarea 5	
5	Enviar información a los medios	Comunicador y Analista de	El Comunicador y Analista de	Comunicado de prensa, contenidos

		Comunicación	Comunicación envían la información a medios, redes sociales y a pág. web, con soporte audio visual.	y audiovisuales.
6	Realizar el monitoreo de medios	Comunicadores sociales, analista y asistentes	Los Comunicadores sociales, analista y asistentes de comunicación social monitorean difusión en los medios y elaboran reporte diario.	Reporte de monitoreo
7	Conocer monitoreo	Director de Comunicación	El Director conoce monitoreo y pone en conocimiento de Alcaldía y coordinadores.	Archivo digital
8	Recibir monitoreo	Alcalde	Alcalde conoce el monitoreo	

PROCEDIMIENTO 5: EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS (PROCESOS DE CONTRATACIÓN)

N.	ACTIVIDAD	ROL	DESCRIPCIÓN	DOCUMENTO
1	Elaborar proyecto	Director de Comunicación	El Director en coordinación con Analista de Comunicación y comunicadores elaboran proyecto de campaña en función del Plan de Comunicación.	Proyecto
2	Elaborar informe de necesidad, Términos de Referencia, estudio de mercado	Analista y/o comunicador	Analista y/o comunicador elaboran informe de necesidad, Términos de Referencia, estudio de mercado	Informe de necesidad, Términos de Referencia, estudio de mercado
3	Aprobar documentos	Director de Comunicación	El Director aprueba los documentos. Si no aprueba? Devuelve tramite a la tarea 2 Si aprueba ? Continúa a la tarea 4	
4	Solicitar disponibilidad presupuestaria	Director de Comunicación	El Director solicitar a la Dirección Financiera la	memorando



Man



			disponibilidad presupuestaria	
5	Emitir disponibilidad presupuestaria	Directora Financiera	La Dirección Financiera emite disponibilidad presupuestaria	Disponibilidad presupuestaria
6	Solicitar autorización para proceso de contratación	Director de Comunicación	El Director solicita a la Alcaldía autorización para el inicio del proceso de contratación	Memorando
7	Autorizar inicio de contratación	Alcalde	El Alcalde autoriza el inicio del proceso de contratación.	
8	Ejecutar etapa precontractual y contrato	Directora de Compras Pública	La Dirección de Compras Pública ejecuta etapa precontractual y contrato	Contrato
9	Ejecutar proyecto	Director de Comunicación	El Director coordina y ejecuta el proyecto	
10	Realizar la orden de trabajo	Director de Comunicación	El Director emite orden de trabajo	Orden de trabajo
11	Certificar cumplimiento del servicio contratado	Analista y comunicadores	El Analista y comunicadores emiten certificación de cumplimiento del servicio contratado y elabora acta de entrega recepción	Acta de entrega recepción
12	Solicitar pago	Director de Comunicación	El Director solicita pago respectivo a proveedor	Orden de pago
13	Procesar pagos	Directora Financiera	La Dirección Financiera procede con el proceso de pago	

17. CRONOGRAMA

PROCEDIMIENTO	TIEMPO	FRECUENCIA	VIGENCIA
1.- Elaboración, ejecución y evaluación del plan de comunicación institucional	30 días	Al menos una vez al año	1 año
2.- Coordinación y organización de actos institucionales			
2.1. Coordinar ejecución del acto, invitaciones, ayuda memoria, elaboración del programa y ejecución del mismo.	2 días	Al menos una vez a la semana	1 día
3.- Coordinación, organización y			

ejecución de ruedas de prensa			
3.1 Análisis de temas y propuesta de rueda de prensa, ayuda memoria para alcaldía, 3.2 Invitaciones, organización protocolaria, conducción de acto institucional.	1 día	Al menos una vez al mes	1 día
4.- Generación de información institucional			
4.1. Obtener información de acuerdo a las fuentes, elaborar comunicado de prensa, distribuir a los medios y subir a la página web y redes sociales, monitoreo de medios.	4 horas	Al menos una vez al día	1 día
5.- Ejecución de campañas publicitarias			
5.1. Crear la necesidad, términos de referencia, diseño de productos, órdenes de trabajos, certificación de cumplimiento.	75 días	Al menos una vez al año	1 año

