

| | | |
|---|-----------------------------------|----------------------------|
|  | Política de Comunicaciones | Código: GCM-POL-001 |
| | | Fecha: 22-03-2022 |
| | | Versión: 1 |

Contenido

| | |
|-------------------------------------|---|
| 1. Alcance..... | 2 |
| 2. Objetivo de la política..... | 2 |
| 3. Definiciones | 2 |
| 4. Marco Normativo | 3 |
| 5. Política de Comunicación | 3 |
| 6. Responsable de la Política | 5 |
| 7. Identificación de Cambios..... | 5 |

| | | |
|---|-----------------------------------|----------------------------|
|  | Política de Comunicaciones | Código: GCM-POL-001 |
| | | Fecha: 22-03-2022 |
| | | Versión: 1 |

1. Alcance

La Política de Comunicación de la Corporación Universitaria Unitec es estratégica y transversal para toda la Institución. Busca fomentar la identidad institucional en cada uno de los integrantes de la comunidad Uniteísta y articular las relaciones de los miembros de la institución con cada uno de los actores que la componen; Así mismo, brinda directrices para los públicos internos y externos con el fin de contribuir a la regulación del buen uso de la marca Unitec reflejando siempre la misión, visión y valores de la institución.

2. Objetivo de la política

2.1. Objetivo general:

Consolidar una estructura de comunicación estratégica que propenda por la consecución de los propósitos institucionales y la eficiencia y eficacia en los procesos organizacionales, brindando lineamientos claros que permitan apropiarse y gestionar en la comunidad Uniteísta la identidad organizacional, el manejo con los diferentes públicos que intervienen en la institución, la mejora continua y el servicio al cliente, velando por el posicionamiento, el prestigio y la credibilidad de Unitec dentro y fuera de la Corporación.

2.2. Objetivos específicos:

- Contribuir al fortalecimiento de las relaciones con los grupos de interés de la Institución.
- Asegurar que la Comunidad Uniteísta conozca los procesos institucionales, las decisiones y actividades que parten de las directivas de Unitec.
- Aportar al fortalecimiento de la cultura organizacional.
- Velar por el uso adecuado de la imagen institucional.
- Fortalecer la identidad institucional dentro y fuera Unitec.
- Fortalecer el reconocimiento de la marca Unitec.
- Disponer los lineamientos básicos para la generación de mensajes y contenidos, los estándares para su transmisión y la coordinación de los distintos generadores, atendiendo a criterios de eficiencia y eficacia.
- Resaltar el quehacer académico aportando conocimiento para generar el cambio social, proyectando pluralidad, compromiso social y actitud emprendedora.
- Brindar las directrices sobre el ecosistema digital de comunicaciones y establecer los parámetros de comunicación al interior de la Institución.

3. Definiciones

- Agentes de comunicación: Personas que interactúan en un proceso de comunicación y permiten el flujo de la misma.
- Canal de comunicación: Espacio por medio del cual se emite un mensaje, estableciendo un contacto directo con los receptores.
- Comunidad Uniteísta: Hace referencia a aquellas personas o grupos que pertenecen a la institución.
- Crisis: Situación o evento que pone en riesgo la reputación, imagen, credibilidad y/o funcionamiento de una empresa.
- Cultura organizacional: Se refiere a los principios que conforman la personalidad de Unitec.

| | | |
|---|-----------------------------------|----------------------------|
|  | Política de Comunicaciones | Código: GCM-POL-001 |
| | | Fecha: 22-03-2022 |
| | | Versión: 1 |

- Ecosistema digital: Conjunto herramientas digitales utilizadas para gestionar las actividades institucionales.
- Grupos de interés: Personas e instituciones interesadas o involucradas con Unitec.
- Identidad institucional: Se refiere a los atributos de la marca Unitec.

4. Marco Normativo

La Política de Comunicación de la Corporación Universitaria Unitec adopta las disposiciones legales nacionales e institucionales así:

- **Resolución 12220 de 2016**, por la cual se regula la publicidad que realizan las instituciones de educación superior.
- **Plan de Desarrollo Institucional PDI**

5. Política de Comunicación

La Corporación Universitaria Unitec como institución que fomenta la educación integral, la calidad, la innovación, el emprendimiento, el liderazgo y la responsabilidad social en busca de contribuir al progreso social, cultural y económico del país a través de la formación de profesionales íntegros y ciudadanos competentes, reconocidos, con visión de futuro y con capacidad para transformar sus entornos en beneficio de la sociedad, ha elaborado una Política de Comunicaciones que espera sea apropiada por cada uno de los miembros de la comunidad educativa.

Durante sus 43 años, Unitec ha reconocido que la comunicación es un proceso estratégico y transversal que propende por la consecución de los propósitos institucionales, objetivos, la eficiencia y eficacia en los procesos organizacionales y la mejora en la identidad y cultura organizacional.

En este sentido, la presente Política brinda los lineamientos que permiten apropiarse y gestionar en la comunidad Uniteísta, la identidad organizacional, el manejo con los diferentes públicos que intervienen en la institución, la mejora continua, el servicio al cliente, velando por el posicionamiento, el prestigio y la credibilidad de Unitec dentro y fuera de la Corporación; teniendo como eje principal el Plan de Desarrollo, el Proyecto Educativo Institucional y las disposiciones del Ministerio de Educación.

