

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

Bogotá, 2020

ASAMBLEA GENERAL

Fr. Albeiro Arenas Molina
Presidente de la Asamblea
General

Fr. Jorge Chaparro Caro
Secretario de la Asamblea
General

CONSEJO SUPERIOR

Miembros Principales

Fr. Juan José Gómez Gómez.
OAR

Fr. Antonio Abecia Valencia.
OAR

Fr. Juan Camilo Torres
Chisaba. OAR

Fr. Diego Montoya Naranjo.
OAR

Fr. Jorge Chaparro Caro.
OAR

Alfonso Mantilla Parra
Representante de los
Docentes

Fabio Quimbaya Piña
Representante de los
Docentes (suplente)

Luisa Bejarano Tumay
Representante de los
Estudiantes

Alfonso Beltrán Orjuela
Representante de los
Estudiantes (suplente)

Viviana Rojas Rodríguez
Representante de los
Egresados
Oscar José Fernández Laches
Representante de los
Egresados (suplente)

DIRECTIVAS INSTITUCIONALES

Fr. Enrique Arenas Molina
Rector

Ricardo Rojas López
Vicerrector Académico (E)

Julio César León Luquez
Vicerrector de
Investigaciones

Alejandra Díaz Manzano
Vicerrectora de Extensión y
Desarrollo Humano

Ángela Ovalle Posada
Vicerrectora Administrativa y
Financiera

Araminta Clavijo Clavijo
Directora Oficina de
Planeación y
Gestión de la Calidad

Andrés Riveros Casas
Gerente de Transformación
Digital

Ricardo Rojas López
Secretario General y
Asesor Jurídico

DECANOS

Carolina Berrío Hoyos
Decana Facultad de Ciencias
Económicas y
Administrativas

Directora Especialización
Gerencia de Empresas

Directora Especialización
Planeación Tributaria

Directora Especialización
Gerencia Estratégica de
Marketing

Directora Especialización
Gestión Ambiental

Yenny Alexandra Martínez
Ramos

Decana Facultad de
Ingeniería

Directora Especialización
Gerencia de la Calidad

Directora Especialización
Seguridad Social Integral

Edward Lozano Martínez
Decano Facultad de Artes,
Comunicación y Cultura

Fernando Sánchez Gélvez
Decano Facultad de
Humanidades, Ciencias
Sociales y Educación

Director Especialización en
Pedagogía

Leonardo Santana Cortés
Decano Facultad de
Educación Virtual y a
Distancia

Director Especialización
Gerencia del Talento
Humano. Virtual

DIRECTORES ACADÉMICOS

Jaime Edgardo Valderrama
Ochoa

Director Negocios
Internacionales

Edgar Reyes Claro

Director Administración de
Empresas

Omar Augusto Puerto Abella
Director Contaduría Pública

Gloria Duque Ayala

Directora de Hotelería y
Turismo

Jairo Neira Guevara

Director de Mercadeo

Fabián Guillermo Oliveros
Murillo
Director Cine y Televisión
Director Comunicación Social

Edward Lozano Martínez
Director Arquitectura

Jorge Wilson Motato Ramírez
Director Tecnología en
Gastronomía

Ricardo Efrén Meza
Director Ingeniería Industrial
Director Ingeniería
Mecatrónica

Nydia Stella García Roa
Directora Ingeniería en
Telecomunicaciones
Directora Tecnología
Desarrollo de Software

David Gerardo López Galvis
Director Teología
Director Licenciatura en
Teología
Director Licenciatura en
Filosofía

Carlos Alberto Castro Rendón
Director Administración
Empresas. Virtual
Director Negocios
Internacionales. Virtual

María José Arango de
Manrique
Directora Ciencias Básicas

Ovidio Arlando Díaz González
Director Humanidades y
Cátedra Agustiniana

Cristian Camilo Figueroa
Ayala
Director Desarrollo
Profesoral

Ernesto Iván Alfonso Acuña
Ruiz
Director Permanencia
Estudiantil

Adriana Yamile León
Directora Biblioteca

Carlos Alberto Castro Rendón
Director Calidad Académica y
pedagógica. Virtual

Diego Fernando Cabrera Feo
Director Producción Medios
Educativos Digitales. Virtual

Luis Alberto Penagos López
Director Centro Lenguas
Extranjeras

Leonardo Santana Cortés
Director Centro Tecnología
Agustiniana

**DIRECTORES
ADMINISTRATIVOS**

Fr. Diego Montoya Naranjo.
OAR
Director de Espiritualidad

Nathaly González Villegas
Directora Relaciones
Internacionales e
Interinstitucionales

