



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

INTRODUCCION

Los acelerados cambios de la globalización, en los que las personas tienen acceso a mayor información y en menor tiempo, demanda nuevas pautas de comunicación corporativa, con modelos de planeación estratégica que lleguen a todos los niveles de la organización y se reflejen en su buena reputación. Convirtiéndose el proceso comunicativo en un eje transversal que permite a cada una de los procesos, y de este modo a toda una organización, lograr sus objetivos con sus diferentes grupos objetivos o stakeholders.

Respondiendo a esta dinámica, la Política de comunicaciones se convierte en una herramienta fundamental de la comunicación estratégica corporativa para cualquier empresa, organización o Entidad ya que en ella se detallan, reflejan y describen no sólo los procesos comunicacionales, la forma de comunicar y su estrategia, sino también los protocolos de comportamiento tanto internos como externos, de ahí su valor esencial en las estrategias de comunicación virtuales o digitales y de Redes Sociales.

La Política de comunicaciones de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA** comprende varios documentos:

- El Plan estratégico anual de Comunicación.
- El manual de procedimiento de comunicaciones.
- El protocolo de comunicaciones.
- El Manual de Identidad Corporativa.
- La ficha de caracterización del proceso de comunicaciones.

1

REVISADO POR: Isabel Cristina Cardona Santos

Isabel C. Cardona S.

CARGO: Coordinadora Área de Comunicaciones

APROBADO POR: Oriana Mendoza Vidal

OMV.

CARGO: Presidente Ejecutiva



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

- Formatos para solicitud de servicios de diseño, multimedia y comunicaciones.

En este sentido, los elementos nombrados representan un marco de referencia institucional para los procesos comunicativos entre los diversos públicos internos y externos con el fin de posicionar la organización respecto a lo que es, lo que hace, a sus metodologías de trabajo y la razón de su accionar.

MARCO CONCEPTUAL

Actualmente más que hablar de comunicación organizacional se habla de Comunicación estratégica, combinando dos términos cada vez más relevantes en las empresas: la comunicación, el arte de “poner en común” o cohesionar, educar, informar y persuadir y la estrategia, es decir la forma o el ‘cómo’ se logran una meta u objetivos.

A través de ella, el grupo de individuos que componen una organización, constantemente generan sinergias para lograr un objetivo, cumplir una misión o hacer realidad una visión corporativa a corto, mediano y largo plazo, dentro de un sistema de liderazgo. La comunicación en las organizaciones representa la oportunidad de encuentro con diversas audiencias y públicos, permitiendo el entendimiento, la coordinación y la cooperación mutua de sus participantes para la construcción y desarrollo del direccionamiento estratégico de la institución.

Sin embargo, todo no comunica por sí mismo, hay que acompañarlo de acciones y compromisos, de principios éticos, de medios efectivos y de

2

REVISADO POR: Isabel Cristina Cardona Santos

CARGO: Coordinadora Área de Comunicaciones

APROBADO POR: Oriana Mendoza Vidal

CARGO: Presidente Ejecutiva



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

mensajes claros, para que tenga repercusión en la buena reputación y visibilidad de la organización.

Las comunicaciones dentro de una empresa se dividen en tres ámbitos fundamentalmente:

- Ambiental (la que llega desde el entorno)
- Interna (la que genera y se procesa dentro de la empresa)
- Corporativa (la que se procesa en la empresa y llega a los medios y a los públicos objetivos)

A partir de ahí, se pueden establecer una serie de elementos intangibles y efectivos que hacen parte del contexto comunicativo de la organización, tales como:

- La marca o identidad gráfica.
- La Reputación corporativa.
- La RSC (Responsabilidad Social Corporativa)
- El Código de Ética corporativa que involucra autocontrol y autorregulación.

Y unos elementos tangibles como los medios o canales internos de comunicación dirigidos a públicos internos y externos (comerciales radiales, productos audiovisuales, revistas, boletines, comunicados, carteleras, sitio web, entre otros).

