

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 1

1. RAZÓN DE SER

Los acelerados cambios de la globalización, en los que las personas tienen más información y en menor tiempo, demandan nuevas pautas de comunicación corporativa, con modelos de planeación estratégica que lleguen a todos los niveles de la organización y se reflejen en su buena reputación.

En este sentido, la política y los protocolos de comunicación de la **INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA**, representan un marco de referencia institucional para los procesos comunicativos entre los diversos públicos internos y externos con el fin de posicionar la organización respecto a lo que es, lo que hace, a sus metodologías de trabajo y la razón de su accionar.

Además, la comunicación en la IUNIMAYOR se articulará con la Planeación Estratégica institucional, para fortalecer y dar positivo cumplimiento a las actividades de la Dimensión de Información y Comunicación dentro del Modelo Integrado de Planeación y Gestión, en el que nos amparamos como servidores públicos.

2. MARCO CONCEPTUAL

La Comunicación es un todo integrado de subsistemas de expresión textual, verbal, gestual donde su emisión siempre generará un espacio para la reacción en el receptor de los mensajes. La comunicación en las organizaciones representa la oportunidad de encuentro con el otro, permitiendo el entendimiento, la coordinación y la cooperación mutua de sus participantes para la construcción y desarrollo del direccionamiento estratégico de la institución, a través del flujo de información bidireccional.

La política de la **INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA** representa los principios y orientaciones generales de sus procesos de comunicación, la cual se plasmará en planes específicos de acción de la organización a través de su Subproceso de comunicaciones.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 2

La INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA propicia una comunicación clara, veraz y oportuna, entre sus públicos internos y externos, como reflejo de su responsabilidad de comunicar.

3. OBJETIVO

Gestionar procesos y mecanismos de comunicación que permitan el diálogo a nivel interno y externo, entre los actores involucrados con la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, mientras se fortalece, a su vez, la transparencia, el acceso a la gestión pública y la imagen corporativa, para mantener entre sus públicos la confianza y credibilidad de los programas académicos y servicios formativos, en cumplimiento de la Misión y Visión Institucional.

3.1 Objetivo Estratégico Según Plan de Desarrollo Institucional 2020-2024:

En esta vigencia, el Subproceso de Comunicaciones de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca:

Propenderá por la cobertura, los procesos y mecanismos de comunicación oportunos para el acceso y la transparencia de la información institucional y la participación ciudadana.

La Política de Comunicaciones tiene cuatro componentes que perfilan su ejecución:

1. Principios
2. Públicos
3. Escenarios
4. Protocolos de comunicación interna y externa

1. Principios

Los principios representan el punto de partida para pensar los procesos de comunicación de la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA,

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 3

es por ello que para generar certeza y ser responsables con la información, todas las comunicaciones verbales, escritas, no verbales, audiovisuales y sonoras de la Institución se caracterizan por su veracidad, claridad, oportunidad, actualidad, imparcialidad y transparencia.

1.1 La **VERACIDAD** hace referencia al proceder ético que denota coherencia y **ESTRICTA RELACIÓN CON LA VERDAD**, y se soporta en datos corroborados por las fuentes de información internas y externas.

1.2 La **CLARIDAD** denota el ser concretos, precisos y directos en los mensajes, usando una correcta ortografía, expresión gramatical y narrativa sonora y visual.

1.3 Las comunicaciones serán **OPORTUNAS**, la información se entregará en el tiempo y modo que la situación o nuestros públicos demanden.

1.4 La información contenida en toda relación comunicativa estará **ACTUALIZADA**, según las dinámicas del contexto interno y externo de la Institución.

1.5 **IMPARCIALIDAD**, se entregará a todos los públicos una información sin sesgo, ni discriminación, fundamentada en la objetividad.

1.6. El principio de **TRANSPARENCIA** es el compromiso de mantener enterado a todos los públicos sobre el accionar administrativo para el cumplimiento de los objetivos institucionales.

La Responsabilidad en las Comunicaciones: fundamentadas en los anteriores principios, recae en todos y cada uno los funcionarios de la **INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA**, pues todos son fuente primaria de la información cuando un público solicita información dentro y fuera de la Institución. Por esta razón, la acción u omisión comunicativa es **responsabilidad** de todos los integrantes de la organización, todos asumen los efectos institucionales y sociales de toda comunicación, manejada en el ámbito interno y/o externo.

