



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
COLEGIO MAYOR
DE ANTIOQUIA



Alcaldía de Medellín

MEMORANDO

2.2

FECHA: Medellín. 01. febrero. 2018

PARA: Doctor, Bernardo Arteaga Velásquez, Rector

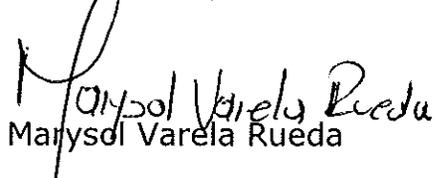
DE: Marysol Varela Rueda.

ASUNTO: Informe de auditoría proceso de Gestión de Comunicaciones.

A continuación se hace entrega del informe de la auditoría realizada al proceso de Gestión de Comunicaciones de la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia.

Cualquier aclaración e información adicional estaremos a su disposición

Atentamente,


Marysol Varela Rueda

Anexos (26) folios
Transcriptor: Marysol Varela Rueda



GL-GD-FR-01
FECHA DE PUBLICACION
25-01-2017
VERSION 08

Institución Universitaria
Vigilada por el Ministerio de Educación Nacional.
Nit: 890980134-1
Tel: 444 56 11 C.P: 050034
Cra 78 N° 65 - 46 Robledo

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA	INFORME AUDITORÍA		
	CI-FR-01		
	Versión: 004	Fecha: 27-02-2017	Página: 1 de 12

INFORME DE AUDITORIA

INFORME DEFINITIVO AUDITORIA AL PROCESO DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES

La Auditoría Interna se constituye en una herramienta de gestión liderada por la Dirección de Control Interno, por medio de la cual se analizan las debilidades y fortalezas de los controles del proceso, donde se desarrollan actividades de evaluación y verificación de datos, para identificar posibles riesgos en el cumplimiento de las metas y los objetivos propuestos, con el ánimo de que a partir de las observaciones basadas en evidencias objetivas se permitan ajustes en la operación del proceso, facilitando la toma de decisiones a fin que se obtengan los resultados esperados.

En este informe se consigna la información correspondiente a los resultados de la actividad de auditoría interna, la cual incluye los análisis del auditor, teniendo como alcance la verificación del cumplimiento del ciclo PHVA del proceso y los resultados del mismo en términos de eficacia y efectividad en la vigencia 2017.

Para esta auditoria se utilizó el procedimiento y técnica de cuestionario (aplicación de criterios) el cual tiene distribuido el ciclo PHVA para la implementación de requisitos y controles, esta herramienta fue contestada por la líder del proceso de Gestión de Comunicaciones.

1. IDENTIFICACIÓN EN EL PLAN DE DESARROLLO

El proceso de Gestión de Comunicaciones en el Plan de Desarrollo 2016 – 2020, se encuentra en el Eje temático N° 6: Gestión Administrativa y Financiera, Componente 3: Gestión Administrativa, Programa: Gestión de Comunicaciones y cuenta con un (1) indicador de producto el cual es:

- Plan de mercadeo institucional

Este plan de mercadeo o de plan de comunicaciones (material publicitario y énfasis en digital 02) fue evidenciado con una fecha de creación del 25 de enero de 2017 en el link http://www.colmayor.edu.co/archivos/plan_04_publicitario_y_digital_odmkd.pdf

2. SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRAL

Se observa en los informes de auditoría interna del Sistema de Gestión Integrado (GM-FR-04) vigencia 2016, que para el Proceso Gestión de Comunicaciones, se registran dos (2) observaciones y para el 2017, no se evidencian no conformidades ni observaciones.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA	INFORME AUDITORÍA		
	CI-FR-01		
	Versión: 004	Fecha: 27-02-2017	Página: 2 de 12

3. SISTEMA DE CONTROL INTERNO (MECI)

3.1 MODULO: Evaluación y seguimiento.

COMPONENTE: Auditoria interna.

3.2 PRINCIPIOS MECI:

Al consultar con el auditado sobre la aplicabilidad que le dan a los principios MECI, las respuestas fueron las siguientes:

AUTOCONTROL

El equipo de Comunicaciones se reúne frecuentemente para discutir asuntos internos de campañas, piezas publicitarias, asuntos de interés institucional. Los software con los que cuenta el proceso y el plan de trabajo de cada miembro del equipo permite la consolidación del mismo y el autocontrol en las actividades y responsabilidades tanto individuales y grupales.

AUTORREGULACIÓN

El equipo de comunicaciones se basa en el manual de identidad corporativa, en los lineamientos de la Alcaldía de Medellín respecto a la información y uso de imagen, cumple con la normatividad relacionada con su quehacer. Recurrentemente actualiza el normograma y lo socializa entre el equipo de trabajo, con el objetivo de minimizar riesgos y evitar incumplimientos de ley que pueden ser perjudiciales para la entidad.

AUTOGESTIÓN

Recurrentemente hay reuniones de equipo que buscan autoevaluarnos de forma individual y grupal, determinar acciones de mejora o generar espacios creativos a través de mesas de trabajo, lluvia de ideas y consolidación de plan de comunicación y mercadeo Institucional. Además de ser insumo de evidencia de necesidades y mejoramientos.

El proceso cuenta con un presupuesto asignado para contratación y con ella suplir las necesidades que en su campo se presentan.

3.3 AUTOEVALUCION MECI

En las mesas de trabajo se toman correctivos y se evalúa la gestión del proceso, desde las necesidades evidenciadas y con el ánimo de mejorar cada vez, los integrantes del equipo estudian para mejorar sus competencias y aplicarlas a la labor que realizan en la Institución.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA	INFORME AUDITORÍA		
	CI-FR-01		
	Versión: 004	Fecha: 27-02-2017	Página: 3 de 12

4. SITUACIÓN CONTEXTUAL DEL PROCESO O ACTIVIDAD

DEBILIDADES:

- Debilidad en la actualización de documentación del proceso.
- Falta de personal para atender los requerimientos.

OPORTUNIDADES:

- Apoyo de la Alta Dirección.
- Existencia de un marco normativo para la identificación de requisitos y controles.

FORTALEZAS:

- Líder del proceso con fortalezas técnicas y operativas.
- Equipo de trabajo fortalecido.

AMENAZAS:

- Cambios constantes en la normatividad o requisitos.
- Aumento en la exposición a riesgos.

5. DESCRIPCIÓN DE HALLAZGOS Y OBSERVACIONES DEL EJERCICIO

5.1 Matriz de hallazgos

N° Y MARCA DE CLASE	HALLAZGO	ACCIÓN A SEGUIR POR PARTE DEL RESPONSABLE	RESPONSABLE
1 ☞	<p><u>Periódico el mayor</u></p> <p>Se incumple con el Manual de Medios de Comunicación Institucional con código GC-MA-002, toda vez que el periódico se publica dos veces por semestre y este manual indica que "se hace de forma bimensual".</p> <p>Lo que implica que los hechos registrados no cumplen con la condición de oportunidad registrada en las utilidades del periódico, además, crea un</p>	<p>Construcción del plan de mejoramiento con las acciones correctivas a definir.</p>	<p>Líder Gestión de Comunicaciones.</p>



N° Y MARCA DE CLASE	HALLAZGO	ACCIÓN A SEGUIR POR PARTE DEL RESPONSABLE	RESPONSABLE
	registro de lo que sucede a destiempo y no se está evitando que la información se distorsione cuando pasa de una persona a otra. Ver soporte 1, aparte de la norma.		
2 ☞	<p><u>Conformación del Comité Editorial de la Institución</u></p> <p>Si bien se cuenta con la Resolución n° 663 de 2011 para la creación del Comité Institucional de Publicaciones, este no coincide con el registrado en el Manual de Medios de Comunicación en cuanto a los integrantes de dicho organismo.</p> <p>Lo que conlleva a incumplir la Resolución n° 663 en el artículo 3 parágrafo 1 y el Manual de Medios de Comunicación Institucional con código GC-MA-002 del 21 de noviembre de 2012. Ver soporte 2, aparte de la norma y anexo 1 comparación de la formación del comité.</p>	Construcción del plan de mejoramiento con las acciones correctivas a definir.	Líder Gestión de Comunicaciones.
3 ☞	<p><u>Actualización del normograma.</u></p> <p>Si bien se observa existencia del normograma en la caracterización del proceso, se encuentra que no está incluida la Resolución n° 663 de 2011, por medio del cual se crea el Comité Institucional de Publicaciones.</p> <p>De igual manera el Decreto n° 2693 de 2012, fue derogado por</p>	Construcción del plan de mejoramiento con las acciones correctivas a definir o en su defecto las pruebas que justifiquen el cumplimiento total del requisito referenciado, por lo que se demuestra la inaceptación del hallazgo.	Líder Gestión de Comunicaciones.



