

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

POR LA CUAL SE EXPIDE EL MANUAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

El RECTOR de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE, en uso de las facultades que le confieren los estatutos de la Institución, y

CONSIDERANDO:

- PRIMERO:** Que el Consejo Superior mediante Resolución No. 621 del 18 de junio de 2019 aprobó la "Estructura organizacional UAO Plan de Desarrollo 2030".
- SEGUNDO:** Que en la citada Resolución se encuentra el Comité de Comunicaciones, adscrito al departamento de Comunicaciones, cuyas responsabilidades son: gestionar los riesgos reputacionales de la institución; gestionar las comunicaciones oficiales, internas y externas, de la Universidad; establecer e implementar un plan estructural de medios que responda a las necesidades divulgativas de la Universidad.
- TERCERO:** Que de acuerdo con la Resolución 7499 del 18 de julio de 2019 se nombran los miembros del Comité de Comunicaciones.
- CUARTO:** Que con el fin de gestionar con enfoque estratégico y en forma efectiva, las comunicaciones de la Universidad Autónoma de Occidente - UAO y proteger la imagen, la credibilidad y la reputación de la UAO, el departamento de Comunicaciones lideró la redacción del Manual de Comunicación Institucional, lo discutió y enriqueció con los miembros del Comité de Comunicaciones.
- QUINTO:** El presente Manual fue aprobado por el Comité de Comunicaciones según Acta No. 004 del 3 de septiembre de 2019.
- SEXTO:** Que de acuerdo con el literal k. del Artículo 24º de los Estatutos vigentes de la Institución, es función del Rector expedir los manuales de procedimientos administrativos.

RESUELVE:

ARTÍCULO ÚNICO: Expedir el Manual de Comunicación Institucional, que se relacionan a continuación:

1. CONTEXTO

El Manual de Comunicación Institucional de la Universidad Autónoma de Occidente - UAO, se basa en la lógica contemporánea del proceso comunicativo como parte del direccionamiento estratégico institucional. Por lo tanto, las estrategias de comunicación deben contribuir al logro de los objetivos de la organización, gestionar públicos de interés e integrar las acciones comunicativas a la cultura organizacional.

En ese sentido, las comunicaciones en la Institución deben fomentar el apalancamiento y establecimiento de la reputación, la credibilidad, la marca y demás valores intangibles de la organización, de cara a fortalecer sus objetivos misionales y al logro de indicadores de aporte a la gestión integral de la Universidad.

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

Este documento se proyecta como una guía de estricto cumplimiento para toda la comunidad universitaria, en la búsqueda de la excelencia institucional. Es el resultado de un esfuerzo interdisciplinario entre el departamento de Comunicaciones y la facultad de Comunicación y Ciencias Sociales, bajo el direccionamiento de la Rectoría.

Ningún párrafo de esta publicación puede ser reproducido, copiado o transmitido digitalmente sin un consentimiento escrito o de acuerdo con las leyes que regulan los derechos de autor o copyright en Colombia, las cuales son: Artículo 61 de la Constitución Política de Colombia; Decisión Andina 351 de 1993; Código Civil, Artículo 671; Ley 23 de 1982; Ley 44 de 1993; Ley 599 de 2000 (Código Penal Colombiano), Título VIII; Ley 603 de 2000; Decreto 1360 de 1989; Decreto 460 de 1995; Decreto 162 de 1996.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

Gestionar con enfoque estratégico y en forma efectiva, las comunicaciones de la Universidad Autónoma de Occidente, con el fin de proteger la imagen, la credibilidad y la reputación de la UAO.

2.2 Objetivos específicos

- Valorar las voces, capacidades, percepciones, intereses y necesidades de las audiencias internas y externas, con quienes interactúa la UAO en el desarrollo de sus actividades, privilegiando un contexto dialogante y por ende la construcción de confianza.
- Garantizar que la información emitida a los públicos de interés sea oportuna, clara, precisa y veraz.
- Promover la participación de las audiencias, mediante canales de comunicación bidireccionales y abiertos que faciliten el flujo constante de información y el diálogo.
- Contribuir al fortalecimiento de la percepción positiva que sobre la UAO tienen las audiencias externas, con que esta interactúa directa e indirectamente.
- Contribuir a la toma de decisiones en la cotidianidad del desarrollo de la labor misional de la UAO.
- Facilitar el direccionamiento de las acciones de comunicación, orientadas a prevenir y afrontar con efectividad las posibles situaciones de crisis en la institución.
- Contribuir al fortalecimiento de la cultura organizacional y del sentido de pertenencia de los colaboradores.
- Alinear los mensajes que se emiten o generan desde las diferentes instancias institucionales, de cara al cumplimiento de los objetivos de la UAO y la aplicación correcta de protocolos y procedimientos de comunicación institucional.

3. ALCANCE

Este Manual está relacionado con el proceso del departamento de Comunicaciones, dando alcance a lo concerniente a la identidad corporativa y marca, comunicación externa, comunicación interna y comunicación digital; los cuales son de estricto cumplimiento y aplican a toda la comunidad universitaria.

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS <i>N.R.I.</i>
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

4. DEFINICIONES

- **Públicos de interés:** públicos que tienen intereses recíprocos con la UAO y mantienen una relación estable con ella.
- **Canales de comunicación:** son las herramientas de comunicación usadas por la UAO para transmitir un mensaje a una o más audiencias. Algunos mecanismos para la transmisión pueden ser: medios impresos, páginas web, conferencias de prensa, boletines informativos, correo interno, redes sociales, reuniones informativas, publicidad impresa, entre otros.
- **Comunicación corporativa:** es un modelo de gestión de comunicación que se sitúa en distintos ámbitos dentro de la organización, para liderar el sistema de relacionamiento con los distintos públicos de interés. En el ámbito institucional, define la política y estrategia de comunicación en función de los públicos de la organización (delimita el accionar, fija indicadores, evalúa alcances y resultados).
- **Comunicación informativa:** responsable de los relatos, las narraciones y los contenidos organizacionales que circulan por los medios internos y externos que se direccionan a los públicos o grupos de interés.
- **Comunicación organizacional:** acompaña y asesora a la gerencia o dirección general, a la dirección de Gestión Humana y Dirección de Mercadeo para desarrollar la comunicación estratégica que se ocupa de las funciones de identidad, imagen, marca, publicidad y mercadeo (trabaja la comunicación para cultura, posicionamiento, visibilidad, imagen y reputación).
- **Contexto dialogante:** espacio en el que se estimula la comunicación de doble vía, que reconoce al interlocutor y permite la participación argumentativa de las ideas que se comparten.
- **Cultura organizacional:** promueve que los colaboradores compartan unos imaginarios y unos sentidos, claros para todos, acerca de en qué consiste ser un colaborador UAO, ser exitoso, ser buen trabajador; acerca de cómo se asumen las normas y los valores en la UAO. Todas estas representaciones colectivas se constituyen en universos de sentido compartido, se instauran una serie de prácticas que hacen realidad esos significados, esos sentidos y esos imaginarios. Eso es la cultura. La cultura organizacional define la manera de ser, comportarse y actuar en una organización.
- **Escenario de crisis:** evento o situación que origina o es fuente de crisis y que puede afectar negativamente la imagen y la reputación de la UAO.
- **Imagen:** expresa fundamentalmente la personalidad de la Institución, es decir, el conjunto de atributos, valores y manifestaciones voluntarias de la UAO para proyectar ante sus públicos una imagen intencional positiva. La marca, las relaciones informativas, la publicidad corporativa, entre otros, son expresiones identitarias que se reflejan en la imagen.
- **Información confidencial:** información que contiene datos personales sensibles o privados. Se considera que el impacto para la institución es muy elevado (alto) en caso de conocerse la información por personal no autorizado o externo de la institución.
- **Información comercial (publicidad):** información estratégica con la cual la UAO promociona sus servicios a través de diferentes medios y canales de comunicación.