2. Los públicos

Los públicos a los cuales van dirigidas las comunicaciones de la institución se agrupan en internos y externos y su objetivo es posicionar la Misión, Visión e imagen institucional, generando así, confianza en la **INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA**.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 4

2.1 Internos

- Consejos Directivos y Académicos
- Directivos
- Funcionarios administrativos
- Personal Docente
- Contratistas
- Estudiantes activos
- Egresados

2.2 Externos

- Ciudadanía en general
- Estudiantes de Colegios Públicos y Privados
- Estudiantes Universitarios
- Sector Gubernamental
- Sector Privado
- Comerciantes y Proveedores
- Ministerio de Educación nacional.
- Medios de comunicación.
- Redes y/o Asociaciones Universitarias.

3. Escenarios

Los escenarios representan el conjunto de circunstancias y momentos en los cuales se desarrolla un proceso comunicativo estratégico para la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA. Los siguientes escenarios representan una valiosa oportunidad para cumplir con el objetivo de las comunicaciones corporativas:

- Escenarios Físicos:

Las sedes de la Institución (Claustro de la Encarnación, Casa Obando, Bicentenario, Sede Norte y Sede administrativa Edificio AV Villas) son zonas

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 5

de atención al público externo y sitio de permanencia y convivencia para su público interno. En este sentido, se pueden ejercer mensajes directos o indirectos aprovechando los espacios de encuentro y/o circulación.

- Escenarios Sociales:

El proceso comunicativo, y manejo de la identidad corporativa, también deben estar presentes en eventos Internos y Externos (Capacitaciones, seminarios, charlas, diplomados, talleres) oportunidades para posicionar el quehacer institucional.

Así mismo, se pueden posicionar buenos y mejores procesos comunicativos en reuniones de trabajo con públicos internos y externos en la **INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA**, oportunidad para demostrar la seriedad de la propuesta académica-administrativa.

En cuanto a las reuniones de trabajo o de eventos interinstitucionales en locaciones ajenas a la organización (Colegios, instituciones educativas, empresas, ferias, congresos, etc.), se puede trabajar el proceso comunicativo en pro de dar conocer la Misión, Visión y oferta educativa

Finalmente, las entrevistas, debates o participaciones en los medios de comunicación, son espacios clave para informar sobre el desarrollo y gestión institucional.

- Escenarios mediáticos o institucionales:

Los canales, plataformas o herramientas de comunicación tradicionales y actuales, permiten una cercanía y diálogo con distintos grupos internos y externos, de ahí la importancia de una buena gestión de plataformas como el portal institucional, las redes sociales, las pantallas y carteleras publicitarias, los WhatsApp y correos corporativos, entre otros.

En conclusión, toda actividad pública representa un espacio de comunicación estratégica para la Institución, y toda plataforma mediática, bien gestionada, fortalecerá la comunicación bidireccional.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 6

Basados en la anterior información se establecen los siguientes protocolos de comunicación interna y externa, los cuales representan la táctica de la política de comunicación.

4. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA

La INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA facilita y motiva procesos de información, comunicación y participación entre su talento humano, como condiciones primordiales para coordinar sus procesos internos, afianzar su integración y generar coherencia institucional. A su vez, brinda espacios y canales de comunicación para la accesibilidad y participación de los grupos de valor o públicos de interés.

4.1 Protocolos:

- La circulación y la retroalimentación de la información institucional es responsabilidad de cada integrante de la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA.
- Los integrantes de la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA tienen claras sus funciones y el papel que desempeñan en la Institución.
- Los integrantes de cada proceso de la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA serán las fuentes de aprobación y verificación para la veracidad en la divulgación de información.

4.1.1 Actividades

Para facilitar los procesos internos de comunicación, se realizarán las siguientes actividades de coordinación y complementariedad.

- La Rectoría, La Vicerrectoría Académica y los Decanos se reunirán periódicamente con los diferentes Consejos y funcionarios de la Institución para socializar o entregar balance de las actividades académicas y administrativas, o demás informaciones de interés sobre la gestión institucional. De ser necesario, el líder del sub proceso de Comunicaciones, participará como invitado y podrá hacer un registro formal de la reunión para ser difundido entre los funcionarios de la

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 7

Institución y así informar acerca de las decisiones o acciones que se tomen, contribuyendo de esta manera en el fortalecimiento de la comunicación interna.

