

Política de Comunicaciones

Institución Internacional de Altos Estudios León Cooper – IAE COOPER

CONTENIDO

1. PRESENTACIÓN	3
2. MARCO GENERAL	4
2.1. Marco Conceptual	4
2.2. Marco Jurídico	5
2.3. Marco Institucional	7
2.4. Alcance	8
3. OBJETIVOS	8
3.1. Objetivo general	8
3.2. Objetivos específicos	8
4. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE LA POLÍTICA	9
4.1. Planificación de la Comunicación Interna	9
4.2. Planificación de la Comunicación Externa y las relaciones con Medios de Comunicación	10
4.3. Planificación y manejo de comunicación en crisis	12
4.4. Comunicación digital	12
4.5. Diseño y planificación de Contenidos	13
4.6. Planificación de mercadeo	13
4.7. Planificación de Redes Sociales	14
4.8. Planificación de Marca e Identidad de la imagen institucional	14
4.9. Planificación, diseño, manejo y divulgación de la Información	14
4.10. Protocolo Institucional	15
5. REUNIÓN DE COMUNICACIONES	15
5.1. Responsables de la gestión de la política	15
6. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES	16
6.1. Plan de comunicaciones	16
6.2. Evaluación de la política de comunicaciones.	16
6.3. PQRSF	16
6.4. Planes de mejoramiento	16

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

1. PRESENTACIÓN

La Política Institucional de Comunicación de la Institución Internacional de Altos Estudios León Cooper – IAE COOPER, define las directrices comunicativas a partir de los principios y la misión de la institución. Estos lineamientos contribuyen significativamente a la consolidación de la identidad misional, que trasciende la simple difusión de información o la gestión de equipos y medios de comunicación. Se trata, en realidad, de un proceso estratégico y dinámico que funciona como la ruta de navegación para orientar los procesos comunicativos internos y externos.

Este documento es la guía que contribuye en el logro de los objetivos trazados por IAE COOPER, los cuales se encuentran en consonancia con la ejecución del Plan de Desarrollo Institucional y del Proyecto Educativo Institucional (PEI) en el ámbito de la comunicación, y ofrece las orientaciones para el mejoramiento continuo en esta materia.

Para IAE COOPER, la administración estratégica de la comunicación, tanto interna como externa, se traducirá en una eficiente gestión de los recursos y las interacciones comunicativas, guiada por las siguientes premisas esenciales: la transmisión efectiva de información a los distintos públicos, el fortalecimiento del conocimiento, la colaboración, la motivación y el desarrollo de sentido de pertenencia entre la comunidad académica y su entorno.

La presencia institucional debe promover el buen uso de su identidad, la gestión de relaciones públicas estratégicas, así como, la realización de procesos de comunicación eficaces que proyecten la Institución a sus diferentes públicos de interés.

En esta medida la Política Institucional de Comunicaciones es una manifestación de los propósitos de buen gobierno en cuanto soporta los principios de transparencia en la gestión y la rendición de cuentas.

La Política Institucional de Comunicaciones es la ruta para el desarrollo de los procesos comunicativos a través de la planificación precisa y efectiva de los mensajes, la veracidad de la información, la formulación de estrategias de alto impacto, la selección acertada y eficaz de los canales de difusión, así como, la mejora continua de las competencias comunicativas de la comunidad. Además, permitirá destacar las actividades académicas, de bienestar, los eventos culturales, artísticos y de servicio social y las labores administrativas, con el objetivo de fortalecer la reputación e imagen institucional.

2. MARCO GENERAL

En consonancia con la filosofía de calidad en IAE COOPER, la cual se entiende como el nivel de coherencia entre la identidad institucional, lo plasmado en el Proyecto Educativo Institucional (PEI), su Plan de Desarrollo, y las acciones llevadas a cabo en la cotidianidad, se busca instaurar una cultura de comunicación integral, tanto interna como externa. El objetivo primordial de esta iniciativa es atender las demandas, intereses y necesidades de los estudiantes, así como dar respuesta a los requerimientos, necesidades del entorno y la sociedad en general.