18. RESPONSABILIDADES EN EL PROCESO

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
Elaboración, ejecución y evaluación del plan de comunicación institucional	Director de Comunicación
Coordinación, organización y ejecución de actos institucionales	Director de Comunicación
Coordinación, organización y ejecución de rueda de prensa	Analistas de Comunicación
Generación de información institucional	Analista y comunicadores
Ejecución de campañas publicitarias	Director, Analista y comunicadores

19. NIVEL DE AUTORIDAD

Servidor / Funcionario	Acción (Responsable)
Director	Firma documentos de salida Dispone funciones a los subalternos Sumilla documentos para su direccionamiento Aprueba TDR's Administra contratos Delega acciones por escrito Autoriza permisos a sus subalternos Autoriza los cambios en los requisitos del servicio

Analista de Comunicación Social Senior	Impulsa campañas promocionales Programa y supervisa actividades de recopilación, diseño y diagramación de los productos de comunicación social, escritos o audiovisuales. Coordina ruedas de prensa. Manejo de página WEB
Comunicador Social	Investigar, recolectar información y difundirla sobre las obras y proyectos Recopilar, clasificar y dar a conocer a las autoridades del GAD-M-SD, sobre información audiovisual y noticias difundidas en la colectividad concerniente a las actividades, de interés municipal. Mantener contactos y relaciones con los medios de comunicación locales y nacionales para fomentar el diálogo social
Asistente Administrativo	Asistir mediante el apoyo secretarial a comités, juntas y cuerpos colegiados. Redactar comunicaciones de rutina, revisar y documentar las respuestas de los procesos que se generen en la unidad Realizar el seguimiento de procesos, actividades en las diferentes unidades y sistemas implementados para la gestión documental Asistir a los servidores y directivos en la ejecución de proyectos, programas e iniciativas a cargo de la unidad organizacional.

20. REQUISITOS DEL SERVICIO

Los requisitos del servicio se encuentran descritos en el formulario CAL-D-08, dentro del aplicativo del Sistema de Calidad.

21. SERVICIO NO CONFORME

PROCEDIMIENTO	SERVICIO NO CONFORME
Plan de Comunicación Institucional	Desarrollado con información errónea
Actos institucionales	Mal desarrollado el orden del día
Comunicados de prensa	Elaborado con información errónea
Productos comunicacionales impresos	Productos desarrollados con información errónea
Productos comunicacionales audiovisuales	Productos desarrollados con información errónea

Monitoreo de radio, prensa y televisión de la información institucional	Cuando supere las 3 horas para su entrega
Ayuda memoria	Con información incompleta
Rueda de prensa	Sin la suficiente apertura a los medios

22. OPORTUNIDADES DE MEJORA

Capacitación al personal de la Dirección de Comunicación sobre las diferentes herramientas de uso audiovisual para redes sociales.

OPORTUNIDAD DE MEJORA	RESPONSABLE	RECURSOS	PRODUCTO ESPERADO	PLAZO
Diferentes herramientas de uso audiovisual para redes sociales.	Ing. Nataly Mayorga Directora de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Humano Proyector 	Personal capacitado en redes sociales.	Agosto 2024

23. PLAN DE COMUNICACIÓN

PROCESO / PRODUCTO	TIEMPO PARA COMUNICACIÓN	UNIDAD A COMUNICAR	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	RESPONSABLE
<ul style="list-style-type: none"> Qué comunicar 	<ul style="list-style-type: none"> Cuándo comunicar 	<ul style="list-style-type: none"> A quién comunicar 	<ul style="list-style-type: none"> Cómo comunicar 	<ul style="list-style-type: none"> Quién comunica
ELABORACIÓN, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL / Plan de Comunicación Institucional	Una vez elaborado y aprobado el Plan	A la máxima autoridad, directivos y personal del GADSD.	Memorando	Director de Comunicación Social
COORDINACIÓN, ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE ACTOS INSTITUCIONALES / Actos institucionales	Con anticipación a la realización del Acto Institucional	Personal del GADMSD Medios de comunicación	Correo electrónico redes sociales, whatsapp	Director Analista responsable del acto institucional

