

# POLÍTICAS INSTITUCIONALES

## COMUNICACIÓN



**UNIVERSIDAD**  
**Popular del Cesar**



---

**POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD POPULAR DEL  
CESAR**



**UNIVERSIDAD**  
**Popular del Cesar**

**UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR**  
**VALLEDUPAR / CESAR**  
**2016**

---

## **CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO**

**CARLOS EMILIANO OÑATE GÓMEZ**

Rector

**GERMAN ANDRÉS URREGO SABOGAL**

Delegado Ministra de Educación

**ERNESTO M. OROZCO DURAN**

Designado del Presidente de la Republica

**FRANCISCO FERNANDO OVALLE ANGARITA**

Gobernador del Cesar

**ELBERTO PUMAREJO COTES**

Representante de los Ex Rectores

**LUIS NAPOLEÓN DURAN CORTES**

Representante de los Docentes

**ALDEMAR PALMERA CARRASCAL**

Representante del Sector Productivo

**DARWIN MANNSBACH PALOMINO**

Representante de los Egresados

**JAIME MAESTRE APONTE**

Representante de las Directivas Académicas

**FARID ALBERTO CAMPO BAENA**

Representante de los Estudiantes

**IVÁN MORÓN CUELLO**

Secretario General

---

**CONSEJO ACADÉMICO**

**CARLOS EMILIANO OÑATE GÓMEZ**

Rector

**JESÚS VALENCIA BUSTAMANTE**

Vicerrector Académico

**FRANCISCO JOSÉ GARCÍA PAYARES**

Vicerrector de Investigación y Extensión

**ORLANDO GREGORIO SEOANES LERMA**

Vicerrector Administrativo (E)

**ARLEY DOMÍNGUEZ QUINTERO**

Vicerrector General Seccional Aguachica

**JUAN BAUTISTA OCHOA MAESTRE**

Decano Facultad de Derecho, Ciencias Políticas

**DORIS CERCHIARO FERNÁNDEZ**

Decana Facultad de Ciencias Básicas de la Salud

**EFRAÍN QUINTERO MOLINA**

Decano Facultad Bellas Artes

**CESAR CLEMENTE ACOSTA DÍAZ**

Decano Facultad Ingeniería y Tecnologías

**JAIME ENRIQUE MAESTRE APONTE**

Decano Facultad Ciencias Básicas Educación

**ÁLVARO MENDOZA MONTENEGRO**

Decano Facultad Ciencias Administrativas, Contables y Económicas

**EDUARDO ELÍAS GÁMEZ BRACHO**

Representante de los Egresados

**CARLOS ALBERTO LENGUA RAMOS**

Representante de los Docentes

**HAROLD ENRIQUE GONZÁLEZ FRAGOZO**

Representante de los Estudiantes

**IVÁN MORÓN CUELLO**

Secretario General



# Contenido

	Pág.
<b>Marco General de la Política</b>	5
Antecedentes	8
Diagnostico institucional actual	10
<b>Declaración de compromiso institucional</b>	11
<b>Objetivo general de la política</b>	13
<b>Directrices de la política</b>	15
<b>Estrategias</b>	17
<b>Seguimiento, monitoreo y evaluación a la implementación de la política</b>	20
Indicadores y metas	21
Recursos	22
Responsables	22
Seguimiento	22



**UNIVERSIDAD**  
**Popular del Cesar**

# **Marco general de la política**

---

Si se realiza una comparación entre una organización empresarial y la imagen proyectada por una institución es el resultado de una organización sólida en su interior, de modo que los logros externos se constituyen en un reflejo de lo que ocurre dentro.

Es así como una adecuada gestión comunicativa posibilita un clima organizacional armónico, permite la optimización de los procesos administrativos, fortalece el sentido de pertenencia y potencializa el efecto de las estrategias.

Por esto es importante saber cómo proyectar la imagen de nuestra institución, ya que esta será percibida por la comunidad interna y externa, a través de las comunicaciones, los mensajes que emitimos y las acciones y estrategias que desarrollamos.

El presente documento plantea los lineamientos, políticas y estrategias para la política de Comunicación de la Universidad Popular del Cesar, para mostrar mejoras en la gestión administrativa y procurar que la información y la comunicación y de cada proceso, sea adecuada a las necesidades específicas de la ciudadanía y de las partes interesadas.



