

Resolución Rectoral No. 331 de 2021
(24 de septiembre del 2021)

"Por medio de la cual se adopta la Política de Comunicaciones de la Universidad Internacional del Trópico Americano Unitrónico y se dictan otras disposiciones"

El Rector de la Universidad Internacional del Trópico Americano, Unitrónico, en uso de sus atribuciones constitucionales, legales, reglamentarias, estatutarias, especialmente los artículos 36, 123, 124 y 126 del Estatuto General de la universidad, y

CONSIDERANDO

Que la Ley 1937 de 2018, fue el instrumento jurídico mediante el cual se permitió la transformación y/o oficialización de la Fundación Universitaria Internacional del Trópico Americano, Institución de Educación Superior privada a un ente universitario autónomo estatal, **sin necesidad de disolución y/o liquidación previa.**

Que mediante Resolución No. 12703 del 13 de julio de 2021 emitida por el Ministerio de Educación Nacional, se resolvió la solicitud de aprobación del Estudio de Factibilidad Socioeconómico que acompañó el proceso de transformación de la naturaleza, carácter académico y régimen jurídico de la Fundación Universitaria Internacional del Trópico Americano, Unitrónico.

Que la Honorable Asamblea Departamental de Casanare, mediante Ordenanza No. 014 de 2021, en uso de las atribuciones otorgadas por la Ley 1937 de 2018, transformó y oficializó a la Fundación Universitaria Internacional del Trópico Americano en la Universidad Internacional del Trópico Americano.

Que la Universidad Internacional del Trópico Americano quedó establecida como la universidad departamental de Casanare y organizada como un ente estatal universitario autónomo de los que trata el artículo 69 de la Constitución Política, el artículo 40 de la Ley 489 de 1998 y la Ley 30 de 1992.

Que la Ordenanza No. 014 de 2021, en su artículo 3 adoptó como Estatuto General de la Universidad Internacional del Trópico Americano, Unitrónico, el proyecto de estatuto contenido en el artículo 2 de la Resolución No. 012703 del 13 de julio de 2021 emitida por el Ministerio de Educación Nacional.

Que la Universidad Internacional del Trópico Americano, Unitrónico, de conformidad con las disposiciones de la Ley 1937 de 2018, en especial los artículos 1 y 2, que permitieron a la Asamblea Departamental de Casanare su oficialización mediante la Ordenanza No.014 de 2021, según su Estatuto General es la institución de educación superior del departamento de Casanare, por disposición constitucional no hace parte de ninguna de las ramas del poder público, ni es un establecimiento público, por ser un ente de régimen especial de los que trata el artículo 69 de la Constitución Política y el artículo 40 de la Ley 489 de 1998, siendo así, una universidad dotada

de personalidad jurídica, gobierno propio, autonomía académica, administrativa, financiera y presupuestal; rentas y patrimonio propios e independientes provenientes de la Nación del Departamento de Casanare y otras fuentes permitidas por la ley, forma parte del sistema de universidades estatales y está vinculada al Ministerio de Educación Nacional en lo referente a las políticas y planeación del sector educativo y el servicio público de la educación superior, en especial por la Ley 30 de 1992, Ley 1740 de 2014 y las demás disposiciones legales que le sean aplicables de acuerdo con su naturaleza jurídica, carácter académico y las normas internas dictadas en ejercicio de su autonomía.

Que así mismo, la Ordenanza No. 014 de 2021 en el artículo 11 estableció que el régimen de transición, cambio de naturaleza, carácter académico y régimen jurídico de la institución que se transformó en virtud de las disposiciones de la Ley 1937 de 2018, es el contemplado en el Estatuto General contenido en el artículo 2 de la Resolución 12703 de 2021, emitida por el Ministerio de Educación Nacional.

Que para el proceso sui generis de transformación de Unitrópico en el título IX capítulo I del Estatuto General de la Universidad Internacional del Trópico Americano, Unitrópico, adoptado mediante la Ordenanza No. 014 de 2021, concibió y estableció un marco normativo denominado régimen de transición.

