

PROCEDIMIENTO PARA LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

Código: PR-CO-001

Fecha: 03/12/2019

Versión: 01

PROCESO

Comunicación organizacional

1. OBJETIVO:

Procurar que las comunicaciones internas y externas de la Universidad CES logren alto impacto y efectividad, todo orientado a garantizar en los diferentes públicos de la Universidad una permanente comunicación e información para el desarrollo fluido de los procesos institucionales.

2. ALCANCE:

El proceso de comunicaciones aplica para todas las áreas de la Universidad que requieran asesoría para la comunicación efectiva de la información orientada a diferentes públicos. El proceso inicia con la recepción de la solicitud de asesoría y finaliza con la publicación de la información en los diferentes canales de comunicación definidos por la Universidad, con la culminación de los eventos apoyados por el área o con la entrega de las piezas gráficas solicitadas por los clientes externos.

3. DEFINICIONES:

- **Brief:** Documento en donde se resume la información clave para que el publicista comprenda la esencia de una pieza gráfica o proyecto organizacional y pueda, con esa información, diseñar según la necesidad de comunicación.
- **Campañas institucionales:** Es el conjunto de actividades de comunicación organizadas de manera lógica para lograr un objetivo con una temática abordada en el año.
- **Canal:** Es un medio, un portador de mensajes, un conducto. La elección de canales efectivos es un factor importante para la efectividad de la comunicación e impactar el público objetivo.
- **Cartelera digital:** Es un monitor pantalla plana por el cual se transmiten mensajes institucionales de interés general.
- **Comunicación externa:** Es uno de los tipos de comunicación de la empresa y se convierte en una herramienta muy importante de cara al exterior, no sólo en casos de que la empresa tenga algo que comunicar sino en cualquier situación. Las empresas deben comunicar todo tanto a nivel interno como externo, dando una buena imagen de la empresa y también una imagen transparente. La empresa debe hacer una comunicación externa efectiva y eficiente con el objetivo no sólo de mejorar la imagen de la empresa sino también de conservarla, además de dar confiabilidad a los clientes y potenciales clientes.
- **Comunicación interna:** Es una herramienta estratégica clave en las empresas, puesto que mediante un buen empleo de la información corporativa podemos transmitir correctamente a los empleados los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización, lo cual

CONTROL	ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
Nombre	Maria Fernanda Salazar Herrera	Miguel David Blanco Quintero	Maria Fernanda Salazar Herrera
Cargo	Jefa Comunicación Organizacional	Analista de Procesos	Jefa Comunicación Organizacional
Fecha	02/12/2019	02/12/2019	03/12/2019

Código: PR-CO-001

Fecha: 03/12/2019

Versión: 01

PROCESO

Comunicación organizacional

genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la empresa por parte de su talento humano que se siente motivado y valorado al tener claros y definidos los principios y retos a los que se enfrenta la compañía.

