

2019

JEFATURA DE ADMINISTRACIÓN DOCUMENTAL



FICHA DEL PROCESO

Estrategias de comunicación



TABLA DE CONTENIDO

1.OBJETIVO.....	3
2.ALCANCE	3
3.NORMATIVIDAD	3
3.1.Directrices	3
3.2.Lineamientos.....	3
4.RESPONSABILIDADES.....	3
4.1.Responsable del Proceso.....	3
4.2.Responsabilidades	3
5. DIAGRAMA DE FLUJO Y DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	4
5.1.Diagrama de flujo – Estrategias de Comunicación.....	4
5.2.Descripción de actividades – Estrategias de Comunicación.....	4
5.3.Ficha de proceso-Estrategia de posicionamiento.....	5
5.3.1.Diagrama de flujo-Estrategia de posicionamiento.....	5
5.3.2. Descripción de actividades-Estrategia de posicionamiento.....	5
5.3.3. Ficha de proceso-Estrategias conjuntas.....	5
5.3.4. Diagrama de flujo-Estrategias conjuntas.....	5
5.3.5. Descripción de actividades-Estrategias conjuntas.....	5
5.3.6. Ficha de proceso-Mercadeo de la información.....	5
5.3.7. Diagrama de flujo-Mercadeo de la información.....	5
5.3.8. Descripción de actividades-Mercadeo de la información.....	5
6. DEFINICIONES	6
7. DOCUMENTOS DE REFERENCIA	6
8.INDICADORES.....	6
9. RIESGOS	6
10. CONTROL DE CAMBIOS	7
11. APROBACIÓN	7

1. OBJETIVO

Proponer, diseñar y ejecutar planes que apoyen la construcción de memoria colectiva y permitan el posicionamiento de los servicios que ofrece la Jefatura de Administración Documental.

2. ALCANCE

El proceso de estrategias de comunicación comienza con la necesidad de fortalecer y promover la memoria documental de la Universidad y los servicios que ofrece la Jefatura y finaliza con la puesta en marcha de actividades que permitan la divulgación de la memoria colectiva y el posicionamiento de los servicios documentales.

3. NORMATIVIDAD

3.1. Directrices

Las directrices del proceso de estrategias de comunicación, posicionamiento y mercadeo de la información, pueden estar alineadas con las directrices institucionales de la Universidad articuladas por secretaria general.

3.2. Lineamientos

Los contenidos, objetos de divulgación y en general todos los materiales producidos para la promoción de la memoria documental de la Universidad y de la Jefatura, sus fondos y servicios, deben tener en cuenta y respetar la normativa del derecho de autor y de propiedad intelectual.

4. RESPONSABILIDADES

4.1. Responsable del Proceso

- Gestor de servicios documentales

4.2. Responsabilidades

Jefe de Administración Documental

- Brindar recomendaciones para la creación de contenidos de divulgación.
- Aprobar propuestas temáticas basadas en el objetivo anual de comunicación.
- Aprobar la compra de productos publicitarios.

Gestor de Procesos Documentales

- Proponer y ejecutar estrategias que permitan divulgar la memoria documental uniandina.
- Realizar los procesos de nivel para lograr el posicionamiento de la Jefatura de Administración Documental en otras unidades.
- Llevar a cabo los planes que fueron propuestos.

Practicante Universitario

- Apoyar en las actividades del gestor de servicios documentales como en la recolección de la información y actualización de formatos publicitarios.
- Acorde a su formación universitaria se encargará de dar un valor agregado a la Jefatura de Administración Documental por medio de un proyecto de mejora.

