




POLÍTICA DE COMUNICACIONES

Área de comunicaciones / EAS 2018

Versión 1


ÚLTIMA MODIFICACIÓN 27 DE ABRIL DE 2018

Coordinador de Comunicaciones
comunicaciones@eas.edu.co


| | | |
|---|--|----------------------------------|
|  | POLÍTICA DE COMUNICACIONES | Pág. 1 de 15 |
| | DEPARTAMENTO DE MERCADEO | Versión: 01 |
| | ÁREA DE COMUNICACIONES EAS COLOMBIA | Última modificación: 27/04/2018. |

Contenido

| | |
|--|----|
| 1. Introducción | 3 |
| 1.1 Declaración de Compromisos..... | 3 |
| 2. Objetivos..... | 3 |
| 2.1 Objetivo General | 3 |
| 2.2 Objetivos Específicos | 4 |
| 3. Marco de Actuación | 4 |
| 4. Definición de la política de comunicaciones | 5 |
| 4.1 Identidad e Imagen Institucional..... | 5 |
| 4.2 Comunicación Corporativa o Institucional | 5 |
| 4.3 Comunicación Interna | 5 |
| 4.4 Comunicación Externa..... | 5 |
| 4.5 Comunicación Especializada..... | 6 |
| 4.6 Mercadeo | 6 |
| 4.7 Marca e Identidad Visual..... | 6 |
| 4.8 Talento Humano y Bienestar estudiantil..... | 6 |
| 4.9 Gestión de la Comunicación Interna | 6 |
| 4.9.1 Público interno | 8 |
| 4.9.2 Canales de comunicación interna | 8 |
| 4.10 Gestión de la comunicación externa | 10 |
| 4.10.2 Públicos Externos | 11 |
| 4.10.3 Canales de comunicación externa..... | 11 |
| 4.10.4 Medios de Comunicación tradicionales | 12 |
| 4.11 Gestión de la Comunicación Especializada..... | 12 |
| 4.11.1 Públicos especializados | 12 |
| 4.11.2 Canales de comunicación especializada..... | 13 |
| 5. Participación del público interno y externo | 13 |
| 6. Productos comunicacionales..... | 13 |
| 7. Comunicación de crisis..... | 13 |
| 8. Responsabilidades | 14 |
| 8.1. Gerencia o Presidencia | 14 |
| 8.2. Líderes de áreas..... | 14 |
| 8.3. Área de Comunicaciones | 14 |

| | | |
|---|--|----------------------------------|
|  | POLÍTICA DE COMUNICACIONES | Pág. 2 de 15 |
| | DEPARTAMENTO DE MERCADEO | Versión: 01 |
| | ÁREA DE COMUNICACIONES EAS COLOMBIA | Última modificación: 27/04/2018. |

| | |
|--|----|
| 8.4. Empleados | 14 |
| 9. Comité de Comunicación | 15 |
| 10. Evaluación..... | 15 |
| 11. Cuadro de control de cambios | 15 |

| | | |
|---|--|----------------------------------|
|  | POLÍTICA DE COMUNICACIONES | Pág. 3 de 15 |
| | DEPARTAMENTO DE MERCADEO | Versión: 01 |
| | ÁREA DE COMUNICACIONES EAS COLOMBIA | Última modificación: 27/04/2018. |

1. Introducción

La comunicación se ha convertido en un componente indispensable que aporta de manera significativa a la consecución de objetivos organizacionales y al éxito de la gestión corporativa dentro de las organizaciones, la creación de una Política de comunicaciones apoya a la construcción de una visión clara y compartida por todos los miembros de la institución, la mejora en las relaciones humanas, públicas y con los grupos interesados tanto de manera interna como de manera externa.

Para este fin la Escuela de Audio y Sonido de Colombia plantea la creación de una política de comunicación que logre establecer procedimientos que aporten a la construcción de sentido de pertenencia y apropiación interna por la institución. Mejorando a la par los procesos de comunicación externa, informado de manera oportuna, veraz y resolviendo las necesidades e inquietudes informativas que surjan en la comunidad. Dando credibilidad, reconocimiento y aportando a los índices de reputación institucional.

