

Proceso/ Subproceso o Actividad:	COMUNICACIONES		
Entrevistados:	Karen González, Jacob Gutiérrez, Laura Carruyo, Fanny Sosa, William Cano, German Corcho, Hermes Consuegra.		
Auditor (es):	Mary Evelyn Osma – Alexandra Gutiérrez S.		
Fecha de Auditoría:	Agosto 24-2021 de 9:00 a 11:00 a.m.	Fecha de elaboración de la lista:	Agosto 9-2021
Lista de verificación			
Criterio (Norma, reglamento, procedimiento, requisito, etc.)	Aspecto a verificar	Comentarios, Observaciones, Hallazgos (durante la auditoría y sobre lo evidenciado)	Hallazgo (Ok, NC, Fort, etc)
4.1 Comprensión de la organización y de su contexto	4.1 ¿Cómo se ve reflejado el análisis del contexto de la Universidad en el proceso de comunicaciones? PED, plan de acción	KG: El proceso es estratégico, lo que ocurre en la Universidad y sus procesos nos impacta. Desde el año pasado se vienen afrontando muchos retos, se ha tenido que cambiar la estrategia de comunicaciones. Se cambió la manera como nos comunicamos, la manera como se llega a los públicos internos y externos, se enfoca más en el mercadeo digital, se creó la unidad de atención al usuario y mercadeo. Esto es un gran avance a nivel institucional, ha facilitado los procesos y la comunicación con los estudiantes. Se está implementando la unidad de producción audiovisual, a cargo de Hermes Consuegra. En plena Pandemia, se sacó la revista Iraka- revista de periodismo científico en cabeza de Germán Corcho. Circuló con El heraldo y El espectador en Barranquilla y con la Opinión en Cúcuta. La revista se entrega a los suscriptores del periódico. Va dirigida a estudiantes de posgrados, investigadores, profesores, se repartió en evento presencial con otros rectores de IES, etc.	OK
4.2 Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas	4.2 ¿Cómo es la interacción que tiene el proceso de Comunicaciones con las partes interesadas de la Universidad?	Los comunicados internos siguen siendo nuestra principal fuente de comunicación, para los estudiantes el tema de redes sociales, complementadas con todo el tema audiovisual. William Cano está a cargo de toda la parte de Comunicaciones internas. El Informativo aquí en la U, el cual pasó a digital en Pandemia, está a cargo de Fanny Sosa. Se trabaja por el posicionamiento de la institución en los medios de comunicación, se han hecho grandes esfuerzos por el posicionamiento de la marca “Universidad Simón Bolívar”. Como principales partes interesadas y medios de relación, se mencionan: <ul style="list-style-type: none"> Estudiantes: Redes sociales y comunicados internos Administrativos y profesores: comunicados y boletines informativos internos. 	OK

- Públicos externos-comunidad en general: Noticias
 - Aspirantes, estudiantes y padres de familia:
- Atención virtual desde la Unidad de atención al usuario. Esta unidad está en uso desde Julio de 2020 (No se planificó en plan de acción, ni AM, se colocó fue el uso del Chat Web). Son canales para interactuar con estudiantes y aspirantes: por medio telefónico, redes sociales y WhatsApp. Los principales usuarios atendidos: Aspirantes pregrado, posgrado, Financiamiento estudiantil, matrículas y graduación. Organizan las bases de datos de los asistentes a las ferias promocionales, se hace labor de mercadeo telefónico, actúan articuladamente con Admisiones. Igual con financiamiento estudiantil, si el estudiante necesita financiamiento.

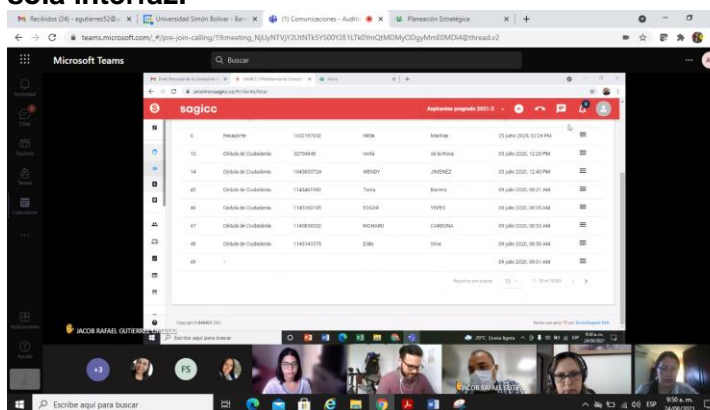
Plataforma Sagicc:



Los datos mostrados son del 23 al 29 de Agosto.

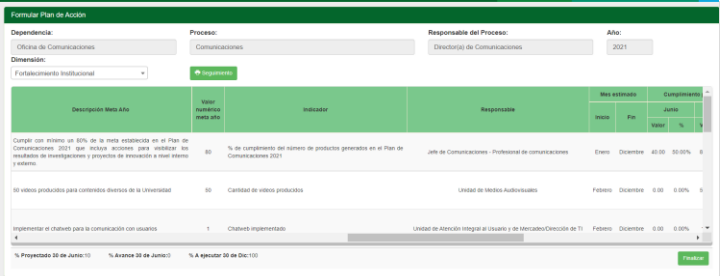
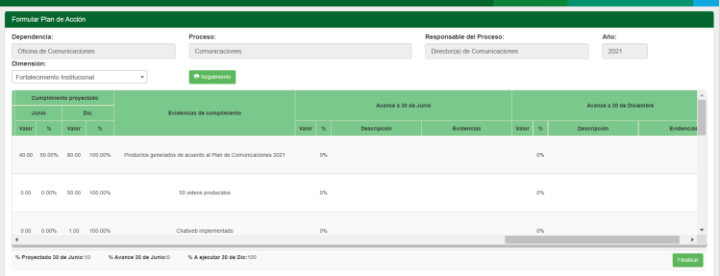
FORT: El uso de la Plataforma Sagicc como herramienta automatizada para administrar las llamadas, e-mails y chats intercambiados con los usuarios (aspirantes, padres de familia, estudiantes) y dar atención a las solicitudes en una sola interfaz.

