



Protocolo de Comunicaciones de las Unidades Tecnológicas de Santander



CONTENIDO

PRESENTACIÓN	3
1. OBJETIVOS	3
1.1 OBJETIVO GENERAL	3
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
2. ALCANCE	4
3. DESARROLLO DEL PROTOCOLO DE COMUNICACIONES	4
3.1. PÚBLICOS.....	4
3.2. RESPONSABILIDAD DE LAS COMUNICACIONES INSTITUCIONALES	5
3.3. LOS CANALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	5
3.4. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN	6
3.5. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	6
3.6. COMUNICACIÓN INTERNA.....	8
3.7. PARTICIPACIÓN CIUDADANA	8
3.8. COMUNICACIÓN INFORMATIVA CON LOS ORGANISMOS DE CONTROL..	9
3.9. COMUNICACIÓN EXTERNA	9
3.10. LOS MEDIOS DIGITALES Y REDES SOCIALES	11
3.11. EL PROTOCOLO INSTITUCIONAL.....	12
3.12. COMUNICACIONES A PERSONAS CON DIFICULTADES SENSORIALES Y/O VISUALES	13
BIBLIOGRAFÍA	14

PRESENTACIÓN

El Protocolo de Comunicaciones de las Unidades Tecnológicas de Santander, define las acciones para preservar y fortalecer la identidad y la imagen de las UTS mediante la planeación e implementación de estrategias que propicien un entorno de credibilidad y confianza en su comunidad y posibilita la visibilidad institucional a través de los medios de comunicación internos y externos y material publicitario.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Crear un protocolo que defina las acciones del proceso de Comunicación Institucional para la realización de labor en el ámbito interno y externo contribuyendo a la visibilidad, posicionamiento y reconocimiento de la imagen institucional de acuerdo con los principios de las Unidades Tecnológicas de Santander.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Indicar el uso correcto de la imagen institucional de las Unidades Tecnológicas de Santander buscando generar un uso apropiado de su manual de identidad.
2. Especificar las directrices necesarias para responder a los diferentes retos institucionales desde la comunicación interna y externa.
3. Definir la responsabilidad de las diversas instancias de las UTS en el manejo de la comunicación interna y externa.
4. Estimar la importancia de la comunicación en las relaciones con los grupos de interés de las UTS.
5. Exponer a los administrativos y docentes, la aplicación adecuada de los procedimientos de comunicación, según las herramientas existentes para viabilizar la labor de comunicaciones internas y externas de las UTS.
6. Establecer una comunicación responsable en cuanto a la confiabilidad, calidad y oportunidad de la información.

2. ALCANCE

El Protocolo de Comunicaciones de las Unidades Tecnológicas de Santander, abarca el manejo de comunicación interna y externa de forma estratégica en sus campus de Bucaramanga, Barrancabermeja, Vélez y Piedecuesta y busca articular las relaciones de la comunidad académica (estudiantes, docentes, administrativos y directivos y graduados), en cuanto a su participación en los procesos institucionales.

3. DESARROLLO DEL PROTOCOLO DE COMUNICACIONES

Las Unidades Tecnológicas de Santander deben contar con un Protocolo de Comunicaciones que oriente el buen logro de su misión coadyuvando a la construcción de una cultura institucional de transparencia en la gestión, fortaleciendo la apertura, interlocución, visibilidad y participación de sus grupos de interés.

La comunicación en la Institución es oportuna para enseñar, aprender, dialogar y compartir información en una comunidad que encuentra en las diferencias temas en común y una afinidad que corresponde a los valores institucionales que enriquecen el crecimiento institucional y el de su entorno.

Como ente descentralizado del orden territorial, el sentido de lo público es esencial en todas las instancias institucionales, las labores administrativas, investigativas, de extensión, proyección social y académicas.

En las UTS cumplen funciones específicas en el campo de la información y la comunicación los grupos de trabajo de las coordinaciones de Comunicaciones e Imagen Institucional, Prensa y Medios de Representación Institucional y Mercadeo y Protocolo Institucional.