La Política de Comunicación de la Escuela de Audio y Sonido de Colombia, establece pautas y lineamientos adecuados para que sus colaboradores conozcan, sigan e implementen, con el fin de garantizar la correcta aprehensión de la información institucional y que el proceso comunicativo sea óptimo desde el marco impartido por el área de comunicaciones para los públicos interesados tanto internos como externos.

La Escuela de Audio y Sonido de Colombia plantea la adopción de un modelo orientado a la excelencia en sus prácticas y manejos de la información y la comunicación. Para esto el área de Comunicaciones se compromete a garantizar la planeación y ejecución de estrategias direccionadas al cumplimiento de esta política institucional.

Esta política se alinea a regulaciones establecidas por la Gerencia y aplica para todos los procesos, procedimientos y acciones relacionados con las labores comunicativas, publicitarias y de traslado de información institucional que impliquen el nombre de la ESCUELA DE AUDIO Y SONIDO DE COLOMBIA.


1.1 Declaración de Compromisos

El área de Comunicaciones de la Escuela de Audio y Sonido de Colombia fundamenta su proceso en los principios de participación, colaboración, unidad, coherencia, efectividad, inmediatez, oportunidad y transparencia como parte esencial de su quehacer diario y de su estructura.

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

Direccionar los diferentes ámbitos del proceso de comunicación mediante la política establecida para que con esta se gestionen las relaciones internas y externas de la Escuela de Audio y Sonido de Colombia.

| | | |
|---|--|----------------------------------|
|  | POLÍTICA DE COMUNICACIONES | Pág. 4 de 15 |
| | DEPARTAMENTO DE MERCADEO | Versión: 01 |
| | ÁREA DE COMUNICACIONES EAS COLOMBIA | Última modificación: 27/04/2018. |


2.2 Objetivos Específicos

- Crear estrategias, medios, ambientes y herramientas de interacción y comunicación para influir e intervenir en las conductas y actitudes de los públicos de la compañía con el fin de construir una identidad corporativa y mejorar el clima organizacional.
- Divulgar los procesos, procedimientos, actividades, eventos y publicidad de la Escuela de Audio y Sonido de Colombia mediante los canales de comunicación disponibles para generar posicionamiento de marca y reconocimiento de los diversos públicos.
- Realizar evaluaciones periódicas a los procesos y sub procesos que componen el área con el fin de minimizar los errores, inmersos siempre en el pensamiento de mejora continua.
- Asesorar continuamente a los empleados de la compañía mediante planes de capacitación para que el lenguaje de la institución sea común para todos, permitiendo la fluidez y correcta comprensión de la comunicación.

3. Marco de Actuación

Con el propósito de lograr el cumplimiento del compromiso establecido por la Política de Comunicación, las demás áreas y colaboradores de la Escuela de Audio y Sonido se comprometen a:

- Interactuar con sus grupos de interés de una forma responsable, en concordancia con el direccionamiento estratégico de comunicación y teniendo en cuenta las especificidades y contexto de cada uno de ellos.
- Estimular el diálogo y la participación activa y positiva que sea pertinente con los grupos de interés.
- Hacer uso responsable de la información institucional respetando las medidas de protección de la información establecidas por la Escuela de Audio y Sonido De Colombia.
- Fomentar una actitud transparente y amable como elemento fundamental de cultura comunicativa, teniendo como referente la dignidad de las personas.
- En ningún caso o escenario asumir una postura política o ideológica en nombre de la Escuela de Audio y Sonido de Colombia.
- Identificar al área de Comunicaciones de EAS como responsable de formular y hacer cumplir la Política de Comunicación y todos los procesos, procedimientos y protocolos que de ella se derivan.

| | | |
|---|--|----------------------------------|
|  | POLÍTICA DE COMUNICACIONES DEPARTAMENTO DE MERCADEO ÁREA DE COMUNICACIONES EAS COLOMBIA | Pág. 5 de 15 |
| | | Versión: 01 |
| | | Última modificación: 27/04/2018. |

4. Definición de la política de comunicaciones

Para poder establecer y realizar cambios reales en los procesos de comunicación, es necesario enfocarse, identificar diversos ámbitos en los que se da el proceso y que tienen sus particularidades cuando se proponen acciones específicas de comunicación, así como reflexionar sobre los públicos específicos, determinar muy claramente con quién nos queremos comunicar y que le queremos decir para producir mensajes que realmente involucren y generen participación.

