

**RESOLUCIÓN RECTORAL N° 764
26 DE FEBRERO DE 2019**

Mediante la cual se adopta la Política de Comunicaciones y los lineamientos de servicios al usuario de la Fundación Universitaria María Cano

El Rector de la Fundación Universitaria María Cano, en uso de sus facultades legales y estatutarias y

CONSIDERANDO

1. Que la Fundación Universitaria María Cano es consciente de la importancia de establecer procesos comunicativos claros, planeados, asertivos y veraces que impacten a toda la comunidad universitaria en las sedes Medellín, Cali, Neiva y Popayán.
2. Que la Institución reconocer la necesidad de establecer parámetros que permitan generar comunicación directa y coherente con todos los públicos objetivos, en donde se priorice la identidad de la María Cano, y el respeto por la planeación, de manera que no se afecte la marca.
3. Que es fundamental establecer unos lineamientos de Cultura de Servicio al Usuario que permitan definir la atención oportuna y efectiva a todos los integrantes de la comunidad universitaria y a la comunidad en general.
4. Que en el Plan de Desarrollo 2017 – 2026 “Construyendo Futuro” en la Línea Relacionamiento con el Entorno, están definidas las metas de garantizar un alcance positivo del 80% en los procesos comunicativos de la María Cano, y una satisfacción del 90% de los usuarios con los servicios institucionales.
5. Que la Rectoría ha concientizado a todos los colaboradores y profesores de la importancia de establecer parámetros comunicativos y de identidad que permitan visibilizar a la María Cano como una sola Institución con gran trascendencia nacional, en donde se incluyan las necesidades de todas las áreas académicas y administrativas a nivel nacional.

RESUELVE

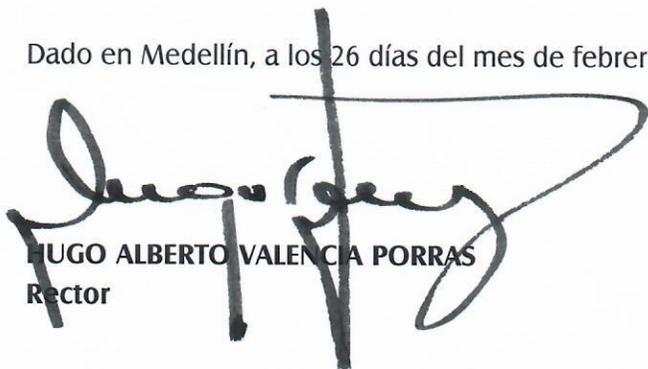
ARTÍCULO PRIMERO: Adoptar la Política de Comunicaciones de la Fundación Universitaria María Cano que responda a los intereses de sus diferentes grupos de interés, de las cambiantes dinámicas de la comunicación, de la regionalización institucional y del dinamismo transversal que permite el trabajo en equipo y la transmisión constante de información que permita el posicionamiento y el crecimiento como organización.

ARTÍCULO SEGUNDO: Establecer un Manual de Cultura de Servicio al Usuario que permita concientizar a los colaboradores y profesores de la María Cano sobre la importancia de satisfacer las necesidades de los públicos objetivos, establecer rutas para atender peticiones, quejas, reclamos, sugerencias, recomendaciones y felicitaciones de manera rápida y sin contratiempos; en donde prevalezca la atención y el cuidado del nombre Fundación Universitaria María Cano, sin olvidar que el usuario es la razón de ser de la Institución.

ARTÍCULO TERCERO: La presente Política de Comunicaciones y el Manual de Cultura de Servicio al Usuario rigen a partir de la fecha de publicación y serán aplicados por todos los integrantes de la comunidad universitaria.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Medellín, a los 26 días del mes de febrero de 2019



HUGO ALBERTO VALENCIA PORRAS
Rector

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO

I. PRESENTACIÓN

La comunicación es un proceso de intercambio de información, en el que un emisor transmite a un receptor algo a través de un canal esperando que, posteriormente, se produzca una respuesta de dicho receptor, en un contexto determinado. La comunicación permite transmitir a los diferentes públicos la información que se desea dar a conocer, dando prioridad a las noticias, los datos de interés que permiten el posicionamiento institucional y los hechos que alinean a la organización, dando fortaleza y unidad a través del trabajo realizado en las diferentes áreas.

La comunicación organizacional es una herramienta estratégica de las empresas que permite presentar la información necesaria a través de diferentes mecanismos y canales para que los integrantes se sientan incluidos, tenidos en cuenta, que son elementos fundamentales del crecimiento y del desarrollo de las acciones que se realizan para alcanzar los objetivos institucionales.

En la comunicación organizacional se hace necesario establecer parámetros de difusión, socialización, participación y análisis para que el nombre de la Institución esté ligado a procesos de acercamiento e interacción con los públicos.

En este sentido, se reconoce la comunicación en las organizaciones como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes, experiencias, sentimientos, noticias y testimonios que se dan a conocer a los integrantes de la organización, o entre la organización y su medio; que permita socializar el accionar institucional, ayudar a generar opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, e incrementar el uso de las redes sociales y del correo institucional.

La Política de Comunicaciones de la Fundación Universitaria María Cano es de carácter nacional y cumple con los requerimientos del estado colombiano en los aspectos detallados en la Ley 30 de 1992; "Por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior"; la Ley 1188 de 2008 "Por el cual se regula el registro calificado de programas de educación superior y se dictan otras disposiciones"; la Ley 1324 de 2009 "Por el cual se fijan parámetros y criterios para organizar el sistema de evaluación de resultados de la calidad de la educación, se dictan normas para el fomento de una cultura de la evaluación, en procura de facilitar la inspección y vigilancia del Estado y se transforma en ICFES"; el Decreto N. 1075 de 2015, que expide la reglamentación única del sector de la educación; el Modelo de Acreditación del CNA que contempla características para los procesos de comunicación organizacional en las IES del país, con el fin de divulgar la información, acorde con los lineamientos del gobierno nacional; así como la Resolución N. 12220 de 2016, por medio de la cual el Ministerio de Educación Superior regula la publicidad que realizan las Instituciones de Educación Superior.



María Cano
Fundación Universitaria

II. LA COMUNICACIÓN EN LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO

La Fundación Universitaria María Cano es una institución de educación superior fundada en 1988 en la ciudad de Medellín, Departamento de Antioquia, República de Colombia. La institución lleva el nombre de una importante líder política de Antioquia, María de los Ángeles Cano Márquez, conocida como la Flor del Trabajo, quién defendió los derechos de los trabajadores y las clases menos favorecidas de la sociedad.