5. DIAGRAMA DE FLUJO Y DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

5.1. Diagrama de flujo – Estrategias de Comunicación

5.2. Descripción de actividades – Estrategias de Comunicación

ENTRADA	Necesidad de fortalecer y promover la memoria documental de la Universidad y los servicios que ofrece la Jefatura.
PROVEEDOR	Jefatura de Administración Documental
SALIDA	Puesta en marcha de actividades que permitan la divulgación de la memoria colectiva y el posicionamiento de los servicios documentales.
CLIENTE	Comunidad Uniandina y público en general

	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DOCUMENTOS
1	Plantear propuesta de comunicación de la información	Se plantea una propuesta para la mejora de la comunicación de la información	Gestor de servicios documentales	x
2	Elaborar propuesta	Se elabora una propuesta con base en el objetivo anual de comunicación	Gestor de servicios documentales/ Practicante Universitario	x

MACROPROCESO
 Gobierno y Gestión

 NIVEL 1
 Gestión Documental

 NIVEL 2
 Estrategias de comunicación

¿Se aprueba la propuesta?		SI: Actividad 3 NO: Actividad 2	Jefe de Administración Documental	x
3	Desarrollar plan de Marketing	Se define un plan de trabajo con los ejes temáticos a abordar durante el año en curso.	Gestor de servicios documentales	x
4	Desarrollar la temática	Se desarrolla(n) la(s) temática(s) seleccionando mensajes e imágenes claves que apoyen el objetivo de comunicación.	Gestor de servicios documentales/Practicante Universitario	x
Definir canales de divulgación		Se elige entre tres procesos ya definidos para ser aplicados	Gestor de servicios documentales	x
Sub procesos		Estrategia de posicionamiento PRO-44-2-03-01 Estrategias conjuntas PRO-44-2-03-02 Mercadeo de la información PRO-44-2-03-03		INF-44-2-02-01 Informe de gestión de servicios

5.3. Ficha de proceso-Estrategia de posicionamiento

5.3.1. Diagrama de flujo-Estrategia de posicionamiento

5.3.2. Descripción de actividades-Estrategia de posicionamiento

5.3.3. Ficha de proceso-Estrategias conjuntas

5.3.4. Diagrama de flujo-Estrategias conjuntas

5.3.5. Descripción de actividades-Estrategias conjuntas

5.3.6. Ficha de proceso-Mercadeo de la información

5.3.7. Diagrama de flujo-Mercadeo de la información

5.3.8. Descripción de actividades-Mercadeo de la información.

6. DEFINICIONES

- **Gestión documental:** Conjunto de actividades administrativas y técnicas, tendientes a la planificación, manejo y organización de la documentación producida y recibida por las entidades, desde su origen hasta su destino final con el objeto de facilitar su utilización y conservación. (Archivo General de la Nación, 2006).
- **Portafolio de Servicios:** Documento de presentación de la Jefatura de Administración Documental que detalla las características de cada uno de sus servicios.
- **La estrategia de comunicación:** Es la herramienta de planificación que sistematiza de manera global, integral y coherente los objetivos generales, las tácticas, los mensajes, las acciones, los indicadores, los instrumentos y los plazos que la organización va a poner en juego para trasladar su imagen y su mensaje al exterior en un periodo determinado.
- **Mercadeo:** Según Philip Kotler, el mercadeo consiste en un proceso administrativo y social gracias al cual determinados grupos o individuos obtienen lo que necesitan o desean a través del intercambio de productos o servicios.

7. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

INTERNOS (Cadena de Valor)	EXTERNOS (Unidad académica, administrativa, entidad)
INF-44-2-02-06 Informe de gestión de servicios	

8. INDICADORES

Ver cuadro de indicadores

9. RIESGOS

OPERATIVO	CALIDAD DE SERVICIO	SEGUIRIDAD	ADMINISTRATIVO	LEGAL
Poco impacto en las redes sociales o en las unidades	Retrasos en la entrega de información. Enviar Información incoherente o no relevante	N.A	N.A	N.A

10. CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	ACTUALIZACIÓN	FECHA
0	Elaboración	02/07/2017
	Publicación	dd/mm/aa
1	Elaboración	1/03/2019
	Publicación	18/07/2019

11. APROBACIÓN

	NOMBRE	CARGO	FECHA
ELABORÓ	Alexandra Nova	Practicante Universitario	29/04/2019
REVISÓ	Luisa Aleman	Gestor de servicios documentales	dd/mm/aa
APROBÓ	Marlen Torres	Coordinadora Procesos	dd/mm/aa
	Henry Sánchez Rengifo	Jefe Administración Documental	dd/mm/aa