Definimos a continuación los procesos y términos de comunicación que se considerarán para el desarrollo de la presente Política.

4.1 Identidad e Imagen Institucional

La identidad es el punto de partida desde el cual se establece la comunicación, no cambia ni depende de los públicos, es el ser de la organización y es fundamental para la comunicación institucional porque es a partir de ella que se proyecta una imagen; es la forma en la que la organización es vista por sus diferentes públicos.

4.2 Comunicación Corporativa o Institucional


Es el proceso estratégico de las organizaciones cuyo fin es apoyar el cumplimiento de los objetivos de la organización, informar institucionalmente a todos los miembros, modelar percepciones, motivar comportamientos, ayudar a la toma de decisiones y generar una imagen positiva. Se basa en planear la comunicación y no gestionarla de manera reactiva. En la Escuela de Audio y Sonido de Colombia existen dos ámbitos para comunicar, el interno y el externo. Se deberán diseñar Planes de Comunicación interna y externa y con ello las acciones necesarias para cumplir los objetivos institucionales. El Plan de Comunicación deberá atender las necesidades comunicativas tanto internas como externas de la organización.

4.3 Comunicación Interna

Es el conjunto de actividades llevadas a cabo por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre los integrantes de la organización, mediante el uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de objetivos organizacionales.

4.4 Comunicación Externa

Es la información que la organización distribuye al público externo sobre la organización, sus productos y servicios. Es una comunicación planeada que define su audiencia y la mejor forma de llegar a ella. Su objetivo es promover la organización, generar reputación, credibilidad y ventas y es allí donde se relaciona con el mercadeo.

| | | |
|---|--|----------------------------------|
|  | POLÍTICA DE COMUNICACIONES | Pág. 6 de 15 |
| | DEPARTAMENTO DE MERCADEO | Versión: 01 |
| | ÁREA DE COMUNICACIONES EAS COLOMBIA | Última modificación: 27/04/2018. |

4.5 Comunicación Especializada

En la Escuela de Audio y Sonido se desarrolla la comunicación especializada que se define como los procesos llevados a cabo para públicos muy específicos de la institución y que no pueden ser catalogados ni como externos o internos, pero mantienen una relación con la institución y para espacios que requieran una intervención en la que el nombre de la Escuela de Audio y Sonido este presente. Adicional a eso, este componente se encargará de una adecuada comunicación desde la Gerencia a todos los públicos, medios de comunicación, entidades gubernamentales e instituciones estratégicamente identificadas.

Para una gestión adecuada de la comunicación hay términos adicionales que intervienen, se deja claro que son funciones y responsabilidades de otras áreas pero que intervienen en procesos o son auditados por el área de comunicaciones en pro de velar por el cumplimiento de esta política y de los objetivos institucionales.

4.6 Mercadeo

Es una función organizacional y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los consumidores a través de la gestión de las relaciones, con el objeto de generar beneficios a la organización y satisfacción a los clientes.

4.7 Marca e Identidad Visual

La identidad visual es una forma de materializar la marca, es lo que el público ve y recuerda de la organización. Corresponde a la forma consistente de mostrar la organización a través del logo símbolo, manejo del color, publicaciones, edificaciones, uniformes, entre otros.


4.8 Talento Humano y Bienestar estudiantil

Es una función organizacional y un conjunto de procesos para velar por la satisfacción a los clientes activos en la institución y para cuidar el buen desempeño y estado de los trabajadores de la institución.

Al intervenir directamente con dos de nuestros principales públicos de interés las actividades que realice el área de talento humano y Bienestar deben ser óptimamente comunicadas.

