

Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional



SUBDIRECCIÓN TÉCNICA

DIRECCIÓN DE CAPACITACIÓN Y PROMOCIÓN DE SERVICIOS

PROSPECCIÓN DE CLIENTES (INSTITUCIONALES) POTENCIALES

MANUAL DE SUBPROCESOS

MACROPROCESO: GESTIÓN DE CAPACITACIÓN Y PROMOCIÓN DE SERVICIOS

PROCESO: GESTIÓN DE PROMOCIÓN DE SERVICIOS

CÓDIGO: GPP-PS-01-01

1. CUADRO DE FIRMAS

RESPONSABLES	NOMBRE	CARGO	FIRMA
APROBADO POR:	Lic. Sebastián Zuquilanda	Subdirector Técnico	
REVISADO POR:	Ing. Alejandro Moreno	Director de Capacitación y Promoción de Servicios	
	Mgs. Andrés Vargas	Director de Planificación y Gestión Estratégica	
ELABORADO POR:	Ing. Sara Del Castillo	Analista de Desarrollo de Procesos Formativos 3	
	Ing. Gabriela Mediavilla	Analista de Planificación 3	

2. HISTORIAL DE CAMBIOS

VERSIÓN	DETALLE	FECHA
1.0	Mejora del proceso – Modificación del flujo, (eliminación de embudos de venta), actualización y eliminación de anexos respectivamente.	14/08/2014
2.0	Modificación de indicadores.	14/10/2024
3.0	Mediante acta de 16 de julio del 2016, se realiza y se analiza los indicadores de los manuales de procedimiento correspondiente a la Dirección de Promoción y se actualiza de la siguiente manera: Se eliminó 3 indicadores: eficiencia en la gestión de promoción y ventas para el sector productivo, eficacia en la gestión de Promoción y ventas para el sector social y Eficacia en la gestión de Promoción y ventas para el sector Público. Mejoro el indicador Eficacia en la gestión de Promoción y Ventas. Por lo tanto, este Manual de procedimiento permaneció con 2 indicadores que aportarán en la gestión.	12/07/2016
4.0	Se actualizaron todos los puntos y adicional se agregaron los puntos 2.3 al 2.6, 2.9 y 2.10. Se actualizaron las actividades Se modificó el flujo de procesos	04/01/2021
5.0	Actualización del manual conforme mejora de procesos programada para el 2024	Sep-2024

3. CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO

Tipo de Proceso	Gobernantes <input type="checkbox"/> Sustantivos <input type="checkbox"/> Adjetivos <input checked="" type="checkbox"/>					
Objetivo	Gestionar, planificar y promocionar la oferta de servicios que ofrece el SECAP, identificando clientes potenciales, para el cumplimiento de las metas establecidas y satisfaciendo la demanda del mercado.					
Responsable	Director/a de Capacitación y Promoción de Servicios					
Alcance	El subproceso inicia con el establecimiento de necesidad de Análisis de Mercado y finaliza con la ejecución del contrato / convenio / orden de servicio.					
Disparador	Plan Anual Nacional de Capacitación y Certificación					
Proveedores	Entradas		Subproceso		Salidas	Usuarios/as
<ul style="list-style-type: none"> Direcciones Zonales Dirección de Estudios Dirección de Certificación 	<ul style="list-style-type: none"> Oferta de capacitación programada y publicada en la página WEB Perfiles de certificación aprobados y publicados en la página WEB 	➔	Aplicación de estrategias para potenciar las ventas a nivel nacional	➔	<ul style="list-style-type: none"> Informe de análisis de mercado Matriz de Análisis de Mercado Matriz de visitas planificadas Acta de reunión 	<ul style="list-style-type: none"> Direcciones Zonales Dirección de Certificación de Personas Participantes (empresa privada, entidad pública)
↓ DOCUMENTOS Y REQUISITOS APLICABLES						
Normativa Aplicable				Registros		
<ul style="list-style-type: none"> LOSEP: Ley Orgánica del Servicio Público Estatuto Orgánico del SECAP 				Formatos: <ul style="list-style-type: none"> GPP-PS-01-01-F01 Informe de Análisis de Mercado GPP-PS-01-01-F02 Matriz de visitas planificadas 		

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.