5.1. Valores

- **Adaptabilidad:** como base de nuestro accionar, a fin de mantenernos dispuestos al cambio, a asumir riesgos y a ser flexibles. Así mismo, motivamos la innovación en nuestros estudiantes, ya sea a través de sus emprendimientos o en sus procesos académicos e investigativos.
- **Amor:** Como principio director de todas nuestras acciones, relaciones y empeños. Este nos guía hacia el objetivo de convertirnos en una institución más humana, más comprometida y amable.
- **Comportamiento ético:** Evidenciado en la capacidad de discernimiento, objetividad y crítica de la comunidad educativa para alcanzar los postulados misionales. Así como en su coherencia al obrar, como seres humanos, como ciudadanos y como profesionales.

- **Continuidad:** Partimos del hecho que la comunicación en Unitec es estratégica, en este sentido debe ser constante y continua permitiendo así difundir una cultura organizacional basada en los valores institucionales.
- **Dinamismo:** Buscando cumplir los objetivos institucionales, la forma de comunicar se transformará constantemente dependiendo de los públicos de interés.
- **Excelencia:** como garantía de la máxima calidad posible en el desarrollo de todas nuestras acciones; de la misma manera, procuramos la coherencia entre el pensamiento y la praxis. Para ello desarrollamos mecanismos de autoevaluación y autorregulación institucional que orientan y direccionan los procesos de mejoramiento continuo.
- **Identidad nacional:** al motivar en nuestro proceso formativo el sentido de pertenencia por el país, para que se traduzca y sea materializado en el desarrollo de respuestas creativas a problemas nacionales de todo orden. En ese mismo sentido y de manera especial, promovemos la conservación y el enriquecimiento del patrimonio cultural, natural y ambiental de la nación.
- **Inclusión:** El proceso de comunicación integra a toda la comunidad académica- docentes, administrativos, estudiantes y egresados- así como grupos de interés, para generar una articulación en torno a la Corporación.
- **Interactividad:** Se velará por mantener una relación directa con los públicos de interés a través de información oportuna y de calidad.
- **Oportunidad:** Para que la comunicación sea oportuna se debe dar en el momento justo, para de esta manera aportar al conocimiento de la comunidad educativa.
- **Planeación:** Buscando ser efectivos en los procesos de comunicación, identificamos las necesidades y oportunidades, así como los objetivos que se pretenden alcanzar. De esta manera, a través de estrategias de comunicación, se identifica qué y cómo comunicar a las diferentes audiencias de una manera clara, oportuna y efectiva.
- **Relevancia:** Entendiéndose este principio como la selección de mensajes claves, con el fin de hacerse entender para cada grupo de interés, de tal forma que no se sature a los públicos con información que no le resulte provechosa o que no esté adecuada para su nivel de interpretación.
- **Respeto:** entendiendo que todas las actividades que emprendemos se desarrollan sobre el fundamento de la consideración por la dignidad y por los derechos propios y de los otros, a través de un clima de convivencia pacífica, bienestar colectivo, interacciones efectivas y acceso equitativo.
- **Responsabilidad:** desde una educación entendida como bien público y social, a través de la formación de personas íntegras que trabajen por la valoración, respeto, protección y uso sensato de sus entornos (sociales, ambientales, culturales, etc.); ello lo entendemos como una opción para elevar el bienestar personal y colectivo. Buscamos que nuestra comunidad académica asuma responsablemente sus actuaciones, teniendo como norte su compromiso social y con el país.
- **Solidaridad:** en nuestras acciones, entendiendo ésta, como principio básico del orden social y de una visión conjunta del mundo. Por esta razón, nos esforzamos por inculcar en nuestra comunidad el sentido solidario que promueva acciones colaborativas (en favor del desarrollo humano y de una mejor calidad de vida) tanto dentro de la propia institución como junto con actores externos.
- **Transparencia:** Este principio vela por una comunicación coherente a los ideales y valores institucionales.
- **Veracidad:** La comunicación que emitimos desde la Corporación Universitaria Unitec es clara, honesta y real.

| | | |
|---|-----------------------------------|----------------------------|
|  | Política de Comunicaciones | Código: GCM-POL-001 |
| | | Fecha: 22-03-2022 |
| | | Versión: 1 |

5.2. Lineamientos

Esta política se estructura en tres escenarios puntuales:

- **Marca e Identidad Visual**
- **Comunicación institucional**
 - Comunicación externa
 - Comunicación interna
- **Comunicación de crisis**

7. Responsable de la Política

La Dirección de Imagen y Crecimiento, a través de la Jefatura de Comunicaciones, es la principal gestora de la política. Su implementación requiere de una participación concertada con cada una de las dependencias de la Institución.

Es importante, además, involucrar a los estudiantes como fuente de información, ya que ellos son uno de los principales de la Institución.

8. Identificación de Cambios

| VERSIÓN | FECHA | DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO |
|---------|------------|--------------------------|
| 1 | 22/03/2022 | Creación de la política. |