- **Comunicación organizacional:** Es la comunicación que se genera entre una organización y las personas u organizaciones que tengan una relación directa con ésta. (Comunicación interna – externa)
- **Crisis:** Es un evento específico que rompe la estabilidad de una organización, pone en riesgo su reputación, y que es necesario enfrentar de manera oportuna con el propósito de minimizar los efectos y aclarar la situación.
- **Cultura corporativa u organizacional:** patrón de comportamientos internos que existe en toda organización.
- **Divulgación:** Ejercicio de poner al alcance de determinadas audiencias un determinado mensaje.
- **Eslogan:** Es una frase corta, fácil de recordar y contundente que sintetiza la esencia o promesa básica de una marca
- **Estrategia:** Patrón o plan que integra los objetivos y políticas de una organización. Establece, además, una secuencia coherente de las acciones a realizar.
- **Free Press:** Publicidad corporativa en noticias o notas en medios, no pagada por la organización.
- **Imagen:** La imagen corporativa es la que un determinado público percibe de una corporación a través de la acumulación de todos los mensajes que haya recibido.
- **Manual:** Es el documento que expone las normas que habrán de seguirse para un uso correcto de la comunicación interna y externa de la empresa.
- **Medios de comunicación interna:** Instrumento o canal que sirva para transmitir un mensaje. Los medios de comunicación interna son aquellos instrumentos que ayudan a la compañía a que se comparta la información en su interior.
- **Mensaje:** Es la idea central que se requiere enviar a las distintas audiencias. De su adecuada y eficiente divulgación depende, en gran parte, el éxito de una estrategia de comunicaciones.
- **Página web:** Sitio en internet al cual se accede por medio de una dirección URL y el cual facilita el acceso a la información de la organización.
- **Posicionamiento:** Conjunto de actividades de comunicación que contribuyen a la construcción de la identidad de marca, de tal manera que se establezcan características diferenciadoras frente a sus competidores y sus grupos de interés.
- **Redes sociales:** Conjunto de personas que comparten un interés en común a través de diferentes plataformas tecnológicas.
- **Vocero:** Representante de la institución con el conocimiento idóneo para entregar una declaración acerca de un tema específico y que salvaguarde la imagen y reputación de la organización.

4. DOCUMENTOS DE REFERENCIA:

- Política de Comunicaciones Universidad CES - Resolución 0067 DEL 2018

PROCEDIMIENTO PARA LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

Código: PR-CO-001

Fecha: 03/12/2019

Versión: 01

PROCESO

Comunicación organizacional

- Plan de Desarrollo Institucional
- Reglamento de empleados
- Ley 1341 de 2009 Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las tecnologías de la información y de las comunicaciones – TICS.
- Ley 1581 de 2012 del Congreso de la República –Por el cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos generales.
- Código de ética y buen gobierno institucional.

5. CONDICIONES GENERALES:

- Con el fin de proveer a la Universidad CES de una comunicación más alineada y unificada, se establecen los parámetros que se deben cumplir para desarrollar las acciones de comunicación que proyecten la imagen de la Universidad como una entidad de excelencia comprometida con la academia, la investigación e innovación, la proyección social y la internacionalización.
- Toda comunicación interna institucional que vaya dirigida a los empleados, docentes y estudiantes debe ser avalada por la oficina de Comunicación Organizacional y su unidad de comunicaciones internas, con el fin de optimizar los mensajes que se transmiten. Este aval irá acompañado siempre de una asesoría en comunicaciones para que el mensaje cumpla el objetivo.
- La Oficina de Comunicación organizacional debe velar por el buen y correcto uso del lenguaje y la ortografía del mensaje dentro de la Universidad CES. Basado en esta premisa, el interesado debe respetar la sugerencia realizada por Comunicación como el área conocedora del buen uso del lenguaje.
- La oficina de Comunicaciones es la encargada de atender todos los requerimientos de comunicación para la Universidad CES y sus Centros de Servicio. Los medios de comunicación de nuestra institución son diversos y varían en su formato dependiendo del nivel de información que se quiere comunicar o adquirir. Para tal fin, se utilizan medios impresos, digitales, audiovisuales, radiales y las campañas internas de sensibilización. La Universidad dispone de medios de comunicación de carácter institucional que permiten el flujo e intercambio de mensajes en las áreas académicas y administrativas.
- **Sala de Fundadores, Consejo Superior, Rectoría, Consejo Académico, Comité Administrativo.**
Las determinaciones que se toman en estas instancias directivas y según criterio de la Secretaria General, son informadas a la Oficina de Comunicación Organizacional a la mayor brevedad con el objetivo de ser divulgadas a los diferentes públicos. Es la Secretaría general quien entregará la información y es solo responsabilidad del jefe de comunicaciones darle tratamiento a este recurso informativo.

PROCEDIMIENTO PARA LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

Código: PR-CO-001

Fecha: 03/12/2019

Versión: 01

PROCESO

Comunicación organizacional

- **Decanos, directivos, jefes de áreas académicas o administrativas.**

Quienes se desempeñen en estos cargos y tienen injerencia en las comunicaciones oficiales con sus públicos deben asesorarse con la Oficina de Comunicación Organizacional, con el fin de revisar la viabilidad de difundir la información a través de los diferentes canales.