N° Y MARCA DE CLASE	HALLAZGO	ACCIÓN A SEGUIR POR PARTE DEL RESPONSABLE	RESPONSABLE
	<p>el artículo 14 del Decreto Nacional n° 2573 de 2014, Decreto que no se encuentra en la caracterización del proceso.</p> <p>Infringiendo el instructivo interno de código GL-IT-001 y por nombre actualización del normograma y los principios MECI, específicamente en el principio de autorregulación, al ser contradictorio con la respuesta entregada al consultarle sobre los mismos y la cual indica <i>"Recurrentemente actualiza el normograma y lo socializa entre el equipo de trabajo, con el objetivo de minimizar riesgos y evitar incumplimientos de ley"</i></p> <p>Si bien se observa en la nueva caracterización del proceso las normas internas y en la cuales no se relacionan ninguno de los manuales, al filtrar en Isolucion en la documentación del proceso se observan dichos documentos y que por lo tanto fueron tenidos en cuenta en la auditoria. Ver soporte 3.</p> <p>Lo que conlleva a que no se está al día en cuanto a los cambios que se requieran para el buen funcionamiento del proceso.</p>		



N° Y MARCA DE CLASE	HALLAZGO	ACCIÓN A SEGUIR POR PARTE DEL RESPONSABLE	RESPONSABLE
4 ☞	<p><u>Retroalimentación final al ciudadano</u></p> <p>No se evidencia la evaluación de satisfacción al ciudadano al finalizar el procedimiento de atención al mismo.</p> <p>Incumpliendo con el numeral 7.3 del Manual Mecanismos de Atención al Ciudadano GC-MA-004.</p> <p>Lo que no permite identificar las fortalezas del proceso para repotenciarlas y sus debilidades para corregirlas. Ver soporte 4, aparte de la norma.</p>	<p>Construcción del plan de mejoramiento con las acciones correctivas a definir o en su defecto las pruebas que justifiquen el cumplimiento total del requisito referenciado, por lo que se demuestra la inaceptación del hallazgo.</p>	<p>Líder Gestión de Comunicaciones.</p>
5 ☞	<p><u>Encuesta de satisfacción</u></p> <p>Si bien se envió el informe a algunos líderes de procesos derivado de esta encuesta, no se observó lo que indica la norma: <i>"Él envió trimestral de los resultado de las encuestas de satisfacción a los funcionarios que tienen a cargo las consolas y a los líderes de cada proceso"</i>, además no se evidencio el análisis del resultado de las mismas.</p> <p>Vulnerando con lo estipulado en el numeral 14 del Manual Mecanismos de Atención al Ciudadano.</p>	<p>Construcción del plan de mejoramiento con las acciones correctivas a definir o en su defecto las pruebas que justifiquen el cumplimiento total del requisito referenciado, por lo que se demuestra la inaceptación del hallazgo.</p>	<p>Líder Gestión de Comunicaciones</p>



N° Y MARCA DE CLASE	HALLAZGO	ACCIÓN A SEGUIR POR PARTE DEL RESPONSABLE	RESPONSABLE
	<p>Además se encuentran diferencias entre la cantidad y ubicación de consolas reportadas por la líder y las registradas en el manual, ver anexo 2 comparación ubicación de las consolas.</p> <p>Al no llevarse a cabo esta socialización y análisis, no se puede determinar acciones de mejora o planes de mejoramiento. Soporte 5 aparte de la norma.</p>		
6	<p><u>Manual de cultura organizacional</u></p> <p>No se cuenta en la IUCMA con este Manual de Cultura Organizacional, faltando con el aparte del Acuerdo n° 005 de 2015 que lo nombra.</p> <p>Lo que indica que en la institución no se tiene plasmados ni socializados los protocolos de atención y servicio al usuario. Ver soporte 6, aparte de la norma.</p>	<p>Construcción del plan de mejoramiento con las acciones correctivas a definir o en su defecto las pruebas que justifiquen el cumplimiento total del requisito referenciado, por lo que se demuestra la inaceptación del hallazgo.</p>	<p>Líder Gestión de Comunicaciones</p> <p>Líder de Talento Humano</p>
7	<p><u>Capacitación</u></p> <p>No se evidencia el consolidado de los resultados arrojados de la satisfacción de los usuarios (docentes y personal administrativo) y la realización de la capacitación, reforzando temas de atención al cliente,</p>	<p>Construcción del plan de mejoramiento con las acciones correctivas a definir o en su defecto las pruebas que justifiquen el cumplimiento total del requisito referenciado, por lo que se demuestra la inaceptación del hallazgo.</p>	<p>Líder Gestión de Comunicaciones</p> <p>Líder de Talento Humano</p>



N° Y MARCA DE CLASE	HALLAZGO	ACCIÓN A SEGUIR POR PARTE DEL RESPONSABLE	RESPONSABLE
	<p>posicionamiento de marca y cultura organizacional.</p> <p>Vulnerando el aparte de capacitación del Acuerdo n° 005 de 2015.</p> <p>Al no realizarse dichas capacitaciones no se refuerzan temas de atención y servicio al cliente posicionamiento de marca y cultura organización. Ver soporte 6, aparte de la norma.</p>		
8	<p><u>Estructura de las cuentas de correo institucional</u></p> <p>Se realizó una comparación con las cuentas registradas en el directorio telefónico publicado en la página web de la institución, donde se observa que algunas de ellas no cumplen con la estructura descrita.</p> <p>Además se indica que es Talento Humano y Comunicaciones con ayuda de Tecnología e Informática es quien crea estas cuentas.</p> <p>Vulnerando el Manual de Medios de Comunicación Institucional (GC-MA-002).</p> <p>Lo que puede originar que no se tengan pautas para el manejo de mensajería digital que establezca parámetros a seguir en el uso de un medio como lo es el correo</p>	<p>Construcción del plan de mejoramiento con las acciones correctivas a definir o en su defecto las pruebas que justifiquen el cumplimiento total del requisito referenciado, por lo que se demuestra la inaceptación del hallazgo.</p>	<p>Líder Gestión de Comunicaciones</p>

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA	INFORME AUDITORÍA		
	CI-FR-01		
	Versión: 004	Fecha: 27-02-2017	Página: 9 de 12

N° Y MARCA DE CLASE	HALLAZGO	ACCIÓN A SEGUIR POR PARTE DEL RESPONSABLE	RESPONSABLE
	electrónico. Ver soporte 7, aparte de la norma		

Fuente: Elaborado y adaptado por la Oficina de Control Interno e información suministrada por el proceso Gestión de Comunicaciones.

MARCAS

MARCA **	EXPLICACIÓN
☞	Hallazgo de auditoría

Anexo 1

COMPARACIÓN CONFORMACIÓN DEL COMITÉ EDITORIAL DE LA INSTITUCIÓN	
Resolución n° 663 de 2011	Resolución n°1009 de 2013
Vicerrector Académico	Rector
Director de Investigaciones	Jefe de Internacionalización
Coordinador de Comunicaciones estratégica	El director del periódico
Director de Biblioteca	El periodista
Un decano	
Un representante de docentes de investigadores.	

Anexo 2

COMPARACIÓN UBICACIÓN DE CONSOLAS		
N°	Manual Mecanismos de Atención al Ciudadano	Reporte de la líder de comunicaciones
1	Facultad de Administración	Facultad de Administración
2	Facultad de Arquitectura e Ingeniería	Facultad de Arquitectura e Ingeniería
3	Facultad Ciencias de la Salud	Facultad Ciencias de la Salud
4	Facultad de Ciencias Sociales	Facultad de Ciencias Sociales
5	Atención al Ciudadano	Atención al Ciudadano
6	Gestión Documental	Gestión Documental
7	Quédate en Colmayor	Quédate en Colmayor
8	Bienestar Institucional	Bienestar Institucional
9	Pagaduría	Taquilla
10	Secretaría General	
11	Vicerrectoría Académica	
12	Admisiones	Admisiones
13	LACMA	
14	Centro de Medios	Centro de Medios
15	Biblioteca	Biblioteca (2)
		Deportes

5.2. Observaciones.

1. En el Manual de Mecanismos de Atención al Ciudadano GC-MA-004 en el numeral 7, registra "*sistema de información Qfdocument*" el cual debe ser DocumentWEB para evitar confusión de los aplicativos.
2. Si bien el proceso de Gestión de Comunicaciones tiene identificado los grupos de valor, no existe un documento institucional que los especifique, lo que puede incurrir en vulnerar los artículos 19, 20 del Acuerdo 015 de 2016. Ver soporte 8, aparte de la norma
3. Si bien se evidencia la matriz de riegos operativos del proceso, no se observa identificación de riesgos de corrupción, con los cuales se puede identificar la posibilidad de que por acción u omisión, se use el poder para desviar la gestión de lo público hacia un beneficio privado.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA	INFORME AUDITORÍA		
	CI-FR-01		
	Versión: 004	Fecha: 27-02-2017	Página: 11 de 12

5.3. Descripción del riesgo.

OPERATIVOS: Son donde se gestionan los recursos institucionales, comprende los riesgos de la parte técnica de la entidad, incluye los riesgos asociados con el funcionamiento de los sistemas de información.