La política de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA**, con todos sus componentes, representa los principios y orientaciones generales de sus procesos de comunicación, los cuales se plasmarán en planes específicos de

3

REVISADO POR: Isabel Cristina Cardona Santos

CARGO: Coordinadora Área de Comunicaciones

APROBADO POR: Oriana Mendoza Vidal

CARGO: Presidente Ejecutiva



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

acción de la organización a través de su proceso de comunicaciones. Así mismo, para el éxito de la misma, debe ser acogida y aplicada por los diferentes procesos y procesos que conforman la Entidad, ya que es un elemento que aporta al logro de los objetivos de la misma, respecto a su crecimiento y consolidación como al desarrollo del entorno.

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

La **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA** propicia una comunicación clara, veraz y oportuna, entre sus públicos internos y externos, como reflejo de su responsabilidad de comunicar.

Objetivo

Posicionar la imagen y los contenidos comunicativos de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA** para generar a mediano y largo plazo confianza y credibilidad entre sus públicos sobre los programas, proyectos y servicios que ejecuta, en cumplimiento de sus valores, Misión y Visión, con los cuales se busca el desarrollo empresarial del departamento del Cauca.

La política tiene cuatro componentes que perfilan su ejecución:

1. Públicos
2. Principios
3. Escenarios
4. Protocolos de comunicación interna y externa

4

REVISADO POR: Isabel Cristina Cardona Santos

CARGO: Coordinadora Área de Comunicaciones

APROBADO POR: Oriana Mendoza Vidal

CARGO: Presidente Ejecutiva



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

1. LOS PÚBLICOS

Los públicos de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA** se agrupan en internos y externos y hacia ellos están dirigidos los esfuerzos comunicativos para lograr posicionar la imagen y generar confianza con la Entidad.

1.1 Internos

- Funcionarios y contratistas.
- Junta Directiva.
- Revisoría Fiscal.
- Promotores y Guardas.
- Pasantes y aprendices.
- Entidades Aliadas que están ubicadas en la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA**.

1.2 Externos

Este grupo de públicos se subdivide en tres (3).

1.2.1 Público Objetivo:

- Gremios.
- Grupos Productivos.
- Empresarios (procesos de transformación).
- Afiliados.
- Proveedores.
- Comerciantes.
- Estudiantes.



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

1.2.2 Públicos Institucionales

- Universidades, colegios y demás instituciones educativas.
- Sector político.
- Instituciones del sector público.
- Entes de control.
- Instituciones Nacionales de apoyo del Gobierno.
- Cámaras de Comercio del país.
- Gobierno Nacional.
- Organizaciones de cooperación Internacional (Desarrollo económico y social).
- Medios de información local y emisoras comunitarias.

1.2.3 Comunidad en general

2. PRINCIPIOS

Los principios representan el punto de partida para pensar los procesos de comunicación de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA**. Por ello, para generar certidumbre y ser responsables con la información, todas las comunicaciones verbales, escritas, no verbales, audiovisuales y sonoras de la organización se caracterizan por su veracidad, claridad, oportunidad, actualidad e imparcialidad.

2.1 La veracidad hace referencia al proceder ético que denota coherencia e imparcialidad entre lo que dice la organización y lo que realmente hace.

6

REVISADO POR: Isabel Cristina Cardona Santos

Isabel C. Cardona S.

CARGO: Coordinadora Área de Comunicaciones

APROBADO POR: Oriana Mendoza Vidal

OMV.

CARGO: Presidente Ejecutiva



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

2.2 La claridad denota el ser concretos, precisos y directos en los mensajes, usando una correcta ortografía y expresión gramatical.

2.3 Las comunicaciones serán **oportunas** en la medida que se emita una información dentro el tiempo y modo que la situación o nuestros públicos demanden.

2.4 La información contenida en toda relación comunicativa estará **actualizada** según un contexto local, regional, nacional e internacional.

La Responsabilidad de las Comunicaciones

La responsabilidad del manejo de los mensajes, basados en los anteriores principios, recae en todos y cada uno los funcionarios de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA** pues todos son la fuente primaria de la información cuando un público la solicita dentro y fuera de la organización.

Por esta razón, la acción u omisión comunicativa es **responsabilidad** de todos los integrantes de la organización, quienes asumen los efectos institucionales y sociales de toda comunicación, manejada en el ámbito interno y/o externo.