		Ciudadanía en general		
COORDINACIÓN, ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE RUEDA DE PRENSA Rueda de prensa	Con anticipación a la realización de la Rueda de Prensa y después del evento.	Personal involucrado del GADMSD Medios de comunicación Ciudadanía en general.	Correo electrónico redes sociales, whatsapp	Director Analista responsable
GENERACIÓN DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL Comunicados de prensa y contenidos	Una vez aprobada la información	Personal del GADMSD Medios de comunicación Ciudadanía en general	Correo electrónico redes sociales, whatsapp	Director Analista y comunicadores responsables.
EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS Productos comunicacionales	Una vez aprobados los productos comunicacionales	Personal del GADMSD Medios de comunicación Ciudadanía en general	Correo electrónico redes sociales, whatsapp	Director Analista y comunicadores responsables

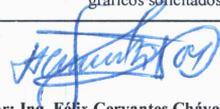
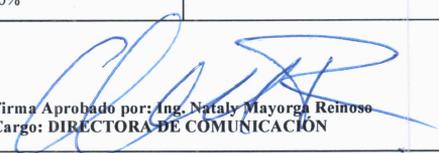
24. ANEXOS

Se anexa al presente documento la Ficha Técnica del Proceso.

Firma Aprobado por:  Ing. Nataly Mayorga Reinoso DIRECTORA DE COMUNICACIÓN	Firma Elaborado por:  Lcdo. Félix Vivanco Rojas ANALISTA DE COMUNICACIÓN SENIOR
--	--

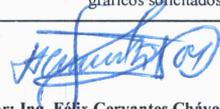
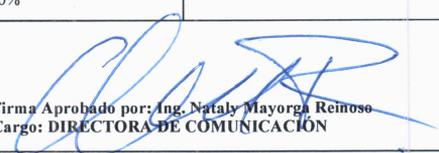


	FICHA TÉCNICA DE PROCESO		Código	DC-F-01
	PROCESO: DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN		Versión :	1,0
			Elaborado por:	Ledo. Félix Vivanco Rojas Analista de Comunicación Senior
			Revisado por:	Dirección de Gestión de la Calidad y Procesos
			Aprobado por :	Ing. Nataly Mayorga Reinoso Directora de Comunicación
		Fecha de aprobación :	04/07/2024	
ENTRADA		SALIDA		
ELABORACIÓN, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN DEL GADMSD				
Requerimiento de Comunicación Social a las unidades organizacionales del GAD.		Plan de Comunicación Institucional		
COORDINACIÓN, ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE ACTOS INSTITUCIONALES				
Agenda diaria aprobada por Alcaldía		Reporte de actos institucionales		
COORDINACIÓN, ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE RUEDA DE PRENSA				
Propuesta de temas de rueda de prensa		Reporte de Rueda de prensa		
GENERACIÓN DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL				
Memorando de designación de fuentes periodísticas a los comunicadores		Comunicados y contenidos de prensa -monitoreo de medios		
EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS				
Propuesta de campaña aprobada por Alcaldía		Productos comunicacionales (impresos y audiovisuales)		
DESARROLLO Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES				
Requerimiento de la Unidad de Comunicación Social del GAD.		Plan de productos audiovisuales		
ELABORACIÓN DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES PARA LA EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS INSTITUCIONALES				
Agenda diaria de la Dirección de Comunicación. Petición de productos audiovisuales por parte de las direcciones del GAD.		Videos para su difusión en medios		
DISEÑOS GRÁFICOS DE PRODUCTOS COMUNICACIONALES PARA LA EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS INSTITUCIONAL				
Agenda diaria de la Dirección de Comunicación. Petición de productos audiovisuales por parte de las direcciones del GAD.		Diseño gráfico para su difusión en medios		
GENERACIÓN DE ENCUESTAS PARA CONOCER LA PERCEPCIÓN SOCIAL ACERCA DE LA IMAGEN MUNICIPAL				
Petición de reportes por parte de la Dirección de Comunicación acerca del monitoreo ciudadano para conocer el grado de imagen institucional.		Reporte de encuestas		
No.	PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE	ÁREA	
1	Elaboración, ejecución y evaluación del plan estratégico de comunicación del GADMSD	DIRECTORA DE COMUNICACIÓN	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN	
2	Coordinación, organización y ejecución de actos institucionales	DIRECTORA DE COMUNICACIÓN	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN	
3	Coordinación, organización y ejecución de rueda de prensa	ANALISTA DE COMUNICACIÓN	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN	
4	Generación de información institucional	ANALISTA Y COMUNICADORES	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN	
5	Ejecución de campañas publicitarias	DIRECTORA, ANALISTA Y COMUNICADORES	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN	
6	Desarrollo y ejecución del plan de productos audiovisuales	SUBDIRECTOR	SUBDIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN E IMAGEN MUNICIPAL	
7	Elaboración de productos audiovisuales para la ejecución de campañas publicitarias institucionales	ANALISTAS DE COMUNICACIÓN	SUBDIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN E IMAGEN MUNICIPAL	
8	Diseños gráficos de productos comunicacionales para la ejecución de campañas publicitarias institucionales	ANALISTAS DE COMUNICACIÓN	SUBDIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN E IMAGEN MUNICIPAL	
9	Generación de encuestas para conocer la percepción social acerca de la imagen municipal	ANALISTAS DE COMUNICACIÓN	SUBDIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN E IMAGEN MUNICIPAL	
INFORMACIÓN DOCUMENTADA DEL PROCESO		CONTROLES		
DOCUMENTOS EXTERNOS				
Cootad		Registro Oficial		
Ley Orgánica de Comunicación		Registro Oficial		
Reglamento a la Ley de Comunicación		Registro Oficial		
Ordenanzas		Página municipal		
DOCUMENTOS INTERNOS				
Estatuto Orgánico por Procesos		Página municipal		
Código de Ética		Página municipal		
Resoluciones de Alcaldía		Página municipal		
Plan de Comunicación Institucional		Archivo interno		
RECURSOS				
HUMANOS		SOFTWARE	EQUIPAMIENTO	
Directora de Comunicación (1)		OPEN OFICCE	PCs (7)	
Analista en Comunicación Social senior (1)		Ilustrador	Teléfonos (1)	
Comunicadores Sociales (5)		Photo Shop	Equipo de amplificación (1)	
Asistente Administrativo (1)		Lightroom	Impresora multifuncional (1)	
		Office Mac	Equipo de luces (2)	
		Windows	Filmadoras (2)	
		Adobe Audition	Cámaras fotográficas (2)	
		SIGEPRO	Imac (3)	
INDICADOR OPERATIVO	INDICADOR DE CALIDAD		CAP (CRITERIO ACEPTABLE DEL PROCESO)	
	TÁCTICOS Y ESTRATÉGICOS			
# Total de informaciones monitoreadas en medios de comunicación, mensual	N/A		N/A	
Número de actos institucionales realizados, al mes	Nombre: % de cumplimiento de actos institucionales		Mínimo de cumplimiento el 80% de Actos Institucionales	
Número de actos institucionales planificados, al mes	Formula: (Número de actos institucionales realizados, al mes / Número de actos institucionales planificados, al mes) x 100%			