# Antecedentes de la Política

La Universidad Popular del Cesar es una institución pública cuya razón de ser esta estrechamente ligada a la sociedad, que la convierte no sólo en custodio de su patrimonio cultural e histórico, si no que espera de ésta la mejor reparación de sus cuadros técnicos y directivos y que lidere la generación de nuevos conocimientos y saberes y la retroalimentación constantemente.

En el año 2002 la Universidad crea la Oficina de Relaciones Públicas con funciones de Prensa y Protocolo, más tarde se realiza un cambio en la estructura organizacional creando la Oficina de Relaciones Públicas e Internacionales y agregando funciones de internacionalización.

En el año 2005, mediante Decreto 1599 de 2005, se sientan las bases conceptuales y técnicas para la implementación del Modelo Estándar de Control Interno MECI 1000:2005, estableciéndose en él, un Modelo de Gestión basado en Procesos del cual se desprenden la implementación, función y auto evaluación del modelo.

Así mismo la Norma Técnica de Calidad NTCGP: 1000-2004, en el numeral 3.2.2 establece igualmente un Modelo de Operación basado en Procesos, los cuales deben ser continuamente mejorados de acuerdo al desempeño y necesidad del usuario.

En el año 2006, mediante Resolución Rectoral No.0959 del 12 de julio del 2006 fue adoptado el Modelo Estándar de Control Interno para la Universidad Popular del Cesar, se conformó el Grupo MECI Operativo, y se definieron los responsables

---

y los roles en orden a planear y ejecutar la mencionada implementación, asignándose en el Presupuesto de Ingresos y Gastos aprobados para la vigencia fiscal 2008 una partida presupuestal para su implementación.

Mediante Resolución Rectoral No. 0960 del 12 de julio del 2006, se adoptó el Manual de Implementación del MECI 1000:2005 para la universidad Popular del Cesar.

El MECI es un instrumento para asegurar la gestión administrativa de las entidades públicas. Para la Universidad es una oportunidad para decantar y afinar sus procesos administrativos a fin de posibilitar el logro de las actividades sustantivas y el alcance de sus objetivos con eficiencia y eficacia, en concordancia con las normas y las políticas de Estado.

El MECI tiene varios componentes, y uno de éstos es el de Comunicación Pública, que se define como el conjunto de elementos de control, 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, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, en concordancia con lo establecido en el artículo 32 de la Ley 489 de 1998.

Como parte de la implementación del MECI se aprueba la política de comunicaciones en la Universidad Popular del Cesar, a través del Acuerdo 030 del 3 de diciembre de 2008 y se adopta el Plan de Comunicaciones a través de la Resolución 2518 de 2008.

Con el propósito de seguir afianzando acciones en la administración pública, en el 2014 el Gobierno presenta la actualización del MECI; dentro de sus principales novedades se encuentra que la información y comunicación se convierten en ejes transversales al Modelo, teniendo en cuenta que hacen parte de todas las actividades de control de las entidades.

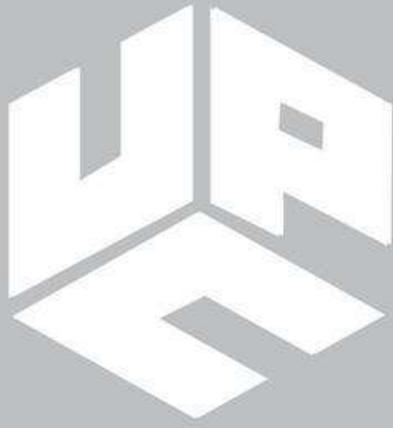


# Diagnostico institucional actual

A través del Acuerdo 025 de noviembre de 1997 la Universidad Popular del Cesar crea la Oficina de Relaciones Públicas (comunicación y prensa), luego a través del Acuerdo 035 de diciembre de 2000 modifica la estructura orgánica y crea la Oficina de Relaciones Públicas e Internacionales a la cual le fueron asignadas funciones de índole internacional; desde ese momento la dependencia desarrolla dos procesos, con poco personal, recursos e infraestructura.

Las actividades de comunicación en sus primeros años se realizaron sin planeación y objetivos claros sobre el proceso. Desde siempre el área ha contado con una comunicadora social de planta y periodistas vinculados por medio de contratos de prestación de servicios, no se cuenta con un diseñador gráfico, por lo cual se dificulta la realización de labores de imagen corporativa.

Actualmente la Oficina de Relaciones Públicas e Internacionales es el soporte constante a las actividades de la Universidad, con el apoyo de dos periodistas y camarógrafo, quienes mantienen informados día a día a los públicos internos; se cuenta con un plan de comunicaciones y de medios definidos y apoyo de la Rectoría. Así mismo la constante actualización de medios digitales como la página web y las redes sociales y la permanente redacción y difusión de información y eventos a medios regionales, permite la constante interacción hacia los públicos externos.

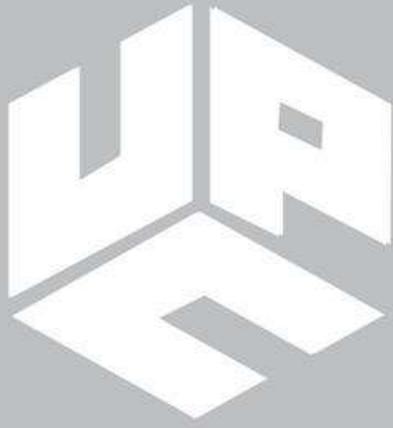


**UNIVERSIDAD**  
**Popular del Cesar**

# **Declaración de compromiso institucional**

---

La Universidad Popular del Cesar concibe la información y la comunicación como un proceso que vincula a la entidad con su entorno y facilita la ejecución de sus operaciones internas, por lo tanto, **se compromete** a disponer de los medios de comunicación necesarios que faciliten el flujo e intercambio de información entre las áreas e integrantes de la comunidad académica; a comunicar oportunamente resultados y logros, apropiados para los públicos internos y externos, y a socializar información útil y permanente que coadyuven al logro de la Misión, Visión, Planes y Programas y al mejoramiento continuo de Institución .



**UNIVERSIDAD**  
**Popular del Cesar**

**Objetivo general**  
**de la política**

---

Vincular a la Universidad Popular del Cesar con su entorno, mediante un conjunto de acciones de direccionamiento estratégico, orientados a mejorar la imagen corporativa, fomentar y promover una adecuada interacción entre los procesos y entre los servidores, y a conocer las actividades institucionales, tanto interna como externamente, mediante una adecuada disposición de los canales de comunicación



**UNIVERSIDAD**  
**Popular del Cesar**

# **Directrices de la política**

---

Respecto al desarrollo del proceso de comunicación en la Universidad Popular del Cesar, tendrán como directrices de obligatorio cumplimiento las siguientes:

- a. Fortalecer el proceso de comunicación con el recurso humano y físico necesario para garantizar la adecuada prestación del servicio
- b. La Institución establecerá los mecanismos necesarios para que la difusión de información que se transmite a los diferentes grupos de interés sea transparente
- c. Establecer mecanismos internos y externos para recopilar y/o socializar la información generada, disponiendo de sistemas que desarrollen de manera eficaz, eficiente y efectiva, la información.
- d. Garantizar el registro y/o divulgación oportuna, exacta y confiable de la información y comunicación interna, en procura de la realización efectiva y eficiente de las operaciones para soportar la toma de decisiones y permitir a los funcionarios un conocimiento más preciso y exacto de la entidad.
- e. Se deben establecer mecanismos internos y externos para recopilar y/o socializar la información generada, disponiendo de sistemas que desarrollen de manera eficaz, eficiente y efectiva, la información.
- f. La oficina de comunicación velará por el cumplimiento y buen uso de la identidad visual corporativa en cada una de las piezas y medios de promoción o publicidad que tenga impacto en los públicos de interés.
- g. La Institución formulará un Plan Estratégico de Comunicación con la asesoría de la Oficina de Relaciones Públicas e Internacionales, o quien haga sus veces y la participación de las unidades académicas y administrativas que tienen entre sus responsabilidades la administración de procesos de comunicación interna y externa.
- h. Garantizar el registro y/o divulgación oportuna, exacta y confiable de la información y comunicación interna, en procura de la realización efectiva y eficiente de las operaciones para soportar la toma de decisiones y permitir a los funcionarios un conocimiento más preciso y exacto de la entidad.



**UNIVERSIDAD**  
**Popular del Cesar**

# **Estrategias**

---

La Universidad Popular del Cesar, con el fin de lograr los fines establecidos en esta política plantea las siguientes estrategias:

- Fortalecimiento de los Sistemas para la Recepción de Peticiones, Quejas, Reclamos, sugerencias y/o Denuncias, el Buzón de sugerencias y Encuestas de satisfacción.
- Desarrollar la estrategia de difusión de la Rendición Anual de Cuentas para garantizar la intervención de los distintos grupos de interés, veedurías y ciudadanía.
- Canalizar, a través de la Oficina de Relaciones Públicas e Internacionales las comunicaciones enviadas como boletines de prensa y publicaciones pagadas, con el fin de mantener la imagen institucional y cuidar al máximo las relaciones con los medios de comunicación, a través de una actitud cordial, veraz, honesta y transparente, con un contacto permanente para depositar en ellos información que sea de interés para la opinión pública.
- Definir un modelo de comunicación organizacional que contenga como mínimo los siguientes aspectos: matriz de comunicaciones, guía de comunicaciones, proceso de comunicación organizacional, proceso de comunicación y convocatorias.
- Implementar el manejo organizado o sistematizado de la correspondencia, con el fin de disminuir los contratiempos entre la correspondencia recibida y la respuesta que se genera al usuario y/o grupo de interés.
- Implementar un Manual de Protocolo y Ceremonial para la UPC con apoyo de la División de Bienestar Universitario, para garantizar la solemnidad de los eventos académicos oficiales y la organización de todos los actos universitarios de trascendencia pública.
- Actualizar y socializar el Manual de Identidad Institucional con el fin de mantener una imagen corporativa coherente.

- 
- Poner a disposición de los usuarios y/o grupos de interés los diferentes medios de acceso a la información como página web, cartelera comunitarias, periódico oficial, buzón de sugerencias, boletines electrónicos.
  - Desarrollar una estrategia de marketing dirigida hacia la venta de productos y servicios de la universidad como son posgrados, diplomados, cursos, seminarios, talleres, asesorías y proyectos de investigación.



**UNIVERSIDAD**  
**Popular del Cesar**

**Seguimiento,  
monitoreo y  
evaluación a la  
implementación  
de la política**

# Indicadores y metas

**1. Porcentaje de ejecución de las actividades del plan de comunicación anual.**

Meta: >90%

Periodicidad: Semestral

**2. Número de publicaciones realizadas en la página Web Institucional.**

Periodicidad: Mensual

**3. Número de ediciones del periódico institucional publicadas / Número de ediciones del periódico institucional programado**

Meta: 100%

Periodicidad: Anual

**4. Número de consultas de la página web Institucional.**

Periodicidad: Mensual

**5. Numero de publicaciones realizadas en redes sociales Institucionales. (Facebook, Twitter, Instagram)**

Periodicidad: Mensual

**6. Número de veces que son compartidas las publicaciones en redes sociales por los lectores.**

Periodicidad: Mensual

**7. Número de audiencias públicas realizadas / Número de audiencias públicas programadas.**

Meta: 100%

Periodicidad: Anual

**8. Número de PQR'S atendidos / Número de PQR'S recibidos**

Meta: 100%

Periodicidad: Mensual

**9. Número de PQR'S atendidos a satisfacción / Número de PQR'S atendidos**

Meta: >90%

Periodicidad: Mensual

# Recursos

Los recursos que se destinarán para garantizar la operatividad de la Política de Comunicación, estarán sujetos a la disponibilidad presupuestal de la Universidad Popular del Cesar.

# Responsables

La oficina de Comunicación y de Relaciones Públicas e Internacionales y la oficina de Gestión documental, correspondencia y atención al ciudadano, o quienes hagan sus veces, serán las responsable de coordinar las actividades que garanticen la Política de Comunicaciones de la Universidad Popular del Cesar.

# Seguimiento

Semestralmente las dependencias responsables, enviarán informes de seguimiento al Consejo Superior Universitario de la Universidad Popular del Cesar, para el seguimiento y evaluación de la política de Comunicación