Sandra Ujueta Rodríguez
Directora Aseguramiento de
la Calidad

Diana Marcela Barón Vera
Directora Procesos de
Calidad

Leydith Deyneth González
Perilla
Directora Programación de
Recursos

Cristián Camilo Botía Bociga
Director de Estadística

Héctor Mauricio Rincón
Moreno
Director de Investigaciones

David Alejandro Guerrero
Pirateque
Director de Emprendimiento

Edilberto Luis Lara Pupo
Director Proyección Social

Natalia Osorio Palacio
Directora de Bienestar
Institucional

Lady Marian Cubides
Cristancho
Directora Educación
Continua

Pier Eduardo Gossen
Echeverry
Director de Tecnología

María del Pilar Gómez
Sánchez
Directora Comunicación e
Imagen Corporativa

David Moncada Troncoso
Director de Marketing

Diana Rocío Granados
Espinosa
Directora Capital Humano

María Clemencia Parra
Gómez
Directora de Tesorería

Stella Ramos Páez
Directora de Contabilidad

Arnol Danilo Peña
Valderrama
Director de Compras

Pedro Luis Vargas Cárdenas
Director de Seguridad y
Logística

TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN	9
MARCO LEGAL	10
FUNDAMENTACIÓN Y COMPROMISO INSTITUCIONAL	11
ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	11
DECLARACIÓN DE FILOSOFÍA Y PRINCIPIOS	11
OBJETIVO GENERAL	12
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
FUNDAMENTO DE LA POLÍTICA	13
CONDUCTO REGULAR	13
ACERCA DE LOS VOCEROS INSTITUCIONALES.	13
DE LOS PRINCIPIOS DE LAS COMUNICACIONES INSTITUCIONALES	14
VALORES Y PRINCIPIOS ORIENTADORES	14
RECURSOS	15
DE LOS PÚBLICOS OBJETIVOS	15
LOS PÚBLICOS	15
COMUNICACIÓN TRANSVERSAL.....	15
MODELOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	16
NIVELES DE LA COMUNICACIÓN	16
RESPONSABLES DE LAS COMUNICACIONES INSTITUCIONALES	17
RESPONSABLES DE LAS COMUNICACIONES	17
USO DE LOS CANALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNOS Y EXTERNOS ...	17
CANALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	17
COMUNICACIÓN PERMANENTE.....	18
TIEMPO DE RESPUESTA	18
CONTROL DE LAS PUBLICACIONES	18
ACERCA DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL	19
CONCEPTO	19
DEL DISEÑO GRÁFICO EN LA INSTITUCIÓN	19
<i>Acerca del significado de la Marca UNIAGUSTINIANA</i>	19
<i>Del significado del Logo símbolo</i>	19
<i>Manual de Imagen</i>	20
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN	20
DIVULGACIÓN UNIAGUSTINIANA	21
PLAN COMUNICACIÓN PARA LA RENDICIÓN DE CUENTAS	21
SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	22

ARTICULACIÓN CON LA CALIDAD INTEGRAL UNIAGUSTINIANA.....	23
BIBLIOGRAFÍA.....	24

PRESENTACIÓN

Siguiendo los lineamientos del Plan de Desarrollo Institucional (PDI), denominado “La Uniagustiniana: Comprometida con la formación humana y la excelencia”, proyectada en el periodo 2019 – 2023, el cual busca dar cumplimiento al alcance de la excelencia académica, enfocada en formar profesionales que contribuyan a la solución de los problemas y necesidades de nuestra sociedad, desde la Política de Comunicaciones, la Dirección de Comunicaciones adopta el enfoque estratégico de la comunicación y se compromete con el desarrollo coherente y efectivo de los procesos de información, reconociendo a los diferentes interlocutores o personas con los que la UNIAGUSTINIANA sostiene procesos comunicativos, interna o externamente, de forma frecuente o esporádica.

Las comunicaciones en la UNIAGUSTINIANA, son pensadas y estructuradas para apoyar el cumplimiento de las metas de la organización, logrando una mayor cohesión institucional, generación de ideas y un aumento en el impacto de todo aquello que se comunica.

Lo anterior, se logra con un permanente fortalecimiento de todos sus canales de comunicación, tanto internos como externos, como son: Página Web, Intranet, redes sociales, carteleras digitales y físicas, correos electrónicos, revistas institucionales, chat, boletines virtuales, flayers o carteles que se distribuyan constantemente en las diferentes áreas de la Institución.