En la actualidad la María Cano tiene programas de pregrado y postgrado, reconocidos por el Ministerio de Educación Nacional, en las ciudades de Medellín, Cali, Neiva y Popayán. Por ser una Institución de presencia nacional hay diferencias culturales y públicos objetivos para sus programas de pregrado, posgrado y formación continua, se hace necesario generar una cultura de socialización y comprensión de la información, que responda a los principios institucionales de respeto, equidad, excelencia, liderazgo, transparencia y responsabilidad; al tiempo que se enaltezca la vida y la obra de María de los Ángeles Cano Márquez, quien se destacó siempre por su liderazgo social, sus escritos, su defensa de los derechos de los trabajadores, incluido el de la información, su amor por las artes, las letras y el mundo académico.

De esta forma, la María Cano, con la presentación de una política de comunicaciones, responde a los intereses de sus diferentes grupos de interés, de las cambiantes dinámicas de la comunicación, de la regionalización institucional y del dinamismo transversal que permite el trabajo en equipo y la transmisión constante de información que permita el posicionamiento y el crecimiento como organización.

La María Cano respeta y reafirma la importancia de los procesos de comunicación, la necesidad de incluir a sus usuarios y públicos de interés en los mensajes y noticias que se generen a través de la Oficina de Comunicaciones, como una integradora del accionar a través de los Planes de Desarrollo y de los respectivos planes de acción.

La comunicación es un compromiso institucional que busca generar identidad, que responde a los artículos de la constitución política de Colombia, en donde se garantiza el libre derecho a la información y a la expresión; al tiempo que permite inclusión de todos los integrantes de la comunidad universitaria, sin señalamientos o discriminaciones.

Con su presencia en Medellín, Cali, Neiva y Popayán; así como la plataforma Mariacanovirtual, el centro de estudios ha enfrentado el reto de generar cultura de la información en sus integrantes, de buscar el respeto de la identidad y de mantener informado a sus públicos internos, externos y potenciales.

Igualmente, la constante evolución de los medios de comunicación, la inmediatez, la multiculturalidad, la consolidación de las redes sociales, el dinamismo de los programas académicos, las propuestas de proyección social y el alcance de las investigaciones, predominan en la presentación de una Institución de Educación Superior que necesita informar, generar cultura, sensibilizar e interactuar con los integrantes de la sociedad.

www.fumc.edu.co

Medellín, Calle 56 N° 41-90 / Nit. 800.036.781-1
Tel: 402 55 00 / Línea Gratuita Nacional 01 8000 412266
Medellín • Cali • Neiva • Popayán

La comunicación de la María Cano presenta información y noticias de interés, no es el medio para reflejar el accionar propio de cada área, que está ligado al tipo de contratación o cumplimiento de metas; diferencia claramente lo que es información y un informe de gestión.

El pilar fundamental de la comunicación en la María Cano es el respeto, el cuidado del buen nombre, la sana convivencia, el respeto por la norma y el bienestar de todos los integrantes de la comunidad universitaria.

III. ASPECTOS ORIENTADORES DE LA COMUNICACIÓN EN LA MARÍA CANO

El ejercicio comunicacional en la María Cano es transversal y de soporte a todas las áreas, por lo tanto, está alineado a los propósitos organizacionales, de manera que la calidad del trabajo se enmarque en la presentación de la información institucional, se vele por el cuidado de la identidad y se responda por los procesos de socialización que se requieren para generar adhesión y participación por parte de todos los actores de los procesos misionales de la Institución.

La comunicación de la María Cano se basa en aspectos fundamentales para su accionar:

1. **Identidad e imagen:** Es el cuidado que se tiene para que la María Cano sea identificada por unos atributos especiales, que se mantenga alineada a la filosofía corporativa y que se respete a pesar de la diferencia de programas académicos, ciudades, culturas o formas de pensar de los integrantes de la comunidad universitaria.
2. **Comunicación organizacional:** Permite que los públicos de la Institución identifiquen la información que se les presenta con el cumplimiento del Plan de Desarrollo, de manera que se encuentre una alineación directa entre lo que la María Cano dice que hace y lo que realmente hace para el beneficio de la sociedad.
3. **Comunicación interna:** brinda a los diferentes actores de la vida universitaria información, veraz, pertinente, oportuna y ágil sobre lo que sucede al interior de la Institución, de manera que se forme comunidad y adhesión al pensamiento María Cano, que es el que responde a los ideales de María de los Ángeles Cano Márquez.
4. **Comunicación externa:** Es la ventana de la María Cano, su relación con los públicos externos y potenciales, la difusión de la información ante aliados estratégicos y la sociedad, el apoyo a áreas, como Mercadeo, para presentar su accionar y generar nuevos lazos de acercamiento y apoyo al diario acontecer institucional.
5. **Marca:** Se generan lineamientos estratégicos que permiten la identificación de la marca, las campañas a trabajar para cada periodo, la forma de presentar el paso por la

María Cano como una experiencia que se adhiere a la construcción no solo de profesionales, sino de personas que llevan impreso los principios de la Institución.

6. **Noticias:** La publicación de contenidos de alto impacto, resultado del accionar académico y administrativo, que se adhieren a la reputación como Institución de Educación Superior comprometida con el país y con sus habitantes.
7. **Eventos:** El apoyo a las áreas que las actividades institucionales sean realizadas con esmero y cuidado, de manera que reflejen la calidad de los servicios María Cano.

IV. OBJETIVOS DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES DE LA MARÍA CANO

Objetivo general

Establecer lineamientos claros y coherentes que permitan articular los diferentes procesos de comunicación de la Fundación Universitaria María Cano, con el fin de brindar orientaciones de carácter local, regional y nacional, que generen difusión, posicionamiento y recordación.

Objetivos específicos

1. Generar información a toda la comunidad universitaria, con criterios adecuados y lenguaje institucional.
2. Garantizar el relacionamiento de la Institución con sus públicos de interés.
3. Dar a conocer el quehacer institucional y su coherencia con la normatividad del estado colombiano y con la reglamentación de la María Cano.
4. Divulgar el accionar en las diferentes sedes.
5. Fortalecer la cultura organizacional.
6. Segmentar públicos con información apropiada, acorde con sus características.
7. Cuidar la imagen visual de la María Cano.
8. Definir medios de comunicación apropiados y necesarios para el posicionamiento institucional.

V. ALCANCE DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES

La Política de Comunicaciones de la Fundación Universitaria María Cano es transversal a todas las áreas y sedes de la Institución, de obligatorio cumplimiento y de asesoría estratégica para acompañar todos los procesos de posicionamiento.



