

ACUERDO No.08
Marzo 24 de 2021

Por el cual se aprueba la reestructuración del Departamento de Comunicaciones, la Política y los manuales de procedimiento de la CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE NARIÑO "AUNAR" para la sede principal, seccional Ipiales y extensiones.

El Consejo Directivo de la **CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE NARIÑO "AUNAR"** en uso a sus atribuciones legales y estatutarias y:

CONSIDERANDO:

Que, en cumplimiento del artículo 20 de la Constitución Política de Colombia, se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones. Informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios de comunicación masiva.

Que, la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño en su Proyecto Educativo Institucional, busca consolidarse a nivel nacional e internacional como una institución de Educación Superior comprometida con el desarrollo tecnológico desde la Responsabilidad Social, para responder a los retos que plantea la sociedad actual.

Que, el Plan de Acción AUNAR hacia la Acreditación en Alta Calidad, en el contexto del Plan de Desarrollo 2013-2023, busca fortalecer el macroproceso de direccionamiento y mejoramiento continuo, dentro del cual se plantea que la planificación de comunicaciones debe estar operada por una oficina con procesos y procedimientos, establecidos a través de un Plan de Comunicaciones y un manual de procesos y procedimientos, para lo cual se requiere un equipo de trabajo con perfiles acordes a las funciones.

Que, de acuerdo con el modelo de Gestión de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, es indispensable que todos los procesos se sustentan en una permanente comunicación, cooperación y mutua colaboración en

función de los propósitos de la Institución, sin menoscabo de la descentralización y la autonomía que caracterizan la gestión institucional.

Que, el Plan de Desarrollo Institucional 2013 – 2023 plantea la necesidad de diseñar políticas de comunicación, donde se identifiquen los puntos de partida reconocidos, el establecimiento de estándares de calidad en la proyección para integrar a todos los estamentos de la Universidad y su relacionamiento con el sector externo.

Que, la comunicación es un eje transversal para el desarrollo organizacional de cualquier institución, dado que trasciende el proceso mecánico de transmitir y recibir información, y se consolida como un conjunto de estrategias que permiten aplicar un determinado proceso, con base en las características y necesidades de la organización, tales como: la prevención, valoración y ejecución de acciones en momentos de crisis, protocolos propios para la planificación, ejecución y evaluación de eventos, relacionamiento con organizaciones públicas y privadas, favorecimiento del buen clima organizacional, apropiación de una cultura organizacional eficaz para optimizar los procesos académico-administrativos, el fortalecimiento de la identidad e imagen corporativa, la determinación de las líneas de mercadeo institucional y la operación de

Que, es oportuna, la creación del Departamento de Comunicaciones, como dependencia de Rectoría, integrado por un equipo de profesionales idóneos; responsable de la ejecución y apoyo en el cumplimiento institucional de la política de comunicaciones, para el fortalecimiento de la identidad e imagen corporativa de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño -AUNAR-.

Que, mediante ACUERDO No.066 de diciembre 11 de 2020, se aprobó la Política de Comunicaciones de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño - AUNAR.

Que, la Oficina de Comunicaciones presentó modificaciones a la Política y manuales de procedimiento.

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: Reestructurar el Departamento de Comunicaciones, como dependencia de Rectoría, para dirigir, orientar y acompañar el proceso de comunicación institucional de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño – AUNAR, con que cuente con personal de apoyo en Comunicación en la sede principal, seccional Ipiales y extensiones.

ARTÍCULO SEGUNDO: Aprobar la Política de Comunicaciones AUNAR y los Manuales de procedimiento, que conforman una misma unidad.

Política de Comunicaciones.

1. Identificación de la organización.

a. Nuestro Fundador. La Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, AUNAR, inició su historia en 1980, por iniciativa del Magíster Tito Jaime Colunge Benavides y el respaldo de su señor padre Tito Colunge y su hermano, el Capitán Javier Adalberto Colunge.

Nuestro fundador, Magíster Jaime Colunge, nació el 17 de abril de 1949 en el municipio de Sandoná, Nariño y falleció el 15 de septiembre de 2015 en Pasto, capital del Departamento de Nariño. Durante su vida realizó varios estudios en diferentes niveles de formación. Entre los cuales se destacan: su pregrado como Ingeniero Agrónomo de la Universidad de Nariño en 1975. Así mismo se tituló como Magíster en Administración en la Universidad de Los Andes de Bogotá en 1979.

También, fue Técnico en Administración de Empresas de la Corporación Educativa de Administración y Finanzas de Nariño CEA FNAR en 1990. Posteriormente, en el año 1997, realizó una Especialización en Pedagogía con énfasis en Diseño Curricular en la Universidad de Las Tunas de Cuba y una Especialización en Gerencia de Proyectos en la Universidad de Los Andes de Ambato Ecuador en el 2003. Obtuvo el título de Magíster

Ejecutivo en Dirección de Empresas con Énfasis en Gerencia Estratégica de la Universidad de Los Andes de Ambato Ecuador en el 2004.

Su destacada preparación académica sumada a su gran capacidad de liderazgo y emprendimiento, le permitió ser gestor de grandes hitos. Fue fundador de la Red de universidades UREL a través de la cual en el año 2013 propició la realización del I Congreso Alianza Del Pacífico en la ciudad de Villavicencio, Meta, con las Embajadas de Chile, Perú México y Colombia, y del mismo modo en el 2014, la realización del mismo evento en su segunda edición, en la ciudad de Pasto, Nariño, con la participación de las embajadas de Chile y Perú, el Ministerio de Industria y Comercio de México y el Ministerio de Relaciones Internacionales de Colombia.

Así mismo, por su trayectoria y aporte a la sociedad, recibió varias distinciones, entre las cuales se destacan:

- Una condecoración de la Universidad Politécnica del Educador como Líder en el contexto educativo del sur de Colombia.
- Reconocimiento de la Asamblea Departamental de Nariño, mediante resolución 118 de 2006, por su aporte, mediante la gestión de programas de Educación Superior que contribuyen al desarrollo de la región.
- Condecoración Lanza Llanera de la Asamblea Departamental del Meta, mediante Resolución 111 de 2011, en la categoría Oro, por su labor educativa, con la cual contribuyó al desarrollo social y económico de los habitantes del Departamento.
- Condecoración del Congreso de la República de Colombia, en el grado de Caballero, mediante Resolución 066 de 2012, por su excelsa y altruista labor desarrollada en beneficio de la Educación Superior del país.
- El Magíster Tito Jaime Colunge Benavides, se destacó por su gran don de gente, su sentido social y arraigo al departamento de Nariño, del cual se sentía muy orgulloso, y que fue una de sus motivaciones para aportarle a la sociedad, desde la educación, el emprendimiento y el desarrollo tecnológico.

