

# Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional



## DIRECCIÓN EJECUTIVA

## DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

## ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES

## MANUAL DE SUBPROCESOS

**MACROPROCESO:** GESTIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
**PROCESO:** GESTIÓN DE PUBLICIDAD Y MARKETING  
**CÓDIGO:** GCS-PA-02-03

## 1. CUADRO DE FIRMAS

RESPONSABLES	NOMBRE	CARGO	FIRMA
<b>APROBADO POR:</b>	Jhon De Mora	Director Ejecutivo	
<b>REVISADO POR:</b>	Fabricio Flores	Director de Comunicación Social	
	Andrés Vargas	Directora de Planificación y Gestión Estratégica	
<b>ELABORADO POR:</b>	Daniela Guerrero	Asistente de Comunicación	
	Bryan Cadabid	Analista de Promoción de Centro Operativo	
	Gabriela Mediavilla	Analista de Planificación y Gestión Estratégica	

<b>Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional</b>  REPÚBLICA DEL ECUADOR	<b>ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES</b>	<b>Código:</b> GCS-PA-02-03
		<b>Versión:</b> 4.0
		<b>Página:</b> 3 de 11

## 2. HISTORIAL DE CAMBIOS

VERSIÓN	DETALLE	FECHA
1.0	Creación de manual	11/07/2013
2.0	Exclusión de la red social LinkedIn por requerimiento de la Dirección de Comunicación Social	10/02/2014
3.0	<p>Actualización de Manual de Procedimientos de acuerdo al cronograma aprobado por la Dirección Ejecutiva.</p> <p>Se agregaron los puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2.3. Disparador del subproceso</li> <li>2.4. Entradas del subproceso</li> <li>2.5. Productos/servicios del subproceso</li> <li>2.6. Tipo de subproceso</li> <li>2.9. Tipo de cliente</li> <li>2.10. Proveedores</li> </ul> <p>Se actualizaron las actividades</p> <p>Se rediseño los diagramas de flujos</p> <p>Se actualiza el logo de la Institución</p>	26/02/2020
4.0	<p>Actualización del subproceso conforme nueva arquitectura documental.</p> <p>Se actualiza:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Caracterización del Proceso</li> <li>- Alcance</li> <li>- Entradas</li> <li>- Indicador</li> <li>- Políticas</li> <li>- Diagrama de flujo</li> <li>- Descripción de Actividades</li> <li>- Se incluye Mapa de Interrelación de procesos</li> </ul>	Mayo-2025

### 3. CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO

<b>Tipo de Proceso</b>	Gobernantes <input type="checkbox"/> Sustantivos <input type="checkbox"/> Adjetivos <input checked="" type="checkbox"/>					
<b>Objetivo</b>	Administrar la presencia y posicionamiento de la institución en las redes sociales, dar atención directa y rápida a los ciudadanos para cubrir sus necesidades y afianzar las relaciones con los usuarios de las redes.					
<b>Responsable</b>	Director(a) de Comunicación Social					
<b>Alcance</b>	El subproceso inicia con el levantamiento de las campañas en redes sociales y la publicación de cada una de estas, después se realiza el seguimiento a las publicaciones e interacción de los ciudadanos en las redes sociales; termina con las respuestas y generación de informes, revisados y aprobados por el Director de Comunicación.					
<b>Disparador</b>	Subproceso "Gestión del Plan Estratégico de Comunicación".					
<b>Proveedores</b>	<b>Entradas</b>		<b>Subproceso</b>		<b>Salidas</b>	<b>Usuarios/as</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Entidades gubernamentales</li> <li>Secretaría General de Comunicación de la Presidencia de la República.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Disposición del Director (a) de Comunicación Social para el levantamiento de campañas en redes sociales.</li> </ul>	➔	<ul style="list-style-type: none"> <li>Administración de redes sociales.</li> </ul>	➔	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informes de engagement y seguidores en redes sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Internos: funcionarios de la institución.</li> <li>Externos: ciudadanía en general.</li> </ul>
↓						
<b>DOCUMENTOS Y REQUISITOS APLICABLES</b>						
<b>Normativa Aplicable</b>					<b>Registros</b>	

**Copia Controlada:** Se considera copia controlada a los documentos vigentes que reposan en el Portal SGC de la Institución. Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia.