Las comunicaciones institucionales permiten consolidar la imagen institucional, aumentar la participación en las diferentes actividades y/o eventos programados por los programas académicos y unidades administrativas, y la identificación de la comunidad universitaria con los principios misionales, generando vínculos y relacionamiento con la Institución, para posicionar a la Institución, dentro de los parámetros de calidad en Educación Superior.

Las comunicaciones de la UNIAGUSTINIANA, también son un apoyo en el objetivo del marketing institucional, logrando por medio de todo aquello que se comunica, motivar el ingreso de nuevos estudiantes, así como la permanencia de los actuales.

Hoy en día la comunicación es una herramienta estratégica fundamental dentro de cualquier organización, por esta razón, para gestionarla correctamente y de forma eficaz, es indispensable la Dirección de Comunicaciones, la cual planifica, asesora y gestiona la comunicación interna y externa de la Institución, con el fin de darla a conocer, posicionarla, cuidar su imagen, así como también ayudar a crear un grupo de trabajo motivado con miras hacia un mismo objetivo profesional. La

comunicación debe englobar la identidad, la cultura y la imagen de la Institución, en este sentido, la Dirección de Comunicaciones es transversal a cada una de las áreas de la Institución.

MARCO LEGAL

Que la Ley 30 de 1992 en su artículo 4°. Establece dentro de los fines específicos de campo del saber, el desarrollo de la educación superior en un marco de libertad de enseñanza, aprendizaje investigación y cátedra.

Que el artículo 28 y 29 literal d) de la Ley 30 de 1992, dentro de la autonomía universitaria, permite a las instituciones de educación superior definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas y culturales.

Que el decreto 1330 de 2019 del Ministerio de Educación Nacional, establece que “La institución deberá determinar el conjunto de fuentes, procesos, herramientas y usuarios que, articulados entre sí, posibiliten y faciliten la recopilación, divulgación y organización de la información”

Que el Capítulo Segundo, artículo 5, literal c) de los estatutos vigentes de la Universitaria Agustiniense UNIAGUSTINIENSE, establece que uno de los objetivos de la Universitaria es fomentar el desarrollo *científico, técnico y tecnológico en todas las áreas del conocimiento, el cual es evidente a través de los mecanismos de socialización escrita en sus diferentes niveles.*

Que según acta 119 del 28 de octubre de 2009 del Consejo Superior artículo cuarto; se autoriza al Rector para aplicar las funciones descritas en el Artículo 31, literal c) d) m) del Estatuto vigente.

Que así mismo corresponde al Rector, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 39 de los Estatutos de la Universitaria Agustiniense, *crear y reglamentar el funcionamiento de comités, unidades y grupos que coadyuven al logro de los objetivos institucionales.*

FUNDAMENTACIÓN Y COMPROMISO INSTITUCIONAL

La UNIAGUSTINIANA se compromete a desarrollar la Política de Comunicaciones, mediante los siguientes pronunciamientos, garantizando el cumplimiento de la filosofía y los principios institucionales.

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Partiendo del enfoque humanista del Proyecto Educativo Institucional de la UNIAGUSTINIANA donde se considera la comunicación, como un proceso transversal, y que impacta a todos sus procesos académicos y administrativos, convoca a que su desarrollo y apropiación sea de responsabilidad compartida entre todos sus integrantes buscando que sus componentes, estrategias y acciones, respondan al interés institucional de ser un entorno propicio para el desarrollo de profesionales íntegros, éticos y comprometidos con el progreso sostenible del país y el mundo.

Teniendo en cuenta el decreto 1330 de 2019 (Ministerio de Educación Nacional), se identifica a la comunicación como un eje transversal institucional, encargado no sólo de los procesos de divulgación de las distintas políticas institucionales, sino de la gestión de la información. “La institución deberá determinar el conjunto de fuentes, procesos, herramientas y usuarios que, articulados entre sí, posibiliten y faciliten la recopilación, divulgación y organización de la información. Esta información deberá ser utilizada para la planeación, monitoreo, y evaluación de sus actividades y toma de decisiones.

La información deberá ser específica y fiel a la realidad. Este criterio aplica a la publicidad y a las comunicaciones internas, conforme con la normatividad que se encuentre vigente en materia de protección de datos”.