En este contexto, la Institución considera que la comunicación hace parte de los procesos estratégicos y que esta contribuye a la orientación y direccionamiento de los esfuerzos corporativos hacia el logro de los objetivos misionales, además que contribuye a la orientación y direccionamiento de los esfuerzos hacia el logro de estos.

Por lo anterior, IAE COOPER toma en consideración la concepción de la comunicación presentada por Marcelo Manucci (citado por Pérez, 2012), en donde la comunicación representa "un espacio de sincronía y gestión de significados". Además, Manucci añade que, en el contexto organizacional, la comunicación se vuelve estratégica al desempeñar un rol fundamental al conferir sentido a las percepciones, significados y múltiples señales del entorno diario, en alineación con los objetivos corporativos compartidos.

En conclusión, IAE COOPER concede a la comunicación un rol fundamental que acompaña todos los esfuerzos institucionales para la consolidación de una oferta de valor distintiva, con un sello claramente definido y centrado con su identidad, es decir en su ser tecnológico, su ser global, innovador, y catalizador de cambios, posibilitando así su posicionamiento en el contexto de la educación superior y con el sector productivo en donde se encuentre.

2.1. Marco Conceptual

Considerando la perspectiva de la Institución Internacional de Altos Estudios León Cooper – IAE COOPER, la comunicación se configura como un proceso participativo con un papel esencial en la consecución de los objetivos fundamentales. Además, desempeña un rol vital en la mejora de la relación con sus distintos grupos de interés tanto internos como externos, en como afianzar su imagen y reputación, lo cual contribuye, al desempeño general de la organización. Igualmente, la comunicación es el motor para la promoción y proyección en la sociedad.

Esta política se constituye entonces a partir de escenarios que pueden ser planteados con reglamentaciones específicas desde diferentes áreas de manera transversal, si es a lugar.

2.2. Marco Jurídico

La Política Institucional de Comunicaciones responde a los requerimientos y disposiciones normativas nacionales, así:

Ley 30 de 1992 “Por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior”

En este sentido, IAE COOPER crea, desarrolla y realiza la gestión de conocimiento en las distintas formas y expresiones y, promueve su utilización en todos los campos para solucionar las necesidades del país partiendo desde:

- La Declaración Conjunta sobre Libertad de Expresión e Internet, adoptada el 1 de junio de 2011 por los representantes de las Naciones Unidas-ONU. La Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europea -OSCE. La Organización de los Estados Americanos-OEA y la Comisión de Derechos Humanos de los Pueblos -CADHP. Además de los principios de Libertad expresados por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (octubre 2020)
- Constitución Política de Colombia en lo respectivo a:

El Artículo 20 que “Garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios de comunicación masiva. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza a la rectificación en condiciones de equidad”.

El Artículo 67 que consagra la educación como un derecho de la persona y un servicio público que tiene como función social el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica y a los demás bienes y valores de la cultura. La educación formará al colombiano en el respeto por los derechos humanos, la paz y la democracia; y en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y para la protección del medio ambiente.

Por su parte, en el Artículo 189 se establece que le corresponde al Estado y a la Presidencia de la República ejercer la función de inspección y vigilancia de la educación.

- Para IAE COOPER, como componente fundamental del Sistema Nacional de Aseguramiento de la Calidad, se acoge al proceso de mejoramiento de la calidad y a la autoevaluación permanente, de manera voluntaria, como se reglamenta en el artículo 53 de la Ley 30 de 1992. Así, se asume la comunicación como un elemento transversal al desarrollo de sus procesos y al fortalecimiento de sus funciones sustantivas.