INDICADORES		Anexos:	
		<ul style="list-style-type: none"> Acta de reunión Institucional 	
INDICADORES			
Nombre	Descripción	Meta	Frecuencia
Porcentaje de eficiencia de reuniones mantenidas	Este indicador mide el porcentaje de empresas interesadas en los servicios del Secap según las reuniones mantenidas con empresas	50%	Mensual
	Método de Cálculo	Línea Base	Fuente de medición
	Número de potenciales clientes/ número de visitas planificadas * 100	0%	Sisecap Matriz consolidada (reportes zonales)
INDICADORES			
Descripción	Descripción	Descripción	Frecuencia
Porcentaje de eficacia de cotizaciones solicitadas	Este indicador mide el porcentaje de cierre de ventas realizadas según la cantidad de reuniones de empresas interesadas	50%	Mensual
	Método de Cálculo	Línea Base	Fuente de medición
	Número de ventas concretadas/ número de potenciales clientes * 100	0%	Sisecap Matriz consolidada (reportes zonales)
INDICADORES			
Descripción	Descripción	Descripción	Frecuencia
Porcentaje de efectividad de la gestión de cierre de ventas	Este indicador mide la gestión de cierre de ventas según el número de visitas planificadas	50%	Mensual
	Método de Cálculo	Línea Base	Fuente de medición
	Número de ventas concretadas/ número visita planificadas * 100	0%	Sisecap Matriz consolidada (reportes zonales)

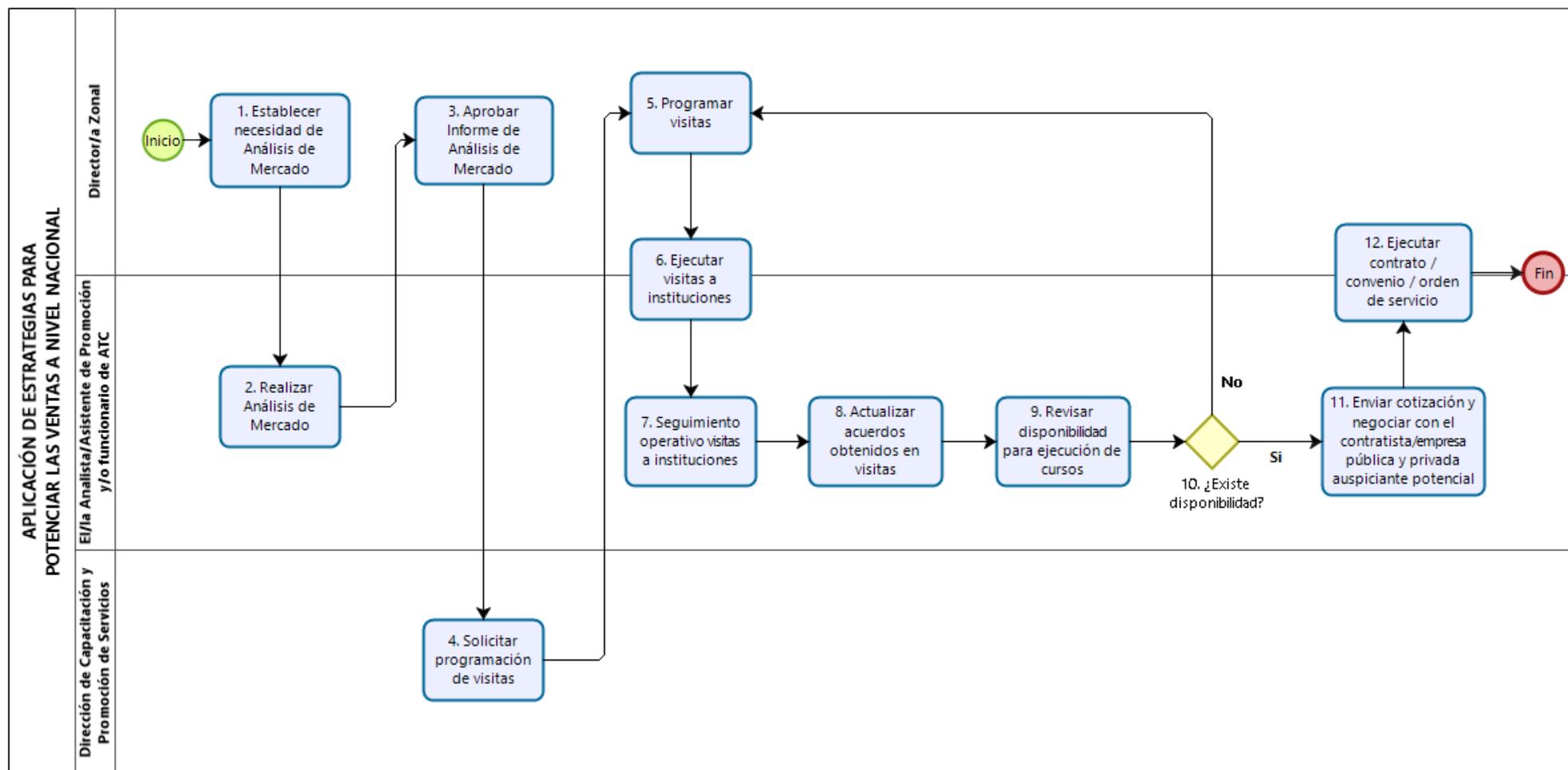
Copia Controlada: Se considera copia controlada a los documentos vigentes que reposan en el Portal SGC de la Institución. Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia.