- Impulsaba la calidad y la excelencia de los procesos; que son valores que requieren gran nivel de exigencia y dedicación, pero sin dejar de lado el aspecto humano y las realidades tan diversas de los colaboradores y estudiantes de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño - Aunar.

b. Inicios de AUNAR. En sus inicios, este proyecto universitario fue denominado, Corporación Educativa de Administración y Finanzas de Nariño – CEAFNAR. Fue creado por el Artículo 173 del Decreto 80 de 1980 como Institución Técnica Profesional Intermedia, regida por el Ministerio de Educación Nacional, con Oficio 031327 y la autorización de apertura en julio 18 de 1981. Los primeros programas técnicos ofertados fueron: Administración de Empresas, Contabilidad y Finanzas, Mercadotecnia, Relaciones Industriales, Comercio Exterior e Ingeniería de Sistemas.

CEAFNAR inició sus labores en una casa en arrendamiento, ubicada en la Carrera 26 Nro. 14 - 83 de la ciudad de Pasto. Posteriormente, en 1992, el Magíster Tito Jaime Colunge Benavides, adquirió una casa ubicada en la Carrera 28 con calle 19, que requirió varias intervenciones estructurales, que permitieron adecuar las instalaciones para ofrecer un mejor servicio.

Sin embargo, tres años más tarde, por la cantidad de estudiantes, las nuevas instalaciones de la institución empezaron a quedar pequeñas, razón por la cual, se adquirieron otros predios vecinos; uno perteneciente a la señora Aura Eliza Erazo y otro perteneciente al Doctor Hugo Zambrano. Estos predios, permitieron iniciar la construcción por bloques de lo que hoy son las instalaciones de la institución.

El 25 de agosto de 1983 mediante Resolución 15645 el Ministerio de Educación Nacional, concedió la Licencia de Iniciación de Labores y recomienda elevar al ICFES, la solicitud de autorización para ofertar estudios Tecnológicos. Luego de varios años de espera, el ICFES, en la

dirección del Dr. Humberto Serna Gómez, aprobó el Estudio de Factibilidad con Acuerdo 048 del 28 de marzo de 1985 y los programas tecnológicos en Mercadeo Agropecuario y Comercio Exterior, orientado a la pequeña y mediana Empresa, siendo así pionera en estos programas de estudio.

En 1990 se creó el Centro de Investigaciones y Asesorías Empresariales - CIDAE y se formula el primer Plan de Desarrollo.^[1] En 1992 y acorde a las disposiciones de la Ley 30 de Educación, se crearon y desarrollaron nuevos programas Tecnológicos en: Mercadeo y Publicidad, Diseño de Modas, Electrónica y Telecomunicaciones, Mecánica Dental, Administración Informática, Administración de Empresas, Locución y Medios de Comunicación, Sistemas y Mecánica.

- c. Crecimiento.** En 1994 al amparo del Artículo 103 de la Ley 30/92, la Institución cambió su nombre a Corporación Universitaria Autónoma de Nariño - AUNAR con Resolución 8174. El nombre fue propuesto por la señora Ofelia Basante de Benavides, estudiante de Comercio Exterior, y aprobado en consenso por la Asamblea de Fundadores. AUNAR Pasto, actualmente, ofrece a los nariñenses, programas profesionales en Administración de Empresas, Contaduría Pública, Ingeniería Electrónica y dos programas de ingeniería únicos en la región: Ingeniería Mecánica e Ingeniería Informática. También, oferta dos técnicos laborales: en Mecánica Dental y también en Diseño y Confección de Modas.

En el mismo año, mediante Acuerdo 014 del Consejo Directivo AUNAR, se creó la Seccional de Ipiales, debidamente aprobada por el ICFES, que ofertó los programas tecnológicos de Administración Informática y Comercio Exterior. En la actualidad la Seccional Ipiales oferta los programas profesionales en Administración de Empresas y Contaduría Pública a Distancia.

Posteriormente, en 1996, mediante Acuerdo 031 del Consejo Directivo AUNAR la institución estableció un convenio con la Universidad de Las

Tunas de Cuba, que permitió ofrecer diversas especializaciones, tales como: Administración Agropecuaria, Cultura Física y Deporte, Pedagogía con énfasis en Diseño Curricular y la Especialización en Planificación del Desarrollo Regional, en las cuales se matricularon 128 participantes, de los cuales 98 se graduaron en una ceremonia que tuvo lugar en la ciudad de Las Tunas, Cuba.

A través del mismo acuerdo se estableció un convenio con la Fundación Tecnológica Autónoma del Pacífico, en Cali, Valle del Cauca, que contaba con varios programas técnico-profesionales. Este convenio, permitió ofertar programas tecnológicos, pero luego de 5 años finalizó porque la Autónoma del Pacífico, emprendió otros proyectos institucionales.

En este contexto, la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, con la responsabilidad de continuar adelante con la formación de los estudiantes que ya hacían parte de los programas tecnológicos, creó en el año 2001, mediante acuerdo 025 del Consejo Directivo AUNAR una nueva extensión en la ciudad de Cali, que abrió las inscripciones para los programas tecnológicos en Administración Informática, Comercio Exterior, y también Electrónica y Telecomunicaciones.

Actualmente, AUNAR Cali ofrece programas profesionales, modalidad presencial, en Administración de empresas, Contaduría Pública e Ingeniería Informática. También una Tecnología en Gestión Empresarial, un Técnico Profesional en Procesos Administrativos y cuatros programas técnico-laborales en Contabilidad y Finanzas, Comercio Exterior, Diseño Gráfico y Sistemas Informáticos.

En 1998, mediante acuerdo 070 del Consejo Directivo AUNAR, en convenio con Comfamiliar Putumayo, y contando con la aprobación del ICFES, se creó la extensión Puerto Asís – Putumayo, que ofertó el Programa de Tecnología en Administración Informática; siendo en ese momento la única Institución de Educación Superior en el departamento. La extensión Puerto Asís oferta, actualmente, los

programas profesionales en Administración de Empresas y Contaduría Pública a Distancia.

El propósito del fundador de la Corporación Autónoma de Nariño - AUNAR- siempre fue aportar al desarrollo sostenible de los territorios, razón por la cual, desde Pasto, la Seccional Ipiales en su momento, y las extensiones de Puerto Asís y Cali, se lideraron varios programas sociales y se ha venido teniendo incidencia en diversos procesos de interés público.