- La Ley 1581 de 2012 reglamentada parcialmente por el Decreto Nacional 1377 de 2013, por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.
- Ley 1915 del 12 de julio de 2018 “por la cual se modifica la Ley 23 de 1982 y se establecen otras disposiciones en materia de derecho de autor y derechos conexos” y la Ley 23 de 1982 sobre derechos de autor.
- El Ministerio de Educación Nacional, mediante el Decreto 1280 del 25 de julio de 2018 reglamente el Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, y en el art. 2.5.3.2.1.1 establece que uno de sus principales objetivos consiste en garantizar que la oferta y desarrollo de programas académicos se realice en condiciones de calidad e indica que las instituciones deben rendir cuentas ante la sociedad y el Estado sobre el servicio educativo que prestan.
- El Consejo Nacional de Educación Superior (CESU) indicando en el acuerdo 01 de 2018 que las IES deben ser reconocidas y valoradas por el Sistema de Aseguramiento de la Calidad y particularmente por el Sistema Nacional de Acreditación, con el fin de constituirse en punto de partida para el mejoramiento continuo institucional así como un mecanismo que permita consolidar la confianza en las Instituciones de Educación Superior y la idoneidad, la pertinencia y la solidez de los programas académicos ante la sociedad. De igual manera, establece como parte de las condiciones de calidad de toda IES la evaluación permanente de comunicación bidireccional con sus grupos de interés como eje articular y fundamental de su Gobierno Institucional.
- Decreto 1075 de 2015, Único Reglamentación del Sector Educación, en el artículo 2.5.3.2.10.2, establece que: “Las instituciones de educación superior solamente podrán hacer publicidad y ofrecer los programas académicos, una vez obtengan el registro calificado o la acreditación en calidad durante su vigencia. La oferta y publicidad de los programas académicos activos debe ser clara, veraz y corresponder con la información registrada en el Sistema Nacional de Información de la Educación (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.
- En virtud del numeral 3° del artículo 7 de la Ley 1740 de 2014, el Ministerio de Educación Nacional está facultado para verificar la información que las instituciones de educación superior dan al público en general, con el fin de garantizar que sea veraz y objetiva, y requerirlas para que se abstengan de realizar actos de publicidad engañosa, sin perjuicio de las competencias que tengan otras entidades sobre la materia.

2.3. Marco Institucional

Con respecto a la normativa de la Institución Internacional de Altos Estudios León Cooper – IAE COOPER, esta se basa en los Estatutos Generales, el Reglamento Estudiantil, las Resoluciones y Acuerdos emitidos por el Consejo Directivo, el Plan de Desarrollo Institucional, el Proyecto Educativo Institucional y el Manual de Identidad Visual. Dado que la Oficina de Comunicaciones opera como un proceso institucional, transversal e integral, su enfoque se orienta hacia:

- Contribuir a través de las comunicaciones a la obtención del reconocimiento a nivel nacional e internacional y, además, fortalecer la imagen ante los diversos actores internos y externos con los que se interactúa.
- Garantizar la transparencia a través de una comunicación clara, veraz, directa, y relevante en todos sus niveles y modalidades, en torno, a generar un clima institucional y organizacional de confiabilidad, solidez, y oportunidad de la información.
- Promover, fomentar, e inspirar estrategias comunicativas y de divulgación distintivas, que consideren las particularidades y las interacciones entre los directivos, estudiantes, docentes, personal administrativo, egresados, aliados y la comunidad en general.
- Aportar al fortalecimiento y optimización de los procesos de comunicación interna y externa de IAE COOPER.
- Establecer y alinear los propósitos, intereses y mecanismos de comunicación, basados en la filosofía y los objetivos estratégicos delineados que permitan garantizar la absoluta coherencia entre los compromisos asumidos y el comportamiento institucional.
- Velar e implementar procedimientos para la protección de la privacidad, así como la protección de los datos personales. Además, administrar adecuadamente la información confidencial y privilegiada.
- Difundir la información institucional a diversas audiencias y públicos de interés acerca de la gestión, empleando estrategias de comunicación externa, con el propósito de facilitar un flujo adecuado y de acceso a la información.
- Mantener y actualizar de manera permanente los contenidos en los medios de comunicación institucional, tales como portal web, perfiles en redes sociales, con el propósito de ofrecer al público información que se ajuste a las realidades y directrices de transparencia de IAE COOPER.

- Establecer los lineamientos estratégicos que orienten la elaboración del plan anual institucional de comunicaciones con el propósito de mantener una interacción constante y coherente con los grupos de interés, y en concordancia con la Visión, Misión institucionales y la consecución de estos.

