

Medellín, 31 de julio de 2024

Señor
HÉCTOR IVÁN RENDÓN VÉLEZ
Director de Planeación
Universidad Católica Luis Amigó
Medellín

71339

Asunto: informe avance de gestión semestre 1 2024.

Cordial saludo.

Como respuesta a la solicitud del avance del informe de gestión del semestre 1 de 2024, anexo el que corresponde a la Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas y la Coordinación de Atención al Usuario y Protección de Datos.

Atentamente,



CARLOS ALBERTO MUÑOZ HENAO
Jefe de la Oficina de Comunicaciones
Y Relaciones Públicas

Anexo: lo enunciado

Copia: Francisco Javier Acosta Gómez, Secretario General

Luz Mery C.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

2024

INFORME DE GESTIÓN

Oficina de Comunicaciones y RRPP



Elaboración de informe

Sección de Comunicaciones y RRPP

Carlos Alberto Muñoz Henao

Jefe

Sección de Protección de Datos y Atención al Usuario

Carlos Hernando Zapata Sepúlveda

Coordinador



Transparencia y Uso de Datos:

La información contenida en los informes de gestión se recopila y utiliza de acuerdo con las directrices establecidas en la Resolución No. 54 de 2016 de la Universidad Católica Luis Amigó. Esta resolución establece los lineamientos para la recolección, procesamiento, y uso de datos, asegurando la transparencia y la rendición de cuentas en todos los procesos administrativos y académicos.

Protección de Datos Personales:

Se garantiza la confidencialidad y seguridad de los datos personales de todos los miembros de la comunidad universitaria, cumpliendo con las normativas vigentes sobre protección de datos. Los datos se utilizan exclusivamente para fines administrativos, académicos y de mejora continua de la institución.

Acceso a la Información:

La comunidad universitaria tiene acceso a los informes de gestión para fomentar la participación activa y la vigilancia de las actividades institucionales. Cualquier consulta o solicitud de información adicional puede ser dirigida a la oficina correspondiente, en conformidad con los procedimientos establecidos por la Universidad.



1. GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y LAS RELACIONES PÚBLICAS

La gestión de la comunicación en la Universidad Católica Luis Amigó ha experimentado mejoras significativas que han fortalecido su capacidad para informar y conectar con la comunidad universitaria. Estos son los puntos destacados:

1. **Rediseño de Boletines Virtuales:** Se ha llevado a cabo un rediseño integral de los boletines virtuales, mejorando su estética y funcionalidad. Este nuevo formato da mayor protagonismo a los eventos y personajes institucionales, haciendo que la información sea más atractiva y relevante para los destinatarios.
2. **Boletines para Cada Centro Regional:** La creación de boletines específicos para cada Centro Regional ha diversificado la información, permitiendo que las comunicaciones sean más locales y relevantes para cada comunidad. Esta estrategia ha mejorado la pertinencia y el alcance de las noticias e iniciativas regionales.
3. **Parrilla de Contenidos para Redes Sociales y Cartelera Digital:** Se ha estructurado una parrilla de contenidos más amena y creativa para redes sociales y la cartelera digital. Esto ha permitido una mayor interacción y *engagement* con la audiencia, utilizando formatos y temas que resuenan más efectivamente con los diferentes públicos de la universidad.
4. **Creación de Nuevos Micrositios y Manuales:** La creación de nuevos micrositios y manuales ha sido fundamental para la estandarización de la información. Estos recursos sirven como guías claras y accesibles para la comunidad universitaria, asegurando la coherencia y la calidad de las comunicaciones.

Estos avances en la gestión de la comunicación han contribuido a una mayor eficiencia y efectividad en la disseminación de la información, fortaleciendo la relación entre la universidad y sus públicos clave.

1.1 Principales Aspectos de la Gestión de Comunicación y las Relaciones Públicas

La Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas es responsable de planificar, organizar, ejecutar, evaluar y controlar la gestión comunicacional y de relaciones públicas de la Universidad Católica Luis Amigó. Además, realiza el seguimiento a la atención de los usuarios con el objetivo de fortalecer la cultura organizacional, proyectar la institución, humanizar el clima laboral, mantener la imagen corporativa, proteger los datos personales y garantizar una atención satisfactoria y oportuna a los usuarios.

Comunicacional Institucional

La Unidad establece un plan de medios que garantiza la operación comunicacional de la Institución. El plan está dividido en tres grandes áreas: Comunicaciones, Diseño y Digital y estas a su vez contienen 4 Sistemas de comunicación. Ellos son:

Comunicación Electrónica

Productos comunicativos generados en diversos diseños y formatos, los cuales son enviados a través del correo electrónico a las diferentes bases de datos Institucionales.

2024-01	
MEDIO	EJECUTADO
Boletines Virtuales <ul style="list-style-type: none"> • Boletín eventos y destacados • Boletín de imágenes y videos • Boletín de noticias 	25
Boletín virtual Apartadó	4



Boletín virtual Manizales	3
Boletín virtual Montería	2
Boletines de prensa	10
Flash Institucional (incluye Capacitación – Academia – Desde Afuera)	302
Comunicados por unidades <ul style="list-style-type: none"> ● Biblioteca ● Bienestar ● Fondo Editorial ● Gestión Humana “Líderes U” ● Investigaciones ● Ocri ● Planeación 	102
Campañas	22
Efemérides	7
Ecoamigó	12

Total: **489**

Comunicación Virtual

Son productos informativos desarrollados en forma de noticias y promoción de eventos. Son ubicados en el sitio web, en la agenda semanal y en el microsítio de cada unidad que lo produce (facultades, dependencias y Centros Regionales).

Se incluyen en este apartado la creación de microsítios que garantizan la estandarización de la información, la documentación del quehacer de las unidades y la sistematización de la información. En tal sentido, se crearon los siguientes microsítios:



- Consultorio Psicológico
- Congreso Internacional de Administración de Empresas

2024--01	
UNIDAD	No.
Institucional	80
Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables	61
Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño	17
Facultad de Derecho y Ciencias Humanas	21
Facultad de Educación y Humanidades	34
Facultad de Ingenierías y Arquitectura	17
Facultad de Psicología y Ciencias Sociales	42
Escuela de posgrados	36
Investigaciones	24
Internacionalización	10
Bienestar	95
Extensión	05
Graduados	40
Biblioteca	9
Fondo Editorial	10
Centros Regionales (Apartadó: 22, Montería: 09, Manizales: 10, Bogotá: 0)	41
Agenda Medellín	249



Agenda Sedes	99
Micrositios	2

Total: 892

Comunicación Visual y Sonora

Son todos los contenidos producidos en formato de videos, los cuales se promocionan en el canal corporativo “Zona U” de YouTube, en el sitio web y es enviado al correo electrónico de los públicos objetivos. Ingresas en este apartado los podcasts a través de Luis Amigo Podcast.

2024-01	
CANAL UNIVERSITARIO “ZONA U”	EJECUTADO
Zona U (Generales - Entre amigos - Aula abierta - reels para redes- Entre libros y pantallas)	80
Conversando con la Academia	2
Campañas	6
Mercadeo Promocionales	6
En 3 Pasos y Sabía qué	2
CANAL DE AUDIO	EJECUTADO
Luis Amigó Podcast	4

Total: 100

- Para este semestre empezamos a apostar por los videos en su mayoría tipo reel, pues este formato no ofrece diferentes ventajas en las Redes Sociales y la comunicación digital, pues estos captan de manera más rápida la atención de las personas y llaman a la interacción.



- Los videos en formato reel, nos han permitido adaptarnos a los dispositivos móviles que es la herramienta que en su mayoría utilizan nuestros usuarios para acceder a las redes sociales. Lo que ofrece una visualización más natural y cómoda sin necesidad de girar el dispositivo.
- La decisión de ir pasándonos al formato reel, también se da desde las nuevas dinámicas que nos ofrecen las plataformas de redes sociales. En la actualidad estas priorizan el contenido tipo reel en su algoritmo, lo que nos permite más probabilidades de aparecer en los feed de los usuarios.
- Los reels, al ser más cortos, dinámicos, precisos, nos han generado más *engagement* y retención con nuestros seguidores y otros públicos alcanzados.
- En el contenido audiovisual, venimos apostando a un contenido fresco, pero educativo, teniendo en cuenta nuestra misión como institución de Educación superior, es por ello que hemos optado por estrategias como:
 - **Aula abierta:** Reel de menos de un minuto donde se brindan datos importantes de temas de interés general o a la vanguardia que sean de interés de todos nuestros públicos.
 - **Entre libros y pantallas:** Un espacio para compartir recomendados de libros y producciones cinematográficas.
 - **Reels Generales:** Nos permiten mostrar la vida universitaria y contar todo lo que en ella acontece, desde eventos hasta, novedades, procesos, servicios y cultura general.

Comunicación Digital

Son todos los contenidos producidos para las redes sociales, 7 en total. Además del trabajo de sostenimiento, atención al usuario y respuesta a PQRS.