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS <i>RF</i>
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

- **Mensaje:** información institucional o de interés de los públicos o audiencias, publicada oficialmente por la UAO a través de los medios oficiales.
- **Reputación:** prestigio consolidado y fundamentado que la UAO ha logrado ante sus públicos de interés y el reconocimiento que estos hacen del comportamiento institucional a partir del grado de cumplimiento de sus compromisos y objetivos misionales.
- **Socialización de Información:** toda información que ha sido oficialmente divulgada al público por parte de la UAO por lo menos de una de las siguientes formas:
 - Expedición de boletines de prensa
 - Declaraciones de voceros oficiales
 - Conferencias de prensa
 - Eventos institucionales
 - Publicación oficial en medios virtuales
 - Transferencia informativa oficial en eventos
- **Vocero:** persona autorizada, entrenada y con las competencias desarrolladas para dar declaraciones a los medios de comunicación u otras audiencias en nombre y representación de la UAO con respecto a un tema o propósito particular.
- **Voceros oficiales:** fungirán como voceros oficiales permanentes autorizados, el Rector (como vocero oficial primario) y el director de Comunicaciones (como vocero oficial secundario). Solo con autorización de estas dos instancias o con la designación oficial, otros colaboradores desempeñarán el papel de voceros oficiales.
- **Comité de Comunicaciones:** creado mediante Resolución No. 621 del 18 de junio de 2019; encargado de velar por el cumplimiento del Manual de comunicación institucional de la UAO.

5. CONDICIONES GENERALES

La gestión de la comunicación está enmarcada en la Misión y Visión de la UAO, cuyo centro son las personas, lo que motiva a diseñar estrategias y a desarrollar acciones encaminadas a generar espacios de comunicación e interacción que propendan por un beneficio mutuo, la consolidación de las relaciones y el fortalecimiento de la reputación de la UAO.

Se requiere que la comunicación con las audiencias con las que se interactúa, siempre esté caracterizada por la proactividad, claridad, transparencia y respeto y se realice en un contexto dialogante. La UAO consciente de su rol social y humano, concibe la comunicación como un derecho de todo ser humano y como tal, lo respeta bajo un criterio de justicia.

Para el éxito del Manual de Comunicación Institucional de la UAO es primordial que:

- La alta dirección de la UAO:
 - Asuma las comunicaciones como una herramienta estratégica importante para el desarrollo de la gestión universitaria, la protección y el fortalecimiento de la reputación.

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

- Prevea los hechos coyunturales relacionados con la UAO, que podrían ser objeto de consulta en cualquier momento por parte de los medios de comunicación u otras audiencias, y establezca su posición argumental, a fin de asegurar respuestas claras y concisas.
- Identifique situaciones que puedan trascender el ámbito de lo privado y convertirse en un riesgo de opinión pública que podría afectar la reputación de la UAO.
- Todos los integrantes del equipo humano UAO:
 - Comprendan su contenido y lo apliquen.
 - Contribuyan con sus actuaciones a crear espacios de diálogo, a fomentar una actitud transparente y cordial, a propiciar una imagen favorable y a proteger la reputación corporativa.
 - Sean conscientes y responsables de su rol al momento de comunicar, teniendo especial atención en ser coherentes con lo establecido en este Manual y con la cultura institucional.
- Se cumplan los siguientes estándares en las comunicaciones:
 - Consistencia y calidad de los contenidos.
 - Oportunidad y apropiada respuesta a los eventos de relevancia para la institución.
- El diálogo con las audiencias UAO esté fundamentado en los siguientes principios:
 - Respeto
 - Transparencia
 - Inclusión
 - Reciprocidad
- Tener en cuenta los siguientes criterios de aplicación:
 - Coherencia: que las actuaciones individuales y colectivas correspondan al Manual de comunicaciones institucionales.
 - Caracterización de los grupos de interés: identificar los intereses y aspectos coyunturales de cada audiencia clave.
 - Mejora continua: búsqueda e incorporación de mejores prácticas en comunicación.

6. CONTENIDO

6.1 Normas y lineamientos

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS <i>ret.</i>
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

6.1.1 Generales – Comunicación interna y externa

El riguroso cumplimiento de las siguientes normas y lineamientos, así como las condiciones establecidas en el capítulo 5 de este documento institucional, contribuyen a un manejo efectivo de la información relacionada con la UAO:

- En la UAO las comunicaciones internas y externas son fundamentales para el fortalecimiento de la identidad, la cultura y a su vez el posicionamiento de la imagen de la institución, en ese sentido, todas las dependencias deben apoyar este proceso de comunicación interna y comunicación externa.
- La gestión de comunicación institucional debe planearse de acuerdo con las necesidades de las diferentes audiencias y a las propias de la UAO, promoviendo las tecnologías de la comunicación y la información, y fomentando los espacios de interacción personal.
- La información a medios de comunicación sobre resultados de la gestión, eventos, proyectos y demás aspectos de la UAO, será suministrada por los voceros oficiales, primario y secundario, de acuerdo con los lineamientos establecidos en este documento. También lo podrán hacer, en caso de ser abordados, voceros de nivel de vicerrectorías o designados.
- La divulgación de la ciencia, la tecnología y la innovación son fundamentales para el posicionamiento de la Institución, por lo tanto, es compromiso de todos los colaboradores y docentes, ser fuentes de consulta para la opinión pública y desarrollar habilidades de comunicación para el logro de este objetivo, con el acompañamiento del departamento de Comunicaciones.
- La comunicación debe promover y estimular en los miembros de la Comunidad Universitaria el sentido de pertenencia hacia la Institución y divulgar de manera activa y permanente sus principios, valores, fortalezas, proyecciones y planes, para posicionar la imagen de la UAO en su audiencia interna.
- No se deben comunicar planes ni proyectos que, aunque hayan sido aprobados no se hayan ejecutado o empezado a ejecutarse, ni mensajes con alto contenido auto promocional sin tener evidencias concretas que soporten o demuestren sin lugar a dudas esas afirmaciones.
- El establecimiento de un Manual para el manejo de las comunicaciones, será salvaguardado por el departamento de Comunicaciones, con el propósito de que los mensajes establecidos guarden coherencia con el lenguaje institucional, garantizando con ello el fortalecimiento de la imagen y la reputación de la UAO, sus dependencias y facultades.
- Todas las dependencias y áreas de la UAO producirán sus piezas de comunicación de carácter corporativo de acuerdo con los lineamientos de contenido e imagen dados en el Manual de Comunicación Institucional y el Manual de Imagen Corporativa.
- Toda información institucional que sea pública puede ser suministrada por los voceros a los medios de comunicación u otras audiencias externas, según la naturaleza del tema, en caso de ser abordados (Anexo 1. Voceros oficiales).

