



GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

C: CGC-01; V: 02



Uniclaretiana
Fundación Universitaria Claretiana

1

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO

Objetivo	Crear estrategias que generen cultura de la comunicación para apoyar el cumplimiento de la misión y visión de la Fundación Universitaria Claretiana.		
Alcance	Aplica desde el establecimiento de los lineamientos para la gestión de la Comunicación, hasta el mejoramiento continuo del proceso.	Responsable	Coordinador (a) de Comunicación

2

MECANISMOS DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

Ver FGM11 Indicadores de Gestión

3

INTERACCIÓN DEL PROCESO

Proveedor	Entradas	PHVA	Actividades	Salidas	Clientes
Gestión Jurídica *Gestión de la Estrategia *Comunidad Institucional *Gestión Financiera	*Normatividad interna y externa. *Plan de Desarrollo Estratégico- PDE. *Necesidades y expectativas del entorno *Proyecto de presupuesto.	P	Establecer los lineamientos para la Gestión del Proceso de la Comunicación. Gestionar el análisis del entorno y la identidad institucional. Diseñar plan de comunicación.	*Políticas, programas, planes y proyectos formulados *Diagnóstico del entorno Plan de comunicaciones.	Gestión de la Comunicación.
Gestión de la comunicación	Programas, planes y proyectos formulados.	H	Ejecutar plan de la Comunicación.	*Protocolo de publicación *Manual de identidad Corporativa. *Línea de comunicación (Cultura de Comunicación)	*Gestión de la Comunicación. *Todos los procesos.

*Gestión de la comunicación *Entorno *Todo lo procesos	*Línea de comunicación de Políticas de comunicación *Manual de identidad corporativa. *Directrices institucionales. *Análisis del entorno		Ejecutar las estrategias de comunicación interna y externa.	*Matriz de comunicación del proceso *Plan de medios, cubrimiento de medios. *Estrategias o acciones de comunicación externa, interna y digital. *Protocolo de relaciones públicas.	*Comunidad Universitaria *Partes interesadas
*Gestión del mejoramiento *Gestión de la estrategia	Mecanismos para la evaluación del proceso.	V	Evaluar la gestión del proceso	*Informe de auditorias Resultado de la medición de indicadores. *Informe de salidas no conformes. *Estado de las acciones correctivas y oportunidades de mejora. *Estado de los riesgos del proceso.	*Gestión del mejoramiento *Gestión de la estrategia
*Gestión del mejoramiento *Gestión de la estrategia	*Informe de auditorias Resultado de la medición de indicadores. *Informe de salidas no conformes. *Estado de las acciones correctivas y oportunidades de mejora. *Estado de los riesgos del proceso.	A	Implementar acciones correctivas y/u oportunidades de mejora.	Planes de mejoramiento ejecutados.	Comunidad Universitaria

4

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

Producto y/o servicio	Característica	Especificaciones a cumplir
Estrategias o acciones de comunicación interna	Forma	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utilizar los medios de comunicación establecidos. ✓ Utilizar la comunicación asertiva.
	Fondo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estar acordes con la línea de comunicación, ruta humanística y el manual de identidad de la institución. ✓ Estar orientadas a la construcción de la identidad institucional. ✓ Generar la participación en las actividades establecidas por el plan de comunicación. ✓ Generar el sentido de pertenencia y recordación en los públicos objetivos.
Estrategias o acciones de comunicación externa	Forma	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utilizar los medios de comunicación establecidos. ✓ Utilizar la comunicación asertiva.
	Fondo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estar acordes con la línea de comunicación, ruta humanística y el manual de identidad de la institución. ✓ Incrementar el posicionamiento con las diferentes instituciones interesadas o regidos por la filantropía de la institución. ✓ Generar el sentido de pertenencia y recordación en los públicos objetivos.
Estrategias o acciones de relaciones públicas	Forma	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utilizar la comunicación asertiva.
	Fondo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer relaciones de mutuo beneficio para las organizaciones interesadas y para la Institución. ✓ Posicionar la Institución en el medio (temas educativos, trabajo interinstitucional y en cooperación mutua).
Cubrimiento de medios	Fondo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estar acordes con la línea de comunicación, ruta humanística y el manual de identidad de la institución. ✓ Generar relaciones de confianza con los medios. ✓ Generar freepress

5

DOCUMENTOS DE REFERENCIA

Documentos internos	Documentos obligatorios de origen interno	Documentos externos
N/A	N/A	N/A

6

REQUISITOS DE CALIDAD

NTC ISO 9001: 2015

4.0 Contexto de la organización, 6.1 Acciones para abordar riesgos y oportunidades, 7.1.6 Conocimiento de la organización, 7.4 Comunicación, 7.5 Información documentada, 9.Evaluación del Desempeño y 10. Mejora.

7

RECURSOS

Humanos	Físicos - Infraestructura	Ambiente de trabajo
<ul style="list-style-type: none"> Profesional de Diseño Gráfico Profesional en comunicaciones (Coordinador(a)) 	<ul style="list-style-type: none"> Equipo de cómputo MAC para diseño Equipo de Cómputo (3) Plataforma ADOBE licenciada-software Cabina de Audio dotada Estudio de Audiovisual dotado Equipos de oficina 	<ul style="list-style-type: none"> Condiciones ambientales idóneas de temperatura, iluminación, circulación de aire limpio, higiene y ruido. Condiciones psicológicas de reducción de estrés, prevención de agotamiento y cuidado de las emociones. Condiciones sociales adecuadas y controladas, tales como: no discriminación, ambiente tranquilo y libre de conflictos.

8

CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Modificó	Aprobó	Fecha	Naturaleza del cambio
02	Nathalie Montoya Montaña	Luis Javier Jaramillo Díaz	13/09/2019	Se modifica la Caracterización debido a que varias actividades que se citan en el documento, no se realizan y no cumplen con los lineamientos de Gestión de la Comunicación.



RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN

Elaboró/ Modificó	Cargo	Firma	Fecha
Nathalie Montoya Montaña Luis Javier Jaramillo Díaz	Coordinadora de Comunicaciones Coordinador de Calidad	En Físico	13/09/2019
Revisó	Cargo	Firma	Fecha
Comité Integrado de Gestión	N/A	Acta N°21	07/11/2019
Aprobó	Cargo	Firma	Fecha
Comité Integrado de Gestión	N/A	Acta N°21	07/11/2019
Vigente a partir de: 13/11/2019			