

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicadora y Periodista

Mariana Valencia Ramírez

Clara Isabel Vélez Rincón
Mg. en Comunicación Digital

Unilasallista Corporación Universitaria
Ciencias Sociales y Educación
Comunicación Social y Periodismo
Caldas – Antioquia

2025

Tabla de contenido

Contenido

| | |
|--|-----------|
| Resumen | 7 |
| Introducción | 8 |
| Justificación | 9 |
| Objetivos | 10 |
| Objetivo General | 10 |
| Objetivos Específicos | 10 |
| Marco Teórico | 11 |
| Marco legal | 11 |
| <i>Constitución Política de Colombia</i> | 11 |
| <i>Ley de Infancia y Adolescencia</i> | 12 |
| Imagen corporativa | 13 |
| Identidad corporativa | 14 |
| Público interno, externo y stakeholders | 16 |
| Público interno..... | 16 |
| Público externo | 16 |
| Stakeholders..... | 17 |
| Metodología | 19 |
| Resultados | 21 |
| Entrevista | 21 |
| Encuesta | 24 |
| Observación participante | 25 |
| Conclusiones | 28 |
| Recomendaciones | 30 |
| Apéndice | 31 |
| Apéndice A | 31 |
| Referencia | 62 |

Lista Tablas

| | |
|--|-----------|
| tabla 1. formato de autorización para el uso de la imagen de los estudiantes del isc..... | 7 |
| tabla 2. entrevista semiestructurada. elaboración propia. | 23 |
| tabla 3. empleados del isc, que respondieron la encuesta. elaboración propia. | 24 |
| tabla 4. directrices área de comunicaciones. elaboración propia. | 26 |
| tabla 5. hallazgos observación participante. elaboración propia. | 26 |

Lista de Apéndice

| | |
|---|----|
| figura 1. pregunta 1 de la encuesta. | 31 |
| figura 1. pregunta 1 de la encuesta. | 31 |
| figura 2. pregunta 2 de la encuesta. ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO. | |
| figura 2. pregunta 2 de la encuesta. | 32 |
| figura 3. pregunta 3 de la encuesta colaboradores..... | 33 |
| figura 3. pregunta 3 de la encuesta colaboradores..... | 33 |
| figura 4. pregunta 4 de la encuesta colaboradores..... | 34 |
| figura 4. pregunta 4 de la encuesta colaboradores..... | 34 |
| figura 5. pregunta 5 de la encuesta colaboradores..... | 35 |
| figura 5. pregunta 5 de la encuesta colaboradores..... | 35 |
| figura 6. pregunta 6 de la encuesta colaboradores..... | 36 |
| figura 6. pregunta 6 de la encuesta colaboradores..... | 36 |
| figura 7. pregunta 7 de la encuesta colaboradores..... | 37 |
| figura 7. pregunta 7 de la encuesta colaboradores..... | 37 |
| figura 8 pregunta 8 de la encuesta colaboradores..... | 38 |
| figura 9. pregunta 9 de la encuesta colaboradores..... | 39 |
| figura 10. pregunta 10 de la encuesta colaboradores..... | 40 |
| figura 11. pregunta 11 de la encuesta colaboradores..... | 41 |

Lista de Ilustraciones

| | |
|--|-----------|
| ilustración 1. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 42 |
| ilustración 1. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 42 |
| ilustración 2. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 43 |
| ilustración 2. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 43 |
| ilustración 3. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 44 |
| ilustración 4. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 45 |
| ilustración 5. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 46 |
| ilustración 6. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 47 |
| ilustración 7. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 48 |
| ilustración 8. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 49 |
| ilustración 9. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 50 |
| ilustración 10. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 51 |
| ilustración 11. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 52 |
| ilustración 12. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 53 |
| ilustración 13. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 54 |
| ilustración 14. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 55 |
| ilustración 15. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 56 |

| | |
|--|-----------|
| ilustración 16. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 57 |
| ilustración 17. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 58 |
| ilustración 18. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 59 |
| ilustración 19. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 60 |
| ilustración 20. manual del manejo de datos e imagen corporativa del instituto san carlos (isc). | 61 |

Resumen

Este manual establece las pautas para el manejo de la imagen corporativa y el uso correcto de los datos e imágenes personales en el Instituto San Carlos. Este se fundamenta en los principios de la comunicación estratégica, la protección de datos personales y la identidad corporativa. Por esta razón es una herramienta fundamental para la gestión de la comunicación interna y externa, la protección de la información personal y el uso de la imagen institucional.

Para su elaboración se realizó una investigación cualitativa, en la cual se identificaron las falencias en la comunicación interna y externa, así como la falta de conocimiento y claridad sobre las políticas del uso de los datos personales de los estudiantes y la imagen corporativa.

Así se evidenció la necesidad de un manual con directrices claras para el manejo de la información personal y la imagen corporativa, garantizando la protección de los derechos de los estudiantes y la coherencia de la identidad institucional.

Palabras claves: Imagen corporativa, Públicos, Identidad visual, Datos personales, Marco legal

Introducción

En la era digital, la comunicación se ha convertido en un elemento fundamental para la gestión y el éxito de cualquier organización. La imagen corporativa, que hace referencia a la identidad visual y la percepción general de una organización y el manejo de datos personales son aspectos cruciales que requieren una atención especializada, especialmente en el ámbito educativo, donde la protección de la información personal de los menores de edad es un derecho fundamental.

En el caso del Instituto San Carlos (ISC), que acompaña el proceso educativo de niños desde pre jardín hasta adolescentes de grado 11, se evidencian la falta de pautas claras y directrices específicas para el manejo de la imagen corporativa y el uso correcto de los datos personales de los estudiantes. Esta situación puede comprometer la integridad de la institución, afectar la confianza, la comunidad académica y obstaculizar el logro de los objetivos institucionales.

Para su elaboración se partió de instrumentos como la búsqueda documental, la observación participante y las entrevistas, los cuales permitieron identificar no solo las necesidades sino las debilidades y amenazas que se generan de una débil gestión de la información personal.

Justificación

El Instituto San Carlos, fue fundado en 1938 por los hermanos Gerardo Norberto e Ignacio Felipe. Actualmente cuenta con 1.400 estudiantes, que se distribuyen en los grados desde prejardín hasta el grado 11 y cuenta con 127 empleados.

La institución ha ajustado su estructura y herramientas de comunicación para responder al incremento en el número de estudiantes y a la evolución de las tecnologías.

Por esta razón, surgió la necesidad de crear un Manual para el manejo de datos e imagen corporativa, aportará al instituto la gestión de la información, les permitirá tener un control de los datos sensibles, priorizando la seguridad en el uso de la imagen y datos personales de los menores de edad, establecidas en el marco legal colombiano y en las políticas del tratamiento de datos de la Congregación de los Hermanos de las Escuelas Cristianas y mejorar así la comunicación interna y externa del ISC.