María Cano
Fundación Universitaria

Se orienta a generar sinergia y cohesión entre los actores del accionar de la María Cano y permite la vinculación de colaboradores, profesores, estudiantes, investigadores, egresados y aspirantes.

Las comunicaciones institucionales buscan fomentar la dinámica universitaria y conformar comunidad, alineada con la filosofía institucional en todos sus aspectos.

El vocero oficial de las comunicaciones de la María Cano es el rector, en su calidad de representante legal y podrá ser reemplazado por la persona que delegue mediante memorando, aplica para las sedes Medellín, Cali, Neiva y Popayán.

VI. CARACTERÍSTICAS DE LAS COMUNICACIONES EN LA MARÍA CANO

Transparencia: La información que publica y comunica la María Cano es basada en hechos reales, acontecimientos que se pueden evidenciar y que cuentan con los diferentes registros audiovisuales, acorde con la rectitud que debe enmarcar el accionar de una Institución de Educación Superior.

Oportunidad: La comunicación de la María Cano debe estar al día con los acontecimientos que sucedan y que sean de especial interés para los públicos institucionales, es vigente y aporta a la construcción de identidad.

Veracidad: Los hechos hablan por sí solos, no se maquillan, no se disfrazan, ni se representan según la conveniencia de quienes los presentan. Deben regirse a la normatividad del Gobierno Nacional y a los direccionamientos institucionales.

Cobertura: Se da paso a un sentido de equidad para todas las sedes de la Institución, donde se represente la presencia de la María Cano en diferentes zonas de país, enmarcada en parámetros de inclusión y respeto para toda la comunidad interna y externa.

Planeación: La comunicación institucional es correctamente planeada, consultada con las fuentes, tiene tiempos estipulados para su aplicación y es liderada por la Oficina de Comunicaciones a través de personal calificado, titulado en comunicaciones y con experiencia en el medio.

VII. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONALES

La Fundación Universitaria María Cano cuenta con medios de comunicación que tienen fines específicos y con tiempos estipulados de trabajo, de manera que se busca la interacción de las diferentes áreas estratégicas, con las de apoyo administrativo para mantener informada a la comunidad interna, externa y potencial, sin alteraciones de la planeación y evitando la infoxicación o exceso de información.

www.fumc.edu.co

Medellín, Calle 56 N° 41-90 / Nit. 800.036.781-1
Tel: 402 55 00 / Línea Gratuita Nacional 01 8000 412266
Medellín • Cali • Neiva • Popayán



María Cano
Fundación Universitaria

Los medios de comunicación oficiales de la María Cano servirán para transmitir hechos relevantes, de impacto que generen sentido de pertenencia y aumento de la reputación; no se confunde con actividades promocionales encaminadas a ventas.

La comunicación de la María Cano transmite mensajes para sus públicos objetivos, los segmenta, los mantiene informados y los encamina a conocer el alcance del accionar institucional, generando concepto de comunidad y de orgullo.

Los medios de comunicación de la María Cano son:

1. Correo institucional

Definido por el dominio *@fumc.edu.co* y es de uso estricto para información relacionada a la actividad académica, administrativa, de proyección social, de extensión y de investigación. El correo institucional no transmite información personal o de otras organizaciones, debido a que su función está ligada a la academia y no a la promoción externa.

A través del correo institucional solo se remite información de carácter general y denominada como abierta, es decir que responde a necesidades de la María Cano y no de áreas específicas.

2. Boletines

Los boletines permiten dar a conocer información del diario acontecer a nivel nacional, la programación de actividades, el pensamiento de la alta dirección sobre temas específicos, la coherencia con el accionar de María de los Ángeles Cano Márquez, personajes destacados de los públicos internos (estudiantes, profesores, colaboradores, egresados), campañas que generen coherencia con la filosofía institucional y los servicios que presta la Institución.

Los boletines podrán tener una periodicidad según las necesidades en momentos específicos de la María Cano, al tiempo que se emiten boletines de última hora sobre situaciones que no dan espera y necesitan ser comunicadas, debido al carácter de urgencia.

Áreas específicas y de apoyo al accionar institucional pueden tener sus propios boletines para sus bases de datos específicas, respetando los lineamientos brindados por la Oficina de Comunicaciones, periodicidad y las características de comunicación brindadas en el presente documento.

Las áreas de trabajo deben garantizar la entrega oportuna de información, datos, convocatorias e invitaciones para ser incluidas en los boletines y evitar el uso excesivo de correos con información exclusiva de unidades académicas y administrativas, lo que puede generar infoxicación en los destinatarios del proceso comunicativo.

3. Redes sociales

Las redes sociales de la María Cano permiten la interacción de la Institución con la comunidad, transmiten información sobre hechos específicos de la comunidad universitaria, permiten establecer contacto mutuo o mostrar grandes logros que generan sentido de pertenencia, son

www.fumc.edu.co

Medellín, Calle 56 N° 41-90 / Nit. 800.036.781-1
Tel: 402 55 00 / Línea Gratuita Nacional 01 8000 412266
Medellín • Cali • Neiva • Popayán

utilizadas para publicidad paga de productos o servicios que cuenten con identidad institucional, pero es seleccionada la publicación según la discreción de la Oficina de Comunicaciones y siempre se cuenta con los datos de contacto de un responsable directo, con experticia y conocimiento del tema, que atenderá las dudas e inquietudes de los usuarios.

Las redes sociales de la María Cano responden a criterios informativos, de posicionamiento de marca y de entretenimiento, según lo establecido por los lineamientos comunicacionales.

Es decisión de la Oficina de Comunicaciones qué se publica, cuando, con qué intensidad, en qué momento o la pertinencia de un mensaje. Así como las redes que tiene la Institución.

Las redes sociales velan por el respeto de la comunidad universitaria y no dan lugar a comentarios malintencionados que afecten la moral o el buen nombre de la Institución o de sus integrantes.

4. Carteleras digitales

Son medios de comunicación administrados desde la Oficina de Comunicaciones, a través de los cuales se comparten tres énfasis institucionales: programación de actividades, mensajes de sensibilización social y ciudadana, noticias de actualidad. Las carteleras de la María Cano están ubicadas en las diferentes sedes a nivel nacional y permiten ser segmentadas, acorde con la región en la que tienen operatividad. La programación de las carteleras digitales de la María Cano es realizada semanalmente y se nutre con la información del accionar de las facultades o dependencias.