Sin embargo, la vocería oficial la ejerce la Presidencia Ejecutiva de la Entidad, quien, dependiendo del carácter de la información solicitada, podrá delegar en alguno de los funcionarios, la entrega de la misma a quien lo requiera.

7

REVISADO POR: Isabel Cristina Cardona Santos

CARGO: Coordinadora Área de Comunicaciones

APROBADO POR: Oriana Mendoza Vidal

CARGO: Presidente Ejecutiva



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

3. ESCENARIOS

Los escenarios representan el conjunto de circunstancias y momentos en los cuales se desarrolla un proceso comunicativo estratégico para la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA**. Los siguientes escenarios representan una valiosa oportunidad para cumplir con el objetivo de las comunicaciones corporativas:

- Las sedes de la organización (especialmente las zonas de atención al público y los recorridos que se realicen en su sede principal).
- Eventos Internos y Externos (Capacitaciones, seminarios, charlas, diplomados, talleres).
- Reuniones de trabajo con públicos internos y externos en la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA**.
- Reuniones de trabajo en locaciones ajenas a la organización (universidades, instituciones, establecimientos comerciales, otras Cámaras de Comercio, etc.).
- Entrevistas en los medios de información.
- Ferias y Misiones Comerciales.

En conclusión, toda actividad pública representa un espacio de comunicación estratégica para la organización. Basados en la anterior información se establecen los siguientes protocolos de comunicación interna y externa, los cuales representan la táctica de la política de comunicación.

4. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA

8

REVISADO POR: Isabel Cristina Cardona Santos

Isabel C. Cardona S.

CARGO: Coordinadora Área de Comunicaciones

APROBADO POR: Oriana Mendoza Vidal

OMV.

CARGO: Presidente Ejecutiva



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

La **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA** facilita y motiva procesos de comunicación y participación entre su personal, como condiciones primordiales para coordinar sus procesos internos, afianzar su integración y generar coherencia institucional.

4.1 Protocolos.

- La circulación y la retroalimentación de la información de la institución, es responsabilidad de cada integrante de la **CAMARA DE COMERCIO DEL CAUCA**.
- La vocería oficial de la Entidad la tiene la Presidencia Ejecutiva de la Entidad, quien puede delegarla en alguno de los colaboradores de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA**, a su consideración.
- Se parte de que los integrantes de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA** tienen claras sus funciones y el papel que desempeñan en la organización.

4.1.1 Actividades

Para facilitar los procesos internos de comunicación, se realizarán las siguientes actividades de coordinación y complementariedad.

- La Presidencia Ejecutiva, los Directores y Coordinadores de Procesos se reunirán periódicamente para socializar su programación de actividades, el balance de la ya realizadas y demás información de interés sobre la gestión de la organización. Estas reuniones se realizarán con el objetivo de compartir experiencias y aprendizajes entre todos los responsables de procesos de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA**. Las actas que se generen podrán ser consultadas en la carpeta compartida virtual que

9

REVISADO POR: Isabel Cristina Cardona Santos

Isabel C. Cardona S.

CARGO: Coordinadora Área de Comunicaciones

APROBADO POR: Oriana Mendoza Vidal

OMV.

CARGO: Presidente Ejecutiva



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

maneja la Entidad, dependiendo del grado de confidencialidad de los temas a socializar.

- Como soporte a las anteriores actividades, la organización contará con medios informativos al cual tienen acceso todos los integrantes de la misma (intranet, correo electrónico, boletín institucional BOLCAM, boletín electrónico, Agenda semanal).
- De acuerdo a lo establecido en los lineamientos del Proceso de Talento Humano, se generarán espacios de reconocimiento entre todos los funcionarios de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA** para fortalecer el sentido de pertenencia y la visión común.
- Cada vez que se presente información a la Junta Directiva, a la Revisoría Fiscal y a los Entes de Control, se propenderá por entregar material impreso, claro, concreto y además se generará un espacio de comunicación personalizado para exponer la información que concierna a los públicos internos y/o externos de la Entidad.