En el 2005 con la Organización Internacional para las Migraciones - OIM de la ONU y el Fondo Financiero de Proyectos de Desarrollo FONADE del Gobierno de Colombia, se realizaron proyectos enfocados en la capacitación y mejoramiento de las condiciones de vida de familias desplazadas. Se benefició mediante estos proyectos a 1.500 familias en Pasto – Nariño, 300 familias en Tumaco – Nariño, 200 familias en Mocoa - Putumayo y 170 familias en Puerto Inírida – Guainía.

El 17 de octubre de 2006, mediante Resolución 6344, el Ministerio de Educación Nacional, confiere el cambio de carácter académico; fecha a partir de la cual se recibe el reconocimiento como Institución Universitaria. En este mismo año se obtuvieron los registros calificados, para los programas profesionales en Administración de Empresas, Contaduría Pública, Ingeniería Electrónica e Ingeniería Mecánica.

En el año 2009, por iniciativa del Magíster Tito Jaime Colunge y Acuerdo 20-09 del Consejo Directivo AUNAR, se dio apertura a una nueva extensión en la ciudad de Villavicencio, capital del Meta; iniciando con los programas profesionales en Contaduría Pública y Administración de Empresas; también la Tecnología presencial en Salud Ocupacional.

En la actualidad AUNAR Villavicencio, ofrece programas profesionales en Administración de Empresas, Contaduría Pública, Ingeniería

Informática y Seguridad y Salud en el Trabajo. También cuenta con un programa tecnológico de Gestión en Salud Ocupacional.

Posteriormente, en el año 2014, mediante acuerdo 29-14 del Consejo Directivo AUNAR, se dio apertura a un Centro Tutorial en Cartagena – Bolívar, con el programa profesional en Contaduría Pública a Distancia. Actualmente, Cartagena es una extensión de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño que oferta dos programas profesionales; en Ingeniería Informática y Contaduría Pública, un programa tecnológico en Decoración de interiores y un Técnico Laboral en Cocina Nacional e Internacional.

Gracias a su larga trayectoria la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño -AUNAR- ha creado un Proyecto Educativo, mediante procesos de participación democrática para la construcción colectiva entre estudiantes, docentes y administrativos, teniendo en cuenta el compromiso con el desarrollo de la ciencia, la tecnología y las comunicaciones, con la perspectiva de enriquecer la reflexión sobre los nuevos modelos de desarrollo humano y social. Metodológicamente se han creado espacios para el estudio y análisis de la vida institucional y para la discusión de los nuevos paradigmas de Responsabilidad Social, Ética y Moral de la Institución.

d. Actualidad y Proyección. La Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, hace presencia en varias regiones de Colombia. Su extensión Principal se encuentra en San Juan de Pasto, capital del Departamento de Nariño y cuenta con 5 extensiones, en las ciudades de Ipiales – Nariño, Puerto Asís - Putumayo, Cali – Valle del Cauca, Villavicencio – Meta y Cartagena – Bolívar.

Un aspecto fundamental en el devenir institucional en los siguientes años, es el fortalecimiento de los indicadores de calidad. Por ello se viene trabajando en un proceso de autoevaluación y se busca emprender un plan de mejoramiento para lograr la Certificación de Calidad ISO 9001:2015 durante el año 2020, y continuar trabajando

por el mejoramiento continuo según los criterios establecidos por el Consejo Nacional de Educación Superior CESU para alcanzar la Acreditación Institucional.

La institución busca asumir los retos del mundo actual, con la apertura y mejoramiento continuo de programas universitarios e investigación académica pertinente, que permitan responder a las necesidades sociales y a la demanda empresarial y tecnológica de un mundo en permanente cambio y para participar activamente en los procesos de desarrollo regional y nacional en el marco de las perspectivas mundiales de la globalización, la liberación, el crecimiento y la evolución humanística y científica. La institución busca continuar generando más escenarios de intercambio e internacionalización para fortalecer las relaciones públicas y cualificar permanentemente la oferta académica e investigativa.

El compromiso de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño AUNAR- es con la sociedad colombiana, buscando impulsar, la incidencia y participación universitaria con la impronta de la Responsabilidad Social Corporativa, que comprende como ejes desarrollo sostenible, el aspecto social, económico y medioambiental, apoyados en la gran capacidad y el extraordinario talento humano con el que cuenta la institución, desde los campos del saber científico, el arte y la cultura.

- 2. Justificación.** La Corporación Universitaria Autónoma de Nariño - AUNAR-, teniendo en cuenta la normatividad vigente en Colombia, el Proyecto Educativo Institucional, el Plan de Desarrollo Institucional 2013 -2023 y su Plan de Acción; de acuerdo con sus características propias, plasmadas en la misión, que plantea: *“La Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, es una Institución de Educación Superior comprometida con la Cultura, la Ciencia, la Investigación; la excelencia en la formación de profesionales íntegros y el liderazgo en el desarrollo social”*, establece un sistema integral de comunicaciones, bajo la responsabilidad del Departamento de

Comunicaciones como dependencia de rectoría, con el propósito de generar escenarios de encuentro y favorecimiento del trabajo conjunto de todos sus públicos objetivo, tanto internos como externos.

La Comunicación Corporativa es hoy por hoy la herramienta estratégica necesaria para lograr un valor añadido que diferencie a la empresa dentro del entorno competitivo. La cuestión es que, si desarrollamos correctamente nuestra tarea, contribuimos a que la organización funcione de forma adecuada y logre más fácilmente sus objetivos de rentabilidad, bien económica, bien social o ambas. La Comunicación Corporativa es ese instrumento sutil que nos otorga el toque de calidad fundamental para alcanzar aquella ventaja competitiva que nos diferenciará de los demás competidores en este tiempo de saturación (Castro, 2007).

En este sentido la Comunicación Estratégica se consolida como un aspecto inherente a la constitución organizativa, puesto que a través de ella se desarrollan todos los procesos operativos, administrativos y financieros; el relacionamiento entre stakeholders internos y externos y da paso a un direccionamiento estratégico y horizontal que posibilita el cumplimiento de los objetivos particulares y grupales (Collado, 2006).

En una organización no sólo comunican los anuncios publicitarios, las acciones de marketing directo o las campañas de relaciones públicas, sino también toda la actividad cotidiana de la entidad, desde la satisfacción que generan sus productos y/o servicios, pasando por la atención telefónica, hasta el comportamiento de sus empleados y directivos. (Capriotti, 2013).

