



**ACUERDO 010
DEL 28 DE SEPTIEMBRE DE 2022**

**POR MEDIO DEL CUAL SE EXPIDE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES DE LA
UNIVERSITARIA DEL CHICAMOCHA**

El Consejo Superior de la Universitaria del Chicamocha en ejercicio de sus atribuciones legales, estatutarias y

CONSIDERANDO:

Que la Universitaria del Chicamocha es una institución de Educación Superior de naturaleza jurídica de utilidad común, sin ánimo de lucro, de derecho privado y constituida como corporación, que desarrolla programas de formación profesional en los niveles académicos de pregrado y posgrado y en las modalidades de formación presencial, distancia y virtual, y educación continuada; con sede principal en la ciudad de Bucaramanga y sujeta a inspección y vigilancia por el Ministerio de Educación Nacional, de acuerdo con lo estipulado en la Ley 30 de 1992.

Que la Ley 30 de 1992, en el capítulo IV, artículo 29, reconoce a las instituciones universitarias el derecho a darse y modificar sus estatutos, adoptar sus correspondientes regímenes, establecer, arbitrar y aplicar sus recursos para el cumplimiento de su misión social y de su función institucional.

Que el artículo 65 de la Ley 30 de 1992, faculta a las Instituciones de Educación Superior, para definir las políticas académicas y administrativas y la planeación institucional en desarrollo del principio constitucional de autonomía universitaria.

Que el artículo 25, literal d. del Estatuto General establece como función del Consejo Superior *“aprobar los reglamentos estudiantiles, investigación, extensión, profesoral, prácticas, internacionalización, de bienestar universitario, así como los demás que resulten necesarios para el buen funcionamiento de la Institución”*.

Que el Proyecto Educativo Institucional es el *“referente conceptual educativo que permite a toda la comunidad académica tener claridad sobre la misión y la visión propuesta, de modo que se constituye en el orientador de políticas, planes, programas y proyectos, que junto a los principios y estructuras organizativas configuran la Universitaria del Chicamocha”*.



Que el Decreto 1330 de 25 de julio de 2019 expedido por el Ministerio de Educación Nacional, en el artículo 2.5.3.2.3.1.3. literal b. establece que las políticas institucionales *“son el conjunto de directrices establecidas por la institución con el fin de orientar y facilitar el logro de sus objetivos por parte de los diferentes estamentos, en los distintos niveles formativos y modalidades en coherencia con su naturaleza jurídica, tipología, identidad y misión institucional”*.

Que el Acuerdo 02 de 1 de julio de 2020 del Consejo Nacional de Educación Superior –CESU- en el artículo 20, establece en los procesos de comunicación, *“que la institución de alta calidad se reconoce porque demuestra que mantiene, con responsabilidad y alta cobertura, procesos y mecanismos de comunicación eficientes y actualizados, que promueven y garantizan el derecho de acceso a la información y la protección de datos, con observancia de los enfoques diferenciales, de manera que la información y los datos sean apropiados por los destinatarios”*.

Que con el objeto de promover de manera eficiente y eficaz el relacionamiento institucional, es necesario definir una política de comunicaciones que establezca los mecanismos para mantener una comunicación veraz, oportuna y efectiva en el desarrollo de las labores formativas, académicas, docentes, científicas, culturales y de extensión, con la participación de los actores de la comunidad universitaria.

Que en reunión realizada por el Consejo Superior celebrada el día 28 de septiembre de 2022 la presidenta de la corporación presenta la Política de Comunicaciones de la Universitaria del Chicamocha.

Que estando presente el cien por ciento (100%) del quórum estatutario con voz y voto para deliberar y decidir en la reunión mencionada en el punto que antecede, se analizó el la Política de Comunicaciones de la Universitaria del Chicamocha siendo esta aprobada por unanimidad.

En mérito de lo expuesto el Consejo Superior de la Corporación Universitaria del Chicamocha,

ACUERDA:

ARTÍCULO PRIMERO. Aprobar la Política de Comunicaciones de la Universitaria del Chicamocha, conforme al proyecto presentado a consideración en la parte motiva del presente acuerdo y relacionado a continuación:



CAPITULO I. DEFINICIÓN, ALCANCE, PRINCIPIOS Y PROPÓSITOS

ARTÍCULO 1. DEFINICIÓN. La política de comunicaciones de la Universitaria del Chicamocha, establece las estrategias para garantizar la calidad de la información, la visibilidad interna y externa y la difusión de la imagen corporativa de la institución en el marco del cumplimiento del Proyecto Educativo Institucional y a través de diferentes medios y dispositivos de comunicación.

ARTÍCULO 2. ALCANCE. La política de comunicaciones de la Universitaria del Chicamocha está dirigida a toda la comunidad académica y administrativa de la institución como referente del relacionamiento, de la participación y de la apropiación de las acciones de comunicación que permitan la toma de decisiones institucionales.