RECURSOS		
Humanos	Técnicos, Tecnológicos	Infraestructura
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Director de Capacitación y Promoción de Servicios ▪ Director Zonal ▪ Analista / Analista de Centro Operativo ▪ Analista de Capacitación y Promoción de Servicios ▪ Analista / Asistente de Promoción ▪ Asistente de Atención al ciudadano ▪ Ciudadanía / Participantes (empresa privada, entidad pública) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistema de Gestión por Resultados GPR ▪ SISECAP ▪ Utilitarios de Microsoft Office ▪ Computador ▪ Impresora ▪ Teléfono ▪ Internet 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estación de trabajo ▪ Sala de reuniones
RIESGOS		
El análisis de riesgos del proceso se encuentra identificado y se puede evidenciar en la herramienta GPR: FCE1: Objetivos Operativos- Mapa de Riesgos.		
DICCIONARIO		
Definiciones	Abreviaturas	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pre-inscripción: es el estado en el cual el ciudadano se registra en un curso disponible de la programación a nivel nacional; el cual genera un código y costo por el curso seleccionado; una vez cancelado los haberes del curso el ciudadano puede participar en el proceso de capacitación. ▪ Potencial Cliente: es aquellos que del universo de clientes demostraron estar interesados en adquirir los servicios de capacitación y certificación por competencias laborales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ GPR: Gobierno por Resultados ▪ BBDD: Base de datos. ▪ ATC: Atención al ciudadano ▪ SISECAP: Sistema Integrado del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional 	

4. POLÍTICAS

1. Los formularios estandarizados por la Dirección de Capacitación y Promoción de Servicios son obligatorios, se encuentran en el Plan de Mercadeo y socializados en un enlace digital, para que puedan ingresar el reporte de Base de datos de los posibles clientes sean: públicos, privados, organizaciones civiles, asociaciones y/o gremios, entre otras, generando redes de contacto con la ciudadanía.
2. La Dirección de Capacitación y Promoción de Servicios establece lineamientos para el levantamiento de información de clientes y/o contactos a través de los Centros Operativos y Puntos de Atención y Servicio a nivel nacional; y articular las relaciones con los mismos.
3. El director Zonal deberá realizar un levantamiento de potenciales clientes de manera gerencial o ejecutivo.
4. Los Analistas/Asistentes de Promoción y Atención al Ciudadano deberán registrar los clientes potenciales en territorio en la base de datos dispuesta para el efecto.
5. Los Analistas/Asistentes de Promoción y Atención al Ciudadano, deberán realizar la difusión de la oferta SECAP, utilizando correos electrónicos, llamadas, visitas, y asistencia a ferias o eventos u otros medios que permitan llegar a los posibles clientes.
6. La Dirección de Capacitación y Promoción de Servicios realizará el seguimiento de los potenciales clientes vs. las visitas planificadas de manera semanal con la finalidad de conocer sobre la eficiencia en zona.
7. La Dirección de Capacitación y Promoción de Servicios realizará el seguimiento de la gestión de cierre de ventas de manera mensual con la finalidad de conocer sobre la efectividad de zona.
8. El director Zonal deberá informar a la Dirección de Capacitación y Promoción de Servicios sobre las acciones realizadas para la ejecución de los cursos (aulas, facilitador, material digital) mediante informe de necesidades de capacitación y certificación de personas por competencias laborales y/o demás servicios que brinda la Institución.
9. El director zonal deberá proponer y desarrollar, nuevos contenidos curriculares, perfiles de certificación por competencias laborales y/o de los demás servicios, que amplíen la oferta del SECAP en su zona.
10. El director Zonal deberá ejecutar los procesos de reclutamiento, selección y calificación; además de la suscripción de los contratos de facilitadores y/o examinadores de los centros y puntos de atención de su zona.
11. El director Zonal deberá suscribir convenios y contratos específicos de capacitación o por competencias laborales de conformidad a la normativa generada para el efecto.