Que el régimen de transición de Unitrópico se puede definir como un mecanismo jurídico idóneo que surge como una herramienta necesaria en pro de materializar todas las disposiciones consagradas en la Ley 1937 de 2018. Dicho régimen transitorio tiene como objetivo ser un puente de normalización entre las normas del derecho privado que rigen a la Fundación Universitaria Internacional del Trópico Americano con las normas que rigen a la Universidad Internacional del Trópico Americano, conforme a su nueva naturaleza, régimen jurídico y carácter académico de ente universitario autónomo de derecho público.

Que el régimen de transición de Unitrópico tiene sustento jurídico en la Ley 1937 de 2018, en el entendido que dicha norma en su artículo 3 señala que la nueva entidad oficial de orden departamental Universidad Internacional del Trópico Americano, sustituirá en todo a la Fundación Universitaria Internacional del Trópico Americano, esto es en tanto sus derechos como en sus obligaciones.

Que el régimen de transición establecido para Unitrópico, prevé, entre otras cosas, la suspensión o alteración transitoria de las reglas que normalmente rigen su funcionamiento como universidad pública, tiempo en el cual se ejecutarán normas transitorias con la finalidad de normalizar dentro de la autonomía universitaria, situaciones generales, particulares y concretas de migración del derecho privado al derecho público.

Que el carácter transitorio de este régimen de transición significa que las normas que lo disciplinan ostentan, al menos en principio, un carácter pasajero o fugaz y, en consecuencia, no tienen vocación de permanencia y fenecen una vez se subsanen o normalicen las situaciones generales, particulares y concretas de los sujetos que sean susceptibles del régimen de transición.

Secretaría General
Unitrónico
CERTIFICADO: Este presente documento es fiel copia del original.
24 SEP 2021
Fecha: 
FIRMA AUTORIZADA

Que el Estatuto General de Unitrónico adoptado como norma superior de la universidad mediante el artículo 3 de la Ordenanza No. 014 de 2021, en su artículo 124, dispone lo siguiente:

“ARTÍCULO 124°. DISPOSICIONES ADMINISTRATIVAS Y CONTINUIDAD DEL SERVICIO. El Rector es el representante legal y ordenador de gasto de la Universidad Internacional del Trópico Americano, por ello, en virtud del artículo 83 de la Constitución Política y en concordancia con el artículo 3 de la Ley 489 de 1998, se le confiará por una única ocasión, la competencia para adelantar las actuaciones necesarias de planeación, orden académico, presupuestal, financiero, contractual y demás actividades tendientes a normalizar y ajustar el orden jurídico y administrativo de la universidad; a fin de garantizar el derecho a la educación y superar todas las situaciones fácticas y jurídicas que emerjan como resultado de la transformación y que puedan afectar el habitual desarrollo administrativo y la prestación del servicio educativo anteriormente ofertado por la Fundación Universitaria Internacional del Trópico Americano.”

Que en el interregno a partir de la oficialización y la conformación del Consejo Superior, según el artículo 113 y subsiguientes del Estatuto General, el Rector, de conformidad a lo reglado en el artículo 124 del mencionado Estatuto, expedirá las correspondientes normas con el fin de garantizar el derecho a la educación y superar todas las situaciones fácticas y jurídicas que emerjan como resultado de la transformación y que puedan afectar el habitual desarrollo administrativo y la prestación del servicio educativo anteriormente ofertado por la Fundación Universitaria Internacional del Trópico Americano.

Que, con el fin de garantizar un orden jurídico-administrativo responsable, buenas prácticas administrativas y de planeación, el Rector expidió la Resolución Rectoral No. 001 de 2021 “Por medio de la cual se desarrolla el artículo 124 del Estatuto General y se dictan otras disposiciones”.

Que la Resolución Rectoral No. 001 de 2021, desarrolla el artículo 124 del Estatuto General de la Universidad Internacional del Trópico Americano y dentro de los múltiples actos administrativos contempla la adopción de la Política de Comunicaciones de la Universidad Internacional del Trópico Americano Unitrónico.

Que los actos administrativos institucionales que el Rector adopte en virtud de lo dispuesto en el artículo 124 del Estatuto General de la Universidad Internacional del Trópico Americano y la Resolución Rectoral No. 001 de 2021, son emitidos con el fin de adelantar las actuaciones necesarias de planeación, orden académico, presupuestal, financiero, contractual y demás actividades tendientes a normalizar y ajustar el orden jurídico y administrativo de la universidad; a fin de garantizar el derecho a la educación y superar todas las situaciones fácticas y jurídicas que emerjan como resultado de la transformación y que puedan afectar el habitual desarrollo administrativo y la prestación del servicio educativo anteriormente ofertado por la Fundación Universitaria Internacional del Trópico Americano.

