



**POLÍTICA DE COMUNICACIÓN
INTERNA Y EXTERNA**

Abril - 2022

Política de Comunicación Interna y Externa
Contenido

1.	OBJETIVO	2
2.	ALCANCE	2
3.	DEFINICIONES (Glosario)	2
4.	RESPONSABILIDADES	3
5.	GARANTÍAS DEL PROCESO	6
6.	POLÍTICAS	6
7.	DESARROLLO	6
7.1.	Lineamientos Generales	6
7.1.1.	Contenido	6
7.1.2.	Forma	7
7.1.3.	Seguridad de la información	7
7.2.	Lineamientos Específicos	8
7.3.	Comunicación Interna	8
7.3.1.	Plan de comunicación Interna	8
7.3.2.	Canales de Comunicación Interna	9
7.4.	Comunicación Externa	9
7.4.1.	Plan de Comunicación Externa	9
7.4.2.	Canales de Comunicación Externa	10
7.4.3.	Tipos de Contenidos	11
7.4.4.	Cuentas de Canales	11
8.	DOCUMENTOS RELACIONADOS	12
9.	ANEXOS	12

Nombre del documento	Código	Elaboración			Actualización			
		Día	Mes	Año	Versión	Día	Mes	Año
Política de Comunicación Interna y Externa	POL-MKT-ADEN-01	18	04	22				

1. OBJETIVO.

Establecer los lineamiento y procesos generales para el manejo correcto y efectivo de la comunicación interna y externa, asociado a todos los procesos que hacen parte del área de Comunicaciones, indicando las funciones, responsabilidad y normatividad que le aplique.

2. ALCANCE.

Las directrices definidas en este procedimiento aplican para todos los funcionarios y proveedores del área de Comunicaciones, en la ejecución de los procesos, el desarrollo de funciones y la normatividad que le aplique.

3. DEFINICIONES (Glosario).

- **Canal de comunicación:** Medio por el cual se transmiten los datos, mensajes o información, esto con la posibilidad de que el receptor del mensaje pueda interactuar en dichos medios, para ser eficientes en la comunicación estableciendo un contacto directo.
- **Clientes, usuarios o grupo de interés:** Se refiere a las partes interesadas que tienen destinado un flujo de comunicación que aplica para los diferentes procesos del área de Comunicación. Los cuales son los siguientes:
 - Presidentes y Vicepresidentes
 - Rector y Vicerrector
 - Administrativos
 - Proveedores
 - Estudiantes
 - Aspirantes
 - Población en general
- **Comunicación:** Proceso por el cual un emisor y un receptor definen una conexión en un momento y espacio en específico cuyo objetivo es el de compartir e intercambiar ideas, información o significados comprensibles para ambas partes.
- **Emisor:** Aquella persona u organización que transmite información con el objetivo de exponer un mensaje, datos o comunicación de algún hecho de interés para el público objetivo.
- **Información:** Conjunto de datos que previamente se ha definido y organizado para que se encuentre el mensaje a comunicación dejando en evidencia el proceso de compartir información de interés al público objetivo.

Nombre del documento	Código	Elaboración			Actualización			
		Día	Mes	Año	Versión	Día	Mes	Año
Política de Comunicación Interna y Externa	POL-MKT-ADEN-01	18	04	22				

- **Información y Comunicación Interna:** “Conjunto de procesos, acciones, medios y canales de comunicación que están orientados al público interno de ADEN University, colaboradores y miembros en general” (CONEAUPA, 2020)
- **Información y Comunicación Externa:** “Conjunto de procesos, acciones, medios y canales de comunicación que están orientados a los grupos de interés externo a ADEN University” (CONEAUPA, 2020)
 Esto quiere decir, la comunicación con objetivo de lograr el posicionamiento de la marca dentro del territorio de función, siendo referente en cuanto a la comunicación, el canal y el mensaje emitido.
- **Información pública:** Información generada por ADEN University o de naturaleza pública que es puesta a conocimiento de la población en general con el uso de diferentes medios.
- **Receptor:** Persona u organización denominada como destinatario de información y que recibe información de interés.
- **Requerimientos:** Conjunto de información definida por objetivo, contexto y llamado a la acción para que sean generadas diferentes piezas en función al medio de comunicación destinado para que emisor entregue información de calidad y que sea relevante para el proceso del receptor.