- Se organizarán reuniones periódicas entre los líderes de los distintos procesos de la Institución, con el líder del sub proceso de Comunicaciones, para recibir de este la asesoría sobre procesos organizativos de comunicación y/o coordinar con él la agenda informativa, los modos de participación de sus públicos directos y la divulgación de la gestión de sus procesos.
- Se generarán espacios de reconocimiento y estrategias mediáticas de comunicación entre todos los funcionarios de la **INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA** para fortalecer el sentido de pertenencia y la visión común. Estas reuniones que se realizan con el objetivo de compartir experiencias y aprendizajes entre todos los dueños de procesos institucionales serán concertadas con los responsables de las actividades.
- Cada vez que se presente información al Consejo Directivo y a las entidades de control, se propenderá por entregar material impreso o digital, claro, concreto y además se generará un espacio de comunicación personalizado para exponer la información y evitar con ello la incertidumbre. La información deberá entregarse al subproceso de Comunicaciones con anticipación, para velar por una buena presentación.
- Los líderes de los procesos académicos y administrativos institucionales, deberán reunirse anticipadamente con el líder del sub proceso de Comunicaciones para generar estrategias que permitan la promoción de sus eventos y actividades, o la participación de la comunidad universitaria en su planeación y gestión para mejores resultados.
- Todo tema mediático, informativo o comunicativo, que requiera la aplicación de la imagen institucional, deberá pasar por el Subproceso de Comunicaciones, antes de su impresión, contratación o emisión pública, desde donde se les brindará asesoría o apoyos prácticos según el Manual de Identidad Corporativa.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 8

- Como soporte a las anteriores actividades, la Institución contará con medios informativos al cual tienen acceso todos los integrantes de la misma (correo electrónico, página web, redes sociales, carteleras, pantallas publicitarias).

4.2 Medios de comunicación interna

La INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA facilitará la circulación de información de interés para sus públicos internos apoyada en los siguientes canales de información:

4.2.1 Correos electrónicos: cada miembro que haga parte de la Institución, contará con un correo electrónico institucional para el manejo de sus comunicaciones internas y externas con el dominio @unimayor.edu.co. Se evitará el uso de nombres personales en la dirección del correo (Ej: silvana@unimayor.edu.co) a excepción del caso de los docentes. Se propenderá por el uso de nombres de la dependencia (Ej: comunicaciones@unimayor.edu.co).

Todo correo electrónico deberá contener como final de su correo, el logo institucional acompañado de una sola firma que contenga estrictamente la siguiente información:

- Nombres y apellidos completos
- Cargo
- Nombre de la entidad en mayúscula
- PBX y extensión.
- Dirección de la sede donde labora
- Municipio y departamento
- Lema de inspección y vigilancia del MinEducación Nacional
- Mensaje final del Sistema de Gestión Ambiental UNIMAYOR

Esto se realizará para fortalecer la imagen corporativa, pues los mensajes al interior y en especial al exterior, siempre reflejarán la imagen de la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA. Los mensajes enviados desde este correo serán **exclusivamente** de carácter Institucional.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 9

Cuando se escriba o se responda un correo electrónico, se personalizará su saludo, citando el nombre de la persona a la cual se dirige la comunicación con el fin de fortalecer la fidelización.

4.2.2 Carteleras Internas: como espacio visual de información de interés para los funcionarios, se dispondrán carteleras en sitios estratégicos en donde haya circulación de los funcionarios, docentes, estudiantes y público en general. En ellas se expondrá información publicada en prensa u otros medios de comunicación e información, mensajes para fortalecer el clima laboral y la convivencia en la **INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA** e información interna y/o externa relacionada con nuestras ofertas y dinámicas académicas. Lo anterior operará bajo la coordinación y previa supervisión de Comunicaciones con los insumos que cada proceso suministre al respecto, quienes son también responsables de conservar la imagen y estilo institucional en cada uno de sus productos.

4.2.3 Boletín Electrónico Interno: Periódicamente se compartirá información como invitaciones a eventos, campañas u otros; noticias del acontecer académico, resoluciones, circulares informativas o convocatorias, a través de una plantilla interna para comunicados dirigidos a los diferentes estamentos de la Institución (Administrativos, Contratistas, Docentes, Directivos, Estudiantes, Egresados).

4.2.4 Pantallas Digitales publicitarias: A través de las pantallas digitales ubicadas en las diferentes Sedes, se divulgará información de eventos, mensajes, logros y demás temas relacionados con la oferta y dinámicas académicas de la **INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA**. Estos productos deben cumplir con un formato de diseño especial para la plataforma, que se acordará entre los líderes de procesos y el líder del sub proceso de Comunicaciones con su equipo de diseño.