FORT



¿Dónde se plasmó en los procedimientos este ajuste?
JG: No se ha incluido a la fecha, no se puede integrar a los procedimientos vigentes, porque no se asocia a ninguno, sería uno nuevo. Luego de un año de funcionamiento, se han empezado a acoplar las cosas

Ver NC
#1 en
6.3

		y se espera que en primer trimestre de 2022 se documente.	
4.4 Sistema de gestión de la calidad y sus procesos	Cómo está planificado su proceso. Cuál es el Objetivo del proceso— Caracterización? Compromisos del plan de acción y verificar el cumplimiento	<p>Plan de acción del proceso: Los miembros del proceso manifiestan no tener acceso al Strategic U, proyecta plan de acción I. Chaparro: Gestión de Calidad.</p> <p>Se verifica para el compromiso “Consolidar la presencia en medios de comunicación regionales y nacionales a través de información sobre investigación e innovación desarrollada en la Universidad.” La meta del año es 80, se visualiza un cumplimiento proyectado a Junio del 50% (40)</p>  <p>Se menciona que se ha avanzado en las publicaciones de IRAKA, revista con los avances en innovación e investigaciones; pero no se registra seguimiento:</p>  <p>OM: Registrar en el seguimiento del plan de acción el avance de las actividades a la fecha de corte, a fin de identificar la necesidad de realizar correcciones para cumplir con los plazos establecidos en la planificación.</p>	
5.1.2 Enfoque al cliente	¿Existe algún mecanismo para evaluar la percepción de los usuarios frente a los servicios prestados desde Comunicaciones ?	JG: No se tiene medición de la satisfacción del usuario, desde el 2019 no se realiza medición. No se tienen acciones al respecto.	Ver NC #2 en 9.1.1

OM

5.3 Roles, responsabilidades y autoridades en la organización	¿En caso que un integrante del proceso falte, como reorganizan las responsabilidades?	Los roles y responsabilidades se encuentran definidas y distribuidas entre el equipo de trabajo. La Dirección realiza seguimiento. William Cano está a cargo de toda la parte de Comunicaciones internas. Fanny Sosa Comunicaciones Externas, Laura Carruyo de Diseño Gráfico, Jacob Gutiérrez Unidad de atención integral y mercadeo, Hermes Consuegra, Unidad de producción audiovisual.	OK																																														
6.1 Acciones para abordar riesgos y oportunidades	¿Qué riesgos asociados a la actividad de Comunicaciones se le pueden presentar y que acciones toma para abordarlos?	¿Cuál es el riesgo más crítico y que acciones se toman para abordarlo? Se suministra Matriz de gestión de riesgos del proceso a través de correo electrónico, para verificación posterior: Se observan 5 riesgos identificados, el R2: Emisión de piezas de divulgación con errores de texto y de diseño, es el de mayor calificación “9” <table><tr><th rowspan="2">No.</th><th rowspan="2">RIESGO</th><th rowspan="2">CATEGORÍA DEL RIESGO</th><th rowspan="2">PROBABILIDAD</th><th colspan="4">IMPACTO (1: Muy Bajo, 2: Bajo, 3: Medio, 4: Alto, 5: Muy alto)</th><th rowspan="2">SUMATORIA IMPACTO (1)</th><th rowspan="2">Valoración Impacto</th><th rowspan="2">Calificación</th></tr><tr><th>Económico</th><th>Operativo</th><th>Reputacional</th><th>Legal</th></tr><tr><td>1</td><td>Divulgación de información inadecuada o errada</td><td>Reputacional Operativo</td><td>2</td><td>2</td><td>2</td><td>3</td><td>2</td><td>3</td><td>3</td><td>6</td></tr><tr><td>2</td><td>Emisión de piezas de divulgación con errores de texto y de diseño.</td><td>Estratégico Cumplimiento Reputacional Operativo Financiero</td><td>3</td><td>3</td><td>3</td><td>3</td><td>3</td><td>3</td><td>3</td><td>9</td></tr></table> Se establecen como controles para este riesgo: <table><tr><th>EVALUACIÓN DE EFICACIA DE ACCIONES (EFICAZ SI/NO)</th><th>ACCIONES SELECCIONADAS PARA ABORDARLOS Y REGISTRADAS EN</th><th>SEGUIMIENTO A ACCIONES PARA ABORDAR LOS RIESGOS</th></tr><tr><td>06/12/2019 De acuerdo, con información suministrada por el proceso R1 no han tenido cambios en su valoración si tampoco se ha materializado por los controles que se han implementado.</td><td>A1 - Mantener controles existentes C1 - Cumplimiento al P-CO-01 y P-CO-02 Procedimiento de comunicación interna, Procedimiento de comunicación externa. C2 - Verificación de información con las respectivas fuentes. C3 - Substitución de visto bueno a material informativo.</td><td></td></tr><tr><td>06/12/2019 Los controles no han permitido la materialización de R2, de acuerdo con información suministrada por el proceso.</td><td>A1 - Mantener controles existentes C1 - Revisión de estilo y diseño por parte de colaboradores. C2 - Solicitud de visto bueno por parte de los directos responsables de la información (dependiendo sobre el diseño). C3 - Manual de imagen corporativa (Página WEB) C4 - Cumplimiento del P-CO-03 Diseño Gráfico</td><td></td></tr></table> No se muestra seguimiento posterior a: 06-12-2019 sobre estas acciones. La última fecha de actualización de la matriz fue: 26-05-2020. OM: La revisión de la matriz de gestión de riesgos del proceso, para efectuar el seguimiento sobre las acciones definidas para abordarlos y evaluar su eficacia.	No.	RIESGO	CATEGORÍA DEL RIESGO	PROBABILIDAD	IMPACTO (1: Muy Bajo, 2: Bajo, 3: Medio, 4: Alto, 5: Muy alto)				SUMATORIA IMPACTO (1)	Valoración Impacto	Calificación	Económico	Operativo	Reputacional	Legal	1	Divulgación de información inadecuada o errada	Reputacional Operativo	2	2	2	3	2	3	3	6	2	Emisión de piezas de divulgación con errores de texto y de diseño.	Estratégico Cumplimiento Reputacional Operativo Financiero	3	3	3	3	3	3	3	9	EVALUACIÓN DE EFICACIA DE ACCIONES (EFICAZ SI/NO)	ACCIONES SELECCIONADAS PARA ABORDARLOS Y REGISTRADAS EN	SEGUIMIENTO A ACCIONES PARA ABORDAR LOS RIESGOS	06/12/2019 De acuerdo, con información suministrada por el proceso R1 no han tenido cambios en su valoración si tampoco se ha materializado por los controles que se han implementado.	A1 - Mantener controles existentes C1 - Cumplimiento al P-CO-01 y P-CO-02 Procedimiento de comunicación interna, Procedimiento de comunicación externa. C2 - Verificación de información con las respectivas fuentes. C3 - Substitución de visto bueno a material informativo.		06/12/2019 Los controles no han permitido la materialización de R2, de acuerdo con información suministrada por el proceso.	A1 - Mantener controles existentes C1 - Revisión de estilo y diseño por parte de colaboradores. C2 - Solicitud de visto bueno por parte de los directos responsables de la información (dependiendo sobre el diseño). C3 - Manual de imagen corporativa (Página WEB) C4 - Cumplimiento del P-CO-03 Diseño Gráfico		OM
No.	RIESGO	CATEGORÍA DEL RIESGO					PROBABILIDAD	IMPACTO (1: Muy Bajo, 2: Bajo, 3: Medio, 4: Alto, 5: Muy alto)						SUMATORIA IMPACTO (1)	Valoración Impacto	Calificación																																	
			Económico	Operativo	Reputacional	Legal																																											
1	Divulgación de información inadecuada o errada	Reputacional Operativo	2	2	2	3	2	3	3	6																																							
2	Emisión de piezas de divulgación con errores de texto y de diseño.	Estratégico Cumplimiento Reputacional Operativo Financiero	3	3	3	3	3	3	3	9																																							
EVALUACIÓN DE EFICACIA DE ACCIONES (EFICAZ SI/NO)	ACCIONES SELECCIONADAS PARA ABORDARLOS Y REGISTRADAS EN	SEGUIMIENTO A ACCIONES PARA ABORDAR LOS RIESGOS																																															
06/12/2019 De acuerdo, con información suministrada por el proceso R1 no han tenido cambios en su valoración si tampoco se ha materializado por los controles que se han implementado.	A1 - Mantener controles existentes C1 - Cumplimiento al P-CO-01 y P-CO-02 Procedimiento de comunicación interna, Procedimiento de comunicación externa. C2 - Verificación de información con las respectivas fuentes. C3 - Substitución de visto bueno a material informativo.																																																
06/12/2019 Los controles no han permitido la materialización de R2, de acuerdo con información suministrada por el proceso.	A1 - Mantener controles existentes C1 - Revisión de estilo y diseño por parte de colaboradores. C2 - Solicitud de visto bueno por parte de los directos responsables de la información (dependiendo sobre el diseño). C3 - Manual de imagen corporativa (Página WEB) C4 - Cumplimiento del P-CO-03 Diseño Gráfico																																																
6.3 Planificación de los cambios	¿Qué cambios se han presentado en el proceso? ¿Se documentaron? ¿Cómo se efectúa su seguimiento?	NC #1: Se cuenta con cambios en el proceso: Unidad de atención integral al usuario (en funcionamiento desde el 2020) y Unidad de producción audiovisual (2021), que no se han documentado según lo establecido en el procedimiento para el control de cambios, P-SI-07-GC y el Numeral 6.3 de la Norma ISO 9001:2015.	NC #1																																														

