

PROCEDIMIENTO
GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INTERNA

Coordinación General de Comunicación Institucional
Versión 5.0
Febrero - 2026



ÍNDICE

1.	CUADRO DE FIRMAS DE RESPONSABILIDAD	3
2.	IDENTIFICACIÓN DEL DOCUMENTO	3
3.	TRAZABILIDAD DEL DOCUMENTO	3
4.	OBJETIVO.....	4
5.	ALCANCE	4
6.	MARCO NORMATIVO	5
6.1	DOCUMENTOS EXTERNOS	5
6.2	DOCUMENTOS INTERNOS.....	5
6.3	NORMAS RELACIONADAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROCESO.....	5
7.	FICHA DE CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO	6
8.	DIAGRAMA DE FLUJO	7
9.	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES.....	8
10.	MEDICIÓN DEL PROCESO.....	11
11.	TÉRMINOS Y DEFINICIONES	11
12.	FORMATOS, REGISTROS Y ANEXOS.....	11
12.1	FORMATOS.....	11
13.	TABLA DE CONTROL DE DOCUMENTOS DEL PROCEDIMIENTO	11

1. CUADRO DE FIRMAS DE RESPONSABILIDAD

CÓDIGO: PRO-GCO-GCI-001		VERSIÓN: 5.0
ROL	NOMBRE/CARGO	FIRMA
APROBACIÓN:	Mgtr. Valeria Monserrath Arostegui Oleas Coordinadora General de Comunicación Institucional	
VALIDADO METODOLÓGICAMENTE POR:	Mgtr. David Alejandro Totoy Moreno Coordinador General de Planificación Estratégica	
REVISADO METODOLÓGICAMENTE POR:	Mgtr. Carlos Gustavo Quinatoa Basantes Líder de la Gestión del Cambio y Procesos	
ELABORADO POR:	Mgtr. Victor Andrés Chumanía Lárraga Servidor Legislativo del Cambio y Procesos	
ELABORADO POR:	Ab. Galo Aladino Morales Servidor Legislativo de Comunicación Institucional	

2. IDENTIFICACIÓN DEL DOCUMENTO

Proceso Nivel 1:	Secretaría de Comunicación y Relaciones Públicas		
Proceso Nivel 2:	Gestión de Comunicación Institucional		
Proceso Nivel 3:	Gestión de Imagen Institucional		
Responsable:	Coordinador General de Comunicación Institucional		
Versión del documento:	5.0	Frecuencia de Ejecución:	Bajo demanda

3. TRAZABILIDAD DEL DOCUMENTO

Versión	Descripción de la versión (motivos y cambios)	Realizado / autorizado por	Fecha de elaboración (mmm-aaaa)	Documentos que se dan de baja con la vigencia de este documento
1	Creación	Lcdo. Fabián Baquero B. Responsable de la Gestión de Generación de Contenidos para Público Interno Lcdo. Iván Matute P. Coordinación General de Comunicación Institucional	Sep-2016	N/A
2.0	Actualización	Lcda. Grace Arboleda Líder de la Gestión de Imagen Institucional Christian Gavilanes Hinojosa Coordinación General de Comunicación Institucional	Oct - 2017	AP-CCI-IMA-002 V 1.0