Los mensajes de sensibilización social o ciudadana tienen dos vertientes: los que responden a campañas identificadas y definidas por la María Cano, así como los de servicio común, libre acceso y que son compartidos a través de los proveedores de sistemas que lideran el canal electrónico que facilita la operatividad de las carteleras digitales.

5. Portal web

Es el principal medio de comunicación institucional, de libre acceso y consulta por los públicos en los diferentes lugares. El portal de la María Cano es de administración conjunta por Comunicaciones, Mercadeo y Sistemas, para responder a las diferentes necesidades de la comunidad universitaria.

Desde Comunicaciones, el portal María Cano tiene la función de presentar las noticias a nivel nacional, dar a conocer la normatividad institucional y generar una acción 360° con enlaces a los boletines, los correos electrónicos y las redes sociales.

Desde Mercadeo el portal permite la promoción de programas académicos de pregrado, posgrado y extensión para el posicionamiento ante los públicos objetivo.

Desde Sistemas se presenta la funcionalidad de los servicios de la María Cano y la usabilidad de herramientas tecnológicas que facilitan la vida de la comunidad universitaria.



María Cano
Fundación Universitaria

6. Programación +Puntual

Es la presentación de cada una de las actividades que se realiza en la María Cano en sus sedes Medellín, Cali, Neiva y Popayán; permitiendo conocer fecha, hora, lugar, responsable, datos de contacto, dirección, medio de inscripción y duración.

Cada una de las actividades cuenta con identidad, acorde con los lineamientos corporativos y puede ser consultada en la parte superior del portal www.fumc.edu.co a través del botón +Puntual.

7. Canal de YouTube

Permite la comunicación audiovisual de la Institución, en donde los legitimadores son la base fundamental del trabajo. Mediante videos y testimonios, se dan a conocer actividades y logros institucionales, al tiempo que se destaca el accionar profesional y personal de los integrantes de la comunidad María Cano.

VIII. SEGMENTACIÓN DE PÚBLICOS

Las comunicaciones en la María Cano buscan llegar de manera precisa, clara y directa a los públicos objetivos, es por este motivo que se cuenta con una segmentación de los diferentes grupos, de manera que todas las estrategias de comunicación se ajusten a la realidad, motivación e intereses de cada grupo; lo que genera mayor asertividad en la entrega de la información.

La segmentación y precisión de cada grupo permite que la Institución cuente con datos claves sobre las preferencias y formas de acceder a la comunicación, por parte de cada uno, de manera que los mensajes entregados produzcan el impacto deseado en todas las sedes de la María Cano y sus zonas de influencia.

Directivas Institucionales:

Grupo formado por Asamblea, Consejo Superior, Rector, Vicerrectores, Directores de Programas Académicos, Directores de Departamento, Jefes de Áreas y órganos de gobierno.

Profesores e Investigadores:

Profesores con diferentes modalidades de contrato, como tiempo completo, medio tiempo, hora cátedra y los que accedieron al Escalafón profesoral: Auxiliar, Asistente, Asociado y Titular. De igual manera se incluyen los investigadores en sus diferentes clasificaciones.

Estudiantes:

Son todas las personas que están matriculadas en los diferentes programas de la María Cano; pregrado, posgrado y formación continua.



María Cano
Fundación Universitaria

Egresados:

Personas que terminaron su plan de estudios en la María Cano y que recibieron su título profesional o posgradual.

Colaboradores:

Personal Administrativo y de servicios generales de todas las facultades jefes de servicio, personal técnico, etc. en el que incluimos a todas las profesionales vinculadas con la gestión.

Aspirantes:

Son las personas que aún no hacen parte de la Fundación Universitaria María Cano, pero que están interesadas o pueden estar interesadas en su oferta académica y en sus servicios.

Agencias de Práctica:

Son las personas que integran las organizaciones en las cuales los estudiantes de la María Cano ponen sus conocimientos al servicio de la comunidad.

Medios de Comunicación:

Generadores de información y de opinión a los cuales la María Cano presenta su accionar y sus principales logros, con el objetivo de alcanzar posicionamiento y cobertura.

Padres de Familia o acudientes:

Son las personas cercanas a los aspirantes y que pueden influir de manera directa en la toma de decisión.

Comunidad en general:

Todo integrante de la sociedad que está atento a la información y al proceso comunicativo de la María Cano.

IX. EL DISEÑO GRÁFICO

La línea gráfica de la Fundación Universitaria María Cano responde al Manual de Identidad aprobado por la Rectoría y que está ligado a la creación de la nueva identidad institucional de la María Cano. Los colores, formas, tipos de letra, diagramación, planimetría, usos correctos e incorrectos de la imagen, las aplicaciones, la señalización y los suvenires responden al citado Manual, el cual está liderado en su cumplimiento por la Oficina de Comunicaciones.

La identidad de los programas, de las campañas y las actividades a realizar en todas las sedes, es brindada por las comunicaciones de la María Cano y se entregan los formatos editables para la aplicación por parte de las áreas que cuentan con diseñadores, como es el caso de Virtualidad y Mercadeo.

El Manual de Identidad institucional es una propuesta comunicacional y se debe acatar y cumplir por todos los integrantes de la comunidad universitaria.

www.fumc.edu.co

Medellin, Calle 56 N° 41-90 / Nit. 800.036.781-1
Tel: 402 55 00 / Línea Gratuita Nacional 01 8000 412266
Medellin • Cali • Neiva • Popayán



María Cano
Fundación Universitaria

X. LOS MENSAJES

Los mensajes institucionales cumplen con las características de comunicación, citadas en el numeral VII (transparencia, oportunidad, veracidad, cobertura y planeación). Son cuidadosamente revisados por la Oficina de Comunicaciones y distribuidos a través de los medios de comunicación institucional.

Los mensajes de felicitación, condolencias, noticias y logros deben estar relacionados con situaciones presentadas hasta el primer grado de consanguinidad y tendrán la misma aplicación para la sede Medellín y las sedes en otras ciudades. Se hace uso primordial de idioma español, sin aplicaciones de frases regionalistas, lo que afecta la identidad nacional de la María Cano.

XI. LAS IMÁGENES

Se da prioridad al uso de imágenes propias, con legitimadores institucionales, teniendo en cuenta las características del genotipo de cada región, por lo que se hace necesaria y fundamental la toma constante de imágenes de apoyo por parte del personal de comunicaciones.

Las imágenes de bancos internacionales de fotografía, pueden ser usadas única y exclusivamente cuando no se cuente con las características propias institucionales que permitan realizar un trabajo visual de calidad. En este sentido se usan: bancos de imágenes pagos a los que la María Cano tiene acceso y bancos de imágenes libres, dando los respectivos créditos.