Número de difusiones contratadas para prensa, radio, televisión y redes sociales, al mes	Nombre: % de cumplimiento de difusión contratada para prensa, radio, TV y redes sociales	Mínimo de cumplimiento el 80% de difusiones realizadas
Número de difusiones realizadas para prensa, radio, televisión y redes sociales, al mes	Formula: (Número de difusiones realizadas para prensa, radio, TV y redes sociales, al mes / Número de difusiones contratadas para prensa, radio, TV y redes sociales, al mes) x 100%	
Número de ruedas de prensa realizadas, al mes	Nombre: % de cumplimiento de Ruedas de Prensa	Mínimo de cumplimiento el 80% de Ruedas de Prensa
Número de ruedas de prensa planificadas, al mes	Formula: (Número de ruedas de prensa realizadas, al mes / Número de ruedas de prensa planificadas, al mes) x 100%	
Número de comunicados de prensa realizados, al mes	Nombre: % de cumplimiento de comunicados de prensa, al mes	Mínimo de cumplimiento el 80% de Comunicados de Prensa
Número de comunicados de prensa planificados, al mes	Formula: (Número de comunicados de prensa realizados, al mes / Número de comunicados de prensa planificados, al mes) x 100%	
Número de productos audiovisuales realizados al mes	Nombre: % de cumplimiento de productos audiovisuales	No menor al 75% de cumplimiento en productos audiovisuales
Número de productos audiovisuales solicitados al mes	Formula: (Número de productos audiovisuales realizados al mes / Número de productos audiovisuales solicitados al mes) x 100%	
Número de diseños gráficos realizados al mes	Nombre: % de cumplimiento de diseños gráficos	No menor al 75% de cumplimiento en diseños gráficos
Número de diseños gráficos solicitados al mes	Formula: (Número de diseños gráficos realizados al mes / Número de diseños gráficos solicitados al mes) x 100%	
 Firma Elaborado por: Ledo. Félix Vivanco Rojas Cargo: ANALISTA DE COMUNICACIÓN SENIOR		
 Firma Revisado por: Ing. Félix Cervantes Chávez Cargo: Analista de Procesos		
 Firma Aprobado por: Ing. Nataly Mayorga Reinoso Cargo: DIRECTORA DE COMUNICACIÓN		