- **Docentes y equipo de colaboradores.**

Su responsabilidad es comunicar a los superiores o a la Oficina de Comunicación organizacional, las novedades de su participación en actividades de índole institucional. Las solicitudes realizadas por este grupo poblacional deben ser autorizados por sus jefes (Decanos – Jefes de área).

- La Oficina de Comunicación Organizacional es responsable de la administración de estas plataformas y debe propender por un equilibrio en los contenidos, de tal forma que la comunidad universitaria tenga una comunicación clara, oportuna, pertinente y transparente del quehacer diario de nuestra *alma mater*.
- La creación de medios y canales de comunicación con los públicos internos y externos deberá ser asesorada y aprobada por la oficina de Comunicación Organizacional. Para la toma de decisiones específicas sobre la utilización de los medios institucionales existe el *Manual de Medios Institucionales*. (Ejemplo: videos, piezas gráficas, cuñas radiales, publicaciones en redes sociales, souvenirs, estampados, mailing, boletines de prensa, comunicaciones oficiales).
- La Oficina de Comunicación Organizacional es la responsable de velar por el cuidado y buen uso de la imagen institucional, por ello es la encargada del diseño del material publicitario impreso, audiovisual y digital.
- Las Facultades y/o áreas de apoyo no pueden tercerizar los procesos gráficos con externos sin previa evaluación de la solicitud y posterior aprobación de la Oficina de Comunicación organizacional. Así mismo, la Oficina de Comunicación Organizacional es autónoma para aprobar los logos alternos que se generen. Se debe evaluar la viabilidad, finalidad y uso de esta imagen.
- En la Universidad CES se llevan a cabo eventos de tipo institucional, académico, social y deportivo entre otros; en los que se debe cumplir con la correcta organización y el protocolo establecido. Para que los diferentes certámenes se realicen con la debida oportunidad, criterio y normas, la Oficina de Comunicación Organizacional pone a disposición de la comunidad universitaria el Manual de eventos y protocolo, con el fin de unificar la calidad de los eventos que se realizan en nuestra institución.

PROCEDIMIENTO PARA LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

Código: PR-CO-001

Fecha: 03/12/2019

Versión: 01

PROCESO

Comunicación organizacional

- La Oficina de Comunicación Organizacional es la única dependencia autorizada para establecer el contacto institucional con los medios masivos de comunicación con fines informativos y noticiosos (free press), y es el área responsable de fortalecer estas relaciones, evitar la crisis reputacional y mantener una actitud veraz, honesta y transparente.
- Las redes sociales y nuevas tecnologías de la información institucionales, son de uso exclusivo de la Universidad CES para divulgar y promover sus actividades. Estas plataformas son gestionadas por la Oficina de Comunicación Organizacional, que también aprobará y supervisará las redes que se implementen en facultades, programas y dependencias; así como el manejo óptimo de los contenidos que se generen.
- El portal web de la Universidad CES es administrado por la Oficina de Comunicación Organizacional con el soporte técnico del área de Tecnologías de la Información y el contenido que allí reposa, es proporcionado por las facultades, centros de servicio y áreas administrativas de la institución. Para la publicación en este medio de comunicación es necesario conocer el proceso a través del *Manual de medios institucionales*.

6. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:

N	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
1	Identificar necesidad de comunicación	<p>Los decanos, docentes, jefes de áreas administrativas, gerentes de los centros de servicios y en general, directivos de la Universidad CES podrán identificar una necesidad de comunicación dentro de sus entornos laborales a nivel interno y externo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las necesidades de comunicación deben estar enmarcadas en: Divulgación externa con medios de comunicación masivos de investigaciones, innovaciones, reconocimientos académico internacionales y temas de interés general de la comunidad. Además, si requiere contarle a la comunidad a través de los medios internos la actualidad de su facultad o centro de servicio. 	<p>Decanos</p> <p>Docentes</p> <p>Jefes de áreas administrativas</p> <p>Gerentes de centros de servicios</p>	NA



UNIVERSIDAD CES

Un compromiso con la excelencia

VEGILADA MINEDUCACIÓN

PROCEDIMIENTO PARA LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

Código: PR-CO-001

Fecha: 03/12/2019

Versión: 01

PROCESO

Comunicación organizacional

N	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
		<ul style="list-style-type: none"> • Piezas publicitarias impresas y digitales para la comercialización de cursos, diplomados, pregrados y posgrados. • Asesoría en logística para el desarrollo de eventos académicos y acompañamiento en la conceptualización, programación y desarrollo de la logística de los eventos institucionales. • Asesoría en la gestión de contenidos digitales de las cuentas institucionales. • Si evidencia que la imagen institucional puede estar en riesgo a través de alguna situación puntual. 		
2	Solicitar apoyo a la oficina de Comunicación organizacional	<p>Para ello, deben hacer la solicitud a la Oficina de Comunicación organizacional a través de correo electrónico, reunión programada o llamada telefónica.</p> <p>Cuando la solicitud requerida implica la ejecución de una campaña interna o externa se debe diligenciar el formato de campañas generales</p> <p>Cuando la solicitud requerida implica la ejecución de piezas gráficas para material impreso o digital se debe diligenciar el formato de requerimiento de piezas gráficas.</p> <p>Cuando la solicitud implica el desarrollo o acompañamiento logístico de un evento institucional o académico se debe diligenciar el formato de solicitud de eventos.</p> <p>https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=xz4N6p</p>	<p>Decanos</p> <p>Docentes</p> <p>Jefes de áreas administrativas</p> <p>Gerentes de centros de servicios</p>	<p>Correo electrónico</p> <p>FR-CO-001 Formato de requerimiento de piezas gráficas</p> <p>FR-CO-002 Solicitud de acompañamiento, asesoría o apoyo a eventos institucionales</p> <p>FR-CO-003 Formato de requerimiento Portal web</p>

PROCEDIMIENTO PARA LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

Código: PR-CO-001

Fecha: 03/12/2019

Versión: 01

PROCESO

Comunicación organizacional

N	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
		<p>PVUWT_TfydXyPGquruyMvc4pAmbKfVR1-PDZUMVRMMFVYMldnNWllaSjU3MVhRM0NIS1hHOC4u</p> <p>Cuando la solicitud implica un cambio de contenido dentro del portal web se debe diligenciar el formato de solicitud portal web. Cuando estos cambios son de cursos de extensión, se deben comunicar con las facultades o la Dirección de extensión.</p> <p>Todos los formatos se pueden descargar en el siguiente link:</p>		FR-CO-004 Formato campañas generales
3	Aclarar la solicitud con el cliente interno	Analistas o publicistas deben reunirse con el cliente interno para clarificar la solicitud y dimensionar la propuesta que debe presentarse.	<p>Jefe de Comunicación organizacional</p> <p>Analista de comunicaciones</p> <p>Publicistas Senior</p>	NA
4	Evaluar solicitud de comunicación	<p>Al equipo de comunicación organizacional (analistas y publicistas) se les asigna en el tráfico semanal (reunión primaria) las responsabilidades frente a las solicitudes ingresadas. En esta puesta en común se plantean las posibles soluciones comunicaciones a cada uno de los requerimientos, los posibles tiempos para entregar puntuales y los recursos que se van a disponer.</p> <p>Si la solicitud sobrepasa el alcance de la oficina de comunicaciones, se tercerizará el servicio o si dentro de la oficina se evidencia que no requiere de una estrategia, se le informará al solicitante. De</p>	<p>Jefe de Comunicación organizacional</p> <p>Analista de comunicaciones</p> <p>Publicistas Senior</p>	NA