- **Redes Sociales**

Seguidores en las redes sociales de Medellín

RED SOCIAL	SEGUIDORES
Facebook	51.200
Twitter	5.945
Instagram	26.300
YouTube	4.990
LinkedIn	36.354

Visitas y búsquedas en Flickr y Google Business

RED SOCIAL	VISITAS
Flickr	9.166.790
Google Business	268.000

- Centros Regionales

Seguidores en las redes sociales de los Centros Regionales

Red Social	Apartadó	Manizales	Montería
Facebook	4.432	6.849	1.083
Instagram	NA	4518	NA



Número de seguidores en redes sociales nacional **2024: 1 - 141.671**

Atención Al Usuario (PQRS)

Medellín

RED	PQRS
Facebook	984
Twitter	4
Instagram	2.563
Google Business	151

Centros Regionales

SEDE	Apartadó	Manizales	Montería
PQRS	282	254	30

Número de PQRS atendidas en el ámbito nacional **2024-1: 4.268**

PUBLICACIÓN DE CONTENIDO

Medellín

RED SOCIAL	CONTENIDOS
Facebook	257 publicaciones 693 historias
Twitter	165 publicaciones
Instagram	263 publicaciones 693 historias
YouTube	71 videos publicados
Flickr	2.216 fotos publicadas 174 álbumes publicados
Google Business	32 publicaciones



Centros Regionales

Red Social	Apartadó	Manizales	Montería
Facebook	94 publicaciones 12 historias	99 publicaciones 20 historias	43 publicaciones
Instagram	NA	99 Publicaciones 200 historias	NA

Número contenido producido en el ámbito nacional **2024-1: 3.362**

Para este semestre, en la red social Instagram, se organizaron las historias para darle protagonismo a las notas destacados, así:

- **Posgrados:** allí se puede visualizar la oferta vigente de la Escuela de Posgrados.
- **Eventos:** en este destacado están los últimos eventos institucionales sin costo.
- **Cursos:** Un espacio solo para los eventos de educación continua o que tienen costo.
- **Noticias U:** el compilado de las noticias institucionales.
- **Fechas importantes:** un recordatorio para la comunidad educativa de las fechas más importantes como prematricula, solicitud de cursos dirigidos, matrícula, solicitud de suficiencias, entre otros.
- **Pregrados:** allí se puede visualizar la oferta académica de Pregrado y Técnicas o tecnologías.
- **Zona U:** allí podrá ver las invitaciones para ver nuestros informativos, y programas audiovisuales de Zona U.
- **Amigonianos:** compartimos las historias de nuestros amigonianos, que nos comparten, sus vivencias.
- **Campus:** allí encontramos las postales de nuestros espacios que son capturados por los miembros de nuestra comunidad universitaria.
- **Podcast:** allí invitamos a escuchar los episodios de Luis Amigó Podcast.



BALANCE REDES SOCIALES Y SITIO WEB

YouTube

- Los usuarios vieron los videos del canal 18.800 veces.
- Tiempo de visualización de 459.6 horas.
- Se adhirieron 127 suscriptores nuevos.

Flickr

- Fotos 8.268.282 visitas
- Galería 562.204 visitas
- Álbumes 335.989 visitas
- Colecciones 315 visitas
- Total 9.166.790 visitas

En total, durante el semestre, se han realizado 168 cubrimientos de eventos institucionales, lo que aumentó significativamente con relación al semestre anterior, donde se registraron 38 eventos.

Facebook

- Alcance: 419.300
- Visitas a la página y al perfil: 71.900
- Nuevos Me gusta de la página de Facebook: 384

Cabe destacar que Facebook es una red que cada vez va más de caída y para un tipo de contenido más estático, sin embargo, hemos logrado mantenerla activa y vigente para nuestros públicos.

Las interacciones en las redes sociales han ido en aumento, teniendo en cuenta la apuesta de contenidos tipo reel, más cortos, con más llamado a la acción en términos de interacción y participación.



Instagram

- Alcance de Instagram: 118.600
- Visitas al perfil de Instagram: 81.900
- Nuevos seguidores de Instagram: 4.105

En Instagram se ha aumentado la publicación de contenidos y hemos apostado al formato tipo reel, que permite, invitar a la interacción, dar dinamismo a la red, humanizar, y llevar un mensaje más cercano a nuestros usuarios.

LinkedIn

- Alcance: 215.688
- Visitas: 7.956
- Nuevos seguidores: 4.688

Cabe destacar que para el caso de LinkedIn hemos aumentado con relación a los años anteriores, el número de publicaciones y la interacción con los usuarios. Así mismo hemos ido aumentando los seguidores en esta red social que de manera particular es para profesionales.

Esta red, a partir del mes de julio del 2024 habilitó la opción de buzón, lo que permitirá el intercambio de mensajes inbox como en las otras redes sociales.

Estadísticas de adquisición del sitio web

Ítem	visitas
Usuarios	351.000
Sesiones con interacción	557.000
Usuarios nuevos	326.000



Visitantes ubicados demográficamente	
Medellín	134.000
Bogotá	85.000
Manizales	16.000
Bello	13.000
Cali	9.7000
Envigado	9.6000
Itagüí	7.400

Nuestro sitio web ha mostrado un crecimiento positivo en varias métricas clave, reflejando la efectividad de nuestras estrategias de atracción y retención de usuarios.

A continuación, se presentan las mejoras y detalles específicos de estas métricas:

- Hemos alcanzado un total de 329,000 usuarios, lo que representa un incremento del 8.5% en comparación con el período anterior.
- La calidad y relevancia del contenido han mejorado, atrayendo a más visitantes.
- Hemos registrado 300,000 usuarios nuevos, lo que indica un aumento del 6.8%.
- Se han implementado estrategias de SEO (Search Engine Optimization) para mejorar la visibilidad del sitio en los motores de búsqueda.
- El tiempo promedio que los usuarios pasan en el sitio es de 1 minuto y 55 segundos, lo cual representa un incremento del 7.8%.



ESTADÍSTICAS DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS

ESTRATEGIA	CONTENIDOS TOTALES
Comunicación Electrónica	489
Comunicación Virtual	892
Comunicación Visual	100
Comunicación Digital	3.362
TOTAL	4.843

- Se editaron **4.843** productos informativos en diferentes formatos: impresos, digitales, televisivos y sonoros.
- De igual forma el se diseñaron **1.200** productos en los diversos formatos de diseño.



1.2 Oficial de Protección de Datos

Con el fin de hacer un informe normativo y de riguroso cumplimiento se parte de los diez (10) dominios que la Guía de Responsabilidad Demostrada establece para dar cuenta de la debida diligencia de la Universidad Católica Luis Amigó en la custodia de los datos de sus titulares.

1. Compromiso de la alta dirección

Con el fin de cumplir con los requisitos de la Guía de Responsabilidad Demostrada se han creado los lineamientos de la alta dirección de la Universidad Católica Luis Amigó para garantizar un enfoque integral y respaldado desde arriba hacia abajo en la protección de la privacidad de los datos personales de su comunidad, para ello se rige por los siguientes supuestos:

Apoyo y asignación de recursos: la alta dirección se compromete a proporcionar los recursos financieros, humanos y tecnológicos necesarios para implementar y mantener el programa de tratamiento de datos personales de manera efectiva. Esto incluye la asignación de presupuesto para capacitación, tecnología de seguridad de la información, personal especializado, entre otros.

Promoción de la cultura de privacidad: la alta dirección se compromete a promover activamente una cultura de privacidad y protección de datos dentro de la universidad, destacando la importancia de la privacidad de los datos en todas las comunicaciones internas y externas.



Cumplimiento normativo: la alta dirección se compromete a garantizar el cumplimiento continuo de la normativa de protección de datos, incluyendo la ley 1581 de 2012 y sus decretos reglamentarios, mediante la asignación de responsabilidades claras y la supervisión periódica del cumplimiento.

Participación activa en la gobernanza de datos: la alta dirección se compromete a participar activamente en los procesos de toma de decisiones relacionados con el tratamiento de datos personales, incluyendo la revisión y aprobación de políticas, procedimientos y medidas de seguridad de la información.

Transparencia y rendición de cuentas: la alta dirección se compromete a ser transparente en relación con las prácticas de tratamiento de datos personales de la universidad, proporcionando información clara y accesible sobre cómo se recopilan, utilizan y protegen los datos personales de los individuos.

Liderazgo en la gestión de incidentes: la alta dirección se compromete a liderar la respuesta a incidentes de seguridad de datos personales, asegurando una comunicación efectiva tanto interna como externa en caso de violaciones de seguridad.

Fomento de la innovación responsable: la alta dirección se compromete a fomentar la innovación en el tratamiento de datos personales de manera responsable y ética, asegurando que cualquier nueva iniciativa respete los derechos de privacidad de los individuos.

Ejemplo de buenas prácticas: la alta dirección se compromete a servir como ejemplo de buenas prácticas en el tratamiento de datos personales, cumpliendo rigurosamente con las políticas y procedimientos establecidos y demostrando un compromiso personal con la protección de la privacidad.