4.9 Gestión de la Comunicación Interna

Sin una comunicación interna adecuada no se da una comunicación externa efectiva. Esta comunicación proporciona a cada persona perteneciente a la organización, la información operacional necesaria para realizar sus tareas así como la información institucional para poder participar en la política de toda empresa en el marco de objetivos comunes y generar espacios

| | | |
|---|---|----------------------------------|
|  | POLÍTICA DE COMUNICACIONES | Pág. 7 de 15 |
| | DEPARTAMENTO DE MERCADEO ÁREA DE COMUNICACIONES EAS COLOMBIA | Versión: 01 |
| | | Última modificación: 27/04/2018. |

de interacción, integración y participación, lo cual contribuye al reconocimiento y consolidación de la cultura organizacional.

Este tipo de comunicación se orienta y gestiona de la siguiente manera:

Comunicación descendente: Son los mensajes que circulan desde la Gerencia o Presidencia hacia el resto de los integrantes de la institución.

Comunicación ascendente: es la comunicación que parte desde los empleados sin importar funciones o rango hacia sus superiores y puede incluir desde sugerencias, preguntas, peticiones o reclamos acerca de todo proceso en que intervengan.

Comunicación horizontal: es la comunicación entre iguales dentro de la organización incluye comunicación entre áreas y personas.

Para gestionar eficazmente esta comunicación es importante tener en cuenta que todas las personas de la empresa son importantes y que deben tratarse como un activo que hay que gestionar, creando el marco cultural apropiado, facilitando el desarrollo de las capacidades de comunicación y apoyando una comunicación multidireccional. Con esto se busca construir una organización enfocada hacia sus metas, ágil, eficaz y competitiva.

Para lo anterior se fomentará la creatividad a través de la apertura de espacios de interacción, discusión, y se fortalecerá el trabajo en equipo. Surge entonces la necesidad de identificar y fortalecer los diferentes niveles que hacen parte de una óptima comunicación organizacional. Para la Escuela de Audio y Sonido se identificaron como:

Nivel individual

Se desarrollan los estilos de comunicación interpersonal dentro de los funcionarios de la institución, buscando la correcta emisión de mensajes para el funcionamiento de la organización.

Nivel organizacional


Busca poner en común el cambio organizacional para el cumplimiento de las metas.

Nivel grupal

Tiene el objetivo de fomentar el trabajo colaborativo y en equipo como medida para el diseño y ejecución de proyectos y la toma de decisiones.

Nivel de competitividad

El área de comunicaciones de la Escuela de Audio y Sonido propone como prioridad la formación del personal de la institución en habilidades y competencias comunicativas.

| | | |
|---|--|----------------------------------|
|  | POLÍTICA DE COMUNICACIONES DEPARTAMENTO DE MERCADEO ÁREA DE COMUNICACIONES EAS COLOMBIA | Pág. 8 de 15 |
| | | Versión: 01 |
| | | Última modificación: 27/04/2018. |

4.9.1 Público interno

Se agrupa como todo el personal de la organización, independientemente de su tipo de vinculación a la institución, funciones o cargo.

La implementación de la presente Política, pretende optimizar el clima organizacional y construir una visión compartida en torno a ejes estratégicos organizacionales.

Ello deviene en que todos los integrantes de la organización se apropien de la entidad y desarrollen una actitud de servicio, una cultura de cooperación; teniendo presente que con su trabajo están aportando al cumplimiento de los objetivos.

4.9.2 Canales de comunicación interna

4.9.2.1 Comité Primario:

Presidido por el Gerente General, participan los líderes de cada área y su objetivo es analizar resultados, definir objetivos, plantear y sugerir estrategias para la consecución de estos. También servirá de apoyo a la **comunicación especializada** para que el Gerente retroalimente procesos estratégicos, de metas y logros a la compañía. Este comité se realizará cada 15 días (2 veces al mes).

4.9.2.2 Comité por áreas:

Participan el líder y los miembros de cada área en particular. Este comité se realizará una vez a la semana (Iniciando la semana) y servirá para transmitir información desde la gerencia a todas las dependencias a través de los líderes y para la planeación de objetivos, actividades y metas a corto plazo.