2.4. Alcance

La Política Institucional de Comunicaciones aplica para todos los miembros de Institución Internacional de Altos Estudios León Cooper – IAE COOPER, entendidos como estudiantes, profesores, egresados, directivos, administrativos, en cualquiera de sus sedes, metodologías (presencial, distancia y virtual) y niveles formativos (Técnico profesional, Tecnólogo, Profesional y Especialización).

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo general

Gestionar la comunicación y relaciones públicas como un proceso institucional estratégico y transversal que tiene dentro de sus referentes los objetivos, misión, visión y naturaleza tecnológica, así como, la gestión académica y administrativa, para promover el reconocimiento, el posicionamiento y generación de valor, en los contextos regional, nacional e internacional.

3.2. Objetivos específicos

- ✓ Dar a conocer la cultura, identidad de IAE COOPER, los resultados del ejercicio de sus funciones sustantivas a través de los medios de comunicación internos y externos.
- ✓ Contribuir a la creación y consolidación de relaciones institucionales sólidas con diversas entidades y grupos de interés, a través de actividades de investigación, enseñanza, proyección social y fomento del bienestar institucional. Estas iniciativas tienen la capacidad de influir en procesos de transformación social y generar efectos positivos en el sector empresarial, contribuyendo al reconocimiento y consolidación del posicionamiento de IAE COOPER.
- ✓ Visibilizar la Institución Internacional de Altos Estudios León Cooper – IAE COOPER a nivel local, nacional e internacional a través de los medios de comunicación masiva y manejo estratégico de comunicación pública.
- ✓ Promover y promocionar los servicios institucionales proporcionados por la Institución Internacional de Altos Estudios León Cooper – IAE COOPER.

- ✓ Fortalecer los canales de comunicación digital que faciliten la interacción y la conexión con los grupos de interés.
- ✓ Posicionar la identidad y la imagen de la Institución Internacional en todas las ocasiones y actividades, tanto internas como en colaboración con otras instituciones.
- ✓ Implementar estrategias de comunicación que posibiliten abordar los diversos desafíos institucionales de manera efectiva.

4. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE LA POLÍTICA

Con el propósito de asegurar una alineación entre las políticas, planes y programas institucionales y las estrategias de comunicación, se elaborará el Plan de Comunicaciones. Este plan delineará los temas que requerirán un plan de comunicación, en función de su relevancia estratégica para la institución y durante el período de tiempo establecido.

Los planes de comunicación específicos de temas definidos como prioritarios serán contruidos de manera conjunta entre el responsable y el equipo de comunicaciones.

4.1. Planificación de la Comunicación Interna

La gestión de la comunicación interna abarca las comunicaciones formales regidas por los principios de transversalidad. Dado que también se presentan flujos de comunicación espontánea en las distintas áreas académicas y administrativas, es responsabilidad del responsable de Comunicaciones, en colaboración con Talento Humano, establecer grupos primarios entre los diferentes sectores de los públicos internos. El propósito es asegurar un flujo de información adecuado y efectivo.

Se define como un conjunto de acciones encaminadas a establecer y mantener relaciones positivas entre los miembros de la comunidad académica. Esto se logra a través de la utilización de diversos canales de comunicación que les proporcionan información, promueven la cohesión y les infunden motivación para colaborar activamente en el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Como herramienta, la comunicación interna en IAE COOPER adquiere un rol crucial en el logro de los objetivos y el éxito de una organización, al enfocarse en facilitar la transmisión fluida de información, conocimientos y valores entre los distintos niveles y áreas de la institución, la comunicación interna fortalece la cohesión, la colaboración y el compromiso de los colaboradores con la comunidad académica, transmite los objetivos y valores para generar una cultura de apropiación, fidelidad, sentido de pertenencia.

Esta comunicación permitirá potenciar la identidad, el compromiso y sentido de pertenencia en el marco de una cultura de calidad institucional, además de informar, ser clara, pertinente, confiable, oportuna y que sensibilice los distintos desarrollos estratégicos y tácticos, con el fin de reducir la incertidumbre e incentivar la comunicación asertiva.

Aquellos que utilicen los medios de comunicación institucionales, tales como el correo electrónico, boletines, comunicados, página web, redes sociales, cartelera digitales, pantallas, revistas y otros, están obligados a adherirse a los principios y características de la comunicación interna mencionados en este documento.