En consonancia con estos criterios conceptuales, la comunicación se constituye, como uno de los ejes estratégicos de desarrollo institucional, ejerciendo funciones de asesoramiento, apoyo, planificación, ejecución y evaluación permanente de las

comunicaciones de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, en Pasto y todas las extensiones AUNAR.

La presencia de la Comunicación Corporativa en el proceso productivo se fija desde una perspectiva global y en representación de la Dirección General. No se dedica a la fiscalización del trabajo tecnológico y humano —tareas para las que existen otros responsables— sino que garantiza que las ideas y mensajes medulares de la organización, sus valores, su cultura corporativa, en definitiva, sean claros y lleguen a los destinos pertinentes para obtener los objetivos planificados. La Comunicación Corporativa aspira a generar una buena imagen de la empresa, sus gentes y sus líderes y, para ello, su trabajo se efectúa a través de la gestión de los contenidos cualitativos (Castro, 2007).

De esta manera la comunicación que se busca generar no se centra solamente en la producción de contenidos mediáticos y digitales, o la publicación de anuncios en medios internos como carteleras o pantallas, sino que éstos son los productos visibles de un proceso comunicacional y una cultura organizacional previamente construida, establecida y socializada.

Una de las vocaciones más claras de la Dirección de Comunicación Corporativa es trabajar por la empresa, contemplada en su total complejidad. Esta dirección nunca subordinará este principio a la obtención de unos resultados particulares, por la sencilla razón de que su misión y su campo de acción es la empresa. De esta idea se puede deducir que la Comunicación Corporativa tiene que colaborar directamente con quien gestiona integralmente la empresa, es decir, con la máxima autoridad representativa (Castro, 2007).

Así mismo, es oportuna la implementación de una Política de Comunicaciones, que permita responder también, a la necesidad de diseñar e implementar estrategias de comunicación para la circulación y la apropiación social del conocimiento, a partir de la

producción científica de la institución como aporte a la innovación social, según el Plan de Acción AUNAR hacia la Acreditación en Alta Calidad, en el contexto del Plan de Desarrollo 2013-2023.

La Política de Comunicaciones AUNAR orienta con estrategias claras y oportunas el posicionamiento institucional en los contextos internos y externos, como un proceso estratégico integral, que tiene como objetivo el mejoramiento continuo en la calidad de los procesos.

3. Misión. El Departamento de Comunicaciones de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, es una dependencia de rectoría y eje estratégico institucional, que se encarga de gestionar, planificar, orientar y apoyar los procesos de comunicación internos y externos. Es responsable de generar estrategias para la apropiación y uso de la identidad corporativa y velar por el posicionamiento de la imagen institucional. Así mismo, administra los medios de comunicación y de difusión institucionales y el relacionamiento con medios de comunicación externos, organizaciones públicas y privadas.

4. Visión. En el año 2023 el Departamento de Comunicaciones se afianzará como un eje estratégico para la consecución de los objetivos institucionales, trazados en el plan de acción, 2013 – 2023, para el fortalecimiento de la identidad e imagen corporativa, en Pasto y demás extensiones AUNAR.

5. Objetivos:

5.1. Objetivo General. Gestionar estratégicamente la comunicación interna y externa de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño.

5.2. Objetivos específicos:

- Planificar y orientar los procesos de comunicación corporativa.
- Implementar estrategias de posicionamiento y reputación de la imagen e identidad institucional.
- Apoyar la ejecución constante de los lineamientos trazados en el plan

de desarrollo institucional

6. Stakeholders (Grupos de interés):

- 6.1. Internos:** Asamblea General, autoridades colegiadas y personales, administrativos, docentes, estudiantes y graduados.
- 6.2. Externos:** Gobierno Nacional, Gobierno Departamental, Gobierno Municipal, sector empresarial, medios de comunicación, instituciones académicas, ONG nacionales e internacionales, asociaciones, grupos e instituciones de investigación científica, comunidades sociales, padres de familia y proveedores.

7. Principios de la comunicación institucional:

- 7.1. Ética:** Los procesos comunicacionales instaurados por la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, tienen en cuenta las normas culturales, morales y civiles de su entorno, para generar relaciones confiables y armoniosas tanto interna como externamente.
- 7.2. Verdad:** Es uno de nuestros valores institucionales, por ello a través de la comunicación, se reafirma nuestro compromiso de transparencia, de tal manera que nuestras fuentes, acciones y decisiones puedan ser sustentadas en argumentos reales y suficientemente sustentados.
- 7.3. Confianza:** Fieles a nuestra filosofía institucional buscamos promover un clima de confianza, que reafirme nuestra identidad y fortalezca la capacidad de plantearse ideales y conciencia a nivel individual y colectivo.
- 7.4. Respeto:** La Corporación Universitaria Autónoma de Nariño promueve el respeto por las diferencias, a reconocer el valor de cada persona en la diversidad. Así mismo, la política de

comunicación se constituye en una estrategia que permite a la comunidad AUNAR, expresar respeto por nuestra institución, su historia, sus valores, sus símbolos y su filosofía.

7.5. Responsabilidad Social: Conscientes de los retos del mundo actual en los ámbitos, sociales, económicos y medioambientales, que requieren acciones individuales y colectivas pertinentes, condensados en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU; la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño se compromete a promover, en coherencia con su naturaleza institucional, estrategias que contribuyan al desarrollo sostenible de los contextos en los que tenemos presencia.

8. Responsables de la ejecución y cumplimiento de la Política de Comunicaciones. La rectoría es responsable de hacer cumplir las políticas y disposiciones emanadas por la Asamblea General y Consejo Directivo según el artículo 25 del Estatuto General aprobado por el Ministerio de Educación Nacional, mediante resolución 020935 del 5 de noviembre de 2020. En este sentido, la responsabilidad de velar por el cumplimiento de la política de comunicaciones es del rector, que a su vez delega esta función bajo su supervisión, al Departamento de Comunicaciones de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, que ejercerá esta función de manera directa en Pasto y en conjunto con los directores de extensión y su personal de apoyo en Ipiales, Puerto Asís, Cali, Villavicencio y Cartagena.