4. RESPONSABILIDADES

	Acción	Responsables
Planear	Definición de estrategia de comunicación en función a los temas prioritarios.	Dirección de comunicaciones.
	Formular los planes de comunicación definido con la implementación de la estrategia, manejo de crisis, eventos y día a día.	
	Acción	Responsables
Hacer	Articular las comunicaciones entre el área de Comunicaciones y las demás áreas de ADEN	<ul style="list-style-type: none"> – Dirección de Comunicaciones. – Departamento de Marketing. – Departamento de Inbound Marketing.
	Crear y consolidar los contenidos comunicaciones (audiovisuales y	<ul style="list-style-type: none"> – Dirección de comunicaciones. – Departamento de Marketing.

Nombre del documento	Código	Elaboración			Actualización			
		Día	Mes	Año	Versión	Día	Mes	Año
Política de Comunicación Interna y Externa	POL-MKT-ADEN-01	18	04	22				

	estáticos) desde el punto de vista del público objetivo.	– Departamento de Creatividad.
	Ejecutar los planes de comunicación para la implementación de la estrategia de la Universidad, el manejo de las crisis, los eventos los temas del día a día y desarrollar la estrategia Digital y Offline.	– Dirección de comunicaciones. – Departamento de Marketing. – Departamento de Creatividad. – Departamento de Inbound Marketing. – Departamento de Paid Media. – Departamento de Redes Sociales.
	Crear actas de reuniones estratégicas, boletines diarios, documentos temáticos e informes que den guía a una tendencia sobre las definiciones de la Universidad.	– Dirección de comunicaciones. – Departamento de Marketing.
	Realizar análisis de impacto educativos y los medios a nivel coyuntural	– Dirección de comunicaciones. – Departamento de Marketing.
Hacer	Realizar la coordinación y análisis de estudios de opinión internos y externos	– Dirección de comunicaciones. – Departamento de Marketing.
	Realizar la evaluación de los mensajes propuestos por el área de Comunicaciones.	– Dirección de comunicaciones. – Departamento de Marketing.
	Creación de dashboard y documentos con información de las audiencias	– Dirección de comunicaciones. – Departamento de Marketing.
	Elaboración de mensajes y contenido para diferentes medios como entrevistas y artículos de prensa	– Dirección de comunicaciones. – Departamento de Marketing. – Departamento de Creatividad.
	Coordinar acciones con prensa en medios regionales e internacionales	– Dirección de comunicaciones. – Departamento de Marketing.
	Desarrollar diferentes piezas de comunicación en función a los	– Rector y Vicerrector ADEN – Administrativos de ADEN

Nombre del documento	Código	Elaboración			Actualización			
		Día	Mes	Año	Versión	Día	Mes	Año
Política de Comunicación Interna y Externa	POL-MKT-ADEN-01	18	04	22				

	medios en mención buscando ampliar los mensajes institucionales a la comunidad en general	<ul style="list-style-type: none"> – Dirección de comunicaciones. – Departamento de Marketing.
	Acción	Responsables
Verificar	Realizar seguimiento y evaluación de todos los departamentos pertenecientes a la dirección.	<ul style="list-style-type: none"> – Dirección de comunicaciones.
	Revisar y validar el contenido de las comunicaciones respetando el brandbook de la universidad, de manera holística en todos los medios.	<ul style="list-style-type: none"> – Dirección de comunicaciones. – Departamento de Marketing. – Departamento de Creatividad.
Verificar	Hacer seguimiento a los planes de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> – Dirección de comunicaciones. – Departamento de Marketing. – Departamento de Inbound Marketing.
	Verificar la información emitida en momento coyunturales	<ul style="list-style-type: none"> – Dirección de comunicaciones. – Departamento de Marketing.
	Monitorear Redes Sociales y realizar constante Social Listening	<ul style="list-style-type: none"> – Dirección de comunicaciones. – Departamento de Marketing. – Departamento de Redes Sociales
	Acción	Responsables
Actuar	Generar alertas sobre contenidos en medios de comunicación que afecten la imagen y el posicionamiento de ADEN University y/o ADEN Educational Group	<ul style="list-style-type: none"> – Rector y Vicerrector ADEN – Administrativos de ADEN – Dirección de comunicaciones. – Departamento de Marketing.
	Generar informes y alertas de la información publicada	<ul style="list-style-type: none"> – Dirección de comunicaciones. – Departamento de Marketing. – Departamento de Inbound Marketing. – Departamento de Paid Media.