Del mismo modo, el responsable de las comunicaciones, siguiendo las tareas encomendadas por el Rector, el Vicerrector Académica y de Investigación o directores, mantendrá una coordinación y alineación estrechas con las distintas Áreas de IAE COOPER.

4.2. Planificación de la Comunicación Externa y las relaciones con Medios de Comunicación

La comunicación externa para IAE COOPER tiene como objetivo difundir la información institucional a través de estrategias orientadas hacia los grupos de interés externos y, de manera global, a la sociedad en su conjunto. Para lograr esto, se emplean diversos canales y métodos comunicativos, incluyendo los medios de comunicación masivos.

IAE COOPER tiene como política mantener y cultivar relaciones de largo plazo con los medios de comunicación a nivel local, nacional e internacional. El responsable de Comunicaciones previa orientación de la rectoría es la única persona autorizada para emitir comunicados institucionales a los medios y es la encargada de fortalecer estas relaciones.

La difusión y comunicación de actividades, programas y eventos institucionales deben estar dirigidas hacia la preservación, el fomento y el fortalecimiento del prestigio, la reputación y la excelente imagen de IAE COOPER.

IAE COOPER mantendrá una variedad de canales de comunicación con sus públicos internos y externos, todos ellos autorizados únicamente por la Rectoría y el Consejo Directivo o por la entidad a la que esta delegue esta responsabilidad.

Entre estos canales se incluyen el portal de internet y otras plataformas electrónicas esenciales, comunidades virtuales y redes sociales, boletines informativos periódicos, comunicados, encuentros y conferencias de prensa, además de relaciones sólidas con periodistas y líderes de los medios de comunicación.

Los mensajes con los que se llega al público externo parten de una estrategia unificada de comunicación enmarcada en la protección, promoción y cuidado de su reputación, credibilidad y su imagen institucional.

Dentro de los públicos externos relevantes para los proyectos, programas y actividades académico-administrativas, se incluyen otras instituciones de educación superior, aliados estratégicos, posibles estudiantes de educación media y sus padres, empresas del sector, entidades gubernamentales, medios de comunicación, proveedores y la comunidad en su conjunto.

El profesional de comunicaciones debe mantener una base de datos actualizada y accesible que contenga los datos de directivos y responsables de medios de comunicación capaces de difundir las actividades institucionales. Es fundamental mantener relaciones cercanas y personales con estos contactos, así como con aliados que respalden y promuevan la divulgación de los logros institucionales y la ampliación de la visibilidad de la institución.

Los comunicados de prensa deben recibir la aprobación previa del equipo responsable y, en casos pertinentes, ser autorizados por las autoridades superiores de IAE COOPER.

Para estos efectos, siempre que se requieran declaraciones oficiales, los voceros institucionales son:

- *Rectoría*, en su calidad de representante legal de IAE COOPER, desempeñará el papel de principal vocero en asuntos institucionales. El Rector tendrá la facultad de delegar esta responsabilidad en los casos que resulte necesario.

El responsable a cargo de Comunicaciones, y/o el vocero delegado por la Rectoría, será el punto de contacto con los medios de comunicación. Ningún miembro del equipo está autorizado para proporcionar declaraciones a los medios sin la aprobación previa del Consejo Directivo.

El vocero autorizado por la Institución está obligado a presentarse ante los medios de comunicación como un representante oficial de la misma.

El ingreso de los medios de comunicación a IAE COOPER y la conducción de entrevistas deben ser coordinadas por los responsables de comunicaciones. Esta unidad también supervisará las publicaciones y los comunicados institucionales relacionados.

Los boletines y comunicados de prensa relativos a asuntos estratégicos deben ser aprobados por el Rector o a quien se haya delegado para desarrollar dicha labor.

Los comunicados emitidos por miembros de la comunidad académica que no tengan la autoridad de ser voceros institucionales no representan un compromiso por parte de IAE COOPER.