Que la prerrogativa constitucional de autonomía universitaria está consagrada en el artículo 69 de la Constitución Política y establece lo siguiente:

"Se garantiza la autonomía universitaria. Las universidades podrán darse sus directivas y regirse por sus propios estatutos, de acuerdo con la ley.

La ley establecerá un régimen especial para las universidades del Estado (...)"

Que la Constitución Política ha reconocido a las universidades la autonomía, en virtud de la cual tienen el derecho a regirse por sus estatutos. Es decir, el régimen especial de los entes universitarios es de origen constitucional.

Que, en cumplimiento del mandato constitucional, se expidió la Ley 30 de 1992, "Por la cual se organiza el servicio público de Educación Superior", cuyo artículo 28 señala:

"Artículo 28. La autonomía universitaria consagrada en la Constitución Política de Colombia y de conformidad con la presente Ley, reconoce a las universidades el derecho a darse y modificar sus estatutos, designar sus autoridades académicas y administrativas, crear, organizar y desarrollar sus programas académicos, definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas y culturales, otorgar los títulos correspondientes, seleccionar a sus profesores, admitir a sus alumnos y adoptar sus correspondientes regímenes y establecer, arbitrar y aplicar sus recursos para el cumplimiento de su misión social y de su función institucional"

Que la Universidad Internacional del Trópico Americano debe implementar una política de comunicaciones, en el entendido que es un ente universitario público, que aporta en la construcción colectiva, desarrollo local, territorial, regional y la nacional, y que la comunicación permite gestionar desde un proceso estratégico su imagen institucional de forma positiva, la divulgación del quehacer académico, investigativo, cultural, social y su integración con el entorno.

Que la política de comunicaciones de la Universidad Internacional del Trópico Americano propenderá por el fortalecimiento de la identidad institucional, contribuirá al diálogo permanente entre los distintos actores de la comunidad universitaria, su relación con las demás entidades del sector educativo, la divulgación de contenidos informativos y el posicionamiento de la institución en el departamento de Casanare.

Que el presente acto administrativo relaciona la política de comunicaciones para formalizar los procesos comunicativos que fortalecerán la identidad institucional, reflejará interna y externamente la sinergia que enmarque el trabajo colaborativo entre las dependencias y socializará ante la opinión pública el buen ejercicio de las funciones sustantivas de la institución: academia, investigación y proyección social.

Que el artículo 66 de la Ley 30 de 1992 señala que el Rector es el representante legal y la primera autoridad ejecutiva de las universidades como Unitrónico.

Que el artículo 9 numeral 1 del Estatuto General de la Universidad Internacional del Trópico Americano, Unitrónico, establece que la Rectoría es la mayor autoridad académico-administrativa de nivel directivo de la universidad.

Que el Rector de la Universidad Internacional del Trópico Americano, Unitrónico, mérito de lo expuesto, en uso de sus facultades Constitucionales, legales, normativas y estatutarias,

RESUELVE

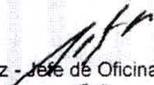
ARTÍCULO 1. Adoptar la política de comunicaciones de la Universidad Internacional del Trópico Americano Unitrónico anexa al presente acto administrativo.

ARTÍCULO 3. La presente Resolución Rectoral rige a partir de la fecha de su expedición.

COMUNÍQUESE Y CUMPLASE

Dado en Yopal, a los veinticuatro (24) días del mes de septiembre de dos mil veintiuno (2021).


ORIOJ JIMÉNEZ SILVA
Rector


Revisó: Alexis Ferley Bohórquez - Jefe de Oficina Asesora Jurídica y de Contratación


Proyectó: Erika Rocío Solano Jaimes - Jefe de Oficina Asesora de Prensa, Comunicaciones y Mercadeo.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

Secretaría General
Unitrónico
CERTIFICADO: Este documento
es fiel copia del original.
Fecha: 24 SEP 2021
FIRMA AUTORIZADA

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL TRÓPICO AMERICANO

YOPAL, CASANARE
2021

Secretaría General
Unitrónico
CERTIFICADO: Este presente documento
es fiel copia del original.
Fecha: 24 Set 2021
FIRMA AUTORIZADA

PRESENTACIÓN

La comunicación en la Universidad Internacional del Trópico Americano es un eje trasversal que integra sus áreas administrativas y orienta las estrategias que actúan como vehículo para visibilizar las fortalezas y las capacidades institucionales ante los públicos internos y externos.

