

RESOLUCIÓN RECTORAL No. 671

12 de octubre de 2021

“Por el cual se adoptan los lineamientos para la gestión de las comunicaciones en la Institución Universitaria Digital de Antioquia”

EL RECTOR DE LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DIGITAL DE ANTIOQUIA

En uso de sus atribuciones legales y estatutarias, especialmente las conferidas en la Ley 1474 de 2011, Ley 1712 de 2014, los literales e) y j) del artículo 39 del Acuerdo Directivo No. 087 de 2021 y,

CONSIDERANDO:

1. Que el Manual Operativo del Modelo Integrado de Planeación y Gestión -MIPG- del Departamento Administrativo de la Función Pública define la Información y Comunicación como una dimensión articuladora de las demás, puesto que permite a las entidades vincularse con su entorno y facilitar la ejecución de sus operaciones a través de todo el ciclo de gestión.
2. Que este mismo Manual define el propósito de la dimensión de la Información y Comunicación es garantizar un adecuado flujo de información interna, es decir aquella que permite la operación interna de una entidad, así como de la información externa, esto es, aquella que le permite una interacción con los ciudadanos; para tales fines se requiere contar con canales de comunicación acordes con las capacidades organizacionales y con lo previsto en la Ley 1712 de 2014 *“Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones.”*
3. Que el Departamento Nacional de Planeación a través de su Programa Nacional del Servicio al Ciudadano tiene como propósito garantizar un adecuado flujo de información interna, es decir, aquella que permite la operación interna de una entidad, así como de la información externa, esto es, aquella que le permite una interacción con los ciudadanos; para tales fines se requiere contar con canales de comunicación acordes con las capacidades organizacionales y con lo previsto en la Ley 1712 de 2014.
4. Que la Ley 1474 de 2011 exige a las entidades definir mecanismos para la transparencia y acceso a la Información, los cuales implican definición y atención de todos los canales de comunicación y el componente de rendición de cuentas.

5. Que la Institución Universitaria Digital de Antioquia, es un Establecimiento Público de Educación Superior, del orden departamental con personería jurídica, autonomía académica, administrativa y financiera, y patrimonio independiente, el cual se rige por las normas que regulan el sistema educativo, sector educativo y el servicio público de educación superior, de conformidad con la Ordenanza No. 74 del 27 de diciembre de 2017 emanada de la Asamblea Departamental de Antioquia.
6. Que en la IU. Digital el Modelo de Operación por Procesos-MOP- es la columna vertebral del Sistema de Modelo Integrado de Planeación y Gestión-MIPG. Como parte estructurante del Sistema de Control Interno, que permite conformar el estándar organizacional que soporta la operación de la entidad pública, garantizando la transparencia, así como la eficiencia y la eficacia, de igual forma, por medio del MOP, se hace visible la generación de los impactos o la generación del valor Público en la comunidad o grupos de interés.
7. Que la Gestión de Comunicaciones y Transparencia es un proceso transversal a toda la organización, tiene como objetivo garantizar la transparencia en la gestión institucional, mediante las comunicaciones internas y externas, bajo los principios de legalidad e integridad, de cara a los grupos de interés de la IU. Digital.
8. Que en la estructura organizacional de la Institución Universitaria Digital de Antioquia existe una dependencia encargada de la gestión de las comunicaciones, funcionalmente dependiente de la Rectoría, que a su vez tiene el liderazgo del Proceso Institucional de Gestión de las Comunicaciones y Transparencia.
9. Que le compete a la Dirección de Comunicaciones y Mercadeo, debido a sus objetivos organizacionales establecer los planes y programas que garantizarán el cumplimiento de los requerimientos de Ley en materia de comunicaciones, la definición de los criterios de relación con los diferentes grupos de valor y el cumplimiento de los requisitos establecidos en el artículo 2.5.3.2.3.1.3. del Decreto 1330 de 2019 la gestión de la información como requisito de calidad para el otorgamiento y/o renovación de los registros calificados de los programas.

En mérito de lo anteriormente expuesto,

RESUELVE:

ARTÍCULO 1. Adopción: Adoptar los lineamientos para la gestión de las comunicaciones en la Institución Universitaria Digital de Antioquia – IU. Digital.

ARTÍCULO 2. Objetivo: Garantizar la transparencia en la gestión institucional, mediante las comunicaciones internas y externas, bajo los principios de legalidad e integridad, de cara a los grupos de interés de la IU. Digital.

ARTÍCULO 3. Estructura: El Proceso Institucional de Comunicaciones y Transparencia se gestionará a través de 4 criterios estratégicos a través de los cuales se agrupa el cumplimiento de todos los elementos de Ley y se articulan las estrategias complementarias para el posicionamiento Institucional:

- a) Plan Institucional de Comunicaciones.
- b) Plan Institucional de Mercadeo.
- c) Plan Institucional de Crisis.
- d) Manual de Imagen Institucional.

PARÁGRAFO: Será responsabilidad de la Dirección de Comunicaciones y Mercadeo, garantizar los ajustes, actualizaciones, modificaciones, adiciones o supresiones de planes y programas que respondan a las necesidades Institucionales de acuerdo con las condiciones del contexto.