2. Presentación de informes

Actividad	Estado
Reporte de incidentes de seguridad, Art. 2,1 numeral g, Circular externa 2/2015 (15 días hábiles después de identificado el incidente)	Un (1) caso reportado, sucedido el lunes 26 septiembre 2022- entre 13:20 y 14:15, se tiene radicado de la SIC, el incidente fue cerrado.
Generación de documento de clasificación de datos personales para guardianes de datos (público, semiprivado, privado, sensible)	Primera versión diciembre de 2023, se está actualizando permanentemente.
Actualización de las 58 bases de datos con su respectivo ciclo RAUCS.	El 18 de enero se envió el primer comunicado para ir realizando las actividades para actualizar las 58 bases de datos con las que cuenta la institución a nivel nacional. El 19 de enero se enviaron a los diferentes guardianes las bases de datos y los ciclos RAUCS que serán actualizadas para este año 2024.
Registro de bases de datos ante la SIC, Art. 2,3, Circular externa 2/2015 (Entre el 2 de enero y el 31 de marzo)	Se cumplió con la actualización de las 58 bases de datos antes la SIC, habiendo además realizado la actualización del ciclo de vida del dato RAUCS por cada una de las bases registradas.
Reporte de reclamos ante la SIC (15 primeros días de febrero y	Se ha cumplido con este requisito se tienen los radicados expedidos por la SIC que dan cuenta de este procedimiento



agosto) Art. 2,3 Circular externa 2/2015.	
Control y supervisión de medidas efectivas de cumplimiento con las bases de datos de carácter sensible.	Se viene revisando el proceso de aplicación de medidas efectivas de cumplimiento con los guardianes de datos que tienen datos sensibles.
Inducción en tratamiento de datos para empleados nuevos	Cada que hay ingreso de personal nuevo a la institución se realiza la presentación de la coordinación de Habeas Data que incluye exposición magistra, teoría de casos y presentación del esquema general de la protección de datos en la institución, en ella se presenta la política, los procedimientos, el manual de tratamiento de datos entre, otros.
Actualización permanente del curso virtual de protección de datos personales.	En esta labor realizó la revisión permanente del curso para incluir cambios normativos, revisión de contenidos, actualización de nuevas leyes y modificación de estructura del curso y las preguntas de los cuestionarios.
Profesor de los alumnos que se inscriben al curso virtual de protección de datos	Como parte de la coordinación de Habeas Data en la institución actuó como docente del curso de protección de datos, en el cual resuelvo dudas, participo en los foros de discusión y certifico a los participantes al final del curso.
Curso de capacitación a guardianes de datos personales (dos al año)	La capacitación a guardianes de datos se realiza de forma presencial y se invita a cada guardián de datos a realizar el curso virtual de tratamiento de datos



	que es obligatorio, además les pedimos fomentar en las diferentes unidades la buena práctica de realizar el curso.
Revisión de medidas de seguridad con el Departamento de Infraestructura y el Sistema Universitario de Información.	Se ha enviado nuevamente a las unidades de Infraestructura y al Sistema Informativo de Información la encuesta de caracterización de las 26 preguntas que sobre el tema expide la Superintendencia de Industria y Comercio, se aclara que son los requisitos mínimos que se deben tener institucionalmente. Se espera su devolución con el fin de registrar el misma ante la SIC.
Promoción de la implementación de la matriz de riesgos en tratamiento de datos personales en la institución.	Se ha comenzado con el levantamiento de matriz de riesgos por bases de datos lo que nos dará una matriz de riesgos global, se tiene estimado que para septiembre de este año la matriz de riesgos en protección de datos esté concluida.
Velar por la implementación de auditorías en seguridad de la información, los sistemas de información y Habeas Data.	Se tienen previstas las auditorías a estas tres áreas para el año 2024. La coordinación de este procedimiento está en cabeza de la Dirección de Planeación institucional.
Levantamiento de los avisos de privacidad de la información para los consultorios psicológicos, jurídico y médico. Febrero de 2024 última actualización.	Como requisito legal y siguiendo los lineamientos del numeral 2,3 de la Guía de Responsabilidad demostrada se han creado las Políticas de Privacidad para los consultorios Sicológico, Jurídico y Médico. Que puede ser consultado en la intranet y en las carteleras de los tres consultorios.



<p>Actualización de la Política de Tratamiento de datos personales cuando hay cambios sustanciales en política de tratamientos de datos personales. (cambio del responsable, finalidad, cambio políticas de seguridad) Art. 13 Decreto 1377 de 2013.</p>	<p>La última actualización fue el 6 de marzo de 2023, se tiene por norma y siguiendo los preceptos de ley en la Circular Externa 02 de 2015 que la actualizamos cada que haya un cambio sustancial en lo relacionado con cambio de responsable, finalidad, políticas de seguridad, entre otras.</p>
<p>Gestión de incidentes de seguridad.</p>	<p>Se ha pedido a través de comunicados a las áreas de TI y el SUI para que diligencien la encuentra de medidas de seguridad mínimas de cumplimiento ante la SIC el instructivo tiene 26 preguntas todas dirigidas a la implementación de medidas perimetrales y físicas a los sistemas de información de la universidad.</p>
<p>Revisión de procedimientos</p>	<p>Se han elaborado los procedimientos para cada una de las etapas del ciclo de vida del dato se pueden evidenciar estos en la intranet institucional. https://www.funlam.edu.co/modules/gestioncalidad/ en el link de tratamiento de datos - procesos. Se actualizan los mismos cuando se implementen cambios normativos o cuando en la práctica se considere necesario.</p>
<p>Atención de derechos de los usuarios y buzón de PQRSF</p>	<p>Permanentemente se hace revisión del correo: protecciondedatos@amigo.edu.co con el fin de dar respuesta oportuna a las peticiones de los titulares en habeas data, el proceso estipula que estos</p>



	<p>correos llegan al OPD y este hace la ampliación de la solicitud si se requiere, luego envía por el grupo de correo electrónico a los 58 guardianes de datos a nivel país para que se haga la búsqueda y contesten negativa o positivamente a la búsqueda, para luego enviar al titular la respuesta.</p>
<p>Acompañamiento a los comités de habeas data de los Centros Regionales.</p>	<p>Con la entrada en vigencia de los guardianes de datos en los Centros Regionales, se ha dado inicio con este grupo de empleados a los comités de habeas data en las diferentes sedes de la Universidad Católica Luis Amigó. Se reúne como mínimos dos veces al año. Desde esta coordinación de Protección de Datos Personales se acompaña cuando se requiera a dichos comités.</p>
<p>Elaboración de comunicados con el fin de contribuir al plan de formación y capacitación a la comunidad en general, se han elaborado 73 comunicados.</p>	<p>Están colgados los comunicados para revisión permanente en la Intranet en el sistema de gestión por procesos. en el link de tratamiento de datos - procesos. Allí se encuentran: procedimientos, manual de procedimientos, política de tratamiento de datos, capacitación de habeas data, comunicados, autorizaciones, acceso a información, creación de nuevas bases de datos, derechos de titulares, política de seguridad, preguntas frecuentes.</p>
<p>Revisión y actualización permanente del Manual de Procedimientos en Protección de</p>	<p>Se han elaborado varias versiones la última versión fue de noviembre de 2023, está disponible en el micro sitio de la secretaria General y en la Intranet en el sistema de gestión por procesos.</p>



datos personales Universidad Católica Luis Amigó.	
Elaboración de nuevo material en video para actualizar el curso de Protección de datos personales con la colaboración del departamento de mediaciones virtuales.	Se elaboran los guiones, se consiguen las personas siempre con la orientación de que sean guardianes de datos, se reservan los espacios de grabación y de edición de los videos. Siempre con base a lo que dice la norma y las guías de Responsabilidad Demostrada y las de Responsabilidad Activa.

3. Procedimientos operacionales

Se tienen los siguientes procedimientos:

- Recolección de información.
- Almacenamiento de datos.
- Uso de los datos.
- Circulación de los datos.
- Destrucción y eliminación de datos.
- Actualización de los datos.
- Reporte de incidentes de Seguridad de la Información.
- Acceso a información personal.
- Derecho de cancelación.
- Derecho de revocatoria.
- Derechos de actualización de datos.

También se creó el **Manual de Gestión de Incidentes** en el tratamiento de datos personales.



Estos materiales están colgados en la intranet para empleados en el link de Protección de Datos.

4. Inventario de las bases de datos

Número	Categoría	Nombre de la base de datos
1	Sensible	Bienestar U atención psicológica
2	Sensible	Bienestar U asesoría psicológica
3	Sensible	Conducta de entrada Gimnasio
4	Semiprivada	Lab. psicología listados de asistencia
5	Semiprivada	Inscripción torneos internos
6	Sensible	Perfiles Psicológicos
7	Categoría Especial	Vacaciones recreativas - Recrean
8	Categoría Especial	Apartado Mercadeo
9	Semiprivada	CRM Monitor
10	Semiprivada	Regionalización Cali
11	Semiprivada	Asistentes eventos de extensión
12	Sensible	Usuarios externos Consultorio Jurídico
13	Categoría Especial	Mercadeo Registro Nacional Bachilleres
14	Semiprivada	Mercadeo Interesados postgrados
15	Semiprivada	ESDEGAN
16	Semiprivada	Estudiantes Activos Admisiones y Registro Académico
17	Semiprivada	Graduados
18	Semiprivada	Portal Institucional, Web Master
19	Semiprivada	Bienestar Virtual, Web Master
20	Semiprivada	RADIUS, Web Master
21	Semiprivada	Soporte técnico, Web Master
22	Semiprivada	Revistas institucionales Fondo Editorial
23	Pública	Terceros DATOS PUBLICOS Almacén
24	Semiprivada	Proveedores (Contabilidad)
25	Semiprivada	Usuarios de préstamo Biblioteca
26	Semiprivada	Empleados y contratistas
27	Semiprivada	Tiquetes aéreos
28	Categoría Especial	Mercadeo Extensión IMOLKO
29	Semiprivada	Visitantes Torniquetes
30	Semiprivada	Visitantes Parquederos
31	Semiprivada	Mercadeo contadores Públicos - SE LE CAMBIA EL NOMBRE