En dicha práctica, en la que se desenvuelven los procesos comunicativos, es una necesidad el fortalecimiento de la identidad institucional entre el personal que la integra y la exteriorización de una imagen positiva que demuestre el buen ejercicio de las funciones sustantivas de la institución: academia, investigación y proyección social. Es por esta razón, que la Política de Comunicaciones, define los lineamientos que conducirán al posicionamiento de un ente universitario competente e íntegro en la percepción de los casanareños.

Este documento institucional, es una guía que busca articular el trabajo y proyectar una valiosa sinergia, mediante espacios participativos, el acercamiento con la prensa, la respuesta eficaz con el público externo, la formalización de los procesos de divulgación permanente del quehacer institucional y la integración con los públicos objetivos.

Ante la conocida “sociedad de la ubicuidad”, como se reconoce el poder tecnológico; herramienta inherente en la comunicación, se presentan los procesos que orientan la gestión de la comunicación digital desde la institución, para conservar su vigencia en dichas plataformas y estrechar la cercanía de la comunidad académica y administrativa con el entorno.

REFERENTES CONCEPTUALES DE LA POLÍTICA

La Universidad Internacional del Trópico Americano, Unitrónico orienta su política de comunicaciones acorde al contexto de esta área del conocimiento, así:

1. Comunicar es un proceso inherente a la naturaleza humana; desde que el ser humano nace, comunica sus necesidades y las diferentes sensaciones a las que se expone al salir al mundo.
2. Es imposible no comunicar, porque aún el silencio comunica. La organización se configura entonces como una extensión del individuo, por lo que también necesita comunicar, siendo uno de los elementos más importantes y destacables en una Institución que incluye la comunicación asertiva con los distintos públicos; a saber: funcionarios recientes y antiguos, directivos, jefes de oficina, clientes actuales y potenciales (estudiantes), entidades públicas y privadas, competencia directa e indirecta y público en general.
3. Comprender el papel que desempeña la universidad como una institución del conocimiento en la sociedad, que abre espacios para la innovación, el crecimiento intelectual y la intensa divulgación informativa; siendo esta un factor fundamental para la transformación social, económica, política y tecnológica.

Secretaría General
Unitrónico
CERTIFICADO: Que el presente documento es fiel copia del original.
Fecha: 24 SEP 2021
FIRMA AUTORIZADA

4. La relación y conexión de los mensajes emitidos debe ser válida para las tres formas principales de la comunicación institucional, ya sea comunicación interna, comunicación externa o información. Cada una de ellas tiene incidencia directa sobre la identidad y la imagen institucional.
5. Adoptar la comunicación como un mecanismo inherente ante las dinámicas actuales de la sociedad, para incluirlo en sus propios procesos y actores que interrelacionan la sinergia institucional.
6. El análisis permanente del impacto mediático y la percepción en la sociedad, es un proceso comunicativo que orienta a vislumbrar en perspectiva la formulación de estrategias, planes y proyectos que conecten la universidad con el entorno, encaminando su efectividad y fortalecimiento de la gestión institucional.

La institución y la comunicación

Para Italo Pizzolante, en su programa de comunicación estratégica "El éxito de nuestra vida depende de la capacidad que poseemos para comunicar nuestras ideas y nuestros sentimientos, para provocar determinadas reacciones en los demás y a la vez para acoger, apreciar y recibir las comunicaciones de otros emisores"¹.

El origen de la palabra comunicación tiene raíces etimológicas en la palabra "Comunicare", que significa comulgar (dar y recibir). La comunicación resulta de un intercambio de valores emocionales y racionales.

El acto de comunicar es considerado como un proceso personal que implica el hecho de transferir información, además de ser relacionado con el comportamiento del individuo. La comunicación no puede existir sin que las personas desarrollen algún tipo de acción y tiene que ver totalmente con las relaciones entre individuos.

