
Plan Estratégico de COMUNICACIONES



Tabla de Contenido

1. Justificación
2. Objetivos prospectivos estratégicos a los que contribuye
3. Objetivo general
4. Políticas
4. Metas
5. Acciones de trabajo

1. Justificación

El proceso de Comunicación Institucional de las UTS busca orientar la difusión interna y externa de las políticas, objetivos, estrategias, planes, programas, proyectos y la gestión de operaciones hacia las cuales se enfoca la misión de la Institución.

“Somos una Institución de educación superior del orden departamental , dedicada a la formación de profesionales, con actitud crítica, ética, creativa e innovadora, soportada en procesos académicos de calidad, generación de conocimiento, desarrollo tecnológico y movilidad de actores académicos, apoyados en modelos de gestión administrativa y financiera efectivos para contribuir al desarrollo humano sostenible de su entorno regional, nacional e internacional”.

Basados en este interés de mejoramiento continuo, las Unidades Tecnológicas de Santander han diseñado este Plan Estratégico de Comunicaciones, que servirá de guía para la construcción de los planes y proyectos en materia de comunicación a futuro.

La Institución propende por una comunicación pública oportuna y eficaz, que apoya la construcción de visión compartida y el perfeccionamiento de las relaciones humanas de la entidad pública con sus grupos de interés internos y externos, lo cual facilita el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales.

La comunicación pública tiene como elementos: la comunicación organizacional, la comunicación informativa y los medios de comunicación, con los cuales se quiere establecer un contacto directo con el entorno inmediato, para producir o emitir información útil y de interés, de acuerdo con las actividades planeadas ya sean de carácter académico, cultural o deportivo, en aras de una gestión más ágil, eficiente y eficaz.

2. Objetivos prospectivos estratégicos a los que contribuye

1. Asegurar la vinculación institucional con la sociedad civil, mediante proyectos de extensión, con criterios de sostenibilidad y compromiso social, orientados a la generación y transferencia de capacidades a las comunidades, para que se conviertan en actores de su propio desarrollo e incrementen su calidad de vida.
2. Establecer vínculos con diversas comunidades para integrar los procesos de formación y el desarrollo del Proyecto Educativo Institucional al entorno, con la visión de futuro y el conocimiento específico de las relaciones de interdependencia con el mundo.

3. Objetivo general

Articular todas las acciones estratégicas de comunicaciones al Plan Prospectivo de Desarrollo Institucional 2012 – 2020.

4. Políticas

PRIMERA POLÍTICA DE DIRECCIÓN: Comunicación Organizacional

La comunicación organizacional estará orientada al desarrollo de la cultura organizacional, la construcción de sentido de pertenencia y la promoción del trabajo en equipo.

Los objetivos misionales se alcanzan con la participación de cada uno de los funcionarios de la entidad, para este fin la comunicación debe contribuir en la creación de condiciones para la participación y gestión en cada una de las áreas.

Las decisiones tomadas por el Consejo Directivo serán comunicadas oportunamente a los funcionarios a través de los medios que permitan su adecuada difusión y retroalimentación.

Las decisiones tomadas por los directivos serán comunicadas a los demás funcionarios por medio de circulares, reuniones, carteleras y la Página web Institucional.

Para generar sentido de pertenencia en los directivos, funcionarios administrativos, contratistas, docentes, estudiantes de la entidad, la comunicación organizacional promoverá estrategias para la difusión de la imagen corporativa institucional.

La institución implementará las estrategias necesarias para el fortalecimiento de la identidad corporativa y proyección de su imagen institucional.

Socialización del instructivo de imagen corporativa donde se establezcan los parámetros a tener en cuenta en las publicaciones y documentación producida por la entidad.

Con el propósito de construir identidad corporativa, todas las publicaciones y presentaciones de la institución se harán de acuerdo con el instructivo de imagen corporativa.

Se asignaran recursos institucionales para el desarrollo de políticas, programas, y acciones comunicativas, en concordancia con el principio de austeridad.

La Oficina Asesora de Comunicaciones apoyará a las áreas en la elaboración y corrección de documentos e informes que deban difundirse a nivel interno y externo.

La Oficina Asesora de Comunicaciones revisará los textos o documentos informativos producidos por las dependencias y recomendará el formato o los medios para su difusión, además del apoyo en las correcciones de textos y redacción.

SEGUNDA POLÍTICA DE DIRECCIÓN: Comunicación interna

La información es un bien colectivo y público, por tanto se garantizará el adecuado flujo en todos los niveles jerárquicos de la entidad.

Se fortalecerá la información formal en toda la entidad reduciendo la información que proviene de medios informales evitando así los rumores y las malas interpretaciones que resultan de este tipo de información.

Es deber de todos los funcionarios estar abiertos a transmitir o solicitar oportunamente la información para el desarrollo de los procesos en su dependencia o de las demás áreas de la institución.

Los funcionarios con personal a cargo deben verificar que la información que llega y sale de su equipo de trabajo sea clara y comprensible, estableciendo el conducto más adecuado para esta.

Los directivos deben transmitir oportunamente la información de interés laboral a todos los funcionarios de su respectiva área.

Dentro de una sana discusión y con el objetivo de mejorar la gestión institucional, los funcionarios de cada una de las áreas podrán hacer propuestas sobre el desarrollo de la gestión y proponer alternativas para el desarrollo de la misión institucional.

En la institución se promoverá la sistematización de la información para capitalizar el conocimiento y las experiencias adquiridas en el desarrollo de la gestión.