Versión	Descripción de la versión (motivos y cambios)	Realizado / autorizado por	Fecha de elaboración (mmm-aaaa)	Documentos que se dan de baja con la vigencia de este documento
3.0	Actualización: • Cambio de metodología • Adopción ISO 37001-2017 • Modificación de diagrama de Caracterización • Creación de Conceptualización • Modificación de Diagrama de Flujo • Modificación de Control de Registros • Modificación de la descripción de Actividades	Mgs. Mercy Montalvo Coordinadora General de Coordinación Institucional Lcda. Luisa Pazmiño Responsable de Comunicación Interna Ing. Alexandra Espinosa Servidora Legislativa	Oct - 2019	AP-CCI-IMA-002V 2.0
4	Actualización: • Cambio de Formato e Imagen Institucional • Cambios en el Diagrama de Caracterización y de Flujo • Cambio en la Descripción de Actividades • Cambio en la Medición del Proceso • Cambio en el Registro	Mgs. Digna Gutiérrez Coordinadora General de Comunicación Institucional Ing. Cecilia Flores Analista de Procesos y Calidad	Mayo-2023	PRO-GCO-GCI-005 V 3.0
5	Actualización: • Cambio de formato e imagen Institucional. • Cambios en el Diagrama de caracterización y de flujo. • Correcciones en las Normas relacionadas para la ejecución del proceso. • Correcciones en la descripción de actividades. • Correcciones en el apartado de Términos y definiciones.	Mgtr. Valeria Monserrath Arostegui Oleas Coordinadora General de Comunicación Institucional Mgtr. Victor Andrés Chumania Lárraga Servidor Legislativo de Gestión del Cambio y Procesos	Febrero -2026	PRO-GCO-GCI-005 V 4.0

4. OBJETIVO

Elaborar, ejecutar, implementar, entregar o contratar productos y/o campañas comunicacionales internas alineados a la estrategia de comunicación institucional.

5. ALCANCE

Desde la recepción del requerimiento o el inicio, según la planificación de la campaña o del producto comunicacional interno, hasta la entrega del producto comunicacional al requirente.

6. MARCO NORMATIVO

6.1 DOCUMENTOS EXTERNOS

- Ley Orgánica de Comunicación

6.2 DOCUMENTOS INTERNOS

- Reglamento Orgánico Funcional de la Asamblea Nacional

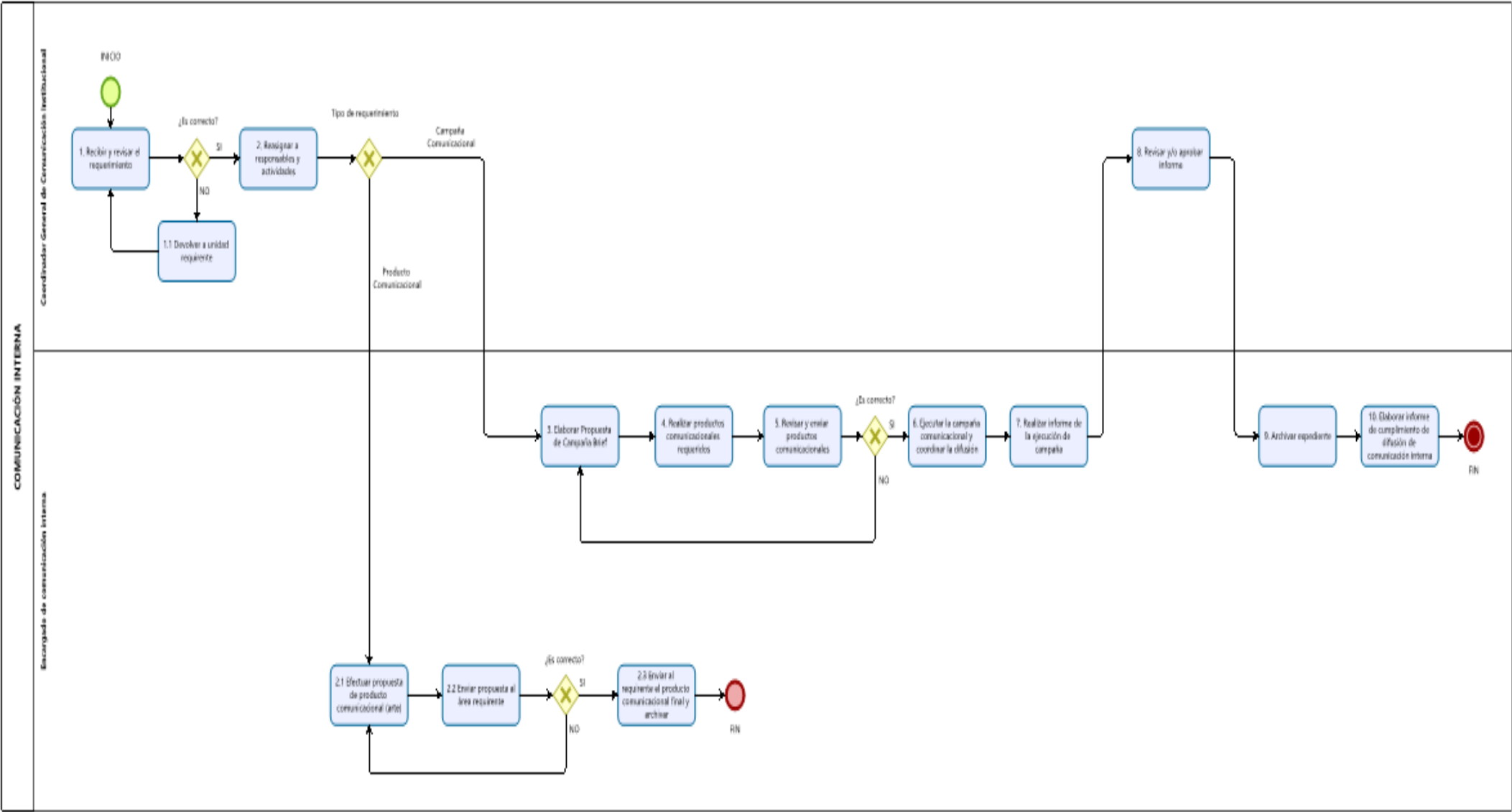
6.3 NORMAS RELACIONADAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROCESO

- a) Las normas establecidas en el presente documento son de cumplimiento obligatorio para todos los servidores de la Asamblea Nacional, dentro del ámbito de sus competencias, siempre que guarden conformidad con las disposiciones constitucionales, legales, reglamentarias y resoluciones vigentes al momento de su ejecución.
- b) El servidor legislativo que incumpla sus obligaciones o contravenga las disposiciones establecidas en este documento, así como las leyes y normativa conexas, incurrirá en responsabilidad administrativa, que será sancionada disciplinariamente de acuerdo con el Reglamento Interno de Talento Humano.
- c) Los aspectos no regulados de forma expresa en el presente documento deberán ser complementados o suplidos por las disposiciones del marco normativo vigente.
- d) El control de los registros del procedimiento se detalla en la sección 12. *“Formatos Registros y Anexos”* y; 13. *Tabla de control de documentos del procedimiento.*
- e) La Gestión de Imagen Institucional desarrollará y aplicará las políticas de comunicación interna, mediante el uso de herramientas y canales adecuados para su promoción y difusión.
- f) Los servidores públicos de la institución son responsables de participar activamente en los procesos de mejoramiento de los productos comunicacionales requeridos y en el diseño de estrategias de impacto.
- g) La difusión de contenidos informativos, educativos y culturales deberá considerar y respetar en todo momento los valores y derechos fundamentales reconocidos por la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos.
- h) De acuerdo con las necesidades institucionales, podrán aplicarse actividades tales como técnicas de motivación, actividades culturales, reuniones, jornadas de puertas abiertas, organización de eventos y utilización de diversos medios de difusión.
- i) La Gestión de Imagen Institucional debe ejecutar los planes de comunicación y los programas de difusión interna.
- j) El responsable de la actividad de Comunicación Interna deberá generar un expediente físico o electrónico sobre las campañas y piezas informativas, utilizadas o no, con fines de control y transparencia de la información.
- k) El Coordinador General de Comunicación Institucional es responsable de aprobar, dar seguimiento y evaluar la implementación de todos los productos comunicacionales elaborados por la Gestión de Imagen Institucional, así como de las campañas de comunicación interna.
- l) El encargado de Comunicación Interna es responsable de reportar los indicadores de gestión en los tiempos establecidos en la ficha de indicador.

