

**ACUERDO N° 023**

**27 JUN. 2002**

**Por medio del cual se definen y adoptan las Políticas sobre Comunicaciones de la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia.**

**EL CONSEJO DIRECTIVO DEL COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA**, en uso de las atribuciones legales y estatutarias en especial las que le confieren la Ley 30 de 1992 y el Acuerdo 020 de 1993,

**CONSIDERANDO:**

Que de acuerdo con la Ley 30 de 1992 artículo 29 literal d, las Instituciones Universitarias tienen autonomía para definir y organizar sus labores formativas, académicas, científicas, culturales y de extensión.

Que de conformidad con lo establecido en el Acuerdo 020 de 1993, Estatuto General del Colegio Mayor de Antioquia, en su artículo 14 literal a, señala que corresponde al Consejo Directivo definir las políticas académicas y administrativas, y las de planeación institucional.

Que en sesión del Consejo Directivo del día 25 de junio de 2002, mediante Acta N° 108, se definieron las políticas sobre Comunicaciones de la Institución.

Que en virtud de lo expuesto,

**ACUERDA:**

**ARTICULO PRIMERO.** Adoptar las políticas sobre Comunicaciones de la Institucion Universitaria Colegio Mayor de Antioquia, cuyo texto se anexa y hace parte integral del presente Acuerdo.

**Por medio del cual se definen y adoptan las Políticas sobre Comunicaciones de la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia.**

---

**ARTICULO SEGUNDO.** Compulsar copias de las mismas para que sean difundidas a la Comunidad Universitaria a través de la Biblioteca y pagina Web de la Institución.

**ARTICULO TERCERO.** El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su aprobación.

**COMUNÍQUESE Y CUMPLASE**

Dado en Medellín, a los 27 JUN. 2002

  
MARIA REGINA ZULUAGA H.  
Presidenta

  
BEATRIZ ELENA ZULUAGA U.  
Secretaría General

Además la efectividad en la comunicación permitirán el fortalecimiento de todos sus procesos en los que cada funcionario se apropie de sus objetivos dependenciales y su labores estarán orientadas hacia el crecimiento y desarrollo de la Institución, generando valor agregado y empoderamiento de los cargos, permitiéndole tener un mejor y oportuno acceso a la información, brindando una mejores pautas que generen una mayor identidad, fortaleciendo la imagen corporativa a nivel externo, la cual debe ser fundamental puesto que de ella depende que la Institución crezca y logre un mayor impacto o simplemente decline y sea opacada por otras Instituciones Educativas que lograron un mayor posicionamiento a través de sus servicios y de sus empleados que son los que finalmente le dan la respectiva categoría y clase.

**PROPUESTA DE POLÍTICAS INSTITUCIONALES PARA EL MANEJO DE LA COMUNICACIÓN Y LAS RELACIONES CORPORATIVAS EN LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA.**

La formulación de políticas Institucionales le permitirán al Colegio Mayor de Antioquia una mayor planificación de sus comunicaciones y un mejor dominio de las misma, éstas darán el resultado esperado en la medida en la que sean compartidas y cada miembro de la Institución las adopte, interiorice y se apropie de ellas para el mejoramiento continuo de su trabajo y de la imagen institucional.

Las políticas se fundamentan en los hallazgos arrojados por la aplicación de varios instrumentos de recolección de la información como fueron: i) la matriz D.OF.A aplicada a la Institución, ii) una encuesta – entrevista, ii) investigación y en la observación directa de campo.

Éstas se plantean con el propósito de lograr un mejoramiento en la comunicación escrita, la comunicación verbal y la comunicación no verbal; que son las áreas que abarcan todo el contexto organizacional.

1. POLÍTICA DE ADMINISTRACIÓN Y GESTION DE CORRESPONDENCIA INTERNA Y EXTERNA. El manejo de la correspondencia interna y externa será centralizada en la dependencia de Archivo Central y Correspondencia.

#### **1. 1 Estrategias de operativización:**

Archivo Central será la dependencia la encargada de reglamentar su manejo.

- Normalización de acuerdo a las ISO 9000 e INCONTEC del proceso de correspondencia escrita . Unificación todos los conceptos referidos a la comunicación escrita interna y externa: tamaño de la letra, fuente, márgenes y texto para los oficios, ello se objetivará a través de la reglamentación del manejo de correspondencia.
- Especificación el tipo de comunicaciones se deben enviar desde las dependencias según nivel: rectoría, directivos, jefes de dependencia y puntualizar la competencia de cada asunto.
- Establecimiento de mecanismos que permitan economía procedimental y de papel elaborando sólo el original y la copia de los oficios, y el envío vía intranet desde el archivo central de las demás copias cuando se requieran. Desde el Archivo central se escaneará el documento **"Administrador Documental"**