7.1.4 Ambiente para la operación de los procesos	¿Considera que se cuenta con el ambiente necesario para prestar el servicio de ¿Comunicaciones desde la virtualidad? Qué ajustes debieron hacerse?	El proceso se ha adaptado al trabajo desde la virtualidad, se cuenta con los recursos para atender las solicitudes de usuarios y las partes interesadas del proceso.	OK
7.1.6 Conocimientos de la organización	Verificar el conocimiento del procedimiento (Diseñador gráfico, Otros colaboradores)	Se verifica el conocimiento del procedimiento (Ver muestreo)	OK
7.3 Toma de conciencia	¿Desde el proceso de Comunicaciones como contribuyen al cumplimiento de la política y de los objetivos de calidad? ¿De los objetivos de calidad que tiene la U, a cuál contribuye desde el proceso de Comunicaciones?	No preguntado.	
7.4 Comunicación	¿Cómo se realizan las comunicaciones internas? ¿Cómo se desarrollan las actividades de comunicaciones dentro de la Universidad? Qué, cómo, cuando	Procedimiento de Diseño Gráfico, Versión 2 de fecha 18-01-2018 Laura Carruyo-LC: El área de diseño es transversal y apoya a todos los procesos dentro de la Dirección de Comunicaciones. A partir de la Pandemia el número de solicitudes se ha incrementado, si bien en algunos de los meses del año para diseño el trabajo baja, en otros, se han recibido y atendido gran número de solicitudes. Se tiene matriz desde el año 2018, donde se van registrando las solicitudes:	OK

La matriz se denomina “Producción Gráfica 2021” y en cada una de las hojas de Excel muestra los meses con las solicitudes recibidas y atendidas. Para el mes de Enero se muestra solicitudes recibidas=21, y finalizadas=20, para una productividad de=95%.

1. Muestra 1:

INSTITUCIÓN EDUCATIVA JESUS MAESTRO

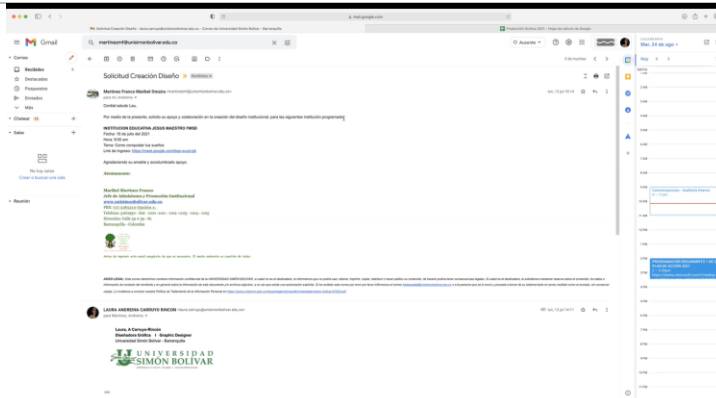
Fecha: 16 de Julio 2021

Hora: 9:00 a.m.

Tema: Cómo conquistar tus sueños.

Se suministra Link de ingreso (evento virtual)

Se evidencia atención de Laura Carruyo el mismo día (Julio 12-2021) envió del diseño:



Así quedó el arte enviado:



La aprobación por parte de Maribel, se dió en la respuesta al correo: "Muchas gracias".