Por otra parte, agilizará los procesos administrativos, en este caso, la forma correcta de diligenciamiento de los formatos de autorización del uso de la imagen, facilitando a los maestros, administrativos y a los futuros practicantes en el área de comunicaciones, tener claridad sobre el correcto uso y manipulación de la información e imagen personal de los estudiantes.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar un manual sobre el correcto manejo de la imagen corporativa y el uso correcto de los datos e imágenes personales del Instituto San Carlos.

Objetivos Específicos

Indagar las políticas actuales del Instituto San Carlos relacionadas con el manejo de la información y la imagen corporativa.

Analizar la presencia y consistencia de la imagen corporativa en diferentes materiales y comunicaciones internas del Instituto San Carlos.

Establecer el conocimiento de los colaboradores sobre el uso correcto de la información e imagen de los estudiantes.

Marco Teórico

El Instituto San Carlos, actualmente educa más de 1.400 estudiantes, todos ellos menores de edad, lo cual según la Constitución Política de Colombia los convierte en sujetos de especial protección. Es por esto, que la construcción de este manual se fundamenta en el contexto de la protección de datos personales y la imagen corporativa del Instituto San Carlos.

Marco Legal

Las leyes colombianas buscan asegurar que los niños reciban el cuidado y protección necesarios para que su bienestar y desarrollo sean integrales. La confidencialidad, seguridad y privacidad son aspectos clave en el manejo de la información sensible de los menores.

Constitución Política de Colombia

Los derechos de los niños y adolescentes prevalecen sobre los derechos de los demás, es por esto, que el Instituto San Carlos tiene como obligación garantizar la protección y bienestar, para el desarrollo integral de cada uno de sus estudiantes. Como lo expresa la Constitución política de Colombia en su artículo se establece que el estado colombiano tiene como obligación velar por la protección de los niños y adolescentes, garantizando bienestar y un desarrollo integro.

Son derechos fundamentales de los niños: la vida, la integridad física, la salud y la seguridad social, la alimentación equilibrada, su nombre y nacionalidad, tener una familia y no ser separados de ella, el cuidado y amor, la educación y la cultura,

la recreación y la libre expresión de su opinión. Art. 44. 7 de julio de 1991(Colombia).

Por otra parte, en el Artículo 15, habla sobre el derecho que tienen todos los ciudadanos sobre la protección de sus datos personales, el derecho a la intimidad y el buen nombre, lo que abarca la recolección, tratamiento y circulación de los datos que sean sensibles.

Todas las personas tienen derecho a su intimidad personal y familiar y a su buen nombre, y el Estado debe respetarlos y hacerlos respetar. De igual modo, tienen derecho a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas. Art. 15. 7 de julio de 1991(Colombia).

Esto implica, que el ISC, como institución educativa, debe garantizar la confidencialidad y seguridad de la información personal de los estudiantes y colaboradores.

Ley de Infancia y Adolescencia

El Instituto San Carlos debe garantizar la protección de la información personal de sus estudiantes y garantizar el adecuado tratamiento y resguardo de esta información. La ley ampara el derecho a la intimidad que tienen los niños y adolescentes, por lo que, el ISC, debe basar sus directrices en el cumplimiento de este artículo.

Derecho a la intimidad. Los niños, las niñas y los adolescentes tienen derecho a la intimidad personal, mediante la protección contra toda injerencia arbitraria o ilegal en su vida privada, la de su familia, domicilio y correspondencia. Así mismo, serán protegidos contra toda conducta, acción o circunstancia que afecte su dignidad. Código de la Infancia y la Adolescencia, 2006, art. 33.

La ley establece las directrices para la protección de datos personales y la privacidad de los niños, niñas y adolescentes.

El Instituto San Carlos, cuenta con un formato de autorización para el uso de los datos personales e imagen de los estudiantes en las redes sociales institucionales, el cual debe ser diligenciado por parte del acudiente. Cabe aclarar que está prohibido que los estudiantes tomen fotos a sus compañeros y estas sean compartidas en las redes sociales personales. El correcto manejo de la información contribuye al fortalecimiento de la confianza entre la institución, los colaboradores y las familias, al respetar los derechos que tiene los menores de edad en la protección de sus datos y el buen manejo de su imagen.

Imagen Corporativa

La imagen corporativa es uno de los componentes más importantes de una institución, ya que muestra la percepción de su personal y público. Asimismo, difiere de la identidad, la cual comprende el conjunto de sus valores, objetivos y lados social y personal.

Cabe destacar que la imagen, en sí, no es material; es subjetiva, conforme a las emociones y opiniones de varias personas. Siguiendo a los investigadores Rivera,

Rojas, Ramírez, & Álvarez de Fernández, (2005), la imagen corporativa comprende las asociaciones mentales que los públicos establecen sobre una organización, derivadas de su interacción con los elementos visuales (logotipo, colores, tipografía) y las acciones comunicativas que esta realiza. Por tanto, una gestión adecuada de la imagen corporativa no solo refuerza la reputación de la organización, sino que también contribuye a establecer relaciones de confianza y credibilidad con sus públicos. (Pág.7.)

En el caso de San Carlos, la imagen del colegio es muy importante porque incide en la percepción de los padres, estudiantes y la comunidad educativa. Dado que la gestión de la imagen, incluye el manejo de la información personal, el tratamiento de los datos personales, el manejo de los símbolos de identidad, logos, etc y la información personal de toda la comunidad educativa, es una parte importante de este concepto.

Identidad Corporativa

Este es un concepto que va unido al de la imagen corporativa. La identidad corporativa es un conjunto de elementos que permite que una organización se diferencie de otra, creando la personalidad de la empresa, con sus objetivos, valores, misión y visión.

La identidad corporativa es todo aquello que compone la carta de presentación de la empresa, y en su sistema de identidad visual están presentes elementos constitutivos de la identidad como la historia de la empresa, su evolución, sus estructuras, los servicios y las realidades presentes, la percepción de esta identidad por los diferentes

públicos y la dinámica estratégica dentro de la cual se proyecta la empresa. *Argüello, J. (2011). Identidad e imagen corporativa: (pág.8).*

Adicionalmente, la consistencia y coherencia en el uso de la imagen corporativa del ISC refleja los valores y la identidad de la institución. Un manejo adecuado de la marca contribuye al posicionamiento y la reputación del colegio, alineándose a las tendencias actuales en comunicación y marketing educativo:

La marca corporativa determinará la percepción que diferentes agentes tienen sobre la organización y, por ello también, el tipo e intensidad de la relación que éstos establecen con la misma. Todo esto condicionará la posición que la organización ocupa en el mercado y su supervivencia a lo largo del tiempo. *Rodríguez Ardura, I. & Jiménez Zarco, A. I. (2007). Pág.14.*

En este contexto, la identidad corporativa es entendida como un conjunto de elementos, rasgos y características estables y duraderas en la organización: la personalidad, valores, creencias, actitudes, opiniones mantenidas, signos o elementos de identificación, son los que determinan la manera de ser, de pensar y de actuar de la empresa.