32	Semiprivada	Visitantes extranjeros-OCRI
33	Semiprivada	Movilidad OCRI (Transmisión con Encargados)
34	Semiprivada	Soporte Virtualidad
35	Semiprivada	DICOM - ahora se llama CAMPUS VIRTUAL
36	Sensible	Consultorio Psicológico
37	Sensible	Consultorio Médico
38	Semiprivada	Pares Evaluadores Revistas-Luisa Fernanda Córdoba Quintero, Asistente Editorial
39	Semiprivada	Seguros estudiantiles
40	Privada	Pago de nómina Bancolombia
41	Privada	Pago de nómina Banco Bogotá
42	Privada	Pago de nómina Banco Davivienda
43	Privada	Pago de nómina Banco Avevillas
44	Semiprivada	AP Agencias de prácticas
45	Pública	AP Proveedores
46	Semiprivada	BG Agencias de prácticas
47	Pública	BG Proveedores
48	Semiprivada	BG Visitantes
49	Categoría Especial	BG Mercadeo
50	Sensible	MAN Asesoría psicológica
51	Sensible	MAN Consultorio Jurídico
52	Semiprivada	MAN Inscritos Eventos Extensión
53	Categoría Especial	MAN Mercadeo
54	Semiprivada	MAN Secretaria Administración
55	Sensible	MONT Consultorio Jurídico
56	Semiprivada	MONT Extensión
57	Categoría Especial	MONT Mercadeo
58	Categoría Especial	Video vigilancia

5. Políticas efectivas

La Universidad Católica Luis Amigó reconoce la importancia fundamental de proteger los datos personales de todos los individuos con los que interactúa en el curso de sus operaciones académicas y administrativas. Esta política establece los principios y directrices para el tratamiento adecuado y seguro de los datos personales de estudiantes, empleados, colaboradores, y cualquier otra persona que mantenga una relación con la universidad; por



lo tanto, se dan estas orientaciones en el marco de ir generando políticas efectivas de tratamiento de datos personales.

Principios Rectores

La Universidad Católica Luis Amigó se compromete a:

- **Legalidad y Transparencia:** procesar los datos personales de acuerdo con la legislación colombiana vigente y los principios de transparencia.
- **Propósito Limitado:** recoger y utilizar los datos personales solo para fines específicos, claros y legítimos.
- **Minimización de Datos:** recoger y mantener únicamente los datos personales necesarios para cumplir con los fines establecidos.
- **Exactitud:** Mantener los datos personales exactos y actualizados, y corregir cualquier inexactitud tan pronto como sea posible.
- **Limitación de Almacenamiento:** almacenar los datos personales durante el tiempo necesario para cumplir con los fines para los que se recogieron.
- **Integridad y Confidencialidad:** implementar medidas técnicas y organizativas adecuadas para proteger los datos personales contra el acceso no autorizado, la divulgación, la alteración o la destrucción accidentales o ilícitas.

Responsabilidades y Obligaciones

- **Responsable del Tratamiento:** la universidad designará a una persona o equipo responsable del cumplimiento de esta política y de las leyes de protección de datos.
- **Consentimiento:** obtener el consentimiento libre, previo, informado y explícito de los individuos antes de recoger y procesar sus datos personales, excepto cuando la ley permita o exija lo contrario.



- **Derechos de los Titulares de Datos:** respetar y facilitar el ejercicio de los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición por parte de los titulares de los datos.
- **Transferencias Internacionales:** garantizar que las transferencias internacionales de datos personales cumplan con los requisitos legales y los estándares de seguridad adecuados.

Procedimientos y Medidas de Seguridad

- **Seguridad de la Información:** implementar controles de seguridad físicos, técnicos y administrativos para proteger los datos personales contra cualquier riesgo de pérdida, acceso no autorizado, destrucción, uso indebido, alteración o divulgación.
- **Notificación de Incidentes:** establecer procedimientos claros para la notificación y gestión de incidentes de seguridad de datos, garantizando que las autoridades competentes y los titulares de datos sean informados según corresponda.

Capacitación y Concienciación

- **Formación:** proporcionar formación regular sobre protección de datos a todo el personal sin excepción alguna, incluidos las empresas de vigilancia y de servicios de aseo, se hará una capacitación especial para el equipo de guardianes de datos personales, asegurando que comprendan sus responsabilidades y las mejores prácticas.

Revisión y Actualización

- **Revisión Periódica:** revisar regularmente esta política para asegurar que continúe siendo adecuada, relevante y efectiva, ajustándola según sea necesario para cumplir con cambios en la legislación, las tecnologías y los riesgos de seguridad.



Cumplimiento y Supervisión

- **Controles:** realizar controles periódicos para verificar el cumplimiento de esta política y de las normativas aplicables de protección de datos.

Contacto y Atención al Cliente

- **Canal de Contacto:** se ha establecido el correo: protecciondedatos@amigo.edu.co con el fin de establecer un canal de contacto dedicado para consultas relacionadas con la protección de datos personales, asegurando respuestas oportunas y eficaces.

6. Riesgos asociados al tratamiento de datos

En el marco de nuestro compromiso continuo con la protección de datos personales, nos complace informar que hemos iniciado la elaboración de una matriz de riesgos específicamente dirigida a las bases de datos de carácter sensible de nuestra institución. Este proceso es fundamental para identificar, evaluar y gestionar los riesgos asociados al tratamiento de estos datos, asegurando así su adecuada protección y cumplimiento normativo.

Durante la asesoría externa tipo GAP llevada a cabo en julio de este año, se recibieron orientaciones valiosas que están siendo incorporadas para perfeccionar este instrumento. Estas recomendaciones están enfocadas en ajustar aún más la matriz de riesgos para garantizar una evaluación exhaustiva y precisa de los riesgos inherentes al manejo de datos personales sensibles.

Este trabajo no solo fortalece nuestras prácticas de protección de datos, sino que también refleja nuestro compromiso con la transparencia, la legalidad y la confianza de todas las



partes interesadas. Seguiremos avanzando en este proceso con el objetivo de implementar medidas efectivas que mitiguen los riesgos identificados, asegurando así el cumplimiento integral de nuestras responsabilidades en materia de protección de datos personales.

Estamos disponibles para cualquier consulta adicional sobre este proceso y agradecemos el continuo apoyo y colaboración de todos los involucrados en este importante proyecto.

7. Formación y educación

En el último curso se certificaron 44 nuevos empleados que superaron con éxito el curso virtual, llegando a un total de 550 empleados capacitados en Habeas Data a nivel país.

El curso no solo es obligatorio, sino que también se actualiza regularmente para mantenerse alineado con las últimas normativas y mejores prácticas en protección de datos. Además, complementamos esta formación con capacitaciones especializadas dirigidas a los guardianes de datos, quienes reciben instrucción detallada en aspectos clave como el Habeas Data y la ciberseguridad. Estas sesiones están diseñadas para profundizar en temas específicos relevantes para su rol en la gestión y protección de datos personales dentro de nuestra institución.

Adicionalmente, hemos organizado capacitaciones especializadas dirigidas a los practicantes de los consultorios jurídicos y psicológicos en la ciudad de Medellín. Estas sesiones se enfocan en sensibilizar y entrenar a los participantes sobre las mejores prácticas en el manejo seguro y ético de la información personal, reforzando así nuestro compromiso con la comunidad más amplia a la que servimos.

Estos esfuerzos no solo fortalecen nuestro marco institucional de protección de datos, sino que también reflejan nuestro compromiso continuo con la educación, la ética y la responsabilidad en el tratamiento de la información personal confiada a nosotros.



Continuaremos trabajando arduamente para mantener y mejorar estos programas de capacitación, asegurando que todos nuestros colaboradores estén debidamente preparados para enfrentar los desafíos actuales y futuros en la protección de datos personales.

8. Protocolos de respuesta de incidentes de seguridad de datos personales

Nuestra institución cuenta con un procedimiento y un manual específico para la gestión de incidentes relacionados con la seguridad y privacidad de los datos personales, diseñados para garantizar una respuesta rápida, eficaz y conforme a la normativa vigente.

Recientemente, hemos reportado ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) un incidente específico relacionado con el robo de un computador portátil perteneciente a la enfermera del consultorio médico de nuestra institución. Este incidente fue gestionado de acuerdo con nuestros procedimientos internos, que incluyen la notificación oportuna a las autoridades competentes y a las partes afectadas, así como la implementación de medidas correctivas y preventivas necesarias.

La resolución emitida por la SIC respecto a este incidente reconoce nuestra debida diligencia en el manejo de la situación. Esto refleja nuestro compromiso constante con la seguridad y la protección de los datos personales confiados a nosotros por nuestra comunidad.

Continuaremos reforzando nuestros procedimientos y capacitando a nuestro personal para mejorar aún más nuestra capacidad de respuesta frente a incidentes futuros. Nuestra meta es mantener la confianza de todos los involucrados y cumplir con los más altos estándares en la protección de datos personales.



9. Gestión de encargados en transferencia o transmisión

A principios de este año, hemos actualizado nuestras buenas prácticas en tratamiento de datos, las cuales incluyen criterios específicos de debida diligencia que deben cumplir nuestros encargados de tratamiento. Estas prácticas son revisadas y actualizadas periódicamente para asegurar que reflejen las últimas mejores prácticas y estándares de seguridad en la protección de datos.

El seguimiento a nuestros encargados de tratamiento ha permitido verificar que están cumpliendo con los requisitos establecidos en nuestros convenios y acuerdos comerciales. Esto incluye la implementación de medidas técnicas y organizativas adecuadas para proteger los datos personales, así como la capacidad para responder de manera efectiva a solicitudes de los titulares de datos y a incidentes de seguridad que puedan surgir.

Estamos comprometidos en mantener una relación sólida y de confianza con nuestros encargados de tratamiento de datos, asegurando que actúen en beneficio de la privacidad y seguridad de la información que nos ha sido confiada.