4.3. Planificación y manejo de comunicación en crisis

Para IAE COOPER, la coyuntura informativa que pueda afectar la reputación o imagen institucional es de suma importancia. La estrategia para abordar estas situaciones debe ser planificada con antelación, anticipándose a posibles crisis y asegurando la disponibilidad de información esencial para tomar decisiones adecuadas. En caso de que estas circunstancias surjan, se convocará a la Rectoría, la Secretaría General, la Vicerrectoría Académica y de Investigación y el responsable de comunicaciones para coordinar de manera ágil la gestión de la comunicación tanto interna como externa.

En este sentido, este equipo establecerá las pautas para los comunicados de la Institución y determinará los canales a través de los cuales se difundirán, con el objetivo primordial de preservar la imagen institucional y mitigar cualquier posible impacto negativo en la reputación de IAE COOPER.

4.4. Comunicación digital

En el contexto actual de la comunicación en las organizaciones, los medios digitales han adquirido un papel significativo y válido, ya que se han convertido en canales de interacción directa con diversas audiencias.

En este contexto, la Institución Internacional de Altos Estudios León Cooper – IAE COOPER muestra un interés en explorar y fortalecer los medios y canales nuevos con el propósito de mantener un acercamiento constante a sus grupos de interés. En este sentido, reconoce la comunicación digital como un elemento central para fortalecer la consolidación de su marca, expandir su alcance comunicativo y difundir una variedad de contenidos relevantes para la comunidad académica y la sociedad.

En este sentido, el área encargada de Comunicaciones será la responsable de administrar, mantener actualizadas y monitorear las cuentas oficiales de las diversas plataformas de redes sociales y aplicaciones de la institución. Además, es importante señalar que no se crearán cuentas con perfiles personales.

Así mismo, y cuando alguna dependencia o grupo dentro de la institución identifique la necesidad de utilizar una red social digital, deberá elevar la solicitud a la Vicerrectoría Académica y de Investigación quienes orientarán junto con el responsable de comunicaciones el apoyo y orientación para garantizar una gestión adecuada de dicha plataforma y del proceso comunicativo.

En lo que respecta al envío de correos masivos, únicamente la Rectoría, la Vicerrectoría Académica y de Investigaciones o los colaboradores autorizados,

tendrán la autorización para llevar a cabo esta acción. En particular, el responsable de Comunicaciones será el responsable del envío de correos masivos dirigidos a los grupos de interés, especialmente cuando el contenido esté relacionado con aspectos académicos o informativos.

Por su parte, Mercadeo, tendrá la responsabilidad de contacto con los grupos de interés. Esta labor se enfocará en la promoción de la oferta académica de IAE COOPER, así como en la difusión de información de carácter comercial que sea pertinente. De esta manera, se asegura una comunicación efectiva y segmentada para las actividades de promoción y difusión de la institución.

4.5. Diseño y planificación de Contenidos

La gestión de contenidos para IAE COOPER se refiere al proceso de crear, organizar, publicar y distribuir información relevante y valiosa para los diferentes públicos internos y externos.

Esto implica identificar los mensajes clave, generar contenido de calidad y asegurar que se comparta de manera estratégica para cumplir con los objetivos de comunicación y de esta manera promover los programas, la imagen y reputación de la institución. Esta gestión se realiza a través de un enfoque planificado y coordinado, involucrando a diversas áreas o direcciones de programa, utilizando herramientas y canales adecuados para llegar a las audiencias previstas que genere beneficios para la organización.

4.6. Planificación de mercadeo

La gestión de mercadeo en IAE COOPER es un proceso estratégico esencial para posicionar y promover la oferta académica, así como para establecer una conexión efectiva con los diversos públicos de interés. Esta gestión implica la identificación y segmentación de audiencias clave, el diseño de tácticas y de promoción de programas y servicios diferenciados, y el uso de mensajes de comunicación y promoción que reflejen la identidad y valores institucionales. A través de estrategias de mercadeo adecuadas, IAE COOPER pretende aumentar su visibilidad, atraer a nuevos estudiantes, fortalecer su compromiso con la comunidad y asegurar un crecimiento sostenible en un entorno competitivo y en constante evolución.