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS
Aprobado por: RECTORÍA			<i>NRJ.</i>

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

- A su vez, colaboradores diferentes a los voceros, deben canalizar las solicitudes de información de los medios de comunicación a través del departamento de Comunicaciones, respondiendo a estos según el guion establecido por esta dependencia.
- Frente a la ocurrencia de eventos especiales, hechos coyunturales, emergencias o situaciones de crisis de la Institución, el manejo de la información con los medios de comunicación se realizará de acuerdo con lo establecido en este manual.
- Solo el Rector, o quien él formalmente designe, pueden convocar o atender ruedas o conferencias de prensa.
- Los colaboradores de la UAO que sean invitados o participantes en eventos especiales nacionales e internacionales, en caso de ser abordados por los medios de comunicación, pueden dar declaraciones a estos sobre el tema que expusieron y otros de carácter público relacionados con la Institución. Para este fin, el departamento de Comunicaciones, conjuntamente con los colaboradores participantes, deberán preparar un documento o consensuar una posición corporativa que les sirva de guía.
- El departamento de Comunicaciones es el responsable de controlar el cumplimiento y correcto uso de la imagen corporativa representada en su arquitectura de marca, en todas las piezas de promoción, publicidad y medios que tengan impacto, ya sea al interior o al exterior de la Institución. Esto, independientemente de que el diseño y la producción de estas sean contratados y gestionados directamente por la dependencia interesada.
- Los eventos realizados por cualquiera de las dependencias de la organización deben estar enmarcados en la imagen corporativa, establecidos por el departamento de Comunicaciones y los parámetros de protocolo establecidos por la jefatura de Servicios a la Comunidad.
- La utilización de fotografías, videos, cualquier otro material gráfico y música en piezas de comunicación de la organización deberán ser registradas y controladas por las tablas de retención documental, contar con las debidas autorizaciones de acuerdo con la Ley de protección de datos personales 1581 de 2012 y sus tiempos de conservación serán establecidos de acuerdo con la Ley general de Archivos 594 de 2000.
- Todos los documentos corporativos que sean publicados externamente deben estar en formato pdf.

6.1.1.1 De comunicación interna

Las comunicaciones determinadas como internas deberán fortalecer y aportar los objetivos misionales de la UAO y adelantar las acciones necesarias de cara al cumplimiento de los indicadores de los procesos involucrados. Deberá darse cumplimiento a lo consignado en el manual de comunicación interna de la UAO, teniendo en cuenta los siguientes objetivos:

- Desarrollar mecanismos de comunicación, seguimiento y evaluación de las tareas informativas.
- Divulgar la obra intelectual y científica que desarrollan los integrantes de la comunidad académica.

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

- Establecer vínculos permanentes y eficaces con los centros de producción académica, de tal manera que el saber universitario y la creación original de conocimientos se conviertan en insumos primarios de la función comunicacional.
- Dirigir acciones que permitan fortalecer el clima de cooperación y armonía de los diferentes públicos, para crear confianza general en las formas de organización y autogobierno de la UAO.
- Desarrollar estrategias con las áreas de Bienestar Universitario y Gestión Humana para fortalecer la identidad y el sentido de pertenencia, así como mejorar el clima y cultura organizacional.

6.1.1.2 De comunicación externa

Las comunicaciones determinadas como externas deberán fortalecer y aportar a los objetivos misionales de la UAO y adelantar las acciones necesarias de cara al cumplimiento de los indicadores de los procesos involucrados, teniendo en cuenta los siguientes objetivos:

- Establecer relaciones con medios masivos y alternativos diferentes a los institucionales para fortalecer la divulgación externa.
- Dar a conocer los logros institucionales que impactan los entornos local, regional y nacional.
- Evidenciar los resultados y la implementación de los proyectos de académicos con compromiso social, que contribuyen al desarrollo de la región.
- Contribuir a la construcción de opinión pública, a través de la divulgación de información relevante en el ámbito académico, ciencia y tecnología.
- Socializar la gestión de la Institución ante audiencias claves, a través de escenarios de discusión, de la facilitación de acceso a la información y de la participación de los diferentes públicos, a través de los representantes de los estamentos de gobierno de la UAO.
- Establecer protocolos de relaciones corporativas para los representantes de la Institución en comisiones académicas, de estudio y administrativas, que permitan el fortalecimiento de la imagen corporativa, acuerdos y alianzas con actores de los sectores educativo y empresarial.

7. DE LOS MEDIOS INSTITUCIONALES

7.1 Páginas Web UAO, oficial e institucionales

La página web oficial de la UAO es el sitio web principal que representa la institución, sus facultades, programas académicos, departamentos y en general todas las áreas que componen la Institución y se

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS <i>RL</i>
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

encuentra asociada al dominio principal www.uao.edu.co. Como sitio oficial es el único autorizado para utilizar la marca gráfica en su cabecera, las páginas que se desarrollen a partir de ese dominio u otro diferente y que representen los intereses de la UAO, se consideran páginas institucionales y deberán utilizar los identificadores institucionales según las indicaciones del departamento de Comunicaciones.

Las páginas web de la UAO están orientadas a suministrar información académica, de investigación y proyección social institucional, además de la promoción de los programas académicos y servicios a la comunidad estudiantil.

El departamento de Comunicaciones realizará auditorías del contenido publicado en la web UAO con el objetivo de velar por el cumplimiento de las normas de publicación de contenidos en la web de la UAO y tomará las medidas necesarias frente a prácticas que incumplan con lo que demarque este documento, el cual siempre estará disponible para consulta de la Comunidad Autónoma.

En caso de ser requerido, la Dirección de Mercadeo realizará solicitudes a los portales educativos en los cuales hay presencia de información de la UAO, con el fin de actualizar los datos relacionados con la Universidad.

En los casos en los que se requiera, el Comité de Comunicaciones será el encargado de evaluar, según la pertinencia o responsabilidad, la participación del departamento de Comunicaciones o la dirección de Mercadeo en los temas inherentes a la gestión de contenidos del sitio Web de la UAO.

La información contenida en el sitio tendrá los siguientes objetivos:

- Apoyar los procesos de comunicación que ayuden a fortalecer la imagen corporativa.
- Suministrar información a los públicos objetivos que ayude a mejorar los procesos institucionales.
- Proporcionar información institucional para cumplir con requerimientos de ley.

