

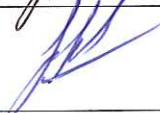


Agencia de
**Regulación y
Control del Agua**

***MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA ELABORACIÓN DE CAMPAÑAS DE
COMUNICACIÓN***

 Agencia de Regulación y Control del Agua	NOMBRE DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA ELABORACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN	Página 2 de 7
		Versión: 1.0
	Fecha de emisión: Octubre 2015	Código: ARCA-CS-MPR-001

FIRMAS DE ELABORACIÓN, REVISIÓN Y APROBACIÓN

	Nombre / Cargo	Firma	Fecha
Elaborado por:	Silvia Guerrero Analista de Servicios, Procesos y Calidad		
	José Pablo Córdova Analista Servicios, Procesos y Calidad		
	Juan Fernando Analista Técnico de Comunicación Social		
	Juan Fernando Analista Técnico de Comunicación Social		



Aprobado por: Ing. Edwin Gordón Rosero
Director Ejecutivo Encargado

CONTROL E HISTORIAL DE CAMBIOS

Versión	Descripción del cambio	Fecha de Actualización
1.0	Primer levantamiento del proceso	31/10/2015

 Agencia de Regulación y Control del Agua	NOMBRE DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA ELABORACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN	Página 3 de 7
		Versión: 1.0
	Fecha de emisión: Octubre 2015	Código: ARCA-CS-MPR-001

ÍNDICE

1. OBJETIVO	4
2. ALCANCE	4
3. GLOSARIO DE TÉRMINOS Y ABREVIATURAS	4
4. NORMATIVA Y BASE LEGAL	4
5. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	5
6. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTO	5
7. ANEXOS	7
ANEXO 1: MATRIZ SIPOC	7
ANEXO 2: FLUJO BPM.....	7

 Agencia de Regulación y Control del Agua	NOMBRE DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA ELABORACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN	Página 4 de 7
		Versión: 1.0
	Fecha de emisión: Octubre 2015	Código: ARCA-CS-MPR-001

1. OBJETIVO.

Comunicar y Difundir la gestión y acciones que desarrolla la Agencia de Regulación y Control del Agua, con cada uno de las áreas técnicas a escala nacional

2. ALCANCE

El proceso de elaboración de Campañas de comunicación esta determinado desde la detección de necesidades en temas de comunicación hasta la aprobación por parte de la Máxima Autoridad.

3. GLOSARIO DE TÉRMINOS Y ABREVIATURAS

Término	Definición
ARCA	Agencia de Regulación y Control del Agua
LORHUyA	Ley Orgánica de Recursos Hídricos Usos y Aprovechamiento del Agua.
SENAGUA	Secretaría Nacional del Agua
RLORHUyA	Reglamento a la Ley Orgánica de Recursos Hídricos Usos y Aprovechamiento del Agua.
SGC	Sistema de Gestión de Calidad
SIPOC	Supplier Input Process Output Customer (Proveedor, Entradas, Flujo del Proceso, Salidas, Clientes)
SIG	Subsecretaría de Imagen Gubernamental
SECOM	Secretaría de Comunicación
MICSE	Ministerio Coordinador de Sectores Estratégicos
SNAP	Secretaría Nacional de la Administración Pública

4. NORMATIVA Y BASE LEGAL

Temática	Artículos	Normativa
Comunicación e Información	Art. 18	Constitución de la República del Ecuador, Registro Oficial 449 de 20 de octubre de 2008, última reforma 30 de enero de 2012.
Principio de Publicidad de la Información	Arts.1	Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, Registro Oficial Suplemento 337 de 18 de mayo de 2004.
Gestión Comunicación Social	10.3.4	Resolución Nro. ARCA-DE-001-2015 Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por procesos, Registro Oficial Edición Especial Nro. 327 de miércoles 17 de junio de 2015.

 Agencia de Regulación y Control del Agua	NOMBRE DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA ELABORACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN	Página 5 de 7
		Versión: 1.0
	Fecha de emisión: Octubre 2015	Código: ARCA-CS-MPR-001

5. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- ARCA, dentro del marco de su competencia, "deberá Comunicar, informar y difundir las decisiones, directrices, acciones y actividades sobre las políticas institucional y sus actores, mediante el diseño de materiales comunicaciones y de vinculación social, para fomentar la imagen de la institución en la sociedad, promoviendo la transparencia de la información."¹
- **Director de Comunicación Social.-** Es el responsable de emitir lineamientos para la detección de necesidades, realiza acercamientos con SNAP, SECOM, envía Campaña de Comunicación a DE
- **Analista de Comunicación Social:** Observa lineamientos de Director de Comunicación Social, determina necesidades, elabora campaña de comunicación.
- **Director Ejecutivo:** Es el responsable de aprobar o negar contratación de la campaña de comunicación.

6. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTO

Procedimiento para Elaboración de Campañas de Comunicación

No.	DESCRIPCIÓN DE LAS TAREAS	RESPONSABLE	REGISTRO
1	Definir las necesidades de la institución (aspectos de comunicación).- Se debe realizar encuestas, estudios de mercado, focus group, media training, análisis con funcionarios, con estos resultados se define las necesidades de la institución con respecto a temas de comunicación social.	Director y Analista de Comunicación Social	Documento preliminar de necesidades
2	Elaborar un documento preliminar (propuesta borrador) donde se plasma la necesidad institucional.- Se elabora propuesta de comunicación social que	Analista de Comunicación Social	Propuesta Borrador

¹ Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos pág. 24

 Agencia de Regulación y Control del Agua	NOMBRE DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA ELABORACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN	Página 6 de 7
		Versión: 1.0
	Fecha de emisión: Octubre 2015	Código: ARCA-CS-MPR-001

	solvente las necesidades de la institución, esta propuesta contiene estudios previos, análisis de pauta, definición de grupo objetivo, diseño tentativo de artes, presupuesto preliminar, posibles proveedores.		
3	Solicitar directrices a instituciones de control en temas de difusión y contenidos (SNAP, SECOM).- Realizar acercamiento con responsables de las instituciones para solicitar directrices y lineamientos enfocados al correcto manejo y desarrollo de la campaña (mails, documentos impresos, video conferencias, llamadas telefónicas, reuniones presenciales)	Director y Analista de Comunicación Social	
4	Elaborar Campaña de comunicación acogiendo los lineamientos y observaciones de la SNAP, SECOM.- Una vez que se reciben los lineamientos y observaciones, se debe elaborar la campaña de comunicación que debe contener necesidad, posibles proveedores, presupuesto, alcance, objetivos, estudios previos, diseño tentativo de artes.	Director y Analista de Comunicación Social	Campaña de comunicación
5	Presentar requerimiento a DE a través de Memorando.- Enviar memorando de requerimiento a DE	Director de Comunicación Social	Memorando de requerimiento
6	Coordinar y Elaborar presentación de campaña de comunicación a Dirección Ejecutiva.- Elaborar presentaciones digitales del contenido de la campaña, solicitar reunión con DE para socializar enfoque y contenidos de la campaña	Director y Analista de Comunicación Social	Presentación de campaña de comunicación
7	Aprobación de la Dirección Ejecutiva.- El DE aprueba campaña de comunicación de ser necesario, caso contrario posterga o niega su contratación	Director Ejecutivo	Respuesta a solicitud

 Agencia de Regulación y Control del Agua	NOMBRE DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA ELABORACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN	Página 7 de 7
		Versión: 1.0
	Fecha de emisión: Octubre 2015	Código: ARCA-CS-MPR-001

7. ANEXOS

A continuación se describen los documentos adjuntos al proceso.

ANEXO 1: Matriz SIPOC

Matriz que denota las entradas, insumos, flujo del proceso, productos y cliente del proceso.

ANEXO 2: Flujo BPM

Representación gráfica del proceso, en notación BPM – elaboración a cargo de la Unidad de Servicios, Procesos y Calidad.

 Agencia de Regulación y Control del Agua		AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL AGUA MATRIZ SIPOC ARCA	
Proceso: Proceso Adjetivo ARCA Dirección: Dirección de Comunicación Social Unidad: Comunicación Social Alcance: El proceso de elaboración de Campañas de comunicación esta determinado desde la detección de necesidades en temas de comunicación hasta la aprobación por parte de la Máxima Autoridad.		CODIFICACIÓN: ARCA-CS-SIPOC-001 REQUISITO: Sistema de Gestión de Calidad Al	PÁGINA: 1 de 1 FECHA: 31/10/2015 VERSIÓN: 1.0

ELABORACION DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN				
PROVEEDOR		INSUMOS / ENTRADA	FLUJO DEL PROCESO	PRODUCTO / SALIDA
Interno	Externo			
DIRECCION EJECUTIVA	SNAP (SUBSECRETARIA DE IMAGEN GUBERNAMENTAL) SECOM SENAGUA MICSE	Lineamientos, líneas argumentales, brief, ideas fuertes, material gráfico y audiovisual, directrices de pauta (campañas con medios de comunicación)	1.- Definir las necesidades de la institución (aspectos de comunicación) 2.- Elaborar un documento preliminar donde se plasma la necesidad institucional 3.- Solicitar directrices a instituciones de control en temas de difusión y contenidos (SNAP, SECOM) 4.-Elaborar Campaña de comunicación acogiendo los lineamientos y observaciones de la SNAP, SECOM 5.- Presentar requerimiento a DE a través de Memorando 6.- Coordinar y Elaborar presentación de propuesta a Dirección Ejecutiva 7.- Aprobación de la Dirección Ejecutiva	2.- Propuesta Borrador 4.- campaña de comunicación 5.- Memorando de envío de propuesta 6.- Presentación de campaña de comunicación 7.- Respuesta a solicitud