ARTÍCULO 3. PRINCIPIOS. Los principios de la Universitaria del Chicamocha regulan la actuación de los miembros de la comunidad universitaria y aportan a la consolidación de una cultura de la comunicación y en ese propósito, se adaptan los principios establecidos en el Proyecto Educativo Institucional:

- a. **Universalidad.** Es la cualidad de la educación como práctica, que se soporta en el conocimiento históricamente acumulado de la institución y en los múltiples ámbitos en los cuales se realizan las labores formativas, académicas, docentes, científicas, culturales y de extensión.
- b. **Coherencia.** Es el grado de comunicación efectiva y veraz entre lo que la institución declara en su misión y en el proyecto educativo institucional y lo que efectivamente realiza, de acuerdo con su identidad, misión y tipología.
- c. **Objetividad.** Es la cualidad de las decisiones y actuaciones que se deben socializar y sustentar en evidencias precisas e imparciales, que profieren los actores que componen la comunidad educativa.
- d. **Inclusión.** Es la capacidad de garantizar el derecho a acceder a la información que tienen todos los miembros de la comunidad institucional, eliminando las barreras que limitan el proceso de comunicación permanente.
- e. **Veracidad.** Es garantizar que la comunicación sea real y sustentada.
- f. **Efectividad.** Es la medida que demuestra la correspondencia de las actividades necesarias en la gestión institucional, por medio de la eficiencia de la comunicación.
- g. **Relevancia.** Es la capacidad de emitir mensajes relevantes para cada grupo de interés.



- h. **Transparencia.** Es la disposición de los actores de la comunidad educativa a hacer públicos, a través de la comunicación oportuna, veraz y válida, los resultados de la operación y gestión de sus funciones.
- i. **Responsabilidad.** Es el compromiso de los actores de la comunidad educativa, con el cumplimiento de lo establecido en la política de comunicaciones.

ARTÍCULO 4 PROPÓSITOS. La política de comunicaciones comprende los siguientes propósitos:

- a. Posicionar la marca de la Universitaria del Chicamocha en el ámbito nacional internacional.
- b. Establecer estrategias de comunicación que garanticen el conocimiento oportuno de los miembros de la comunidad universitaria, con la divulgación de los procesos y la toma de decisiones institucionales.
- c. Fomentar el relacionamiento con los grupos de interés internos y externos a la institución.
- d. Crear contenidos para difundir los programas, proyectos, actividades y eventos que desarrolla la institución, en atención a las labores académicas, culturales, artísticas, deportivas, de investigación y extensión.
- e. Proteger la imagen visual de la institución en escenarios internos y externos.
- f. Consolidar la comunicación como un proceso transversal, motivado por el mejoramiento continuo de nuestra comunidad académica.

CAPITULO II LÍNEAS DE ACCIÓN DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES

ARTÍCULO 5. LÍNEAS DE ACCIÓN DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES. La Universitaria del Chicamocha, establece dos líneas de acción para el desarrollo de la política de comunicaciones:

- 1. Comunicación interna.
- 2. Comunicación externa

ARTÍCULO 6. LÍNEA DE ACCIÓN. COMUNICACIÓN INTERNA. Se refiere al relacionamiento y la comunicación cotidiana que se desarrolla al interior de la institución y entre todos los miembros de la comunidad universitaria, estudiantes, profesores y funcionarios, que se soporta en el desarrollo de estrategias que faciliten el buen trato, la apropiación del aprendizaje y el desarrollo de las actividades



institucionales a través de diferentes canales de comunicación como: correo electrónico, página web, redes sociales y medios impresos y digitales.

ARTÍCULO 7. LÍNEA DE ACCIÓN. COMUNICACIÓN EXTERNA. Se refiere al relacionamiento y la comunicación que se desarrolla con públicos de interés externo a la institución, como: aspirantes, graduados, empleadores, sector productivo, medios de comunicación, instituciones de educación superior, e instancias gubernamentales y no gubernamentales, a través de diferentes canales de comunicación como: medios impresos y digitales, correo electrónico, página web, redes sociales y notas de radio, prensa y televisión.

CAPITULO III GESTIÓN DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES

ARTÍCULO 8. GESTIÓN DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES. La gestión de la política está a cargo de la oficina comercial y de comunicaciones y la rectoría con la responsabilidad del diseño, orientación, cumplimiento de las líneas de acción establecidas; a través de la formulación de planes de acción y de la evaluación periódica de su impacto

CAPITULO IV SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES

ARTÍCULO 18. EL SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES. El seguimiento y control de la política, está a cargo de la oficina de control interno que supervisa el cumplimiento de las metas establecidas en el plan de acción anual de comunicaciones, de los informes de resultados, de la formulación y ejecución de proyectos inscritos en cada uno de las líneas, de los procesos de autoevaluación y de la evaluación periódica del impacto de la política y de la rendición de cuentas.

CAPITULO V APOYO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO A LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES

ARTÍCULO 19. APOYO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO A LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES. La Vicerrectoría Administrativa y Financiera de la institución, en



conjunto con la coordinación de la oficina de comunicaciones, realiza la proyección periódica y dispone los recursos financieros, tecnológicos, físicos y humanos para la gestión de las líneas de acción, formuladas en los planes de acción con las actividades a desarrollar, recursos a ejecutar, posibles fuentes de financiación y resultados esperados.

CAPITULO VI VIGENCIA

ARTÍCULO 10. VIGENCIA. La política de comunicaciones, rige desde su expedición,

ARTÍCULO SEGUNDO. La Política de Comunicaciones aprobada y relacionada en el artículo que antecede es de difusión, aplicación y cumplimiento obligatorio por toda la comunidad universitaria de la entidad.

ARTÍCULO TERCERO. La presente Política de Comunicaciones aprobada y relacionada en el ARTÍCULO PRIMERO de la parte resolutive, rige a partir de la fecha de su expedición y deroga las disposiciones contrarias a lo aquí establecido.

COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Bucaramanga a los 28 días del mes de septiembre de 2022

CLAUDIA HERNÁNDEZ NARANJO
Presidente y Representante Legal

RAFAEL EDUARDO LAMO TRIANA
Secretario General