El trabajo de estas coordinaciones se especifica en el manual de funciones de los grupos de trabajo y es soportado por los planes y programas institucionales.

3.1. PÚBLICOS

Las Unidades Tecnológicas de Santander tienen permanentemente informados a sus públicos sobre los proyectos, programas y actividades académicas y administrativas con mensajes coherentes con la Misión y los planes estratégicos institucionales.

Los públicos institucionales son, públicos internos: los estudiantes, profesores, administrativos, directivos, contratistas, los graduados y egresados.

Públicos externos: los futuros estudiantes de pregrado, educación continua, (presenciales o virtuales), padres de familia, otras instituciones educativas, el gobierno, los medios de comunicación, el sector empresarial, los proveedores y la ciudadanía en general.

3.2. RESPONSABILIDAD DE LAS COMUNICACIONES INSTITUCIONALES

Los responsables de las comunicaciones son quienes lideran los procesos institucionales y producen información de todo tipo, respondiendo a los principios y objetivos institucionales. Los grupos de trabajo de Comunicaciones e Imagen Institucional, Prensa y Medios de Representación Institucional y Mercadeo y Protocolo Institucional son los encargados de filtrar y difundir la información institucional, pero los responsables de estas son:

- a. Rectoría
- b. Vicerreorías
- c. Oficinas, Dependencias y Direcciones
- c. Decanaturas
- e. Coordinadores de programas y/o Departamentos

Las diversas instancias institucionales realizar sus solicitudes de divulgación de información a través de los medios dispuestos para ello.

3.3. LOS CANALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Las Unidades Tecnológicas de Santander consideran como canales y medios de comunicación los siguientes:

- Página Web
- Emisora institucional
- Boletines virtuales
- Cartelera digital
- Centro de Atención y Servicio Académico (CASA)
- Pantallas de televisión
- Carteleras físicas
- Correos electrónicos
- Redes sociales institucionales

- Plegables – material impreso promocional
- Revistas digitales
- Medios de comunicación impresos
- Presentaciones institucionales

3.4. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

El Plan Estratégico de Comunicación elaborado en cada vigencia, es la hoja de ruta a seguir por parte de los grupos de trabajo de Comunicaciones e Imagen Institucional, Prensa y Medios de Representación Institucional y Mercadeo y Protocolo Institucional, en cumplimiento a los procesos misionales institucionales, propendiendo por el cuidado y fortalecimiento de la imagen institucional, mediante la planeación e implementación de estrategias que propicien un entorno de credibilidad y confianza en la comunidad académica y visibilidad a través de los medios de comunicación internos y externos, y material publicitario.

En el plan se realiza un análisis de la situación interna, externa y se elabora una matriz DOFA, se definen los objetivos estratégicos, se presenta un plan de medios, se definen indicadores, se ejecuta un plan de acción y se concluye con la observación de los resultados del mismo.

3.5. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación organizacional se orienta al desarrollo de la cultura organizacional, la construcción de sentido de pertenencia y la promoción del trabajo en equipo y los valores del servicio público.

1. Los objetivos misionales se alcanzan con la participación de cada uno de los funcionarios de la Institución, para este fin la comunicación debe contribuir con la creación de condiciones para la participación y gestión en cada una de las áreas.
2. Las decisiones tomadas por el Consejo Directivo son comunicadas oportunamente a los funcionarios a través de los medios que permiten su adecuada difusión y retroalimentación, las alternativas de socialización son vía correo electrónico, *WhatsApp*, circulares, reuniones, carteleras o desde el portal web institucional.
3. Para generar sentido de pertenencia en los directivos, funcionarios administrativos, contratistas, docentes y estudiantes, a través de la comunicación organizacional se promueven estrategias para la difusión de la imagen corporativa institucional.

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

5. La Institución mediante su Manual de Identidad Corporativa establece los parámetros para el diseño de invitaciones, folletos, afiches, hojas volantes, portadas de publicaciones, pendones, pasacalles, escarapelas, avisos para internet o prensa y creación de conceptos gráficos, dando claridad al uso de los diferentes logos y los símbolos institucionales.