En las imágenes propias, los legitimadores firman un formato de consentimiento informado, con el cual garantizan el derecho que ceden a la Institución para hacer uso de las mismas en publicidad y promoción.

XII. EVENTOS

Los eventos de la María Cano son cuidadosamente programados, planeados, ejecutados y evaluados, de manera que se vele por el manejo impecable de la imagen institucional, la socialización, promoción, creación de identidad y proyección de logística.

Los eventos cuentan con un comité organizador, en donde se destaca la asignación de un líder que da las directrices sobre las actividades a seguir, hace los requerimientos, separa los espacios y puede tomar decisiones de último momento. Se deben programar con el tiempo necesario, según sus características:

- Interno: 15 días de anticipación
- Local: 1 mes de anticipación

www.fumc.edu.co

Medellín, Calle 56 N° 41-90 / Nit. 800.036.781-1
Tel: 402 55 00 / Línea Gratuita Nacional 01 8000 412266
Medellín • Cali • Neiva • Popayán



María Cano
Fundación Universitaria

- Regional: 3 meses de anticipación
- Nacional: 6 meses de anticipación
- Internacional: 1 a 1.5 años de anticipación

Los eventos de la María Cano internos y locales, son difundidos como noticias antes y después de su realización, a través de los medios de comunicación. Los eventos regionales, nacionales e internacionales, cuentan con micro sitio en el portal web www.fumc.edu.co para facilitar su socialización, inscripciones y contactos. Desde Comunicaciones se realiza la toma de imágenes, la creación de la identidad, los acuerdos con los líderes para la generación de contenidos “tipo noticias”; al tiempo que se entregan los formatos editables al área de mercadeo para su promoción y comercialización.

La conformación de los grupos de trabajo de los eventos es potestad de las vicerrectorías a las que están adscritas las áreas proponentes, al tiempo que se designa el líder o interlocutor con la alta dirección institucional.

XIII. RESPONSABLE DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES

La Oficina de Comunicaciones, adscrita a la Vicerrectoría de Extensión y Proyección Social es la gestora de la política. La implementación de la misma hace necesario el respeto de las propuestas por parte de las demás áreas pares, quienes deben trabajar de manera armoniosa para el alcance de los objetivos comunicaciones de la Institución.

Se hace necesario el trabajo colaborativo con las Vicerrectorías y sus áreas de soporte para que se generen comunicaciones que respondan a las necesidades de estudiantes, profesores, egresados, colaboradores, quienes a su vez serán fuentes primordiales de información.

La comunicación de la María Cano trabaja en forma alineada, como fuente de información y lineamientos gráficos, audiovisuales e informativos; para que el área de Mercadeo, junto a las facultades y centro de apoyo, cumplan con sus objetivos de promoción y comercialización que permitan la sostenibilidad institucional.

XIV. AUTOEVALUACIÓN Y MEJORAS DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES

La Política de Comunicaciones está sujeta a los procesos de autoevaluación que realice la María Cano, por lo tanto, es susceptible a mejoras a través de requerimientos que se hagan ante el Grupo Primario de la Institución, en donde participa la alta dirección a nivel nacional.

www.fumc.edu.co

Medellín, Calle 56 N° 41-90 / Nit. 800.036.781-1
Tel: 402 55 00 / Línea Gratuita Nacional 01 8000 412266
Medellín • Cali • Neiva • Popayán

MANUAL DE LA CULTURA DEL SERVICIO AL USUARIO

I. PRESENTACIÓN

La Fundación Universitaria María Cano es una Institución de Educación Superior con más de tres décadas de trabajo académicos y presencia en Medellín, Cali, Neiva y Popayán. Cuenta con más de cuatro mil estudiantes, catorce mil egresados y cada año beneficia a comunidades vulnerables a través del trabajo de proyección social que realiza de manera conjunta con sus profesores, asesores de práctica, estudiantes y directivos de la Institución.

Para la María Cano sus usuarios internos y externos son fundamentales para cumplir con su filosofía institucional, los cuida y los atiende no solo por el deber que tiene como Institución Universitaria de prestar un buen servicio, sino por la convicción firme de generar valor agregado y de responder a los principios institucionales de respeto, equidad, excelencia, liderazgo, transparencia y responsabilidad.

Sus públicos: estudiantes, profesores, egresados, colaboradores, fundadores, aspirantes y comunidad en general, son la principal motivación para el accionar de los trabajos realizados en la Institución.

Es por este motivo que, la María Cano, establece lineamientos de servicio al usuario, que faciliten la atención oportuna, eficiente, coherente, con responsabilidad, unificada a nivel nacional y respondiendo a criterios de amabilidad, sencillez y claridad.

La presencia en diferentes regiones, la actualización de la plataforma tecnológica, la política constante de calidad y la puesta en marcha del Plan de Desarrollo 2017 – 2026 “Construyendo Futuro” lleva a la Institución a ver a los usuarios como el principal eje de posicionamiento y difusión del accionar, de manera que se garantice una atención sin contratiempos, integral, que responda a los derechos y necesidades de los usuarios.

II. OBJETIVOS

Definir los principales lineamientos de servicio al usuario, estableciendo la prioridad que tiene la calidad, el respeto, la agilidad y la eficiencia para generar valor y reputación en la prestación del servicio.

Entender que el servicio y el direccionamiento institucional siempre está dirigido a satisfacer al usuario, pero que se pueden dar diferentes niveles de aceptación, los cuales deben ser correctamente entendidos por quienes forman parte de la marca María Cano.

Establecer rutas para atender peticiones, quejas, reclamos, sugerencias, recomendaciones y felicitaciones de manera rápida y sin contratiempos.



María Cano
Fundación Universitaria

Generar una cultura del servicio al usuario donde prevalezca la atención y el cuidado del nombre Fundación Universitaria María Cano, sin olvidar que el usuario es la razón de ser de la Institución.

III. ALCANCE

El presente manual de servicio al usuario genera lineamientos de servicios, parámetros de atención, especificidades de trato y medios que facilitan la gestión del proceso y el acceso a la información de libre conocimiento para los usuarios internos y externos de la Fundación Universitaria María Cano.

IV. NORMATIVIDAD

Con el objetivo de socializar, aplicar y medios el servicio al usuario, la Institución se ajusta a los direccionamientos dados por la alta dirección universitaria a través de reglamentos, actualización curricular, circulares, resoluciones rectorales y demás documentación en la que se base el accionar de la María Cano.