7.2 Administración de las páginas web

La Dirección de Tecnologías de la Información será la encargada de administrar, desde la operatividad, programación, mantenimiento de la disponibilidad, todos los sitios web que representen a la UAO, tanto el sitio oficial como los institucionales.

El tiempo de creación de un sitio Web dependerá de su tipología: página Web informativa y página Web de eventos. La primera se gestionará en un periodo de un mes calendario; en cuanto a la segunda, la respuesta al requerimiento se realizará en tres meses calendario.

Para agregar o editar contenido de las páginas institucionales se requiere una cuenta de usuario que deberá solicitarse a la dirección de Tecnologías de la Información. La solicitud deberá realizarla el director o jefe de la unidad académica, administrativa o de servicios, especificando el nombre de la persona encargada de administrar la información y el tiempo de duración que requerirá para el uso de la cuenta.

Todos los contenidos agregados o editados por los administradores de la información serán responsabilidad del director o jefe de la unidad académica, administrativa o de servicios.

La vigencia de una página web, será la que se especifique en el *brief para sitios web*, suministrado por el usuario solicitante.

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

El uso inadecuado de las páginas web acarreará las sanciones descritas en el Manual de comunicación institucional para el uso de medios oficiales e institucionales.

7.3 Solicitud de una página web institucional

Las solicitudes de desarrollo de una página web institucional, creación de dominios o subdominios, deben ser dirigidas al departamento de Comunicaciones, desde donde se iniciará el proceso de solicitud a la Dirección de Tecnologías de la Información.

7.4 Medios de comunicación institucionales

Los medios de comunicación institucionales, por su capacidad de interacción con diferentes grupos de interés, que generan producciones públicas audiovisuales, públicas de radiodifusión y públicas en entornos digitales, deberán formular un plan estratégico anual articulado con las diferentes áreas de la UAO, para establecer un contacto permanente y correlativo que propicie el flujo adecuado, el intercambio oportuno y el acceso eficaz a la información para los diferentes públicos.

7.5 Redes sociales UAO

7.5.1 Publicaciones en redes sociales

La presencia de la UAO, como marca, en medios virtuales y redes sociales, tiene como objetivo gestionar el posicionamiento de la UAO y crear espacios virtuales de comunicación en doble vía, con sus grupos de interés. Estos espacios deberán promover contenidos y conversaciones entre la comunidad y la UAO, es por esto que definir cómo se debe gestionar la comunicación en los espacios digitales revelará un trabajo más efectivo y cercano a nuestros públicos objetivo.

El departamento de Comunicaciones velará por el cumplimiento de las normas de publicación de contenidos en redes sociales de la UAO y tomará las medidas necesarias frente a prácticas que incumplan con lo que demarque este documento, el cual siempre estará para consulta de la Comunidad Autónoma.

7.5.2 Objetivos y alcances

- Proyectar una imagen sólida y coordinada con los objetivos misionales de la UAO.
- Coordinar las redes sociales que representan a la UAO, para generar contenidos relevantes y de valor para la comunidad, que fomenten el posicionamiento institucional, y estén enmarcados en los pilares misionales (docencia, investigación y proyección social).
- Posicionar a la UAO como una institución de alta calidad, con una visión global y comprometida con el desarrollo de la región.
- Promover los servicios y programas académicos que ofrece la UAO entre sus públicos internos y externos.
- Asegurar una interacción objetiva con los usuarios de las plataformas digitales, libre de opiniones personales y con contenidos que cumplan con las leyes vigentes.

7.5.3 Redes sociales oficiales e institucionales

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS
Aprobado por: RECTORÍA			<i>NR.</i>

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

A continuación, se describe la diferencia entre lo que se ha definido como una cuenta o red social oficial y una cuenta o red social institucional para que sea aplicado a las redes y cuentas existentes.

7.5.4 Red social oficial

Las cuentas en redes sociales que representan a la UAO como Institución, se clasifican como cuentas oficiales y su objetivo principal es divulgar la información que se genere al interior de la UAO, sus sedes, facultades, programas académicos, dependencias, programas y todas las áreas que la componen, éstas cuentas son las únicas que ostentarán el carácter de oficial y serán administradas por el departamento de Comunicaciones, a excepción de la red social LinkedIn que es administrada por la dirección de Mercadeo. Todas las redes sociales de la UAO cumplirán con los lineamientos aquí establecidos.

7.5.5 Red social institucional

Las cuentas identificadas como institucionales, son aquellas que estén en funcionamiento o se creen y se encuentren vinculadas a las facultades, programas académicos, departamentos, proyectos institucionales y demás dependencias pertenecientes a la UAO, estas deberán cumplir con lo que establece esta Guía de Redes Sociales para ser reconocida como institucional y poder hacer uso de la imagen corporativa e incluida en el ecosistema digital de la UAO.

7.5.6 Solicitud de apertura de una red social institucional o de pauta en las mismas

Las solicitudes de apertura de redes sociales institucionales deben ser dirigidas al departamento de Comunicaciones y su aprobación estará sujeta al análisis de la solicitud y concepto del Comité de comunicaciones (asuntos digitales).

Las diferentes áreas de la UAO pueden contemplar la posibilidad de realizar campañas con pauta paga para promocionar acciones que requieran participación de la comunidad externa, para la cual deben solicitar al Comité de comunicaciones (asuntos digitales) la evaluación de la propuesta e inclusión en el cronograma establecido. La creación, implementación y seguimiento de estas campañas la realizará el Departamento de Comunicaciones, con excepción de las que sean contempladas para la atracción de prospectos para los programas académicos de la UAO; en este caso las realizará la dirección de Mercadeo o la dirección de Extensión, según corresponda.

Las redes sociales que no sean pertinentes y no demuestran una permanente interactividad con los grupos de interés, serán eliminadas de forma unilateral.

7.5.7 Estrategia de contenido

- Todas las redes sociales institucionales deben generar una estrategia de contenidos alineada con los objetivos misionales de la Institución.
- Las redes sociales administradas deben contar con un cronograma de publicaciones aprobado por el administrador responsable de la(s) cuenta(s), los editores deben ajustarse a la programación aprobada.
- Si se publica algún contenido externo, es decir, que esté en otro sitio web u otra fuente como libros, revistas o publicaciones de cualquier otro tipo, se debe incluir en la publicación una cita

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS <i>net.</i>
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

del autor y la ruta o enlace (si el archivo es digital) de donde está público dicho contenido. Si la fuente original es una publicación impresa, debe incluirse el nombre del documento, nombres del autor y de la editorial y fecha de publicación. Si la publicación tiene licencia como Creative Commons, debe sujetarse a las exigencias que ésta detalla.