RIESGOS DE CUMPLIMIENTO: se asocian con la capacidad de la entidad para cumplir con los requisitos legales, contractuales y compromisos en general ante la comunidad.

Los tipos de riesgo que se evidencian materializados en la operación, de acuerdo a la información gestionada durante el proceso de auditoría son operativos y de cumplimiento, por lo que queda demostrado que es necesario analizar y replantear controles, definir acciones de cumplimiento y fortalecer tanto los canales como las herramientas para el manejo de la información.

5.4 Resumen de hallazgos y observaciones

PROCESO Y/O SUBPROCESO RESPONSABLE	Nº DE HALLAZGOS	Nº DE OBSERVACIONES
Proceso Gestión de Comunicaciones	8	3
TOTAL	8	3

6. CONCLUSIONES.

1. Se evidencian estrategias de comunicación integral para los diferentes públicos instituciones mediante el Plan de comunicaciones como lo son publicidad exterior, digital en pantallas y otras.
2. Se cuenta con soportes de las visitas realizadas a los colegios para promoción de la oferta académica.
3. Gestión de comunicaciones cumple con los productos mínimos establecidos en el Modelo Estándar de Control Interno (MECI) como lo son:
 - o Fuentes de comunicación externas: recepción de las PQRSF, encuesta de satisfacción entre otros.
 - o Fuentes de comunicación internas: manuales, actas, informes.
 - o Rendición de cuentas: con intervención de los grupos de interés y la ciudadanía.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA	INFORME AUDITORÍA		
	CI-FR-01		
	Versión: 004	Fecha: 27-02-2017	Página: 12 de 12

- o Política de comunicaciones.

4. Se verifico que este proceso tuviera documentado en el sistema de calidad ISOLUCION documentación como: caracterización e instructivos, formatos y manuales etc.

7. GLOSARIO

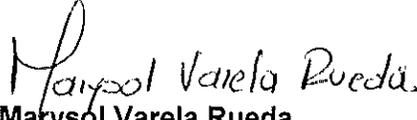
Autocontrol: Capacidad que deben desarrollar todos y cada uno de los servidores públicos de la organización, independiente de su nivel jerárquico para evaluar y controlar su trabajo, detectar desviaciones y efectuar correctivos de manera oportuna para el adecuado cumplimiento de los resultados que se esperan en el ejercicio de su función⁽¹⁾.

Autogestión: Capacidad de toda organización publica para interpretar, coordinar, aplicar y evaluar de manera efectiva, eficiente y eficaz la función administrativa que le ha sido asignada por la constitución, la ley y sus reglamentos ⁽¹⁾.

Autorregulación: capacidad de cada una de las organizaciones para desarrollar y aplicar en su interior métodos, normas y procedimientos que permitan el desarrollo, implementación y fortalecimiento continuo del sistema de control interno en concordancia con la normatividad vigente ⁽¹⁾.

Autoevaluación: Es aquel componente que le permite a cada responsable del proceso, programas y/o proyectos y sus funcionarios medir la efectividad de sus controles y los resultados de la gestión en tiempo real, verificando su capacidad para cumplir las metas y los resultados a su cargo y tomar las medidas correctivas que sean necesarias para el cumplimiento de los objetivos previstos por la entidad ⁽¹⁾.

Elaboró:


Marysol Varela Rueda
Profesional de Control Interno
Fecha: Noviembre 29 de 2017

Revisó y Aprobó:

Pendiente por nombramiento
Directora Operativa de Control Interno
Fecha:

4.4 Periódico El Mayor



H1 * Es un periódico de publicación bimensual, distribución gratuita, con un tiraje de 2000 ejemplares. Contiene información de carácter institucional. Está dirigido a público interno: estudiantes, docentes, personal administrativo y algunos públicos externos. Una vez impreso el Periódico El Mayor, se publica en la página web institucional en formato PDF, en Comunicaciones-Periódico El Mayor.

Ventajas del periódico y las revistas frente a los demás medios:

- La radio es muy efímera, y para que resulte efectiva su labor debe ser muy repetitiva, concisa y rotativa.
- La televisión es también muy efímera y concisa, y además obliga a que las notas sean cortas ya que el tiempo en este medio es muy costoso, porque la tecnología necesaria para su producción y postproducción es bastante alta.
- La Internet, por su parte, es un medio que no permite llegar a todas las personas ya que su tecnología aún no es de acceso para todos por los costos que implica: equipo, conexión y teléfono.
- La prensa escrita permite ahondar más en los hechos, ser más completa en su información.
- Permite que se vuelva a la información en el momento y el lugar que se quiera, ya que puede ser llevado consigo a cualquier lugar y retomar la lectura a cualquier hora.
- Es un medio que permite archivar de manera más fácil y sirva de elemento histórico; además, permite ser consultado más fácilmente que otros medios.
- Su alcance es ilimitado, es decir, que puede llegar a cualquier rincón de la comunidad.
- Permite coleccionarse.

Por otra parte, los periódicos, a lo largo de su apasionante historia, han evolucionado a la par de otras disciplinas que se relacionan directamente con este oficio o arte, como lo llaman otros. En la actualidad presenciamos nuevas técnicas de impresión que facilitan la labor de confección y la hacen más ágil; desde el diseño se intenta a diario mejorar la apariencia visual, para atraer a nuevos lectores; los diferentes tipos y estilos de papel hoy son enormes, tanto que hasta podría decirse que hay un papel para cada necesidad de impresión y de diseño; las tipografías modernas y las antiguas permiten variar la apariencia para que la prensa sea más apta para el ojo humano, e incluso, admite que los diseñadores "jueguen" con las infinitas posibilidades que brinda la variedad tipográfica; y la herramienta que más influencia tiene hoy sobre la prensa, o que al menos la ha hecho más fácil de elaborar, ha sido la vertiginosa evolución en los ordenadores y la creación de software de diseño; además hay que reconocer la influencia del desarrollo que se ha presentado en la transmisión de datos.

Pero dicha evolución no ha sido ajena al lenguaje, ya que el periodismo escrito, igual que otros medios, ha explorado y creado variantes para contar la noticia a través de la utilización de un lenguaje simple, ameno, conciso, que va de lo más importante a lo que relativamente no lo es tanto, pero que también ha explorado otros campos, como la producción literaria y creativas formas de narrar la noticia. Pero por otro lado, se le reconoce la influencia lingüística que tiene sobre las masas, creando nuevos términos o poniendo otros en boca de todos.

Y dicha evolución también se ha visto desde el manejo artístico de las imágenes a través de la fotografía, los montajes artísticos, la caricatura, los dibujos y la infografía. Los periódicos con un estilo plano como el del "New York Times" de los años 1850, plagados de letras de principio a fin, son muy diferentes a los de hoy, con una mezcla casi perfecta de información tipográfica y de imagen, aun cuando conservan muchas características impresionables que podríamos llamar variables constantes.

La premisa actual señala que no solo hay que tener cuidado con los contenidos, como lo hacían los periódicos de antaño, sino la forma en cómo se distribuyen y se encajan estos contenidos. Dicho formato debe ser atractivo para los lectores, en su gran mayoría jóvenes, con una marcada influencia de los medios que giran alrededor de la imagen y del color, como son las revistas, la televisión casi perfecta, el cine y la Internet. No es descabellado pensar que hay que ver a estos medios no como enemigos de la prensa escrita sino como aliados. Estos medios manejan el concepto del diseño con miras a la innovación, la creatividad visual, manejo del color y sus contenidos son precisos y ágiles, conceptos que se pueden adaptar a la prensa con preciosas ventajas.