DECLARACIÓN DE FILOSOFÍA Y PRINCIPIOS

La UNIAGUSTINIANA a través del trabajo desarrollado por la Dirección de Comunicaciones, conlleva al cumplimiento de los objetivos de crecimiento, misión y visión de la Institución, fortalecer la cultura organizacional, mejorar el clima laboral y reforzar el compromiso de los directivos con la estrategia de comunicación, tomando en cuenta 6 capítulos primordiales: Comunicación Corporativa, Comunicación Externa, Comunicación Interna, Comunicación de Crisis, Relaciones Públicas y Responsabilidad Social Empresarial.

La Dirección de Comunicaciones cuidará la imagen institucional, velará por una construcción conjunta en la gestión de la comunicación interna, establecerá relaciones con aliados estratégicos con miras a unir esfuerzos por la construcción de una sociedad más equitativa y justa.

OBJETIVO GENERAL

Promover la cultura de la comunicación y el manejo adecuado de la imagen institucional para posicionar a la UNIAGUSTINIANA como Institución líder en los procesos académicos y de investigación, que sabe manejar con ética y responsabilidad las tecnologías de la información y las comunicaciones, comprometida en atender la calidad de vida, el medio ambiente y el desarrollo físico, intelectual y espiritual de la comunidad universitaria.

Lo anterior, siguiendo la misión institucional, contemplada en el Plan de Desarrollo Institucional 2019 - 2023, la cual manifiesta “La Universidad Agustiniiana es una institución católica de educación superior, fundamentada en los valores agustinianos, y comprometida con la formación humana y la excelencia académica, que promueve en todos sus ámbitos de actuación la generación, transferencia y apropiación del conocimiento, sobre la base de valores éticos y morales, con el fin de aportar al desarrollo sostenible y la transformación de la sociedad”.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Entre sus objetivos específicos se encuentra:

- Promover entre los administrativos, docentes y demás colaboradores de la UNIAGUSTINIANA, una adecuada utilización y aplicación del uso de los mecanismos de comunicación existentes.
- Mejorar el acceso y la masificación de la información tanto interna como externa de la UNIAGUSTINIANA, hacia nuestros públicos objetivos.
- Garantizar que toda la información a divulgarse dentro o fuera de la UNIAGUSTINIANA esté revisada, corregida y autorizada en beneficio de la imagen institucional.
- Generar canales de retroalimentación que permitan el crecimiento del área de comunicaciones, respecto a las necesidades e inquietudes de cada uno de los públicos objetivos, en especial los internos (estudiantes, docentes y administrativos).

- Cumplir las expectativas respecto a la transformación digital, en beneficio del mejoramiento de la infraestructura de las comunicaciones.
- Contribuir al clima organizacional e identidad UNIAGUSTINIANA.
- Comunicar productos generados en la Institución, respecto a la investigación, innovación y creación artística.

FUNDAMENTO DE LA POLÍTICA

La política de comunicaciones se fundamenta en unas Directrices Generales de Comunicaciones y Diseño, procedimientos y manuales, en los que se definen los públicos y los interlocutores presentes en el proceso de adquisición y distribución de mensajes institucionales a nivel interno y externo de la UNIAGUSTINIANA, así mismo la organización, funciones y responsabilidades de la misma.

Conducto regular

La Dirección de Comunicaciones, área encargada de alinear el eje estratégico de las comunicaciones institucionales, debe responder a la Gerencia de Transformación Digital e Innovación Tecnológica a la que pertenece, ésta a su vez, a las directrices de la Rectoría.

Parágrafo: Todas las comunicaciones institucionales estarán a cargo del Director de Comunicaciones de la Institución, quien contará con el apoyo de un equipo conformado por social media, community manager, diseñadores gráficos y web máster.

Acerca de los voceros institucionales.

Para el caso de la UNIAGUSTINIANA, el vocero principal es el Rector, quien a su vez podrá delegar a quien considere necesario. Él es la primera instancia de comunicación ante un ente externo o medio de comunicación.

DE LOS PRINCIPIOS DE LAS COMUNICACIONES INSTITUCIONALES

La identidad y razón de ser de la Institución, establecida dentro del PDI, tiene como componente fundamental la formación integral, basados en principios filosóficos cristianos, y del pensamiento de San Agustín; por tal motivo se promoverá como eje transversal en toda la comunidad académica, la formación humanista, donde se desarrollen las dimensiones relacionadas con el cuerpo, la mente y el espíritu.