La generación de contenido, agenda y actualización estará a cargo del equipo de Comunicaciones, previo envío de información por parte de los procesos. Y el buen

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 10

funcionamiento técnico de las pantallas, estará a cargo del Sub Proceso de Gestión de Recursos Tecnológicos.

5. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN EXTERNA

La INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA propicia una comunicación clara, veraz, oportuna, actualizada e imparcial para su público externo.

5.1. Protocolos

- La INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA define el tipo de públicos y necesidades comunicativas que tiene cada uno de ellos.
- Es responsabilidad de cada funcionario o proceso identificar, satisfacer y monitorear las necesidades de comunicación con sus públicos.
- La INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA será responsable por las comunicaciones que se emitan hacia el público en general y definirá las guías para las comunicaciones en los medios masivos de comunicación.
- TODA PUBLICACIÓN de la IUCMC incluyendo página web, DEBERÁ CONTAR PREVIAMENTE, CON EL VISTO BUENO DE COMUNICACIONES ANTES DE SER IMPRESA O EMITIDA, tanto al público interno como externo, a excepción de los oficios propios de cada proceso.
- La definición del Plan de Medios Externos para la selección y contratación de los mismos y la construcción del Plan de Publicidad, se apoyará en la Rectoría y Secretaría General, previa propuesta del Sub Proceso de Comunicaciones, según las necesidades.

5.1.1 Actividades

Para facilitar el proceso de comunicación externa, se realizarán las siguientes actividades:

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 11

- Realizar una encuesta de satisfacción del usuario realizada cada año desde la Oficina de Planeación, donde se incluirán preguntas específicas respecto a las necesidades de comunicación de nuestro *público objetivo*, cuyo resultado debe arrojar qué necesidades tienen, para qué necesitan satisfacerlas y cómo le gustaría que se hiciera (medios/espacios).
- En algunos eventos (como Diplomados, Seminarios, Cursos, etc.) realizados en la **INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA** se realizará una encuesta para recoger periódicamente esta información, la cual debe ser sistematizada y analizada en conjunto por el responsable del evento y el líder del sub proceso de Comunicaciones.
- Se establecerán los medios para cada público con ciclo PHVA, para hacer seguimiento a su impacto.
- En la generación y divulgación de contenidos mediáticos, ya sean promocionales, publicitarios o informativos, los integrantes de los procesos serán los encargados de generar la información. El Sub Proceso de Comunicaciones, será el canal intermediario para su revisión, transformación mediática y divulgación. Todo contenido y/o contacto para y con medios externos (aliados o pautados) deberá hacerse a través de la coordinación del Sub Proceso de Comunicaciones.

5.2 Manejo de los Medios de Comunicación Externos (No institucionales)

El manejo de la información con los medios será organizado por el subproceso de Comunicaciones, en cuanto a la forma de realizar la convocatoria, la transmisión de la información y seguimiento a la difusión realizada. Para ello se especifica el manejo en los siguientes escenarios:

5.2.1 Ruedas de prensa:

Estos espacios, permiten exponer información de interés y abre espacios para preguntas y respuestas directas entre la **INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA** y los medios locales. Este escenario contará con la siguiente planeación.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 12

- **Antes:** Desde Comunicaciones, se citará a la rueda de prensa cada vez que la Dirección de la IUNIMAYOR y/o Comunicaciones lo estipule conveniente, definiendo previamente los objetivos que se pretenden alcanzar con este espacio y la metodología de trabajo para garantizar su éxito.
- **Durante:** Como condición primordial, en el desarrollo de la rueda de prensa se facilitará material impreso o en forma digital para los periodistas asistentes, de tal manera que se garantice una transmisión clara de la información. La presentación temática no sobrepasará los 30 minutos y durante el discurso se recalcará los objetivos y la gestión que realiza la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA en pro de la Educación Superior en el Cauca. El espacio de preguntas y respuestas será moderado por el subproceso de Comunicaciones.
- **Después:** El líder del sub proceso de Comunicaciones realizará un seguimiento a esta gestión, por medio del archivo de Prensa, y escuchando y observando la radio y televisión local toda vez que se cuente con los insumos para hacerlo (suscripción a diarios locales, a cable local, internet y radio permanente en el área).

5.2.2 Entrevistas personalizadas

Aunque cada medio de comunicación es libre de escoger su fuente de información, el proceso de Comunicaciones es el encargado de gestionar las entrevistas particulares con los medios. Frente a ellos, cada funcionario es responsable de la información que suministre según los principios establecidos en la presente Política.