10. Comunicación externa

Reconocemos la importancia de establecer canales efectivos y transparentes para interactuar con nuestros titulares de datos, asegurando así el cumplimiento de sus derechos y la protección de su privacidad.

Hemos implementado un correo electrónico especializado dedicado exclusivamente para atender Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Felicidades (PQRSF) relacionadas con el Habeas Data. Este canal permite a nuestros titulares de datos comunicarse directamente



con nosotros para realizar consultas, ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, así como para reportar cualquier incidente o preocupación relacionada con el tratamiento de sus datos personales.

Nuestro compromiso es responder de manera oportuna y diligente a todas las comunicaciones recibidas a través de este canal, asegurando la protección de los derechos de nuestros titulares y el cumplimiento de nuestras obligaciones legales en materia de protección de datos.

Este enfoque proactivo en la comunicación externa refleja nuestra voluntad de promover una cultura organizacional basada en la transparencia y el respeto hacia la privacidad de nuestros titulares de datos. Continuaremos fortaleciendo nuestros procesos y canales de comunicación para asegurar que nuestras prácticas en el tratamiento de datos personales sean siempre éticas, responsables y alineadas con las expectativas de nuestra comunidad.

1.1 Coordinación de Atención al Usuario

Resumen Ejecutivo:

Se gestionaron un total de 1,044 casos de PQRSF a través del sistema CRM. De estos, 881 correspondieron a peticiones, 76 a quejas, 32 a reclamos, 31 a sugerencias y 24 a felicitaciones.

Dentro del total de casos, 157 fueron peticiones realizadas por titulares de Centros Regionales, representando el 15% del total gestionado. El Centro Regional Manizales destacó con la mayor cantidad de peticiones, acumulando 69 casos.



En la sede de Medellín se han gestionado un total de 887 casos, lo que equivale al 85% de las PQRSF procesadas a nivel nacional. Es relevante señalar que, de acuerdo con el indicador de eficiencia definido a través de los KPIs para los agentes del Call Center, se han atendido 956 casos dentro de las primeras doce horas de su ingreso al Centro de Atención a Usuarios. Esto implica que el 87% de los casos fueron atendidos dentro del plazo estipulado en nuestros procesos de venta y fidelización.

Gestión de Quejas y Reclamos:

Se atendieron un total de 76 quejas, siendo las más frecuentes aquellas relacionadas con la falta de comunicación oportuna en la sede de Manizales, específicamente en las extensiones 3006 y 3007, así como en el número telefónico 606 881 55 36.

Otros factores recurrentes en las quejas incluyeron problemas con el funcionamiento de contraseñas y usuarios para el acceso al sistema, con la sugerencia de que este proceso debería ser más automatizado. Además, se identificó que la falta de atención oportuna mediante el nuevo sistema de telefonía Avaya contribuyó significativamente a las quejas presentadas.

Se recomienda implementar una mejora en la Capacitación y Soporte del nuevo sistema de telefonía Avaya para garantizar una transición más fluida y una atención oportuna, además sugiero que se implemente un sistema de retroalimentación para que los usuarios puedan reportar problemas con el sistema Avaya y recibir respuestas y soluciones rápidas.

Áreas de mayor consulta:

Las facultades de mayor generación de casos de PQRSF son: Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables; Facultad de Comunicación Social, Publicidad y Diseño; Facultad de Educación y Humanidades.

TIPOLOGÍAS	
TIPO	CANTIDAD
Peticiones	881
Quejas	76
Reclamos	32
Sugerencias	31
Felicitaciones	24
TOTAL	1044

PETICIONES	
TIPO	CANTIDAD
No se ve reflejado mi pago	21
Reingresos	18
Convenio microempresas de Colombia	1
Información de pregrados	210
Cómo agendo la entrevista	29
Horarios y fechas de matriculas	41
¿Montería tiene pregrado de Filosofía?	1
Inscripciones	176
Cambio de sede	1
Certificados de estudio	25
Homologaciones	6
Devoluciones	4
Puntaje mínimo para ingreso a la U	4
Cancelación de matrícula	16
Pruebas saber PRO	28
Usuario y contraseña	49
Fallos en la prueba de admisión el sistema me saco	11
Carrera de entrenamiento deportivo	2
Quiero saber si fui admitido	61



Necesito un abogado para una demanda de alimentos - Consultorio Jurídico Manizales	1
Convenios con el SENA	2
Información de Maestrías	34
Alquiler de auditorios	9
Solicitud de copia de diploma y acta de grado	28
Solicitud de información en datos personales	11
Información de titulación de estudiante	31
Cuando son las inducciones	39
Quiero información para trabajar con la universidad	15
Información sobre las electivas	6
Convenio Alcaldía de Manizales	1
Total	881

QUEJAS	
TIPO	CANTIDAD
La licenciatura en lenguas no tiene entrevistas disponibles	2
Los canales de comunicación de la Universidad no funcionan	17
En la sede de Manizales no contesta nadie, que mal servicio	2
No he podido matricularme el sistema arroja un error	9
Mi contraseña no funcional debería ser un proceso más automatizado	10
¿Por qué la universidad no me da el estatus de víctima del conflicto armado, ya que estoy participando para una beca que otorga el programa de víctimas en Colombia?	1
Sede de Manizales, hacerles extensivo a los alumnos y profesores no usar como parqueadero público el frente de las casas de la calle 67A con carrera 21, dado que nos están generando incomodidades y molestias teniendo en cuenta el tráfico vehicular	1
El sistema no me deja hacer el pago de matrícula.	2
El sistema no me deja hacer el cambio de grupo. De acuerdo al calendario reportado en el sistema, el día de hoy a las 7 am, estaría disponible para realizar cambios de grupo, ingreso a las 7 am y me dice que no está activo.	1
Porque es tan difícil la comunicación con las extensiones 3006; 3007 a través del número de teléfono 6068815536. Y las extensiones 9511; 9510; 9508; 9704; 9753; 9588; 9540 y el Departamento de Idiomas.	10
Favor no usar como parqueadero público el frente de las casas de la calle 67A con carrera 21, dado que nos están generando incomodidades y molestias teniendo en cuenta el tráfico vehicular.	1



En la asignatura llamada verificación de software con el profesor Fernando Higuera la clase es muy desordenada no hay un norte claro. C-110490	1
Porque la médica de la universidad está en todas partes menos en el consultorio debería mejorar su empatía y su disponibilidad para con los usuarios.	2
Porque me dice el sistema que no están disponibles las inscripciones (Gastronomía, Actividad Física y Psicología)	2
¿Porque se demoran tanto para la entrega de las cartas descriptivas de Ingeniería Industrial?	1
La señora Viviana López Coordinadora de Prácticas del programa de Actividad Física no es asertiva y tiene una forma muy inapropiada de abordar los temas no es asertiva.	3
La universidad debería mejorar el proceso de los reingresos es muy complicado, no funciona bien.	2
¿Porque se demoran tanto para enviar los certificados laborales?	3
Soy estudiante del programa de Derecho y mi queja es porque las asignaturas inglés III y IV me quedaron perdidas y yo tengo mis notas ganadas, por favor revisar este tema. (Montería)	1
Buenos días, desde hace más de tres semanas estoy solicitando información sobre maestrías y no me contestan por ninguna vía. (Receso laboral)	1
Es difícil la comunicación con la Facultad de Comunicación Social 9540, no contestan.	3
Es muy triste recibir hoy la notificación que mi hijo aspirante al programa de Psicología no fue admitido.	1
Total	76

RECLAMOS	
TIPO	CANTIDAD
¿Sugerimos que la inscripción del programa licenciatura en lengua extranjera este más tiempo publicado?	2
La institución no cuenta con un proceso adecuado para saber si fuimos admitidos o no, debería mejorar esto.	4
Tesorería no contesta, necesito información sobre la renovación del crédito de ICETEX.	6
Estoy retomando mis estudios, pero me aparecen materias que ya vi, como si todavía las debiera.	1



Hola, si uno cancela una materia en la primera semana de estudio le retornan todo el dinero o el 50% o como sería eso en la primera semana?	1
Solicito amablemente el envío del carné de graduado, puesto que me gradué desde el año 2020-2	1
¿Porque el sistema me toca como estudiante nuevo, si ya tengo estudiando varios semestres?	1
Requiero devolución de mi dinero.	2
Porque la universidad quiere que nos sometamos a los horarios de ella y no a las necesidades que tenemos, deberían respetar la prematricula.	2
¿Necesito saber porque cancelaron el convenio del programa de actividad física con el Gimnasio?	1
Necesito constancia de matrícula.	2
¿Es posible que recupere el correo que tenía con la universidad?	1
¿Porque el sistema no he habilita las asignaturas que me hacen falta?	1
Debería abrir el curso de AFI en vacaciones.	1
Porque si ya había cancelado la materia Teoría Política aún me sale activa y el docente me pone una nota de 2.0, caso 115065	1
¿Porque el curso de Semiótica es tan desordenado, no se cumple el proyecto docente?	1
¿Me cobraron dos veces el mismo día el parqueadero, por favor revisar el tema?	1
La universidad debería mejor la generación de usuario y contraseña.	2
A la hora de matricularme me dice el sistema que no liquide cuando ya había liquidado y ahora me aumentaron un millón más por error de ustedes	1
¿Porque la universidad no garantiza los cupos necesarios para las materias que los últimos semestres requieren?	2
Total	32