Valores y Principios orientadores

Optimizar la comunicación interna y externa, es uno de los propósitos de las comunicaciones institucionales en la UNIAGUSTINIANA, por esto se tiene como base una gestión a través de los siguientes valores o principios orientadores, aplicado a la forma como se comunica y en lo que se comunica a nivel institucional.

Veracidad: todo aquello que se comunique en la UNIAGUSTINIANA, y que, por supuesto esté cobijado por la identidad institucional, debe ser verdadero, no solo en sus contenidos, sino verdadero a sus principios, evitando confusiones o publicidad engañosa.

Servicio: la calidad será la constante para la dirección, buscando lograr las metas y objetivos de la Institución, sus programas y unidades.

Objetividad: toda información que se divulgue en los medios de comunicación internos y externos de la UNIAGUSTINIANA, deberá responder a objetividad informativa, en donde se proporciona la certeza de que aquello que se está comunicando, es real a los acontecimientos.

Ética: ante todo, la comunicación institucional de la UNIAGUSTINIANA responderá a la moral del adecuado comportamiento humano, evitando ofender los derechos y deberes de la comunidad educativa.

Respeto: se refiere al trato que deberá darse por medio de todo comunicado o noticia que se publique, sin vulnerar el buen nombre, ideologías, puntos de vista o creencias de nuestra comunidad educativa.

Honestidad: siempre será imperante la necesidad de informar con la verdad, y de la forma más idónea a cualquier integrante de la comunidad educativa.

RECURSOS

La Dirección de Comunicaciones, planifica, asesora y gestiona la comunicación interna y externa de la Institución, con el fin de darla a conocer, posicionarla, cuidar su imagen, así como también ayudar a crear un grupo de trabajo motivado con miras hacia un mismo objetivo profesional. La comunicación debe englobar la identidad, la cultura y la imagen de la Institución.

Su objetivo principal consiste en crear y ejecutar el Plan Estratégico de Comunicaciones -PEC- en la Uniagustiniana, que permita establecer un mapa de ruta, fortalecer la comunicación interna y externa, y posicionar en sus audiencias clave la imagen de la Uniagustiniana. El PEC contiene 6 capítulos primordiales: Comunicación Corporativa, Comunicación Externa, Comunicación Interna, Comunicación de Crisis, Relaciones Públicas y Responsabilidad Social Empresarial. El PEC prevé, detecta y define problemas, fija objetivos y gestiona y consigue resultados de comunicación.

Para cumplir con este objetivo la dirección de comunicaciones cuenta con un equipo de profesionales conformado por comunicadores sociales, diseñadores gráficos y desarrolladores WEB, que junto con un conjunto de recursos tecnológicos y financieros desarrollan las actividades de forma eficiente.

DE LOS PÚBLICOS OBJETIVOS

Los públicos

Los públicos definidos dentro de la política de comunicación se clasifican en dos:

- a. Público interno, a los que pertenecen los estudiantes, docentes y administrativos.
- b. Público externo, conformado por egresados, empresas, entidades públicas, universidades, colegios, aliados, proveedores y medios de comunicación.

Comunicación transversal

Los procesos de información deben responder a una comunicación transversal, donde se involucren todas las áreas y dependencias que

producen constantemente mensajes y que deben ser compartidos con toda la comunidad UNIAGUSTINIANA. La información a masificarse puede originarse desde cualquier organismo de la estructura organizacional.

Estudiantes, docentes y administrativos, son productores activos de mensajes y fuentes potenciales para cumplir los objetivos institucionales. La participación y la retroalimentación es clave en el sustento de la comunicación interna y externa de la Institución.

Respecto a la articulación de las relaciones de comunicación de la Institución con las partes interesadas, se cuenta con diferentes canales de comunicación, con el fin de recibir las respectivas PQRS, no sólo a través del correo electrónico y la IntraWeb, sino como enlace rápido en la página web, también a través del contact center y herramientas como chatbot que permiten respuestas en tiempo real, lo anterior con el fin de tomar, de manera oportuna, acciones correctivas o de mejoramiento, y fortalecer los diferentes procesos institucionales.

MODELOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Niveles de la comunicación

La comunicación en la UNIAGUSTINIANA se da a nivel interno y externo, permitiendo no solo el relacionamiento de toda la comunidad educativa, sino la proyección de la misma Institución. También se da una comunicación interinstitucional, que es aquella que permite la generación de alianzas y convenios, y al mismo tiempo un intercambio de conocimiento desde el ámbito académico e investigativo.

Interno: participan estudiantes, docentes y administrativos. Se trata de mantener una cohesión informativa constante, de acuerdo a las necesidades que se vayan generando.