5.2.2.1 Recomendaciones para tener en cuenta:

- Si ante una pregunta formulada por un periodista no se conoce la respuesta, no se deberá improvisar y se pedirán los datos de contacto del periodista para hacerle llegar la información oportunamente.
- Jamás debe responderse “sin comentarios”.
- No se hará comentarios sobre información que se considere extraoficial.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 13

- Buscar de la manera más respetuosa que los periodistas pregunten sobre el tema propuesto, y no sobre otros temas, especialmente si estos son para generar controversia.
- Lo más importante de esta comunicación es **ser amable y sincero**; hacer todo lo necesario para facilitar la labor informativa de los periodistas, pues ellos van a difundir la noticia con o sin nuestra ayuda.

5.2.3 Visita de periodistas a las Sedes de la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA sin ser convocado.

Se re direcciona al líder del sub proceso de Comunicaciones quien le brinda una información básica y luego gestiona la atención personalizada con el funcionario que lo debe atender.

5.2.4 Envío de información o comunicados de prensa

Solo a través del líder del sub proceso de Comunicaciones se enviará la información a los medios, para lo cual el funcionario responsable suministrará los datos oportunamente a esta dependencia.

Generalmente la divulgación se hará a través de boletines de prensa, que contienen texto, audio y video, o un oficio firmado por el líder del sub proceso de Comunicaciones si es un asunto diferente al periodístico.

5.2.5 Publicidad

Para garantizar que la información pautaada llegue a los usuarios definidos por la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA, se seleccionará los medios de comunicación según encuestas realizadas en los eventos de la entidad sobre el nivel de sintonía que tiene cada uno de ellos; como resultado del análisis de esta información, solo se pautará en los medios que registren mayor audiencia entre nuestros públicos.

5.2.6. Espacio Informativo Camarín TV: cada semana el sub proceso de Comunicaciones, recopilará la información suministrada por los diferentes líderes de procesos, docentes y/o estudiantes, quienes son el insumo para la generación

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 14

del Magazín Informativo de Televisión 'Camarín TV'. Aquí se resume cada semana, las noticias más importantes y destacadas, así como también los eventos, actividades, reuniones y logros de la IUNIMAYOR. Camarín TV conservará un diseño fresco, dinámico, actual y contemporáneo para llegar tanto a públicos internos como externos.

5.3. Medios de Comunicación Institucionales Mixtos (Externos-Internos)

Considerando la existencia de medios de comunicación institucionales, cuya información no se limita a un público interno o externo, se hace necesario considerarlos en un ítem aparte, ya que su gestión bien puede funcionar para actividades internas propias de la organización, o para la promoción de sus dinámicas a nivel externo.

5.3.1. Sitio Web

- Como un medio de comunicación diacrónico y de acceso masivo, el sitio web expondrá información sobre los servicios, programas, noticias, convocatorias y demás actividades que se desarrollen en la **INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA**.
- Su diseño se regirá por lo establecido en el Manual de Identidad Corporativa.
- La actualización de links e información básica institucional será coordinada por el Subproceso de Gestión de Recursos Tecnológicos (datos permanentes) y el Subproceso de Comunicaciones (información dinámica en los ítems de: Noticias, eventos, Resoluciones y convocatorias), quienes dependerán de las orientaciones impartidas por los responsables de la información (Rectoría, Decanaturas y demás dependencias).
- La página web, a través de sus link Transparencia y Acceso a la Información Pública, Quejas y Reclamos y Participación Ciudadana, contribuirá, bajo la coordinación de Planeación Estratégica, a la transparencia, acceso a la información pública y lucha contra la corrupción propuestos en la dimensión de información y comunicación del MIPG.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 15

- La sección “**Contáctenos PQRS**” será administrada por la Secretaría General quien reenviará los mensajes/solicitudes de los usuarios al funcionario correspondiente y registrará su seguimiento.
- El portal web es el único sitio oficial online para albergar la información de procesos académicos y administrativos. La actualización de estos micro sitios estará a cargo de cada líder de procesos, y la intervención de la información, imágenes y/o enlaces, estará a cargo del Proceso de Comunicaciones y TIC, previo visto bueno de los Líderes. No se permite la creación de páginas web para procesos institucionales, por fuera del dominio www.unimayor.edu.co.

