



## RESOLUCIÓN No. 036 - 2021

### “POR LA CUAL SE ESTABLECE LA DIRECTIVA DE COMUNICACIÓN DE LA CORPORACIÓN DE ESTUDIOS TECNOLÓGICOS DEL NORTE DEL VALLE”

El Rector de la Corporación de Estudios Tecnológicos del Norte del Valle, en uso de sus atribuciones Legales y

#### CONSIDERANDO

- Que la Comunicación Corporativa se define como un proceso estratégico cuyo fin es apoyar el cumplimiento de los objetivos Institucionales, mantener informados a sus públicos de interés, ayudar a la toma de decisiones y propender por el posicionamiento e imagen institucional.
- Que la Corporación de Estudios Tecnológicos del Norte del Valle, requiere contar con Directrices y Estrategias de Información y Comunicación que contribuyan a la difusión clara, oportuna y veraz en el desarrollo de sus actividades enmarcados dentro de su Filosofía Institucional.
- Que el manejo adecuado de la comunicación Institucional, es un aspecto de vital importancia para la gestión misional y administrativa.
- Que la construcción de la Directiva de Comunicación de la Corporación de Estudios Tecnológicos, se desarrolló como un proceso concertado y participativo a partir de los requerimientos normativos para garantizar la transparencia de los procesos.
- Que el proceso de Gestión de Mercadeo presentó propuesta de estrategias para la consolidación de los lineamientos en busca de fortalecer la imagen institucional.
- Que la Directiva de Comunicación Institucional establece los lineamientos para orientar las acciones de comunicación en aras de fortalecer la identidad institucional y gestionar las relaciones internas y externas, de acuerdo con los Objetivos Institucionales
- Que se hace necesario establecer una directiva que determine el marco formal de las actividades de comunicación en la Institución.

#### RESUELVE

**ARTICULO UNO.** Aprobar la Directiva de Comunicación de la Corporación de Estudios Tecnológicos del Norte del Valle, así:

#### DIRECTIVA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

##### PRESENTACIÓN

La Corporación de Estudios Tecnológicos del Norte del Valle, proyecta su imagen a través de la misión, visión, actividades y planes estratégicos, que son percibidos por los públicos internos y externos, como resultado de la gestión de la comunicación, el diseño de estrategias, acciones y mensajes emitidos en los diferentes medios de comunicación.



Es por tal motivo, que la estrategia de comunicación de la Corporación se establece para garantizar una comunicación veraz, oportuna y eficaz, que permite la relación con el entorno y la emisión de información de interés de manera permanente.

En consecuencia, la comunicación hace parte del quehacer diario de la institución y se considera transversal a todas las actividades institucionales, porque facilita procesos estratégicos y toma de decisiones, además de contribuir con el clima organizacional y fomentar el sentido de pertenencia entre los colaboradores.

## OBJETIVOS

### Objetivo General

Definir los lineamientos de la comunicación institucional que permitan el desarrollo de las relaciones internas y externas en la Corporación de Estudios Tecnológicos del Norte del Valle y el posicionamiento de la imagen Institucional, mediante un proceso veraz, oportuno, eficaz y efectivo.

### Objetivos específicos

- Contribuir a fortalecer las relaciones con los grupos de interés (partes interesadas) de la Corporación.
- Velar por la imagen de la Institución y su posicionamiento entre los públicos internos y externos (partes interesadas).
- Cuidar la imagen institucional a través del buen uso de la Identidad Corporativa.
- Asegurar que el diseño de estrategias y la creación de mensajes sean coherentes con la misión, la visión, el Plan de Desarrollo Institucional (PDI) y el Proyecto Educativo Institucional (PEI).
- Promover la imagen institucional mediante la conducción de medios, relaciones públicas estratégicas y procesos de comunicación eficaces que proyecten el quehacer universitario.
- Contribuir a la mejora del clima organizacional y al fortalecimiento de la cultura organizacional.

## JUSTIFICACIÓN

La Directiva de Comunicación es la guía para el desarrollo de procesos que, mediante la planificación oportuna de los mensajes, el diseño de estrategias eficaces, la selección pertinente y eficiente de los medios y el mejoramiento de las competencias comunicativas de los miembros, formalizan la divulgación de información, visibilizan las actividades académicas, administrativas y fortalecen la reputación de la Corporación. Esto permite una mejor relación con el entorno, la generación de información útil y permanente, la toma de decisiones acertadas y el mejoramiento continuo del clima y el sentido de pertenencia.

La identidad propia de la Corporación se expresa a través del proceso natural de comunicación presente en el quehacer cotidiano. Los procesos interactúan de una u otra forma naturalmente, esto constituye a la comunicación en un proceso cotidiano pero complejo. Lo anterior, sumado a la comunicación interpersonal adquiere especial importancia para la Corporación, que se enfrenta diariamente al reto de cómo expresar su identidad, cómo mantener informado a su público objetivo, cómo posicionarse y proyectar una imagen adecuada, cómo divulgar sus actividades, generar participación en ellas y, fortalecer las relaciones con su entorno.