El concepto "organización" se refiere a un grupo de individuos relacionados unos con otros, con el fin de lograr una meta u objetivo común. Los factores de distinción de una organización son de diferente orden:

- Finalidad existente y conocida por todos los miembros del grupo.
- Distribución de roles y tareas a realizar.
- División de la autoridad y del poder formal.
- Sistema de comunicación y coordinación.
- Criterios de evaluación y control de resultados.

Aplicar estos elementos que conforman el engranaje de las organizaciones, desde los conceptos comunicativos, a la noción de comunicación, y relacionarlos, lleva a visualizar la comunicación

¹ IZZOLANTE, Italo. Memorias del programa sobre comunicación estratégica. Caracas, Venezuela. Julio a octubre de 2001



como un proceso de transferencia de información, la comprensión entre las personas que conforman una empresa y los diferentes medios que participan en los intercambios comunicativos.

La comunicación hace posible que las organizaciones progresen y se desarrollen a través de la interacción de los individuos y entre los distintos públicos. Mediante la comunicación, los públicos edifican responsabilidades y reconocen los roles dentro y fuera de la organización.

“Sin importar si pertenecen al sector público o privado, las organizaciones son complejas. La comunicación sirve para informar, persuadir, comparar y motivar. Mientras más efectiva sea la comunicación interna o externa, hay más probabilidades de que la organización alcance sus objetivos corporativos”².

Existen muchos factores que tienen que ver con el momento en el que se emite un mensaje; ya sea desde las directivas hacia los subalternos, entre iguales jerárquicos, o desde los niveles de la base de la organización hacia los directivos. Los mensajes tienden a distorsionarse aún bajo las mejores condiciones.

El mensaje puede afectarse por diferentes factores como espacios físicos, imaginarios sociales, premura, credibilidad, barreras de comunicación no verbales (diferencias de percepción, falta de interés, nivel de conocimiento, emociones, personalidad, apariencia física, distracciones, pobreza de ideas, habilidades de escucha deficientes, exceso de mensajes); y verbales (lenguaje, vocabulario inadecuado, errores escritos o hablados, nivel apropiado del lenguaje, entre otros). Por ello, la importancia de definir una Política de Comunicación clara y darla a conocer con todos los públicos que conforman la comunidad académica y administrativa.

Normatividad Nacional

La Política de Comunicaciones de la Universidad Internacional del Trópico Americano Unitrónico, cumple con los requerimientos legales nacionales estipulados en la ley así:

Ley 30 de 1992, “Por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior” b) Trabajar por la creación, el desarrollo y la transmisión del conocimiento en todas sus formas y expresiones y, promover su utilización en todos los campos para solucionar las necesidades del país.

Ley 1188 de 2008, Por el cual se regula el registro calificado de programas de educación superior y se dictan otras disposiciones.

Artículo 39: PUBLICIDAD Y OFERTA DE PROGRAMAS. Las instituciones de educación superior solamente podrán hacer publicidad y ofrecer los programas académicos, una vez obtenga el registro calificado o la acreditación en calidad durante la vigencia.

Así mismo, El modelo de Acreditación Institucional del CNA el factor de” Organización, Gestión y

² DOWLING, G.R. Managing your corporate image. Industrial marketing management. En: VAN RIEL, Op. cit., p.15

Administración” contempla como característica asociada a los “Procesos de Comunicación Interna”. En ese mismo modelo el Factor 6. Proyección Social, genera un compromiso de transferir y divulgar las actividades de la Institución.

La oferta y publicidad de los programas académicos activos debe ser clara, veraz y corresponde con la información registrada en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior - SNIES-, e incluir el código asignado, y señalar que se trata de una institución de educación superior sujeta a inspección y vigilancia por el Ministerio de Educación Nacional.

Resolución 012703 13 de julio de 2021, Por medio de la cual se resuelve la solicitud de aprobación del Estudio de Factibilidad Socioeconómico que acompaña el proceso de transformación de la naturaleza, carácter académico y régimen jurídico de la Fundación Universitaria Internacional del Trópico Americano.

Normatividad Institucional

Frente a la normatividad institucional se tienen en cuenta el Estatuto General de la Universidad Internacional del Trópico Americano así:

En los objetivos expuestos en el artículo 6 del capítulo III, fomentar la generación, divulgación, transmisión, uso y apropiación del conocimiento para responder a las problemáticas y potencialidades de la Orinoquía, el país y el mundo.