4.9.2.3 Reunión General:

Es presidida por el Gerente y en ella participan todos los miembros de la compañía (administrativos, profesores, operativos) y servirá para informar a todos los que intervienen en los procesos los más recientes logros de la institución y servirá de espacio para recibir sugerencias acerca de tópicos en la institución. Se realizará una vez cada 3 meses


4.9.2.4 Carteleras Digitales y Físicas:

Las carteleras de la Escuela de Audio y Sonido de Colombia están relacionadas con los siguientes temas:

4.9.2.4.1 Información comercial:

se publica información acerca de los eventos, descuentos, eventos o publicidad relacionada con las estrategias comunicativas, comerciales, o de posicionamiento de la compañía.

En recepción el televisor será usado como cartelera digital, y se dispondrá de varias carteleras físicas en puntos estratégicos de la institución.

| | | |
|---|--|----------------------------------|
|  | POLÍTICA DE COMUNICACIONES DEPARTAMENTO DE MERCADEO ÁREA DE COMUNICACIONES EAS COLOMBIA | Pág. 9 de 15 |
| | | Versión: 01 |
| | | Última modificación: 27/04/2018. |

4.9.2.4.2 Información para el personal:

hacen referencia a políticas de nivel administrativo, programas de capacitación y bienestar, noticias sociales del personal, eventos y demás información de interés general para funcionarios. Para esto se ubicará una cartelera en el área administrativa donde se haga visible este tipo de información.

Se aclara que los medios de comunicación pública son determinados por el área de comunicaciones, así como su gestión y evaluación de contenido relevante a comunicar, alineado a los objetivos institucionales y parámetros de la política aquí establecida.

4.9.2.5 Correo electrónico interno:

Este medio facilita el envío y recepción de información entre los funcionarios de la entidad, garantizando una comunicación ágil y eficaz, brinda seguridad a los archivos institucionales y permite el fácil control del flujo de comunicaciones entre los individuos que hacen parte de la Escuela de Audio y Sonido de Colombia, se aclara que su uso está limitado a funciones institucionales, que el envío masivo (a todas las cuentas de correo) de información está restringido a las áreas de comunicaciones y Gerencia. Toda información que las demás áreas deban comunicar debe pasar por el área de comunicaciones para su revisión y posterior publicación.

4.9.2.6 Intranet:

La intranet en el Instituto es una red interna corporativa que permiten divulgar con efectividad información de la entidad a los funcionarios, consiguiendo que estén permanentemente informados con las últimas novedades y datos de la organización. Igualmente, guarda un volumen amplio de documentación importante acerca del instituto, así como también generar un feedback entre las partes.

4.9.2.7 Boletín Digital (Interno):


Instrumento de información en el que se realizará la divulgación de contenido netamente interno, contendrá más información de los miembros de la institución (Cumpleaños, logros personales, líder del mes, espacios de opinión) que de la institución hacia ellos. Su publicación es de periodicidad mensual.

4.9.2.8 Altavoces (Red de Audio):

Se dispondrá de un sistema sonoro de altavoces distribuidos en espacios del edificio para comunicar noticias urgentes o realizar llamados a personal solicitado en recepción, evitará el desorden al intentar contactar a alguien que se encuentra en otros niveles del edificio y optimizará el tiempo que se invierte en esto.

4.9.2.9 Asesorías y Capacitación en comunicación:

Actividad por medio de la cual el área de Talento Humano y Bienestar estudiantil en asocio con el área de Comunicaciones, atienden los requerimientos de los diferentes procesos en materia de comunicación, asesoría y capacitación; para el correcto uso y manejo de la información hacia los medios informativos y demás actividades (Simposios, Seminarios, Cursos, etc.). Asimismo, llevará un registro de actividades

| | | |
|---|--|----------------------------------|
|  | POLÍTICA DE COMUNICACIONES DEPARTAMENTO DE MERCADEO ÁREA DE COMUNICACIONES EAS COLOMBIA | Pág. 10 de 15 |
| | | Versión: 01 |
| | | Última modificación: 27/04/2018. |

donde archive todo el material gráfico (presentaciones ppt, videos, fotos, etc.) de cada actividad institucional.