5.3.2 Teléfono

La imagen de la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA comienza desde la forma como se responde el teléfono

- Siempre que se atienda una llamada desde el conmutador, la o el recepcionista deberá contestar con el saludo correspondiente, suministrar el nombre de su proceso, la Institución y su nombre (Ej: *Comunicaciones UNIMAYOR, buenas tardes. Habla con Pedro Pérez... ¿En qué le podemos orientar?*). Esto también aplica para los teléfonos móviles corporativos.
- La información de la grabación del conmutador será monitoreada permanentemente por el líder del sub proceso de Comunicaciones y de Gestión de Recursos Tecnológicos, para garantizar su actualización.
- Cuando se requiera remitir la llamada a una extensión, el funcionario no debe prolongar la espera de las personas que requieren información por esta vía y contestar oportunamente la llamada.
- Cuando se trate de una llamada que entra directamente a una extensión, el líder del proceso deberá cumplir con los mismos parámetros de saludo, antes mencionados.
- Los teléfonos fijos y móviles son una herramienta de trabajo, es decir, su uso es oficial, razón por la cual, se debe evitar su uso para asuntos personales.
- El líder del sub proceso de Comunicaciones supervisará que estos protocolos se cumplan.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 16

5.3.3 Oficios

- Se entiende por oficios todas las comunicaciones impresas en el papel membretado de la institución cuyos mensajes serán de carácter estrictamente institucional.

Siempre contendrán:

- Código según tabla de retención
- Serie documental
- Ciudad y fecha (mes, día, año)
- Nombre COMPLETO del destinatario, cargo, entidad, dirección
- Asunto
- Saludo
- Texto
- Firma
- Al final se complementa con estos datos: Proyectó, Revisó, Anexos, Copia a, Archivado Según TRD.
- El tipo de letra Institucional que debe utilizarse es Futura Bk, para cartas el tamaño es 12 de acuerdo al Manual de Imagen Corporativa.
- En todos los casos que se cite el nombre de la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA, esta irá en mayúscula y en negrilla.
- Las márgenes para el papel membretado son de acuerdo al formato denominado: Maestro Carta y en hojas carta sin logos. Estas serán:
 - Izquierdo: 3 cm
 - Derecho: 3 cm
 - Arriba: 3 cm
 - Abajo: 2.5 cm
- Toda la papelería de la organización se regirá por su Manual de Identidad Corporativa.

Este documento se encuentra en los formatos del proceso de apoyo 'Gestión Documental', dentro del SGI. Link:

<http://10.20.30.2:8000/sgi/subproceso/categorias/10>

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 17

De esta manera, las comunicaciones de la **INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA** cuentan con unas directrices claras para fortalecer su impacto al interior y exterior, acciones promovidas por la Rectoría y supervisadas por el líder del sub proceso de Comunicaciones.

5.3.4. Redes Sociales

Las redes sociales se convirtieron en herramientas comunicacionales estratégicas para llegar a un número infinito de públicos en corto tiempo. De ahí parte la importancia de institucionalizar estos canales de información, para así estar a la vanguardia de las comunicaciones. Dentro de las innumerables redes sociales que existen hoy en día la **IUCMC** ha incursionado en 5 de éstas que describiremos a continuación:

5.3.4.1. Facebook: bajo el nombre de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca (@unimayor), la red social Facebook, toma auge entre la comunidad que visita y maneja este tipo de plataforma, el público más frecuente son los propios estudiantes quienes pueden obtener información de primera mano, oficial e inmediata desde sus equipos electrónicos. Vale la pena resaltar que este medio de comunicación sólo debe ser administrado por el líder del sub proceso de Comunicaciones y el Web master, ya que el manejo de la información es delicado y debe seguir lineamientos de información bajo los principios de veracidad, responsabilidad, ética y transparencia anteriormente mencionados. Este canal informativo, además de los contenidos propios para el lenguaje de la plataforma, deberá enlazar las noticias, eventos, actividades, etc., publicados en la página web de la Institución. Esta acción permitirá que el cliente externo profundice más sobre la información de **IUNIMAYOR** en el contenido completo publicado en la página web. No se recomienda la creación de grupos, fan pages o perfiles en Facebook, por parte de los líderes de proceso, desde plataformas personales. A su vez, queda completamente prohibido el uso del nombre o logo de la Institución en grupos o páginas de Facebook administradas por externos al Subproceso de Comunicaciones. En caso de hacerse, el único responsable será el creador y administrador de esas plataformas y contenidos, y deberá asumir cualquier consecuencia legal a la que haya lugar.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 18