De hecho, se pasó de los medios impresos donde imperaba la palabra escrita a medios impresos preocupados por su apariencia estética a través del manejo de los espacios en blanco; gran despliegue fotográfico y manejo artístico de tipografías; ordenación de los contenidos que busque la continuidad; manejo de titulares que desemboque en una bella confección de estilo que amalgame perfectamente diseño y un contenido. Todo en pro de llamar la atención desde el punto de vista gráfico, que invite al lector a una interacción con el medio y asegure la filiación periódica del lector. Y esto se logra en teoría a través de la identidad gráfica del medio, una identidad atractiva y provocativa pero que no deje de lado los contenidos con estilo literario y noticioso, acompañados con el pensamiento actual.

De otro lado, hoy hay una gran demanda por medios alternos que trabajen desde lo local. Los medios de comunicación de masas tienen hoy o a un enemigo o un aliado: los medios especializados o que se enfocan en franjas de públicos con necesidades puntuales. Por ello los grandes medios de comunicación tienen secciones especializadas para determinado público, o pequeños medios satélites que buscan ganar este tipo de públicos que necesitan otro tipo de información, menos general y más centrada en los círculos cercanos a su individualidad. La razón es que los lectores, pese a que viven en un mundo globalizado, que les permite conocer cualquier tipo de evento mundial al mismo tiempo que sucede, se sienten aislados de su comunidad y de sus intereses particulares. Las personas están saturadas de la información noticiosa que muestra una realidad pero que es lejana, además que obvia sus necesidades en cuanto a preferencias, diversión, espiritualidad, etc., que le permitan conocerse así mismo y a su mundo circundante que es el primero en orden de afectación, obviamente sin desafiarse del contexto general y global.

Los usuarios de los medios necesitan verse reflejados en éstos o desean que su comunidad esté más cerca de ellos a través de programas locales de televisión o de medios impresos. En la actualidad hay un auge en nuestra ciudad de canales o de programas que muestran más de cerca el barrio, sus gentes y sus necesidades. Igual pasa con los periódicos, que se especializan en contar los hechos que no trascienden las esferas de lo nacional o del interés público general, pero que son necesarios para configurar ciudad, barrio o comunidad, e incluso configura al hombre como tal y al marco familiar. Desde lo corporativo, podemos decir que es una tarea, por no decir una obligación, combinar estas cuatro premisas ya mencionadas en un medio de comunicación escrito, llamado Periódico Institucional:

La necesidad de contenidos de interés, que informen, cree opinión y estimulen la reflexión y el debate académico, social, económico y político. Pero que también cumpla con el deber de divertir y educar. Contenido que debe ser presentado con un tratamiento profesional desde el periodismo y desde lo literario, pero también desde lo académico y profesional con la asesoría del Unidad de Comunicaciones y su personal idóneo;

1. Diseño atractivo que invite a la lectura. Esto implica un planteamiento de cómo irán cada uno de los elementos, en dónde y qué efecto tendrá el conjunto. Y significa también armonía estética de los contenidos, en la consecución de un impacto gráfico que permita una lectura amena, ágil y de fácil lectura.
2. Que los principales lectores son jóvenes con influencias marcadas por los medios de comunicación de vanguardia; con poco tiempo para la lectura debido en parte a sus ritmos de vida, ya sea porque estudien o trabajen o porque hacen ambas, o porque el mundo actual dicte vértigo y constante agite; porque son netamente de influencia visual; porque tienen preferencias marcadas por las nuevas tecnologías y la constante evolución que ellas imponen; pero que aparte tienen sed de conocer y aprender sobre esos ámbitos que los influyen.
3. Que lo local ha adquirido una importancia crucial. Las universidades, como cualquier otra corporación, necesitan un medio que permita la comunicación de sus directivas con los distintos públicos que componen la entidad, y a su vez recibir de ellos una retroalimentación que posibilite conocerlos más y poder satisfacer sus expectativas y necesidades. Además es una obligación frente al Control Interno y frente a la Constitución Nacional, mantener informada a la sociedad del discurrir institucional, para bien de todos los usuarios y de las directivas, así como para la imagen corporativa en el ámbito político y social. Y por otro lado, que los públicos necesitan ver su realidad local y en qué lo afecta; que se les reconozca; que se les escuche; y que puedan expresarse con libertad pero con respeto.

Por qué un medio de comunicación escrito para la Institución

- La Institución necesita estimular el compromiso de informar el accionar corporativo como entidad pública que es, frente al deber Constitucional, el deber corporativo del auto control, frente a las

Tipografía empleada:

SECCIONES: CALIBRI
TÍTULOS: STENCIL
SUBTÍTULOS: CALIBRI
TEXTO: CALIBRI
PIÉ DE FOTO: CALIBRI
ENTRADILLAS: CALIBRI
FIRMA DE ARTÍCULO: CALIBRI
FIRMA DE FOTO: CALIBRI
CAPITULARES: CALIBRI
TÍTULO DE OPINIÓN: CALIBRI
TEXTO DE OPINIÓN: CALIBRI
SUMARIO: CALIBRI
TÍTULO PÁGINAS ESPECIALES: Ninguna
SUBTÍTULO PÁGINAS ESPECIALES: Ninguna
TEXTOPÁGINAS ESPECIALES: Ninguna

Secciones:

Página 1: Vitrina y principales Artículos
Página 2: Hechos noticiosos de proyección institucional
Página 3: Columnas de opinión y editorial
Página 4: Información emitida desde cada facultad
Página 5: Encuestas y espacio para avisos
Página 6: Entrevista central
Página 7: Temas de interés general – crónica, reportaje o artículo
Página 8: Temas de interés general – crónica, reportaje o artículo
Página 9: Espacio para el emprendimiento y los egresados destacados
Página 10: Reportaje Especial
Página 12: Reportaje gráfico

Funciones del director:

- Realizar las labores de investigación periodística.
- Redactar notas y artículos periodísticos.
- Asesorar y capacitar a los colaboradores del periódico.
- Editar las notas o artículos realizados por los colaboradores.
- Apoyar contenidos de la página Web Institucional.
- Enviar comunicados de prensa a los diferentes medios.
- Tomar fotografías.
- Crear banco de voces y de fotografías.
- Coordinar el Comité Editorial.
- Coordinar el diseño y la diagramación del Periódico.
- Coordinar la distribución del Periódico internamente y externamente.
- Velar por el resultado final del Periódico.

Funciones del diseñador - diagramador / pre prensa e impresión (tercero)

- Diseñar y producir el periódico.
- Realizar las correcciones solicitadas.
- Enviar por correo electrónico el arte del boletín con sus respectivas correcciones para ser aprobado por el Director del mismo.
- Asegurar la calidad de la impresión del periódico en los colores solicitados.
- Asegurar la cantidad solicitada de periódicos.
- Cumplir con los tiempos de entrega del periódico.

Funciones del Comité Editorial

- Proponer y seleccionar las noticias de cada edición del periódico El Mayor.
- Revisar todos los textos del periódico y asegurarse de que no se publiquen errores de contenido, información y ortografía.

112 * El Comité Editorial está conformado por el rector(a), el Jefe de Internacionalización, el director del Periódico, el periodista, y la comunicadora de la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia.

4.5 Tableros Electrónicos para mensajes

Actualmente la Institución Universitaria cuenta con este sistema de información interno, donde se pasan mensajes de tipo institucional y corporativo. Actualmente se cuenta con dos tableros ubicados uno de ellos en la portería y el otro en la Biblioteca. Su uso y actualización son frecuentes dependiendo de la información a publicar la cual ya se tiene estipulada desde la Unidad de Comunicaciones.

Tablero electrónico:

Ubicación: Biblioteca
Responsable de emitir la información: Jefe de Biblioteca

Pantallazo Biblioteca

Bienvenidos
Biblioteca Teresa Santamaría de González
Visita nuestro blog: <http://www.bibliotecacolmayor.blogspot.com/>
Fecha: Día/mes /año
Hora: 02:46

Misión Biblioteca:

Ofrecer servicios de información de excelente calidad, para proyectar la docencia, la investigación y la difusión del conocimiento.

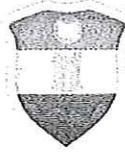
Visión Biblioteca:

La Biblioteca Teresa Santamaría de González de la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia, será un centro de información actualizada interconectada al mundo global apoyada en las nuevas tecnologías.

- Servicios Biblioteca
- Horarios en vacaciones
- Información relevante sobre Biblioteca
- Píldoras o frases

Pantallazo Institucional:

Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia



50 años

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
COLEGIO MAYOR
DE ANTIOQUIA**

**RESOLUCIÓN 663
15 DE JULIO DE 2011**

Por medio de la cual se crea el Comité Institucional de Publicaciones.