SUGERENCIAS	
TIPO	CANTIDAD
Quisiera saber cómo hago una homologación de otra universidad	2
¿Quisiera que explicarán mejor los horarios y la ubicación dentro de la universidad, [MEDELLÍN MAR 06:00 a 07:59 1304] cómo leo esto?	2
¿Todavía me puedo matricular?	2
¿Me podrían enviar información sobre Ingeniería de Sistemas?	2



Las cafeterías de la institución en especial Al-toque debería tener más surtido y mejorar la atención.	2
Quisiera saber si tengo buen resultado en Saber Pro tengo algún tipo de incentivo en la institución.	2
¿Qué comodidades o facilidades de pago tiene la institución?	2
La institución debería tener un calendario de matrículas en la página web actualizado.	3
No debería cobrar el parqueadero, debería ser gratis para la comunidad universitaria.	3
Quisiera que me tuvieran en cuenta para trabajar en el proyecto SAP - Servicio de Apoyo Pedagógico.	1
Quisiera conocer cuando inician las inscripciones	1
Debería de mejorar la comunicación con la Universidad	3
¿Quisiera saber cómo hago para donar unos libros de administración?	1
La Capellanía debería tener su oferta de servicios en la página e incluir los servicios que ofrece.	1
¿La Universidad que tipo de convenio tiene con SAPIENCIA?	1
La Universidad debería tener toda la oferta de pregrados también en la noche.	2
Deberían tener en la universidad un programa de visitas guiadas para conocer la universidad.	1
Total	31

FELICITACIONES	
TIPO	CANTIDAD
Hoy quiero felicitar al señor Carlos de tesorería por su amabilidad y por la maravillosa disposición que tiene para ayudarnos con todos los temas relacionados con nuestra matrícula.	2
Soy licenciada en educación preescolar, estoy interesada acerca de la capacitación. De un programa de esta excelente institución.	1
Dos felicitaciones a Valentina Restrepo, pero de manera de reclamo.	1
Felicitamos al Grupo de apoyo en psicología.	1
Felicitamos la iniciativa de realizar la Carreta Atlética una apuesta por la vida psicología.	4
Favor facilitar la selección de cursos.	2
Felicité a los programas de pregrado de la universidad.	10



Felicito al señor Víctor Teherán director del Centro Regional de Montería por su liderazgo y aporte incondicional a mi formación.	1
Dos casos que ingresan solicitando información sobre Negocios y Comunicación Social.	2
Total	24

Evolución PQRSF					
Tipología	2020	2021	2022	2023	2024
P	700	1854	993	1082	881
Q	57	205	77	75	76
R	41	92	39	42	32
S	15	43	46	54	31
F	7	6	3	1	24
Total	820	2200	1158	1254	1044

En el primer semestre de 2024 (enero a junio), se registraron un total de 1,044 casos de PQRSF a través de nuestra plataforma de CRM, lo cual representa una reducción de 73 casos en comparación con el mismo período en 2023 cuando se tenían 1.117 casos. Esta disminución se atribuye a la implementación **de micrositos** por unidades dentro de la institución, los cuales han mejorado el **acceso a la información**.

Además, la implementación de diversas campañas y la iniciativa del programa REMAMOS han tenido un impacto positivo significativo. Este programa está diseñado para fortalecer una cultura de servicio más ágil y oportuna. Con un alcance nacional, estas acciones también benefician a nuestros centros regionales, contribuyendo a una mejora general en la calidad del servicio ofrecido.

Análisis de las QUEJAS

El análisis de las tipologías de casos a lo largo de los años revela varias áreas recurrentes de quejas. Entre ellas, destaca la generación de usuarios y contraseñas, que ha sido una fuente constante de problemas. También se ha identificado un patrón de errores durante el



proceso de matriculación, con el sistema generando mensajes de error recurrentes. Además, se observa una falta de respuesta oportuna por parte de las unidades, especialmente en Comunicación Social, Educación, Psicología y el Centro Regional Manizales. Estas áreas requieren atención prioritaria para mejorar la eficiencia y satisfacción del usuario.

Gestión de atención de llamadas en el Call Center
Informe comparativo enero a junio de 2023 y 2024

AÑO	MES	LLAMADAS ATENDIDAS	LLAMADAS SIN ATENDER	TOTAL, LLAMADAS MES	Número de agentes de la operación	Número de agentes requeridos mes
2023	Enero	9990	3153	13143	4	7
2023	Febrero	3385	457	3842	4	3
2023	Marzo	2086	183	2269	3	3
2023	Abril	2109	219	2328	3	3
2023	Mayo	3920	988	4908	3	4
2023	Junio	4841	1982	6823	3	5
2024	Enero	9940	634	10,574	4	6
2024	Febrero	3470	461	3,931	3	3
2024	Marzo	1667	203	1,870	3	3
2024	Abril	1545	624	2,169	3	3
2024	Mayo	3123	892	4,015	3	3
2024	Junio	3468	291	3,759	3	3

La comparación revela una disminución en el volumen de llamadas para el año 2024. Sin embargo, el análisis del cuadro muestra que durante los meses de abril y mayo de 2024 se registró un número notablemente alto de llamadas perdidas en comparación con los demás meses de operación.



Análisis del Proceso de Atención en el Call Center:

- **Eficiencia con número actual de agentes:** mantener un equipo de 4 agentes en el Call Center asegura un proceso de atención adecuado. Este número permite gestionar de manera efectiva el volumen de llamadas y mantener un nivel de servicio satisfactorio.
- **Promedio mínimo de llamadas atendidas:** se está cumpliendo con un número de llamadas atendidas por agente de 60 llamada en el turno, entre 12 y 15 casos atendidos en el CRM y entre 30 y 37 casos gestionados a través del Chat en Vivo que se gestiona a través de la página web de la institución.
- **Refuerzo durante picos de actividad:** durante los períodos de matrículas e inscripciones, es fundamental aumentar el equipo de atención a 6 agentes. Este refuerzo es necesario para manejar el incremento en el volumen de llamadas y asegurar una atención oportuna y eficiente durante estos picos de actividad en los demás medios de comunicación (Chat, CRM, telefonía y correo electrónico).
- **Monitoreo continuo del tráfico de llamadas:** es imperativo seguir monitoreando el tráfico de llamadas de manera constante para ajustar el número de agentes según las necesidades. Este monitoreo permitirá identificar variaciones en el volumen de llamadas y hacer ajustes oportunos en la cantidad de personal requerido para mantener una calidad de servicio óptima.

Estas recomendaciones ayudarán a optimizar el desempeño del Call Center, asegurando que el personal esté adecuadamente dimensionado para manejar el volumen de llamadas y que se mantenga un alto nivel de servicio durante todo el año.



Recomendaciones

- Mejora continua en la capacitación del personal: asegurar que todos los agentes y empleados reciban formación continua en atención al cliente, uso de sistemas y procesos internos.

Acciones Específicas

- capacitación Inicial y Continua: Establecer programas de formación integral que aborden aspectos clave como la adaptación al cambio, el manejo eficaz de PQRSF, la modificación de actitudes y el uso del sistema de telefonía Avaya. Estos programas deben ofrecer tanto capacitación inicial como actualizaciones continuas para garantizar que el personal esté siempre al día con las mejores prácticas y tecnologías.
- Evaluación y Retroalimentación: Los líderes y directivos deben realizar evaluaciones periódicas del desempeño y ofrecer retroalimentación constructiva con el objetivo de identificar áreas de mejora, especialmente en lo que respecta a la atención y servicio al usuario. Estas evaluaciones deben centrarse en áreas críticas para garantizar una atención de alta calidad y fomentar un desarrollo continuo en el personal.

Conclusiones

El análisis de la gestión de PQRSF en la Universidad Católica Luis Amigó revela áreas de mejora en los procesos de acceso al sistema y comunicación telefónica. La atención oportuna y la resolución satisfactoria de quejas y reclamos son fundamentales para mantener la calidad del servicio educativo ofrecido por la institución. Implementar mejoras en estos



aspectos contribuirá significativamente a la satisfacción y experiencia positiva de los usuarios.

Acciones emprendidas

- Capacitación a secretarías en el marco del programa REMAMOS “Mi trabajo, una experiencia feliz”.
- Campaña sobre la eficiencia en el servicio y las emociones de un Amigoniano, como estrategias de mejora de servicio.
- Actualización de las preguntas frecuentes.
- Menú desplegable para ayudar con el nuevo sistema de telefonía IP a través del módulo de Avaya.
- Se tiene preparada la segunda capacitación a las secretarías en el programa REMAMOS “La razón y la emoción con generadores de una mejor experiencia al usuario” se tiene prevista para el mes de agosto.

Seguimiento a las quejas y reclamos en especial en los temas de:

- Disponibilidad de agendas para entrevistas.
- Entrega de resultados oportunamente.
- Mejoramiento de generación de usuario y contraseña.
- Atención oportuna de la línea telefónica y de los correos.
- Creación de los acuerdos de niveles de servicio a trabajar con las secretarías, se adjuntan los textos de los 4 niveles de servicio que se trabajarán este año 2024.
- Como uno de los acuerdos de servicio tiene que ver con “Garantizar la Confidencialidad y Seguridad de la Información” se realizó en el mes de junio la capacitación sobre ciber seguridad en el marco de la semana de la seguridad en la



Universidad Católica Luis Amigó en la cual se impactó a toda la comunidad de empleados.

