

ROCEDIMIENTO DE COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN Y CONSULTA

1. OBJETIVO: Establecer los lineamientos para garantizar a través de la comunicación, la reputación de la marca, la comunicación bilateral entre los públicos objetivos y la veracidad y claridad de la información que se suministra al interior o exterior de la Institución Universitaria Salazar y Herrera.

2. ALCANCE: Aplica para todas las comunicaciones internas y externas de la institución.

3. DEFINICIONES: **AGENDA DE LA SEMANA:** Documento informativo que recopila la información de los eventos y temas de interés institucionales.

BOLETINES INSTITUCIONALES: Documento informativo que describe las diferentes actividades y eventos de un proceso en específico.

CORREO INSTITUCIONAL: Medio de comunicación interno prioritario, con el cual se tiene una comunicación directa y clara con los colaboradores de la institución, con el fin de tenerlos informados sobre procesos internos y externos.

IMPACTO: Efecto de recordación que genera la información o sus diferentes mecanismos de comunicación en las partes interesadas.

PÁGINA WEB: Sitio informativo y de consulta donde se almacena información entorno al quehacer de la Institución, así como medio para generar acciones que requieren de comunicación de doble vía.

REDES SOCIALES: Estructuras digitales compuestas por un grupo de personas interesadas en la agenda informativa de la Institución.

MENSAJES DE TEXTO: Son mensajes electrónicos entre dos o más usuarios móviles para el envío de información corta y contundente.

MAIL MARKETING: Sistema para el envío masivo de correos electrónicos con capacidad de medir lecturabilidad.

ROCEDIMIENTO DE COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN Y CONSULTA

4. DESCRIPCIÓN:

No.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FORMATOS	PUNTOS DE CONTROL
1	<p>Establecer los canales y estrategias de comunicación más efectivos y eficientes, su forma de administración y su disponibilidad clave para la difusión de la información y de las noticias de los procesos institucionales, enfocados en diferentes públicos interesados de la Institución Universitaria Salazar y Herrera, algunos de estos medios nos permiten tener métricas para evaluar el impacto en la comunidad académica.</p> <p>Los medios establecidos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Página Web • Redes sociales: • Facebook • Twitter • Instagram • LinkedIn • YouTube • ISSUU • TikTok • Sound Cloud • Podcats • Flickr • Correos institucionales • Mensajes de texto • Mail marketing <p>Públicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores • Estudiantes • Egresados • Profesores • Proveedores • Clientes (interesados) • Empresas 	Líder de Comunicaciones y Mercadeo	Acta de reuniones	Evaluar anualmente el impacto de los medios de comunicación

ROCEDIMIENTO DE COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN Y CONSULTA

No.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FORMATOS	PUNTOS DE CONTROL
	<ul style="list-style-type: none"> • Aliados estratégicos • Comunidad en general • Familia de los colaboradores <p>Los canales establecidos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistema de PQRS • Call Center • Chat institucional en la Web • Cartelera institucional • Reuniones internas y externas • Pauta digital • Chats y comentarios en redes sociales <p>Los formatos comunicacionales establecidos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documentos • Plegables • Infográficos • Volantes • Videos • Noticiero Somos News • Ecards • Boletines institucionales • Animaciones • Agencia de noticias • Agenda de la semana • Efemérides • Entre otros según necesidad comunicacional <p>En los casos en que la comunicación se socialice por medio de una reunión, debe estar soportada por el formato de acta de reuniones.</p>			

ROCEDIMIENTO DE COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN Y CONSULTA

No.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FORMATOS	PUNTOS DE CONTROL
2	Revisar la información a enviar a comunicaciones con el líder de cada área para que sea este quien verifique y valide la información a difundir por Comunicaciones	Líder Proceso solicitante		Planificación debida las comunicaciones con el líder solicitante para evitar reprocesos
3	<p>Enviar la información a publicar por el proceso solicitante por medio de correo electrónico a la Líder de Comunicaciones y Mercadeo, indicando las características de la información y detalles a tener en cuenta en la divulgación, como por ejemplo público de interés.</p> <p>En los casos en que la información requiera una elaboración de diseño previo, el proceso solicitante, es el encargado de gestionar el diseño directamente con el proceso de Comunicaciones y Mercadeo.</p>	<p>Proceso solicitante</p> <p>Líder de Comunicaciones y Mercadeo</p>		
4	Validar que la información enviada cumpla con los parámetros definidos por el proceso de Comunicaciones y Mercadeo, en caso que no cumpla, se informará al proceso solicitante para que se hagan los ajustes pertinentes.	<p>Líder de Comunicaciones y Mercadeo</p> <p>Coordinadores de Comunicaciones y Mercadeo</p>	<p>Guía Procesos y solicitudes al Área de Comunicacio nes</p>	
5	Proceder con la solicitud al interior del equipo de Comunicaciones y Mercadeo, ya sea para el área de: Relaciones Públicas, Comunicaciones, Periodismo, Audiovisual, Gráfica o Eventos.	<p>Líder de Comunicaciones y Mercadeo</p> <p>Coordinadores de Comunicaciones y Mercadeo</p>		
6	Enviar a aprobación los productos comunicaciones al área solicitante, con el fin de obtener el visto bueno para su posterior difusión en los medios establecidos.	<p>Coordinadores de Comunicaciones y Mercadeo</p> <p>Proceso solicitante</p>		