Vale la pena destacar que se enmarca el servicio, respondiendo a:

- Misión
- Visión
- Principios
- Plan de Desarrollo
- Planes de Acción
- Reglamento Académico
- Normatividad Institucional vigente

V. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

Para tener una relación directa y unificada con la terminología establecida en el Manual de Servicio al Usuario, la María Cano se apoya en las definiciones brindadas por la Real Academia de la Lengua Española – RAE – que sirven de soporte para la consolidación de un lenguaje institucional de servicio:

Calidad:

Adecuación de un producto o servicio a las características especificadas de superioridad o excelencia.

Consulta:

Acción de atender al usuario en un espacio de tiempo determinado para solucionar sus necesidades.

www.fumc.edu.co

Medellín, Calle 56 N° 41-90 / Nit. 800.036.781-1
Tel: 402 55 00 / Línea Gratuita Nacional 01 8000 412266
Medellín • Cali • Neiva • Popayán



María Cano
Fundación Universitaria

Derecho:

Facultad de hacer o exigir todo aquello que la ley o la autoridad establece en nuestro favor, o que el dueño de una cosa nos permite en ella.

Felicitación:

Acción o efecto de elogiar.

Inconformidad:

Cualidad o condición que no cumple con lo esperado.

Petición:

Escrito que se presenta ante un juez.

Protocolo:

Secuencia detallada de un proceso de actuación científica, técnica, médica u organizacional.

Proveedor:

Persona natural o jurídica que entrega o presta un servicio de acuerdo con las condiciones acordadas con el usuario.

Queja:

Expresión de dolor, pena, sentimiento o insatisfacción.

Reclamo:

Oposición a algo considerado injusto.

Recomendación:

Autoridad, representación o calidad por la que algo se hace más apreciable y digno de respeto.

Requerimiento:

Aviso, manifestación o pregunta que se hace, generalmente bajo fe notarial, a alguien exigiendo o interesando de él que exprese y declare su actitud o su respuesta.

Respuesta:

Satisfacción a una pregunta, duda o dificultad.

Servicio:

Situación laboral o, sobre todo, funcional, en la que una persona desempeña efectivamente el puesto que le corresponde.

Solicitud:

Carta o documento en que se pide algo de manera oficial.



María Cano
Fundación Universitaria

Sugerencia:

Insinuación, inspiración, idea que se sugiere.

Usuario:

Persona que tiene derecho de usar de una cosa ajena con cierta limitación.

Así mismo, se definen unos procesos que son inherentes al trabajo que se debe realizar en la atención al usuario:

Foco de Servicio:

Es el conjunto independiente de actividades circunscritas dentro de límites establecidos y que dependen de objetivos de negocio y de requerimientos existentes a nivel interno y externo.

Flujo de trabajo:

Es la automatización de un proceso de trabajo, durante la que documentos, información o actividades son pasadas de un participante a otro por acción, según las directrices institucionales.

Solicitud de Información:

Derecho que tiene el usuario de la Institución a formular una solicitud respetuosa sobre un proceso, producto o servicio.

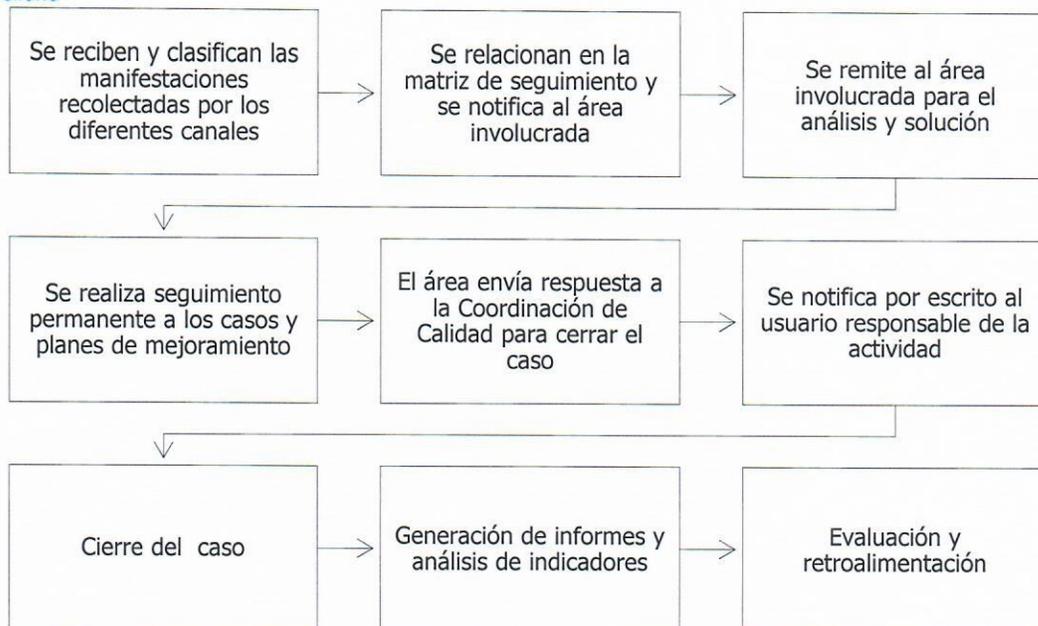
Solicitud de documentos: Son las solicitudes expresadas por un usuario, con el fin de obtener copias de documentos que reposan en la Institución, siempre que éstos no estén sometidos a algún tipo de reserva.

VI. FLUJO DE SERVICIO AL USUARIO

Acorde con los lineamientos brindados por el área de calidad de la Institución, todo usuario que haga un requerimiento a la María Cano, contará con un flujo de servicio que le garantizará la optimización del servicio:

www.fumc.edu.co

Medellín, Calle 56 N° 41-90 / Nit. 800.036.781-1
Tel: 402 55 00 / Línea Gratuita Nacional 01 8000 412266
Medellín • Cali • Neiva • Popayán



VII. CULTURA DEL SERVICIO AL USUARIO

La cultura del servicio al usuario de la María Cano es un pilar fundamental en el accionar de los colaboradores a nivel nacional, está presente en los planes de acción de cada vigencia y se trabaja desde todas las áreas como una estrategia de servicio, interna y externa, que permite satisfacer las necesidades de los usuarios actuales y futuros en las diferentes sedes de la Institución.