4.2 Medios

La **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA** facilitará la circulación de información de interés para sus públicos internos apoyada en los siguientes canales de información.

4.2.1 Intranet: como red interna de servicios de información, todos los equipos de los funcionarios de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA** tendrán acceso a ella. La administración técnica esta a cargo del Departamento de Sistemas y los contenidos, a cargo de



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

los funcionarios de cada departamento y proceso designados para tal labor.

4.2.2 Correos electrónicos: cada miembro que haga parte de de la organización contará con un correo electrónico institucional para el manejo de sus comunicaciones internas y externas con el dominio @cccauca.org.co. Se evitará el uso de nombres personales en el nombre de la dirección de correo electrónico por ejemplo: (claudia@cccauca.org.co) y se propenderá por el uso de nombres de los cargos (presidenciaejecutiva@cccauca.org.co).

Todo correo electrónico deberá contener una sola firma que contenga estrictamente la siguiente información:

- Nombres y apellidos completos
- Cargo
- PBX y Extensión
- Correo electrónico
- Dirección del sitio web institucional
- Nombre de la entidad en mayúscula
- Ciudad y Departamento

Los mensajes enviados a los públicos externos de la Entidad siempre reflejarán la imagen de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA**, y serán **exclusivamente de carácter institucional**.



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

Cuando se escriba o se responda un correo electrónico, se personalizará su saludo, citando el nombre de la persona a la cual se dirige la comunicación con el fin de fortalecer la fidelización.

4.2.3 Boletín Interno: Se establecerá un boletín virtual que estará publicado en la Intranet y que se hará llegar en versión digital a los correos electrónicos de todos los funcionarios, el cual recogerá información de interés sobre la gestión realizada por los procesos. La selección y prioridad de contenido de la información se realizará teniendo en cuenta el propósito para lo cual fue diseñado y estará a cargo de la Coordinadora de Comunicaciones, con apoyo del Promotor de Comunicaciones a partir del insumo informativo que brinde cada proceso de la organización.

4.2.4 Carteleras: como espacio visual de información de interés para los funcionarios, se dispondrán carteleras internas en sitios estratégicos en donde haya circulación de los funcionarios, en sus tres sedes: Popayán, Santander de Quilichao y el Bordo. En ellas se expondrá información que propenda por fortalecer el clima laboral y el conocimiento general de las actividades que se adelanten en la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA**. Así mismo se publicarán los Comunicados de Prensa, la Agenda Semanal de actividades y aquella información o documentos que solicite la Coordinación de Comunicaciones. Lo anterior operará bajo esta coordinación, pero con los insumos que cada proceso suministre al respecto. Se considera como Cartelera Externa la que está ubicada a la entrada de la Casona de la sede de Popayán y en las dos seccionales; en ellas se publicará información de las actividades y

Isabel C. Cardona S.

OMV.



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

eventos que adelante la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA**. Eventualmente, podrá hacerse divulgación de temas generados por Entes u organizaciones aliadas, siempre y cuando sean de interés para el ejercicio de actividades que interesen al sector comercial, productivo y empresarial del Cauca.

5. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN EXTERNA

La **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA** propicia una comunicación clara, veraz y oportuna, entre sus públicos externos garantizando el acceso de la información a ellos.

5.1 PROTOCOLOS

- La **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA** define el tipo de públicos y necesidades comunicativas que tiene cada uno de ellos.
- Es responsabilidad de cada proceso o proceso identificar, satisfacer y monitorear las necesidades de comunicación con sus públicos.
- La **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA** será responsable por las comunicaciones que se emitan hacia el público en general y definirá las guías para las comunicaciones con los medios masivos de comunicación.
- Todas sus publicaciones, se regirán por el Manual de Identidad Corporativa.



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

5.1.1 Actividades

Para facilitar los procesos de comunicación externa, en la encuesta de satisfacción del usuario realizada cada año desde el proceso de Calidad y Control Interno, se incluirán preguntas específicas respecto a la percepción de la información emitida a través de medios externos utilizados por la Entidad, así como algunas que indaguen sobre las necesidades de comunicación de nuestros *públicos objetivos*; el resultado debe arrojar qué necesidades tienen, para qué necesitan satisfacerlas y cómo le gustaría que se hiciera (medios/espacios).