Externo: es el ejercicio que permite visibilizar todo aquello que surge de los avances corporativos, así mismo el crecimiento institucional, es esta comunicación la que permite proyectar a la Institución en el ámbito nacional e internacional.

RESPONSABLES DE LAS COMUNICACIONES INSTITUCIONALES

Responsables de las comunicaciones

Los responsables de las comunicaciones institucionales son aquellas personas que lideran nuestros procesos institucionales y producen información de todo tipo, y que por supuesto responde a los principios y objetivos institucionales. Si bien, es la Dirección de Comunicaciones la unidad encargada de filtrar y darle flujo a esa información, son responsables de las mismas:

- a. Rectoría
- b. Vicerreorías
- c. Gerencia
- d. Direcciones de Programas
- e. Direcciones de Unidades y/o Departamentos
- f. Coordinadores de Unidades y/o Departamento

Los mismos deberán realizar la respectiva solicitud para comunicaciones, por el medio dispuesto para ello y de acuerdo con un procedimiento establecido para dicha gestión en el Sistema Integrado de la Calidad Uniagustiniana SICU.

USO DE LOS CANALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNOS Y EXTERNOS

La Política de Comunicación hace referencia a los principios y lineamientos a seguir en materia de comunicación a nivel institucional. El Plan Estratégico de Comunicación PEC será el mapa de ruta a seguir por parte de la Dirección de Comunicaciones, con miras al fortalecimiento de la cultura organizacional, mejorar el clima laboral y reforzar el compromiso de los directivos con la estrategia de comunicación. El PEC prevé, detecta y define problemas, fija objetivos y gestiona y consigue resultados de comunicación. Estos planes son cambiantes y se actualizan según las necesidades institucionales.

Canales y medios de comunicación

La UNIAGUSTINIANA considera como canales y medios de comunicación idóneos, los siguientes:

- Página Web
- Intranet

- Boletines virtuales
- Carteleras digitales
- Tótem virtual
- Carteleras físicas
- Correos electrónicos
- Redes sociales universitarias
- Flayers – material impreso promocional
- Revistas especializadas
- Medios de comunicación impresos
- Presentaciones institucionales

Comunicación permanente

La Dirección de Comunicaciones velará por mantener a su comunidad educativa informada sobre todos los acontecimientos ocurridos dentro de la institución, y también aquellos que se desarrollen fuera de ella y que sean relevantes para el posicionamiento institucional. Es así como se comunicarán: logros, avances académicos e investigativos, convocatorias, noticias de interés general, eventos y actividades. En resumen, todo aquello que sea de interés de todos nuestros públicos objetivos.

Tiempo de respuesta

El tiempo de respuesta por solicitud hecha a comunicaciones, se establecerá según los criterios internos del área, se tendrá en cuenta: complejidad de la solicitud, fecha de realización de la actividad o evento, y tiempos de gestión del área. Estos tiempos se darán a conocer a los programas y unidades por medio de un procedimiento de comunicaciones.

Control de las publicaciones

El manejo, control, revisión, verificación y autorización de publicación por cualquiera de los medios, se determinará mediante procedimientos específicos. Se realizan a través de la herramienta Kawak, por medio de un documento titulado “solicitud para comunicaciones”, incluido en el Sistema Integrado de la Calidad Uniagustiniana - SICU.

ACERCA DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

Concepto

Se entiende por imagen institucional, todo aquello que constituye la identidad corporativa de la UNIAGUSTINIANA, como:

- a. Logo símbolo
- b. Escudo
- c. Eslogan
- d. Bandera
- e. Colores corporativos
- f. Tipografía
- g. Y todo aquel elemento gráfico que representa el sello Uniagustiniano

Del diseño gráfico en la Institución

Se entiende por diseño gráfico, todo tipo de producto creativo y técnico que comunica o transmite ideas por medio de imágenes, es este departamento responsable de todo el manejo del diseño que requiera la Institución, de velar por el adecuado uso de la imagen institucional, en: banner, afiches, pendones, logotipos, diagramación, plegables, folletos, volantes, postal, carpetas, diplomas, certificados, escarapelas, entre otros.