Para preservar la imagen de las Unidades Tecnológicas de Santander, la institución cuenta con el Manual de Imagen y el Protocolo de Comunicaciones, documentos en los que se establecen los lineamientos sobre el uso correcto de la gestión de la información de las UTS para consolidar su reputación.

7. Se requiere hacer uso del Manual de Identidad Corporativa para la producción de todas las publicaciones y presentaciones puesto que esto construye identidad corporativa.

8. La Institución asigna recursos para el desarrollo de políticas, programas, y acciones comunicativas, en concordancia con el principio de austeridad.

9. La coordinación del grupo de trabajo de Comunicaciones e Imagen Institucional apoya a las áreas en la elaboración y corrección de documentos e informes que deban difundirse a nivel interno.

10. La coordinación del grupo de trabajo de Comunicaciones e Imagen Institucional revisa los textos o documentos informativos producidos por las dependencias y recomienda el formato o los medios para su difusión interno, además apoya en las correcciones y redacción de estos.

11. Se apoya de manera permanente a la Dirección Administrativa de Talento Humano en la promoción de los valores del servicio público.

12. La información considerada como noticia o que requiera de material publicitario se debe gestionar a través de los grupos de trabajo de Comunicación Institucional o Prensa y Medios de Representación Institucional responsables de la producción y publicación de contenidos en los medios oficiales de divulgación de las UTS.

13. De forma continua se orientan acciones que permitan generar valor para los usuarios mediante el Modelo Integral de Gestión y Planeación el cual cuenta con la dimensión de Información y Comunicación como articuladora de las demás, puesto que esta le permite vincularse con su entorno para facilitar la ejecución de sus operaciones a través de todo el ciclo de gestión en uso de los atributos de calidad.

3.6. COMUNICACIÓN INTERNA

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

1. Se requiere fortalecer la información formal en toda la Institución reduciendo la proveniente de medios informales evitando así los rumores y las malas interpretaciones que resultan de este tipo de información.
2. Es deber de todos los servidores públicos 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.
3. Los funcionarios con personal a cargo deben verificar que la información que ingresa y sale de su equipo de trabajo sea clara y comprensible según lo estable la guía de Lenguaje claro del Departamento Nacional de Planeación.
4. Los directivos deben transmitir oportunamente la información de interés laboral a todos los servidores públicos de su respectiva área.
5. En cumplimiento de la Ley 1712 del 6 de marzo de 2014 el portal web de las UTS mantiene actualizada la información de Transparencia y Acceso a la Información con los insumos proporcionados por las instancias institucionales responsables de los mismos.
8. Los portales web de la Institución son actualizados con la información suministrada por cada área, sobre sus experiencias, logros y resultados mediante el uso de lenguaje claro y sencillo.
9. Periódicamente la Institución da 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 es responsabilidad de la Oficina de Planeación promoviendo así la transparencia y la integridad de los servidores públicos.
10. Se articulan los medios de información internos y los medios masivos de información de la Institución, para la creación de estrategias que brinden apoyo a los procesos institucionales.

3.7. PARTICIPACIÓN CIUDADANA

La Rectoría comunica a la ciudadanía en general la gestión realizada, además da la directriz para dar respuesta oportuna a las quejas, sugerencias y reclamos de los ciudadanos en cuanto al servicio que se presta.

1. A través de Rendición de Cuentas, la institución informa 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 adopta los mecanismos más pertinentes. Este es un deber ético y legal.
2. Las respuestas a las quejas, sugerencias y reclamos de los ciudadanos son oportunas, claras y suficientes.
3. La Institución dispone de mecanismos para escuchar en forma oportuna y sistemática los requerimientos y necesidades de la ciudadanía, se adoptan las medidas pertinentes y los procesos necesarios para satisfacerlos, de acuerdo con las competencias y posibilidades con las cuales se cuenta.
4. La coordinación de grupo de trabajo de Atención al Ciudadano se encarga de recibir comunicación de parte de los ciudadanos, en cumplimiento del artículo 12 del Decreto 2693 de 2012 y artículo 14 del Decreto 2573 de 2014.
5. Se deben diseñar y desarrollar mecanismos de información y comunicación que permitan la participación de la comunidad académica, sobre las decisiones y proyecciones de esta.

