| **OBJETIVO** | Establecer las directrices para la gestión estratégica de la comunicación institucional en situaciones de crisis, garantizando un flujo de información oportuno, claro y coherente, que contribuya a mitigar impactos reputacionales, fortalecer la confianza de los públicos y preservar la imagen de la Universidad Católica de Manizales. |
| --- | --- |

| **ALCANCE** | Este procedimiento aplica a todas las comunicaciones institucionales en situaciones definidas como críticas, dirigidas a públicos internos y externos, incluyendo medios de comunicación, redes sociales, plataformas digitales y cualquier otro canal oficial. No aplica para el flujo informativo convencional ni actividades rutinarias. |
| --- | --- |

| **DEFINICIONES** | * **Crisis:** Evento inesperado o de alto impacto que interrumpe el funcionamiento normal de la universidad y representa un riesgo para su reputación o bienestar comunitario, especialmente cuando pasan a ser de dominio público. * **Crisis prevenibles:** Situaciones derivadas de errores humanos, fallas organizativas o desinformación, que podrían haberse evitado con anticipación y buena gestión. * **Crisis no prevenibles (fortuitas):** Situaciones derivadas de eventos externos o inevitables como desastres naturales o accidentes. * **Vocería institucional:** Portavoces designados oficialmente para comunicar en nombre de la universidad en medios y plataformas. * **Narrativa de crisis:** Mensaje estructurado y coherente que transmite la postura institucional frente a la situación. * **Acciones de efecto adverso:** actividades que se realizaron para afrontar la crisis, que tuvieron malos resultados. * **Acciones exitosas:** acciones efectivas y de buenos resultados. |
| --- | --- |

| **PROCEDIMIENTO** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nº** | **PH VA** | **ACTIVIDAD / DESCRIPCIÓN** | **RESPONSABLE** | **REGISTRO (MEDIO DE VERIFICACIÓN)** |
| 01 | P | Detección de señales: Sondear, escuchar y examinar de forma permanente los medios internos y externos con que cuenta la UCM para ubicar posibles focos emergentes de crisis entre colaboradores, profesores, estudiantes y comunidad externa e interna en general. | Comunicaciones  Unidad de Mercadeo y Comunicaciones  Líderes de áreas  Directores de programa  Directivas | No aplica |
| 02 | P | Preparación y prevención: Diseñar estrategias en la Institución que informen, alerten y prevengan a los colaboradores; para que puedan hacer todo lo posible en impedir y estar preparados con la llegada de las crisis evitables e inevitables en cualquier instancia organizacional. | Comunicaciones |  |
| 03 | P | Identificación del riesgo de crisis  **Criterio:**  Cualquier persona puede dar aviso sobre una situación riesgosa. Los integrantes de la comunidad universitaria deben reportar al equipo de comunicaciones, quienes son los encargados de constatar y verificar si en efecto hay circunstancias de riesgo. | Directores de Programa  Coordinadores de Unidad  Comunidad universitaria  Comunidad externa | No aplica |
| 04 | P | Notificación inmediata a la Rectoría y conformación de equipo táctico según la situación.  **Criterio:**  Una vez constatado el riesgo, debe reportarse ante la rectoría | Comunicaciones  Asistente de Comunicaciones | Correo electrónico |
| 05 | H | Activación de la articulación de las unidades pertinentes y relacionadas con la situación, la reunión es presidida por la rectoría y las personas adicionales según las implicaciones de la situación, es decir podrá integrar a un decano, director o coordinador de una o varias áreas. Siempre es preferible un menor número de integrantes, para agilizar las decisiones.  La dinámica de la reunión debe iniciar con el panorama completo de la situación, revisión de casos anteriores y dimensionamiento de las consecuencias. | Rectoría UCM | Acta de reunión |
| 06 | P | Definición y ejecución de tácticas y acciones iniciales preventivas o correctivas  **Criterio:**  Se establecen acciones operativas orientadas a mitigar las circunstancias que generan la crisis, junto con acciones comunicativas estratégicas, entre las cuales se incluyen:   * Definición de voceros institucionales: El Comité de Gestión del Riesgo de la UCM designará a la persona encargada de emitir declaraciones oficiales, considerando:   1. La especificidad del caso (si afecta a una unidad particular o a toda la institución)   2. El nivel de la situación (si es de carácter técnico o requiere intervención directiva)   3. La capacidad comunicativa del colaborador designado * Identificación de públicos objetivos: Se realiza un análisis de los grupos de interés impactados por la situación, ya sean internos, externos o ambos. * Construcción de mensajes clave: Se elaboran mensajes alineados con cada público, garantizando que sean claros, precisos, transparentes, empáticos, propositivos y orientados al refuerzo positivo. * Selección de canales de comunicación: Se determinan los medios más adecuados para la difusión de los mensajes, según el tipo de audiencia y la naturaleza de la crisis. | Designados por la Rectoría de acuerdo con la situación.  Comunicaciones  Unidad de Mercadeo y Comunicaciones | Comunicados, testimonios y otros medios definidos en la reunión  Comunicación Interna, Comunicación Electrónica, Medios, Atención a afectados, funcionarios, Elaboración de mensajes, Documento de preguntas y respuestas, Documentos informativos y Rueda de prensa |
| 07 | V | Monitoreo de impacto y seguimiento: Aplicar los procedimientos de acuerdo con las nuevas circunstancias, sin descuidar el seguimiento que se aplique a los resultados obtenidos luego de la emergencia. Esta actividad debe incluir  balances y sondeos alrededor de lo ocurrido.  Plan de Respuesta: el discurso para informar sobre la crisis y sus avances; el equipo de trabajo que efectuará el seguimiento a la crisis; los medios internos y externos para regular el tránsito de la crisis por la entidad. | Comunicaciones  Unidad de Mercadeo y Comunicaciones |  |
| 08 | V | Reformulación de acciones y mensajes según evolución de la crisis. | Rectoría  Designados por la Rectoría  Jefe de Comunicaciones  Unidad de Mercadeo y Comunicaciones | Comunicados, testimonios y otros medios definidos por la Rectoría |
| 09 | V | Evaluación final: Implementar acciones para medir las lecciones aprendidas de las experiencias vividas durante el proceso crítico de la Universidad; para establecer los niveles de respuestas que se tendrían para futuras crisis internas y externas.  Criterios:  Determinación de la prevenibilidad: factores que hubieran evitado o mitigado el desarrollo de la situación de crisis, definiendo acciones de efecto adverso, acciones exitosas y sugerencias | Rectoría  Designados por la Rectoría  Unidad de Mercadeo y Comunicaciones | Informe General de crisis  Acta de cierre |