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Estatuto Orgánico del SECAP</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ N/A</li> </ul>	
INDICADORES			
Nombre	Descripción	Meta	Frecuencia
Número de campañas digitales para redes sociales implementadas	Este indicador mide la elaboración de campañas comunicacionales en redes sociales (Facebook, X e Instagram) del Secap, con la finalidad de alcanzar el incremento de seguidores, alcance e interacciones para los productos generados en cada campaña.	100%	TRIMESTRAL
	Método de Cálculo	Línea Base	Fuente de medición
	Sumatoria de campañas	100%	Gestión de Comunicación Social
RECURSOS			
Humanos	Técnicos, Tecnológicos	Infraestructura	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Director (a) de Comunicación Social</li> <li>▪ Analista de Comunicación Social</li> <li>▪ Asistente de Comunicación Social</li> <li>▪ Director Nacional o Zonal</li> <li>▪ Analistas de Centros Operativos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sistema Gobierno por Resultados GPR</li> <li>▪ Paquete de Microsoft Office</li> <li>▪ Computador</li> <li>▪ Impresora</li> <li>▪ Teléfono</li> <li>▪ Internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Estación de trabajo</li> <li>▪ Sala de reuniones</li> <li>▪ Coberturas</li> </ul>	
RIESGOS			
El análisis de riesgos del proceso se encuentra identificado y se puede evidenciar en la herramienta GPR: FCE1: Objetivos Operativos - Mapa de Riesgos.			

**Copia Controlada:** Se considera copia controlada a los documentos vigentes que reposan en el Portal SGC de la Institución. Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia.

## DICCIONARIO

### Definiciones

- **Administración de redes sociales:** acción de administrar la presencia de la Institución dentro de las redes sociales. Manejar la imagen, las campañas de posicionamiento y las opiniones generadas en el ámbito de las redes sociales, interactuando con los usuarios de dichos medios, informando o contestando inquietudes de los mismos. Es darle el dinamismo que necesita la Institución en Internet para hacerla atractiva a los usuarios.