El objetivo es crear, comunicar y entregar valor a los consumidores a través de diversos elementos, como el logo símbolo, el manejo del color, las publicaciones, y los uniformes, entre otros. Estos componentes trabajan en conjunto para transmitir la identidad y los valores de la Institución de Educación estableciendo una imagen cohesiva y distintiva que resuene con sus diversos públicos de interés. La gestión eficaz de estos aspectos contribuye a construir una marca sólida y reconocible, fortaleciendo la reputación de la institución y generando confianza en sus programas y servicios académicos.

4.7. Planificación de Redes Sociales

En concordancia con el compromiso de establecer una comunicación transparente, coherente y efectiva, la Institución Internacional de Altos Estudios León Cooper – IAE COOPER establece que la gestión de Redes Sociales tiene como finalidad guiar y regular el uso de ellas, asegurando que sean empleadas de manera estratégica y en línea con los principios y valores. Entre las directrices y pautas a seguir para cumplir este postulado serán las siguientes:

- IAE COOPER tiene presencia institucional en redes sociales como Facebook, Instagram, LinkedIn, X y YouTube.
- Los contenidos son creados por el área de comunicaciones, dependencia con criterio editorial y con la responsabilidad de decidir qué publicaciones se compartirán en las plataformas sociales.
- Las redes sociales se actualizan constantemente, siguiendo las tendencias, actividades y comportamientos diarios. Además, se utilizan hashtags institucionales para fomentar la interacción y la presencia en la red, los cuales se comparten con los seguidores.
- Los perfiles en redes sociales de distintas áreas y dependencias de la Institución deberán crearse y operar con el visto bueno de los responsables de comunicaciones, respetando la normatividad desarrollada para este tipo de comunicación.

4.8. Planificación de Marca e Identidad de la imagen institucional

La imagen constituye la identidad institucional que demarca y posiciona de manera inequívoca la marca, permaneciendo constante e independiente de los públicos a los que se dirige.

En congruencia con lo mencionado previamente, el área de comunicaciones se encarga de supervisar la observancia y correcta aplicación de la identidad visual en todas las piezas y canales de promoción, publicidad y comunicación institucional que influyan en los públicos de interés. En este sentido, para tomar decisiones precisas acerca del uso de imágenes, elementos visuales y medios institucionales, la Comunidad Académica debe adherirse estrictamente al Manual de Marca.

4.9. Planificación, diseño, manejo y divulgación de la Información

En el marco de la constante evolución y creciente importancia de la información en el entorno actual, la dirección de la Institución Internacional de Altos Estudios León Cooper – IAE COOPER reconoce la necesidad de establecer una sólida estrategia de gestión, manejo y divulgación de la información.

Así es como cada colaborador será responsable de la información que requiera para el desempeño de sus labores, estando prohibida su reproducción o divulgación sin previa autorización. En los casos en los que dicha información incluya datos personales, será obligatorio seguir las directrices establecidas en la Política de Protección de Datos Personales de acuerdo con la norma.

4.10. Protocolo Institucional

La observancia de un protocolo riguroso en los eventos se convierte en un factor crucial para la proyección de la imagen de IAE COOPER, ya que en estos momentos se transmiten de manera palpable los valores que caracterizan a la marca, fortaleciendo los lazos entre la institución y sus distintos públicos.

El área de comunicaciones ejercerá un rol de suma importancia al proveer respaldo y orientación en la planificación de eventos, guiándose por las pautas delineadas transmitidos para eventos como: Actos Solemnes, Actos Académicos, Actos Interinstitucionales, Firma de convenios y acuerdos y visitas protocolarias, Reuniones de órganos de gobierno. Consejo de Dirección, o Académico.

Según las características propios de cada evento, se define quién lo presidirá, la composición de la mesa principal cuando sea pertinente, la eventualidad de incorporar himnos, así como la disposición y propuesta del orden del día.

5. REUNIÓN DE COMUNICACIONES

Para asegurar la alineación estratégica y el monitoreo efectivo de la implementación de esta política, es fundamental la colaboración coordinada de diversas áreas de la Institución Internacional de Altos Estudios León Cooper – IAE COOPER. Esto implica la adhesión a las directrices emitidas por el Consejo Directivo, cuya estructura está compuesta por el Rector, o quien lo encabeza, y el secretario general, además, del responsable de la Oficina de Comunicaciones quien funge como el secretario técnico de este comité, el cual será el encargado de apoyar su funcionamiento y asegurar su eficacia.