7. FICHA DE CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO

Gestión De Desarrollo Metodológico De Procesos E Instrumentos Técnicos		
Tipo de Proceso	Asesoría	
Responsable del Proceso	Coordinador General de Comunicación Institucional	
Objetivo	Elaborar, ejecutar, implementar, entregar o contratar productos o campañas de comunicación interna, garantizando su alineación con la estrategia de comunicación institucional.	
Objetivo Estratégico	OE14. Fortalecer las capacidades institucionales	
Proveedor	- Coordinador General de Comunicación Institucional - Unidad requirente	
Entradas	- Plan Anual de Comunicación Institucional - Solicitud de requerimiento	
Actividades	Actividad inicial: Recibir y revisar requerimiento Actividad final: Archivar expediente	
Controles	Actividad: Ejecutar propuesta de producto comunicacional Responsable: Encargado de Comunicación Interna Control: Verificar el cumplimiento de los tiempos comprometidos para la ejecución de las piezas comunicacionales. Frecuencia: Bajo demanda. Actividad: Ejecutar y difundir la campaña comunicacional Responsable: Encargada de Comunicación Interna Control: Verificar el cumplimiento de los tiempos comprometidos para la ejecución de la campaña. Frecuencia: Bajo demanda.	
Salidas	- Productos comunicacionales difundidos. - Campañas comunicacionales. - Informe de impacto de la comunicación interna. - Informe de cumplimiento de difusión de comunicación interna.	
Usuarios	- Presidencia - Asambleístas - Comisiones Permanentes y Ocasionales - Grupos Parlamentarios - Unidades Administrativas - Servidores Legislativos	
Recursos	Software: - Utilitarios de oficina - Intranet institucional - Correo Institucional Hardware: - Equipo de cómputo - Teléfono - Escáner - Copiadora Infraestructura: - Estaciones de trabajo - Cartelera institucional Recursos Humanos: - Coordinador General de Comunicación Institucional - Encargada de Comunicación Interna - Servidores legislativos de Comunicación Institucional	
Indicador 1	Nombre	Porcentaje de productos comunicacionales internos difundidos
	Fórmula	$(N.º \text{ de productos comunicacionales internos difundidos} / \text{Número de Productos comunicacionales solicitados}) * 100$
Riesgo	Descrito en la matriz de riesgos institucionales publicada en la intranet institucional, en el apartado "Riesgos y Oportunidades Institucionales"	

8. DIAGRAMA DE FLUJO



9. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

#	Actividad	Responsable de la ejecución de la actividad	Descripción	Registro
1	Recibir y revisar requerimiento	Coordinador General de Comunicación Institucional	Recibe la solicitud del requerimiento por memorando o correo electrónico. Revisa los requisitos que deberán contener (fecha de solicitud, área requirente, necesidad, objetivo general y estratégicos, público objetivo, resumen ejecutivo, duración, lugar, alcance, ideas claves, entre otros). ¿Está correcto? Si: Pasar a la actividad 2. No: Pasar a la actividad 1.1	Memorando de requerimiento
1.1.	Devolver a Unidad requirente	Coordinador General de Comunicación Institucional	En caso de no contar con los requisitos, el Coordinador General de Comunicación Institucional devuelve por la misma vía; es decir por memorando o correo electrónico a la unidad requirente. Regresa a la actividad 1	
2.	Reasignar a responsables y actividades	Coordinador General de Comunicación Institucional	En caso de contar con los requisitos, se analiza si lo requerido corresponde a producto o campaña comunicacional, las cuales contempla lo siguiente: ✓ Producto comunicacional: Contempla el diseño (arte) y texto. Pasar a la actividad 2.1 ✓ Campaña comunicacional: Contempla el diseño de la estrategia comunicacional, artes, productos y textos. Pasar a la actividad 3. Los cuales emiten los criterios, sugerencias o directrices para atender la solicitud. Cabe indicar que el Encargado de Comunicación Interna genera expediente para productos comunicacionales y campañas comunicacionales. Si la pieza o campaña comunicacional ya está previamente planificada dentro del Plan Anual de Comunicación Institucional aprobado por el Secretario de Comunicación, el Coordinador General de Comunicación Institucional desarrollará el producto en la fecha detallada en el documento en mención.	
2.1.	Efectuar propuesta de producto comunicacional (arte)	Encargado de Comunicación Interna	Recibe requerimiento con la directriz del Coordinador General de Comunicación Institucional y efectúa la propuesta cumpliendo con el Manual de Imagen Institucional, Manual de Uso de Logo de la Asamblea Nacional y Manual de Imagen de las Comisiones, disponibles en la Intranet institucional y entrega la propuesta para su revisión al área requirente. ACTIVIDAD CRÍTICA: Control: Verificar o supervisar el cumplimiento de los tiempos comprometidos, para la elaboración de los requerimientos. Frecuencia: Bajo demanda Responsable: Encargado de Comunicación Interna.	
2.2.	Enviar propuesta al área requirente	Encargado de Comunicación Interna	Remite producto comunicacional por la misma vía en la cual fue solicitado. El área requirente recibe y valida. En caso de estar de acuerdo, la unidad requirente lo ejecuta conforme a su planificación. Si hay observaciones en el contenido del producto comunicacional se realizan las correcciones y se entrega nuevamente a la unidad requirente.	