ARTÍCULO 4. Alcances: Los lineamientos Institucionales para la gestión de las comunicaciones tendrán los siguientes alcances:

- a) Generar canales, medios y espacios de comunicación que permitan la comunicación clara, efectiva y directa para los grupos de valor internos de la IU. Digital.
- b) Generar acciones que permitan divulgar y promocionar los programas, procesos, normativas, compromisos y servicios de la IU. Digital, promoviendo su posicionamiento ante sus públicos externos.
- c) Definir técnicas de promoción y marketing directo creando experiencias en el público objetivo que ayuden a familiarizarse con la Institución.
- d) Participar en ferias educativas y fiestas tradicionales en el Departamento y sus regiones para generar un reconocimiento de la marca.
- e) Impulsar la marca Institucional a través de las diferentes visitas a colegios del entorno rural y urbano. Ferias locales. Promociones con descuentos especiales, evaluación, formas de pago, tutorías.
- f) Crear estrategias de relaciones públicas con diferentes universidades de la ciudad.
- g) Prevenir las situaciones de crisis para manejar de una manera acertada la imagen pública del IU. Digital y evitar mensajes distorsionados o confusos acerca de la entidad y sus actividades.
- h) Garantizar el uso adecuado de la imagen institucional en cuanto a la línea gráfica, logotipos, tipografía, colores, símbolos y demás elementos que hacen parte de la identidad institucional.

ARTÍCULO 5. Servicios Esenciales: Le corresponde a la Dirección de Comunicaciones y Mercadeo definir los mecanismos y tiempos para prestar los siguientes servicios y otros que hagan parte de sus funciones.

- a) Envío masivo de correos
- b) Envío de SMS (Mensaje de texto)
- c) Producción de pieza gráfica
- d) Producción de vídeo
- e) Producción de audio
- f) Publicación en página Web
- g) Diseño de presentación institucional
- h) Diseño de campaña
- i) Generación de boletín
- j) Solicitud de asesoría sobre temas relacionados con la gestión de las comunicaciones

ARTÍCULO 6. Canales Institucionales: Los canales de comunicación por excelencia en la Institución serán la Página Web Institucional y el correo electrónico Institucional. Como aspectos complementarios de las estrategias definidas en los Planes, se hará uso de redes sociales y otras herramientas digitales para promover información relacionada con el desarrollo Institucional, de acuerdo con su relevancia en el medio, públicos, impactos y otros aspectos técnicos que puedan determinarse.

PARÁGRAFO: Será responsabilidad del Director de Comunicaciones y Mercadeo, realizar la evaluación de los canales institucionales complementarios, proponer su apertura, suspensión o cierre, previa socialización técnica con el Comité Institucional de Gestión y Desempeño.

ARTÍCULO 7. Criterio Técnico para la Difusión de Información: La Dirección de Comunicaciones y Mercadeo será el área encargada de determinar a través de qué canales se difunde cada tipo de información según su contenido, grupo de valor al que va dirigida, impacto esperado y demás aspectos que conforman las diferentes estrategias para el posicionamiento Institucional.

ARTÍCULO 8. Comité de Crisis: El Comité de Crisis Institucional será la instancia encargada de evaluar incidencias que puedan afectar el desarrollo institucional, definir las estrategias para mitigar y/o evitar impactos negativos y acelerar la toma de decisiones para salvaguardar el cumplimiento de los objetivos institucionales.

El Comité de Crisis estará conformado por:

- a) El Rector, quien lo presidirá.
- b) El Secretario General.
- c) El Director de Comunicaciones y Mercadeo.

- d) El Vicerrector Académico.
- e) El Vicerrector Administrativo y Financiero.
- f) El Vicerrector de Extensión.
- g) Los Asesores de la Rectoría.

PARÁGRAFO: De conformidad con los temas a analizar, el Rector podrá invitar a los servidores que estime conveniente según la situación.

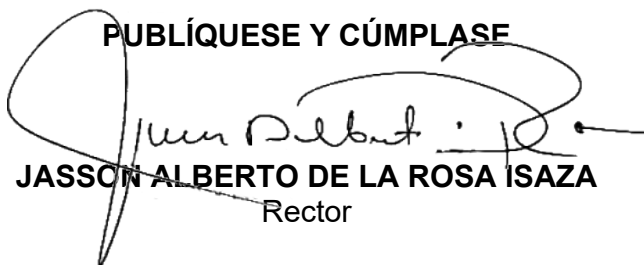
ARTÍCULO 9. Seguimiento: Los planes estratégicos para el desarrollo del Proceso Institucional de Comunicaciones serán socializados en el Comité Institucional de Gestión y Desempeño para su conocimiento y se presentarán informes de ejecución cuando el Comité lo requiera.

ARTÍCULO 10. Presupuesto: La Dirección de Comunicaciones y Mercadeo presentará anualmente a las instancias correspondientes el presupuesto requerido para el cumplimiento de las metas previstas en los presentes lineamientos.

ARTÍCULO 11. Competencias: Los aspectos no contemplados en los presentes lineamientos serán expuestos en el Comité Institucional de Gestión y Desempeño para evaluar su viabilidad y acciones a tomar.

ARTÍCULO 12. Vigencia: La presente Resolución Rectoral rige a partir de su expedición.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE



JASSON ALBERTO DE LA ROSA ISAZA
Rector

Acción	Nombre	Firma	Fecha
Proyectó y Elaboró	Melissa Velásquez Acevedo		06/10/2021
Revisó:	Camilo Alexander Hurtado Castaño		11/10/2021
Revisó y Aprobó:	Jessica Andrea Agudelo Vélez		11/10/2021
Revisó y Aprobó:	Leonardo Fabio Marulanda Londoño		11/10/2021

Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales y, por lo tanto, bajo nuestra responsabilidad los presentamos para firma.