CONTROL DE CAMBIOS		
Version	Fecha	Descripción de la modificación
1.0	28/03/2024	Versión inicial conforme Instructivo del Manual de Procesos de la Subsecretaría de Calidad en el Servicio Público

	FICHA TÉCNICA DE PROCESO		Código	DC-F-01
	PROCESO: DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN		Versión :	1,0
			Elaborado por:	Ledo. Félix Vivanco Rojas Analista de Comunicación Senior
			Revisado por:	Dirección de Gestión de la Calidad y Procesos
			Aprobado por :	Ing. Nataly Mayorga Reinoso Directora de Comunicación
		Fecha de aprobación :	04/07/2024	
ENTRADA		SALIDA		
ELABORACIÓN, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN DEL GADMSD				
Requerimiento de Comunicación Social a las unidades organizacionales del GAD.		Plan de Comunicación Institucional		
COORDINACIÓN, ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE ACTOS INSTITUCIONALES				
Agenda diaria aprobada por Alcaldía		Reporte de actos institucionales		
COORDINACIÓN, ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE RUEDA DE PRENSA				
Propuesta de temas de rueda de prensa		Reporte de Rueda de prensa		
GENERACIÓN DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL				
Memorando de designación de fuentes periodísticas a los comunicadores		Comunicados y contenidos de prensa -monitoreo de medios		
EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS				
Propuesta de campaña aprobada por Alcaldía		Productos comunicacionales (impresos y audiovisuales)		
DESARROLLO Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES				
Requerimiento de la Unidad de Comunicación Social del GAD.		Plan de productos audiovisuales		
ELABORACIÓN DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES PARA LA EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS INSTITUCIONALES				
Agenda diaria de la Dirección de Comunicación. Petición de productos audiovisuales por parte de las direcciones del GAD.		Videos para su difusión en medios		
DISEÑOS GRÁFICOS DE PRODUCTOS COMUNICACIONALES PARA LA EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS INSTITUCIONAL				
Agenda diaria de la Dirección de Comunicación. Petición de productos audiovisuales por parte de las direcciones del GAD.		Diseño gráfico para su difusión en medios		
GENERACIÓN DE ENCUESTAS PARA CONOCER LA PERCEPCIÓN SOCIAL ACERCA DE LA IMAGEN MUNICIPAL				
Petición de reportes por parte de la Dirección de Comunicación acerca del monitoreo ciudadano para conocer el grado de imagen institucional.		Reporte de encuestas		
No.	PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE	ÁREA	
1	Elaboración, ejecución y evaluación del plan estratégico de comunicación del GADMSD	DIRECTORA DE COMUNICACIÓN	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN	
2	Coordinación, organización y ejecución de actos institucionales	DIRECTORA DE COMUNICACIÓN	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN	
3	Coordinación, organización y ejecución de rueda de prensa	ANALISTA DE COMUNICACIÓN	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN	
4	Generación de información institucional	ANALISTA Y COMUNICADORES	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN	
5	Ejecución de campañas publicitarias	DIRECTORA, ANALISTA Y COMUNICADORES	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN	
6	Desarrollo y ejecución del plan de productos audiovisuales	SUBDIRECTOR	SUBDIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN E IMAGEN MUNICIPAL	
7	Elaboración de productos audiovisuales para la ejecución de campañas publicitarias institucionales	ANALISTAS DE COMUNICACIÓN	SUBDIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN E IMAGEN MUNICIPAL	
8	Diseños gráficos de productos comunicacionales para la ejecución de campañas publicitarias institucionales	ANALISTAS DE COMUNICACIÓN	SUBDIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN E IMAGEN MUNICIPAL	
9	Generación de encuestas para conocer la percepción social acerca de la imagen municipal	ANALISTAS DE COMUNICACIÓN	SUBDIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN E IMAGEN MUNICIPAL	
INFORMACIÓN DOCUMENTADA DEL PROCESO		CONTROLES		
DOCUMENTOS EXTERNOS				
Cootad		Registro Oficial		
Ley Orgánica de Comunicación		Registro Oficial		
Reglamento a la Ley de Comunicación		Registro Oficial		
Ordenanzas		Página municipal		
DOCUMENTOS INTERNOS				
Estatuto Orgánico por Procesos		Página municipal		
Código de Ética		Página municipal		
Resoluciones de Alcaldía		Página municipal		
Plan de Comunicación Institucional		Archivo interno		
RECURSOS				
HUMANOS		SOFTWARE	EQUIPAMIENTO	
Directora de Comunicación (1)		OPEN OFICCE	PCs (7)	
Analista en Comunicación Social senior (1)		Ilustrador	Teléfonos (1)	
Comunicadores Sociales (5)		Photo Shop	Equipo de amplificación (1)	
Asistente Administrativo (1)		Lightroom	Impresora multifuncional (1)	
		Office Mac	Equipo de luces (2)	
		Windows	Filmadoras (2)	
		Adobe Audition	Cámaras fotográficas (2)	
		SIGEPRO	Imac (3)	
INDICADOR OPERATIVO		INDICADOR DE CALIDAD		CAP (CRITERIO ACEPTABLE DEL PROCESO)
		TÁCTICOS Y ESTRATÉGICOS		
# Total de informaciones monitoreadas en medios de comunicación, mensual		N/A		N/A
Número de actos institucionales realizados, al mes		Nombre: % de cumplimiento de actos institucionales		Mínimo de cumplimiento el 80% de Actos Institucionales
Número de actos institucionales planificados, al mes		Formula: (Número de actos institucionales realizados, al mes / Número de actos institucionales planificados, al mes) x 100%		