- Se indaga sobre el uso del Formato de solicitud de bienes-servicios, F-GF-01 establecido para la solicitud a Compras y Suministros:
Karen González, aclara que el formato de solicitud de bienes se aplica cuando se requiere pendones u otro tipo de publicidad que requiera del envío de una orden de compra al proveedor para su elaboración. En el diseño gráfico de piezas no se utiliza

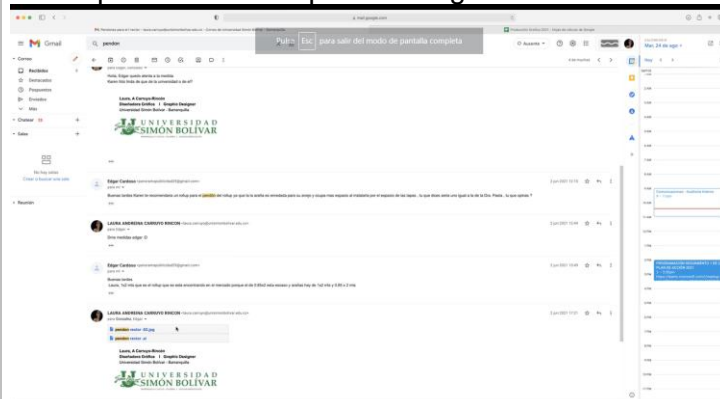
		<p>OM: Revisar la necesidad de actualizar el “Procedimiento de Diseño Gráfico” vigente donde se menciona la solicitud de bienes-servicios, F-GF-01, como registro de las actividades “5. Remisión de piezas a la Oficina de Compras” y “6. Seguimiento a la entrega de Material Informativo y de Promoción Institucional”.</p> <p>2. Muestra 2: Solicitud de Marzo 12-2021, Externa: Lucia Jiménez Quintero, Directora Comercial de Medios-SONOVISTA, solicita el diseño de la valla para el Centro Comercial Viva. El mismo día, Marzo 12, se le envía el diseño de la valla.</p>  <p>Se evidencia aprobación del diseño, vía e-mail responde “Gracias Totales”.</p>  <p>No se cuenta con F-GF-01, se explica que este gasto está en el plan de medios y corresponde a un presupuesto aprobado.</p> <p>Se registra en cuadro de control de solicitudes: Finalizado.</p>	<p>OM</p>
--	--	--	------------------

Producción Gráfica 2021

Pulsa **Esc** para salir del modo de pantalla completa

	A	B	C	D	E	F	G	H
1								
2								
3	Solicitud	Mes	FINALIZADO	Dependencia	Piezas Producidas	Descripción	Contacto	ESTADO
4	Imagen columna del rector	febrero	febrero	Comunicaciones	1			Finalizado
5	Imagen 48 de clases				1			Finalizado
6	Imagen Mujer				2			Finalizado
7	Logo a 780				2			Finalizado
8	Unilimon live 4 de marzo				2			Finalizado
9	Certificaciones - Día de la mujer				1			Finalizado
10	Tarjetas virtuales cursos Ene bienestar				1			Finalizado
11	Valle del vino				2			Finalizado
12	Certificación evento de la mujer				2			Finalizado
13	Unilimon live 11 marzo				2			Finalizado
14	Presame de libros				2			Finalizado
15	Ades Archivo Institucional				6			Finalizado
16	Encuesta Talento Humano				1			Finalizado
17	Talento humano - Instructivo				1			Finalizado
18	Live marzo empresarial 14 de marzo				1			Finalizado
19	Blog rector marzo 15				1			Finalizado
20	Brías caribe especial mujer				1			Finalizado
21	Evento día mujer				1			Finalizado
22	Logotipo entre líneas				1			Finalizado
23	desayuno nominia				2			Finalizado
24	live 23 de marzo				2			Finalizado
25	Presentación rector				45			EN PROCESO
26								
27								
28	Solicitudes Recibidas		24					
29	Solicitudes Finalizadas		23					
30	Productividad		95					

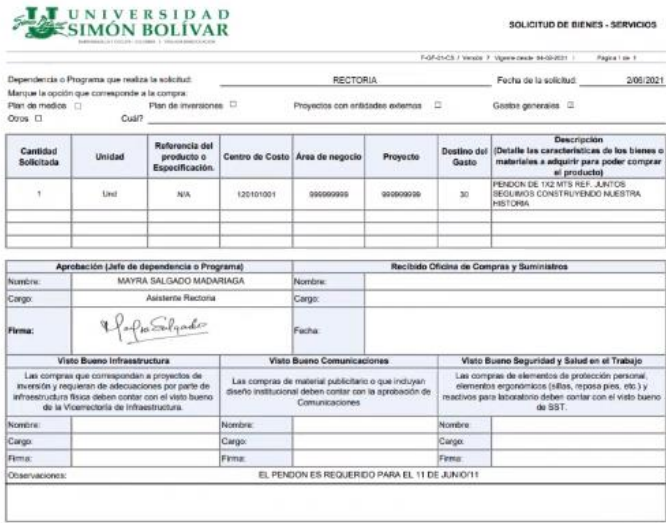
3. Muestra 3:
Solicitante Karen González en Junio 2-2021, se evidencia en cadena de correos verificación de medidas con el proveedor de impresión Edgar Cardozo:



La siguiente es la pieza diseñada:



Se suministra: Solicitud de bienes enviada desde rectoría Mayra Salgado- Asistente de Rectoría vía e-mail de fecha Junio 8: Pendón de 1x2 mts Ref: Juntos seguimos construyendo nuestra historia (OK), se envía para firma y aval de Comunicaciones, previo a la solicitud a Compras y Suministros:



SOLICITUD DE BIENES - SERVICIOS

Dependencia o Programa que realiza la solicitud: RECTORIA Fecha de la solicitud: 20/06/2021

Plan de medios ☐ Plan de inversiones ☐ Proyectos con entidades externas ☐ Gastos generales ☐

Cantidad Solicitada	Unidad	Referencia del producto o Especificación	Centro de Costo	Área de negocio	Proyecto	Destino del Gasto	Descripción (Detalle las características de los bienes o materiales a adquirir para poder comprar el producto)
1	Lind	N/A	120101001	999999999	999999999	30	PENDON DE 12x12 MTS REF. JUNTOS SEGUROS CONSTRUYENDO NUESTRA HISTORIA

Aprobación (Jefe de dependencia o Programa)

Nombre: MAYRA SALGADO MADARIAGA Cargo: Asistente Rectoral Firma: *[Firma]*

Recibido Oficina de Compras y Suministros

Nombre: _____ Cargo: _____ Fecha: _____

Visto Bueno Infraestructura

Las compras que corresponden a proyectos de inversión y requeridos de adecuaciones por parte de infraestructura física deben contar con el visto bueno de la Vicerectoría de Infraestructura.