LA RECTORA DE LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA, en uso de las atribuciones legales y estatutarias, en especial, las conferidas por los artículos 21, lit. k y p; y 22 del Acuerdo 002 del 2007 del Consejo Directivo y,

CONSIDERANDO:

PRIMERO: Desde las exigencias de una sociedad basada en el conocimiento, a las que responden, el Proyecto Educativo Institucional, el Plan de Desarrollo, el Sistema de Investigaciones de la Institución y la Política Nacional de Ciencia, Tecnología e innovación, es estratégico para la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia, crear un Comité de Publicaciones que regule la divulgación de los productos de investigación y académicos de docentes, estudiantes, egresados, directivos y personal administrativo.

SEGUNDO: El conocimiento es en esencia comunicable, por ende, un Comité Institucional de Publicaciones, será el instrumento de visibilidad, acorde con los parámetros nacionales e internacionales para el efecto.

TERCERO: Es una convicción ética de la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia, contribuir a la solución de problemas de relevancia social en sus campos de experticia, para lo cual, la divulgación del conocimiento que produce es una condición ineludible.

RESUELVE:

ARTÍCULO 1. Creación. Crear el Comité Institucional de Publicaciones de la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia.

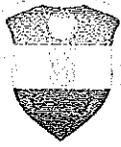
ARTÍCULO 2. Finalidad. El Comité Institucional de Publicaciones tiene como finalidad, regular la divulgación de los productos investigativos y académicos de docentes, estudiantes, egresados, directivos y personal administrativo.

H.2. * **ARTÍCULO 3. Comité de Publicaciones.** Como instancia administrativa, es un equipo interdisciplinario de asesoramiento institucional en la formulación y adopción de políticas, objetivos y estrategias para la publicación de los productos de investigación y académicos, acorde con los parámetros nacionales e internacionales para el efecto.

PARÁGRAFO 1. El Comité de Publicaciones estará conformado por:

1. El Vicerrector Académico, quien lo preside.
2. El (La) Director (a) de Investigaciones, quien lo convoca.
3. El Coordinador (a) de Comunicación Estratégica, quien actúa como secretario.
4. La Directora de la Biblioteca.
5. Un Decano (a).
6. Un Representante de los Docentes Investigadores.





Resolución No. 663 – 15 de julio 2011 "Por medio de la cual se crea el Comité Institucional de Publicaciones

PARÁGRAFO 2. La participación de todos los miembros del presente comité, será por el periodo rectoral en su condición de máxima autoridad administrativa y representante legal de la entidad.

PARÁGRAFO 3. Serán funciones del Comité de Publicaciones, las siguientes:

1. Formular las políticas, objetivos y estrategias para la publicación de los productos de investigación y académicos.
2. Verificar el cumplimiento de las normas sobre propiedad intelectual.
3. Recomendar la asignación de recursos para financiar las publicaciones.
4. Recomendar la publicación de resultados de investigación relevantes institucionalmente.
5. Las demás funciones que le asignen la Rectoría o la Vicerrectoría Académica.

ARTÍCULO 8. Reunión. El Comité de publicaciones se reunirá cada dos meses de manera ordinaria, y extraordinariamente cada que sea convocado por el Director (a) de investigaciones.

ARTÍCULO 9. Vigencia. La presente Resolución rige a partir de su expedición y deroga las normas que le sean contrarias.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Medellín a los 15 días del mes de julio de 2011.


MARTHA LÍA NARANJO JARAMILLO
Rectora

SOPORTE DE REQUISITOS POR CUMPLIR

[Inicio](#) | [Editar](#) | [Ver Historial](#) | [Módulos](#) | [Herramientas](#) | [Ayuda](#)
[Institución Universitaria Caldas](#) | [Institución Universitaria Cauca](#) | [Institución Universitaria Córdoba](#) | [Institución Universitaria Guaviare](#) | [Institución Universitaria Magdalena](#) | [Institución Universitaria Nariño](#) | [Institución Universitaria Quindío](#) | [Institución Universitaria Tolima](#) | [Institución Universitaria Valle del Cauca](#) | [Institución Universitaria Zulia](#)

RIESGOS
 La matriz de riesgos por procesos se encuentra en la página web / Institucional / Planeación Institucional / Matriz de riesgos de la vigencia.
 La Matriz de riesgos de Corrupción se encuentra en la página web / Institucional / Planeación Institucional / Matriz de riesgos Anticorrupción de la vigencia.

Decreto 2573/14

REQUISITOS POR CUMPLIR	
INTERNO	EXTERNO
<ul style="list-style-type: none"> Asamblea 002 de 2007 - Estatuto General Acuerdo 05 de 2015 Política de Marketing y Comunicación de la Institución Universitaria Caldas Mayor Acuerdo 015 de 2016 Código de Ética y Buen Gobierno 	<ul style="list-style-type: none"> Constitución Política de Colombia de 1991 Decreto 2893 de 2012 Ley 1712 de 2014 Transparencia y Acceso a la Información Pública Ley 1755 de 2015 Derechos de petición Ley 1881 de 2017 Protección de datos personales Ley 0140 de 1994. Se. reglamento la Publicidad Exterior Visual Resolución 2444 de 2003. Características y medidas de los vales publicitarios y promocionales. Interiores

VERSION	FECHA	RAZON DE ACTUALIZACION
1	03/Oct/2012	Se actualizan las indicaciones del proceso
2	06/Nov/2012	Se revisó la caracterización y se actualizó la documentación relacionada con el proceso.
3	04/Feb/2015	Se actualizó el flujo del proceso, los indicadores, los procedimientos e instructivos, las interacciones y la normatividad.
4	06/Jun/2015	Se agregó a la normatividad la Ley 1755 de 2015 Derechos de petición.
5	28/Sep/2015	Y se elimina el indicador Calidad de la respuesta de las PORSE.
6	04/Nov/2016	Se actualizaron los indicadores y los documentos del proceso.
7	28/Jun/2017	Se actualiza a nuevo formato de caracterización. Se agregan a los requeridos normativos los lineamientos de Acreditación Institucional. Se actualizan la ISO 9001:2008/NTC GP 1000:2009 por ISO 9001:2015. Se actualizan la ISO 14001:2004/ por ISO 14001:2015. Se actualizan la OHSAS 18001/ por Decreto 1072 de 2015.
8	25/Sep/2017	Se agregó en el ítem recursos "Conocimientos" y "Recursos de seguimiento y medición para darle respuesta a los numerales 7.1.5 y 7.1.8 de la norma ISO 9001:2015.

ELABORO		REVISO		APPROBO	
Nombre:	PROFESIONAL COMUNICACIONES	Nombre:	JEFE CALIDAD	Nombre:	JEFE DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES

[Inicio](#) | [Editar](#) | [Ver Historial](#) | [Módulos](#) | [Herramientas](#) | [Ayuda](#)
[Institución Universitaria Caldas](#) | [Institución Universitaria Cauca](#) | [Institución Universitaria Córdoba](#) | [Institución Universitaria Guaviare](#) | [Institución Universitaria Magdalena](#) | [Institución Universitaria Nariño](#) | [Institución Universitaria Quindío](#) | [Institución Universitaria Tolima](#) | [Institución Universitaria Valle del Cauca](#) | [Institución Universitaria Zulia](#)

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA	MECANISMOS DE ATENCIÓN AL CIUDADANO GC-MA-004		
	Versión: 001	Fecha: 04-02-2016	Página 5 de 9

respuesta que refiere la entidad (10 días hábiles), pues son menores a los definidos por la ley (15 días hábiles).

e. Veedurías ciudadanas PLAN ANTICORRUPCIÓN Y ATENCIÓN AL CIUDADANO.

7.2 DEBERES DE LOS CIUDADANOS EN EJERCICIO DEL DERECHO DE PETICIÓN

1. Elevar las peticiones con el lleno de los requisitos exigidos en la norma.
2. Diligenciar completamente la solicitud y en el evento de hacerlo de forma incompleta, adecuarla dentro del plazo legal.
3. Dirigir solicitudes respetuosas.
4. Abstenerse de abusar del ejercicio del derecho de petición.
5. Aportar información cierta para efectos del suministro de la respuesta.

7.3 RETROALIMENTACIÓN FINAL CON EL CIUDADANO

Al finalizar el procedimiento de atención al ciudadano ya sea presencialmente, de manera telefónica o virtual y se haya dado cierre a la misma de manera definitiva, se debe proceder a evaluar el grado de satisfacción del ciudadano con el trámite y solución dada al requerimiento.

Esta retroalimentación permitirá identificar las fortalezas del proceso para repotenciarlas y sus debilidades para corregirlas hacia el futuro.