3.8. COMUNICACIÓN INFORMATIVA CON LOS ORGANISMOS DE CONTROL

En ejecución de su hacer la Institución debe cumplir con los informes requeridos por los diversos organismos de control.

1. La comunicación veraz, oportuna y suficiente de los resultados de los procesos, a través de los canales oficialmente establecidos, es fundamental para el manejo de la interacción informativa de la Institución con los organismos de control.
2. La Institución garantiza la circulación fluida y oportuna de información hacia los órganos de control.
3. La comunicación con los Órganos de Control está enmarcada en los principios de oportunidad, transparencia, independencia y eficiencia.

3.9. COMUNICACIÓN EXTERNA

Para el desarrollo de la comunicación externa se utilizan diferentes medios de comunicación como: digital, radial, televisivo e impreso, además del relacionamiento con poderes públicos u organizaciones, entre otras, este trabajo se orienta por medio de mensajes y estrategias.

1. La interacción informativa de la institución con otras entidades públicas y privadas se enmarca en el respeto y los principios de cooperación, confianza e independencia a través de la institucionalización de prácticas comunicativas que fomenten un estilo de interlocución, centrado en el trabajo conjunto y la construcción de un sentido colectivo.
2. La institución permite la interrelación con otras entidades, la cual se cumple a través de comités, grupos interdisciplinarios y mesas de trabajo para temas específicos.
3. El Contac Center institucional cumple en el desarrollo de su labor con la aplicación oportuna de la Ley de Protección de Datos.
4. El Rector es el vocero de la Institución, él puede designar voceros para los temas que lo requieran de acuerdo con la necesidad institucional del pronunciamiento.
5. Cuando es necesario difundir logros, avances o actividades propias de cada facultad, departamento, o dependencia la coordinación del grupo de trabajo de Prensa y Medios de Representación Institucional define con el área correspondiente el vocero experto indicado.
6. La coordinación del grupo de trabajo de Prensa y Medios de Representación Institucional se encarga de conservar y fortalecer las relaciones con los medios de comunicación para lograr el posicionamiento de la imagen institucional en la región y el país.
7. La coordinación del grupo de trabajo de Prensa y Medios de Representación Institucional es la única instancia institucional facultada para enviar comunicaciones a los medios de comunicación y periodistas.
8. La coordinación del grupo de trabajo de Prensa y Medios de Representación Institucional acompaña a los representantes de los medios de comunicación en sus actividades periodísticas dentro de la Institución para facilitar el trabajo con las diversas dependencias institucionales y velar por la difusión de la buena imagen de las UTS.
9. La coordinación del grupo de trabajo de Prensa y Medios de Representación Institucional es la encargada de organizar y coordinar ruedas de prensa, declaraciones y entrevistas que desee llevar a cabo el Rector, para tratar temas relacionados con la Institución.
10. Se trabaja en procura de la visibilización de los puntos de vista de la comunidad académica, mediante estrategias que involucren, de manera articulada los medios internos y los medios masivos de información de las UTS.

10. La coordinación del grupo de trabajo de Mercadeo y Protocolo Institucional representa a la Institución en las ferias universitarias organizadas por las instituciones de educación de la región.
11. La coordinación del grupo de trabajo de Mercadeo y Protocolo Institucional es la encargada de presentar la oferta educativa institucional a las instituciones de educación media de la región.
12. La coordinación del grupo de trabajo de Prensa y Medios de Representación Institucional se encarga de la producción y actualización del Protocolo de Comunicación de Crisis, documento que define las acciones que permiten velar por la protección de la reputación de la Institución proveyendo a los usuarios información veraz para garantizar un relacionamiento positivo con los medios de comunicación.
13. La coordinación del grupo de trabajo de Mercadeo y Protocolo Institucional actualiza periódicamente el portafolio de servicios y productos de la Institución.
14. La coordinación del grupo de trabajo de Mercadeo y Protocolo Institucional realiza periódicamente el estudio de percepción de la imagen de las UTS apoyado por la coordinación del programa académico de Mercadeo de la Institución.
15. La emisora institucional es un medio de comunicación al servicio de la comunidad uteísta, su dirección está a cargo de la coordinación del grupo de trabajo de Prensa y Medios de Representación Institucional.