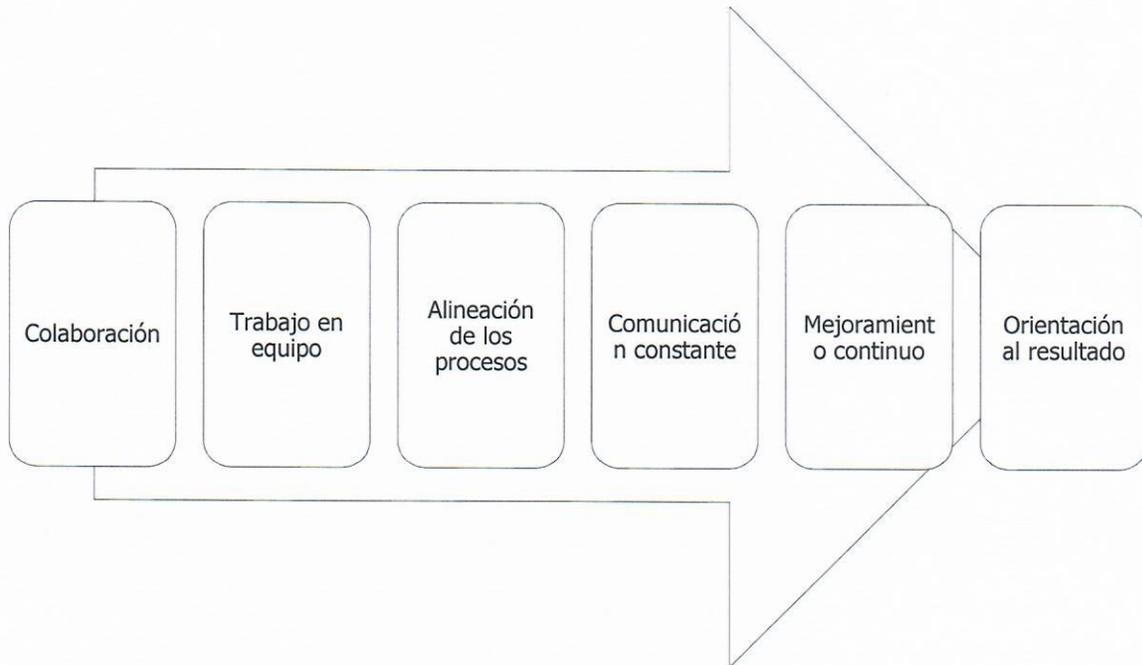
La cultura del servicio está proyectada en las actividades de capacitación institucional, es permeable a todas las áreas de la organización y supervisada en su cumplimiento de manera conjunta por las oficinas de Gestión Humana y de Comunicaciones, trabajando de manera focal en aspectos que deben permear a todos los integrantes de la comunidad universitaria:

- **Colaboración:** Unión de esfuerzos y propósitos que permiten servir de manera espontánea, rápida y eficaz a los demás.
- **Trabajo en equipo:** Tener una meta clara, caminar en la misma dirección institucional, compartir el ideal de la María Cano y la búsqueda de las metas proyectadas por las directivas.
- **Alineación con los procesos:** Permanecer direccionados con la ruta de trabajo de la Institución.



María Cano
Fundación Universitaria

- **Comunicación constante:** Informar e informarse de los trabajos realizados por la Institución para comprender el rol que se cumple en la búsqueda de la calidad y la excelencia.
- **Mejoramiento continuo:** Compromiso para enfocar la actuación del equipo María Cano con miras a superar expectativas, innovar para optimizar y hacer más eficientes los procesos.
- **Orientación al resultado:** Es la búsqueda constante de la ejecución de actividades que lleven al logro de los resultados esperados.



Para generar la cultura del servicio al usuario en la Fundación Universitaria María Cano se debe garantizar la capacitación constante, el trabajo activo y la integración de los diferentes integrantes de la escala organizacional, en donde se trabaje unidos por el usuario y con la convicción de enfrentar momentos de verdad que permitan fortalecer la reputación, con un sentido de grupo, de unidad nacional a través de las diferentes sedes y áreas académicas y administrativas.

Se generan campañas a través de los diferentes medios de comunicación aprobados en la política de comunicaciones de la María Cano, de manera que todos los colaboradores se sientan incluidos y tenidos en cuenta en las decisiones de servicio institucional.

De igual manera, se realizarán sensibilizaciones sobre los resultados logrados en cada vigencia, en donde los avances y el incremento en la satisfacción del servicio sea protagonista, de manera que los colaboradores se apropien de los avances y se sientan protagonistas del cambio, gracias a su buena actitud en el trabajo.

www.fumc.edu.co

Medellín, Calle 56 N° 41-90 / Nit. 800.036.781-1
Tel: 402 55 00 / Línea Gratuita Nacional 01 8000 412266
Medellín • Cali • Neiva • Popayán



María Cano
Fundación Universitaria

La comunicación, como proceso y compromiso institucional, es un factor fundamental para asegurar que la cultura del servicio al usuario se haga presente en cada uno de los colaboradores de la Institución y se presenten resultados, que se evalúan en las diferentes vigencias, de manera que se repliquen los casos de éxito y se intervengan los que tengan problemas de aceptación por parte de los públicos objetivos.

Es fundamental que los integrantes de la comunidad universitaria, en especial, los colaboradores, sean conscientes de la importancia de su compromiso con los usuarios, se interioricen la filosofía institucional, lean el 100% de las comunicaciones institucionales y se conviertan en multiplicadores de la cultura de servicio al usuario.

Los colaboradores y los profesores de la Fundación Universitaria María Cano, entran a ser indispensables en la consolidación de la Cultura del Servicios al Usuario, debido a que son la cara visible de la Institución, están en contacto directo con los públicos objetivos y representan los ideales y principios del accionar. Son quienes ponen en práctica los procesos, tienen su disposición la tecnología y garantizan el alcance de las metas y el cumplimiento de los objetivos.

Los colaboradores y profesores son los llamados a dar testimonio de la efectividad del trabajo en la María Cano, quienes garantizan la coherencia entre lo que la Institución dice que hace y lo que realmente hace; quienes además deben hacer uso de las plataformas tecnológicas organizaciones para que se evidencien cambios, atención y disposición de servir a los usuarios, todo esto se resumen en Cultura del servicio y reconocimiento de la importancia del usuario para la sostenibilidad a corto, mediano y largo plazo.

VIII. ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL USUARIO QUE GENERAN CULTURA

Buzón Cuéntanos

Es un correo que facilita a la comunidad universitaria escribir a una dirección determinada sobre las situaciones que se presentan al interior de la Institución y que afectan el servicio que reciben los usuarios. El buzón está direccionado al área de Calidad de la María Cano, que segmenta el tipo que requerimiento y lo dirige a la dependencia responsable para brindar una respuesta en un tiempo determinado. El correo **cuentanos@fumc.edu.co** es de uso para toda la comunidad universitaria y de fácil acceso a través de un servidor de internet.