8. PROTOCOLOS DE ATENCIÓN

El objetivo principal de plantear los protocolos de atención a la ciudadanía es definir en todos ellos una semejanza en el trato y prestación de servicio por parte de los funcionarios de la entidad; así las cosas, a continuación se describen los canales con los que la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA cuenta para atender al ciudadano, y los protocolos que se proponen, los cuales son:

8.1 CANAL PRESENCIAL

Se entiende este esquema de atención cuando el funcionario de la entidad tiene al frente al ciudadano. Es cuando la ciudadanía recurre personalmente a la oficina principal de INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA o a cualquiera de las oficinas de atención al usuario de la entidad, para acceder a información o aclarar inquietudes al respecto de las obras.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA	MECANISMOS DE ATENCIÓN AL CIUDADANO GC-MA-004		
	Versión: 001	Fecha: 04-02-2016	Página 9 de 9

contenidos de procesos sancionatorios en trámite, en la medida en que los mismos pueden estar reservados conforme a la ley. En los casos en que se solicite información de los particulares, la misma sólo será utilizada para los fines para los cuales se solicita la información y que no será divulgada sin consentimiento de quien suministra la información, salvo en los casos previstos por la ley colombiana.

14. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

11.5 * Actualmente se cuenta con un sistema de medición de satisfacción de los usuarios basado en consolas de calificación del servicio, capacidad de respuesta y trato del funcionario con los usuarios, se puede hacer una medición en tiempo real, pero en el procedimiento se planteó realizarla trimestralmente y compartirla vía correo electrónico con los funcionarios que tienen a cargo puntos de atención al usuario y los líderes de cada proceso. Semestralmente se realiza una socialización y se realiza un análisis más profundo para determinar los pasos a seguir, acciones de mejora o planes de mejoramiento.

Las consolas tienen 3 preguntas referentes a los siguientes temas:

Oportunidad en la atención recibida y en la respuesta final suministrada.

Calidad de la respuesta, en términos de concreción, claridad, coherencia e idoneidad.

Amabilidad y buen trato recibido.

El software implementado para la medición permite una segmentación de públicos y la medición en tiempo real del servicio.

11.5 * Actualmente hay en funcionamiento 15 consolas en las 4 facultades: Administración – Arquitectura e Ingeniería – Ciencias de la Salud y Ciencias Sociales, atención al ciudadano, gestión documental, quédate en Colmayor, bienestar Institucional, pagaduría, secretaría general, vicerrectoría académica, admisiones, LACMA Laboratorio de la Calidad Colegio Mayor de Antioquia, centro de medios y biblioteca.



Cultura Organizacional.

- 4.6. * En el MANUAL DE CULTURA ORGANIZACIONAL se plasmarán los protocolos de atención y servicio al usuario, se socializarán y recalcarán en los funcionarios, con el fin de que esa cultura se interiorice y viva a diario en cualquier proceso Institucional.

Capacitación.

- 4.7. * Se evaluarán, según las dinámicas institucionales y los resultados arrojados de satisfacción de los usuarios, ésta se realizarán con docentes y personal administrativo. Y se reforzarán los temas de atención y servicio al cliente – posicionamiento de marca y Cultura Organizacional.

ARTÍCULO 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.

ARTÍCULO TERCERO. El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación y deroga los Acuerdos No. 022 y 023 del 27 de junio de 2002 y las demás normas que le sean contrarias.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Medellín, a los dos (2) días del mes de marzo de 2015.

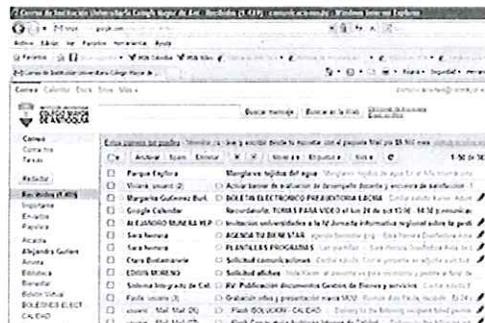

ADRIANA PATRICIA ARCILA ROJAS
Presidenta


JUAN DAVID GOMEZ FLOREZ
Secretario General

SEGUNDO PISO					
NOMBRE	UBICACIÓN	TIPO	CANT.	OBSERVACIONES	RESPONSABLE
Secretaría General	Pasillo Secretaría General	Exprésate 9	1	Información de Secretaría General	Secretaría de Secretaría General
Bienestar	Corredor Vicerrectoría Académica	Biombo Azul 5	1	Información Cultural y de Bienestar	Bienestar y Gestión de Comunicaciones
Facultad de Arquitectura e Ingeniería	Pasillo Facultad de Arquitectura e Ingeniería	Biombo azul 6	1	Información Facultad de Arquitectura e Ingeniería	Secretaría de Facultad de Arquitectura E Ingeniería
Facultad de Arquitectura e Ingeniería	Pasillo Sala de docentes Facultad de Arquitectura e Ingeniería	Exprésate 10	1	Información docentes Facultad de Arquitectura e Ingeniería	Docentes Facultad de Arquitectura E Ingeniería
Facultad de Ciencias Sociales	Pasillo Facultad de Ciencias Sociales	Biombo Azul 7	1	Información Facultad de Ciencias Sociales	Secretaría Facultad de Ciencias Sociales
Facultad de Ciencias Sociales	Pasillo Facultad de Ciencias Sociales	Exprésate 11	1	Información docentes F. Ciencias Sociales	Docentes Facultad de Ciencias Sociales
Auditorio	Afuera del Auditorio	Exprésate 12	1	Colocar Biombo Azul afiches cultural, Bienestar y programación Auditorio	Gestión de Comunicaciones y Bienestar
Gimnasio	Dentro del Gimnasio	Exprésate 13	1	Información Gimnasio	Coordinador de Deportes

Cibergrafía
<http://www.comunikandonos.com>
<http://www.definicionabc.com/comunicacion/cartelera.php>

4.2 Correo Electrónico Institucional



Para la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia, es importante establecer las pautas para el manejo de la mensajería digital, que establezca los parámetros a seguir en el uso de un medio tan importante como lo es el correo electrónico institucional.

El objetivo de este manual en cuanto al manejo de los correos electrónicos, es asegurar y facilitar la comunicación interna y externa de la Institución.

El servicio de mensajería digital, permite el intercambio de información oficial entre los miembros de la Institución Universitaria y la comunidad en general, por ende éste no puede convertirse en una herramienta de datos indiscriminados para la Institución. Aquí usted encontrará las normas, procedimientos y políticas para el uso de la mensajería digital.

Quiénes tienen correo institucional

- Personal administrativo
- Contratistas
- Docentes de planta
- Docente de cátedra

Estructura de las cuentas de correo institucional

- **Administrativos:** cargo@colmayor.edu.co
- **Docentes:** nombre.apellido@colmayor.edu.co

Las variaciones en la estructura de las cuentas institucionales para personas pueden darse al existir usuarios con los mismos nombres, para lo cual se utilizará la siguiente estructura:

- Para el caso en que coincidan el primer nombre y apellido con el de otro usuario, la estructura sería:
 primernombre+inicialsegundonombre.primerapellido@colmayor.edu.co
- Para el caso en que coincidan el primer nombre, la inicial del segundo nombre, o no tenga segundo nombre y el apellido con el de otro usuario, la estructura sería:
 primernombre.primerapellido+inicialsegundoapellido@colmayor.edu.co

H.B *

* Para solicitar la creación de un correo electrónico institucional

Entre las dos primeras semanas del semestre en curso, se debe tener el consolidado de los correos solicitados por FACULTADES. Es responsabilidad de Gestión del Talento Humano, enviar por correo electrónico esta solicitud a Gestión de Tecnología e Informática.

Gestión del Talento Humano hace la solicitud de creación y eliminación de correos electrónicos, vía correo electrónico a Gestión de Tecnología e Informática (Jefe de Tecnología) y envía por correo electrónico esta información a Gestión de Comunicaciones para que lo informe a todo al personal de la Institución, a su vez actualiza el Directorio de Extensiones.

Gestión de Comunicaciones, se encarga de hacer común al personal administrativo y docentes, el listado de los nuevos correos electrónicos y los cambios que se hayan dado. Cada persona debe encargarse de actualizar los correos electrónicos en su cuenta.

Gestión de Informática con el apoyo de la Unidad Virtual, Gestión de Comunicaciones y Gestión del Talento Humano capacitará al personal de la Institución sobre el uso adecuado del correo electrónico y el teléfono (manejo técnico y protocolo), cuando lo considere conveniente a fin de recordar estas pautas. **Nota:** para ver sobre el manejo Técnico del teléfono remitirse al procedimiento GT-IT-01 INSTRUCTIVO DE TELEFONÍA IP.