Nombre: _____ Cargo: _____ Firma: _____

Visto Bueno Comunicaciones

Las compras de material publicitario o que incluyan diseño institucional deben contar con la aprobación de Comunicaciones.

Nombre: _____ Cargo: _____ Firma: _____

Visto Bueno Seguridad y Salud en el Trabajo

Las compras de elementos de protección personal, elementos ergonómicos (alfombras, sillas, pupes, etc.) y reactivo para laboratorio deben contar con el visto bueno de SST.

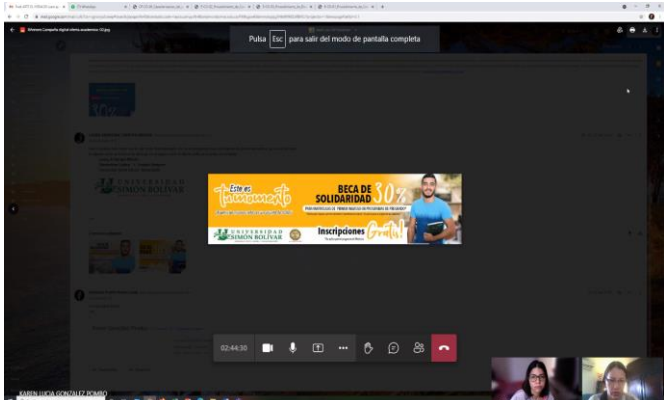
Nombre: _____ Cargo: _____ Firma: _____

Observaciones: EL PENDON ES REQUERIDO PARA EL 11 DE JUNIO/21

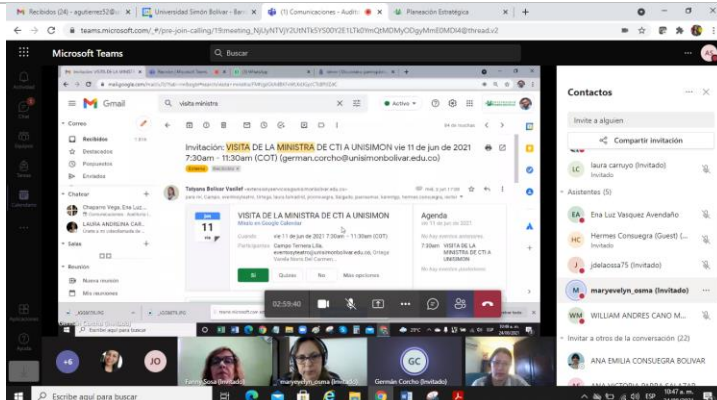
- Verificar una solicitud de “Seguimiento a la aplicación de la imagen institucional en las piezas diseñadas por proveedores externos”

4. Muestra 4:

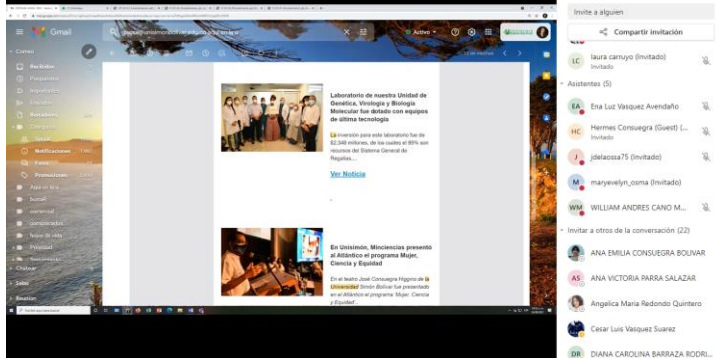
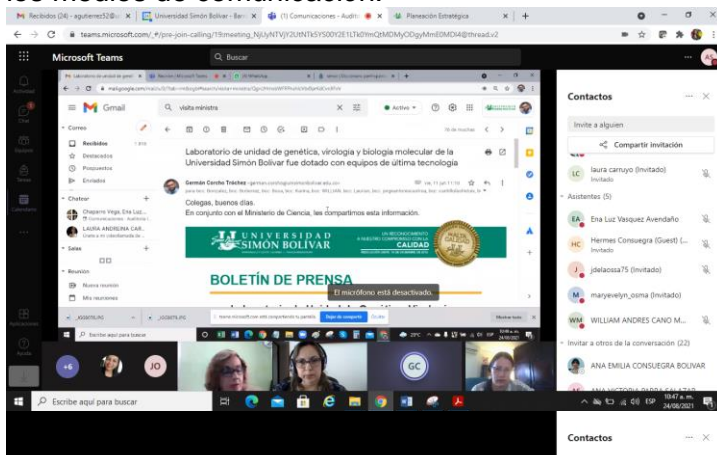
Solicitud de Joaquín Rolong, proveedor externo DIO ESTUDIO, de fecha Enero 22-2021, Envía arte a continuación para revisión y comentarios:



		<p>Se muestran comentarios realizados por la Diseñadora Gráfica Laura Carruyo, vía e-mail, en Enero 22: “Centrado todo mejor que lo veo como desalineado, te adjunto como se hicieron los otros para que sigan el mismo estilo”.</p>  <p>Este arte fue impreso para el Heraldo, pero también está en el plan de medios. Se informa a Compras pero no se requiere de diligenciamiento del formato, F-GF-01.</p> <p>Procedimiento Comunicaciones Internas, abarca los siguientes aspectos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Divulgación de eventos , Noticia o actividad -Publicación del Informativo Interno “Aquí en la U” -Socialización, sensibilización y promoción del componente estratégico Institucional. -Presentación o Instalación de Eventos. <p>Fany Sosa:</p> <p>Visita del Viceministro de Salud, solicitud de Rectoría y Servicios externos, se publicó la noticia en la Página de la Universidad y en medios</p>	
--	--	--	--

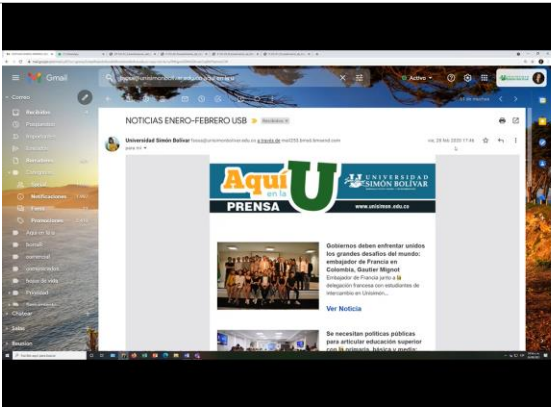


Esta fue la noticia, como resultado de la visita y salió en los medios de comunicación:



La anterior fue la publicación del informativo “Aquí en la U” de la noticia de visita de la Viceministra.