2.3	Enviar al requirente el producto comunicacional final y archivar	Encargado de Comunicación Interna	Una vez que haya validado el producto comunicacional, envía el mismo al requirente por la vía que fue recibida la solicitud y lo archiva el expediente en digital. El expediente debe contener la siguiente documentación: ✓ Solicitud del requirente ✓ Productos comunicacionales aprobados por el requirente	
			FIN	
3.0	Elaborar Propuesta de Campaña Brief	Encargado de Comunicación Interna	Elabora la “Propuesta de Campaña” (Brief), F01-PRO-GCO-GCI-005, el Coordinador General de Comunicación Institucional analiza y aprueba la campaña. Se trabajará en la propuesta de elaboración del brief; este debe contener mínimo: ✓ Justificación ✓ Antecedentes ✓ Meta y objetivos ✓ Público objetivo ✓ Piezas a desarrollar ✓ Tono ✓ Canales de difusión ✓ Tiempo ✓ Mensaje clave ✓ Ideas fuerza El brief debe cumplir con el Manual de Imagen Institucional, Manual de Uso de Logo de la Asamblea Nacional y Manual de Imagen de Comisiones.	Propuesta de campaña (Brief)
4.0	Realizar productos comunicacionales requeridos	Encargado de Comunicación Interna	Realiza productos comunicacionales de campaña aprobados con las especificaciones detalladas en el brief F01-PRO-GCO-GCI-005 , tomando en consideración lo estipulado en el Manual de Imagen Institucional, Manual de Uso de Logo de la Asamblea Nacional y Manual de Imagen de Comisiones.	
5.0	Revisar y enviar productos comunicacionales	Encargado de Comunicación Interna	El Coordinador General De Comunicación Institucional revisa la propuesta de los productos comunicacionales de campaña. Posteriormente, el Encargado de Comunicación Interna remite los productos comunicacionales a la unidad requirente para sus observaciones y aprobación previa a la difusión de la campaña. En caso de no aprobar, vuelve al Encargado de Comunicación Interna para efectuar los cambios solicitados.	

