	COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Código: P-GCOM-02
		Versión: 01
	PROCEDIMIENTO	Fecha: 27/09/2021
		Página 1 de 5

1. OBJETIVO

Ejecutar acciones de comunicación que permitan el cumplimiento de objetivos estratégicos y la gestión de la imagen institucional, a través de la publicación oportuna de información que facilite la relación del ISER con su entorno y la interacción con sus grupos de valor.

2. ALCANCE

El procedimiento inicia con la solicitud de acciones o estrategias de comunicación de los procesos, pasando por la evaluación de la prestación del servicio y finaliza con la medición del alcance de las publicaciones.

3. RESPONSABLE

Profesional Universitario de Comunicación

4. DEFINICIONES

4.1. COMUNICACIÓN CORPORATIVA O INSTITUCIONAL: Es el proceso estratégico que tiene como fin, apoyar el cumplimiento de los objetivos de la organización. Es el conjunto de operaciones de comunicación llevados a cabo con el propósito de ayudar a la toma de decisiones, generar una imagen positiva y de hacerse conocer o de mejorar su imagen.

4.2. COMUNICACIÓN EXTERNA: Se define como el conjunto de operaciones de comunicación destinadas a conectar la institución con aquellos grupos de interés que, si bien no pertenecen a ella, algún interés común las conecta. Este tipo de comunicación busca gestionar la imagen de la institución, la relación con su entorno y la interacción con sus grupos de valor.

4.3. GESTIÓN DE CONTENIDO: Esta función busca identificar mensajes claves de los diferentes individuos de la organización y generar una cultura donde todos aporten contenido y se gestione de manera fluida para que al ser compartido genere beneficios para la organización.


4.4. IDENTIDAD CORPORATIVA: La identidad es el punto de partida desde el cual se establece la comunicación, no cambia ni depende de los públicos, es el conjunto de características o atributos que configuran el ser institucional: misión, visión, objetivos, principios, normatividad, cultura, valores y comportamiento, no sólo los presentes sino también los acumulados, aquellos que constituyen el legado histórico.

4.5. MARCA E IDENTIDAD VISUAL: Es la parte tangible, el diseño gráfico, el logotipo de una Institución, su color, tipografía, página web, folletos, manejo del color, publicaciones, edificaciones, uniformes y todo lo que nos ayuda a reconocer y diferenciar una marca de otra.

4.6. MATRIZ DE COMUNICACIÓN: es una herramienta de evaluación diseñada para determinar con exactitud cómo se comunica un individuo y para proporcionar un marco conceptual para determinar objetivos de comunicación lógicos.

4.7. MENSAJE: es una comunicación de interés, de conocimiento o de utilidad para los funcionarios de las entidades. Debe ser claro, breve y generar interés.

4.8. PÁGINA WEB: Conjunto de información que se encuentra en una dirección determinada de internet.

	COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Código: P-GCOM-02
		Versión: 01
	PROCEDIMIENTO	Fecha: 27/09/2021
		Página 2 de 5

4.9. REDES SOCIALES: Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.

5. MARCO LEGAL

5.1. Artículo 20 de la Constitución Política de Colombia de 1991 “Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial...”

5.2. Ley 1712 de 2014 "Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones".

5.3. Decreto No 1295 de 2010. Artículo 39: Publicidad y Oferta de Programas. Las instituciones de educación superior solamente podrán hacer publicidad y ofrecer los programas académicos, una vez obtenga el registro calificado o la acreditación en calidad durante la vigencia.

5.4. Decreto 2573 de 2014 “Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea, se reglamenta parcialmente la Ley 1341 de 2009 y se dictan otras disposiciones”.

5.5. Decreto 103 de 2015 “Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1712 de 2014 y se dictan otras disposiciones”.

5.6. Decreto 1078 de 2015 "Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones".

5.7. Decreto 1499 de 2017 Modelo Integrado de Gestión y Planeación

5.8. Norma Internacional ISO 9001-2015 Sistema de Gestión de la Calidad.

5.9. Resolución número 12220 de 2016 “por la cual se regula la publicidad que realizan las instituciones de educación superior”


5.10. Acuerdo 015 del 02 de diciembre de 2020 “Por el cual se adopta la Política de Comunicación del Instituto Superior de Educación Rural ISER”

6. GENERALIDADES

6.1. Este procedimiento es liderado por el Profesional Universitario de Comunicación y se alimenta de la información generada por los procesos y oficinas de la institución.

6.2. Los mensajes elaborados deben ajustarse a los lineamientos establecidos dentro de la Política de Comunicación y el Manual de Identidad Corporativa.

6.3. Los cubrimientos de actividades institucionales de tipo académico, cultural, investigativo, extensionista y otros, serán solicitados vía correo electrónico con mínimo 3 (tres) días hábiles de anterioridad indicando fecha, hora, lugar e información general de la actividad (qué, quién (es), Cómo, Cuándo, dónde, por qué, para qué).

	COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Código: P-GCOM-02
		Versión: 01
	PROCEDIMIENTO	Fecha: 27/09/2021
		Página 3 de 5

6.4. Cuando el personal de comunicación y prensa no pueda trasladarse a realizar el cubrimiento periodístico al lugar de la actividad fuera de la institución, el solicitante debe remitir vía correo electrónico, los soportes del evento (videos, fotografías e información de la actividad), que contenga como mínimo qué actividad, participantes, cómo se realizó, cuándo se realizó, dónde se llevó a cabo, por qué se hizo y para qué se hizo. Lo anterior con el fin de proyectar la nota de prensa. Las imágenes se enviarán como archivos adjuntos en formato jpg o png y NO se insertarán en documentos de Word para mantener la calidad de la imagen.

6.5. Las solicitudes de publicación de notas de prensa se deben realizar vía correo electrónico, remitiendo la información descrita en el ítem anterior, con un plazo máximo de 2 días calendario posterior a la actividad y se atenderán en un plazo máximo de 2 días calendario posterior a la recepción de la solicitud.

6.6. Las solicitudes para comunicados a la opinión pública las se recibirán de los miembros de la Alta Dirección vía correo electrónico, llamada telefónica o por mensajería instantánea. Estos comunicados dan a conocer la posición general de la institución frente a un hecho determinado.

6.7. Todos los comunicados a la opinión pública no se firman y serán atendidos de manera inmediata.

6.8. La comunicación interna entre procesos y dependencias de la institución se realiza mediante correo electrónico, chat interno (Spark) y a través de medio físico o digital por circulares, memorandos, encuestas y otros formatos establecidos por el SIG. No se restringe el uso de WhatsApp y otras aplicaciones de mensajería instantánea, estas no se consideran canales oficiales de comunicación, por tanto, solo el funcionario que cuente con línea institucional estará en la obligación de responder a través de este medio.


6.9. Las solicitudes de publicación de actos administrativos (Acuerdos de Consejo Directivo, Académico y Resoluciones) serán remitidas por la Secretaría General o la Secretaría de Rectoría, vía correo electrónico y deberán contener en archivo PDF el documento a publicar.

6.10. El correo electrónico será el canal oficial para la recepción de solicitudes y serán atendidas conforme al orden de llegada, salvo aquellas que corresponden a publicaciones que por términos de Ley o fuerza mayor se deban publicar en plazos específicos. No se atenderán solicitudes de publicación que se realicen vía telefónica, por mensajería instantánea, verbal o través de estudiantes, esto, con el fin de garantizar la trazabilidad de las solicitudes.

6.11. Los términos de atención a las solicitudes que se reciban en días no laborales empezarán a contar a partir del primer día hábil siguiente a la recepción de la solicitud, salvo aquellas solicitudes que por términos de Ley o motivos de fuerza mayor deban ser atendidas de inmediato.

7. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

No.	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE	REGISTROS
-----	-----------------------------	-------------	-----------

	COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Código: P-GCOM-02
		Versión: 01
	PROCEDIMIENTO	Fecha: 27/09/2021
		Página 4 de 5


1	<p>Recibir solicitudes: Recibir las solicitudes de cubrimiento periodístico o publicación de información de actividades institucionales por parte de los Líderes de Proceso o funcionarios.</p> <p>Cuando la solicitud requiere de un cubrimiento de actividades, se debe desarrollar la siguiente actividad; en caso contrario, se debe desarrollar la actividad 3.</p>	Profesional Universitario Comunicación	de	Correo electrónico
2	<p>Realizar cubrimiento de actividades: Asistir a la actividad en la fecha y hora indicada, para realizar el registro fotográfico del evento, entrevistas o videos, sí hay lugar a ello.</p>	Profesional Universitario Comunicación	de	Registros de comunicaciones
3	<p>Publicar Información: Dependiendo de la extensión e impacto de esta, se debe publicar, en redes sociales, página web, entre otros medios, la información a difundir a grupos de valor e interés.</p>	Profesional Universitario Comunicación	de	Registros de publicación
4	<p>Realizar medición del alcance de la publicación: Registrar el alcance de las publicaciones, con base en la información suministrada por las plataformas de publicación utilizadas.</p>	Profesional Universitario Comunicación	de	Informe de Publicación
5	<p>Evaluar servicio: Notificar al solicitante, vía correo electrónico, diligenciar la encuesta de evaluación del servicio de comunicaciones generada.</p>	Profesional Universitario Comunicación Usuarios	de	Correo electrónico Encuesta

8. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

Proyecto Educativo Institucional
Política de Comunicación
Plan de Desarrollo Institucional
Plan Estratégico de Comunicación

9. HISTORIA DE MODIFICACIONES

FECHA	VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
-------	---------	------------------------

	COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Código: P-GCOM-02
		Versión: 01
	PROCEDIMIENTO	Fecha: 27/09/2021
		Página 5 de 5

27/09/2021	01	Creación del documento por modificación del Mapa de Procesos Institucional.
------------	----	---

10. CONTROL DE CAMBIOS

Elaborado por: Andrea Calderón Vargas	Aprobado por: Mónica Enith Salanueva Abril	Aprobado por: Gloria Yubid Coronado Sepúlveda
		
FIRMA	FIRMA	FIRMA
Cargo: Profesional Universitario de Comunicación	Cargo: Profesional Especializado de Direccionamiento Estratégico	Cargo: Secretaria General
Fecha: 27/09/2021	Fecha: 27/09/2021	Fecha: 27/09/2021