Garantizar condiciones en la gestión del conocimiento y la gestión documental, que contribuyan a la formación de investigadores y talento humano calificado con conductas éticas y sentido de pertenencia con su entorno; al tiempo que permitan la custodia, administración y difusión de la producción intelectual y la memoria institucional.

FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA

Objetivo General

Establecer los lineamientos para la formalización de los procesos comunicativos encaminados al fortalecimiento de la identidad e imagen institucional en los públicos internos y externos.

Objetivos específicos

- Establecer el uso adecuado de las herramientas de comunicación existentes en Unitrónico, y los profesionales a cargo de las mismas.
- Describir los canales de comunicación interna y externa que existen en la actualidad, de forma que se puedan potenciar sus fortalezas, y fortalecer sus debilidades.
- Identificar la información que sea de interés para nuestros públicos y se emita a través de los canales de comunicación adecuados.

Secretaría General
Unitrónico
CERTIFICADO: El presente documento es fiel copia original.
24 SEP 2021
Fecha:
FIRMA AUTORIZADA:

- Identificar la importancia de trabajar de manera alineada los objetivos de Unitrónico, sus procesos misionales y los objetivos de comunicación, como base para una coherencia y adhesión entre la imagen institucional y la identidad de la misma.
- Plantear las diferentes líneas de acción de la oficina Asesora de Prensa, Comunicaciones y Mercadeo, como eje transversal de apoyo a todos los procesos.

ALCANCE

La Política de Comunicaciones de la Universidad Internacional del Trópico Americano Unitrónico, es transversal y estratégica, orientada a promover las relaciones participativas de los diferentes actores de la comunidad universitaria (directivos, docentes, estudiantes, administrativos y egresados) con el entorno y fortalecimiento de la identidad institucional.

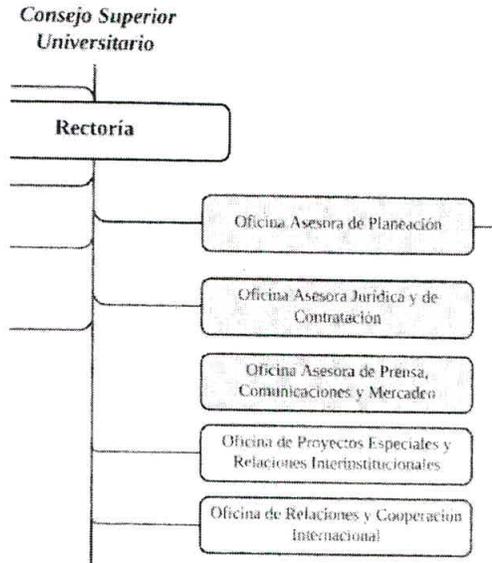
DESARROLLO DE LA POLÍTICA

Principios de la comunicación

La comunicación en Unitrónico, estará orientada a proteger la imagen y el prestigio de la universidad, respetando los principios sociales del entorno, guiados por los siguientes preceptos:

- El acceso a la información debe responder al derecho que tiene la sociedad sobre los avances del conocimiento y contar con una opinión pública calificada, acorde a las oportunidades que permite la investigación científica y las creaciones producidas por la universidad.
- La divulgación de la información corresponde a una independencia editorial, sin sometimiento a intereses de carácter político, privilegio económico, ideológico, género o creencia. Su compromiso corresponde al cumplimiento de sus objetivos misionales y funciones sustanciales: academia, investigación y proyección social.
- Los procesos comunicativos tendrán siempre la coherencia entre lo que se emite y lo que se piensa a nivel directivo.
- Los miembros de la comunidad universitaria serán responsables del manejo ético de la información.
- La comunicación será multidireccional y estará a disposición de todos los miembros de la comunidad universitaria, sin distinción de jerarquías.
- La comunicación deberá ser oportuna y ágil para aportar positivamente a la toma de decisiones.
- La comunicación será siempre honesta, veraz, respondiendo a la pluralidad y respetuosa de la diferencia.

Estructura Organizacional



Consejo Superior. El Consejo Superior de la Universidad Internacional del Trópico Americano, Unitrónico, es el máximo órgano de dirección y gobierno de la institución. Sus integrantes y funciones se encuentran descritas en los artículos 10 y 23 del Estatuto General.