ROCEDIMIENTO DE COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN Y CONSULTA

No.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FORMATOS	PUNTOS DE CONTROL
7	<p>Enviar la pieza aprobada por el proceso solicitante a la Líder de Comunicaciones y Mercadeo para la revisión y su visto bueno final antes de la difusión.</p>	<p>Coordinadores de Comunicaciones y Mercadeo</p> <p>Líder de Comunicaciones y Mercadeo</p>		<p>Aprobación del solicitante</p>
8	<p>Divulgar la información solicitada (en los diferentes medios que impacten al público que se requiere) por el proceso autorizado de canalizar la divulgación de información interna y externa en la Institución Universitaria Salazar y Herrera o sea el Área Comunicaciones y Mercadeo.</p> <p>Toda la información dirigida a colaboradores, estudiantes, profesores, clientes, proveedores o demás partes interesadas, deben generarse desde Comunicaciones y Mercadeo, al igual que la divulgación de información en redes sociales y Página web, con el fin de velar por la legalidad de la fuente y la veracidad de la información oficial. Esta información debe contener la autorización para el tratamiento de datos personales.</p> <p>La información interna de los colaboradores, también puede ser enviada por los líderes autorizados o sus delegados, los cuales se relacionan en el cuadro de "Responsables".</p>	<p>Líder de Comunicaciones y Mercadeo</p> <p>Rector</p> <p>Líder de Talento Humano</p>		<p>En caso que haya una delegación de función, deberá estar soportada por escrito.</p> <p>Control por parte de los autorizados para la aprobación del envío a las bases de datos institucionales (a través del sistema)</p>
9	<p>Realizar seguimiento al alcance de la divulgación por medio de información suministrada por Comunicaciones y Mercadeo y de los indicadores que arrojan los diferentes medios y canales utilizados. Haciendo claridad que el impacto de la estrategia a difundir no solo es responsabilidad del proceso de</p>	<p>Líder de Calidad y Mejoramiento Continuo</p> <p>Líder de Comunicaciones y Mercadeo.</p>		<p>Validación del impacto comunicacional de los diferentes procesos por medio de la autoevaluación</p>

ROCEDIMIENTO DE COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN Y CONSULTA

No.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FORMATOS	PUNTOS DE CONTROL
	Comunicaciones, sino también de la evaluación del contenido de la información que le suministran los otros procesos a Comunicaciones para enviar a los públicos objetivos.	Proceso solicitante		institucional o de programa

5. PROTECCIÓN AMBIENTAL

ACTIVIDAD	ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO AMBIENTAL	CONTROL OPERACIONAL
Actividades administrativas y operativas	Consumo de energía eléctrica	Agotamiento del recurso	Programa de ahorro y uso eficiente de energía
Actividades administrativas y operativas	Consumo de agua	Agotamiento del recurso	Programa de ahorro y uso eficiente del agua.
Actividades administrativas y operativas	Generación de vertimientos	Contaminación del agua	Programa de ahorro y uso eficiente del agua.
Generación de residuos	Separación de residuos	Contaminación del suelo	PMIRS Campañas y capacitación de residuos sólidos
Actividades administrativas y operativas	Uso de marcadores, Lapiceros en oficinas	Contaminación del suelo	PMIRS Campañas y capacitación de residuos sólidos
Gestión documental	Uso de papelería en general	Reducción de recursos naturales	PMIRS

ROCEDIMIENTO DE COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN Y CONSULTA

			Campañas y capacitación de residuos sólidos
Generación de residuos	Generación de Residuos peligrosos (Luminaria, pilas, RAEE)	Aumento en la cantidad de residuos a manejar y posibilidad de afectación al suelo o al agua.	PMIRS Campañas y capacitación de residuos sólidos Aplicar procedimiento PMIRS.
Comunicaciones	Uso y disminución de residuos aprovechables	Contaminación visual	Programa AVA Solicitar solo la cantidad necesaria para la divulgación de la información. Migrar a la publicidad virtual para disminuir el consumo de papelería. Seguir los parámetros de publicación establecidos por el proceso de Comunicaciones y Mercadeo
Comunicaciones	Reutilización de residuos aprovechables (material publicitario)	Disminución de uso de los recursos naturales	PMIRS Campañas y capacitación de residuos sólidos
Comunicaciones	Uso de medios virtuales	Disminución de uso de los recursos naturales	PMIRS Campañas y capacitación de residuos sólidos

ROCEDIMIENTO DE COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN Y CONSULTA

6. CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha	Descripción del Cambio
1	26/04/2021	Creación del procedimiento. Nota. En la elaboración de esta versión la Líder del proceso argumenta que la aprobación de la asignación presupuestal para las diferentes solicitudes que se le hacen al proceso de Comunicaciones y Mercadeo no deben estar supeditadas al inicio del procedimiento.

	Elaborado por	Revisado por	Aprobado por
Nombre	Lina Marcela López García	Xiomara Sánchez Solano	Gustavo Ríos Fernández Silvana Franco Ochoa
Cargo	Líder de Comunicaciones y Mercadeo	Líder de Calidad y Mejoramiento Continuo	Vicerrector Desarrollo Organizacional Secretaria General y Directora Jurídica