Nombre del documento	Código	Elaboración			Actualización		
		Día	Mes	Año	Versión	Día	Mes
Política de Comunicación Interna y Externa	POL-MKT-ADEN-01	18	04	22			

Actuar	Mapear e identificar aliados y detractores en redes y medios para formular acciones de contingencia en caso de que se requiera	<ul style="list-style-type: none"> – Departamento de Redes Sociales. – Dirección de comunicaciones. – Departamento de Marketing. – Departamento de Redes Sociales – Departamento de Paid Media.
---------------	--	--

5. GARANTÍAS DEL PROCESO.

Cumplir con lo establecido en la Norma 4414 del procedimiento de publicidad y comunicaciones de ADEN University

6. POLÍTICAS.

La decisión de emitir una o más políticas para la operatividad del presente procedimiento es responsabilidad de la Dirección Administrativa de la Universidad.

7. DESARROLLO.

7.1. Lineamientos Generales

7.1.1. Contenido

- Las comunicaciones producidas por la dirección de comunicaciones de ADEN University, independientemente si buscar ser utilizadas para públicos internos o externos, deben ofrecer algún beneficio a los destinatarios, ser claras y precisar. Se debe evitar que las comunicaciones causen interpretaciones erradas.
- Los contenidos bajo ninguna forma pueden ser ofensivos, sexistas, racistas, discriminatorios u obscenos. En todo momento se debe tener presente que se trata de la imagen de una institución educativa.
- Se debe evitar todo estereotipos por raza, genero, religión, origen étnico, localización geográfica, orientación sexual, discapacidad, apariencia física o estrato social.
- No se deben utilizar regionalismos o frases coloquiales que son de uso común en algún lugar del país pero que en otras regiones puede ser consideradas ofensivas.
- Se procurará que los contenidos se ciñan a las normas básicas de ortografía, gramática, sintaxis y estilo establecidas por la Real Academia Española.

Nombre del documento	Código	Elaboración			Actualización			
		Día	Mes	Año	Versión	Día	Mes	Año
Política de Comunicación Interna y Externa	POL-MKT-ADEN-01	18	04	22				

- Las diferentes direcciones deben ofrecer contenidos que sean de su plena competencia y sobre los cuales se tenga seguridad en términos de veracidad de los mismos. En caso de ofrecer contenidos tomados de un tercero ajeno a la universidad, se debe incluir la fuente de donde fueron tomados.
- La información para comunicar debe provenir de fuentes totalmente confiables.
- Antes de ofrecer los contenidos, se debe validar la vigencia y calidad de los mismos.
- En caso de que se detecten errores, omisiones, malas interpretaciones o cualquier situación en la que el contenido quede en duda, se debe corregir esta información de la manera correspondiente.

7.1.2. Forma

- Cuando se publique información en formatos descargables se debe indicar la fecha de publicación o de su última actualización.
- Cualquier material que sea tomado de alguna fuente externa a la entidad debe ser considerado como una cita textual, por lo cual debe ir entre comillas dobles (“ ”) y se debe incluir la referencia del lugar donde fue tomada la cita, con al menos los siguientes datos: autor (es), libro u otra fuente del cual fue tomada y fecha de publicación.

7.1.3. Seguridad de la información.

- En los casos en los que se solicite información a la población en general se debe contar con autorización y aclarar los fines para los cuales es solicitada dicha información.
- Para hacer uso (reproducción, transformación, o puesta a disposición) de materiales y obras protegidas por el derecho de autor, debe cerciorarse de contar con la debida autorización del titular de los derechos sobre dicho material.
- La protección del derecho de autor se aplica sobre los textos, imágenes, dibujos, fotos y cualquier otro material gráfico, sonoro o visual y los programas informáticos y bases de datos.
- La protección de los derechos de propiedad intelectual y propiedad industrial se observarán en lo relativo a marcas, nombres comerciales,

Nombre del documento	Código	Elaboración			Actualización			
		Día	Mes	Año	Versión	Día	Mes	Año
Política de Comunicación Interna y Externa	POL-MKT-ADEN-01	18	04	22				

logos, enseñanzas, lemas, nombres de dominio, secretos empresariales, saber hacer, diseños industriales, patentes, modelos de utilidad y derecho de autor.

- Adicional a esto, se debe seguir los lineamientos de la Ley 64 de 10 de octubre de 2012 Sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos y la Ley 6 de 22 de enero de 2002 sobre la Acción de Habeas Data.

7.2. Lineamientos Específicos

Para el correcto funcionamiento de la comunicación como Universidad, es necesario establecer procesos y canales que garanticen que la información que se genere de la Dirección de Comunicaciones de ADEN University llegue al público objetivo.