4.9.2.10 Manual de empleado:

Con información suministrada por el área de Bienestar y Talento Humano, el área de comunicaciones y diseño, desarrollará este elemento que incluye información relacionada con la empresa que todo empleado debería conocer. Puede incluir la historia de la empresa, sus normas internas, su misión y valores o procedimientos específicos.

4.9.2.11 Circulares:

Es un mensaje que se envía a toda la empresa o a una parte de ella. Los medios para hacerla conocer son variados (correo electrónico, carta, intranet, blogs, etc.). Puede dar a conocer información, órdenes, sugerencias o convocatorias.

4.9.2.12 Buzón de sugerencias:

Es una importante fuente de información si se lo utiliza correctamente y de forma activa. El objetivo es conocer las opiniones y propuestas de los empleados en diversos aspectos: normas, organización, condiciones de trabajo, tareas, relaciones laborales, beneficios sociales.

Con la creación y apropiación de estos canales de comunicación se relegarían el uso de redes sociales como Facebook y WhatsApp, y se dividirían elementos o espacios de comunicación personales de los laborales, dando al empleado una total libertad en sus espacios virtuales personales.


Además al generar diversos espacios de comunicación, se busca disminuir el impacto de la comunicación voz a voz como canal trascendental de comunicación, también a su vez permitiendo el control sobre la información y los medios reales por los cuales circulan mensajes de la compañía hacia sus públicos.

4.10 Gestión de la comunicación externa

La comunicación externa se encamina a mantener y mejorar la relación que la Escuela de Audio y Sonido de Colombia tiene con sus públicos externos. Adicionalmente busca proyectar una imagen favorable frente a la sociedad, el sector educativo y los demás interesados en la información institucional y comercial de la EAS.

En este aspecto, la política de comunicación se orientará a que los potenciales usuarios, instituciones cercanas y públicos en general conozca, la oferta académica, estrategias comerciales y demás información que la Escuela de Audio y Sonido de Colombia considere pertinente convertir en pública.

De otra parte, y de manera específica establecerá las líneas de Acción en materia de Comunicación para garantizar el suministro información suficiente, veraz y oportuna a los usuarios sobre los servicios de la entidad y los resultados de su actuación, como herramienta para la toma de decisiones. Además, estará

| | | |
|---|--|----------------------------------|
|  | POLÍTICA DE COMUNICACIONES DEPARTAMENTO DE MERCADEO ÁREA DE COMUNICACIONES EAS COLOMBIA | Pág. 11 de 15 |
| | | Versión: 01 |
| | | Última modificación: 27/04/2018. |

dirigida a hacer visible la gestión institucional, fortaleciendo la imagen positiva de la Escuela de Audio y Sonido como pionera en educación orientada al campo musical en Latinoamérica.

4.10.2 Públicos Externos

Se tienen en cuenta como públicos externos las personas o entidades que aunque son parte de nuestro target comercial aún no generan vínculos reales con la institución.

Además de entidades gubernamentales, gremios cercanos, entidades que hacen parte de nuestro sector, medios de comunicación, seguidores en redes sociales, posibles aliados comerciales, competidores y comunidad en general.

4.10.3 Canales de comunicación externa

La comunicación con medios de comunicación, clientes y partes interesadas se realiza a través de los siguientes espacios:

4.10.3.1 Medios de comunicación digitales

Los medios de comunicación digitales (Facebook, Twitter, Instagram, blog, web) serán administrados por el área de Comunicaciones bajos sus propios lineamientos y en concordancia con las estrategias, comerciales, gerenciales y de información institucional.

4.10.3.1.1 Página web:

Este portal ofrece de manera detallada a usuarios y demás ciudadanos información acerca de las diferentes acciones que desarrolla la EAS y los servicios que presta a sus usuarios. Además de portal informativo funciona como apoyo al área comercial a través de la generación de landings para efectos de venta.

4.10.3.1.2 Blog:


Como valor adicional del sitio web se gestionará el blog con el fin de agregar información de interés para nuestros stakeholders y construir una comunidad en torno a este elemento, además de brindar un aporte educacional a la comunidad.