Es por esto que el desarrollo de un manual de manejo de datos e imagen corporativa que se sustenta en los principios legales, éticos y de buenas prácticas permite generar los impactos sociales y económicos esperados por el Instituto San Carlos.

Público interno, externo y stakeholders

Público Interno

El público interno son todos los miembros de la organización y abarca desde las estrategias y políticas hasta la cultura y las acciones diarias.

“Los procesos de comunicación interna pueden contribuir exitosamente a una mejor planificación estratégica de la comunicación, logrando una mejor relación entre sus miembros, entre estos y el entorno, para el logro de mejores resultados empresariales”. (Ricabal Avilés, 2011, p. S/P).

Se entiende, que el público interno de una organización, son todos aquellos que constituyen el organigrama de la empresa como son los empleados, los directivos, socios, etc.

“El público interno, el cual está formado por todas las personas que tienen una vinculación directa con la institución, porque son parte de alguno de sus grupos ocupacionales, y por aquellos que están estrechamente relacionados con la misma”. (Díaz, 2021, p. S/P).

De acuerdo a esto, en el ISC, todos los colaboradores, estudiantes y padres de familia, deben constituir un grupo y un objetivo en común, que compartan un mismo discurso y percepción de la organización.

Público Externo

El público externo hace referencia a todas aquellas personas que interactúan con la organización de manera directa. Tienen la capacidad de influir en el sistema organizativo o ser impactados por él, en mayor o menor medida, dependiendo de los objetivos que ambas partes persigan.

La comunicación institucional externa resulta esencial porque facilita el contacto de la organización con su entorno, permitiendo establecer relaciones significativas. Según Muriel y Rota (1980), estos públicos poseen un interés en la organización, siendo más numerosos que los públicos internos, y requieren un trato diferenciado. Asimismo, algunos grupos de este tipo tienen una relevancia particular para la entidad, lo que demanda una atención más específica.

Por su parte, Díaz (2021) destaca que los públicos externos son el objetivo de los procesos comunicativos organizacionales, los cuales les proporcionan información sobre actividades y productos, al tiempo que permiten obtener retroalimentación acerca de la entidad y su gestión.

En este sentido, es fundamental establecer una comunicación eficaz con los públicos externos, ya que esto contribuye a construir una imagen positiva de la organización, atraer nuevos clientes y mantener relaciones comerciales sólidas.

Stakeholders

Los Stakeholders son las partes interesadas de una organización, es decir, aquellos grupos o personas cuya influencia y relevancia son cruciales para su existencia, sostenibilidad y desarrollo.

Según Freeman (1994), un stakeholders se define como “cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por una organización” (p. 38). En el Instituto San Carlos (ISC), estos stakeholders incluyen proveedores, Accionistas, Organismos gubernamentales, Miembros del público, Sindicatos, ONG, Periodistas, Competidores Cada uno de ellos desempeña un papel fundamental en el ecosistema

educativo del instituto, y sus intereses deben ser gestionados con cuidado y responsabilidad.

El impacto en los stakeholders del ISC resulta esencial para garantizar el equilibrio entre las necesidades de cada grupo y los objetivos institucionales. Al involucrar de manera responsable a proveedores, accionistas, organismos gubernamentales, sindicatos, ONG, y demás partes interesadas, el ISC puede fortalecer su ecosistema educativo, promover su misión y asegurar un impacto positivo en la comunidad que sirve.

Metodología

Para llevar a cabo este trabajo, se utilizó una metodología de investigación cualitativa, que permite comprender fenómenos sociales y humanos al explorar y describir experiencias, percepciones y significados. Según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014), la investigación cualitativa se caracteriza por utilizar métodos de recolección y análisis de datos que no se centran en lo numérico, sino que buscan comprender la profundidad y variedad de las experiencias humanas dentro de su contexto natural (p. 7).

Como técnicas de recolección de información se realizaron entrevistas semiestructuradas a la jefe del área de Comunicaciones, la secretaria Académica y a la presidenta del consejo de padres.

El principal objetivo de una entrevista es obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias, opiniones de personas. Siempre, participan –como mínimo- dos personas. Una de ellas adopta el rol de entrevistadora y la otra el de entrevistada, generándose entre ambas una interacción en torno a una temática de estudio. Folgueiras Bertomeu. (2016).Pág.3.

Además, se aplicó una encuesta dirigida a los colaboradores del ISC, diseñada para medir su conocimiento sobre las políticas de uso de datos personales y la imagen corporativa. Tal como lo describe Malhotra (2008) en su obra Investigación de Mercados, una encuesta estructurada “permite recolectar información específica mediante preguntas de alternativa fija y sin ocultar el propósito del estudio”. (Pág. 188).

Por último, se realizó una observación participante que complementó los datos obtenidos. Esta técnica, como explica Malhotra (2008), consiste en el “registro de patrones conductuales de personas, objetos y sucesos de forma sistemática, para obtener información sobre el fenómeno de interés” (Pág .144).

Resultados

Entrevista

Para identificar las principales falencias y retos relacionados con el manejo de los formatos de autorización de uso de imagen y datos personales en el Instituto San Carlos, se realizaron entrevistas semiestructuradas con tres personas clave: la jefe del área de comunicaciones, la secretaria académica y la presidenta del consejo de padres.

Tabla 1

Formato de autorización para el uso de la imagen de los estudiantes del ISC.

Hermanos de las Escuelas Cristianas
Distrito La Salle Norandino

AUTORIZACIÓN ESPECIAL PARA EL USO DE IMÁGENES FOTOGRÁFICAS Y GRABACIONES DE VIDEO Y AUDIO

INFORMACIÓN DEL TITULAR DE DATOS PERSONALES (ESTUDIANTE)

NOMBRE: _____
 DOC.: _____ TELEFONO: _____
 CIUDAD: _____ FECHA: _____

Por medio del presente documento autorizo voluntariamente a la CONGREGACIÓN DE LOS HERMANOS DE LAS ESCUELAS CRISTIANAS, para la realización de tomas fotográficas, de video o audio y posteriormente a publicar, usar y ejercer todos los derechos de propiedad sobre dichos contenidos en los cuales he tenido participación, esta autorización es para el uso legal en cualquier medio editorial, comercial y publicitario, sin ninguna restricción y puede ser ejecutada por personal de la Institución o un tercero sobre los cuales se delega la responsabilidad.

TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES: LA CONGREGACIÓN DE LOS HERMANOS DE LAS ESCUELAS CRISTIANAS, informa que los datos personales recopilados en este documento, se destinan únicamente para las finalidades descritas y son utilizados de acuerdo a lo adoptado en la Política De Tratamiento de datos, la cual puede ser consultada en www.lasallenorandino.org, en concordancia con lo dispuesto por la normativa colombiana sobre tratamiento de datos personales, la ley 1581 de 2012 y el decreto reglamentario 1377 de 2013.