Acerca del significado de la Marca UNIAGUSTINIANA

La marca UNIAGUSTINIANA, es una combinación de conceptos sintetizados en una identidad verbal y una identidad visual. Sobre el centro del Escudo se resaltan algunos diagramas como del Corazón ardiente atravesado por una flecha, representa el amor a Dios, al hombre y al mundo. El libro, emblema de la ciencia que comprende toda la filosofía Agustiniiana, donde ambos simbolizan el equilibrio entre el saber, la razón, la verdad y el amor, dando a conocer el carisma y la verdad de la ética Agustiniiana. Nos enseña a investigar, a leer, a conocer todo aquello que hace parte de nuestros conocimientos hacia el estudio profesional, siendo líderes y buscadores de la integración de vida, que al estar unidos forman el símbolo. En el Segundo Escudo se observan tres líneas, formando el ministerio de la Trinidad, en la cruz, el texto en latín que está alrededor (TRANSCENDE ET TEIPSUM) significa: Transciende a ti mismo.

Del significado del Logo símbolo

El color azul oscuro es el signo de identidad de la UNIAGUSTINIANA, color protagónico de la institución, ya que la connotación del color se asocia con algunas características corporativas como son: credibilidad, profundidad,

autoridad, fuerza, profesionalidad y concentración. El Segundo color es el amarillo dorado que sugiere hospitalidad, comodidad, calidez, saciedad y riqueza; al igual que el anterior, éste también denota los valores Agustonianos. El Amarillo dorado y el azul oscuro, son los colores que se destacan en la mayoría de piezas institucionales, visualmente su jerarquía se logra, por su intensidad tonal, por lo tanto, es fundamental al momento de destacar información relevante.

El tercer color es el dorado, cuya connotación es la riqueza, brillantez, divinidad, intuición, lujo, opulencia, valía y prestigio. Estas son características que la Institución desea transmitir, por eso este color es destacado en documentos como invitaciones formales, diplomas, menciones de honor y placas conmemorativas.

Finalmente, el cuarto color es el azul del slogan, este implica energía, impresión, regocijo, estímulo, vigor, revuelo y por supuesto juventud, las características de este color coinciden con lo que quiere reflejar el slogan de la universitaria Agustiniiana.

Manual de Imagen

La UNIAGUSTINIANA cuenta con su Manual de Imagen Institucional, en donde se rigen los parámetros a seguir frente a su uso, tanto interno como externo. Este se encuentra disponible en la página institucional, y en intranet.

El Manual de Imagen se puede encontrar en el Sistema Integrado de la Calidad Uniagustiniana - SICU.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

Para garantizar una adecuada alineación entre las políticas, planes y programas institucionales con las estrategias de comunicación, se construyó el Plan Estratégico de Comunicación, por parte de la Dirección de Comunicaciones, el cual será ejecutado por ésta y apoyado en las unidades académicas y administrativas que tienen entre sus responsabilidades la administración de procesos de comunicación interna y externa.

En caso de que algunas unidades requieran planes de comunicación específicos, la Dirección de Comunicaciones será asesora de ellos. Estos planes de comunicación de las unidades deberán ser coherentes con el Plan Estratégico de Comunicación y tener indicadores de gestión que permitan monitorearlos y evaluar su eficacia y pertinencia.

El Plan Estratégico de Comunicación será el mapa de ruta a seguir para fortalecer la comunicación interna y externa, y posicionar en sus audiencias clave la imagen de la Institución. Se socializará con la comunidad Uniagustiniana.

DIVULGACIÓN UNIAGUSTINIANA

La Dirección de Comunicaciones cuenta con los siguientes canales de comunicación: Página Web, Intranet, Redes Sociales, Cartelera física y Pantallas digitales, Correo electrónico, Boletines virtuales, Tótem, Teléfono Institucional, Revistas y Presentaciones Institucionales.

Gracias a estos medios, disponibles para toda la comunidad UNIAGUSTINIANA, como lo son administrativos, estudiantes, docentes y egresados, se busca informar y promover la participación en las diferentes actividades y/o eventos programados por los programas académicos y unidades administrativas a los distintos eventos, planeados por las distintas áreas de la Institución, así como reforzar la imagen institucional, y la identificación de la comunidad universitaria con los principios misionales, generando vínculos y relacionamiento con la Institución, para posicionar a la UNIAGUSTINIANA, dentro de los parámetros de calidad en Educación Superior.

Las comunicaciones de la UNIAGUSTINIANA, también son un apoyo en el objetivo del marketing institucional, logrando por medio de todo aquello que se comunica, motivar el ingreso de nuevos estudiantes.