4.10.3.1.3 Redes sociales:

Las redes sociales son una de las primeras líneas informativas para las personas externas de la compañía. Su gestión permite informar de manera ágil y concreta situaciones que sucedan y que a la empresa le interese comunicar, además de información comercial.

4.10.3.1.4 Mailing:

Se gestionará como herramienta de apoyo a procesos comunicativos, comerciales y gerenciales de la compañía, para abarcar todos los puntos de información digital.

| | | |
|---|--|----------------------------------|
|  | POLÍTICA DE COMUNICACIONES DEPARTAMENTO DE MERCADEO ÁREA DE COMUNICACIONES EAS COLOMBIA | Pág. 12 de 15 |
| | | Versión: 01 |
| | | Última modificación: 27/04/2018. |

4.10.4 Medios de Comunicación tradicionales

4.10.4.1 *Boletín de Prensa:*

Instrumento de información dirigido a medios de comunicación y demás clientes externos en el que se facilita la divulgación de la gestión y demás actividades relacionadas con la entidad

4.10.4.2 *Cuñas de Radio y Notas de TV:*

Breve espacio de información dedicado a anuncios relacionados con actividades comerciales o sobre oferta educativa por parte de nuestra compañía. Las declaraciones para radio y televisión las realizará el encargado de comunicaciones o quien designe la gerencia para esta labor. Estas serán coordinadas por el área de comunicaciones.

4.10.4.3 *Boletín digital externo:*

Instrumento de información en el que se realizará la divulgación de contenido a nuestro público mixto (Interno y externo). Su publicación es de periodicidad mensual

4.10.4.4 *Publicidad impresa:*

Publicidad diseñada por el área de comunicaciones y diseño enfocada a elementos específicos según el objetivo que se plantee o el evento a desarrollar. Incluye volantes, afiches, brochures, folletos, diseños especiales y todos los elementos que se planteen a realizar. Estas piezas estarán diseñadas y elaboradas por el encargado de diseño y publicidad y será evaluado y aprobado por el encargado de comunicaciones.


4.11 Gestión de la Comunicación Especializada.

La adecuada gestión de este tipo de comunicación en la Escuela de Audio y Sonido logrará que los procesos llevados a cabo para públicos muy específicos de la institución puedan ser gestionados, divulgados y evaluados correctamente.

Este componente se encargará de una adecuada comunicación desde la Gerencia a todos los públicos, medios de comunicación, entidades gubernamentales e instituciones estratégicamente identificadas a través de las herramientas que se seleccionen para llevar a cabo este ítem.

4.11.1 Públicos especializados

En esta categoría están todas las personas, marcas o empresas que requieran una intervención diferencial y para la cual se deba desarrollar una comunicación personalizada o personas que realizarán procesos para la empresa pero que no están directamente vinculados con la Escuela de Audio y Sonido de Colombia.

| | | |
|---|--|----------------------------------|
|  | POLÍTICA DE COMUNICACIONES DEPARTAMENTO DE MERCADEO ÁREA DE COMUNICACIONES EAS COLOMBIA | Pág. 13 de 15 |
| | | Versión: 01 |
| | | Última modificación: 27/04/2018. |

4.11.2 Canales de comunicación especializada

Para la comunicación especializada se usarán las herramientas anteriormente planteadas para todos nuestros públicos, en caso de ser necesario se desarrollarán los espacios adecuados para que la gestión de la comunicación y la información sea efectiva.

5. Participación del público interno y externo

Se deberá incentivar la participación de los distintos usuarios a través de los medios creados para tal fin, con el objetivo de determinar aspectos a mejorar.

Los espacios de participación serán:

- Redes sociales
- Correos electrónicos: contactenos@eas.edu.co info@eas.edu.co
- Líneas de atención telefónica y WhatsApp.
- Buzón de sugerencias
- Intranet
- Reuniones

6. Productos comunicacionales

Toda información a comunicar, debe responder a los siguientes puntos

- Cumplir con los parámetros expuestos en la presente Política de Comunicación.
- Mantener la buena reputación de la organización.
- Estar bajo los lineamientos institucionales y visión de la compañía.