5.2 MANEJO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El manejo de la información con los medios será coordinado por el Proceso de Comunicaciones, en cuanto a la forma de realizar la convocatoria, la transmisión de la información y hacer seguimiento a la difusión realizada. Para ello se especifica el manejo en los siguientes escenarios:

5.2.1 Ruedas de prensa: Estos espacios, permiten exponer información de interés y abre espacios para preguntas y respuestas directas entre la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA** y los medios locales. Este escenario contará con la siguiente planeación.

- **Antes:** Desde el Proceso de Comunicaciones, se citará a la rueda de prensa cada vez que un funcionario y la Presidencia Ejecutiva lo estipule conveniente, definiendo previamente los objetivos que se pretenden alcanzar con este espacio y la metodología de trabajo para garantizar su éxito.

14

REVISADO POR: Isabel Cristina Cardona Santos

CARGO: Coordinadora Área de Comunicaciones

APROBADO POR: Oriana Mendoza Vidal

CARGO: Presidente Ejecutiva



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

- **Durante:** Como condición primordial, en el desarrollo de la rueda de prensa se facilitará material impreso o en forma digital para los periodistas asistentes, de tal manera que se garantice una transmisión clara de la información.

La presentación temática no sobrepasará los 30 minutos y durante el discurso se recalcarán los objetivos y la gestión que realiza la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA** en pro del desarrollo del Cauca. El espacio de preguntas y respuestas será moderado por el Proceso de Comunicaciones.

- **Después:** El Proceso de Comunicaciones realizará un seguimiento a esta gestión, por medio del archivo de Prensa, en el cual se guardarán las noticias, artículos, notas y reportajes que hablen de la Entidad y escuchando y observando la radio y televisión local toda vez que se cuenten con los insumos para hacerlo (suscripción a diarios locales, etc.).

5.2.2 Entrevistas personalizadas

Aunque cada medio de comunicación es libre de escoger su fuente de información, el Proceso de Comunicaciones es la encargada de gestionar las entrevistas particulares con los medios. Frente a ellos, cada funcionario responsable de la información que suministre según los principios establecidos en la presente Política.

5.2.2.1 Tips

- Si ante una pregunta formulada por un periodista no se conoce la respuesta, no se deberá improvisar y se pedirán los datos de contacto del periodista para hacerle llegar la información

Isabel C. Cardona S.

OMV.



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

oportunamente, luego de ser consultado el colaborador que la conozca.

- Jamás debe responderse “sin comentarios”.
- No se harán comentarios sobre información que se considere extraoficial.
- Lo más conveniente es **ser amable y sincero**; hacer todo lo necesario para facilitar la labor informativa de los periodistas, pues ellos van a difundir la noticia con o sin nuestra ayuda.
- Cuando un periodista llega a la Entidad sin ser convocado, se direcciona al Proceso de Comunicaciones quien le brinda una información básica y luego gestiona la atención personalizada con el funcionario que le dará la información solicitada.

5.2.3 Publicidad

Se pautará en los medios que registren mayor audiencia entre los públicos de **LA CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA**, según el evento, capacitación o información a divulgar en las tres sedes de la Entidad: Popayán, Santander de Quilichao y El Bordo. Se recibirán las propuestas publicitarias que entreguen los periodistas y los diferentes medios de comunicación locales y departamentales, para su respectivo análisis con la Presidencia Ejecutiva. Dependiendo del presupuesto asignado para cada una de las tres sedes, y de la programación anual de la Entidad, se asignará el pago de pauta a través de un cuadro de inversión publicitaria que permita hacer seguimiento a este ítem, durante todo el año y de forma trimestral.

Isabel C. Cardona S.

OMV.



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

Se elaborarán, dependiendo los requerimientos de cada proceso y con base en la información entregada por ellas, los textos de los avisos impresos y de las cuñas o comerciales radiales y con el audio respectivo se elaborará el comercial de televisión que se requiera. En este sentido es importante recalcar que la Coordinación de comunicaciones manejará el presupuesto de publicidad institucional en medios de comunicación para eventos generales de la Entidad, en cada una de las tres sedes, y cada dirección y coordinación debe solicitar en la planeación de cada año, presupuesto específico para sus eventos y actividades particulares.