- No se deben publicar contenidos ambiguos o directos que promuevan el odio, discriminación o agresión hacia grupos, en función de la raza o etnia, origen, religión, discapacidad, edad, orientación o identidad sexual, o corriente política. Tampoco se publicarán mensajes que hagan alusión al consumo de bebidas alcohólicas, tabaco y drogas.
- No utilizar los productos y servicios de la UAO para promocionar actividades no autorizadas por la Institución o la dependencia responsable, así como información comercial exógena.
- A menos que sea expresamente consentido por la UAO, todos los contenidos son responsabilidad exclusiva de los respectivos autores.
- Al subir imágenes se debe incluir el texto alternativo que debe dar una breve idea o descripción de las mismas. Si las imágenes son descargadas de Internet, se debe incluir en la descripción el enlace o la fuente de la que se descargó, teniendo en cuenta que tenga licenciamiento. Se deben tener en cuenta los tamaños establecidos de las piezas gráficas para la correcta gestión de la red social.
- En ningún caso, los administradores de las cuentas institucionales, publicarán a través de redes sociales, datos personales como documentos de identidad, números telefónicos, direcciones, etc.
- Cuando se realicen actividades o dinámicas, se establecerán reglas que los usuarios deberán cumplir en su totalidad para participar en ellos (términos y condiciones). La información sobre condiciones será pública, asimismo, la manera como se seleccionará a los ganadores. Se publicará registro fotográfico o de video de los beneficiados con dichas actividades.
- Las publicaciones y comentarios que se realicen en las cuentas institucionales de las diferentes redes sociales no deben incluir publicidad de ninguna empresa, ni contenido comercial de ningún tipo.
- El uso de la marca gráfica institucional estará siempre sujeto a los lineamientos del manual de Marca.
- En todo caso todas las publicaciones deben cumplir con las exigencias del Ministerio de Educación Nacional para tal fin.
- El uso de fotos o imágenes de personas en todo caso deben contar con la autorización expresa de la(s) persona(s) que aparecen en ellas y la dependencia responsable debe custodiar los documentos soporte de esta autorización.
- Toda publicación que implique el diligenciamiento de formularios, mediante los cuales se capturen datos personales, deberá incluir la solicitud de autorización para el tratamiento de los datos, la cual se deberá conservar junto con los datos suministrados.

7.5.8 Administración de las cuentas

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

Los administradores de las cuentas institucionales serán sin ninguna excepción los directores de las dependencias solicitantes, quienes podrán delegar los diferentes roles para administrar las cuentas, pero siempre serán responsables de las publicaciones que allí se realicen.

Los administradores deben conocer las leyes y normas que regulan las redes sociales, deben informarse sobre las reglas establecidas por la autoridad competente y asegurarse de cumplir las normas de la red social en la que se encontrará interactuando su comunidad.

Las personas que pertenecen a la comunidad tienen derecho a solicitar la actualización, revocación de autorización para el tratamiento y supresión de datos personales publicados por los administradores de las cuentas en los medios, incluidas imágenes o contenido audiovisual que involucre la imagen de la persona, a través de los medios establecidos en la política de tratamiento y protección de datos personales de la UAO, publicada en el enlace <http://www.uao.edu.co/la-universidad/aviso-de-privacidad>.

Las respuestas que se publiquen desde las cuentas institucionales de la UAO, son consideradas oficiales, por lo tanto, quien pública debe tener claridad al hacerlo y consultarlo antes con la dependencia responsable. Los mensajes se deben responder en un máximo un día después de recibido.

Las contraseñas, incluyendo las de las redes sociales, son para fines institucionales y no se deberán compartir con terceros. Asimismo, cuando se cambie el administrador de la misma ésta deberá modificarse e informarse al departamento de Comunicaciones. Se recomienda que tengan como mínimo ocho caracteres e incluyan mayúsculas y minúsculas, números y caracteres especiales. Los administradores asumen la responsabilidad sobre el uso que terceros hagan de ella, en casos en que el usuario la haya transferido o no haya tomado las medidas de precaución necesarias para salvaguardar la información.

Se deben respetar la opinión y los comentarios de los usuarios de las páginas, ya que las redes sociales son espacios de libre expresión. Se deben aceptar las críticas y no responder a tono personal, sino desde una posición objetiva y hablando en nombre de la dependencia.

Cada administrador deberá monitorear diariamente, los mensajes, las menciones e interacciones que se hagan de la marca. Si es necesario cada una de las preguntas o comentarios deberán ser gestionados con las respectivas áreas. Los mensajes con lenguaje soez u ofensivo no contarán con una respuesta oficial de la UAO.

Todos los administradores de redes sociales deben generar un documento con la siguiente información y remitirlo al departamento de Comunicaciones:

- Nombre de la dependencia
- Cargo, nombres y apellidos del responsable de la cuenta
- Correo electrónico institucional del responsable de la cuenta
- Redes sociales que administra
- Nombres de las cuentas
- Breve resumen del objetivo de la cuenta
- Enlace (URL) de la cuenta
- Aval por escrito de la decanatura

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

Con el fin de velar por el cumplimiento de los lineamientos institucionales, así como administrar los contenidos que serán publicados en los diferentes canales y la pertinencia de abrir nuevos canales en este medio.

Este grupo está conformado por miembros de las áreas con mayor interacción en la publicación de contenidos en los canales digitales (departamento de Comunicaciones, dirección de Mercadeo, dirección de Extensión y departamento de Relaciones con Egresados).

7.5.9 Generación de informes

Para medir la pertinencia de las redes sociales institucionales, los administradores deben generar obligatoriamente informes mensuales para cada una de las redes sociales que administren, incluyendo los siguientes indicadores de desempeño (KPI): número de publicaciones mensuales realizadas, alcance de las publicaciones, enganche de las publicaciones, crecimiento de la comunidad, número de preguntas realizadas por la comunidad, preguntas resueltas y pendientes por resolver, el informe debe remitirse al administrador de las cuentas y al departamento de Comunicaciones.

7.5.10 Participación de la comunidad interna (docentes - colaboradores - estudiantes)

Cuando se discutan asuntos relacionados con la UAO, debe identificarse con su nombre y, cuando corresponda, su función en la UAO.

La UAO ha definido la representatividad de quienes fungen como voceros oficiales, si quien genera el contenido no es un portavoz oficial, debe dejar claro que está hablando solo en su nombre y no en nombre de la UAO y deberá incluir en la publicación el siguiente párrafo de renuncia de responsabilidad: "Las opiniones aquí expuestas son de mi estricta responsabilidad y no representan la opinión de La Universidad Autónoma de Occidente."

No se deberá citar empresas o personas asociadas a la UAO sin su aprobación, cuando se citen empresas o personas, incluya la fuente de la información, no se debe publicar información que pueda ser mal interpretada y que pueda afectar la relación de ésta con la UAO.

Está completamente prohibido compartir o publicar documentos confidenciales de la UAO o sus aliados estratégicos.

Los comentarios personales se deben redactar en primera persona y no se debe usar la dirección de correo institucional para comunicaciones privadas, ni las cuentas de redes sociales o fanpages institucionales o de programas.