Asimismo, para la efectiva implementación de esta política, es esencial contar con una colaboración concertada de diversas áreas de IAE COOPER.

5.1. Responsables de la gestión de la política

Con el objetivo de fortalecer la comunicación corporativa y, llevar a cabo la implementación efectiva de la Política de Comunicaciones, además de dinamizar las iniciativas dirigidas al refuerzo de una cultura comunicativa sólida en la Institución Internacional, se definen los responsables de la política desde el Consejo Directivo, la Rectoría, Vicerrectoría Académica y de Investigaciones la cual tiene como finalidad dar respuesta a los lineamientos establecidos en dicha instancia para la gestión de una información y comunicación integral.

6. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES

La Institución Internacional de Altos Estudios León Cooper – IAE COOPER adelanta una serie de actividades destinadas al seguimiento y la evaluación estratégica, técnica y financiera. Estas acciones tienen como propósito la mejora continua de los procesos, el estímulo al trabajo colaborativo y la medición precisa de los logros alcanzados en los planes y proyectos institucionales. Por lo anterior, y con relación a la presente Política lo formularán el equipo responsable de la misma.

6.1. Plan de comunicaciones.

Alineado con el plan de desarrollo institucional, se tendrá un plan de comunicaciones.

6.2. Evaluación de la política de comunicaciones.

La institución en pro de la mejora continua de sus procesos y como parte de los procesos de autoevaluación aplicará algunos instrumentos de medición a las actividades realizadas, con el fin de determinar la satisfacción de cada uno de los integrantes de la comunidad académica. Además, se llevará un registro de asistencia a cada una de las actividades con el fin de poder identificar el nivel de convocatoria, participación e impacto del plan de acción.

6.3. PQRSF

En la página web de la Institución Internacional de Altos Estudios León Cooper – IAE COOPER contará un botón que permitirá registrar las peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y felicitaciones, por parte de los usuarios de los servicios, esto contribuirá para el seguimiento del impacto de las actividades y para generar evolución a las estrategias planteadas en cada uno de los ejes institucionales del Plan de Desarrollo.

6.4. Planes de mejoramiento

IAE COOPER, verificará continuamente los resultados de las diferentes fuentes de información con el fin de determinar la pertinencia de los ejes, estrategias y actividades, a través del cumplimiento de indicadores. Información que es tenida en cuenta para el planteamiento de planes de mejoramiento por parte del consejo académico.

Bibliografía

Ley 30 de 1992: Artículo 119. Las instituciones de Educación Superior garantizarán campos y escenarios deportivos, con el propósito de facilitar el desarrollo de estas actividades en forma permanente.

Ley 1740 de 2014. Ministerio de Educación Nacional. Artículo 67 y los numerales 21, 22 y 26 del artículo 189 de la constitución política, se regula la inspección y vigilancia de la educación superior.

Universidad de Caldas. (2019), Manizales. Política Institucional de Comunicaciones.

Ley 1581 de 2012 reglamentada parcialmente por el Decreto Nacional 1377 de 2013. Ley 1581 de 2012 reglamentada parcialmente por el Decreto Nacional 1377 de 2013. El Ministerio del Interior, Ministerio de Justicia y del Derecho.

Constitución Política de Colombia 1991, en la cual se declaran los derechos fundamentales sobre el trabajo y salud del trabajador y de los deberes de la persona y del ciudadano.

Ley 1915 del 12 de julio de 2018 “por la cual se modifica la Ley 23 de 1982 y se establecen otras disposiciones en materia de derecho de autor y derechos conexos” y la Ley 23 de 1982 sobre derechos de autor.

Universidad del Tolima. (2018). Política de Comunicaciones. Tolima

Fundación Universitaria Los Libertadores, (2020). Política Institucional de Comunicaciones.

Decreto 1075 de 2015. Ministerio de Educación Nacional, Único Reglamentación del Sector Educación, en el artículo 2.5.3.2.10.2.

IAE COOPER (2023), Proyecto Educativo Institucional. Bogotá.

IAE COOPER (2023), Plan de Desarrollo Institucional. Bogotá.