5.3 IMAGEN CORPORATIVA

5.3.1 Equipos de oficina


- Se conservará la configuración de los computadores tal como la entrega el proceso de sistemas, es decir, con el escritorio que tiene el logo de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA**. La Supervisión de esta configuración se llevará a cabo al menos una vez al mes por el promotor de la Coordinación de comunicaciones y se llevará un reporte de dicho seguimiento.

5.3.2 Elementos de Identificación

- **Carnet Institucional:** Cada funcionario de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA**, sin excepción, contará con una herramienta de identificación, la cual deberá portar en sus horarios laborales y dentro de las instalaciones de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA**. El uso permanente de dicho carnet será supervisado regularmente

Isabel C. Cardona S.

OMV.

 <p>CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA</p>	<p>Código: COD-02 Versión: 03 Vigencia: 2013-04-08</p>	<p>POLÍTICA DE COMUNICACIONES</p>
--	--	--

por el proceso de talento humano, siendo motivo de llamado de atención el no uso del mismo en repetidas ocasiones.

5.3.3 Publicaciones

- Cada proceso que maneje publicaciones impresas o digitales, será responsable de usar los parámetros establecidos en el Manual de Identidad Corporativa de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA**, documento que coordina el Proceso de Comunicaciones.
- El manejo del código ISSN será gestionado y supervisado por el proceso de comunicaciones, pero será responsabilidad de cada proceso solicitante cumplir con las exigencias que impone el ISSN, en cuanto a formato y periodicidad.
- El diseño de piezas publicitarias (pendones, plegables, volantes, calendarios, avisos de prensa, invitaciones, diseños digitales, etc.) se solicitará al Auxiliar de diseño y multimedia a través del formato establecido para tal fin, publicado en la Intranet y que permite llevar un orden de solicitud y entrega de dichas piezas. Los textos deben entregarse completos y en perfecta redacción por los solicitantes para dar inicio al diseño de la pieza publicitaria. Se solicita a los coordinadores de proceso que, dentro de su planeación, tengan en cuenta que cada pieza, dependiendo de su tamaño, cantidad de información y complejidad del diseño, necesita un mínimo de 5 días para su elaboración. Esto debe sumarse a los tiempos de impresión de las empresas con las cuales se solicite dicho servicio. Los formatos deben llevar la firma de autorización de la Coordinación de Comunicaciones y ser remitidos en físico al Auxiliar de diseño y



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

multimedia, quien llevará un archivo de dichas solicitudes y entregará mensualmente a esta coordinación, un cuadro de seguimiento de elaboración de estas piezas.

5.3.4 Eventos

- En todo evento organizado por la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA** dentro o fuera de ella, se proyectará el video institucional actualizado de la Entidad.
- Se dará un saludo de bienvenida en nombre de la Junta Directiva, la Presidencia Ejecutiva de la organización y se presentará formalmente el evento o reunión.
- Se usará para todas las presentaciones el mismo modelo de imagen corporativa en el programa adecuado para tal fin.

5.4 MEDIOS

5.4.1 Sitio Web

- Como un medio de comunicación de acceso masivo, el sitio web expondrá información sobre los servicios, programas, y proyectos de la Entidad. Así como links a sitios de interés para los usuarios de la misma.
- Su diseño conservará los elementos básicos del Manual de Identidad Corporativa.
- A partir de la actualización en imagen, diseño y navegabilidad realizada por un consultor externo a principios del año 2012, se modificó la responsabilidad en la actualización permanente de la información del sitio Web. De este modo, la actualización de datos

19

REVISADO POR: Isabel Cristina Cardona Santos

Isabel C. Cardona S.

CARGO: Coordinadora Área de Comunicaciones

APROBADO POR: Oriana Mendoza Vidal

OMV.