3.10. LOS MEDIOS DIGITALES Y REDES SOCIALES

Los medios digitales y las redes sociales son canales valiosos para transmitir información institucional y propiciar interacciones con la comunidad académica y la ciudadanía en general.

1. La Institución tendrá activas sus cuentas en redes sociales en Twitter, Facebook, YouTube, Instagram y LinkedIn, la activación de una cuenta en una nueva red social dependerá del análisis de necesidad de esta que haga la coordinación del grupo de trabajo de Prensa y Medios de Representación Institucional.
2. Las cuentas de redes sociales institucionales son administradas por la coordinación del grupo de trabajo de Prensa y Medios de Representación Institucional.
3. El aval para la creación de cuentas en redes sociales y de medios de comunicación externos para las unidades académicas está a cargo de la coordinación del grupo de trabajo de Prensa y Medios de Representación Institucional.

4. Toda cuenta institucional existente en cualquier red social podrá ser objeto de intervención o eliminación por parte de la coordinación del grupo de trabajo de Prensa y Medios de Representación Institucional en caso de no contribuir al posicionamiento externo de marca UTS.
5. La realización de pauta en redes sociales institucionales se realizará bajo la supervisión o interventoría de la coordinación del grupo de trabajo de Mercadeo y Protocolo Institucional.
6. La creación de grupos que permitan brindar información a través de aplicativos de mensajería, llamadas y video llamada, deberá ser supervisado por los coordinadores de los diferentes grupos de trabajo de la institución bajo la directriz de los decanos para la parte académica y de los jefes de oficina para la parte administrativa. La información que se brinde a través de estos grupos deberá enmarcarse en un trato cortés, amable e imperturbable, aplicando la Ley de protección de datos de los usuarios.
7. El portal web institucional es administrado por la coordinación del grupo de trabajo de Comunicaciones e Imagen Institucional, con apoyo del webmaster para la realización de los desarrollos requeridos dentro del mismo. El portal cumple los lineamientos dados del Ministerio de las TIC.
8. Los diseños y fotografías publicadas en el portal web, deben ser libres de derechos de autor y mantener la línea de diseño institucional definida en el Manual de Identidad Corporativa.

3.11. EL PROTOCOLO INSTITUCIONAL

Todos los eventos de las Unidades Tecnológicas de Santander reflejan la identidad institucional, dejando ver en cada detalle la planeación y organización con la cual se hizo el mismo.

1. La coordinación del grupo de trabajo de Mercadeo y Protocolo Institucional apoya la realización de eventos institucionales de impacto en la marca UTS.
2. En los eventos de relevancia institucional la coordinación del grupo de trabajo de Prensa y Medios de Representación Institucional designa el personal para presentación de estos y dispone del material audiovisual de identidad institucional que se difunda en la actividad.
3. La Institución debe velar por la puesta en marcha del conjunto de normas y reglas de cortesía en todos sus eventos institucionales. El grupo de trabajo de coordinación de Mercadeo y Protocolo Institucional dispone del Manual de Protocolo de la Institución, el cual debe divulgarse y aplicarse como guía práctica de consulta de todo el personal para el desarrollo de actividades académicas, culturales, sociales y administrativas que proyecten la imagen de las UTS.

3.12. COMUNICACIONES A PERSONAS CON DIFICULTADES SENSORIALES Y/O VISUALES

Es necesario tener una comunicación efectiva, que le permita a la Institución transmitir mensajes de una forma entendible y clara para el receptor, sin que lleve a la duda, confusión o interpretaciones equivocadas; todas las comunicaciones de las UTS involucran elementos que les permiten tener mayor claridad de lo que se informa a las personas con diferentes capacidades tanto para la comprensión como para la expresión.