Atentamente,

Firma: _____
 CC.: _____

Si la persona fotografiada o grabada es menor de edad, el acudiente o responsable debe diligenciar los siguientes campos:

Yo, _____ con CC. No. _____ y
 obrando como acudiente de _____ identificado con _____
 declaro que acepto las condiciones anteriormente mencionadas en este documento.

Firma: _____
 CC.: _____

Teléfono: +57 (604) 520 4570 Correo electrónico: info@delasalle.edu.co
 Dirección: Carrera 48 # 20 -114, Torre 3, piso 7, Oficina 748. NIT: 890.901330-5

La Salle

Escaneado con CamScanner

Fuente: Proporcionada por el Instituto San Carlos.

La jefe de Comunicaciones, Sara María Restrepo, destacó que, al 17 de abril de 2024, durante la primera entrega de informes del año, aún se estaban completando o corrigiendo múltiples formatos de autorización debido a errores en su diligenciamiento o información incompleta. Esto generó retrasos significativos en la identificación de estudiantes que no contaban con la autorización de uso de imagen por parte de sus acudientes, un proceso que debería haber sido completado en las primeras dos semanas del calendario escolar.

Además, mencionó que, a pesar de haber realizado inducciones y capacitaciones para los colaboradores sobre las directrices institucionales, estas no siempre eran aplicadas correctamente, lo que evidenció una falta de seguimiento o comprensión por parte del personal.

Adriana María Fuentes, secretaria académica, explicó que los formatos utilizados para el manejo de datos personales fueron diseñados por la Congregación de los Hermanos de las Escuelas Cristianas y comenzaron a implementarse en diciembre de 2022. Sin embargo, señaló que no todos los colaboradores estaban al tanto de los procedimientos específicos para su correcto diligenciamiento, lo que contribuyó a errores recurrentes.

A esto se suma que muchos acudientes no muestran interés por conocer para qué se hace firmar este formato, porque es importante para la protección de los menores y prácticamente “firman en automático”. Esto hace que se presenten errores en su diligenciamiento.

La secretaria académica también señaló la necesidad de establecer un sistema más eficiente para verificar el cumplimiento de estos procesos y evitar la acumulación de problemas al inicio del año escolar.

Por su parte, la presidenta del consejo de padres, Adriana Patricia Agudelo Saldarriaga, manifestó que falta claridad y comunicación hacia las familias respecto a manejo de los datos personales y las autorizaciones de uso de imagen. Aunque reconoció los esfuerzos de la institución por cumplir con las normativas, sugirió mejorar los canales de información para garantizar que los padres comprendan plenamente las implicaciones y requisitos del proceso.

Tabla 2

Entrevista semiestructurada.

| Nombre | Cargo | Hallazgos |
|--------------------------------------|----------------------------------|---|
| Sara María Restrepo | Jefe de Comunicaciones | <ul style="list-style-type: none"> • Hay fallas en los formularios que implican reprocesos. • Los maestros del ISC, publican contenidos de los estudiantes en sus redes y sus fuentes personales, lo cual está prohibido. |
| Adriana María Fuentes Mosquera | Secretaria Académica | <ul style="list-style-type: none"> • La auditoría interna mostró fallas en el diligenciamiento de los formatos. • Ella y la jefe de comunicaciones se encargan de verificar el debido proceso en el formato |
| Adriana Patricia Agudelo Saldarriaga | Presidenta del consejo de padres | <ul style="list-style-type: none"> • En el momento de implementarse los formatos, no hubo una explicación previa sobre este formato, ni el porque ni cómo diligenciarlo. |

Fuente: Elaboración propia.

Encuesta

Esta encuesta de 16 preguntas fue realizada a través de Forms y se hizo llegar a 127 colaboradores del Instituto San Carlos (área administrativa, docentes y servicios generales); esta incluyó preguntas abiertas y cerradas.

En ella se buscaba evidenciar qué tanta claridad o conocimiento tenían los colaboradores respecto a las directrices sobre el uso de los datos personales de los estudiantes y si la información brindada desde el área de Comunicaciones era entregada y recibida de forma clara.

Solo un 52% de los colaboradores respondió la encuesta, distribuidos así:

Tabla 3

Empleados del ISC, que respondieron la encuesta.

| | |
|---------------------|-----|
| Docentes | 57% |
| Administrativos | 50% |
| Servicios generales | 29% |

Fuente: Elaboración propia.

El 72% de los encuestados afirmó estar familiarizado con las políticas institucionales sobre el manejo de datos personales, el 60% indicó tener conocimiento sobre las directrices distritales del correcto uso de la imagen corporativa y el 66% conoce los formatos de Autorización para el uso de la imagen de los estudiantes.

Sin embargo, el 63% afirmó no tener conocimiento de los estudiantes que para el presente año (2024) no cuentan con el formato de autorización firmado.

Esto resalta la necesidad de establecer un plan de formación continua para reforzar estos aspectos, además llama la atención que, aunque en su mayoría dicen

tener conocimiento de los procedimientos esto no se ve reflejado en el momento de llevar a cabo lo establecido por el reglamento. Otro punto a destacar es que los colaboradores solo se centran en el Habeas Data como única medida de protección de la imagen y no son conscientes de la protección especial a los menores de edad.

Ver encuesta completa en Apéndice A.

Observación participante

La observación participante se hizo entre febrero y julio, que corresponden al periodo de práctica. El objetivo era evidenciar el cumplimiento por parte de los docentes de las directrices fijadas desde el área de Comunicaciones, respecto a la toma de imágenes y videos en teléfonos personales y su publicación, a no ser que no sea posible la presencia de la comunicadora o las practicantes en el lugar, y que esa esta quién le solicite la toma de este registro, el cual debe ser enviado el mismo día vía correo a la comunicadora del ISC.

Lo mismo se hizo con los estudiantes quienes tienen prohibido el uso de celulares en la institución. Esta indicación es reiterativa para alumnos de grado 11, ya que tienen programadas durante el año actividades de apadrinamiento a los estudiantes de prejardín y transición. En estos encuentros se les informa que no es permitido tomar fotografías a los niños y menos ser publicadas en sus redes.

Tabla 4

Directrices Área de Comunicaciones.

| Directrices Área de Comunicaciones | |
|---|--|
| Estudiantes ISC | <ul style="list-style-type: none"> • Es prohibido el uso de los dispositivos dentro de la institución. • Esta prohibido tomar fotografías a sus compañeros y estas ser publicadas en sus redes sociales. |
| Docentes | <ul style="list-style-type: none"> • Esta prohibido la toma de fotografías y videos con los dispositivos personales a los estudiantes del ISC, y estas ser publicadas en sus redes sociales personales. • En caso de no ser posible la presencia de la comunicadora o practicante en las diferentes actividades institucionales, solo con la autorización por parte del área de comunicaciones el docente o la docente que se deje a cargo, podrá realizar la evidencia fotográfica con su dispositivo móvil y estas deberán ser enviadas al instante vía correo a la comunicadora. (fotografías y videos que deberán ser tomados vertical y horizontal para ser utilizadas en los diferentes formatos) • En caso tal de requerir la evidencia fotográfica de las actividades para uso personal (evidencias de las actividades realizadas durante el año por cada docente), estas deben ser solicitada vía correo al practicante y este será enviado con copia a la comunicadora. |

Fuente: Elaboración propia.