El Departamento de Comunicaciones, debe estar conformado por un equipo de colaboradores competente, que pueda cumplir satisfactoriamente con las responsabilidades que le asigna la presente Política de Comunicaciones. En este sentido, debe contar con un Director de Comunicaciones, con las capacidades profesionales para planificar, dirigir, evaluar y crear tanto procesos, como productos comunicacionales y un equipo de profesionales que apoye su gestión, en las áreas de diseño gráfico, comunicación social, producción audiovisual y Administración de sitios web. La definición del perfil

profesional y funciones de los colaboradores que conforman este equipo de trabajo está consignada en el Manual de Funciones del Departamento de Comunicaciones.

El trabajo diario de la Dirección de Comunicación tiene que ser honesto, cargado de sentido común, profesional y eficaz. El plan de comunicación trazado debe establecer, al margen de unas fases lógicas, una clara consigna. Esta consigna facilitará una coordinación eficaz y directa entre las fases que tiene que cumplir la organización en la puesta en marcha del acontecimiento, y los mensajes que se trasladan a la sociedad a través de los medios. En ese vínculo resulta acertado saber conectar con transparencia lo que hacemos con lo que decimos (Castro, 2007).

Este Departamento es el encargado de gestionar, orientar, apoyar y ejecutar las estrategias de comunicación institucional, para que en conjunto con todos los miembros de la comunidad AUNAR, desde el rol que cada uno ejerce en la institución, contribuya al cuidado de la identidad e imagen corporativa.

La función antes mencionada y las demás responsabilidades asignadas al Departamento de Comunicaciones, en esta Política, será ejercida, bajo su orientación, por los Coordinadores de Comunicaciones en sus respectivas extensiones.

Es importante tener en cuenta, que debido a las diferencias geográficas y culturales de las extensiones AUNAR en el país, y cuando así se justifique, la implementación de la Política de Comunicaciones aquí expuesta puede requerir variaciones en su aplicación. Por esta razón, bajo la orientación del Departamento de Comunicaciones se pueden crear Manuales Corporativos con estas adaptaciones, ajustadas a su contexto organizacional, que deberán pasar por la aprobación de la rectoría y la dirección de cada una de las extensiones.

En todo caso, para garantizar coherencia en las comunicaciones

internas y externas, de acuerdo con las disposiciones aquí presentadas, los procesos y productos comunicacionales deben contar siempre con la asesoría y aprobación del Departamento de Comunicaciones.

9. Responsabilidad de las dependencias de la institución con la Política de Comunicaciones. La Conducta Interna es el primer eslabón de la cadena comunicativa de la Conducta Corporativa de la organización, ya que es la actuación de la organización hacia sus empleados, y luego ellos son los que tendrán la responsabilidad de comunicar “hacia fuera” de la organización, por medio de su conducta, con los públicos externos. Así, la conducta externa de la organización se manifiesta, en una proporción muy alta, por medio de la conducta de sus empleados, sean estos vendedores, administrativos o directivos. Los empleados son el nexo a través del cual la organización se relaciona con sus públicos externos. Por ello, estos públicos al interactuar con los empleados consideran que se están relacionando con la entidad, y no con un empleado. Para los públicos externos de la organización, los empleados son miembros de la entidad, es decir, son la organización (Capriotti Peri, 2009).

Según lo mencionado anteriormente, el direccionamiento estratégico de las comunicaciones es responsabilidad del Departamento de Comunicaciones, pero se debe destacar que todos los colaboradores de la institución tienen la responsabilidad de contribuir desde sus roles y capacidades humanas y profesionales, en el fortalecimiento de la comunicación corporativa, siguiendo los lineamientos aquí definidos y aprobados, ya que de eso depende la imagen y reputación de la organización.

En este sentido las decisiones, modificaciones o acciones que emprenda la Asamblea General, Consejo Directivo, Consejo académico y rectoría, en virtud de sus facultades estatutarias, se dan a conocer al Departamento de Comunicaciones, quien tiene como función, informar y socializar dichas determinaciones ejecutivas, pero también ofrecer asesoría, cuando así se requiera, para definir estrategias de

comunicación asertivas y pertinentes, de acuerdo con el público objetivo y el contexto específico.

Los decanos, directores de programa, jefes de dependencias académicas o administrativas, deben contar con la asesoría y acompañamiento y aprobación del Departamento de Comunicaciones para la creación, difusión y circulación de la información, y también para la organización de eventos institucionales internos y externos.

El personal docente, administrativo y demás colaboradores, tienen como responsabilidad, comunicar a su jefe inmediato o con su visto bueno, al Departamento de Comunicaciones, las novedades de sus logros o participación en eventos académicos, culturales y deportivos, con el objetivo de realizar la respectiva difusión a través de los medios institucionales o medios de comunicación externos. Así mismo cuando se trate de logros o participaciones en eventos, por parte de los estudiantes; los docentes del área serán los responsables de seguir el conducto regular aquí establecido.

10. Sobre la administración y el uso de los medios de comunicación. El Departamento de Comunicaciones, administra, gestiona y genera medios y estrategias de comunicación para los públicos internos y externos de la institución, velando para que, desde la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, se ofrezca información clara, oportuna y pertinente en la realización de sus actividades académicas, sociales y administrativas.

11. Comunicación interna. La comunicación interna de una organización es fundamental, teniendo en cuenta que sus colaboradores son los primeros agentes de comunicación, y quienes hacen vida la filosofía institucional. En este sentido, la generación de estrategias de comunicación que dinamicen estos procesos, son clave para la apropiación de la identidad institucional y es el principal componente de la reputación de la organización.

En la actividad de una empresa, la Comunicación Interna responde a la necesidad específica de las empresas de motivar e integrar a sus empleados en un entorno empresarial que a veces es cambiante. Desde este punto de vista, se trata de una herramienta que permite transmitir los objetivos a toda la organización, difundir sus políticas y construir una identidad de la empresa en un clima de confianza y de motivación. Es, además, un agente de cambio, ya que apoya y facilita la introducción de nuevos valores o pautas de gestión y la alineación de los empleados con los objetivos empresariales (Berceruelo, 2011).

La comunicación interna desde una perspectiva estratégica trasciende el simple uso de unos determinados medios o canales de transmisión de información, sino que procura que éstos, estén al servicio y en coherencia con la misión y visión institucional, considerando a todos los colaboradores de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, sin excepción alguna, como actores fundamentales en su implementación.