8. COMITÉ DE COMUNICACIONES (Asuntos digitales)

Descripción: El comité comunicaciones en sus alcances y atribuciones será el encargado de velar por el cumplimiento de las directrices digitales de la UAO.

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

El comité de comunicaciones encargará a los administradores de contenido digital, cuando sea pertinente, la discusión de temáticas relacionadas con:

- Cumplimiento de los lineamientos de comunicación digital.
- Agenda de publicación de contenidos digitales institucionales.
- Imagen y la huella digital de la marca UAO.
- Divulgación de la información pertinente, que soliciten las áreas que administran otros canales digitales.
- Apertura de nuevos espacios digitales, por ejemplo, blogs, redes sociales, páginas web para eventos.
- Inventario periódico de medios de información digital.
- Correctivos a los espacios digitales que incumplen los lineamientos digitales institucionales.
- Asesoría sobre las buenas prácticas en la administración de redes sociales a las dependencias de la UAO.

9. RESPONSABILIDADES DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES

Las comunicaciones institucionales son un proceso transversal y de apoyo a toda la organización y como tal deben contribuir a la efectiva toma de decisiones, al establecimiento e implementación de estrategias que propendan por el logro de los objetivos trazados y al fortalecimiento de la cultura organizacional.

Son responsabilidades del departamento de Comunicaciones:

- a. Gestionar los riesgos reputacionales de la Institución
- b. Gestionar las comunicaciones oficiales internas y externas de la Universidad
- c. Establecer e implementar un plan estructurado de medios que responda a las necesidades divulgativas de la Universidad

9.1 Canales de comunicación

Se establecen los siguientes escenarios de comunicación que incluyen medios y espacios con los grupos de interés UAO:

- Comité de Rectoría
- Comités de dependencia y/o área
- Página web con secciones
- Redes sociales oficiales
- Canales internos oficiales
- Eventos institucionales
- Diálogos con grupos de interés
- Consejo Superior y sus comités de apoyo
- Informe Anual de Gestión
- Publicaciones informativas

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS <i>RL</i>
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

- Comunicaciones oficiales internas y externas
- Publicidad institucional

9.2 Revisión, aprobación y divulgación de información

En el siguiente cuadro se establecen los diferentes tipos de información objeto de divulgación y los cargos de la organización responsables de revisarla, aprobarla y difundirla:

Tipo de información	Visto bueno previo	Aprobación	Colaborador responsable de la divulgación
Boletines de prensa	<ul style="list-style-type: none"> • Líder del área que suministra la información 	<ul style="list-style-type: none"> • Departamento de Comunicaciones 	Líder de Asuntos Públicos
Información pública de interés interno	<ul style="list-style-type: none"> • Líder de área y fuente de la información 	<ul style="list-style-type: none"> • Departamento de Comunicaciones 	Líder de Asuntos Públicos
Información pública de interés externo	<ul style="list-style-type: none"> • Líder de área y fuente de la información 	<ul style="list-style-type: none"> • Departamento de Comunicaciones 	Líder de Asuntos Públicos
Documentos e información institucional oficial	<ul style="list-style-type: none"> • Asesor Jurídico 	<ul style="list-style-type: none"> • Secretaría General • Departamento de Comunicaciones 	Líder de comunicación
Comunicados de prensa relacionados con situaciones de crisis	<ul style="list-style-type: none"> • Líder de área y fuente de la información <p>Todas las comunicaciones que se produzcan en una crisis, no importa su clasificación, deberán contar con el visto bueno del asesor jurídico, y el direccionamiento comunicativo del departamento de Comunicaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rectoría o en su ausencia las Vicerrektorías. 	Líder de Asuntos Públicos
Divulgación de estados financieros anuales	<ul style="list-style-type: none"> • Vicerrektoría Administrativa y Financiera • Director Financiero • Asesor Jurídico • Revisor Fiscal 	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección Financiera 	Líder de Asuntos Públicos
Presentaciones corporativas	<ul style="list-style-type: none"> • Líder del área de acuerdo con el tema, bajo el acompañamiento de la departamento de Comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Líder del área y de acuerdo con el tema, lo somete a autorización de las vicerrektorías 	Colaborador a cargo de la presentación Nota: Todas las presentaciones para escenarios externos deben estar elaboradas en formato protegido PDF.

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS <i>RRT.</i>
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

Tipo de información	Visto bueno previo	Aprobación	Colaborador responsable de la divulgación
Documentos de posición y de preguntas y respuestas ante medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Rectoría • Asesor Jurídico • Departamento de Comunicaciones y/o Coordinación de Comunicación Externa 	<ul style="list-style-type: none"> • Rectoría • Asesor Jurídico y/o Secretaría General 	Vocero autorizado, bajo el acompañamiento y direccionamiento del departamento de Comunicaciones.

10. INFRACCIÓN DEL MANUAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Cualquier infracción de este manual será manejada por la dirección de Gestión Humana. Las infracciones a este manual se asumirán como faltas graves al código de buen gobierno y ética de la UAO.

11. ADMINISTRACIÓN DEL MANUAL

El Manual de Comunicación Institucional es administrados por el departamento de Comunicaciones, quien lo revisará y ajustará según las necesidades de la institución. Cualquier cambio en este documento debe contar con el visto bueno de la Rectoría.

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

12. ANEXOS**Anexo 1 - Voceros**

Cargo	Temas
Rector	Vocero principal: gestión institucional frente los públicos de interés, incidencias de la gestión con potencial riesgo reputacional regional y nacional, vocero frente a autoridades y tomadores de decisión.
Director de Comunicaciones	Vocero principal: vocero permanente, contacto principal de medios de comunicación y gremios locales, temas generales de la gestión universitaria, aclaración de quejas e inquietudes sobre la institución en medios masivos y diversos públicos objetivo, divulgación de avances de la UAO, innovación e infraestructura, RSE y sostenibilidad.
Líder de Asuntos Públicos	Temas menores sobre la labor de la UAO y gestión de free press.
Vicerrector Administrativo y Financiero	Temas administrativos y financieros.
Vicerrector Académico	Temas académicos.
Director de Mercadeo	Temas comerciales.
Jefe de Protección y Control	Temas de seguridad.
Director Administrativo	Temas de infraestructura y Campus.
Director de Bienestar Universitario	Temas relacionados con estudiantes.
Asesor Jurídico	Temas jurídicos.
Decano de la facultad de Ciencias Administrativas	Temas relacionados con la facultad a su cargo.
Decano de la facultad de Humanidades y Artes	Temas relacionados con la facultad a su cargo.
Decano de la facultad de Ingeniería	Temas relacionados con la facultad a su cargo.
Decano de la facultad de Ciencias Básicas	Temas relacionados con la facultad a su cargo.

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

Cargo	Temas
Decano de la facultad de Comunicación y Ciencias Sociales	Temas relacionados con la facultad a su cargo
Director de Extensión	Temas relacionados con oferta de extensión.
Director de Planeación y Efectividad Institucional	Temas relacionados con planeación institucional.