- Elaboración de un pequeño manual de instrucción en el cual se especifiquen los significados de cada documento (oficio, memorando, circular, acta, entre otros), quien está facultado para enviarlos y las ocasiones en se hace, de acuerdo a las normas ISO e INCONTEC.
  - Seguimiento y evaluación de la calidad de la correspondencia originada por las diferentes dependencias y devolución de aquellas que no cumplan con las especificaciones técnicas.
  - Notificación a las dependencias de los resultados de evaluación y seguimiento y articulación de éstos con la evaluación de desempeño y concertación de objetivos, especialmente de secretarias y auxiliares administrativos.
  - Capacitación para secretarias y todo el personal sobre técnicas de redacción, ortografía, elaboración de informes ejecutivos entre otros y el manejo de herramientas de informática: software, bases de datos, sistemas de información., ya que no solo las secretarias comunican sino todos los funcionarios de la institución.
2. **POLÍTICA DE SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y APOYO EN TECNOLOGÍAS** . La institución universitaria Colegio mayor de Antioquia orientará sus esfuerzos en el plan estratégico de informática para el fortalecimiento de los sistemas de información que garanticen información confiable y en tiempo real. Para ello se apoyará en el uso de nuevas tecnologías disponibles en el medio.

### **2.1 Estrategias para su implantación:**

- Institucionalización de intranet como medio de comunicación interno que permita el envío de información de forma más efectiva y oportuna minimizando el medio físico documento o memorando y estableciendo los controles que garanticen la lectura permanente del buzón por parte de todos los funcionarios. Para ello se requiere que todas las oficinas estén en red y del compromiso para que cada funcionario para cambiar estilos de trabajo.
  - Capacitación a todo el personal sobre el manejo de herramientas de informática de modo que pueda objetivarse rápidamente la política y alcanzar resultados óptimos en el corto y mediano plazo.
3. ESTABLECIMIENTO Y DIVULGACIÓN DE LOS CONDUCTOS REGULARES A NIVEL INSTITUCIONAL. Pretende delimitar los conductos regulares y niveles jerárquicos institucionales con el fin de optimizar los procesos y dar un trámite oportuno a las solicitudes que se formulen ante las diferentes instancias.

### **3.1 Estrategias de operativización:**

- Dar a conocer ante todos los estamentos a través de diferentes mecanismos los niveles jerárquicos y conductos regulares institucionales:  
i) documento escrito ii) página web, iii) proceso de inducción a estudiantes, iv) reinducción v) oficina de atención al ciudadano y vi) capacitación.
- Socializar e incrementar la difusión de la oficina de atención al ciudadano y el proceso de trámite de quejas y reclamos.

- Delimitación clara de competencias y responsabilidades en la formulación de los procesos y procedimientos institucionales.
4. LA COMUNICACIÓN EFECTIVA Y ASERTIVA EN EL MANEJO DE LA IMAGEN CORPORATIVA. La comunicación y el suministro de información suficiente y oportuna como herramienta de atención y fidelización del cliente y de proyección institucional en el contexto local, regional nacional e internacional.

#### **4.1 Estrategias para su implementación:**

- Capacitación de todos los funcionarios que proveen información institucional a nivel interno y externo y delimitación de responsabilidades y puntos de control.
- Generación de la cultura de la excelencia en la atención al usuario interno y externo, a través de capacitación, evaluación y seguimiento permanente para formular acciones mejoradoras y compromisos con aquellas dependencias donde se identifiquen las deficiencias. Articulándolo con el proceso de evaluación de desempeño y concertación de objetivos.

A manera de ejemplo se citan temas como:

- **"LA INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LA IMAGEN CORPORATIVA Y SU IMPACTO A NIVEL EXTERNO"**.
- **"FORMAS DE COMUNICACIÓN VERBAL, la dicción, las formas de expresión, el lenguaje, el voseo, el tuteo y el respeto de las líneas jerárquicas"**.

- **“MANEJO ASERTIVO DE LA INFORMACIÓN, EL MANEJO DE LA RESERVA, DE LA DISCRECIÓN, LA CONFIDENCIALIDAD, EL CHISME, EL RUMOR Y LA INFORMACIÓN COMO MECANISMO DE TRANSPARENCIA EN EL EJERCICIO DE LA GESTIÓN PÚBLICA y EL CONTROL CIUDADANO”**
  - **“TALLERES SOBRE EL MANEJO DE LA EXPRESIÓN CORPORAL Y SU ALTA INCIDENCIA EN EL AMBIENTE LABORAL Y EN LA IMAGEN CORPORATIVA”.**
- 
- Establecer indicadores de impacto de las capacitaciones ofrecidas y contrastarlos con el nivel de eficiencia en los procesos de suministro de información y atención al cliente interno y externo.
  - Sensibilización sobre la importancia de la presentación personal como mecanismo de venta e impacto de la imagen corporativa a nivel interno y externo.
  - Fortalecer el área de comunicaciones en la institución para que sea gestora de nuevos procesos –continuos- que logren un mayor posicionamiento de la comunicación por parte de los funcionarios.
  - Fortalecer las comunicaciones y relaciones institucionales a nivel de los diferentes sectores y con las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales
  - Establecer que las comunicaciones en las que se solicite información sea enviada con anterioridad con el fin de obtener una respuesta asertiva y exacta, para evitar la reelaboración y la corrección de errores.