Número de difusiones contratadas para prensa, radio, televisión y redes sociales, al mes	Nombre: % de cumplimiento de difusión contratada para prensa, radio, TV y redes sociales	Mínimo de cumplimiento el 80% de difusiones realizadas
Número de difusiones realizadas para prensa, radio, televisión y redes sociales, al mes	Formula: (Número de difusiones realizadas para prensa, radio, TV y redes sociales, al mes / Número de difusiones contratadas para prensa, radio, TV y redes sociales, al mes) x 100%	
Número de ruedas de prensa realizadas, al mes	Nombre: % de cumplimiento de Ruedas de Prensa	Mínimo de cumplimiento el 80% de Ruedas de Prensa
Número de ruedas de prensa planificadas, al mes	Formula: (Número de ruedas de prensa realizadas, al mes / Número de ruedas de prensa planificadas, al mes) x 100%	
Número de comunicados de prensa realizados, al mes	Nombre: % de cumplimiento de comunicados de prensa, al mes	Mínimo de cumplimiento el 80% de Comunicados de Prensa
Número de comunicados de prensa planificados, al mes	Formula: (Número de comunicados de prensa realizados, al mes / Número de comunicados de prensa planificados, al mes) x 100%	
Número de productos audiovisuales realizados al mes	Nombre: % de cumplimiento de productos audiovisuales	No menor al 75% de cumplimiento en productos audiovisuales
Número de productos audiovisuales solicitados al mes	Formula: (Número de productos audiovisuales realizados al mes / Número de productos audiovisuales solicitados al mes) x 100%	
Número de diseños gráficos realizados al mes	Nombre: % de cumplimiento de diseños gráficos	No menor al 75% de cumplimiento en diseños gráficos
Número de diseños gráficos solicitados al mes	Formula: (Número de diseños gráficos realizados al mes / Número de diseños gráficos solicitados al mes) x 100%	
 Firma Elaborado por: Ledo. Félix Vivanco Rojas Cargo: ANALISTA DE COMUNICACIÓN SENIOR		
 Firma Revisado por: Ing. Félix Cervantes Chávez Cargo: Analista de Procesos		
 Firma Aprobado por: Ing. Nataly Mayorga Reinoso Cargo: DIRECTORA DE COMUNICACIÓN		

CONTROL DE CAMBIOS		
Version	Fecha	Descripción de la modificación
1.0	28/03/2024	Versión inicial conforme Instructivo del Manual de Procesos de la Subsecretaría de Calidad en el Servicio Público