7. Comunicación de crisis

Una crisis responde a un cambio significativo y repentino entre dos situaciones.

En esos casos es importante establecer un sistema de prevención de crisis, así como mecanismos de respuesta inmediata para evitar la afectación del buen nombre o prestigio de la institución.

La comunicación de crisis, es un conjunto de acciones destinadas a gestionar dichas situaciones. Identificar las oportunidades de mejora posiciona a la organización por encima de los obstáculos que se presentan.

Las crisis sorprenden, son únicas y provocan una situación de premura y se distorsiona la información que circula. Por tanto, requieren ser identificadas e inmediatamente atendidas.

| | | |
|---|--|----------------------------------|
|  | POLÍTICA DE COMUNICACIONES DEPARTAMENTO DE MERCADEO ÁREA DE COMUNICACIONES EAS COLOMBIA | Pág. 14 de 15 |
| | | Versión: 01 |
| | | Última modificación: 27/04/2018. |

La organización debe estar medianamente preparada para recibir una crisis, para ello se planifican, y elaboran documentos atendiendo las posibles dificultades que se puedan dar en ese momento.

En la planificación, se debe conformar un Comité de Crisis que informa a todos los actores involucrados de los pasos a seguir a la interna y externa de la organización, y seleccionar los portavoces.

Es conveniente dar respuesta inmediata a los involucrados directos y a la ciudadanía en general con un mensaje veraz, claro, y único. Se evaluará el o los medios más idóneos y efectivos para difundir dicho mensaje, asegurando que el mismo llegue al público pertinente.

8. Responsabilidades

8.1. Gerencia o Presidencia

La gerencia constituye el canal de comunicación formal de mayor jerarquía.

Debe revisar y aprobar la presente política así como ser uno de los principales generadores de información a comunicar.

8.2. Líderes de áreas.

Los líderes de área también constituyen canales formales de comunicación, encontrándose supeditados a la gerencia. Los líderes tienen la responsabilidad de generar o incentivar la creación de contenido a transmitir. Los mismos deben ser avalados entre las partes y el área de comunicaciones, para ser transmitidos en tiempo y forma. Además son el punto de coordinación entre los administrativos y demás empleados al ser los intermediarios legítimos deberán mantener lo más intacto posible el mensaje original a transmitir.

8.3. Área de Comunicaciones


Asegurar difusión, implementación y cumplimiento de la política de comunicaciones y todos los documentos y herramientas que salgan de esta.

Realizar una evaluación semestral al cabo del ejercicio, a efectos de valorar las medidas implementadas y poder generar propuestas correctivas.

Desempeñar las tareas en acuerdo con la presente Política.

8.4. Empleados

Participar activamente en los distintos espacios de intercambio de ideas, aportando a la generación de contenidos relevantes y oportunos para todos en la Escuela de Audio y Sonido de Colombia.

| | | |
|---|--|----------------------------------|
|  | POLÍTICA DE COMUNICACIONES DEPARTAMENTO DE MERCADEO ÁREA DE COMUNICACIONES EAS COLOMBIA | Pág. 15 de 15 |
| | | Versión: 01 |
| | | Última modificación: 27/04/2018. |

9. Comité de Comunicación

El Comité de Comunicación será integrado por el encargado de comunicaciones, el encargado de diseño y el Gerente. Este coordina, unifica, administra, ejecuta y evalúa el cumplimiento del plan de comunicación. Diseña, analiza y sugiere propuestas en materia de comunicación.

10. Evaluación

Esta política y cada uno de sus componentes son sujetos a mejora continua. Este perfeccionamiento parte de los procesos de autoevaluación.

Compete al Área de Comunicaciones, liderar la autoevaluación permanente de las mismas, así como la identificación de oportunidades de mejora.

11. Cuadro de control de cambios

| LISTADO DE CONTROL DE CAMBIOS | | |
|-------------------------------|--------------------|--|
| FECHA | CAMBIO | REALIZÓ |
| 23/04/2018 | OBJETIVOS DEL ÁREA | JHON ACEVEDO (COORDINADOR DE COMUNICACIONES) |
| | | |
| | | |