Establecer una Directiva Institucional que articule los diversos ámbitos de comunicación es un primer paso para estructurar las acciones de comunicación de la Institución y es la razón de ser del presente documento. Igualmente, esta Directiva es parte fundamental del Código de Ética y



*Buen Gobierno Institucional*, que es la hoja de ruta que rige el comportamiento organizacional, que a su vez impacta en la formalización de los mensajes, medios y procesos de comunicación.

## **ALCANCE**

La Directiva de Comunicación de la Corporación de Estudios Tecnológicos del Norte del Valle es transversal y estratégica, orientada a articular las relaciones entre las partes interesadas de forma multidimensional, buscando la participación en los procesos institucionales del Consejo Directivo, personal administrativo, docentes, estudiantes, investigadores y egresados.

## **PRINCIPIOS**

- **Transparencia:** Comunicación coherente con la cultura organizacional de la Corporación, de tal manera que cuando se emita un mensaje, se genere credibilidad entre las audiencias, debido a que fundamenta en la identidad institucional.
- **Responsabilidad:** Impulsada por la ética, obedece a una concepción de respeto a las audiencias.
- **Veracidad:** Parte de una comunicación sencilla, fundamentada en la ética de decir la verdad.
- **Oportunidad:** Genera sentido al mensaje, la comunicación debe llegar en el momento preciso.
- **Asertividad:** Comunicar directamente, en forma clara, contundente e imparcial.

## **ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN**

### **DEL SISTEMA DE COMUNICACION INSTITUCIONAL**

El Plan de Desarrollo Institucional de la Corporación de Estudios Tecnológicos del Norte del Valle busca mediante la planificación estratégica la prestación de un servicio de calidad que satisfaga las necesidades de la comunidad en cuanto a programas y servicios mediante cuatro objetivos corporativos: Desarrollo Institucional, Gestión de la educación, Gestión administrativa y gestión del control. Estos pilares interactúan entre sí mediante mecanismos de comunicación interna y externa que permiten el desarrollo de las actividades propias de los procesos y el relacionamiento con sus públicos de interés.

Apunta a una interacción dinámica de la comunidad educativa, los procesos, las direcciones de unidad, las áreas administrativas y busca integrar las líneas misionales formación, investigación y sector externo en los contextos pertinentes.

Lo anterior se lleva a cabo mediante las directrices establecidas en el Manual de Comunicación, el cual está alineado a la presente directiva y ésta a su vez con el Plan de Desarrollo institucional. Este sistema permite difundir el conocimiento generado en la Corporación a partir de sus funciones misionales: formación, investigación y la relación con el sector externo. La difusión de los resultados de la actividad investigativa contemplados en el reglamento de investigación, innovación y desarrollo, se promueve a través de diferentes canales de comunicación dispuestos para tal fin, principalmente: sitio web, boletín de investigación y periódico El Universitario, entre otros.

El proceso de Gestión de Mercadeo busca comprometer el público objetivo en un proceso de doble vía, identificando estrategias y herramientas adecuadas para cumplir con los objetivos planteados en el Plan de Desarrollo Institucional. El proceso de Gestión de Mercadeo establece la línea comunicativa, los planes de comunicación, vinculación con públicos de interés, maneja la reputación de la Corporación y está alerta a situaciones que puedan afectar su imagen y provee servicios de apoyo a las actividades de las diferentes áreas a través de los medios existentes.



## DE LOS PÚBLICOS DE INTERÉS

La Corporación cuenta con una estructura institucional que permite mantener un flujo e intercambio de mensajes en y entre los diferentes procesos académicos y administrativos, así como hacer operativos los procesos de comunicación en aras de promover el conocimiento, el sentido de pertenencia, un clima organizacional estimulante y una cultura organizacional armónica. Asimismo, la Corporación mantendrá informados a sus públicos de interés sobre proyectos, programas y actividades académicas mediante mensajes coherentes su filosofía institucional.

Bajo este marco, se consideran **públicos internos (Comunidad educativa)**: estudiantes, profesores, funcionarios administrativos, padres de familia, egresados, directivas y consejo directivo. Y son **públicos externos (Comunidad institucional)**: Ministerio de Educación Nacional, Gobierno, medios de comunicación, sector productivo, proveedores y comunidad en general.

## DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA

El proceso de Gestión de Mercadeo vela por el cumplimiento y buen uso de la identidad corporativa en cada una de las piezas de promoción, publicidad y medios con impacto en los públicos objetivo de la Institución. Los parámetros establecidos para tal fin se establecen en el Manual de Comunicación de la Corporación de Estudios Tecnológicos del Norte del Valle.

## DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La Corporación mantendrá mecanismos de comunicación de carácter institucional que permitan el flujo e intercambio de mensajes en las áreas académicas y administrativas, mientras se promueve el conocimiento, el clima organizacional y el sentido de pertenencia.

Es estratégico para la Corporación administrar y conservar relaciones con los medios de comunicación a largo plazo, por lo que se establecen actividades en los planes de mercadeo tendientes a fortalecer los vínculos con los diferentes medios presentes en el área de influencia.

El proceso de Gestión de Mercadeo es la única dependencia autorizada, previo aval de Rectoría, para emitir comunicaciones institucionales a los medios de comunicación y periodistas.

## DEL TRABAJO INTEGRADO DE COMUNICACIÓN ENTRE DEPENDENCIAS

Como parte de su rol, el Rector y su equipo de apoyo, son responsables de implementar, monitorear y evaluar los procesos de comunicación en cada una de sus dependencias a la luz de esta directiva. Para tal fin contarán con el apoyo del proceso de Gestión de Mercadeo.

La Matriz de Comunicaciones, consolidada en el manual de comunicación, hará operativa la tarea de divulgar las decisiones y resultados que deban ser comunicados de manera transparente y oportuna, producto de los espacios de trabajo y debate de los diferentes procesos y direcciones de unidad de la Corporación.

Considerando que la comunicación se rige por principios de transversalidad y que existen flujos de comunicación espontánea que surgen en los diferentes procesos, es responsabilidad del proceso de Gestión de Mercadeo, con el apoyo de la Coordinación de Talento Humano, desarrollar procesos de inducción y formación de colaboradores, para mejorar sus competencias comunicativas.



### **SOBRE EL MANUAL DE COMUNICACIÓN:**

El Manual de Comunicación fue construido mediante la participación de los líderes de procesos que tienen entre sus responsabilidades la administración de procesos de comunicación y garantiza una adecuada alineación entre las políticas, planes y programas institucionales con las estrategias de comunicación interna y externa.

Comprende aspectos relacionados con la Identidad Corporativa, flujos y medios de comunicación, los procesos y procedimientos relacionados con solicitudes de servicio, propiedad de la información y las interacciones que se dan entre los diferentes procesos en torno al flujo de información. El Manual se revisa y actualiza periódicamente y deberá ser coherente con esta Directiva de Comunicación Institucional.

### **SOBRE LA ADMINISTRACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONALES:**

La Corporación dispone de medios de comunicación de carácter institucional que permiten el flujo e intercambio de mensajes en las áreas académicas y administrativas. El proceso de Gestión de Mercadeo es responsable de la administración de los medios de comunicación institucionales y debe propender por un equilibrio en la difusión de información de los diferentes procesos y direcciones de unidad, de tal forma que la comunidad universitaria tenga una comunicación clara, oportuna, pertinente y transparente del quehacer diario de la Corporación.

La creación de medios y formas de comunicación con los públicos internos y externos deberá ser aprobada por rectoría y acompañada por el proceso de Gestión de Mercadeo.

### **SOBRE EL MANEJO DE LAS REDES SOCIALES**

Todo uso de las diferentes redes sociales para cuentas institucionales debe propender por el buen manejo de la información acorde con la presente política de comunicación. El manejo de las redes será liderado por el proceso Gestión de Mercadeo o por quien este delegue cumpliendo con los lineamientos previamente establecidos en el manual de comunicación institucional en cuanto a identidad corporativa: colores corporativos, usos correctos e incorrectos de la marca, zonas de seguridad y tipografías corporativas.

### **SOBRE EL USO DE LA RED DE DATOS E INTERNET**

Se definirán políticas de seguridad de la información, para que quienes tengan acceso a información privilegiada o reservada de la Corporación, no la publiquen, divulguen o la den a conocer a terceros; o hagan uso para beneficio propio o de terceros.

### **SOBRE LA PROPIEDAD DE LA INFORMACIÓN**

Puesto que los recursos informáticos tanto de hardware como de software, incluido el acceso a internet, así como el correo electrónico son una herramienta de trabajo perteneciente a la Corporación de Estudios Tecnológicos del Norte del Valle. El correo institucional utiliza el nombre de dominio de la Corporación y es otorgado por la Corporación a sus trabajadores, en los términos establecidos por la legislación laboral colombiana (art. 60, num. 8º, CST).

Por lo anterior, la información contenida en los correos electrónicos institucionales es de propiedad de la Corporación de Estudios Tecnológicos del Norte del Valle y el uso de este medio sólo debe ser utilizado para los fines relacionados con el objeto contractual o funciones.



**ARTICULO DOS.** Esta resolución rige a partir de su publicación

**ARTÍCULO TRES.** Comuníquese, Publíquese y cúmplase

Dado en Cartago Valle, a los veintiséis (26) días del mes de Julio del año 2021.

**LEONARDO VILLAMIL GAMBA**  
Rector

**LEIDY TATIANA REBELLÓN LUGO**  
Secretaria General Ad- Hoc