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 Propuesta
1.	Establecer necesidad de Análisis de Mercado	Director/a Zonal	El Director Zonal establece la necesidad de contar con un análisis de mercado para conocer las oportunidades de clientes potenciales, sean públicos o privados
2.	Realizar Análisis de Mercado	El/la Analista/Asistente de Promoción y/o funcionario de ATC	<p>Mediante un análisis territorial y sectorizado por zonas de influencia afines a las actividades y competencias que responde la oferta de servicios y programación de la zona, los Analista/Asistente de Promoción/ATC realizan un levantamiento de potenciales clientes del sector público y privado y elaboran el Informe de Análisis de Mercado - GPP-PS-01-01-F01, que debe ser entregado en 72 horas a partir de la solicitud escrita por parte del Director Zonal; así también elaborarán la Matriz de Análisis de Mercado.</p> <p>Para el levantamiento territorial se deberá tomar en cuenta: Sector Público: Se divide entre: Gobiernos Central: Secretarías Nacionales, Ministerios, Banca, Otras Instituciones, Otros Organismos del Estado, Entidades del Sector de Educación, Instituciones públicas adscritas, Presidencia, Vicepresidencia, Empresas Públicas, entre otros. Gobierno Autónomos Descentralizados: GAD Provinciales, GAD Cantonales, GAD Parroquiales, Empresas Públicas e instituciones adscritas. Otros: Función judicial, Consejo judicatura, Contraloría, CNE, Asamblea, Empresas Públicas, entre otros.</p> <p>Sector Privado: Sociedades Anónimas, Compañías limitadas, SAS, Persona Naturales, ONG, Fundaciones entre otras.</p> <p>Nota: Para las instituciones públicas se debe verificar en los medios que dispongan, PAC, POA, PAP, PAI, planes de capacitación de talento humano sobre la necesidad de capacitación de las instituciones sobre el presupuesto para realizar capacitaciones.</p> <p>Tiempo: 3 días</p>
3.	Aprobar Informe de Análisis de Mercado	Director/a Zonal	<p>El/la director/a zonal deberá aprobar el análisis de mercado de la zona a la que lidera y poner en conocimiento del mismo y de manera unificada (por zona, no por centro de atención) a la dirección de Capacitación y Promoción de Servicios el informe y la matriz de análisis de mercado.</p> <p>Tiempo: 1 día</p>
4.	Solicitar programación de visitas	Dirección de Capacitación y Promoción de Servicios	La dirección de capacitación con base en la información remitida por parte del director zonal, solicitará la programación de visitas.