Estos fueron los principales hallazgos:

Tabla 5

Hallazgos observación participante.

| | |
|--|---|
| Se evidenció que las fotografías y videos creados por maestros en sus dispositivos, son publicados en sus redes personales. abril - julio | Los estudiantes de grado 11 que realizan la actividad de padrinazgo a los niños más pequeños les toman fotos, lo cual esta prohibido. 16 de febrero 2024 |
| Los estudiantes de diferentes grados también hacen registro fotográfico de sus docentes y/o personal administrativo, lo cual no debe hacerse sin previa autorización. Además, no hay una norma institucional que proteja a los colaboradores. abril - julio | |

Fuente: Elaboración propia.

Esto demuestra que, aunque los maestros dicen tener claridad frente a las directrices sobre el uso de datos personales de los estudiantes y el manejo de la imagen de los mismos, esto se incumple de manera reiterativa, lo cual les puede acarrear sanciones.

En el caso de los estudiantes, la situación es más compleja porque ellos incumplen el Manual de Convivencia al usar celulares en durante su permanencia en el colegio. Sin embargo, el hecho captar imágenes de sus compañeros y docentes, para ser utilizadas en sus redes sociales, no está contemplado en dicho manual y, por lo tanto, no es sancionado.

Para la oficina de Comunicaciones, el mal uso de los datos e imagen de los estudiantes por parte de docentes y alumnos puede afectar la imagen de la institución frente a los diferentes públicos. De un lado está la seriedad y el compromiso con los acudientes y del otro la parte el componente visual.

Conclusiones

Aunque la Congregación de los Hermanos de las Escuelas Cristianas, hace referencia al compromiso que tienen como institución y comunidad de velar por el cuidado y protección de los niños y adolescentes del ISC, para los colaboradores la protección se centra en el Habeas Data.

Los resultados muestran que existe una falta de comprensión y aplicación adecuada de las directrices institucionales para el manejo de los datos personales y el uso de la imagen de los estudiantes. Aunque se realizaron inducciones al inicio del año, estas no han logrado garantizar el cumplimiento generalizado por parte de los colaboradores, evidenciando la necesidad de reforzar las capacitaciones y seguimiento continuo.

La falta de diligenciamiento oportuno y correcto de los formatos de autorización ha generado retrasos significativos en los procesos institucionales, especialmente en la conformación de listados para la gestión de imágenes y datos personales. Esto destaca la importancia de optimizar los procedimientos administrativos y fomentar una mayor responsabilidad por parte de los encargados.

Aunque el formato de autorización fue diseñado desde la Congregación de los Hermanos de las Escuelas Cristianas, su implementación presenta inconsistencias. Esto evidencia que, aunque las herramientas estén disponibles, su éxito depende de una adecuada sensibilización y comunicación hacia quienes las usan.

La ausencia de un manual con directrices claras y prácticas afecta la eficacia en el manejo de la imagen corporativa y los datos personales. Los resultados confirman la necesidad de un documento integral que sirva como guía para colaboradores y

administrativos, asegurando una gestión alineada con la normatividad vigente y las políticas institucionales.

Las fallas en la gestión de la información personal y la imagen afectan no solo la operación diaria, sino también la percepción de confianza y profesionalismo de la institución. Un manejo adecuado contribuye al fortalecimiento de la relación entre la institución, los estudiantes y sus familias, mejorando la cohesión interna y la reputación externa.

Recomendaciones

Difundir el Manual del manejo de datos e imagen corporativa del ISC (ver apéndice) entre los diferentes públicos de la institución y explicar los beneficios que trae para la imagen institucional y protección del alumnado.

No solo hacer capacitaciones a los colaboradores sobre el uso de la imagen y datos de los estudiantes, sino un seguimiento estricto al cumplimiento de las directrices, no con el fin de sancionar sino para prevenir acciones que afecten la imagen corporativa.

Hacer una capacitación a los estudiantes sobre el uso adecuado de las redes sociales y las implicaciones del uso de imágenes de sus docentes y compañeros.

Hacer cumplir las normas del Manual de Convivencia sobre el uso de celulares en la institución.

Apéndice

Apéndice A.

Figura 1

Pregunta 1 de la encuesta.

¿Qué cargo desempeñas en la Institución?

[Más detalles](#)

| | |
|--|----|
| ● Docente | 54 |
| ● Administrativa | 8 |
| ● Servicios generales | 5 |



■ 81%

■ 12%

■ 7%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 3

Pregunta 2 de la encuesta.

¿Conoces las políticas Institucionales relacionadas con el manejo de los datos personales?

[Más detalles](#)

 Información

 Sí 48

 No 19



 72%

 28%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 4

Pregunta 3 de la encuesta.

¿Conoces las directrices distritales sobre el correcto uso de la imagen corporativa?

[Más detalles](#)

 Información

 Sí 40

 No 27



 60%

 40%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 6

Pregunta 4 de la encuesta colaboradores.

¿Con qué frecuencia recibes capacitación- retroalimentación sobre las políticas de datos personales?

[Más detalles](#)

Información

| | |
|----------------|----|
| Nunca | 9 |
| Rara vez | 28 |
| Regularmente | 30 |
| Frecuentemente | 0 |



13%

42%

45%

Fuente: Elaboración propia.





Figura 8

Pregunta 5 de la encuesta colaboradores.

¿Con qué frecuencia recibes capacitación - retroalimentación sobre el correcto uso de la imagen corporativa?

[Más detalles](#)

 Información

| | |
|--|----|
|  Nunca | 4 |
|  Rara vez | 27 |
|  Regularmente | 35 |
|  Frecuentemente | 1 |



 6%

 27%

 1%

 52%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 10

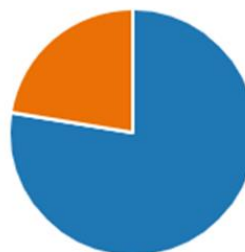
Pregunta 6 de la encuesta colaboradores.

¿Consideras que la presentación de las políticas y directrices Institucionales es expuesta con claridad por el servicio de comunicaciones?

[Más detalles](#)

[Información](#)

● Sí 52
● No 15



■ 78%

■ 22%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 12

Pregunta 7 de la encuesta colaboradores.

¿Conoces el Formato de Autorización Especial para el uso de Imágenes Fotográficas y Grabaciones de Video y Audio?