Acuerdos de Niveles de Servicio (SLA) para secretarías Universidad Católica Luis Amigó 2024

1. Compromiso con la Comunicación Clara y Efectiva

Descripción: Las secretarías se comprometen a proporcionar información clara, precisa y oportuna a todos los usuarios, asegurándose de que todas las consultas sean atendidas con amabilidad y profesionalismo. Acciones Específicas:

- Responder correos electrónicos y llamadas telefónicas dentro de un plazo máximo de 24 horas hábiles.
- Utilizar un lenguaje claro y sencillo, evitando tecnicismos innecesarios.
- Confirmar la recepción de documentos importantes y proporcionar actualizaciones sobre el estado de las solicitudes de los usuarios.

2. Promover la Empatía y la Personalización del Servicio

Descripción: Las secretarías se comprometen a tratar a cada usuario de manera individualizada, mostrando empatía y comprensión ante sus necesidades y preocupaciones.

Acciones Específicas:

- Saludar cordialmente a cada usuario por su nombre.
- Escuchar activamente y mostrar interés genuino por las necesidades de los usuarios.
- Ofrecer soluciones personalizadas y alternativas adecuadas a las consultas y problemas presentados.



2. Garantizar la Confidencialidad y Seguridad de la Información

Descripción: Las secretarías se comprometen a manejar toda la información personal y académica de los usuarios con la máxima confidencialidad y seguridad, respetando las políticas de privacidad de la universidad. Acciones Específicas:

- Asegurarse de que todos los documentos y datos personales sean almacenados y gestionados de manera segura.
- Evitar discutir información confidencial en áreas públicas.
- Informar a los usuarios sobre las políticas de privacidad y seguridad de la información de la universidad.

4. Compromiso con la Eficiencia y la Resolución Rápida de Problemas

Descripción: Las secretarías se comprometen a resolver las solicitudes y problemas de los usuarios de manera rápida y eficiente, minimizando los tiempos de espera y evitando la burocracia innecesaria. Acciones Específicas:

- Priorizar y organizar el trabajo diario para atender las solicitudes en el menor tiempo posible.
- Utilizar herramientas tecnológicas y sistemas de gestión para agilizar los procesos.
- Mantener una actitud proactiva en la identificación y resolución de problemas antes de que se conviertan en inconvenientes mayores.

Estos acuerdos no solo mejorarán la calidad del servicio que brindan las secretarías, sino que también contribuirán a la satisfacción y fidelización de los usuarios de la Universidad Católica Luis Amigó.



Indicador de Gestión: Tasa de Resolución de Primer Contacto (FCR)

Descripción: Este indicador mide el porcentaje de consultas de usuarios que se resuelven en el primer contacto con el agente del Centro de Atención. Es fundamental para evaluar la eficiencia del servicio y la satisfacción del usuario.

Fórmula:

$$\text{FCR (\%)} = \frac{\text{(Número de consultas resueltas en el primer contacto)}}{\text{(Número total de consultas recibidas)}} \times 100$$

Objetivo:

- Mantener una tasa de resolución de primer contacto de al menos el 85%.

Frecuencia de Medición:

- Mensual

Responsable:

- Coordinador del Centro de Atención a usuarios

2. Gestión de Procesos

Elementos Críticos de la Gestión (Riesgos y oportunidades)

Comunicación en momentos de crisis: es urgente la creación de un Manual de Crisis corporativo que dé lineamientos claros en situaciones de dificultad organizacional (bien sea de tipo comunicativo, financiero o en casos de desastres, atentados, muerte, etc.). Un manual ayudará a:



- **Estar listos ante el acontecimiento:** un manual de crisis proporciona una guía clara y detallada sobre cómo prepararse y responder ante diversas situaciones de crisis. Esto asegura que la universidad esté lista para manejar cualquier eventualidad de manera organizada y eficiente.
- **Respuesta rápida y eficaz:** en una crisis, el tiempo es crucial. Tener un manual de crisis permite una respuesta rápida y coordinada, minimizando el impacto negativo. Esto incluye identificar rápidamente los responsables de la gestión de la crisis y los pasos a seguir.
- **Comunicación clara y coherente:** el manual establece protocolos de comunicación que aseguran que la información se transmita de manera precisa y coherente a todas las partes interesadas, incluyendo estudiantes, personal, medios de comunicación y el público en general.
- **Minimización de daños a la reputación:** una gestión adecuada de la crisis puede reducir el daño a la reputación de la universidad. Un manual de crisis ayuda a controlar la narrativa, mitigando rumores y desinformación que puedan surgir.
- **Recuperación y continuidad:** además de la gestión inmediata de la crisis, el manual también debe incluir planes para la recuperación y continuidad de las operaciones normales, asegurando que la universidad pueda volver a su funcionamiento regular lo antes posible

Acción de Mejora: esta es un trabajo colectivo, liderado por la Dirección de Planeación, articulando a otras unidades clave, para la construcción, implementación y puesta en marcha de dicho manual.

Nuevas redes sociales: a aparición de nuevas redes sociales, como Tiktok, tiene implicaciones significativas para la Universidad Católica Luis Amigó en términos de comunicación, alcance y reputación. Aquí se presentan los principales aspectos a considerar:



- **Cambio en las dinámicas de comunicación:** Tiktok es una plataforma centrada en contenido de video corto, lo que requiere un enfoque creativo y dinámico para captar la atención de la audiencia. Esto implica una adaptación en las estrategias de comunicación para aprovechar al máximo este formato y conectar con los usuarios de manera efectiva.
- **Alcance a nuevas audiencias:** Tiktok es especialmente popular entre los jóvenes, incluidos adolescentes y adultos jóvenes, muchos de los cuales son potenciales estudiantes universitarios. Estar presente en Tiktok permite a la universidad llegar a esta audiencia de manera directa y atractiva, fomentando el interés en la institución.
- **Tendencias y virilidad:** Tiktok es conocido por su capacidad para hacer que el contenido se vuelva viral rápidamente. Crear contenido que resuene con las tendencias de la plataforma puede aumentar significativamente la visibilidad de la universidad y mejorar su reputación y reconocimiento a nivel nacional e internacional.

Implicaciones de no estar en Tiktok

- **Pérdida de relevancia:** al no estar presente en Tiktok, la universidad puede parecer desactualizada y desconectada de las tendencias actuales, especialmente entre los jóvenes. Esto puede afectar negativamente la percepción de la institución como innovadora y moderna.
- **Menor visibilidad:** la ausencia en Tiktok significa perder una plataforma con millones de usuarios activos diariamente, reduciendo las oportunidades de visibilidad y promoción de la universidad.
- **Desventaja competitiva:** otras instituciones educativas que sí están presentes en Tiktok pueden captar la atención de los potenciales estudiantes y sus familias,



posicionándose como más accesibles y atractivas. Esto podría llevar a una desventaja competitiva significativa.

Acción de Mejora: para desarrollar una estrategia en esta red social, se requiere personal y tecnología.

Gestión del Cambio

El WhatsApp se ha convertido en una herramienta fundamental para la comunicación interna y externa con nuestros públicos de interés; por lo tanto, la unidad ha creado el Manual para el uso adecuado de este aplicativo. El manual proporciona pautas claras y prácticas para el uso adecuado de este canal en la comunicación institucional (**Anexo 1**).

De igual forma, y bajo el liderazgo de la Secretaría General se viene estructurando una prueba piloto sobre la Descripción Funcional de la Unidad que contendrá los siguientes elementos (**Anexo 2, incluye los dos primeros puntos**):

1. Descripción y funcionamiento de la Unidad. (se anexa).
2. Gráfico diagrama funcional de la Unidad. (se anexa).
3. Planta de cargos.
4. Proveedores de servicio.
5. Proyección de la Unidad.
6. Diagrama funcional proyectado de la Unidad.
7. Descripción de procesos de la Unidad.
8. Gráfico organigrama funcional proyectado.

Universidad Católica Luis Amigó

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

Manual Corporativo:

Uso Adecuado del WhatsApp

para Comunicación Interna y Externa

INTRODUCCIÓN:

El WhatsApp se ha convertido en una herramienta fundamental para la comunicación interna y externa con nuestros públicos de interés. Este manual proporciona pautas claras y prácticas para el uso adecuado de este canal en la comunicación institucional.

1. DIRECTRICES GENERALES

- Debe ser utilizado como un complemento a otras formas de comunicación institucional, no como el único medio.
- Es importante mantener un tono profesional y respetuoso en todas las interacciones.
- Todos los mensajes enviados deben estar alineados con la misión, visión y valores institucionales.
- La imagen que representa al grupo debe tener como identidad el logo de la Universidad.
- El nombre del grupo debe estar relacionado con la sede o la unidad que lo envía.
- Si el grupo tiene ya una imagen creada, igual debe incluir el logo de la Universidad para darle identidad y oficialidad al canal.

2. EL MENSAJE

- Los mensajes deben ser claros, concisos y relevantes para el público al que se dirige.
- Evita el uso de lenguaje informal o coloquial.
- Utiliza un lenguaje inclusivo y respetuoso en todos los mensajes, evitando cualquier forma de discriminación.
- Es indispensable la buena redacción (estilo y ortografía).
- Si va a mandar mensajes de voz, asegurar que tenga buen audio, buena dicción, sin distracciones o sonidos de ambiente y que sea corto.
- Evita intimar o enviar mensajes personalizados.
- Envíe mensajes solo concernientes a la unidad o proyecto que lidera. No envíe cadenas de mensajes, mensajes solidarios y tampoco replique mensajes de terceros (así sean de su grupo de trabajo o de la Universidad).