Para lograr que el área sea eficiente, eficaz y transparente se requiere contar con equipos de trabajo comprometidos con sus tareas, esto mediante el conocimiento de los objetivos institucionales, la estructura organizacional, sus funciones, derechos y deberes. Esto mediante la definición de cómo nos comunicamos al interior del área de Comunicaciones a través de los diferentes mecanismos creados para para esto.

Gracias a esto se genera un sentido de pertenencia y favorece la eficacia de la estructura de trabajo. Reflejando como nos ven por fuera de la universidad, de tal manera que se pueda iniciar con una correcta estructura de comunicación externa a través de las informaciones que se transmite por los diferentes canales y medios. Esto depende de cómo se da a conocer y así mismo se debe definir cuáles serán los procedimientos adecuados para esto, que respeten lo establecido como identidad de marca.

7.3. Comunicación Interna.

7.3.1. Plan de comunicación Interna

La finalidad de este plan de comunicación es el establecer acciones, responsables y recursos para fortalecer y hacer más eficientes y eficaces los canales de comunicación internos de ADEN University.

El plan de comunicación es elaborado anualmente por el área de Comunicaciones, junto con el área de Talento Humano y demás áreas administrativas de ADEN University, este debe ser publicado en noviembre de

Nombre del documento	Código	Elaboración			Actualización			
		Día	Mes	Año	Versión	Día	Mes	Año
Política de Comunicación Interna y Externa	POL-MKT-ADEN-01	18	04	22				

cada año, a más tardar y el mismo publicarlo en la intranet y notificación mediante los medios específicos para ello.

7.3.2. Canales de Comunicación Interna

- **Correo electrónico institucional:** Cada uno de los funcionarios de ADEN University, cuenta con el servicio de correo electrónico, previa solicitud de creación del jefe inmediato. El correo facilita el envío y recepción de información entre los funcionarios de la universidad, en donde se garantice la comunicación ágil, veraz y eficaz.
- **Intranet:** Es un sitio web interno, diseñado para ser utilizado dentro de los límites de la Universidad. La diferencia entre un sitio de internet es que las intranets son privadas y la información que contiene, tiene objetivo de facilitar a los funcionarios la generación de valor agregado para ADEN.

La intranet de ADEN University cuenta con accesos a diferentes aplicativos y sitios de interés como: Formulario Posventa, Sistema Educat, Ayuda ventas Comerciales. Portal Faculty, Canvas, Tableros de Analítica y Campus Académico, entre otros. *(Ver Anexo #1-Intranet de la Universidad)*

- **Memorandos:** Comunicación de carácter interno, destinado a transmitir información, orientar, recordar, solicitar, dar instrucciones y pautas a las áreas y/o funcionarios que tengan relación laboral. Los memorandos son remitidos por lo general a través del sistema de correspondencia oficial de la Universidad, con el objetivo de que la misma llegue en su totalidad al público objetivo.
-
- **Comités:** Los comités del área de Comunicación están conformados por los funcionarios que se encargan de tratar o resolver un asunto en participar, de acuerdo con las funciones asignadas a este. La conformación de un comité debe estar institucionalizado y se establecerá a través de resolución.

7.4. Comunicación Externa

7.4.1. Plan de Comunicación Externa

La finalidad de este plan de comunicación es el establecer acciones,

Nombre del documento	Código	Elaboración			Actualización			
		Día	Mes	Año	Versión	Día	Mes	Año
Política de Comunicación Interna y Externa	POL-MKT-ADEN-01	18	04	22				

responsables y recursos para fortalecer y hacer más eficientes y eficaces los canales de comunicación externos de ADEN University.

El plan de comunicación es elaborado anualmente por el área de Comunicaciones, junto con el área de Comercial y Servicio y Permanencia y demás áreas administrativas de ADEN University, este debe ser publicado en enero de cada año, a más tardar.

7.4.2. Canales de Comunicación Externa

Mediante el correcto uso del manual de marca de ADEN University, se definen los diferentes canales por los cuales a nivel estratégico y por caracterización del público objetivo se utilizan para compartir información que le permita continuar con su proceso de inscripción, matrícula, admisión y/o cursado dentro de la universidad.

Los canales que se utilizan son:

- Correo electrónico
- WhatsApp
- Mensajes de texto
- Redes sociales
- Página Web
- Campus Virtual
- Televisores de la sede
- Academic Advisor
- CRM
- Radio
- Prensa
- Televisión Nacional
- Televisión Internacional
- Metro de Panamá
- Buses de Panamá
- Vallas publicitarias
- Aeropuerto de Tocumen
- Medios Digitales
- Revista Estudiantil y de Investigación
- Nuevos canales que salgan posterior a la publicación de esta política.