| **Elaboró** | **Revisó** | **Aprobó** | **Fecha de vigencia** |
| --- | --- | --- | --- |
| Jefe de Comunicaciones | Dirección de Aseguramiento de la Calidad  Líder SIG | Consejo de Rectoría | Marzo del 2021 |

**CONTROL DE CAMBIOS**

| **FECHA** | **VERSIÓN** | **ÍTEM** | **MODIFICACIÓN** |
| --- | --- | --- | --- |
| Ene 2019  Ene 2019  Ene 2019  Ene 2019  Mar 2021  Mar 2021  Mar 2021  Mar 2021  Mar 2021  Mar 2021  Mar 2021  Mar 2021  Abril 2025  Abril 2025  Abril 2025  Abril 2025  Abril 2025  Abril 2025 | 02  02  02  02  03  03  03  03  03  03  03  03  04  04  04  04  04  04 | Definición  Actividad 1 y 2  Actividad 3  Actividad 5  Actividad 6  Actividad 7  Responsables  Actividad 01  Actividad 02  Actividad 03  Actividad 04  Actividad 05  Actividad 06  Actividad 07  Actividad 08 y 09  Objetivo  Alcance  Definiciones  Procedimiento 04  Procedimiento 08  Procedimiento 06 | Se agregan los conceptos de crisis evitables y no evitables.  Se robustece el proceso en la etapa de planeación, definiendo acciones preventivas para las situaciones de crisis  Eliminación del Comité de crisis con el fin de agilizar la ejecución de las acciones y se traslada a reunión con las unidades y cargos definidos por la Rectoría.  Asignación de responsabilidades a los cargos y unidades que la Rectoría considere necesario de acuerdo con la situación presentada.  Se cambia la denominación del responsable a la Unidad de Mercadeo y Comunicaciones.  Se elimina indagar la dinámica del ambiente laboral; por considerar que no siempre es esta la decisión tomada como respuesta a la crisis.  se amplía la denominación de las campañas a las actividades y se cambia la denominación funcionarios por colaboradores.  Se define que cualquier persona puede convertirse en fuente de información de una crisis. (no solo los líderes de áreas)  Se elimina como responsables: Líderes de procesos UCM, Directores de Programa, Coordinadores de Unidad y se cambia la denominación de los responsables por Jefe de Comunicaciones y Asistente de Comunicaciones  Se eliminan los vicerrectores, secretaría general, control interno y comunicaciones; para dejarlo abierto de acuerdo con la situación la entrada a cualquier actor.  Se agrega como responsable la Unidad de Mercadeo y Comunicaciones  Se elimina la reanudación de la actividad laboral para dejar abierta de acuerdo con las decisiones tomadas  Se modificó: “Determinar las pautas de acción para desarrollar las comunicaciones en momentos de crisis, con el fin de mitigar los impactos negativos para la imagen institucional y garantizar el adecuado flujo de información de manera oportuna” por “Establecer las directrices para la gestión estratégica de la comunicación institucional en situaciones de crisis, garantizando un flujo de información oportuno, claro y coherente, que contribuya a mitigar impactos reputacionales, fortalecer la confianza de los públicos y preservar la imagen de la Universidad Católica de Manizales”.  Se modificó: “Abarca el manejo de la información para los públicos internos y externos, en particular, ante los medios de comunicación masiva y periodistas. Se incluye la comunicación verbal y escrita principalmente, pero replicable en otros lenguajes multimedia. Aplica únicamente para circunstancias definidas como críticas, no para el flujo convencional de información ni para los testimonios del quehacer diario que se dan a los periodistas de medios masivos” por “Este procedimiento aplica a todas las comunicaciones institucionales en situaciones definidas como críticas, dirigidas a públicos internos y externos, incluyendo medios de comunicación, redes sociales, plataformas digitales y cualquier otro canal oficial. No aplica para el flujo informativo convencional ni actividades rutinarias”.  Las definiciones crisis, crisis evitables y crisis no evitables o accidentales fueron ajustadas y se agregaron las definiciones vocería institucional y narrativa de crisis.  Se modificó el paso 04 del procedimiento: “Notificación del riesgo de crisis ante la instancia directiva” por “Notificación inmediata a la Rectoría y conformación de equipo táctico según la situación”.  Se modificó el paso 08 del procedimiento: “Reformulación de acciones” por “Reformulación de acciones y mensajes según evolución de la crisis”.  En el paso 06 del procedimiento se especificó que es el Comité de Gestión del Riesgo UCM el que determinará el vocero institucional para dar declaraciones oficiales. |