
 <p style="text-align: center;"><b>COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS</b></p>		<b>Descripción del Proceso</b>
<b>Fecha:</b> Febrero/2008	<b>Emitido Por:</b> Departamento de Comunicaciones	<b>ELVIA LUCIA DÁVILA</b>

## DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN

1. El departamento interesado en divulgar cualquier tipo de comunicación interna o externa debe entregar por escrito la información completa al Departamento de Comunicaciones, la cual debe contener, como mínimo:
  - a. **Dirigido a**
    - i. Breve descripción del grupo objetivo al que se pretende llegar con la información.
  - b. **Objetivo**
    - i. Qué se pretende conseguir con esta comunicación?
  - c. **Contenido**
    - i. La información básica que se quiere divulgar con su respectiva sustentación.
    - ii. Fechas (si aplica)
  - d. **Emitido por**
    - i. Nombre y cargo de quien envía la comunicación
  - e. **Tipo de Comunicado:**
    - i. Interno Abierto
      1. Cuando es para todos los funcionarios del Grupo Corpas
    - ii. Interno Cerrado
      1. Cuando está dirigido exclusivamente a los funcionarios de una de las empresas del Grupo Corpas (especificar cuál)
    - iii. Externo Abierto
      1. Cuando la comunicación pretende llegar a la mayor cantidad de contactos posibles.
    - iv. Externo Cerrado
      1. Cuando se quiere que la comunicación llegue a un grupo específico
  - f. **Aprobado por**
    - i. Todas las solicitudes deben ser previamente aprobadas por la Gerencia del departamento que emita el requerimiento.
      1. Si la solicitud es enviada a Comunicaciones vía e-mail, debe ser con copia a la Gerencia del departamento emisor.
      2. Si la solicitud es entregada a Comunicaciones en físico, debe traer la firma de aprobación de su Gerente.

 <p style="text-align: center;"><b>COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS</b></p>		<b>Descripción del Proceso</b>
<b>Fecha:</b> Febrero/2008	<b>Emitido Por:</b> Departamento de Comunicaciones	<b>ELVIA LUCIA DÁVILA</b>

2. En un lapso máximo de dos (2) días hábiles, el Departamento de Comunicaciones debe:
  - a. Tener un documento final de comunicación (si así lo requiere el solicitante)
  - b. En el caso de las comunicaciones internas:
    - i. Hacer el envío a través de la Red de Comunicaciones
    - ii. Divulgar en las carteleras
    - iii. Entregar al Líder de Comunicación asignado en cada área (ver Red de Comunicaciones)
      - a. Dejar evidencia firmada de recibido (utilizar formato memorando)
    - iv. Subir a la página para que esté disponible en intranet y/o internet (dependiendo del contenido)
  - c. En el caso de las comunicaciones externas:
    - i. Hacer el respectivo envío
      1. Correo directo
      2. Cartas
      3. Boletines de Prensa
      4. News Letter
    - ii. Subir a la respectiva página web
    - iii. Seguimiento telefónico
3. El Departamento de Comunicaciones también tendrá como base de ingreso de información las RAPs y utilizará el mismo mecanismo arriba mencionado para su divulgación.
4. Una vez haya sido divulgada la comunicación a través de los canales indicados por el solicitante, el Departamento de Comunicaciones entregará un informe de la actividad realizada, junto con los reportes de confirmación de entrega y seguimiento (cuando esto aplique).

# SISTEMA DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

## PANORAMA ACTUAL

### 1. Cuáles son los mecanismos de comunicación con los que contamos actualmente?

- Medios:
  - Internet
    - Página Web
      - Correo
      - Cursos Virtuales
      - SOF&A
      - Boletín Virtual
  - Divulgación Masiva
    - Canal Universitario
      - La Fundación Universitaria Juan N. Corpas es uno de los miembros fundadores de este canal dedicado a, y producido exclusivamente por las Universidades que lo conforma.
- Areas Involucradas:
  - DTI
  - Comunicaciones
  - Mercadeo
- Piezas
  - Manual de Comunicaciones
  - Video
  - Folletos
- Ferias
  - Participación en ferias escolares a nivel nacional

### 2. Características de los sistemas de información

- Cumplen con las expectativas del Grupo Objetivo, en cuanto al diseño de las piezas, el tono de la comunicación y las guías ejecucionales.
- Está en capacidad de cumplir con las expectativas y necesidades del Grupo Objetivo.
- Quienes manejan, tanto la tecnología como los procesos, van al ritmo del crecimiento y desarrollo del Grupo Objetivo.

### 3. Mecanismos de comunicación entre niveles jerárquicos

- Actualmente no están establecidos dentro de un proceso claro, trazable y medible.

## ACCIONES DE MEJORA Y CORRECTIVAS

### 1. Mecanismos de Comunicación

- Internet
  - Motivar un manejo constante y más confiable de este sistema
- Medios Alternativos adicionales a lo actual:
  - Radio “on line”
  - Canal de Video Virtual
- Divulgación Masiva
  - Ser parte del Comité de Programación del Canal
  - Transmitir un programa semanal, enfocado a divulgar LO CLAVE de la Institución.
- Areas Involucradas
  - Ver Red de Comunicaciones
    - Manual
    - Organigramas
- Piezas
  - Nuevo video institucional
    - Moderno
    - Actualizado
    - Motivacional
    - Diferencial
  - Folletos
    - Mantenerlos siempre actualizados
    - Distribuirlos en los lugares
  - Ferias
    - Poner en un programa de CRM que aproveche al 100% los contactos establecidos en estas actividades.
- Puntos de Información
  - El Primer Centro de Información y Enlace abrió sus puertas el 7 de Abril de 2008 y tiene como objetivo principal estar más cerca del Grupo Objetivo, mantenerlo bien informado de nuestros programas y servicios y resolver sus necesidades e inquietudes e incluso, a mediano plazo, permitir la inscripción.

### 2. Características del sistema de información y Mecanismos entre niveles:

- Es necesario poner en marcha un sistema de comunicación interna que intensifique y fortalezca los mensajes; con “líderes de comunicación” (ver Red de Comunicaciones)