12. Funciones del Departamento de Comunicaciones en el ámbito interno.

- 12.1.** Contribuir con estrategias que permitan fortalecer el clima organizacional, que se refiere al ambiente diario que vive cada uno de los colaboradores dentro de la Institución; sus relaciones con los compañeros, jefes, estudiantes, proveedores, entre otros. Es un aspecto importante puesto que se considera un factor de distinción e influencia en el comportamiento de todas las personas que integran la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño.
- 12.2.** Fomentar una sólida Cultura Corporativa, que hace referencia al conjunto de creencias, valores, costumbres y prácticas de un grupo de personas que conforman una organización para lograr que la institución tenga una actuación coherente con sus postulados globales, y que el comportamiento de sus miembros sea el adecuado para facilitar el logro de los objetivos de la organización. (Capriotti, 2013)

- 12.3.** Administrar y gestionar, los equipos y procesos de comunicación con los que cuenta la institución y asesorar y apoyar a los miembros de la comunidad universitaria en su adecuado uso, según la política de comunicaciones aquí establecida.
- 12.4.** Velar por la gestión, cuidado y renovación cuando se requiera, del sistema de señalética corporativa para dinamizar la comunicación institucional, ofreciendo información oportuna que facilite la ubicación y el acceso a las oficinas, laboratorios, aulas de clase y otros espacios, de manera clara y efectiva, tanto a la comunidad AUNAR como a las personas y entidades externas que visitan las instalaciones.
- 12.5.** Brindar asesoría y apoyo en la planificación y ejecución de eventos internos y externos, ya sean de tipo académico, cultural, social o empresarial.
- 12.6.** Es responsabilidad del Departamento de Comunicaciones, velar por el correcto uso del lenguaje, ya sea en formato escrito, gráfico, sonoro y audiovisual, asegurando una comunicación clara y pertinente de acuerdo con la circunstancia y necesidades de la institución. En este sentido, deberá revisar, corregir y aprobar el estilo de las publicaciones escritas como, los comunicados, circulares, reconocimientos u otros documentos institucionales, en su versión física o digital. De igual manera, deberá revisar los textos o documentos que se publican en la página web plataformas institucionales y su divulgación a través de redes sociales.
- 12.7.** En cuanto a los productos audiovisuales, gráficos y sonoros, el Departamento de Comunicaciones, es el único responsable de su elaboración y divulgación de acuerdo con los criterios institucionales plasmados en esta Política, para asegurar el cuidado de la identidad e imagen corporativa.
- 13. Medios de Comunicación internos.** Sustentados en este criterio, se establecen los siguientes medios de comunicación internos, cuyo uso

está abierto a toda la Comunidad AUNAR, bajo la orientación y apoyo del Departamento de Comunicaciones. Sin embargo, teniendo en cuenta que la comunicación es dinámica y coherente con las necesidades institucionales, se pueden establecer posteriormente, nuevos medios de difusión. Así mismo, cada extensión Aunar puede definir otros medios de comunicación que se adapten a su contexto organizacional.

- 13.1. Circulares:** Son pronunciamientos emitidos exclusivamente por las instancias directivas, tanto de gobierno personal como colegiado, con carácter ejecutivo, dirigido a una o más dependencias, estudiantes y graduados de la institución.
- 13.2. Comunicados:** Son pronunciamientos emitidos por instancias directivas y administrativas de la institución, con carácter informativo, dirigido a los colaboradores de una o más dependencias, estudiantes y graduados.
- 13.3. Correo Institucional:** Canal oficial de mensajería e información de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, para el envío de documentación, comunicados, circulares, solicitudes y otro tipo de insumos, propios de la gestión administrativa institucional. Se establece además como una herramienta útil de protección ambiental, mediante la disminución de uso de papel.

Todos los correos deben estar identificados con la firma digital AUNAR que contiene la identidad visual corporativa, nombre completo del colaborador, cargo; dirección, portal web de la organización y correo electrónico de la dependencia y así mismo un mensaje de responsabilidad ambiental y el *disclaimer* legal de protección de documentos e información.

- 13.4. WhatsApp:** En la actualidad, WhatsApp se ha convertido en la aplicación móvil de mensajería instantánea más usada. Por ello se permite institucionalmente el uso de grupos de WhatsApp para

facilitar la comunicación entre los miembros de una o más dependencias. Sin embargo, como institución tenemos la responsabilidad de establecer algunas orientaciones para garantizar la libre expresión como derecho constitucional pero también, brindar orientaciones que propicien un sano clima laboral. De este modo y teniendo en cuenta la *Sentencia T-574/17 de la Corte Constitucional* sobre el uso de WhatsApp en ámbitos laborales, La Corporación Universitaria Autónoma de Nariño establece lo siguiente:

- a)** El nombre del grupo creado en WhatsApp debe ser nombrado con la sigla institucional "AUNAR" y a continuación el nombre de la dependencia o el cargo de los colaboradores que pertenecen a él.
- b)** Los grupos con la denominación AUNAR, se consideran institucionales y se debe informar sobre su existencia al Departamento de Comunicaciones para su autorización, dado que el mismo tiene carácter legalmente vinculante, en cuanto se considera en adelante una herramienta de trabajo.
- c)** La información compartida en los grupos de WhatsApp, entendida como videos, imágenes, grabaciones, mensajes escritos, notas de voz y contactos, debe ser preferiblemente referente a procesos institucionales, la cual tienen carácter confidencial y no se debe compartir con terceros, sin autorización del emisor de dicha información.
- d)** Siendo la verdad, uno de nuestros valores institucionales, cada uno de los colaboradores tiene el deber de garantizar que la información que comparte en los grupos de WhatsApp institucionales, proviene de una fuente confiable y en los casos que se requiera, ha corroborado en otras fuentes la veracidad de la información.
- e)** Hay posibilidad de compartir contenidos que afiancen la sana convivencia entre sus integrantes. En este sentido, se debe evitar el envío de información que atente contra la honra y buen nombre de

otras personas o la institución, respetando, las diferencias, la privacidad y libre desarrollo de la personalidad. Derechos consagrados en los artículos 13, 15 y 16 de la Constitución Política de Colombia, cuya violación tiene implicaciones penales.

- f) Los grupos de WhatsApp se utilizarán, con fines académicos y administrativos, en horarios estrictamente laborales, evitando interrumpir los momentos de descanso y esparcimiento personal.
- g) Las acciones emprendidas a través de los grupos de WhatsApp contrarios a la normatividad colombiana y a las políticas de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, AUNAR, son responsabilidad directa de cada individuo y La Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, no tiene responsabilidad alguna en dichas acciones, pudiendo aplicar las sanciones estipuladas en el reglamento interno de trabajo y demás recursos legales aplicables en cada caso.

13.5. Carteleras físicas. Ubicadas estratégicamente en diversos lugares de la institución, para la publicación de textos y piezas gráficas informativas o ejecutivas de interés para los colaboradores de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, estudiantes y graduados.