1. A partir el 1 de enero de 2022 todos los videos informativos que se produzcan y se visibilicen a través del canal de YouTube institucional cuentan con la opción de activación del *closep caption*, además, los videos independientes que se publiquen en el portal web están subtítulos.
2. Los vídeos institucionales que den cuenta de la gestión de las UTS y sus procesos misionales, que se alojen en el canal de YouTube desde el 1 de enero de 2022 cuentan también con la traducción en lenguaje de señas colombiano.
3. La Audiencia Pública de Rendición de Cuentas de cada anualidad cuenta con intérprete de lenguaje de señas colombiano.
4. La ceremonia de graduación en la cual se esté proclamando un estudiante con dificultades sensoriales cuenta con intérprete de lenguaje de señas colombiano.
5. La jornada de inducción de estudiantes de primer semestre en la cual esté presente un estudiante con dificultades sensoriales cuenta con intérprete de lenguaje de señas colombiano.
6. Los eventos de relevancia institucional en los cuales haya presencia masiva de miembros de la comunidad educativa cuentan con intérprete de lenguaje de señas colombiano.
7. El grupo de trabajo de Mercadeo y Protocolo Institucional cuenta desde la vigencia 2022 con material como volantes y *brochures* tipo con sistema braille para la difusión de la oferta institucional en los colegios y ferias universitarias, además, la coordinación de Atención al Ciudadano tiene acceso a estos, para ofrecer una mejor atención al usuario.
8. La información visibilizada en las pantallas institucionales cuenta con subtítulos.
9. El portal web cuenta con un diseño de criterio universal que permite el acceso inclusivo.
10. Los documentos visibilizados en el portal web son elaborados con criterios inclusivos.

BIBLIOGRAFÍA

Función Pública, Modelo Integrado de Gestión y Planeación, <https://www.funcionpublica.gov.co/web/mipg>

Unidades Tecnológicas de Santander. (2021). Plan de Desarrollo Institucional PEDI 2021 - 2027.

Unidades Tecnológicas de Santander. (2020). Código de integridad. Obtenido de www.uts.edu.co:
https://www.uts.edu.co/sitio/wpcontent/uploads/administrativos/cd.pdf?_t=1593126678

Unidades Tecnológicas de Santander. (2020). Proyecto Educativo Institucional. Bucaramanga. Obtenido de Proyecto Educativo Institucional: <https://www.uts.edu.co/sitio/wpcontent/uploads/normatividad/acuerdos/PEI.pdf?t=1600881384>

Resolución N° 1519 de 24 de agosto de 2020 por la cual se definen los estándares y directrices para publicar la información señalada en la Ley 1712 del 2014 y se definen los requisitos materia de acceso a la información pública, accesibilidad web, seguridad digital, y datos abiertos y sus anexos.

Unidades Tecnológicas de Santander (2017) Plan Estratégico de Comunicación <https://www.uts.edu.co/portal/files/Plan%20EstratEgico%20de%20Comunicaciones%202017.pdf>

Universidad de los Andes, Directriz de posicionamiento externo, Bogotá, agosto de 2018

Universidad El Bosque, Política de Comunicación, Bogotá, febrero de 2015

Universidad Tecnológica de Pereira, Propuesta de Política Institucional de Comunicaciones, Pereira, septiembre de 2014

Universidad del Valle, Acuerdo No. 003 Políticas y Estrategias de Información y Comunicación, Cali, febrero 10 de 2010

ICETEX, Manual de Gestión de la Comunicación en Situaciones de Crisis, Bogotá, abril de 2010

Universidad del Norte, Política de Comunicaciones, Barranquilla, julio de 2009



**Más información en las coordinaciones:
Comunicaciones e Imagen Institucional
Prensa y Medios de Representación Institucional
Protocolo e Imagen Institucional**

Bucaramanga, octubre de 2020