CARGO: Presidente Ejecutiva



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

permanentes, configuración y aspectos técnicos de la información será coordinada por el Proceso de Sistemas y el Proceso de Comunicaciones actualizará la relacionada con los temas institucionales, el Centro de conciliación, los comunicados de prensa y actividades y eventos de las sedes seccionales: Santander de Quilichao y el Bordo. De igual forma, supervisará que todo lo publicado en el sitio web conserve la calidad en la redacción y el contenido, así como la vigencia de la Información.

- Los coordinadores de los procesos de Registros Públicos, Desarrollo Empresarial, Comercio, Comunicaciones y el Auxiliar en diseño y multimedia, una vez capacitados en la publicación de información en el sitio web, podrán mantener actualizada la información de dichas procesos, correspondiendo a estas la responsabilidad de tenerla al día para los usuarios y el público de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA**. En caso de cambios en dichas coordinaciones, el nuevo colaborador debe tener una capacitación dada por el proceso de sistemas y el auxiliar de diseño y multimedia, para que continúe con esta importante labor.
- La sección “**Contáctenos**” a través de las cuales llegan las **PQR**’s será administrada por las Coordinaciones de Calidad y Control Interno y de Comunicaciones. Esta última reenviará los mensajes y las peticiones de los usuarios al funcionario correspondiente, quien remitirá copia de la respectiva respuesta al correo cccauca@cccauca.org.co y registrará su seguimiento en el cuadro destinado para este fin. Lo estipulado en los procedimientos internos de la Entidad, determina que debe darse respuesta a las PQR’s en máximo tres días hábiles, por lo cual, las Coordinaciones encargadas

Isabel C. Cardona S.

OMV.



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

deben efectuar la verificación de envío de respuestas permanentemente. En caso de que lleguen mensajes solicitando información a los demás colaboradores, estos remitirán copia de las respuestas al correo institucional cccauca@cccauca.org.co para que incluírlas en el cuadro de seguimiento citado.

- En este sentido las Quejas, Reclamos y Felicitaciones, será administrada por el Proceso de Calidad y Control Interno quien seguirá el mismo proceso de remisión a los colaboradores respectivos y de seguimiento, registro y control.
- El Proceso de Comunicaciones emitirá un Boletín Electrónico quincenal, que contendrá información relevante de los proyectos y actividades de la Entidad, así como enlaces para acceder directamente a las secciones actualizadas. Lo recibirán quienes hayan solicitado la recepción del mismo en el sitio Web y se enviará a los diferentes contactos que se han creado en el Outlook del correo institucional.

5.4.2. Agenda semanal y perfiles de la Entidad en Redes Sociales

- Los viernes de cada semana se elabora y publica en las carteleras institucionales de las tres sedes: Popayán, Santander de Quilichao y El Bordo, la Agenda Semanal de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA**, que contiene los eventos y actividades de la siguiente semana y que también se envía en formato digital a los diferentes contactos, funcionarios, protocolos de la Entidad y periodistas.
- El sitio Web de la Entidad tiene links directos a los perfiles que posee la misma en las siguientes redes sociales: **Facebook**, **Twitter**, **YouTube** (en el cual se publican los productos audiovisuales de la

21

REVISADO POR: Isabel Cristina Cardona Santos

CARGO: Coordinadora Área de Comunicaciones

APROBADO POR: Oriana Mendoza Vidal

CARGO: Presidente Ejecutiva



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

Entidad), Flickr (en el cual se publican las fotografías de las sedes, los eventos y actividades más representativas de la Entidad), cuya actualización corresponde al Promotor de Comunicaciones y su supervisión permanente, a la Coordinación de comunicaciones. Su manejo se rige según lo establecido en el Manual de Medios digitales de la Entidad.