13.6. Carteleras digitales. Canales de comunicación ubicados en lugares concurridos de la institución que permitirán emitir información a través de textos, piezas gráficas, audios y videos. Además, se constituyen en una estrategia de responsabilidad ambiental que evita el uso permanente de tintas y papeles.

13.7. Emisora AUNAR Estéreo. La radio es el medio de comunicación más utilizado en el mundo por su accesibilidad e inmediatez; y de manera dinámica y elocuente se ha adaptado rápidamente a la nueva era digital.

El sector de la radiodifusión está en permanente evolución para responder a las exigencias de su desarrollo. El cambio más importante en esta época es la transición de la radio analógica a la radio digital, comparable con el cambio de la televisión en blanco y negro a la imagen en color (Álvarez, 2008)

En coherencia con esta realidad, la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño ha creado la emisora virtual AUNAR Estéreo, que realiza su radiodifusión, a través del sitio web de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, para servicio de la comunidad universitaria, con el fin de educar, informar y entretener, a sus oyentes, propiciando espacios radiales participativos y pertinentes, fundamentados en la filosofía institucional.

En este contexto, la emisora AUNAR Estéreo se establece como uno de los medios de comunicación institucional más recurrentes e inmediatos en la cotidianidad, razón por la cual se solicita al personal administrativo a permanecer atento a la programación de la emisora en sus oficinas, dado que contarán con espacios de participación y acceso a la información.

AUNAR estéreo es administrada por el Departamento de Comunicaciones, que tiene la responsabilidad de promover la participación de la comunidad institucional en la parrilla de programación y los contenidos radiales emitidos a través de esta.

La emisora cuenta con un Manual de Producción y Estilo Radial, con el fin de garantizar una organización que permita a este medio de comunicación, prestar un servicio de calidad y permanecer fiel a los principios de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño.

13.8. Periódico (o Revista) Institucional. Producto escrito de periodización anual. Se publica en el último trimestre del año y su difusión se realiza de manera digital. Se puede considerar publicación en físico según disponibilidad presupuestal. A través de este medio institucional se

hace una recopilación de los hechos e hitos más significativos en ámbitos culturales, deportivos y académicos con el fin de exaltar el esfuerzo y empeño de los miembros de la comunidad AUNAR en su consecución.

En el periódico (revista), también es un espacio para exaltar el trabajo, perseverancia y trayectoria de los colaboradores que con su talento continúan construyendo la historia de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño. De igual manera, se tendrá un espacio de reconocimientos a docentes, estudiantes y graduados que han obtenido significativos logros investigativos y profesionales.

El Departamento de Comunicaciones es responsable de su contenido, diagramación y publicación; para ello convocará en el segundo trimestre del año a representantes de los colaboradores, estudiantes y graduados de la institución, con quienes se conformará el comité editorial.

13.9. Boletín AUNAR. Producto escrito de periodización mensual. Su circulación se realizará a través de medios digitales y las copias físicas serán publicadas en las carteleras institucionales.

El Boletín busca destacar las noticias más relevantes de cada mes, a través de notas periodísticas, entrevistas y fotografías. También cuenta con una sección de eventos y proyectos institucionales a realizarse en el siguiente mes a su publicación.

13.10 . Reflexiones Aunar. Es un espacio de comunicación digital escrita, que estará alojado en la página web institucional en el cual, los directivos, administrativos y docentes de la institución, pueden expresar sus reflexiones, pensamientos, poemas, crónicas, historias de vida, testimonios o anécdotas personales con las cuales consideren que pueden realizar un aporte de valor para la comunidad universitaria. Puede estar acompañado de fotografías o imágenes representativas

para el autor. Su publicación se realizará con una periodización semanal. El Departamento de Comunicaciones realizará la corrección de estilo y su publicación.

13. Identidad Visual AUNAR. La identidad visual de una organización es una representación gráfica que permite generar de manera ágil y sencilla apropiación de la filosofía institucional. Es uno de los principales recursos, utilizados también, para el posicionamiento de marca.

La Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, ha establecido como símbolos de su identidad corporativa el escudo, el logo símbolo y el himno institucional:

a) Escudo.



Es el símbolo institucional por excelencia, donde queda plasmada la expresión de una Corporación Universitaria que se proyecta con fuerza gracias a su tradición y a las bases que sostienen su identidad, afianzada en el conocimiento óptimo y la formación con calidad.

El escudo es de forma circular y está conformado por una pirámide, la cual hace alusión al triángulo de Maslow, representando la jerarquía de las necesidades humanas, la autoformación y la superación. Es de color amarillo, el cual hace referencia a la riqueza de carácter intelectual.

El globo terráqueo, representa la globalización como medio para alcanzar nuevos y mejores horizontes. Es de color azul, el cual destaca los anhelos, los sueños y la esperanza.

El pergamino hace alusión a los títulos, leyes y normas que regulan las organizaciones. El color blanco representa la transparencia, la ética, los principios y los valores.

El edificio simboliza la industria, el emprendimiento y el desarrollo sostenible.

b) Logosímbolo.



c) Himno Institucional.

HIMNO AUTÓNOMA DE NARIÑO

Música y letra: Arturo Hernández

Estrofa I

Formadores idóneos de cambio
Compromiso de ciencia y saber
Liderazgo en respeto y cultura
Son valores de nuestro emprender

Estrofa II

El principio de nuestra exigencia
Es el campo de la educación
Generando acciones de lucha
Innovando en la investigación

Coro

Oh lugar de pujanza y empeño
Fulgurante y gloriosa de bien
//Se tú, espíritu de compromiso
En la ciencia, el estado y la fe//

Estrofa III

Trasciende y reafirma tu raza
En el ámbito del conocer
Es la Autónoma el sitio sagrado
Y es el aula altar del saber

Estrofa IV

Aprender nuestra filosofía
Con respeto a la libertad
Propender por amor y justicia
Ascendiendo a la calidad

Coro

Oh lugar de pujanza y empeño
Fulgurante y gloriosa de bien
//Se tú, espíritu de compromiso
En la ciencia, el estado y la fe//

d) Bandera Institucional



Teniendo en cuenta el significado que tienen los símbolos institucionales, desde el Departamento de Comunicaciones se establece un Manual de identidad visual, unificando su uso y formas de aplicación, para asegurar la óptima proyección de la Institución y la correcta implementación de la comunicación visual en diversos escenarios en los que la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño se presenta bajo criterios homogéneos y coherentes.