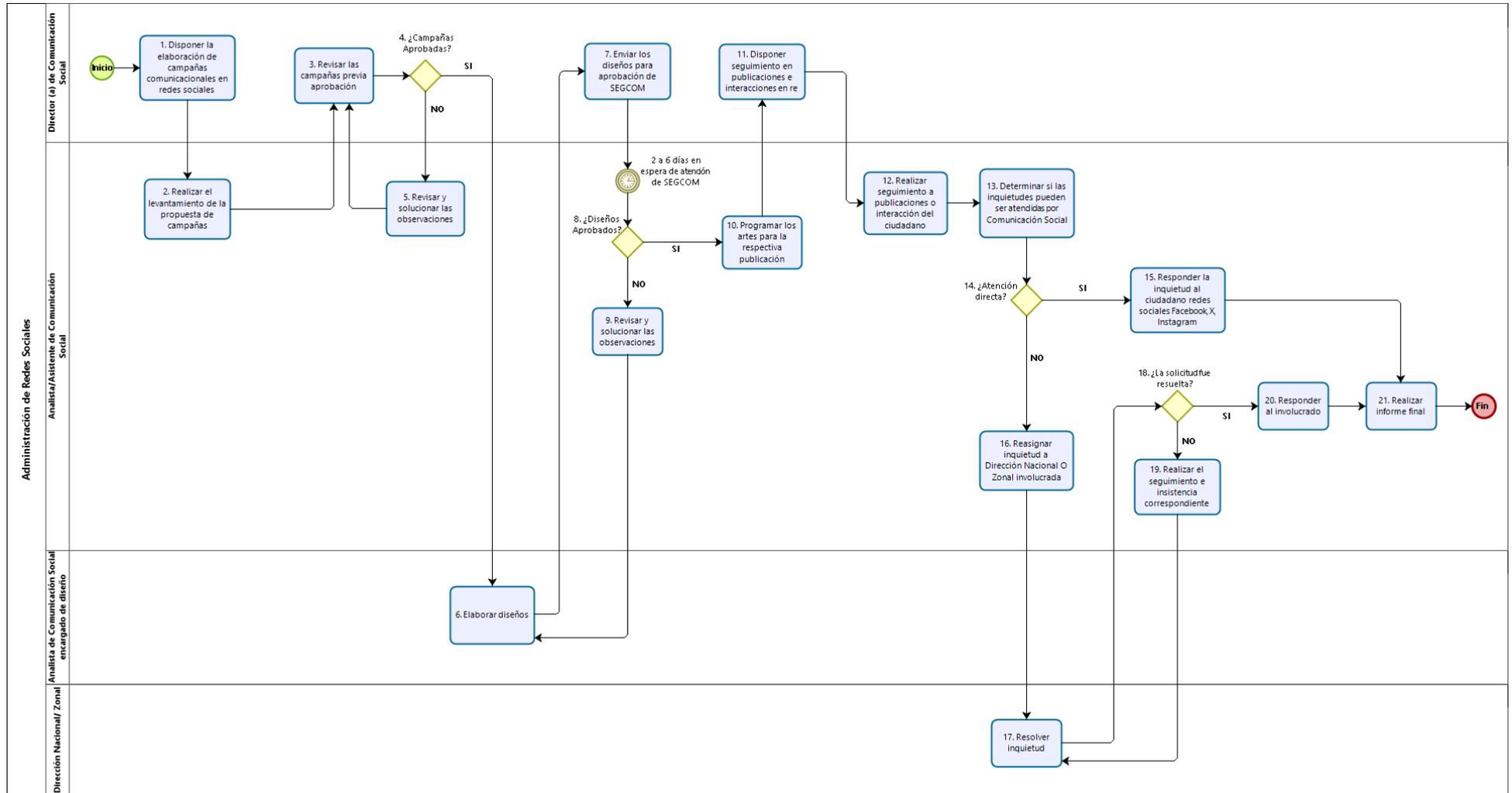
### Abreviaturas

**GPR:** Gobierno por Resultados

#### 4. POLÍTICAS

1. Las Direcciones involucradas en las inquietudes generadas a través de redes sociales, deberán dar respuestas inmediatas, en un máximo de 8 horas, al correo electrónico enviado por la Dirección de Comunicación Social en donde se efectuó la consulta.
2. El o la Analista/Asistente de Comunicación Social realizará el seguimiento del requerimiento comunicado a las direcciones involucradas (zonales o nacionales), mediante mensajes de WhatsApp/ correo electrónico, con el objetivo de optimizar el tiempo de respuesta y atención a nuestros usuarios.
3. Los Directores Zonales y Nacionales son responsables de las respuestas enviadas, así como de sus delegados o analistas de centro operativo.
4. Si las Direcciones solicitantes necesitan realizar un cambio a la información a publicar, deben remitir un correo electrónico al Analista de Comunicación Social (redes), con copia al Director (a) de Comunicación Social.

5. DIAGRAMA DE FLUJO



Copia Controlada: Se considera copia controlada a los documentos vigentes que reposan en el Portal SGC de la Institución. Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia.

## 6. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Nº	Actividad	Responsable	Descripción
1	Disponer la elaboración de campañas comunicacionales en redes sociales	Director (a) de Comunicación Social	El director (a) de Comunicación Social dispone al Analista de Comunicación realizar el levantamiento de campañas comunicacionales en redes sociales, para dar cumplimiento al Plan Estratégico de Comunicación. <b>Tiempo: 1 hora</b>
2	Realizar el levantamiento de la propuesta de campañas	Analista/Asistente de Comunicación Social	El Analista/Asistente de Comunicación Social realiza el levantamiento de la propuesta de campañas en redes sociales considerando aspectos estratégicos como la oferta de servicios institucionales (capacitación y certificación por competencias laborales) y el posicionamiento de la institución (campaña anual y aniversario) y remite al Director para revisión. <b>Tiempo: 5 horas (horario laboral)</b>
3	Revisar las campañas previa aprobación	Director (a) de Comunicación Social	El director (a) de Comunicación Social revisa el brief de campaña propuesto por el Analista/Asistente de Comunicación Social. <b>Tiempo: 2 horas (horario laboral)</b>
4	¿Campañas Aprobadas?	Director (a) de Comunicación Social	En caso de SI, ir a punto 6 En caso de NO, ir a punto 5
5	Revisar y solucionar las observaciones	Analista/Asistente de Comunicación Social	El Analista de Comunicación Social realiza las correcciones correspondientes y presenta nuevamente la propuesta para aprobación. <b>Regresa al punto 3.</b> <b>Tiempo: 3 horas (horario laboral)</b>
6	Elaborar diseños	Analista de Comunicación Social encargado de diseño	El Analista de Comunicación Social encargado de diseño, elabora el diseño de acuerdo al brief de campaña aprobado por el Director (a) de Comunicación Social. <b>Tiempo: 3 horas (horario laboral)</b>
7	Enviar los diseños para aprobación de SEGCOM	Director (a) de Comunicación Social	El director (a) de Comunicación Social envía mediante correo electrónico los enlaces donde se encuentra el material elaborado, al encargado (a) de aprobar el contenido del Secap en SEGCOM. <b>Tiempo: 1 hora (horario laboral)</b>
8	¿Diseños Aprobados?	Analista/Asistente de Comunicación Social	En caso de SI, ir a punto 10 En caso de NO, ir a punto 9
9	Revisar y solucionar las observaciones	Analista/Asistente de Comunicación Social	El Analista/Asistente de Comunicación Social realiza las correcciones correspondientes y presenta nuevamente la propuesta para aprobación. <b>Regresa al punto 6.</b> <b>Tiempo: 2 horas (horario laboral)</b>