5.3.4.2. WhatsApp: los equipos móviles desde su llegada al mundo revolucionaron las telecomunicaciones, no obstante el hombre no conforme con garantizar la comunicación inmediata a través de minutos y llamadas, crea la manera de mantener a las personas localizadas en tiempo real, bajo distintos parámetros de inmediatez, imágenes, videos, etc. Tal es el caso de la red social WhatsApp que a través de un número celular asignado, logra enviar información a un sin número de contactos. La Institución, incursiona en este campo con tres "listas de difusión" una en la que se incluye los números celulares de los Directivos, Decanos, Asesores y Líderes de Procesos, bajo el nombre UNIMAYOR Com. Externa, y otras dos para los periodistas de los distintos medios de comunicación, que utilizan este tipo de red, bajo los nombres Periodistas Cauca y @PrensaCauca, quienes a su vez pueden recibir y replicar la información transmitida a través de Comunicaciones en el momento de los hechos. Dependiendo la necesidad, el Subproceso de Comunicaciones podrá crear y gestionar nuevos grupos de WhatsApp, velando siempre por la protección de datos personales. En caso de que un líder requiera generar un grupo en su móvil corporativo, deberá contar con la asesoría previa de Comunicaciones. No se recomienda generar grupos institucionales en teléfonos o WhatsApp personales.

5.3.4.3. Twitter: #colmayorcauca

Es un término inglés que puede traducirse como "gorjear" o "trinar", es el nombre de una red de microblogging que permite escribir y leer mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres, llamados tuits, que se muestran en la página principal del usuario. Los usuarios pueden suscribirse a los tuits de otros usuarios – a esto se le llama "seguir" y a los usuarios abonados se les llama "seguidores", se estima que tiene más de 500 millones de usuarios, generando 65 millones de tuits al día y maneja más de 800 000 peticiones de búsqueda diarias. Ha sido apodado como el "SMS de Internet". La Institución Universitaria Colegio Mayor del cauca, ha venido incursionando en este medio de manera discreta, haciéndose presente entre los seguidores a través de las publicaciones enlazadas al Facebook. Se recomienda a líderes académicos y administrativos, no mezclar el contenido institucional con el personal, en caso de ser usuarios de esta plataforma.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 19

5.3.4.4. Instagram:

Es una red social y aplicación para compartir fotos y videos. Permite a los usuarios aplicar efectos fotográficos como filtros, marcos, colores retro y vintage, y posteriormente compartir las fotografías en diferentes redes sociales como Facebook, Tumblr y Twitter. Una característica distintiva de la aplicación es que da una forma cuadrada a las fotografías en honor a la Kodak Instamatic y las cámaras Polaroid. La Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, ha venido incursionando en este medio a través del perfil @unimayor, haciéndose presente entre sus seguidores, a través de pequeñas publicaciones de la cotidianidad institucional. No se recomienda la creación de grupos o perfiles en Instagram, por parte de los líderes de proceso, desde plataformas personales. A su vez, queda completamente prohibido el uso del nombre o logo de la Institución en grupos o páginas de Instagram administradas por externos al Subproceso de Comunicaciones. En caso de hacerse, el único responsable será el creador y administrador de esas plataformas y contenidos, y deberá asumir cualquier consecuencia legal a la que haya lugar.

5.3.4.5. YouTube: Unimayor

Es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartir videos. Aloja una variedad de clips de películas, programas de televisión y videos musicales, así como contenidos amateur como video blogs. La Institución ha logrado crear una cuenta en esta red bajo el nombre @unimayor y con cierta frecuencia y bajo algunos parámetros establecidos de calidad en la imagen y contenidos, se suben videos alusivos a las diferentes actividades realizadas por la IUNIMAYOR. Los videos que aquí se publican, se promocionan también en otras plataformas institucionales como correo, portal web y redes sociales.

6. IMAGEN CORPORATIVA

A nivel interno y externo, el Subproceso de Comunicaciones buscará impulsar la identidad corporativa a través del buen uso de su imagen, ya sea a través de acciones

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 20

en los medios de trabajo o de productos promocionales en los medios de comunicación institucional.

6.1. Equipos de oficina

- Se conservará la configuración de los computadores tal como nos la entrega el proceso de Gestión de Recursos Tecnológicos, es decir, con el escritorio que tiene el logo de la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA.

6.2. Elementos de Identificación

- **Carnet Institucional:** Cada funcionario de la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA sin excepción, contará con una herramienta de identificación, la cual deberá portar en sus horarios laborales y dentro de las instalaciones de la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA.
- **PIN:** Este emblema de la imagen Institucional, deberá portarse en todos los escenarios y espacios institucionales externos y ante medios de comunicación para generar reconocimiento de la Institución.