3. LOS GRUPOS

- Lo ideal y más recomendado es crear un **grupo de distribución**, esto permite el control y evita la saturación de mensajes compartidos o la interacción entre sus miembros.
- Segmenta los grupos de distribución de acuerdo con los diferentes públicos de interés.
- Evita crear grupos abiertos que permitan la interacción, esto diluye la comunicación y satura el canal. Si lo ve necesario, es importante establecer reglas claras para el uso, incluyendo los temas permitidos para discusión, horarios de envío y lenguaje.

4. PRIVACIDAD Y SEGURIDAD

- Respetar la privacidad de los usuarios y asegurarse de obtener el consentimiento de autorización de datos personales en los términos de la Ley 1581 de 2012 y sus decretos reglamentarios (debe asegurarse de que el usuario está interesado en pertenecer al grupo de distribución).
- Las bases de datos que se generen en el tratamiento de datos personales deben ser reportadas al **Guardián de Datos** de cada Unidad para reportarse anualmente ante la SIC.
- No comparta información confidencial o sensible a través del canal.
- Eduque a los usuarios sobre las mejores prácticas de seguridad en línea y la importancia de proteger su información personal.

5. HORARIOS Y CANTIDAD DE ENVÍOS

- Limite el envío de mensajes fuera del horario laboral o académico, a menos que sea necesario por motivos de urgencia.
- Evite el envío excesivo de mensajes para no abrumar a los receptores y mantener la efectividad de la comunicación. Ideal hacer una parrilla de programación.
- Establezca horarios específicos para el envío de mensajes institucionales y respetar los períodos de descanso y vacaciones.

6. FUNCIONES ESPECIALES

- Utiliza funciones como listas de difusión para enviar mensajes a grupos específicos de manera personalizada sin revelar la identidad de los destinatarios entre sí.
- Aprovecha las etiquetas para organizar contactos según su categoría, ello facilitar la gestión de la comunicación.
- Explora otras funciones como los estados de WhatsApp para compartir información relevante de manera creativa y visual.

7. FUNCIONES ADECUADAS PARA UNA CUENTA BISNES

Perfil

- **Nombre:** debe ser el nombre oficial de la unidad de servicio.
- **Descripción:** incluir una breve descripción de los producto y servicios que va a encontrar a través de la línea.
- **Dirección física:** incluir dirección y mapa en rastreadores virtuales,
- **Correo electrónico:** incluir el correo donde puede obtener otro tipo de información.
- **Página web:** ubicar la URL del sitio web o micrositio

Mensajes de atención

- **Mensaje de bienvenida:** ubicar un mensaje automático que se envía a los clientes cuando contactan por primera vez.
- **Horario de atención:** dejar claro los horarios de atención empresarial a través de la línea.



- **Mensaje de ausencia:** disponer de un mensaje automático que se envía fuera del horario de atención.
- **Respuestas rápidas:** mensajes predefinidos para responder rápidamente a preguntas frecuentes.
- **Menú de ayuda:** disponer de menús diversificados antes de ser atendido de manera personal.

Promoción

- **Catálogo de productos/servicios:** definir claramente el listado de productos o servicios con imágenes, descripciones y precios.
- **Enlaces directos:** ubicar enlaces personalizados que permiten a los clientes conocer o ampliar la información inicial.

8. ATENCIÓN Y RESPUESTA

- Responde a los mensajes de manera oportuna y profesional, demostrando atención a las necesidades y preocupaciones de los usuarios.
- Establece protocolos claros para la atención de consultas y solicitudes a través de la línea, asignando responsabilidades específicas a los miembros del equipo que dan respuesta.
- Utiliza herramientas de automatización o respuestas predefinidas para agilizar la atención al cliente y mejorar la experiencia del usuario.

9. CONDICIONES PARA LA ADMINISTRACIÓN

- Al crear una canal de WhatsApp se debe asignar un responsable para la administración, control, envío de información y gestión en general. El encargado debe conocer las diferentes disposiciones para el manejo de la herramienta. En el momento que la persona responsable culmine sus actividades con la Universidad debe hacer entrega de la cuenta al jefe inmediato para que asigne el delegado que retomará las actividades.

Manual creado por la Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

Copyright © todos los derechos reservados

2024

SECRETARÍA GENERAL

NOMBRE DE LA UNIDAD	Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas	FECHA DE ELABORACIÓN	10/07/2024
JEFE	Carlos Alberto Muñoz Henao		
<p>1. DESCRIPCIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LA UNIDAD (Indicar cómo se desarrollan sus procesos y cómo se distribuyen responsabilidades con especificación de líneas de mando jerárquico, trabajo colegiado, entre otros. Deben articularse procesos, responsabilidades y personas).</p> <p>La Oficina de Comunicaciones y RRPP es una Unidad funcional, adscrita a la Secretaría General, que presta un apoyo transversal a las diferentes Unidades de la Institución.</p> <p>Los objetivos de la Oficina son: la planeación, organización, ejecución, evaluación y control de la gestión comunicacional e informativa de la Universidad; crear canales eficaces de comunicación interna y externa; velar por la imagen corporativa y la buena marcha de las relaciones públicas de la Institución, crear estrategias para la protección de los datos personales y el seguimiento satisfactorio de los usuarios.</p> <p>1. Liderazgo de Unidades adscritas. Son estas: Coordinación de Atención al Usuario y la Unidad de Protección de Datos.</p> <p>2. Presencia de Órganos Colegiados. La Oficina hace presencia en diferentes comités instituciones en su rol de asesor y apoyo a la gestión, Son ellos: Comité de Imagen Corporativa, Mercadeo Publicidad, Comité Ambiental, Comité Electoral, Comité de Emergencias, Comité de Género, Comité de Concesionarios y Comité de Planeación</p> <p>3. Cumplimiento de responsabilidades orgánicas. Las cuales están descritas en la Estructura Orgánica. Fundamentalmente son:</p> <p>A. Apoyo comunicacional: se establece un plan de medios que garantiza la operación comunicacional de la Institución. El plan está dividido en tres grandes áreas: Comunicaciones, Diseño y Digital y estas a su vez contienen 6 Sistemas. Ellos son:</p>			

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
SECRETARÍA GENERAL

1. Sistema de Comunicación Impresa: todos aquellos medios de comunicación a través de los cuales se divulgan los mensajes de forma impresa. Se dividen en Medios Informativos y Medios Organizacionales (Académicos, Promocionales, Institucionales y Corporativos).

2. Sistema de Comunicación Virtual: son los instrumentos que registran, difunden y archivan la información gracias al desarrollo y adquisición de las nuevas tecnologías que provee la informática. Se define en: Internet, Intranet y Educación Virtual

3. Sistema de Comunicación Digital: son los instrumentos que registran, difunden y archivan la información. Su estructura en forma de red es capaz de facilitar la interacción entre personas o instituciones. Se establece en la implementación de redes sociales.

4. Sistema de Comunicación Electrónica: son los instrumentos que difunden y archivan la información. Su estructura se sustenta en el sistema de envío electrónico corporativo: Son ellos el Correo electrónico y el PC Corporativo.

5. Sistema de Comunicación Presencial: son todos los medios de comunicación presencial: como Socializaciones, Sistema de carteleras física y digital, Sistema telefónico, Centro de Contacto (Call Center y Recepción), Círculos de comunicación y Archivo fotográfico y fílmico.

B. Apoyo en diseño: gestionamos todas las solicitudes de diseño que requieren las diferentes unidades de la Universidad. Disponemos de un cronograma de distribución de tareas de diseño en el equipo de trabajo (diseñadores) que garantiza la distribución equitativa de la solicitud, el nivel de cumplimiento y resume la gestión en términos de cantidad de pedido, las unidades que solicitan, fechas de entrada y de salida entre otras métricas. Luego se distribuye en una parrilla de programación a través de la cual se estructura toda la difusión a nivel nacional.

C. Apoyo corporativo: velamos por el cumplimiento de la imagen corporativa, a través del uso adecuado de la marca, el establecimiento de señalética institucional y la implementación de guías y manuales tales como: Documentación Corporativa, Guía para publicar en Medios Institucionales, Guía Institucional para realizar videos, Manual de Carteleras, Manual de Identidad Visual, Manual de uso del Correo Corporativo, Manual de Señalética Institucional, Manual para el uso del WhatsApp, Manual para las Ceremonias de Grado y el Video Institucional

D. Apoyo a la gestión: en cumplimiento de lo establecido en la Estructura Orgánica:

1. Lideramos las ceremonias de grados y los protocolos institucionales.

2. Apoyamos la redacción, edición y publicación de los medios informativos y promocionales.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
SECRETARÍA GENERAL

3. Asesoramos a los distintos estamentos en la presentación y decoración de los ambientes de trabajo.
4. Coordinamos y documentamos el registro fotográfico y visual de los diferentes actos o eventos que se desarrollen en la Institución.
5. Llevamos el inventario de reconocimientos institucionales (documento y custodia).
6. Gestionamos la distribución de obsequios corporativos.
7. Apoyamos a los eventos institucionales en aspectos como refrigerios, cenas, cócteles y asistencia cultural.

4. Atención de requerimientos externos. La Oficina apoya requerimientos externos de entidades, medios de comunicación y personas en asuntos de comunicación e información.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

SECRETARÍA GENERAL

DIAGRAMAS FUNCIONALES

NOMBRE DE LA UNIDAD		FECHA DE ELABORACIÓN	
----------------------------	--	-----------------------------	--

2. GRÁFICO DIAGRAMA FUNCIONAL. Realizar el diagrama funcional, siguiendo los mismos lineamientos de los organigramas institucionales, con líneas de mandos, líneas de asesoría, con articulación de apoyo a los Centros Regionales.