Se solicita “Aquí en la U” de noviembre de 2020:

		 <p>Se muestra el de febrero de 2020, en versión digital desde antes de la Pandemia (estaba en plan de acción según lo mencionado por Jacob).</p>	
7.5 Información documentada	<p>F-CO-04 Registro de asistencia de medios, Versión 1, 11-12-2017.</p> <p>F-CO-05 Control de solicitudes de servicio a comunicaciones, Versión 1, 09-03-2018.</p>	<p>Procedimiento de Diseño Gráfico, Versión 2 de fecha 18-01-2018 - OK según listado maestro de documentos internos.</p> <p>Según lo manifestado por las Directora de Comunicaciones, no se utiliza el formato F-CO-05, ni los otros formatos.</p> <p>OM: Revisar la documentación del proceso para identificar la necesidad de actualizarla, teniendo en cuenta el funcionamiento actual del mismo y las actividades realizadas desde la virtualidad.</p>	<p>OK</p> <p>OM</p>
7.1.5.1 Generalidad es de los Recursos de seguimiento y medición 9.1.1 Generalidades (Seguimiento Medición, Análisis y Evaluación)	¿De las actividades que realiza en comunicaciones a cuáles se le hace seguimiento y a cuales se le hace medición?	Ver en ítem 9.1.1 la medición de los indicadores	OK
9.1.1 Generalidad es (Seguimiento o Medición, Análisis y Evaluación)	Verificar la fichas de los indicadores de gestión, teniendo en cuenta su formulación	1. Producción y difusión de información institucional, Meta $\geq 90\%$, resultado Ene-Mar=100%, Abr-Jun=100%, Cumple.	OK

5 minutos restantes en la hora de la reunión programada.

Objetivo del Proceso: Gestionar estrategias de comunicación que fomenten la visibilidad de la Universidad Simón Bolívar entre sus diferentes públicos (internos y externos)

Factor clave de éxito	Aspecto a medir	Nombre del indicador	Fórmula	Meta	Ene a Mar	Abr a Jun	Observaciones
		Producción y difusión de información institucional	Número de noticias y artículos de la Universidad enviados a medios de comunicación Número de informaciones recibidas $\times 100$	Mantener un porcentaje igual o mayor al 90% de noticias y artículos	100%	100%	Entre enero y marzo se recibieron 22 informaciones, de los cuales se enviaron 22 a medios de comunicación. Entre abril y junio se recibieron 30 informaciones, de las cuales se enviaron 30 a medios de comunicación.
	Presencia en medios de comunicación externos	Número de solicitudes de voceros					Entre enero y marzo se recibieron 11 solicitudes, de las cuales se atendieron 11. Entre abril y junio se recibieron 27 solicitudes, de las cuales se atendieron 27.

OK

2. Atención de solicitud de voceros (académicos y científicos) por parte de medios de comunicación, Meta $\geq 90\%$, resultado Ene-Mar=100%, Abr-Jun=100%, Cumple.

Factor clave de éxito	Aspecto a medir	Nombre del indicador	Fórmula	Meta	Ene a Mar	Abr a Jun	Observaciones
	Presencia en medios de comunicación externos	Atención de solicitud de voceros (académicos y científicos) por parte de medios de comunicación	Número de solicitudes de voceros atendidas Número de solicitudes de voceros recibidas $\times 100$	Mantener un porcentaje igual o mayor al 90% de solicitudes atendidas	100%	100%	Entre enero y marzo se recibieron 11 solicitudes, de las cuales se atendieron 11. Entre abril y junio se recibieron 27 solicitudes, de las cuales se atendieron 27.

3. Producción de diseño gráfico, Meta $\geq 90\%$, resultado Ene-Mar=95%, Abr-Jun=96%, Cumple.

	A	B	C	E	F	G	H	I	J
14				Número de solicitudes de diseño gráfico atendidas					Entre enero y marzo se recibieron 78 solicitudes, de las cuales fueron atendidas 74.
			Producción de diseño gráfico	Número de solicitudes de diseño gráfico recibidas	$\times 100$	Mantener un porcentaje igual o mayor al 90% de producción atendida	95%	96%	Entre abril y mayo se recibieron 165 solicitudes, de las cuales fueron atendidas 159.
15									
	Exponer la								

OK

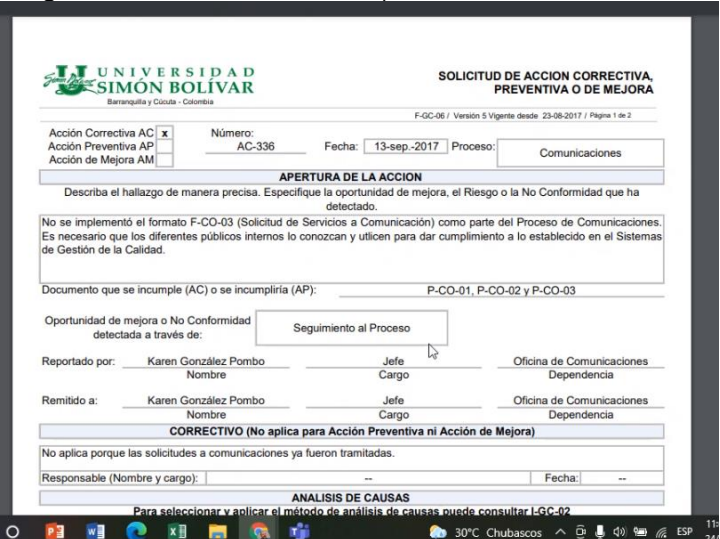
4. Actualización de medios internos, Meta $\geq 90\%$, resultado Ene-Mar=99%, Abr-Jun=98%, Cumple.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
16	Fomentar la visibilidad de la Universidad Simón Bolívar	Presencia en medios de comunicación internos		Número de noticias publicadas en medios internos						Entre enero y marzo se recibieron 100 solicitudes de publicación, de las cuales se atendieron 159
			Actualización de medios internos	Número de informaciones recibidas	$\times 100$	Mantener un porcentaje igual o mayor al 90% de noticias publicadas en medios internos.	99%	98%	Entre abril y junio se recibieron 175 solicitudes de publicación y fueron atendidas un total de 172.	
17										

OK

5. Campañas institucionales como apoyo a la generación de identidad, Meta $\geq 90\%$, resultado Ene-Mar=100%, Abr-Jun=100%, Cumple.