Gestión de Tecnología e Informática capacitará al nuevo personal sobre el uso y funcionamiento del correo electrónico Institucional y el teléfono.

Uso de los Mensajes a través del Correo Electrónico Institucional

Para la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia el uso del correo electrónico Institucional debe estar normalizado con el objetivo de asegurar y facilitar la comunicación interna y externa de la Institución. Los correos electrónicos permiten el intercambio de información oficial entre los miembros de la Institución Universitaria y la comunidad en general, por ende éste no puede convertirse en una herramienta de datos indiscriminados para la Institución.

Para los casos en que se requiera socializar una comunicación o información y la dependencia no tenga asignada una cuenta para tal fin, se debe solicitar a Gestión de Comunicaciones que socialice dicha información.

Políticas de Uso del Correo Electrónico Institucional

1. La persona que tiene asignada una cuenta de correo institucional es la única y directa responsable de los mensajes y acciones enviados a través de ésta. La cuenta de correo es personal e intransferible, de allí la responsabilidad con este medio.
2. Los usuarios de estas cuentas son responsables de la información enviada la cual es considerada comunicación oficial.
3. La revisión del correo es una actividad diaria y constante para la recepción de documentos y en general material de trabajo.
4. Es indispensable que el correo electrónico institucional tenga activada la opción de CHAT como disponible todo el tiempo que permanezca dentro de la Institución, ya que esta opción se considera como una forma de comunicación necesaria por su característica de inmediatez.
5. Al finalizar el mensaje es obligatorio que aparezca la firma del correo, es decir nombre completo, cargo, entidad y teléfonos de contacto.

Estructura para la firma del correo electrónico Institucional

<<Nombre Completo>>

<<Cargo>>

<<Nombre de la
Institución>>

<<Teléfono y Extensión>>

<<Dirección de Ubicación>>

<<Página web>>

<<Ciudad - País>>

Karen Marcela Ospina Suárez
Profesional de Comunicaciones
Institución Universitaria Colegio Mayor de
Antioquia
Teléfono + 57 (4) 444 56 11, extensión: 134
Carrera 78 No 65-46 Robledo
www.colmayor.edu.co
Medellín-Colombia

Fuente: Sans Serif, tamaño normal, color negro.

- Nombre Completo: en negrilla y sólo las letras iniciales en mayúscula.
- Cargo: no negrilla y sólo las letras iniciales en mayúscula.
- Nombre de la institución: no negrilla y sólo las letras iniciales en mayúscula.
- Teléfono y Extensión: con indicativo de país y ciudad y número de la extensión.
- Dirección de ubicación: nomenclatura completa y barrio
- Ciudad - País.

6. Es importante que en todos los correos se configure las siguientes frases las cuales se encuentran dentro de la imagen en png realizada por Gestión de Comunicaciones URL

http://www.colmayor.edu.co/archivos/pata_correos_g4e2b.png

- Antes de imprimir este correo o sus archivos anexos plense bien si es necesario hacerlo. El cuidado del medio ambiente es responsabilidad de todos.
- Logo de la campaña institucional vigente.
- "Tenga presente que en La Institución Universitaria Colegio Mayor se adoptó el PICO Y PLACA durante todo el día".

7. Se debe desactivar la respuesta automática de los correos electrónicos. Cada usuario contesta sus correos de forma personal. Esto con el fin de evitar reprocesos o mala comunicación por los correos electrónicos que no son leídos.

8. Los mensajes deben ser concisos. El tamaño de un mensaje de correo no debe extenderse más de una cuartilla. Para casos en los que el mensaje sea más extenso, se debe utilizar la opción de archivo adjunto.

9. Los mensajes institucionales deben escribirse en letra minúscula, utilizando según el caso, mayúscula inicial.

10. No debe incluirse la dirección de correo electrónico en la firma; ya que ésta fue incluida de manera automática en la cabecera del mensaje.

11. La administración de los sistemas de información y servicio de mensajería están a cargo de las dependencias que les compete esta función. Gestión de Comunicaciones es la dependencia encargada del envío de mensajes masivos con información de carácter institucional.

12. Todo usuario debe cambiar su clave (password) por vez primera, luego de esto podrá modificarla las veces que considere conveniente a través del servicio de correo Institucional, siendo responsable de mantener su confidencialidad.

13. Cuando el usuario se tenga que ausentar por un momento de su sitio de trabajo, cuenta con la opción de bloquear el equipo para evitar que otra persona use su cuenta de correo sin su autorización. La forma de hacerlo es oprimiendo las teclas: CONTROL+ALT+SUPRIMIR y darle clic en la opción bloquear equipo. Para desbloquear: oprima nuevamente CONTROL+ALT+SUPRIMIR e ingrese su contraseña.

14. Todo correo debe tener un asunto, de modo que la persona que recibió el mensaje, pueda identificar el tema sin necesidad de abrir el texto.

15. Es imprescindible la depuración de los mensajes en el correo institucional para su correcto funcionamiento. La revisión del correo es una actividad diaria y constante dentro de la gestión administrativa y académica.

16. Cuando se envíen correos institucionales multitudinarios se debe usar la opción copia oculta (CCO).

17. Al reenviar un correo tenga en cuenta borrar el historial de mensajes que no es útil para el nuevo destinatario.

18. Recuerde que los mensajes enviados por medio del correo institucional no son diferentes a los enviados en papel con membrete; no sólo lo representan a usted, sino también a la Institución y en algunos casos son considerados como documento legal.

19. Reenviar elementos es una práctica de mal gusto, por favor evite hacerlo.

20. Línea de Despedida: se establecen dentro de la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia, las palabras cordialmente o atentamente como únicas y exclusivas antes de la firma.

Conductas de mal uso en los correos electrónicos

- Intentar o apoderarse de claves de acceso de otros usuarios, acceder o modificar mensajes de otro usuario.

DEPENDENCIA	CARGO	NOMBRE	EXT.	CORREO ELECTRÓNICO	
Extensión Académica	Unidad de Convenios y Contratos (Oficina)	María Elena Álvarez	X	mariaeag@gmail.com	
		Diana Yulieth López Quirama	X	yulieth.lopez@colmayor.edu.co	
		Alba Guevara	2648191		
		Diana Marcela Rodríguez	X	diana.rodriguez@colmayor.edu.co	
		Lina Osorio			
	Contratista- Convenio de Víctimas del Conflicto Armado	Angela María Gómez Arteaga - Jenifer Mejía	3856875	X	angela.gomez@colmayor.edu.co
		Sindy Escalante	106		financiera.convenios@colmayor.edu.co
		Claudia Gomez Chavarro	234 11 17	X	claudia.gomez@colmayor.edu.co
		Alba Guevara	203		alba.buencomienzo@colmayor.edu.co
		Gentil Eduardo Cordoba	106		cmagobierno2@colmayor.edu.co
Facultad de Administración	Extensión Académica y Proyección Social - Convenios	Marly Catalina Cardona Zapata	212	marly.cardona@colmayor.edu.co.	
	Extensión Académica y Proyección Social - Convenios	Andres Felipe Posada	212	aux.presupuesto@colmayor.edu.co	
	Docente Coordinador Centro de Lenguas IUCMA	John Fernando Ramirez Villegas	230	centrodelenguas@colmayor.edu.co	
	Contratista Centro de Lenguas	Natalia Rueda Echavarría	120-231	centrodelenguas@colmayor.edu.co	
	Asistente Centro de Lenguas	Jackeline Cuello Guerra	120-231	jackeline.cuello@colmayor.edu.co	
	Decano	Wilmar Mauricio Sepulveda	142	dec.administracion@colmayor.edu.co	
	Secretaria Facultad de Administración	Caridad Cardona Cano	143	fac.administracion@colmayor.edu.co	
	Docente - Coordinadora Académica	Amanda Stella Valderrama Castañeda	144	svalderrama@colmayor.edu.co	
	Docente - Coordinadora de Prácticas	Carmen Adriana Avendaño	145	prac.administracion@colmayor.edu.co	
	Docente - Coordinadora de Investigación	Claudia María Giraldo Velásquez	147	cgiraldo@colmayor.edu.co	
Facultad de Arquitectura e Ingeniería	Aula de Docentes	Docentes	147		
	Contratista Psicología Media técnica	Iván Alonso Celis Castaño	147	ivan.celis@colmayor.edu.co	
	Docente -Coordinador Gastronomía	Neila María Lopera López	147	neila.lopera@colmayor.edu.co	
	Conductor aula móvil Gastronomía	Tatiana Gómez	147	tatiana.gomezv@colmayor.edu.co	
	Auxiliar logístico Aula Móvil Gastronómica	Hector Correa	220		
	Economato	Duban Ocampo Guzman	220	duban.ocampo@colmayor.co	
	Decano Encargado	Mónica Bibiana Figueroa Gómez	220	economato@colmayor.edu.co	
	Secretaria Facultad de Arquitectura e Ingeniería	Gabriel E.Bahamon Alvarez	149	monica.gomez@colmayor.edu.co	
	Docente	Norela Orozco Cardenas	148	dec.arquitectura@colmayor.edu.co	
	Coordinadora Académica	Carlos Andrés Medina Restrepo	151	fac.arquitectura@colmayor.edu.co	
Facultad de Arquitectura e Ingeniería	Coordinador de Prácticas	Diana Paulina Herrera Londoño	250	carlos.medina@colmayor.edu.co	
	Docente -Coordinador del programa de Construcciones Civiles	Kelly Leani Quintero Garcia	151	diana.herrera@colmayor.edu.co	
	Técnica del Laboratorio de Ingeniería Ambiental.	Sergio Andrés Aboleda López	235	prac.arquitectura@colmayor.edu.co	
	Contratista coordinador del lab. de suelos	Patricia Andrea Rivera Guerrero	235	sergio.arboleda@colmayor.edu.co	
	Docente investigador Luminaria LED	Adolfo Andres Franco Sariego	235	lab.ambiental@colmayor.edu.co	
		Juan Camillo Díaz	218	lab.suelos@colmayor.edu.co	