Anexo 2 - De comunicación interna**OBJETIVO Y ALCANCE**

Este manual describe las orientaciones generales, las estrategias, la línea editorial y los diferentes productos por medio de los cuales la Universidad Autónoma de Occidente promueve la gestión de la comunicación al interior, en la búsqueda del desarrollo de los colaboradores y la apropiación de los valores y comportamientos que definen la cultura organizacional, para lograr el cumplimiento de los objetivos de institucionales y las funciones sustantivas de la UAO.

El manual es de aplicación estricta para todos los colaboradores de la UAO; la actualización, seguimiento y control es responsabilidad del departamento de Comunicaciones de la Universidad.

CONDICIONES GENERALES

La comunicación interna es orientada desde la Rectoría, quien delega la responsabilidad en el departamento de Comunicaciones.

Es un proceso de desarrollo continuo, que busca construir lazos de confianza entre los colaboradores, incluyendo las dinámicas de todos los procesos de la UAO como parte de una integralidad colectiva, que fortalezca la Institución.

Objetivos estratégicos de la comunicación interna: generar confianza, acompañar los procesos de las áreas, asesorar, guiar y presentar estrategias, planes, proyectos y propuestas.

La comunicación interna debe:

- Estimular en los colaboradores y docentes la importancia del ser humano y la necesidad de cumplir con los objetivos institucionales.
- Fortalecer la comunicación en doble vía.
- Garantizar información oportuna y veraz a la comunidad universitaria de la UAO.
- Promover el conocimiento de la comunidad universitaria acerca de la UAO: cómo opera, sus valores corporativos y lineamientos estratégicos.

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

- Ser una herramienta para la socialización, sensibilización y toma de conciencia en aspectos relacionados con la ética, los valores institucionales, la seguridad, la salud y el medio ambiente.
- Hacer mediciones periódicas para establecer la eficiencia de las estrategias comunicacionales y tomar acciones correctivas y de mejora para hacer más proactivo el proceso de comunicación.

DESARROLLO

La comunicación interna de la UAO se caracterizará por:

- Su aporte a la motivación interna para la socialización, sensibilización y toma de conciencia sobre las funciones sustantivas de la Institución, comportamientos éticos, valores, salud ocupacional y el compromiso por la educación y la vida.
- La emisión de mensajes asociados con las funciones sustantivas, con la evolución institucional, el estado del arte de la gestión y aspectos legales. Además, deberá hacerse eco en temas de sostenibilidad, responsabilidad social y ambiental, de logros y reconocimiento a los miembros de la comunidad universitaria, así como los aportes a la sociedad, la región y el país.
- Su contribución al posicionamiento e imagen, reputación y credibilidad de la UAO.
- Ser una herramienta fundamental para la socialización, sensibilización y toma de conciencia de aspectos relacionados con la calidad de la educación, la investigación, el desarrollo social, el servicio, la seguridad, salud y medio ambiente.
- El aporte al logro de los objetivos institucionales y a la ejecución del plan de desarrollo.
- La claridad, oportunidad y el equilibrio informativo, de manera que todos quienes conforman la comunidad universitaria, se sientan parte de ella y la incorporen como herramienta de gestión.
- La divulgación de los valores institucionales y la promoción de sus comportamientos asociados de manera que se convierta en generadora de reputación institucional.
- Su contribución a un ambiente motivador, confiable, abierto a la innovación y al crecimiento tanto personal como profesional de los colaboradores y docentes.

Estrategia de comunicación

La estrategia de comunicación institucional debe desarrollarse dentro de los lineamientos estratégicos formulados para tal fin; todos los mensajes y plataforma mediática deben estar enmarcados dentro de los propósitos de gestión descritos a continuación y que responden a las unidades de gestión correspondiente:

En todos los enfoques se debe conservar la identidad corporativa, la comunicación incluyente y los lineamientos en materia de tonos y mensajes. La información emitida debe ser asociada con los enfoques definidos, con el objetivo de presentar coherencia en los contenidos.

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS <i>RP</i>
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN

En el marco de este manual se incluyen algunos aspectos comunicativos relevantes que se deben tener en cuenta para fortalecer el proceso de transformación institucional. Son los siguientes:

Unidad de Gestión Corporativa

R1: Fortalecer la imagen, cultura e identidad corporativa de la UAO

R2: Comunicación estratégica y endomarketing, que fortalezca la gestión de intangibles corporativos

R5: Establecer e implementar un plan estructurado de medios que responda a las necesidades divulgativas de la UAO

R6: Establecer los lineamientos corporativos para la protección de la marca e identidad de la UAO y velar por el cumplimiento de ellos

Propósito 1: Gestión de clima y cultura con colaboradores y docentes

Propósito 3: Construcción colectiva y administración de los medios internos de comunicación

Propósito 4: Divulgación estratégica de las funciones sustantivas de la UAO

Propósito 5: Articulación entre las diferentes instancias de la organización y la toma de decisiones

Propósito 6: Fortalecimiento de intangibles corporativos

Unidad de Gestión Comunidad Universitaria

R1: Fortalecer la imagen, cultura e identidad corporativa de la UAO

R2: Comunicación estratégica y endomarketing, que fortalezca la gestión de intangibles corporativos

R5: Establecer e implementar un plan estructurado de medios que responda a las necesidades divulgativas de la UAO

R6: Establecer los lineamientos corporativos para la protección de la marca e identidad de la UAO y velar por el cumplimiento de ellos

Propósito 2: Articulación con la comunidad universitaria

Propósito 3: Construcción colectiva y administración de los medios internos de comunicación

Propósito 4: Divulgación estratégica de las funciones sustantivas de la UAO

Propósito 6: Fortalecimiento de intangibles corporativos

- Los medios de comunicación interna están diseñados para divulgar información institucional orientada a promover el desarrollo integral del recurso humano, la apropiación de la cultura organizacional y los logros desde las funciones sustantivas de la UAO.
- La información generada por las áreas y facultades de la UAO con fines de publicación en los medios institucionales, o la realización de actividades comunicativas masivas, deben contar con la validación y aprobación editorial del departamento de Comunicaciones, desde su coordinación de comunicación interna.
- Las áreas deberán hacer un requerimiento formal para solicitar los servicios y productos de comunicación a través del portal administrativo y el diligenciamiento del formato brief, adjuntándolo a la solicitud. Esto incluye la solicitud para la realización de campañas internas de comunicación, diseño de piezas publicitarias, apoyo en la organización de eventos o para realización de material promocional. Una vez adelantada la solicitud no se podrán realizar inclusiones que generen algún traumatismo en los tiempos de atención y los acuerdos de nivel de servicio.
- Para la publicación de información en medios institucionales, el cliente interno debe remitir su solicitud al Líder de Comunicación Corporativa o al Profesional en Comunicación delegado para la atención del cliente específico, a través de correo electrónico, proporcionando el contenido necesario para consolidar el material a divulgar. Esta solicitud debe ser copiada al jefe inmediato del cliente solicitante y será liberada masivamente a los colaboradores directos o a las listas de distribución solicitadas.
- Las solicitudes de apoyo en divulgación dirigidas al departamento de Comunicaciones, deberán hacerse entre 2 y 20 días hábiles de anticipación, dependiendo del tipo de servicio o producto solicitado; para casos excepcionales o publicaciones urgentes, se establecerá el límite de tiempo basado en las prioridades del caso.
- Las solicitudes de campañas dirigidas al departamento de Comunicaciones, deberán hacerse mínimo con 30 días hábiles de anticipación.