Nº	Actividad	Responsable	Descripción
10	Programar los artes para la respectiva publicación	Analista/Asistente de Comunicación Social	El Analista/Asistente de Comunicación Social deberá establecer en su parrilla de contenido la programación de los cursos de capacitación y demás campañas a desarrollarse. <b>Tiempo: 3 horas (horario laboral)</b>
11	Disponer seguimiento en publicaciones e interacciones en redes sociales	Director (a) de Comunicación Social	El director (a) de Comunicación Social dispone al Analista/Asistente de Comunicación realizar el seguimiento de las publicaciones e interacciones realizadas en las redes sociales Facebook, X, Instagram. <b>Tiempo: 1 hora (horario laboral)</b>
12	Realizar seguimiento a publicaciones o interacción del ciudadano	Analista/Asistente de Comunicación Social	El Analista/Asistente de Comunicación Social realiza el seguimiento respectivo a las notas que fueron publicadas y también verifica la interacción del ciudadano en las redes sociales Facebook, X, Instagram. <b>Tiempo: 3 horas (horario laboral)</b>
13	Determinar si las inquietudes pueden ser atendidas por Comunicación Social	Analista/Asistente de Comunicación Social	El Analista/Asistente de Comunicación Social determina si las inquietudes pueden ser atendidas directamente por la Dirección de Comunicación Social o si es necesario solicitar respuestas de Direcciones involucradas. <b>Tiempo: 2 horas (horario laboral)</b>
14	¿Atención directa?	Analista/Asistente de Comunicación Social	En caso de SI, ir a punto 15 En caso de NO, ir a punto 16
15	Responder la inquietud al ciudadano redes sociales Facebook, X, Instagram	Analista/Asistente de Comunicación Social	El Analista/Asistente de Comunicación Social responde a la inquietud generada por el ciudadano en las redes sociales Facebook, X, Instagram. <b>Tiempo: 8 horas (horario laboral)</b>
16	Reasignar inquietud a Dirección Nacional o Zonal involucrada	Analista/Asistente de Comunicación Social	El Analista/Asistente de Comunicación Social reasigna la inquietud a la Dirección Nacional/Zonal involucrada con el fin de emitir una respuesta óptima. Continúa en la actividad 21. <b>Tiempo: 2 horas (horario laboral)</b>
17	Resolver inquietud	Dirección Nacional/ Zonal	El director (a) Nacional/Zonal o analista de centro operativo responsable de Comunicación en la zona recibe la inquietud para ser analizada y una vez resuelta remite al Analista/Asistente de Comunicación Social.
18	¿La solicitud fue resuelta?	Analista/Asistente de Comunicación Social	En caso de SI, ir a punto 20 En caso de NO, ir a punto 19
19	Realizar el seguimiento e insistencia correspondiente	Analista/Asistente de Comunicación Social	El Analista/Asistente de Comunicación Social remite una insistencia al área correspondiente con el fin de que se atienda la solicitud. <b>Tiempo: 1 hora (horario laboral)</b>

Nº	Actividad	Responsable	Descripción
20	Responder al involucrado	Analista/Asistente de Comunicación Social	El Analista/Asistente de Comunicación Social solventa la inquietud de la persona involucrada. <b>Tiempo: 3 horas (horario laboral)</b>
21	Realizar informe final	Analista/Asistente de Comunicación Social	El Analista/Asistente de Comunicación Social recopila la información de respuestas generadas en redes sociales y las consolida en un informe ejecutivo que se presenta al Director (a) de Comunicación Social. <b>Tiempo: 4 horas (horario laboral)</b>
<b>Fin</b>			

## 7. MAPA DE INTERRELACIÓN DE PROCESOS

A continuación, se presenta un diagrama de la visión general del proceso:

