



**POLITICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES**

**Fundación Universitaria Antonio de Arévalo**

**2023**



**UNITECNAR**

**DIRECTIVAS DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA**  
**ANTONIO DE AREVALO UNITECNAR**

**DIONISIO FERNANDO VÉLEZ TRUJILLO**  
**Rector**

**ALEJANDRO JARAMILLO VÉLEZ**  
**Vicerrector Académico**

**CARLOS GRANADILLO VASQUEZ**  
**Vicerrector de Calidad**

**LIBIA MARTINEZ SEVERICHE**  
**Vicerrectora Financiera**

**OLGA GUERRA MEDINA**  
**Vicerrectora de Planeación y Gestión Administrativa**

**MARÍA MERCEDES VILLALBA PORTO**  
**Secretaria General y Jurídica**

UNITECNAR  
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA ANTONIO DE AREVALO

**ACUERDO N. 13-23  
(18 de julio 2023)**

*Por medio del cual se adopta la Política de Información y Comunicaciones.*

**EL CONSEJO SUPERIOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA ANTONIO DE AREVALO, en uso de sus facultades legales y estatutarias, y**

**CONSIDERANDO QUE**

1. La Constitución Política de Colombia en su artículo 69 reconoce y garantiza la autonomía universitaria y establece que “las universidades podrán darse sus directivas y regirse por sus propios estatutos, de acuerdo con la ley.”
2. La Ley 30 de 1992 confiere autonomía a las Instituciones de educación Superior; dicha ley organiza el servicio público de la educación superior y precisa que la autonomía universitaria 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 (artículos 28 y 29).
3. El Proyecto Educativo Institucional -PEI- de Unitecnar (2022), enuncia las políticas Unitecnaristas y establece los fundamentos teleológicos de las mismas.

Que el Consejo Superior de UNITECNAR en el marco de su sesión mediante Acta N. 02 celebrada el 18 de agosto de 2023, decidió aprobar la Política de Información y Comunicaciones. En consecuencia,

**ACUERDA:**

**ARTICULO UNICO:** Adóptese la POLITICA DE INFORMACION Y COMUNICACIONES de la Fundación Universitaria Antonio de Arévalo, que entra en vigencia a partir de la expedición del presente acuerdo.

**COMUNÍQUESE Y CUMPLASE**

Dado en Cartagena de Indias, D. T. y C. a los dieciocho (18) días del mes de julio de dos mil veintitrés (2.023)



**SANDRA TRUJILLO VELEZ**  
Presidente



**MARIA MERCEDES VILLALBA PORTO**  
Secretaria General y Jurídica

## TABLA DE CONTENIDO

1. Contexto.....	5
2. Conceptualización.....	6
3. Aportes de la función o proceso a la Misión y Visión UNITECNAR.....	6
4. Políticas y lineamientos.....	6
5. Líneas de acción.....	7
6. Estrategias.....	8
7. Recursos.....	9
8. Logros esperados.....	10
9. Evaluación.....	11
10. Referentes.....	12

# UNITECNAR

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA ANTONIO DE ARÉVALO

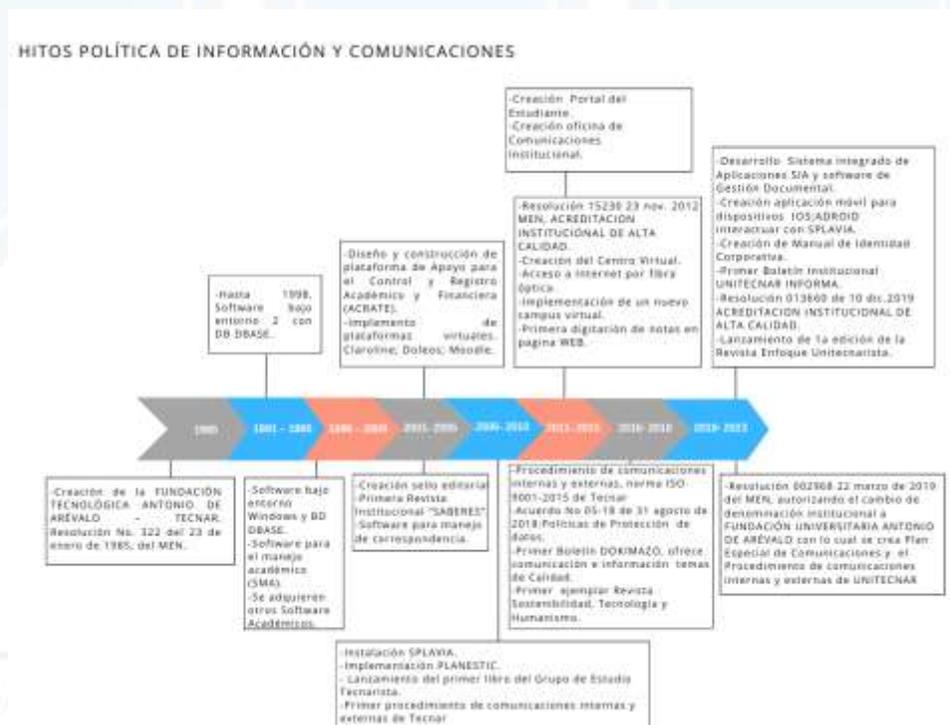
## POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES

### 1. Contexto

La Fundación Universitaria Antonio de Arévalo- UNITECNAR, plantea mecanismos de gestión y administración de la información que permiten un proceso veraz, oportuno, preciso, completo y confiable, engranados con las fuentes de información oportunas para el ejercicio institucional. Esta política enmarca los procesos de divulgación de la Fundación Universitaria Antonio de Arévalo, lo que hace y quiénes lo hacen, generando, de esta manera, espacios de encuentro y participación con la comunidad educativa y el público en general. Por lo tanto, la difusión de la identidad y el ejercicio institucional de informar y comunicar, otorgan posicionamiento y fortalecimiento de las relaciones de la Institución con los grupos de interés.

Figura 1.

Hitos de la Política de Información y Comunicaciones



Fuente. Elaboración propia

## 2. Conceptualización

La Fundación Universitaria Antonio de Arévalo- UNITECNAR entiende la importancia de la información y comunicación como herramientas estratégicas para el cumplimiento de las funciones misionales y los objetivos institucionales y dan cuenta a los miembros de la comunidad unitecnarista y a la sociedad, de la manera como se planean, dirigen y ejecutan las acciones institucionales.

Se propende por la definición de una ruta clara de los procesos de información y de los procesos inherentes a la Institución, para la interrelación de la comunidad educativa, toda vez que sustenta la toma de decisiones de forma veraz, oportuna, precisa y confiable, en los diversos canales de comunicación. Además, vela por mantener informado al público interno y externo mediante la divulgación de los eventos, actividades institucionales y procesos correspondientes, así como el desarrollo del mercadeo de los servicios institucionales. Todo lo anterior, se da desde el marco de fundamentos de transparencia, veracidad, oportunidad, claridad y confidencialidad.

## 3. Aportes de la función o proceso a la Misión y Visión UNITECNAR.

La Política de Información y Comunicaciones de UNITECNAR establece lineamientos, en cuanto al ejercicio informativo y de comunicación, entendidos como procesos de apoyo a toda la comunidad en general. Se soporta sobre el principio de permitir a sus grupos de interés conocer, apropiarse y divulgar la información que enmarca el ejercicio misional. Igualmente, propende por destacar la imagen y el reconocimiento institucional a nivel regional, nacional e internacional.

## 4. Políticas y lineamientos

### 4.1 Política

La comunidad universitaria se mantiene informada sobre el quehacer que le es inherente, con la generación permanente de contenidos, y se le notifica información pertinente de manera oportuna, ágil, actualizada, clara, veraz, confiable y transparente, clasificada y dirigida a los diferentes grupos de interés. De tal manera que esta incida y se aproveche en los procesos de toma de decisiones de la Institución en sus diferentes ámbitos, en pro de la construcción y gestión de relaciones asertivas, eficaces y fluidas para el desarrollo de sus funciones misionales.

## 4.2 Lineamientos

La información producida en UNITECNAR se comunica a la comunidad universitaria y a los grupos de interés para que procedan, apropien y conozcan fuentes documentales, no documentales, resultados estadísticos, producción informativa, comunicativa y datos, a los cuales puedan acceder, usar, divulgar, retener, actualizar.

Los canales de información y comunicaciones, mantienen un flujo y tratamiento en cuanto a su acceso, uso, divulgación, retención y actualización en beneficio de los grupos e interés.

El desarrollo de las comunicaciones se fomenta en los diferentes niveles y dependencias para alcanzar los objetivos institucionales y que proporcionen un ambiente académico armonioso para favorecer relaciones interpersonales abiertas y productivas.

Se transmite y se comunica a través de la identidad e imagen corporativa una representación clara de los objetivos, valores, principios y filosofía institucional como patrimonio cultural e histórico reconocido.

## 5. Líneas de acción

### 5.1. Canales de Comunicación

La Institución fomenta diferentes medios de comunicación, que permiten que el flujo de información llegue a los diferentes públicos, permitiendo el fortalecimiento de la cultura comunicacional.

### 5.2. Generación de Contenidos

La participación constante de las dependencias en diferentes actividades informativas, permiten la gestión de múltiples y variados contenidos en atención a la importancia de temáticas de interés general para la comunidad universitaria y académica.

### 5.3. Fomento de las Comunicaciones

UNITECNAR apoya las estrategias de comunicación que se desarrollan en la Institución bajo criterios de ética, calidad, transparencia, eficiencia y participación.

### 5.4. Identidad Institucional

La imagen e identidad institucional se elabora, actualiza y comunica en el Manual de Imagen e Identidad Corporativa, el cual otorga y reúne herramientas para comunicar la imagen de UNITECNAR con excelencia, asertividad y pertinencia. La identidad gráfica estructura y organiza la comunicación institucional para que sea consistente, coherente, accesible y apta para cualquier tipo de canal y formato.

### 5.5. Publicidad y Promoción

La Dirección de Mercadeo y Comunicaciones garantiza el excelente relacionamiento con medios de comunicación para el establecimiento de alianzas que son parte de los planes de promoción, mercadeo y publicidad de la oferta académica y de información en general.

## 6. Estrategias

### 6.1 Canales de Comunicación

Actualizar los diferentes formatos y canales que se desarrollan en comunicaciones y/o en colaboración con el área correspondiente.

### 6.2 Generación de Contenidos

Impulsar línea narrativa con enfoque social, incluyente, informativo y formativo, a través de los diferentes canales y formatos de comunicación institucionalizados.

### 6.3 Fomento de las Comunicaciones

Posicionar la marca e imagen institucional con campañas de sensibilización sobre el uso adecuado y pertinente de las comunicaciones.

### 6.4 Identidad Institucional

Manual de Imagen e Identidad Corporativa de la Institución, actualizado con lineamientos para el desarrollo de la gestión de comunicación, desde los diferentes canales de exposición.

### 6.5 Publicidad y Promoción

Difusión y promoción de la oferta de servicios universitarios dirigida a los grupos de interés.

## 7. Recursos

### 7.1.1. Recursos humanos:

#### Personal Administrativo

Profesionales que conducen procesos administrativos, gestionan presupuestos, logística y eventos con la articulación informativa entre las distintas dependencias y las agencias y entidades externas. Igualmente, realizan la coordinación, organización, planeación, diseño, emisión, almacenamiento y control de los recursos y servicios informativos y comunicativos de la Institución.

#### Personal de Apoyo

Asisten en lo necesario y particular para la prestación de servicios técnicos y/o tecnológicos para efectuar y mantener los procesos de informar y comunicar.

### 7.1.2. Recursos Físicos

UNITECNAR cuenta con distintos ambientes, oficinas e instalaciones al igual de espacios de múltiples usos, en una ubicación estratégica adecuada, con facilidades de acceso a personas en condición de discapacidad, una moderna dotación física y tecnológica, con cómodas áreas para la atención de los usuarios, colaboradores, grupos de interés con amplias, seguras y confortables instalaciones para la comunidad en general.

### 7.1.3. Recursos Tecnológicos

Como soporte para toda la comunidad universitaria dispone con recursos audiovisuales, bases de datos, aplicaciones digitales, equipos y sistemas computacionales, archivo, página web institucional, software y aplicativos, entre otras, que hacen parte del Sistema Institucional de Información.

## 8. Logros esperados

### 8.1. Canales de Comunicación

Ofrecer información sobre los servicios institucionales de manera oportuna por diferentes medios y canales acorde a las directrices y tendencias vigentes.

### 8.2. Generación de Contenidos

Mejorar el impacto de las comunicaciones institucionales a través de una estrategia de contenidos.

### 8.3. Fomento de las Comunicaciones

Apropiación de la imagen e identidad institucional por parte de la comunidad universitaria.

### 8.4. Identidad Institucional

Promover el reconocimiento institucional a nivel local, regional, nacional e internacional.

## 8.5. Publicidad y Promoción

Dar a conocer de manera clara, precisa y oportuna los servicios y oferta académica de la Institución.

## 9. Evaluación

### 9.1. Canales de Comunicación

Número de formatos y piezas producidas y/o actualizadas en los diferentes canales de comunicación institucionalizados.

### 9.2. Generación de Contenidos

Número de publicaciones con narrativa institucional actualizada.

### 9.3. Fomento de las Comunicaciones

Número de campañas lanzadas y posicionadas de sensibilización sobre el uso adecuado y pertinente de las comunicaciones.

### 9.4. Identidad Institucional

Índice de percepción de la imagen institucional.

### 9.5. Publicidad y Promoción

Número de alianzas con medios de comunicación tradicionales y/o digitales para la promoción y difusión de servicios institucionales.

Un plan de medios para difusión y oferta de servicios institucionales.



## 10. Referentes

Fundación Universitaria Antonio de Arévalo, Unitecnar. (26 de abril de 2019). Proyecto Educativo Institucional "Un nuevo desafío 2019-2025" Obtenido de Unitecnar: <https://www.unitecnar.edu.co/sites/default/files/pdfs/Libro%20PEI.pdf>

Fundación Universitaria Antonio de Arevalo, Unitecnar. (2020). Plan Estratégico de Desarrollo Unitecnar. Obtenido de Plan Estratégico de Desarrollo Unitecnar: <https://www.unitecnar.edu.co/sites/default/files/pdfs/PLAN%20ESTRATÉGICO%20DE%20DESARROLLO%20UNITECNAR%202020-2025%20V6.pdf>

UNITECNAR

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA ANTONIO DE ARÉVALO