Rectoría. La Rectoría es la mayor autoridad académico-administrativa de nivel directivo de la universidad, de conformidad con las funciones que se consagran en el Estatuto General y la normativa que expida el Consejo Superior.

Oficina Asesora de Planeación. Asesorar, proponer y liderar la formulación de planes, programas y proyectos para el desarrollo físico, financiero, tecnológico y académico de la Universidad Internacional del Trópico Americano, a través de la definición y seguimiento al Modelo de Planeación y Gestión Universitario, con el fin de encauzar las acciones institucionales colectivas, e individuales hacia el mejoramiento de las capacidades de la Universidad para la consecución de sus objetivos y metas propuestas.

Oficina Asesora Jurídica y de Contratación: Asesorar a Rectoría y a las demás dependencias, autoridades personales y colegiadas de gobierno de la Universidad, en el trámite y soluciones de las actividades académicas, administrativas y contractuales, así como absolver consultas de asuntos jurídicos relacionados con las funciones que adelanta la Institución, y atender en la Jurisdicción Contencioso Administrativa y ordinaria las demandas presentadas.

Secretaría General
 Unitrónico
 CERTIFICADO: Este documento es una copia fiel del original.
 Fecha: 24 SEP 2021
 FIRMA AUTORIZADA: [Firma]

Oficina Asesora de Prensa, Comunicaciones y Mercadeo. Dirigir, coordinar y supervisar el proceso estratégico de comunicaciones con el fin de garantizar la difusión amplia y masiva de las políticas, planes, programas, proyectos, decisiones, acciones y resultados de la gestión de la Universidad para el conocimiento de los estamentos internos, comunidades, sectores productivos, instituciones públicas y privadas y organismos de control.

Identidad institucional

En los elementos constituidos para la representación gráfica de la filosofía institucional, se reconoce el logotipo, escudo y bandera, como aporte de los profesionales en artes y diseño del departamento de Casanare, quienes participaron en los concursos dispuestos por la Universidad Internacional del Trópico Americano y adoptados mediante actos administrativos.

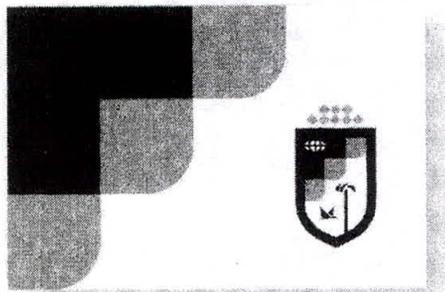
Logotipo



Escudo



Bandera



Eslogan

La Institución que Investiga la Orinoquía Colombiana

Metodología

Comunicación Interna

Es la comunicación que se desarrolla con el objetivo de socializar acciones específicas dentro de la institución, generalmente, actividades de interés para toda la comunidad administrativa.

Canales de comunicación definidos:

- Correo electrónico que funciona bajo el dominio @unitropico.edu.co y cada integrante de la comunidad académica y administrativa tiene designado uno.
- El correo es utilizado para enviar información de interés para los funcionarios, a manera de comunicado, y será enviada a los grupos desde la oficina de Sistemas de Información y Tecnología.
- Carteleras: estas se encuentran disponibles en diferentes espacios físicos de Unitrónico y contienen la información que es de mayor relevancia para los funcionarios; la información publicada en estos espacios debe ser verificada por la oficina de prensa y comunicaciones, antes de su publicación.

Comunicación externa

Es la comunicación dirigida de forma masiva, a los públicos que no se encuentran dentro de la institución. En esta comunicación se centra el esfuerzo a lo comercial y publicitario, de forma tal que lo emitido aporte en el posicionamiento de la identidad e imagen institucional de forma adecuada.

Esta comunicación se encuentra directamente relacionada con la socialización en medios de comunicación masiva, tales como emisoras, prensa escrita, redes sociales, diseño de piezas publicitarias como vallas, pendones, volantes, afiches, publicaciones impresas y digitales, merchandising, material POP, diseño de material audiovisual y otras comunicaciones de carácter institucional como reuniones externas, invitaciones a eventos, participación en comités y consejos.