[Más detalles](#)

Información

| | |
|------|----|
| ● Sí | 44 |
| ● No | 23 |



66%

34%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 14

Pregunta 8 de la encuesta colaboradores.

i. ¿Conoces las sanciones o consecuencias legales que pueden darse por el mal uso de los datos personales?

[Más detalles](#)

 Información

 Sí 41

 No 26



 61%

 39%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 16

Pregunta 9 de la encuesta colaboradores.

¿Sabes cuáles son los estudiantes que para el 2024 no tienen autorización para el uso de sus datos?

[Más detalles](#)

● Sí 25
● No 42



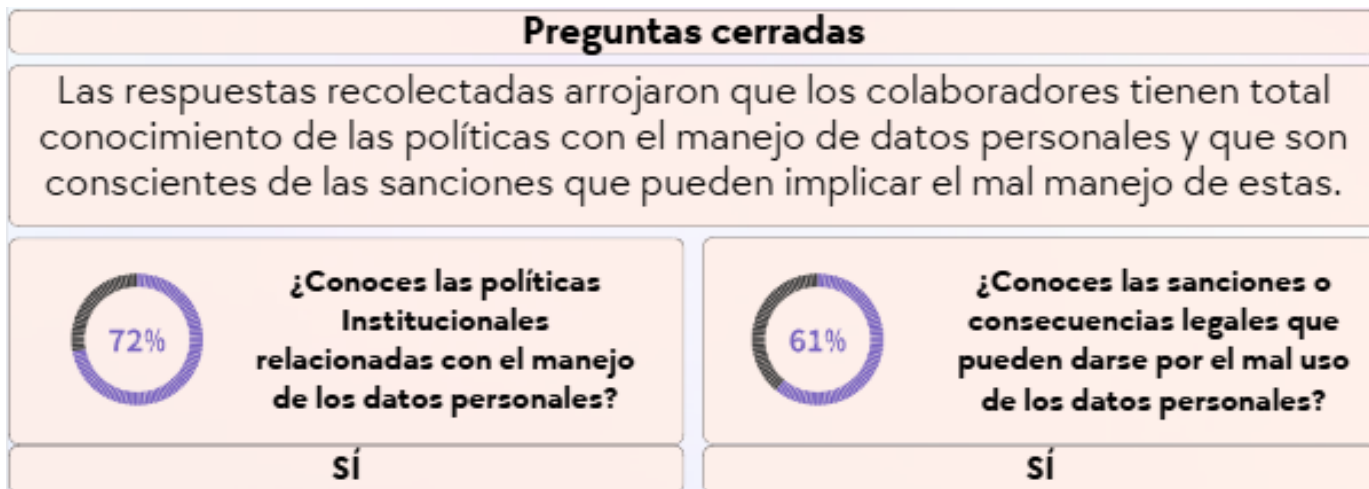
37%

63%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 18

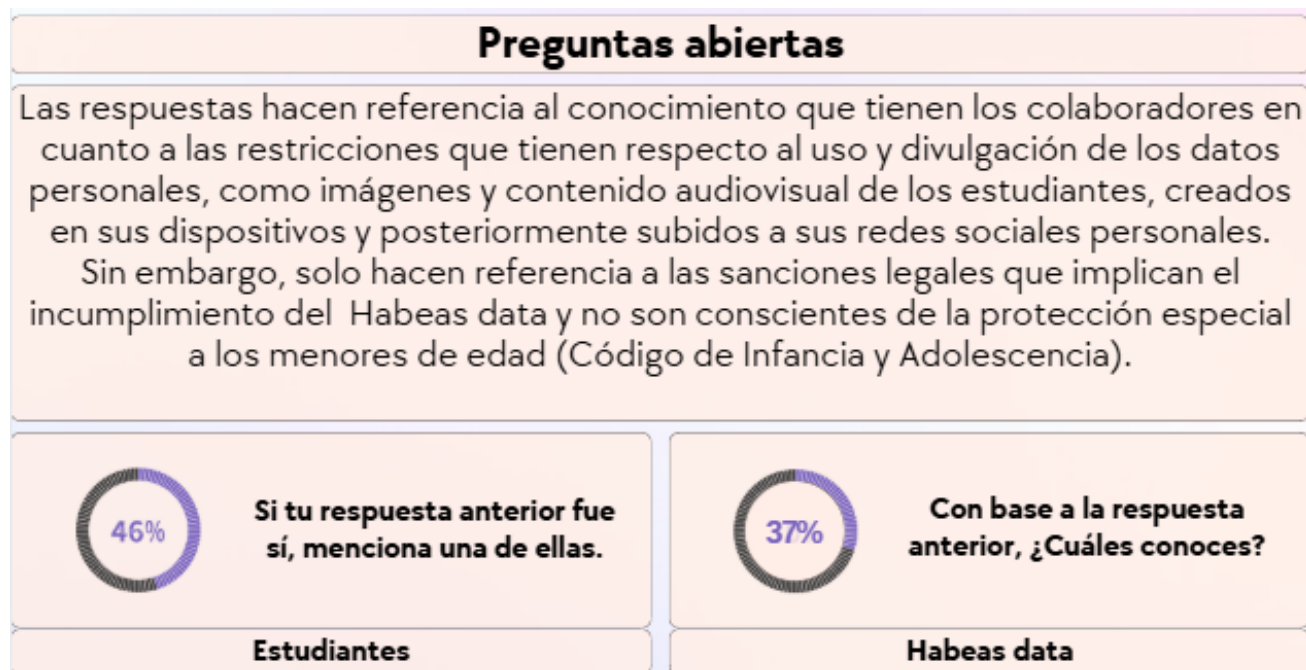
Pregunta 10 de la encuesta colaboradores.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 20

Pregunta 11 de la encuesta colaboradores.



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 1

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 3

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).

Este manual tiene como propósito principal establecer y regular el uso adecuado de los elementos visuales e información sensible del Instituto San Carlos. Incluye directrices claras sobre la utilización de la identidad corporativa, tales como el logotipo, los colores institucionales, la tipografía, asegurando una comunicación visual coherente y alineada con los valores y la misión del instituto.

Asimismo, los lineamientos para garantizar la privacidad y seguridad de la información y datos personales de los estudiantes, el procedimiento para el diligenciamiento de los formatos de autorización del uso de la imagen de los menores de edad.

En conjunto, este manual busca fortalecer la imagen institucional, promover prácticas responsables en el manejo de datos y facilitar herramientas que contribuyan al logro de los objetivos educativos y organizacionales del Instituto San Carlos.



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 5

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 6

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 7

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).

Logos Institucionales

Nuestros logos son un símbolo de nuestra identidad y deben ser utilizados de manera consistente y coherente en todas nuestras comunicaciones y materiales.