5.	Programar visitas	Director/a Zonal	<p>Conforme la matriz de análisis de mercado, la Dirección Zonal elabora la Matriz de visitas planificadas - GPP-PS-01-01-F02 donde se debe detallar los días de visitas programadas durante el mes que realizará en primera instancia el director zonal, esta matriz deber ser remitida a la Dirección de Capacitación y Promoción de Servicios para el seguimiento correspondiente en relación a la eficiencia generada en las acciones programadas con el potencial cliente. (Indicador 1)</p> <p>Frecuencia: mensual - hasta el 30 de cada mes Tiempo de programación matriz: 3 horas</p>
6.	Ejecutar visitas a instituciones	Director/a Zonal, El/la Analista/Asistente de Promoción y/o funcionario de ATC	<p>El director/a zonal deberá asistir a las visitas con las instituciones, conociendo la oferta de servicios y la programación zonal, obteniendo resultados de ejecución de posibles cursos de capacitación o certificación por competencias laborales, acuerdos de cooperación, utilización de espacios físicos para poder brindar los servicios del SECAP. . El Analista/Asistente de promoción/ funcionarios de ATC deberá generar acta de reunión institucional.</p> <p>Tiempo: 2 horas</p>
7.	Seguimiento operativo visitas a instituciones	El/la Analista/Asistente de Promoción y/o funcionario de ATC	<p>El/la Analista/Asistente de Promoción y/o funcionario de ATC deberá dar seguimiento a los acuerdos obtenidos por parte del Director Zonal con su contraparte, los avances deberán ser presentados al director zonal mediante informe de gestión.</p> <p>Tiempo: 2 horas</p>
8.	Actualizar acuerdos obtenidos en visitas	El/la Analista/Asistente de Promoción y/o funcionario de ATC	<p>El/la Analista/Asistente de Promoción ingresa la información obtenida en Matriz de resultados de visitas - GPP-PS-01-01-F03, según acuerdos obtenidos en acta de reunión, esta matriz deber ser revisada y aprobada por el director zonal y remitida a la Dirección de Capacitación y Promoción de Servicios para realizar el seguimiento y determinar la eficacia alcanzada en cada Dirección Zonal (Indicador 2).</p> <p>Nota: Simultáneamente el/la Analista/Asistente de Promoción deberá cargar la información en los links de promotores y ATC.</p> <p>Promotores: https://docs.google.com/forms/d/1IZG7OMV35IFpnH085leW6MoXUHP-Yzp5hacxnqQ0I4Y/edit</p> <p>Atención al Ciudadano: https://docs.google.com/forms/d/1q4Ubsq89RkkqPlv_1uKPoWM3zZjod_J4zhpJMEPH2Gc/edit</p> <p>Frecuencia de envío de matriz: semanal - envían todos los días viernes Frecuencia de indicador: mensual Tiempo: 3 horas</p>
9.	Revisar disponibilidad para ejecución de cursos	El/la Analista/Asistente de Promoción y/o funcionario de ATC	<p>El/la Analista/Asistente de Promoción y/o funcionario de ATC deberá evaluar los siguientes elementos para la ejecución de cursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - facilitadores: En caso de contar con facilitador de planta los cursos se deben ejecutar normalmente, en caso de no contar con facilitadores se deberá iniciar con el proceso de POSTULACIÓN Y CALIFICACIÓN A FACILITADORES. - aulas: Se deberá verificar la disponibilidad de aulas para ejecución de cursos ya sea con la contraparte o en las aulas del Secap, en caso de no

			<p>contar con aulas se deberá gestionar con entidades públicas y privadas la prestación de aulas y equipos.</p> <p>- materiales: En caso de no requerir material para la ejecución de cursos se deberá seguir con el proceso de ejecución de cursos, en caso de requerir materiales para la ejecución de los cursos se deberá considerar la Guía de provisión de material didáctico.</p>
10.	¿Existe disponibilidad?	El/la Analista/Asistente de Promoción y/o funcionario de ATC	<p>En caso de no contar con todos los elementos para la ejecución de cursos la zonal deberá plantear nuevas propuestas de posibles cursos para ejecución a la contraparte, ir a la actividad 5.</p> <p>En caso de Si, continúa en la actividad 11.</p>
11.	Enviar cotización y negociar con el contratista/empresa pública y privada auspiciante potencial	Analista/Asistente de Promoción/ funcionario de ATC	<p>El/la Analista/Asistente de Promoción y/o funcionario de ATC realiza el seguimiento al cliente potencial enviando la información mediante correo electrónico de acuerdo a lo acordado en la reunión y se genera el formato de la Cotización. Con base en las necesidades determinadas en la reunión de trabajo, considerando los costos del tarifario vigente e informa sobre los beneficios subvención (beneficiarios – grupos de atención prioritaria) que pueden obtener si se concreta un contrato, convenio, orden de compra, etc.</p> <p>Tiempo: 2 horas</p>
12.	Ejecutar contrato / convenio / orden de servicio	Director/a Zonal / Analista/Asistente de Promoción/ funcionario de ATC	<p>Una vez generado el contrato / convenio / orden de servicio, la Dirección Zonal deberá descargar el reporte de cotizaciones cada primer día hábil del mes, en formato editable, incluirán una columna donde registrarán los contratos concretados, para a su vez realizar el envío a la Dirección de Capacitación de Servicios, quien realizará el reporte consolidado del Indicador 3 que mide la efectividad de la gestión en el cierre de ventas a nivel nacional.</p>
Fin			