PLAN COMUNICACIÓN PARA LA RENDICIÓN DE CUENTAS

A través de este plan la UNIAGUSTINIANA dará a conocer a la comunidad educativa y a su público externo interesado, la rendición de cuentas, usando los diferentes canales de comunicación con los que cuenta la Institución, con el fin de mantener informada a la comunidad universitaria, y recibir retroalimentación de parte de la misma sobre la gestión realizada del año anterior al actual.

La institución deberá dar cuenta de la existencia, implementación, aplicación y resultados del cumplimiento de las políticas institucionales, informes de gestión de cada área, planes de acción y planes de mejoramiento.

Una de las tácticas pertenecientes a la Política de Comunicaciones, es el proceso de divulgación de la rendición de cuentas, la cual se hace necesaria para responder a las necesidades expresadas en el Decreto 1330 - 2019, “la institución deberá demostrar la existencia, divulgación, e implementación de políticas institucionales que promuevan la autoevaluación, la autorregulación, y el mejoramiento de acuerdo con su naturaleza jurídica, tipología, identidad y misión institucional, para generar una corresponsabilidad de toda la comunidad académica en el mejoramiento continuo. Para ello, la institución deberá establecer mecanismos para la rendición de cuentas en cabeza de su representante legal y sus órganos de gobierno, capaces de responder e informar de manera periódica y participativa sobre el desempeño institucional. A su vez, la institución deberá demostrar la participación de estudiantes, profesores y egresados, en los procesos de toma de decisiones en coherencia con su naturaleza jurídica, tipología, identidad y misión institucional”.

Lo que se busca con esta estrategia es llegar al mayor número de personas interesadas en conocer la gestión que realiza la UNIAGUSTINIANA, ya que da al usuario la información contextual que necesita para entender mejor la misión y visión de la Institución. Así mismo es un factor de interacción con los usuarios, involucrando a las partes interesadas y permite tener una retroalimentación, y una mejor relación con el usuario.

De igual manera, el ejercicio de rendición de cuentas, permitirá a través de las distintas acciones, generar transparencia y condiciones de confianza entre las directivas de la Institución, la comunidad institucional, los egresados y el sector externo. La retroalimentación, si se requiere, permitirá ajustar algunas actividades.

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

El seguimiento y evaluación de la política de comunicaciones está en cabeza de la Rectoría de la UNIAGUSTINIANA o de quienes ella faculte para tal efecto.

Si bien es la Rectoría la cabeza principal, también hará seguimiento y evaluación a la Dirección de Comunicaciones, la Gerencia de Transformación Digital e Innovación Tecnológica, a la cual hace parte. A esta Gerencia se presentan los informes de gestión, que se generan cada determinado periodo de tiempo, y al final del año se presenta a la Alta dirección durante la Rendición de Cuentas.

También se dispone de auditorías internas y externas en la Institución, que contribuyen a detectar los avances y el cumplimiento de las metas establecidas.

ARTICULACIÓN CON LA CALIDAD INTEGRAL UNIAGUSTINIANA

Las políticas institucionales deben estar articuladas con la Calidad Integral, concepto sobre el cual se soporta el Sistema Integrado de la Calidad Uniagustiniana -SICU.

Esta articulación de la política en cuestión tiene como primer ingrediente los resultados del seguimiento y evaluación de la misma. Dependiendo de las características de la Política podría escalar hasta la autoevaluación, los resultados de los distintos ejercicios de evaluación aplicado en la Institución y desde luego los derivados del enfoque por procesos.

Los procedimientos vigentes se encuentran en el Sistema Integrado de Calidad Uniagustiniana-SICU.

BIBLIOGRAFÍA

- Plan estratégico de comunicación para mejorar la responsabilidad social corporativa, como elemento generador de valor reputacional y de imagen corporativa. Autor: Vargas Jiménez, Favio Paúl. Quito. 2016
- El plan estratégico de comunicación: método y recomendaciones prácticas para su elaboración. Autor: Aljure Saab, Andrés. Bogotá. 2015
- Comunicación empresarial: plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones. Autora: María Cristina Ocampo. Bogotá. 2011
- Benavides Delgado, J. Dirección de comunicación empresarial e institucional. Barcelona: Gestión 2000.
- Berganza Conde, M. R. y Ruiz San Román, J. A. (2005). Investigar en Comunicación. Madrid: McGraw Hill.
- Caridad Sebastián, M. (coord.) (2000). La sociedad de la información. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- Costa, J. (2009). Nuevos paradigmas para la Dirección de la Comunicación. Valencia: Aldea Global y Universidad Jaume I.