Carteleras institucionales

Digitales, con presencia en las sedes Medellín, Cali, Neiva y Popayán, permite segmentar el tipo de información que se ofrece a los usuarios, por áreas específicas, lo que garantiza que cada tipo de público objetivo siempre tendrá información que le permitirá generar sentido de pertenencia y verse incluido en las políticas de comunicación de la María Cano. Las carteleras institucionales generan información semanal sobre actividades, proyectos, estrategias, mensajes de legitimación de la cultura María Cano, temas cívicos y ciudadanos; además permiten que los usuarios también soliciten ser incluidos en los temas informativos.

www.fumc.edu.co

Medellín, Calle 56 N° 41-90 / Nit. 800.036.781-1
Tel: 402 55 00 / Línea Gratuita Nacional 01 8000 412266
Medellín • Cali • Neiva • Popayán



María Cano
Fundación Universitaria

Manual del estudiante

Es un resumen ejecutivo, claro, práctico, coherente, preciso de los principales aspectos que deben conocer los usuarios de la María Cano, del Proyecto Educativo Institucional – PEI, el Reglamento Académico y de las diferentes disposiciones que se generen y que estén relacionadas con el ciclo de vida académico y administrativo. Permite que los usuarios conozcan temas claves para su proceso educativo, de manera resumida y clara, como lo son: inscripción, matrícula, cancelaciones, pérdida de la calidad de estudiante, adiciones, evaluaciones, estímulos, grados, certificados, régimen disciplinario, internacionalización, inglés, egresados, acompañamiento y retención.

Kioskos informativos

Son estaciones de trabajo en línea con presencia en todas las sedes de la Institución a nivel nacional, permiten que los usuarios hagan consultas y procedimientos en sin tener que acercarse a las oficinas, optimizan tiempo y evitan hacer filas, incómodas para los diferentes públicos. En los kioskos informativos se puede ingresar al Manual del Estudiante, acceder al Buzón Cuéntanos, realizar procesos de inscripción a programas de pregrado, posgrado y formación continua, conocer la programación de actividades a nivel nacional, al tiempo que facilita el uso de las herramientas tecnológicas que facilita el área de Sistemas a través de la plataforma Academusoft.

Capacitaciones

Se programan de forma periódica con el fin de fortalecer los aspectos que requieran más apoyo y acompañamiento por parte de los colaboradores y profesores; de acuerdo con las mediciones que se realizan en cada vigencia, se detectan los puntos que requieren más refuerzo y socialización de prácticas externas exitosas que puedan ser implementadas en la María Cano.

Centro de atención al usuario

Espacio donde se tiene un centro de recursos para orientación y acompañamiento a los usuarios de la Institución, donde se cuenta con personal capacitado con acceso a la información a nivel nacional, donde también se pueden resolver dudas, inquietudes, cuestionamientos y preguntas. El centro de atención al usuario está directamente relacionado con todas las estrategias de servicio de la María Cano y es el eje orientador e integrados de los requerimientos a nivel nacional, de manera que se optimice el servicio a los diferentes públicos.

Recursos tecnológicos

Son las diferentes herramientas y servicios a los que pueden acceder los usuarios de la María Cano a través de la plataforma Academusoft y que son definidas por la Dirección de Sistemas de la Institución: inscripciones, matrículas, consultadas, descarga de documentos, pagos en línea, etc.

www.fumc.edu.co

Medellín, Calle 56 N° 41-90 / Nit. 800.036.781-1
Tel: 402 55 00 / Línea Gratuita Nacional 01 8000 412266
Medellín • Cali • Neiva • Popayán



María Cano
Fundación Universitaria

IX. MEDICIONES DE SATISFACCIÓN Y AVANCES EN LA CULTURA

Con el fin de consolidar una cultura del servicio y del mejoramiento continuo, la María Cano realizará mediciones dirigidas a los diferentes públicos que hacen uso de los productos institucionales, con el fin de medir el trabajo realizado, hacer comparativos periódicos con respecto a vigencias pasadas.

Las mediciones de trabajo permiten que se evalúe la calidad en del trabajo, la oportunidad, la amabilidad y disposición del personal, la rapidez y la verdadera actitud de los colaboradores y profesores frente al usuario.

Con base en los resultados obtenidos en las mediciones que se trabajarán con la Unidad de Innovación y Referenciamiento Competitivo, adscrita al Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial, se realizan retroalimentaciones a toda la Institución, de manera que se generen planes de mejoramiento y de sostenimiento.

X. EL LENGUAJE DE SERVICIO

Los usuarios de la María Cano serán tratados en segunda persona “tu” o “usted” acorde con el tipo de público; los estudiantes y aspirantes son más cercanos, quieren formar parte de la familia María Cano, por lo que se genera más cercanía con la persona gramatical “tu”. En el caso de las familias, acudientes, aliados y organizaciones cercanas, se debe usar la aplicación gramatical “usted”.

El lenguaje de atención y servicio a la comunidad universitaria y el público en general, es propositivo, cálido, de respuesta, de acompañamiento y asesoría. Se evitan comentarios inapropiados, que generan bloqueo comunicativo como: no se puede, es difícil, es complejo, es una decisión de Medellín; y términos similares... El usuario de la María Cano debe evidenciar una actitud de servicio, de positivismo, de seguridad y de trabajo por su bienestar.

XI. INDICADORES DE SERVICIO

Una vez realizadas las mediciones de servicio de cada vigencia, se presentan indicadores ante el Comité Primario de Rectoría, que permiten identificar oportunidades de mejora y adelantar las acciones pertinentes, que consoliden la cultura del servicio en la María Cano.

La medición realizada enfatiza en áreas, procesos, colaboradores y profesores, que representen la cultura del servicio, de manera que la alta dirección institucional puede tomar decisiones sobre las acciones a realizar para mejorar la prestación del mismo, acorde con las políticas institucionales.

La cultura del servicio al usuario en la María Cano es un compromiso de todas las áreas de trabajo y de todos los que laboran en la Institución, en su sede principal y en las sedes alternas.

www.fumc.edu.co

Medellín, Calle 56 N° 41-90 / Nit. 800.036.781-1
Tel: 402 55 00 / Línea Gratuita Nacional 01 8000 412266
Medellín • Cali • Neiva • Popayán