DIRECTORIO DE EXTENSIONES					
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA					
EXTENSIÓN	CARGO	NOMBRE	EXT.	CORREO ELECTRÓNICO	
Admisiones, Registro y Control	Profesional Universitario Gestión de Admisiones.	Gloria Elena Mustafá Yepes	117	admisiones@colmayor.edu.co	
	Contratista Secretaria Admisiones	Natalia A. Acevedo Gómez	119	sec.admisiones@colmayor.edu.co	
	Contratista - Tecnología e Informática- Gestasoft	Edwin Alexander Gallardo Villamizar	179	gestasoft@colmayor.edu.co	
	Contratista - Admisiones	Claudia María Gutiérrez	118	aux.admisiones@colmayor.edu.co	
al Ciudadano	Auxiliar de Admisiones, Registro y Control	David Montoya Gómez	249	auxadmisiones2@colmayor.edu.co	
	Secretaría - Atención al Ciudadano	Liliana María Amaya Gutiérrez	101	ciudadano@colmayor.edu.co	
Biblioteca	Lider Biblioteca	Claudia Edid Arredondo Hernández	123	direccionbiblioteca@colmayor.edu.co	
	Bibliotecóloga Contratista	Julieith Xiomara Salgado Ocampo	205	analistabiblioteca@colmayor.edu.co	
	Auxiliar Biblioteca	Alexandra María Osorio Castaño	124	sec.biblioteca@colmayor.edu.co	
	Auxiliar de biblioteca	Giovanny Alveiro Valencia Acevedo	205-124	giovanny.valencia@colmayor.edu.co	
Servicios Almacén	Auxiliar biblioteca	Eugenia Escobar Gaviria	247-124	eugenia.escobar@colmayor.edu.co	
	Auxiliar de Biblioteca	Elvia Yuly Maturana García	124	yuly.maturana@colmayor.edu.co	
	Auxiliar Administrativo - Gestión de Bienes y Servicios	Beatriz Elena Millán Murillo	228	almacen@colmayor.edu.co	
	Contratista - Bienes y Servicios	Juliana Jiménez Roldán	112	aux.almacen@colmayor.edu.co	
	Secretaría de Almacén	Isabel Cristina Vallejo Correa	112	isabel.vallejo@colmayor.edu.co	
	Auxiliar de Almacén	Diony Vanessa Tirado Araque	113	sec.almacen@colmayor.edu.co	
	Contratista - Bienestar Institucional	Liliana Gutierrez Macias	131	bienestar@colmayor.edu.co	
	Jefe de Deportes	Jorge Alberto Rúa Madrigal	141	deportes@colmayor.edu.co	
	Contratista - Promoción Socioeconómica	Javier Alberto Castro	167	socio.economico@colmayor.edu.co	
	Asistente Bienestar Institucional	Judy Deisy Oliveros Jiménez	243	asistente.bienestar@colmayor.edu.co	
Servicio Institucional	Coordinadora de Desarrollo Humano	Sergio Esteban Arango Palacio	243	desarrollohumano@colmayor.edu.co	
	Contratista - Cultura	Sebastián Colonia Mira	131	cultura@colmayor.edu.co	
	Yenifer Yulieith Bolívar Villa	Enfermera		salud1@colmayor.edu.co ; jennjuli1905@gmail.com	
	Contratista - Médico	Veronica Gil Berrio	246	salud@colmayor.edu.co	
Investigación	Directora de Investigación	Ángela María Gaviria Núñez	173	cicma@colmayor.edu.co	
	Contratista Investigación	Mauricio Urrego Alvarez	173	mauricio.urrego@colmayor.edu.co	
Control Interno	Directora operativa de Control Interno - de planta	Edit Johana Palacio Espinoza	110	controlinterno@colmayor.edu.co	
	Contratista - Control Interno	Marysol Varela Rueda	200	profesional2.controlinterno@colmayor.edu.co	
	Contratista - Control Interno	Mónica González Páez	188	profesional3.controlinterno@colmayor.edu.co	
	Coordinador de Extensión Académica y Proyección Social	Arturo Carvajal Arboleda	102	arturo.carvajal@colmayor.edu.co	
Servicio Social	Contratista - Extensión	Yamile Rivera Quintero	103	extension@colmayor.edu.co	
	Contratista - Centro de Consultoría y Asesoría para el Sector	Sandra Leida Corrales Espinosa	203	consultoria.administracion@colmayor.edu.co	
	Contratista - Unidad de Educación Continuada	Jorge Hernán Velásquez Campos	104	oferta.extension@colmayor.edu.co	
	Contratista - Unidad de Convenios	Yovana Londoño Gaviria	107	unidadconvenios@colmayor.edu.co	
	Coordinador Unidad de convenios	Francisco Moreno Caro	242	francisco.moreno@colmayor.edu.co	



- h) Efectuar la rendición de cuentas a los grupos de interés, garantizando la disposición al público de la información no confidencial de la Entidad;
- i) Hacer pública la contratación de servicios y la adquisición de bienes de acuerdo con lo prescrito por la legislación vigente utilizando los mecanismos de seguimiento a los contratos;
- j) Dar aplicación al Pacto sobre Ética Pública y Privada en la Contratación Estatal

Artículo 17. Compromiso con la Protección y el Desarrollo del Talento Humano. La Institución es responsable con la vinculación del recurso humano más capaz e idóneo en la administración, sea como servidor público o contratista; para ello se compromete a desarrollar los procesos de selección, inducción, re inducción, formación, promoción, evaluación de desempeño, estímulos e incentivos basados en los Principios Constitucionales de justicia, equidad, imparcialidad, y transparencia, y así lograr el desempeño adecuado y eficiente de todo el recurso humano.

Artículo 18. Compromiso con la Comunicación Pública. La Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia, cataloga la comunicación y la información como bienes públicos, para cual se compromete a mejorar los procesos y actividades informativas; efectuando las acciones comunicativas de acuerdo con los parámetros que establezcan los procesos de comunicación y el plan de desarrollo Institucional, con el fin de fortalecer siempre la identidad de la Institución.

0.2 * **Artículo 19. Compromiso con la Comunicación Institucional.** El Rector y su equipo de trabajo se comprometen a tener una adecuada comunicación con todos los grupos de interés de la Institución, para lo cual se establecen procesos y mecanismos comunicativos orientados a mantener un clima de diálogo y colaboración entre los servidores públicos y contratistas.

0.2 * **Artículo 20. Compromiso con la circulación y divulgación de la información.** La Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia se compromete a mantener una comunicación oportuna, clara, veraz y confiable con sus grupos de interés, conforme a los mecanismos de comunicación a los que se tiene acceso de acuerdo a las condiciones de la comunidad a la que va dirigida la información.

En cuanto a las solicitudes de información requeridas, el Rector y su equipo de trabajo se comprometen a darles respuestas oportunas y de fondo a las peticiones planteadas por la comunidad educativa en general.