Nombre del documento	Código	Elaboración			Actualización			
		Día	Mes	Año	Versión	Día	Mes	Año
Política de Comunicación Interna y Externa	POL-MKT-ADEN-01	18	04	22				

7.4.3. Tipos de Contenidos

Para la correcta aplicación de esta política es importante conocer el tipo de contenidos que pueden producir las áreas de la universidad, periodicidad con las que se publican y cada uno de los responsables encargados de aprobar, supervisar y publicar contenidos.

Tabla No 1 Frecuencia y responsables de contenidos

Contenido	Periodicidad	Generador	Supervisor	Publicador
Noticias	Por solicitud	Áreas de interés	Áreas de interés	Comunicaciones
Campañas de comunicación	Cada vez que se encuentre en ejecución una campaña de comunicación	Áreas de interés	Áreas de interés	Comunicaciones Comercial Servicio y Permanencia TI
Información Institucional	Según sea requerido	Áreas de interés	Áreas de interés	Comunicaciones TI
Normativas	De acuerdo a lo estipulado por área de Calidad	Secretaría General y Vicerrectoría	Secretaría General y Vicerrectoría	Comunicaciones Comercial Servicio y Permanencia TI

7.4.4. Cuentas de Canales

A continuación, se relacionan los canales de comunicación externa que se encuentran a disposición del público en general, actualizar estos canales implica una notificación oficial para que siempre esté actualizado el inventario de los mismos y la población tenga como comunicarse con ADEN University.

Tabla No 2 Cuentas de canales de ADEN University

Canal	Usuario
Dirección	Torre de las Américas, Mezzanine Ciudad de Panamá, Panamá
Página Web	https://adenuniversity.edu.pa/
Facebook	@ADENUniversityPanama
Twitter	@adenupa
Instagram	@adenupa

Nombre del documento	Código	Elaboración			Actualización			
		Día	Mes	Año	Versión	Día	Mes	Año
Política de Comunicación Interna y Externa	POL-MKT-ADEN-01	18	04	22				

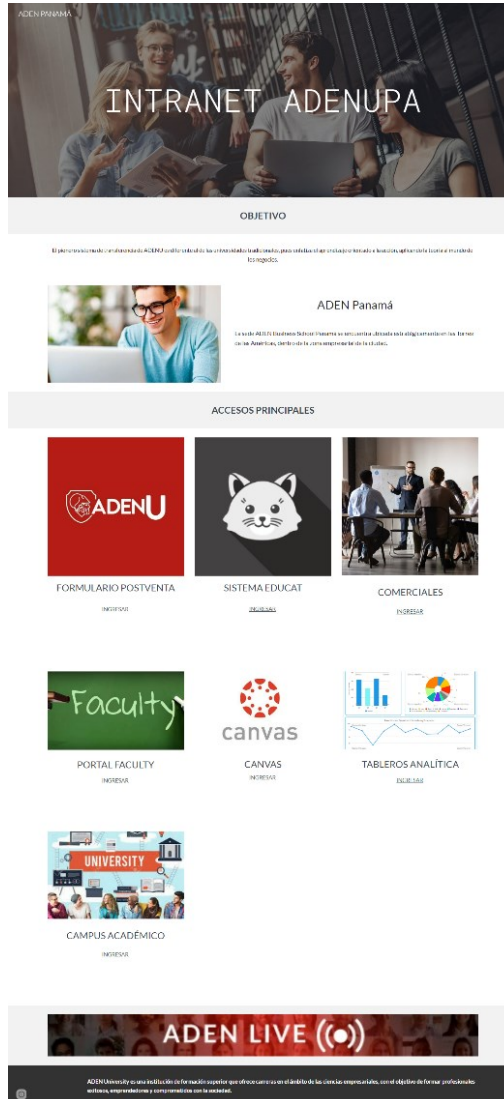
LinkedIn	https://www.linkedin.com/company/adenupa/
Línea atención	50765624028
Correo electrónico	info@adenuiversity.edu.pa

8. DOCUMENTOS RELACIONADOS

Norma 4414 del procedimiento de publicidad y comunicaciones de ADEN University

9. ANEXOS

Anexo 1: Intranet de la Universidad



Nombre del documento	Código	Elaboración			Actualización		
		Día	Mes	Año	Versión	Día	Mes
Política de Comunicación Interna y Externa	POL-MKT-ADEN-01	18	04	22			