Canales de comunicación definidos:

- Correo electrónico institucional para la emisión de comunicados o artículos de prensa a los diferentes medios de comunicación del orden local, territorial, nacional e internacional.
- Espacios radiales generados con emisoras comunitarias o institucionales, para promocionar la oferta académica, crear un puente informativo entre los públicos internos y externos.
- Página web institucional es una herramienta digital dirigida a los públicos internos y externos a la universidad.

Producción audiovisual

El lenguaje sonoro y audiovisual que emplea la universidad, como herramienta de comunicación para fortalecer su relación con los públicos internos y externos, permite la comunicación asertiva e integral, para emitir la divulgación de contenidos investigativos, informativos, académicos y de interés general.

Para esta categoría se emiten en distintos formatos (micronoticieros, clips, videos promocionales, crónicas, historias, entre otros), con el objetivo de garantizar el acceso a la información y el aporte en la construcción de una opinión pública coherente con los objetivos misionales de la universidad.

Comunicación gráfica y visual

Es el acto mediante el cual se establece contacto entre un individuo y otro, con el fin de transmitir un mensaje a través de una pieza gráfica. Este proceso se logra por medio de la configuración de una serie de elementos visuales, o herramientas de diseño (fotografías, colores, textos, formas, entre otros).

El objetivo principal es el que el mensaje llegue de la forma más sencilla al receptor y cumpla con la función de transmitir un mensaje. El éxito consiste en lograr que el receptor comprenda el mensaje e interactúe con la pieza audiovisual.

Conceptualización: Para lograr éxito en la emisión del mensaje, es necesario que la comunicación gráfica esté enmarcada en el concepto visual determinado en el manual de identidad visual, documento base de la identidad institucional.

Comunicación digital

Con un lenguaje sencillo, coherente y concreto, la universidad se integra a la “sociedad de la inocuidad”, mediante las herramientas y aplicativos tecnológicos existentes, para generar una comunicación directa con los públicos de interés. Las dinámicas de la actual comunicación, exige a las instituciones encaminar sus objetivos hacia la construcción de mensajes segmentados que garanticen su transmisión a la sociedad.

Para el desarrollo de sus estrategias de comunicación, establece canales directos en las plataformas Facebook, Twitter, Instagram y YouTube. En cada una de las mencionadas, la institución da a conocer permanente su actuar, mediante la producción de campañas institucionales enfocadas a la socialización de la producción investigativa, académica y proyección social.

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

La Política de Comunicaciones de Unitrónico, establece una serie de acciones y procesos de comunicación que deben ser llevadas a cabo en el desarrollo de las actividades de la Oficina Asesora de Prensa, Comunicaciones y Mercadeo.

El avance en términos de ejecución de las medidas, se efectuará a través de la información relativa a indicadores de seguimiento de las acciones de información, comunicación y publicidad. Dichos indicadores se clasifican en dos tipos: de realización y de resultados, en función de si quieren medir la ejecución física a corto plazo o bien su repercusión en función del público objetivo.

Las actividades de información y publicidad se desarrollan en tres tipos diferentes, de acuerdo a las que se establecen dichos indicadores, así:

1. Actividades y actos públicos.
2. Difusión en medios de comunicación externos.
3. Publicaciones realizadas en canales de comunicación internos (correos, carteleras y página web institucional).

El seguimiento de la Política de Comunicaciones, es realizado de manera mensual a través de los informes de gestión adelantados por la oficina Asesora de Prensa, Comunicaciones y Mercadeo, los cuales son enviados a Rectoría a través del correo institucional y contienen la descripci

ón de los procesos desarrollados, así como los soportes que detallan las acciones puntuales establecidas en la actual política.

Secretaría General
Unitrónico
CERTIFICADO: Este es el presente documento original.
Fecha: 21 SEP, 2021
FIRMA AUTORIZADA

BIBLIOGRAFÍA

- M., Alfonso Siliceo A. / David Cáceres A./ José Luis González. (1999). "Liderazgo, Valores y Cultura Organizacional, Hacia una Organización Competitiva". D.F México: McGraw Hill.
- Pizzalote, Italo. (2013). La "Geometría de la comunicación empresarial", Razón y Palabra.
- Pizzolote, Italo. (2012). Comunicación estratégica. Medios Regionales en Latinoamérica. Antártida.
- Steinberg, Lilia Ciamberlani / Lorena. (1999). "Comunicación para la Transparencia". Buenos Aires, Argentina: Granica.