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS
Aprobado por: RECTORÍA			<i>R.E.L.</i>



RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

- En el caso de las solicitudes remitidas desde la Rectoría, vicerrectorías, directrices de Consejo Superior, información vital o cualquier tipo de requerimiento de cumplimiento legal, al departamento de Comunicaciones, se comunicará a la mayor brevedad, previa solicitud de las áreas mencionadas.

LÍNEA EDITORIAL

Marco para la elaboración de mensajes. Toda la información que se transmita en los diferentes medios de comunicación interna, debe considerar:

- Contenidos cortos
- Tonos respetuosos
- Consistencia gramatical y de contenidos
- Fuentes y validadores
- Equilibrio entre contenidos editoriales o literarios, fotografías y/o video
- Hacer uso del manual de estilo UAO

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS <i>NR/</i>
Aprobado por: RECTORÍA			



RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

INDICADORES



Anexo 3 - De comunicación externa

OBJETIVO Y ALCANCE

Construir confianza y reputación entre los grupos de interés de la UAO, a través de escenarios y medios de comunicación que permitan la socialización permanente de su labor misional y gestión enmarcada en sus funciones sustantivas.

El alcance del Manual de la Comunicación externa incluye la comunicación de asuntos públicos, vocería controlada ante los medios de comunicación y comunicación pública de la gestión.

CONDICIONES GENERALES

- La información generada por las dependencias de la UAO con fines de publicación en los medios institucionales, o la realización de actividades comunicativas masivas, de cara a los grupos de interés externos, deben contar con la aprobación del departamento de Comunicaciones.

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS
Aprobado por: RECTORÍA			<i>ARI.</i>

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

- Las áreas deberán hacer una solicitud formal y diligenciar los formatos establecidos para solicitar los servicios y productos de comunicación: campañas de comunicación, publicación de información en medios de comunicación con fines de posicionamiento.
- Será del alcance de la dirección de Mercadeo, la realización de material pedagógico o piezas publicitarias, apoyo en la organización de eventos y material promocional. Así mismo, todas las acciones de tipo publicitario, comercial, campañas y eventos, de promoción académica y comercial.

DESARROLLO

CONTEXTO GENERAL

A través de los medios oficiales, relaciones y mensajes, la UAO busca comunicar su filosofía institucional y su gestión enmarcada en sus funciones sustantivas, de cara al fortalecimiento de la reputación la credibilidad y la confianza con sus grupos de interés.

En este propósito trabaja en la comunicación hacia sus grupos de interés externos desde los siguientes frentes:

- Comunicación pública de la gestión
- Asuntos públicos
- Vocería controlada ante los medios de comunicación – Anexo 1 De comunicación institucional

ESTRATEGIA Y POSICIONAMIENTO

La comunicación externa de la UAO abarcará los procesos descritos a continuación, como un apoyo transversal y de cara a la consolidación de una imagen y reputación sólida frente a sus grupos de interés y se encuentra articulada y coordinada por el Líder de Asuntos Públicos.



ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS <i>net.</i>
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

AUDIENCIAS

Las audiencias a las cuales está dirigida la comunicación externa:

- Medios de comunicación
- Colaboradores
- Opinión pública
- Instancias gubernamentales
- Instancias gremiales
- Comunidad

ACCIONES

Comunicación pública de la gestión

Con el propósito de socializar la gestión de la UAO a sus diferentes grupos de interés, la Institución ha establecido unos lineamientos de comunicación pública los cuales se soportan en dos grandes frentes: gestión con medios de comunicación y asuntos públicos.

Gestión con medios de comunicación.

Se desarrolla a través de:

- Comunicados de prensa: a través de este medio la Universidad informa periódicamente a los periodistas sobre logros y proyectos derivados de las funciones sustantivas de la Universidad, así como la participación de la Institución en eventos relevantes para su gestión y sus grupos de interés.
- Ronda de medios: con el propósito de posibilitar el acceso de los periodistas a información oportuna y veraz, la UAO, por medio de su líder de asuntos públicos, realiza periódicamente ronda de medios, abordando con los periodistas temas específicos, coyunturales o estratégicos. La ronda de medios se debe efectuar por lo menos cuatro (4) veces al año.
- Rueda de prensa: la Universidad convocará a los periodistas a ruedas de prensa en caso de requerir ofrecer datos relevantes para la opinión pública, bien sea con información de respuesta a una coyuntura relacionada con sus acciones misionales o a aspectos estratégicos como planes de inversión, direccionamiento e informes de gestión, entre otros.
- Recorridos con periodistas: con el propósito de acercar los periodistas a la gestión de la UAO y que vivan a través de su propia experiencia el proceso educativo y de innovación, se adelantarán visitas a las instalaciones de la UAO con una periodicidad mínima anual.

Asuntos públicos

Desde el frente estratégico de asuntos públicos se debe crear una agenda proactiva y bidireccional con los diferentes grupos de interés, de cara a la gestión permanente con cada uno de ellos. El objetivo principal es el posicionamiento de las acciones y gestión de la UAO desde sus funciones sustantivas y el aporte al país y la región.

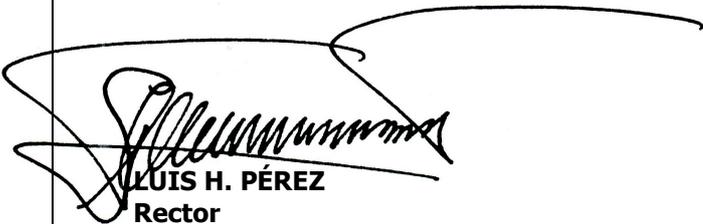
ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS
Aprobado por: RECTORÍA			

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA No. 7551 DEL 23 DE ENERO DE 2020

INDICADORES



Dada en Santiago de Cali, a los veintitrés (23) días del mes de enero del año dos mil veinte (2020).



LUIS H. PÉREZ
Rector



ROBERTO NAVARRO SÁNCHEZ
Secretario General

ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.	ORIGEN Y APROBACIÓN	Vo. Bo.
Elaborado por: Departamento de Comunicaciones	FJEC	Revisado por: Director de Gestión Humana	NMJR
Revisado por: Oficial de Protección de Datos	YMC	Revisado por: Asesor Jurídico	ODS
Revisado por: Director Director de Tecnologías de la Información	LD	Revisado por: Secretaria General	RNS
Aprobado por: RECTORÍA			