PROCEDIMIENTO PARA LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

Código: PR-CO-001

Fecha: 03/12/2019

Versión: 01

PROCESO

Comunicación organizacional

N	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
		<p>igual forma, cualquier solicitud que haya sido ingresada, se socializará con la facultad o área que solicite. Además, se asegura el acompañamiento de la tercerización para cuidar la imagen de la institución.</p> <p>Si la solicitud es tercerizada, revisar la actividad 1</p> <p>El área de comunicaciones asesorará si es viable o no la solicitud o si requiere apoyo comunicacional.</p>		
5	Asignar recursos y responsabilidades	La información de la solicitud realizada debe ser aportada por el área o facultad solicitante. Los analistas y publicistas asignados tendrán la responsabilidad de trabajar en el concepto y la necesidad de los recursos físicos y económicos.	<p>Persona encargada del requerimiento por parte de las facultades.</p> <p>Jefe de Comunicación organizacional</p> <p>Analista de comunicaciones</p> <p>Publicistas Senior</p>	NA
5	Elaborar propuesta de comunicación	<p>La oficina de comunicación organizacional escribe la estrategia, tácticas, actividades, presupuestos y cronogramas de ejecución, responsabilidades de las facultades, áreas, centros de servicio o analistas, publicistas, jefe, etc. Dependiendo de la necesidad o requerimiento.</p> <p>Se enviará a la persona que realice la solicitud para aprobación.</p>	<p>Jefe de Comunicación organizacional</p> <p>Analista de comunicaciones</p> <p>Publicistas Senior</p>	Correo electrónico.

PROCEDIMIENTO PARA LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

Código: PR-CO-001

Fecha: 03/12/2019

Versión: 01

PROCESO

Comunicación organizacional

N	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
		En caso de tercerizar el servicio, la oficina de comunicaciones realizará el acompañamiento conceptual de la propuesta presentada por el proveedor.	Persona encargada del requerimiento por parte de las facultades.	
6	Aprobar propuesta de comunicación	Las facultades, centros de servicio o áreas de apoyo aprueban el concepto y los recursos solicitados para la ejecución de la propuesta.	Persona encargada del requerimiento por parte de la Facultad, centros de servicio o área de apoyo.	Correo electrónico.
7	Ejecutar la estrategia de comunicación	Acción conjunta que se realiza desde el área de comunicaciones y en articulación con las áreas de Cesmultimedia, Cesvirtual y toda las áreas que tengan alguna responsabilidad dentro de la estrategia planteada.	Jefe de Comunicación organizacional Analista de comunicaciones Publicistas Senior Cesmultimedia Tecnologías de información	NA
8	Realizar cambios de la propuesta	Procedimiento en el cual las facultades o centros de servicio realizan los cambios de la propuesta presentada.	Facultades – centros de servicio	Correo electrónico.
9	Seguimiento de la estrategia implementada.	Las solicitudes realizadas al área de comunicación organizacional se evaluarán periódicamente a través de encuesta institucional.	Solicitantes del servicio Jefe de Comunicación	FR-CO-005 Encuesta de satisfacción de los servicios prestados por la Oficina de



UNIVERSIDAD CES

Un compromiso con la excelencia

VEGILADA MINEDUCACIÓN

PROCEDIMIENTO PARA LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

Código: PR-CO-001

Fecha: 03/12/2019

Versión: 01

PROCESO

Comunicación organizacional

N	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
		Los resultados de la evaluación de satisfacción, deben permitir emprender acciones de mejoramiento dentro del proceso de comunicaciones.		Comunicación Organizacional

CONTROL DE CAMBIOS

FECHA DE ACTUALIZACIÓN	CAMBIO REALIZADO	RESPONSABLE DEL CAMBIO
(Incluya la última fecha de actualización del procedimiento.)	(Detalle el cambio propuesto o razón de creación del documento, frente a la pertinencia que se tiene para el cumplimiento del objetivo del proceso)	(incluya en nombre del responsable que creó o modificó el documento por última vez, cargo y Área de trabajo)