6.3. Publicaciones

- Cada dependencia que maneje publicaciones impresas o digitales, será responsable de usar los parámetros establecidos en el Manual de Imagen Corporativa de la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA, documento que dispone el Subproceso de Comunicaciones. Para todo lo relacionado con piezas de arte que divulguen información de la institución en el ámbito externo e interno, el equipo de Comunicaciones aprobará el texto y diseño antes de su publicación o impresión.
- El manejo del código ISSN será gestionado y tendrá la responsabilidad de cada área solicitante, deberán cumplir con las exigencias que impone el ISSN, en cuanto a formato y periodicidad, el Subproceso de Comunicaciones apoyará el proceso con supervisión.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 21

6.4. Eventos

- En todo evento organizado por la **INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA** dentro o fuera de ella, se proyectará el video institucional del cual reposa una copia en el subproceso de Gestión de Recursos Tecnológicos, en el subproceso de Comunicaciones, canal de video de YouTube y en cada Auditorio.
- Se dará un saludo de bienvenida en nombre de la **INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA** y se presentará formalmente el evento o reunión. (Según modelo de maestr@ de ceremonia, previa concertación de la programación del organizador o líder responsable del evento).
- Se usará para todas las presentaciones la misma plantilla como modelo de imagen corporativa en Power Point, suministrada por el subproceso de Comunicaciones para conservación y reconocimiento de la imagen Institucional; los cambios de la plantilla solo los podrán hacer el líder del subproceso de Comunicaciones con el apoyo del subproceso de Gestión de Recursos Tecnológicos.
- En caso de que se requiera, el Subproceso de Comunicaciones pone a disposición de los líderes el Manual de Protocolo y de Organización de Eventos de la Institución Universitaria y su Anexo Guía para la Producción de Eventos en Vivo, clave para la articulación con la logística o encargados de la proyección de presentaciones, audios, videos, etc.

6.5. Material informativo o publicitario

- El Subproceso de Comunicaciones brindará todo el apoyo necesario en cuanto a diseños, videos, fotografías, redacción de notas, etc., aplicando procesos creativos y de simplificación del lenguaje, bajo formatos según cada plataforma, cumpliendo con las directrices del Manual de Imagen Corporativa.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES			
Proceso: Planeación Estratégica			
Subproceso: Direccionamiento Estratégico			
Código	Versión	Emisión	Página
1.0.D.06	06	09-02-2024	1 de 22

7. CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA DE CAMBIO	CAMBIO REALIZADO
2	Agosto 14 de 2015	<p>En el punto 4.1.1. En Actividades de la Política de Comunicación Interna se incluyen en medios de comunicación interna Semanera, página web, redes sociales, carteleras.</p> <p>En el punto 4.1.2 Medios de Comunicación Interna se incluye el dominio @unimayor.edu.co. Igualmente se incluye "Se propenderá por el uso de nombres de la dependencia (comunicaciones@unimayor.edu.co).</p> <p>Se modifica el Item 4.2.2 Carteleras Internas, según los nuevos requerimientos para su administración.</p> <p>En el punto 5.1 Protocolos, se incluye "TODA PUBLICACIÓN de la IUCMC incluyendo página web, DEBERÁ CONTAR PREVIAMENTE, CON EL VISTO BUENO DE COMUNICACIONES ANTES DE SER IMPRESA O EMITIDA, tanto al público interno como externo, a excepción de los oficios propios de cada proceso".</p> <p>Se incluye en el punto 5.4.1 la información dinámica que desde Comunicaciones se actualiza.</p> <p>En el punto 5.4.4 se incluyen todas las redes sociales utilizadas por Comunicaciones.</p>
3	21 de mayo de 2018	Se actualizó el documento, de acuerdo al real desempeño del proceso al interior de la institución.
4	8 de junio de 2021	Se actualizó código de la política según nueva TRD.
5	20 de octubre de 2021	<p>Se actualiza el objetivo de la Política y se plasma también el objetivo estratégico de Comunicaciones según el PDI 2020-2024.</p> <p>Se adiciona las Redes y/o Asociaciones Universitarias en los Públicos Externos.</p> <p>Se actualiza la información de los Escenarios para el proceso de la Comunicación en la Institución.</p> <p>Se complementa y reorganiza información de los apartados de Política de Comunicación Interna y Externa.</p> <p>Se actualiza el apartado de imagen corporativa, y se deja para el cierre del documento.</p>
6	9 de febrero de 2024	Se actualiza código según TRD aprobadas por el Consejo Departamental de Archivos.