Las Unidades Tecnológicas De Santander publicarán en su página web las convocatorias y la contratación de acuerdo a los lineamientos de Ley en el Portal único de Contratación del Estado y en concordancia con la política presidencial del Gobierno en Línea.

Se informará a todos los oferentes a través de la página web, de manera amplia y suficiente, las razones técnicas, económicas y legales que conduzcan a la toma de decisiones en los procesos de adjudicación de contratos.

La página web de la Institución se mantendrá actualizada con la información suministrada por cada área, sobre sus experiencias, logros y resultados

Periódicamente la Institución dará a conocer los resultados de su gestión a la comunidad en general utilizando los medios de comunicación.

El procesamiento de la información sobre los resultados parciales y generales de la gestión, será responsabilidad de la Oficina Asesora de Planeación.

La Oficina Asesora de Comunicaciones es responsable de recoger la información, clasificarla y publicarla por los diferentes canales institucionales y medios de comunicación.

La Oficina Asesora de Comunicaciones diseñará una base de datos en la que se contemplen los medios de comunicación.

TERCERA POLÍTICA DE DIRECCIÓN: Comunicación ciudadana

La dirección de la entidad en su compromiso social, comunicará a la ciudadanía en general la gestión realizada con la entidad, además estará atenta a dar respuesta oportuna a las inquietudes generadas por los ciudadanos en cuanto al servicio que se presta.

A través de Rendición de Cuentas, la institución informará periódica y sistemáticamente a la ciudadanía, a los diferentes órganos de control y de dirección sobre sus actuaciones y resultados obtenidos en su gestión, para lo cual adoptará los mecanismos más pertinentes.

Las respuestas a las quejas, sugerencias y reclamos de los ciudadanos deberán ser oportunas, claras y suficientes.

La entidad dispondrá de mecanismos para escuchar en forma oportuna y sistemática los requerimientos y necesidades de la ciudadanía, procesarlos y adoptar las medidas pertinentes para satisfacerlos, de acuerdo con las competencias y posibilidades de la institución.

La Oficina de Control Disciplinario Interno es responsable de la recepción de quejas y trámite de las mismas hasta su cierre, además de dar a conocer el resultado de las mismas.

CUARTA POLÍTICA DE DIRECCIÓN: Comunicación informativa con los organismos de Control

La comunicación veraz, oportuna y suficiente de los resultados de los procesos, a través de los canales oficialmente establecidos, será fundamental para el manejo de la interacción informativa de la institución con los organismos de control.

La Institución buscará garantizar la circulación fluida y oportuna de información hacia los órganos de control.

La comunicación con los Órganos de Control deberá estar enmarcada en los principios de oportunidad, transparencia, independencia y eficiencia.

La rendición de cuentas es un deber ético y legal que garantiza la comunicación de los resultados de gestión de la institución.

QUINTA POLÍTICA DE DIRECCIÓN: Comunicación externa

La interacción informativa de la institución con otras entidades públicas y privadas estará enmarcada por el respeto y por los principios de cooperación, confianza e independencia a través de la institucionalización de prácticas comunicativas que tiendan a establecer un estilo de interlocución, centrado en el trabajo conjunto y la construcción de un sentido colectivo.

La institución permitirá la interrelación con otras entidades.

La interacción informativa con otras entidades, se cumplirá a través de comités, grupos interdisciplinarios y mesas de trabajo para temas específicos.

La Oficina de Comunicación Institucional tiene la responsabilidad de orientar las actividades de comunicación y organización de los distintos espacios de interacción con otras entidades.

3. Metas

1. Lograr una mayor socialización de la comunicación en la comunidad universitaria.
2. Fortalecer la marca UTS, desde la imagen y la comunicación.
3. Actualizar y socializar los parámetros para el adecuado manejo de la imagen de la Institución.
4. Optimizar el uso de la comunicación a través de las redes sociales Facebook y Twitter.
4. Manual de imagen corporativa actualizado.
5. Elaboración de los Lineamientos de Comunicación Institucional y Lineamientos de Comunicación Virtual.
6. Free press.

5. Acciones de trabajo

Gestión de la comunicación corporativa (involucra directivos, estudiantes, docentes y administrativos):

- Depuración de logotipos en proyectos, grupos de investigación, dependencias, coordinaciones y eventos académicos.
- Apoyo y promoción de las jornadas de Inducción de estudiantes.
- Definición de acciones Web 2.0
- Elaboración del periódico Punto de Encuentro Uteísta PE.
- Elaboración de piezas institucionales según el contrato de Preimpresos.
- Apoyo en la presentación de eventos institucionales.
- Programación de las transmisiones por Internet y videoconferencias a través de Red Nacional de Investigación y Educación de Colombia (Renata).
- Recopilación de las apariciones en prensa.
- Archivo de la memoria institucional.
- Organización de la parrilla de programación de UTS Estéreo.
- Elaboración del protocolo de comunicación para entornos virtuales.
- Aplicativo móvil UTS.
- Elaboración del Manual de Protocolo Institucional.

Gestión de la comunicación externa (involucra a los públicos externos a la organización):

- Apoyo y promoción a la Audiencia de Rendición de Cuentas.
- Cumplimiento de las exigencias de Gobierno en Línea.
- Elaboración periódica de notas de prensa que promuevan un contacto permanente con medios de comunicación.
- Elaboración de notas de televisión.

Gestión de la comunicación interna (directivos, administrativos y docentes):

- Evaluación de los resultados de la medición del clima organizacional.
- Mantenimiento permanente con información oportuna en carteleras y pantallas institucionales.
- Creación de los correos institucionales y motivación al uso permanente de los mismos.
- Apoyo a la iniciativa de Oficina Cero Papel.