OK

		<p>Número de campañas institucionales diseñadas</p> <p>Número de de campañas institucionales solicitadas</p> <p>$\times 100$</p> <p>Manejar un porcentaje igual o mayor al 80% de campañas institucionales diseñadas.</p> <p>100%</p> <p>100%</p> <p>Entre enero y marzo se recibieron 3 solicitudes de diseño de campañas, las cuales se atendieron en su totalidad.</p> <p>De abril a junio se recibieron 4 solicitudes de campañas y todas fueron atendidas.</p>	NC #2
		<p>6. Porcentaje de satisfacción de los usuarios por el servicio prestado</p> <p>NC #2: No se evidencia la medición y análisis del indicador “Porcentaje de satisfacción de los usuarios por el servicio prestado” para la vigencia 2020 para los usuarios internos de la universidad, lo anterior para evaluar el desempeño del proceso de acuerdo al Numeral 9.1.1 Generalidades de la norma ISO 9001:2015.</p>	
9.1.3 Análisis y evaluación	¿Verificar la calidad del análisis de los indicadores de gestión? Gráficas, comparativos	<p>Los resultados de los indicadores no se grafican, no se analizan los históricos ni se verifica la tendencia de las mediciones.</p> <p>OM: Fortalecer el análisis de los indicadores del proceso, graficando los resultados obtenidos, comparando los resultados con periodos anteriores y verificando la tendencia de los resultados, con el fin de identificar oportunidades de mejora y de utilizarlos como instrumento para la toma de decisiones</p>	OM
10 Mejora	Qué acciones se han tomado en el proceso? Verificar las acciones resultantes de la auditoría interna 2020 (1 NC, No utilización del F-CO-05)?	<p>Se solicita acción resultante de la auditoría interna: JG: Muestra desde Isotools, AC-338 de Septiembre de 2017 (Se explica desde Calidad que a Isotools se cargan las acciones cerradas).</p>  <p>Se muestra desde Gestión de Calidad, AC-468 radicada en Diciembre de 2020.</p>	

Comunicación externa.pdf  Abrir con Documentos de Google

**UNIVERSIDAD
SIMÓN BOLÍVAR**
Barranquilla y Cúcuta - Colombia

SOLICITUD DE ACCIONES
F-SI-06-GC / Versión 7 Vigente desde 27-07-2020 / Página 1 de 3

Acción de Mejora AM ☐ Acción para abordar riesgos AR ☐ Acción Correctiva AC ☒ Número: AC-468

Proceso: Comunicaciones Subproceso: No aplica Fecha: 3-dic.-2020

Oportunidad de mejora, Riesgo o No Conformidad detectada a través de:

<input type="checkbox"/> Auditoría Externa del SGC	<input type="checkbox"/> Retroalimentación de parte interesada (Encuesta)
<input checked="" type="checkbox"/> Auditoría Interna del SGC	<input type="checkbox"/> Revisión de la Dirección
<input type="checkbox"/> Auto-evaluación	<input type="checkbox"/> Seguimiento a la Matriz de gestión del riesgo
<input type="checkbox"/> Indicadores y Análisis de datos	<input type="checkbox"/> Seguimiento al Plan Estratégico de Desarrollo
<input type="checkbox"/> Cambio en el SGC	<input type="checkbox"/> Seguimiento al Proceso
<input type="checkbox"/> Cambio en el SG-SST	<input type="checkbox"/> Servicio no conforme
<input type="checkbox"/> Queja, Reclamo o sugerencia	<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál?

APERTURA DE LA ACCIÓN
Describa el hallazgo de manera precisa. Especifique la oportunidad de mejora, cambio en el SG, el Riesgo o la No Conformidad que ha detectado.

No conformidad 8.1 Planificación y control operacional, literal d. No se evidencia la utilización del registro F-CO-05 Control de solicitudes de servicios a comunicaciones, del Procedimiento de comunicación externa P-CO-02, como método de control en el proceso de acuerdo sus criterios, específicamente para el boletín de prensa "Premio Merito Empresarial" solicitado el 5 de marzo.

Documento que se incumple (AC) o se incumpliría (AR): numeral 8.1 ISO 9001:2015

Reportado por: Mary Osma Auditor interno Gestión de la Calidad
Nombre: Karen González Cargo: Dependencia
Remitido a: Karen González Director Comunicaciones
Nombre: Karen González Cargo: Dependencia

**UNIVERSIDAD
SIMÓN BOLÍVAR**
Barranquilla y Cúcuta - Colombia

SOLICITUD DE ACCIONES
F-SI-06-GC / Versión 7 Vigente desde 27-07-2020 / Página 2 de 3

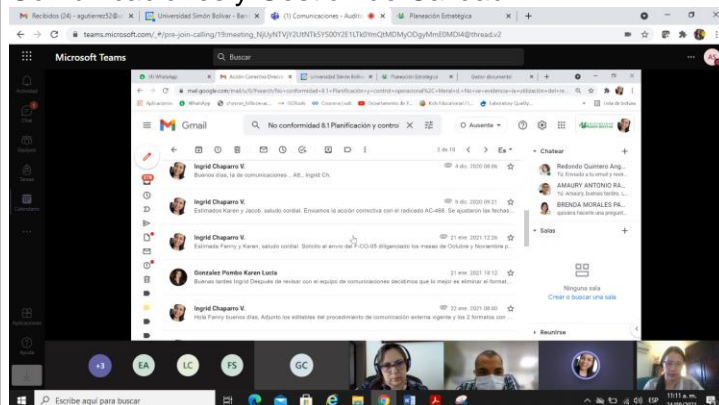
PLAN DE ACCIÓN / ACTIVIDADES A DESARROLLAR PARA MATERIALIZAR EL CAMBIO

Nº	ACTIVIDADES (Numerarias)	RESPONSABLE	FECHA LÍMITE	RECURSOS
1	Correctivo: Reconstruir la información y diligenciar el formato F-CO-05 meses de Octubre, Noviembre e implementar su uso a partir de la fecha.	Fanny Sosa Márquez / Germán Corcho Trochez	17-dic.-2020	Ninguno
2	Revisión y análisis del formato F-CO-05.	Fanny Sosa Márquez / Germán Corcho Trochez	21-ene.-2020	Ninguno
3	Ajustes del formato F-CO-05 según la dinámica del área de Comunicaciones Externas y gestionar su actualización en el marco del SGC Sistema de gestión de la calidad.	Fanny Sosa Márquez / Germán Corcho Trochez	30-ene.-2021	Ninguno
4	Socialización del formato F-CO-05 con el equipo de la Dirección de Comunicaciones.	Fanny Sosa Márquez / Germán Corcho Trochez	5-feb.-2021	Ninguno
5	Implementación del formato F-CO-05	Fanny Sosa Márquez / Germán Corcho Trochez	5-feb.-2021	Recursos existentes
6	Realizar seguimiento a la utilización del formato establecido		30-mar-2021 30-jun-2021	Recursos existentes