5.4.3 Cámara fotográfica y de Video y accesorios

- La coordinación de comunicaciones de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA** tiene bajo su responsabilidad el cuidado y manejo de una (1) cámara fotográfica Canon Power Shot SX30 IS y una (1) cámara de video Canon Vixia HFM41 HD con las cuales se lleva el registro fotográfico y audiovisual de los eventos y actividades internas y externas de la Entidad.
- En cuanto a accesorios se cuenta con un micrófono (1) Shure PG58, con su respectivo cable, un (1) trípode Dolica ST650, dos (2) maletines para portar las cámaras marcas Vanguard y Tamrac, una cámara web y una diadema con micrófono Logitech, un disco externo de almacenamiento marca Toshiba de 500 Gb y una memoria USB Kingston de 32 Gb.
- En caso de que sean requeridas por los Coordinadores de los procesos para cubrimiento de eventos a los cuales no pueda asistir el promotor de comunicaciones, quien tiene la responsabilidad de hacer los respectivos registros, debe diligenciar un formato de préstamo del equipo que lleva el visto bueno del Director Administrativo y Financiero, para efectos de la garantía y seguro del mismo, y la firma del Coordinador de Comunicaciones. Es importante anotar que cada

Isabel C. Cardona S.

OMV.



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

cámara cuenta con su respectivo maletín y que en caso de presentar algún daño o pérdida del equipo o de alguno de sus accesorios, su reparación debe ser asumida por quien la tenía en préstamo.

5.4.4 Teléfono

La imagen de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA** comienza desde la forma como se responde el teléfono.

- Siempre que se atienda una llamada desde el PBX, la recepcionista deberá contestar con el saludo correspondiente, suministrar el nombre de la organización y su nombre.
- La información de la grabación del conmutador será monitoreada permanentemente por el Proceso de Comunicaciones para garantizar su actualización.
- Cuando se requiera remitir la llamada a una extensión, el funcionario no debe prolongar demasiado tiempo la espera de las personas que requieren información por esta vía y contestar oportunamente la llamada.
- Cuando se trate de una llamada que entra directamente a una extensión se responderá: *nombre del proceso, el respectivo saludo (buenos días o buenas tardes)*.
- El teléfono es una herramienta de trabajo, es decir, su uso es oficial, razón por la cual, se debe evitar en lo posible, su uso para asuntos personales.

5.4.5 Oficinos

23

REVISADO POR: Isabel Cristina Cardona Santos

CARGO: Coordinadora Área de Comunicaciones

APROBADO POR: Oriana Mendoza Vidal

CARGO: Presidente Ejecutiva



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

- Se entiende por oficios todas las comunicaciones impresas en el papel membreteado de la organización cuyos mensajes serán de carácter estrictamente institucional. Siempre contendrán:
 - Código (La tres primeras letras de la unidad Administrativa - consecutivo numérico iniciando con 001)
 - Ciudad y fecha (día, mes, año) al lado izquierdo
 - Nombre del destinatario (cargo, entidad, municipio)
 - Dirección y Teléfono (Cuando sea un oficio externo)
 - Asunto
 - Saludo
 - Texto
 - Firma
 - Anexos (cuando aplique)
 - Copia: (Describir los cargos)
 - Nombre e Inicial del primer apellido de la persona que elaboró el oficio (Ejm Elaboró: Isabel C.)

- En todos los casos que se cite el nombre de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA**, esta irá en mayúscula, fuente trebuchet MS, tamaño de letra 12 y en negrilla.

- Las márgenes para el papel membreteado según la norma **NTC 185** son:
 - Margen Superior: 4 cm
 - Margen Izquierdo: 4 cm
 - Margen Derecho: 3 cm
 - Margen Inferior 3 cm



Código: COD-02
Versión: 03
Vigencia: 2013-04-08

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

- Toda la papelería de la Cámara de Comercio del Cauca se registrará por su Manual de Identidad Corporativa.

5.4.6 Televisor ubicado en el proceso de atención al Público de los Registros Públicos

- Este medio de información, al estar ubicado estratégicamente en la organización, transmitirá exclusivamente mensajes institucionales del trabajo de la Entidad, sobre sus ejes estratégicos (video institucional, turismo, agenda interna, proyectos, cadenas productivas etc.)
- El proceso de Comunicaciones supervisará estos mensajes institucionales.

De esta manera, las comunicaciones de la **CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA** cuentan con unas directrices claras para fortalecer su impacto al interior y exterior, acciones promovidas por la Presidencia Ejecutiva y supervisadas por el Proceso de Comunicaciones.

CAMBIO DE VERSIÓN: se actualiza el documento por actualización general, referenciando además el manual de identidad corporativa buscando su cumplimiento.