No se debe:

- Alterar, distorsionar o modificar el logo de ninguna manera, incluyendo cambios en la tipografía, colores, forma o tamaño.
- Utilizar solo una parte del logo, como el símbolo o la tipografía, sin el resto del logotipo.
- Cambiar los colores, excepto para utilizar la versión en blanco y negro o en tonos de gris, siempre y cuando se mantenga la misma proporción y diseño.
- Utilizar el logo en fondos que tengan patrones o colores que puedan hacer que el logo sea difícil de leer o distinguir.
- Añadir texto o gráficos al logo, excepto para utilizar el nombre del Instituto San Carlos en la forma aprobada.
- Utilizar el logo de manera desproporcionada, es decir, estirarlo o comprimirlo de manera que pierda su forma original.








Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 8

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 9

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 10

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).

Usos incorrectos



| | | |
|---|--|--|
|  <p style="font-size: 8px;">De acuerdo con la actualización, los puntos comienzan desde el eje superior de la estrella de cada columna y se debe aplicar siempre para dicho manejo (CUALQUIER CIUDAD).</p> |  <p style="font-size: 8px;">Usar la estrella de la marca corporativa en otros colores al establecido en esta manual.</p> |  <p style="font-size: 8px;">Usar el logo sobre fondos que no permitan se comente visualmente.</p> |
|  <p style="font-size: 8px;">Cambiar la composición de los elementos (dejar la posición de variación de la marca en horizontal y vertical).</p> |  <p style="font-size: 8px;">Deformar o cambiar la relación de aspecto de la marca.</p> |  <p style="font-size: 8px;">La marca de los colegios que tienen el nombre de la ciudad, no llevará dicho nombre dos veces.</p> |
|  <p style="font-size: 8px;">Cambiar colores y los detalles de las letras o complementos al logo con letras, firmas o logos en posiciones diferentes a las que contenga esta manual.</p> |  <p style="font-size: 8px;">Mostrar solo una de la palabra para crear otro tipo de variación y agregar palabras o palabras extra aplicadas siempre sobre un solo color.</p> |  <p style="font-size: 8px;">Añadir un elemento dentro de la marca educativa (tal de reconocerse cuando un registro sobre un fondo degradado en cualquier).</p> |




Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 11

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 12

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 13

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 14

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 15

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 16

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).



Señor, en el silencio de este día que nace, vengo a pedirte paz, sabiduría y fuerza.

Hoy quiero mirar al mundo con ojos llenos de amor; ser paciente, comprensivo, humilde, suave y bueno. Ver detrás de las apariencias a tus hijos como los ves tú mismo y así poder apreciar la bondad que hay en cada uno.

Cierra mis oídos a toda murmuración, guarda mi lengua de toda maledicencia; que solo los pensamientos que bendigan permanezcan en mí.

Quiero ser tan bien intencionado y justo, que todos los que se acerquen a mí sientan tu presencia.

Revíteme de tu bondad Señor y haz que, durante este día, yo te refleje.

Amén.



La Salle
Instituto San Carlos
Medellín

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 17

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).



Señor, he terminado la jornada, hazme ir despacio y acompasa el latir de mi corazón aquietando mi mente.
 Apacigua mis apresurados pasos con la visión del alcance eterno del tiempo.
 Hazme ir más despacio Señor, e inspirame como echar raíces profundas en la tierra de los valores permanentes de la vida, para que pueda crecer hasta la cima de mi grandioso destino.
 Hasta mañana Señor y no me desampares.
 Amén.



La  Salle
 Instituto San Carlos
 Medellín

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 18

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 19

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).

Forma Incorrecta

Este documento estará mal diligenciado, por falta de alguna de las firmas por el acudiente en los campos establecidos.

Por falta de los datos personales del acudiente como: nombre, documento, firma.

Error de la información requerida en cada campo.

Hermanos de las Escuelas Cristianas
 Dirección: La Salle San Carlos

AUTORIZACIÓN ESPECIAL PARA EL USO DE IMÁGENES FOTOGRAFÍAS Y GRAVACIONES DE VIDEO Y AUDIO

INFORMACIÓN DEL TITULAR DE DATOS PERSONALES (STUDIANTE)

Nombre: Sedashon Pineda Rentería
 DICE: 1007245334 TELEFONO: 312 8491 19 00
 CIUDAD: Medellin FECHA: 19-06-24

Por medio del presente encuentro autorizado voluntariamente a la CONGREGACIÓN DE LOS HERMANOS DE LAS ESCUELAS CRISTIANAS, para la realización de tomas fotográficas, de video o audio y posteriormente a publicar, usar y ejercer todos los derechos de propiedad sobre dichos contenidos en los cuales ha sido participación, esta autorización es para el uso legal en cualquier medio editorial, comercial y publicitario, sin ninguna restricción y puede ser ejemplada por personal de la Institución o un tercero sobre los cuales se delegue la responsabilidad.

TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES: LA CONGREGACIÓN DE LOS HERMANOS DE LAS ESCUELAS CRISTIANAS, informa que los datos personales recopilados en este documento, se destinan únicamente para los fines antes descritos y son utilizados de acuerdo a lo establecido en la Política De Tratamiento de datos, la cual puede ser consultada en www.escuelas.org.co, en concordancia con lo dispuesto por la normativa colombiana sobre tratamiento de datos personales, la ley 1601 de 2012 y el decreto reglamentario 1377 de 2010.

Asentamos: No Sí

Firma: 
 CC: _____

Si la persona fotografiada o grabada es menor de edad, el estudiante o responsable debe diligenciar los siguientes campos:

Firma: Mónica Victoria Romo CC: 96349052
 Cédula como estudiante de: ISCSC documento TI: 001100
 Firma: Mónica V.
 CC: 96349052

Teléfono: +57 3245 520 4172 Correo electrónico: info@isc.org.co
 Dirección: Carrera 48 + 33 Fln. Torre 3, piso 7. Of. 702. NET: 89109190

La Salle
 Instituto San Carlos
 Medellín

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 20

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).

Forma Correcta

Este documento estará bien diligenciado, cuando todas las firmas del acudiente que solicita el documento estén realizadas correctamente, así como sus datos personales como: nombre, documento, nombre del estudiante y documento estén completos y legibles.

Primer campo:
Cuadro superior (INFORMACIÓN DEL TITULAR DE DATOS PERSONALES (ESTUDIANTE)), aquí se deben colocar los datos personales del estudiante, claros y legibles.

Segundo campo:
Atentamente, (Centro de la hoja), aquí deberá ir la firma y documento del acudiente que autoriza el uso de la imagen del menor.

Tercer campo:
Parte inferior (Si la persona fotografiada o grabada es menor de edad, el acudiente o responsable debe diligenciar los siguientes espacios), aquí el acudiente debe colocar sus datos personales como: nombre, documento. Obrando como acudiente de: nombre y documento del estudiante. Estos deberán ser llenados de manera clara y legible.

Cuarto campo:
Parte inferior, aquí deberá ir la firma y documento del acudiente que autoriza.