6.0	Ejecutar la campaña comunicacional y coordinar la difusión	Encargado de Comunicación Interna	Aprobada la campaña comunicacional el Encargado de Comunicación Interna ejecuta la campaña comunicacional, en cumplimiento al calendario de difusión establecido y a las actividades integradas en el BRIEF. La difusión de la campaña comunicacional se coordinará con la Coordinación General de Tecnologías de la Información. ACTIVIDAD DE CRÍTICA: Control: Verificar o supervisar el cumplimiento de los tiempos comprometidos para la ejecución de la campaña. Frecuencia: Bajo demanda Responsable: Encargado de Comunicación Interna	
7.0	Realizar informe de la ejecución de campaña	Encargado de Comunicación Interna	Realiza el “Informe de actividades de Comunicación Interna” F02-PRO-GCO-GCI-001, entrega al Coordinador General de Comunicación Institucional para su revisión. El informe de alcance de envíos masivos constará con el nombre del tipo de comunicación enviada, fecha de envío, tema, fecha de corte y número de receptores.	Informe de actividades de comunicación interna
8.0	Revisar y/o aprobar informe	Coordinador General de Comunicación Institucional	Recibe y revisa el informe de cumplimiento de campaña, junto con el expediente; de estar correcto, entrega al Asistente de Comunicación Institucional para su archivo físico o digital.	
9.0	Archivar expediente	Encargado de Comunicación Interna	Encargado de Comunicación Interna archiva el informe con todo el expediente en físico o digital. El expediente debe contener la siguiente documentación: ✓ Solicitud del requirente ✓ BRIEF Comunicacional ✓ Productos comunicacionales sumillados por el requirente ✓ Informe de cumplimiento de campaña	
10.	Elaborar informe de cumplimiento de difusión de comunicación interna	Encargado de Comunicación Interna	El encargado de comunicación interna, trimestralmente elaborará un informe de cumplimiento de difusión de comunicación interna y lo reportará al Coordinador General de Comunicación Institucional.	
FIN				

10. MEDICIÓN DEL PROCESO

Nº	Indicador	Definición	Fórmula de Cálculo	Unidad de Medida	Responsable de Medición	Meta	Fuente de la Información	Frecuencia de Medición
1	Porcentaje de productos comunicacionales internos difundidos	Porcentaje de productos comunicacionales	$(N.^{\circ} \text{ de productos comunicacionales internos difundidos} / N.^{\circ} \text{ de productos comunicacionales solicitados}) * 100$	Porcentaje	Encargado de Comunicación Interna	90 %	Coordinación Comunicación Institucional	Trimestral

11. TÉRMINOS Y DEFINICIONES

- **Comunicación Interna:** Conjunto de actividades que realiza una organización para crear y mantener buenas relaciones entre sus miembros, mediante diversos medios que los mantengan informados, integrados y motivados, contribuyendo así al logro de las metas institucionales y al compromiso del trabajador.
- **Brief:** Documento de trabajo elaborado por el director del departamento, donde se registran los elementos necesarios del plan de marketing para desarrollar una campaña. Este documento se entrega posteriormente a la unidad encargada de ejecutarla.
- **Campaña Comunicacional:** Conjunto de acciones o esfuerzos realizados durante un período determinado con el fin de alcanzar un objetivo específico.
- **Producto Comunicacional:** Son los boletines, comunicados, notas, guiones, videos, entre otros productos gráficos o audiovisuales, destinados a informar o comunicar temas y servicios de la institución.
- **Plan Anual de Comunicación Institucional:** Documento que propone acciones basadas en datos objetivos y un presupuesto, detallando metas, objetivos, actividades y medios de comunicación para la difusión de la información.
- **Planificación de Imagen Institucional:** Base para la comunicación institucional, que engloba programas de acción a corto, mediano y largo plazo.
- **Mailing:** Envío masivo de información por correo electrónico de forma directa a un amplio grupo de personas.
- **BTL:** Estrategia de comunicación no masiva dirigida a segmentos de mercado específicos, utilizada en mercadeo.

12. FORMATOS, REGISTROS Y ANEXOS

12.1 FORMATOS

Código	Nombre del documento
F01-PRO-GCO-GCI-005	Propuesta de Campaña (Brief)
F02-PRO-GCO-GCI-005	Informe de actividades de comunicación interna

13. TABLA DE CONTROL DE DOCUMENTOS DEL PROCEDIMIENTO

Tipo	Código	Nombre de documento	Responsable de resguardo	Almacenamiento	Indexación	Control de acceso	Tiempo de retención
				Ubicación física y/o electrónica	Criterio de ordenación		
Registro	n/a	Propuesta de Campaña (Brief)	Encargado de Comunicación Interna	Alfresco	Cronológico	Encargado de Comunicación Interna	2 años
Registro	n/a	Informe de actividades de comunicación interna		Alfresco	Cronológico		2 años