Plan de acción aprobado por: Karen González Pombo 3/12/2020
Líder de proceso, Director o Vicerrector Correspondiente Fecha

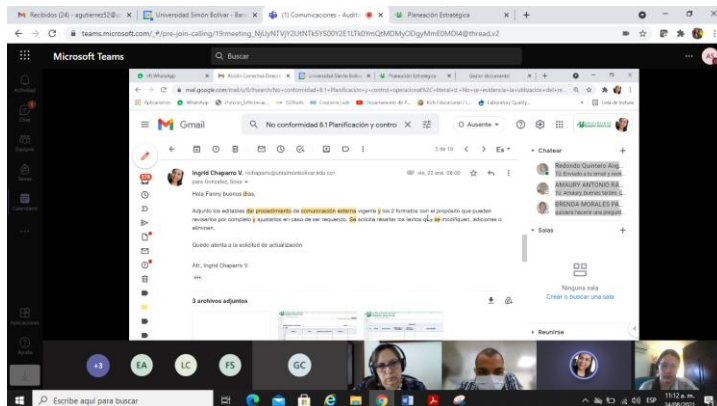
Enviar este registro mediante e-mail a Gestión de Calidad, Gestión de Riesgos o SST, según corresponda, con copia a la autoridad que aprueba el plan de acción para su radicación y seguimiento.

Plan de acción propuesto, no cuenta con seguimiento.
Se evidencia cadena de correos intercambiados entre Comunicaciones y Gestión de Calidad:

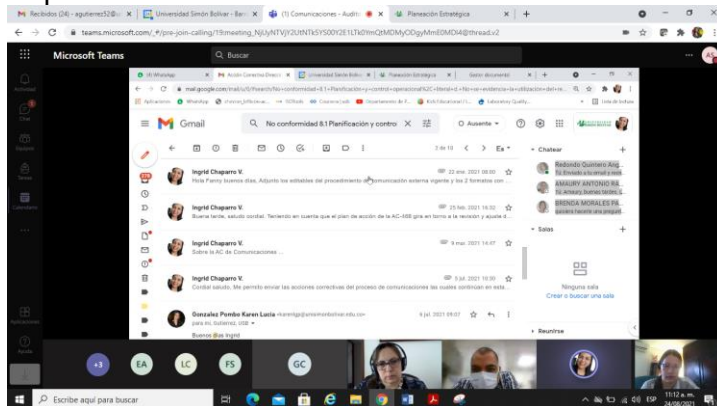


En Enero 21: "Estimadas Fany y Karen, se solicita el envío del F-CO-05 diligenciado en Octubre y Noviembre, para efectuar el seguimiento". En respuesta

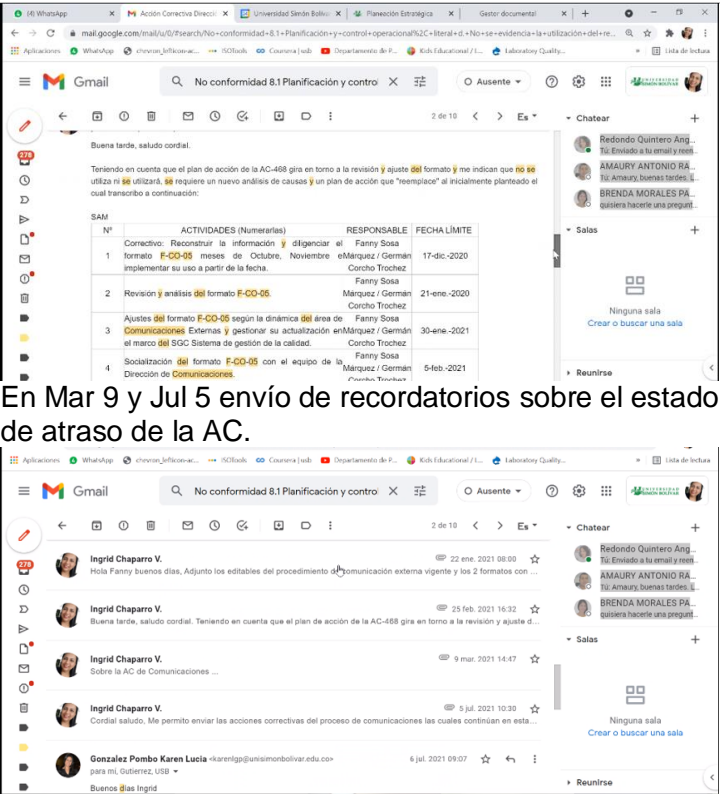
Karen González, manifiesta que luego de revisar con el equipo, se decide que lo mejor es eliminar el uso del formato.



En Enero 22, la Jefe de SIG, envía vía e-mail, el Procedimiento de Comunicación Externa y los formatos asociados en versión editable, con el propósito de que sean revisados por completo y ajustados de ser requerido.



En respuesta la Jefe de SIG, en Feb 25, notifica vía e-mail, que teniendo en cuenta que la AC-468 gira en torno a la revisión y ajuste del formato F-CO-05 y que indican que no se usa, ni se utilizará, se debe establecer un nuevo análisis de causas y plan de acción que reemplace el anterior.



NC #3

En Mar 9 y Jul 5 envió de recordatorios sobre el estado de atraso de la AC.

NC #3: No se evidencia implementación del plan de acción propuesto para dar tratamiento a la no conformidad resultante de la auditoría 2020 (AC-468), incumpliendo el numeral 10.2.1 de la Norma ISO 9001:2015 ítem c) Implementar cualquier acción necesaria y d) revisar la eficacia de cualquier acción correctiva tomada.

Nota 1: Revisar en los procesos el uso correcto del logo de certificación

Nota 2: Inserte tantas filas como requiera

Nota 3: Verifique que incluya todos los requisitos aplicables al proceso, subproceso o actividad que auditará