Hermanos de las Escuelas Cristianas
Orden Litúrgica Medellín

AUTORIZACIÓN ESPECIAL PARA EL USO DE IMÁGENES FOTOGRAFICAS Y GRABACIONES DE VIDEO Y AUDIO

INFORMACIÓN DEL TITULAR DE DATOS PERSONALES (ESTUDIANTE)

Nombre: Sebastian Ariza Ramirez
 Doc: 1007245634, Teléfono: 3234911906
 Ciudad: Medellin Fecha: 19-05-24

Por medio del presente documento autorizo voluntariamente a la CONGREGACIÓN DE LOS HERMANOS DE LAS ESCUELAS CRISTIANAS, para la realización de tomas fotográficas, de video o audio y posteriormente a publicar, usar y ejercer todos los derechos de propiedad sobre dichos contenidos en los cuales he tenido participación, esta autorización es para el uso legal en cualquier medio editorial, comercial y publicitario, sin ninguna restricción y puede ser ejecutado por personal de la Institución o un tercero sobre los cuales no delego la responsabilidad.

TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES: LA CONGREGACIÓN DE LOS HERMANOS DE LAS ESCUELAS CRISTIANAS, informa que los datos personales recopilados en este documento, se destinan únicamente para las finalidades descritas y son utilizados de acuerdo a lo estipulado en la Política De Tratamiento de datos, la cual puede ser consultada en: www.lasale.org.co, en concordancia con lo dispuesto por la normativa colombiana sobre tratamiento de datos personales, la ley 1581 de 2012 y el decreto reglamentario 1377 de 2013.

Acudiente:
 Firma: [Firma]
 CC: 86349052

Si la persona fotografiada o grabada es menor de edad, el acudiente o responsable debe diligenciar los siguientes campos:

Firma: Mariana Valencia Ramirez CC: 86349052
 Identificado como acudiente de: [Firma] CC: 86349052
 Yo, [Firma] declaro que acepto las condiciones anteriormente mencionadas en este documento.

Firma: [Firma]
 CC: 86349052

Teléfono: +57 3040 020 4330 Correo electrónico: info@lasale.org.co
 Dirección: Carrera 43 # 20 - 84, Torre 1, piso 7, Oficina 748 Medellín, Medellín - Colombia TEL: 800300700

La Salle
Instituto San Carlos
Medellin

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 21

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).



**Directrices
Área de
Comunicaciones**

Ningún medio de comunicación personal de los colaboradores está autorizado para ser difundido o para ser utilizado como herramienta de difusión de contenidos institucionales.

Además, la Institución tiene la potestad de imponer sanciones y la persona afectada tiene el derecho de presentar una solicitud ante las autoridades judiciales, especialmente en estos casos que involucran a niñas, niños y adolescentes, quienes gozan de una protección especial según la Constitución y la Ley.

Es importante tener en cuenta que la ley solo ampara lo que está determinado bajo los documentos firmados por las familias en términos Institucionales, no cubre ni exime lo que suceda en las relaciones colaborador - familias.

Los formularios para la creación de bases de datos o registro deben ser notificados a la oficina de comunicaciones antes de su difusión.

La Salle
Instituto San Carlos
Medellín

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 22

Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).



**Directrices
Área de
Comunicaciones**

La información personal de los estudiantes y las familias que se tiene como resultado de los procesos realizados, no puede ser compartida con nadie sin previo acuerdo con la persona involucrada (Información que vulnere la seguridad).

Como Institución Educativa contamos con un Manual para el Manejo de Crisis Corporativa, el cual incluye procesos y determina el personal idóneo para responder a cada una. Por esta razón, es importante que el personal comunique cualquier anomalía a la oficina de comunicaciones para hacerle seguimiento; además, ningún colaborador está autorizado para dar declaraciones sobre cualquier suceso.

El colaborador que, para uso personal, requiera registro del seguimiento de las actividades realizadas en la Institución debe de solicitar el acompañamiento y la asesoría de la oficina de comunicaciones para la aprobación del uso de dicho material.

Los colaboradores que asistan a actividades por fuera de la Institución, en nombre de la misma y que requieran hacer registro audiovisual con sus dispositivos personales, deben de notificar a los demás asistentes registrados que sus fotografías podrían ser difundidas por nuestros medios.

La Salle
Instituto San Carlos
Medellín

Fuente: Elaboración propia.

Referencias

- Argüello, J. (2011). Identidad e imagen corporativa: (ed.). El Cid Editor. <https://elibro-net.lasallista.basesdedatosezproxy.com/es/lc/lasallista/titulos/35045>
- Constitución Política de Colombia. (1991). Artículos 15 y 44. Recuperado de <https://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf>
- Congreso de la República de Colombia. (2006). Ley 1098 de 2006: Código de Infancia y Adolescencia. Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF). Recuperado de <https://www.icbf.gov.co/sites/default/files/codigoinfancialey1098.pdf>
- Comunica, P. (2018, noviembre 6). EL PÚBLICO INTERNO Y EXTERNO EN LAS RELACIONES PÚBLICAS. Puntocomunica. <https://puntocomunica.wixsite.com/puntocomunica/post/el-p%C3%BAblico-interno-y-externo-en-las-relaciones-p%C3%BAblicas>
- Díaz, S. (2021). Comunicación organizacional: Públicos internos y externos. <https://www.uho.edu.cu/2021/07/26/los-publicos-y-la-comunicacion-organizacional/>
- Freeman, R. E. (1994). Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman. file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-LaTeoriaDelStakeholderODELosGruposDelInteresPiezaCI-3980299%20(1).pdf
- Folgueiras Bertomeu. (s. f.). La Entrevista. <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>
- INVESTIGACIÓN DE MERCADODES. (Malhotra, N. K.). (24). Investigación de mercados: Un enfoque aplicado. <https://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf>
- Muriel, F., & Rota, J. (1980). Comunicación y públicos externos en las organizaciones. <https://www.redalyc.org/pdf/687/68730506.pdf>
- Ricabal Avilés, F. E. (2011). Comunicación interna: Estrategias para el fortalecimiento organizacional. (ed.). B - Universidad de Las Tunas. <https://elibro-net.lasallista.basesdedatosezproxy.com/es/lc/lasallista/titulos/86084>
- Rodríguez Ardura, I., & Jiménez Zarco, A. I. (2007). La marca corporativa y su gestión estratégica. Editorial UOC. <https://elibro-net.lasallista.basesdedatosezproxy.com/es/lc/lasallista/titulos/113774>

Tomas, D. (2020, 2 de junio). ¿Qué son los stakeholders y cómo afectan a tu empresa? Cyberclick. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-son-stakeholders-y-como-afectan-a-tu-empresa>.

Visualizar Manual del manejo de datos e imagen corporativa del Instituto San Carlos (ISC).

file:///C:/Users/user/Documents/Anteproyectoo/Trabajo%20y%20Manual/Manual%20ISC%2012.pdf