Por esta razón, ninguna extensión AUNAR o dependencia de la institución, por decisión propia, puede instaurar ni utilizar logotipos o representaciones gráficas distintas a las establecidas en el manual de identidad visual, salvo en los casos en los que institucionalmente se requiera la implementación de representaciones gráficas que estén ligadas a la identidad institucional de manera temporal o permanente; por ejemplo, en la celebración de aniversarios importantes para la comunidad AUNAR, procesos de acreditación, u otros, que en todo caso serán realizados por el Departamento de Comunicaciones, previa autorización de rectoría.

Finalmente, es importante resaltar que las características no contempladas en el Manual de uso de la identidad visual se consideran incorrectas y los cambios deben ser autorizados y definidos por escrito por el Departamento de Comunicaciones.

14. Sistema de Señalética. El Sistema de Señalética se puede definir como una técnica de comunicación que usa señales y símbolos icónicos, lingüísticos y cromáticos, para brindar instrucciones específicas para orientar las acciones que realiza un individuo o un grupo de personas en un determinado espacio físico.

El diagnóstico, definición técnica y evaluación permanente de la señalética institucional, se debe trabajar en conjunto con la Coordinación de Seguridad y Salud en el Trabajo y la Vicerrectoría de Bienestar Institucional, quienes, a partir de sus estrategias de bienestar laboral y estudiantil, conocen con precisión cuáles son las orientaciones que se debe brindar a la comunidad universitaria.

El Departamento de Comunicaciones es responsable, también, de la definición conceptual a nivel gráfico y comunicacional de la señalética, de acuerdo, a su identidad e imagen corporativa. Así mismo, elabora, renueva y modifica los elementos señaléticos institucionales, teniendo en cuenta las evaluaciones que se haga de los mismos y también los requerimientos contingentes y preventivos que puedan surgir.

Los lineamientos técnicos y conceptuales de la señalética institucional están consignados en el Manual de Señalética Aunar.

15. Comunicación externa. La comunicación externa de una organización se ocupa de salvaguardar la imagen corporativa, además de impulsar su posicionamiento y reputación. Para lo cual establece estrategias y lineamientos que permitan el cumplimiento de estos objetivos.

Sin embargo, el diálogo desde y hacia la institución está mediada por un sinnúmero de factores que pueden generar afectación del normal

funcionamiento de la institución o que incluso obstaculicen el seguimiento de los criterios de acción, de acuerdo con los manuales de procedimiento establecidos previamente; ocasionando situaciones de crisis organizacional, las cuales también es responsabilidad del Departamento de Comunicaciones como dependencia de rectoría, asesorar y contribuir en el manejo de las mismas, generando estrategias que conlleven a ofrecer una respuesta institucional oportuna.

16. Funciones del Departamento de Comunicaciones en el ámbito externo.

- 17.1.** Brindar asesoría y apoyo en las comunicaciones externas que requieran las autoridades personales y colegiadas, las dependencias administrativas, las facultades y programas académicos.
 - 17.2.** Velar por el buen uso de la identidad visual de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño y el correcto uso del lenguaje gráfico, audiovisual, oral y escrito en los productos comunicacionales de la institución. Para garantizar lo expuesto anteriormente, todos los productos deben contar con el aval del Departamento de Comunicaciones.
 - 17.3.** Para los proyectos y eventos realizados en conjunto con otras entidades, se debe concertar los compromisos de comunicación a los que hubiere lugar, con el Departamento de Comunicaciones AUNAR para ofrecer el apoyo o diálogo con los representantes de comunicaciones de dichas entidades que favorezcan una adecuada participación y apoyo en el proceso a implementar.
- 18. Medios de comunicación externa.** Los medios de comunicación externos ofrecen la posibilidad de generar visibilidad del quehacer institucional, en todos los ámbitos de actuación. Es responsabilidad del Departamento de Comunicaciones, generar los enlaces con los medios de comunicación externos en nombre de la institución, para los servicios que se requieran, ya sean publicitarios, informativos o invitaciones para trabajo colaborativo. Cada extensión Aunar puede

definir otros medios de comunicación que se adapten a su contexto social.

18.1. Prensa. La prensa escrita es un medio de interés para los públicos externos en el ámbito local y nacional, razón por la cual la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño lo toma como uno de sus canales de comunicación y publicidad de sus productos y servicios

18.2. Redes sociales. Plataformas de interacción digital a través de las cuales se generan contenidos multimediales sobre diferentes temáticas y propósitos. Además, se constituyen en un medio de atención al público externo sobre la oferta académica y otros servicios ofrecidos por la institución.

Las redes sociales oficiales de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño existentes y las que se creen según las necesidades del entorno digital existente, contarán con la identidad visual de la institución en la portada y/o perfil, según corresponda.

Todos los miembros de la comunidad AUNAR, tienen la posibilidad de hacer uso de las redes sociales, con la orientación y aprobación del Departamento de Comunicaciones que administra todas las plataformas oficiales.

A partir de la Política de Comunicaciones vigente se busca generar un ecosistema completo de comunicación digital, que sea consistente con la misión institucional, por lo cual no se admite la creación de redes sociales de dependencias, facultades o programas académicos, alternas, sin autorización del Departamento de Comunicaciones.

Los lineamientos precisos para la gestión de las redes sociales institucionales se definen en el Manual de Comunicación Digital.

18.3. Sitio web. El sitio web se constituye en el eje central de un Ecosistema

Digital, hacia el cual convergen todas las redes sociales y canales de comunicación interno y externos de una organización. Porque por un lado es una carta de presentación digital y permite ofrecer información actualizada según las necesidades de los clientes y colaboradores de la empresa y favorece la interacción para optimizar el servicio al cliente. El sitio web es una fuente de información oficial, desde la cual se alimenta de contenidos publicados en las redes sociales.

Por otra parte, es la puerta de acceso a AUNAR Virtual y plataforma de transmisión de AUNAR Radio. Su administración corresponde al Departamento de Comunicaciones a través de un Web Máster y cuenta con el soporte técnico del Departamento de Sistemas.

18.4. Comunicados de Prensa. Es un pronunciamiento oficial emitido por la institución, dirigido a la opinión pública. Su principal autor es el rector, quien a su criterio también puede delegar su publicación al Departamento de Comunicaciones. Su difusión se puede realizar a través de los medios de comunicación institucionales o entregar directamente a uno o más medios de comunicación, en formato escrito, sonoro o audiovisual.

18.5. Ruedas de prensa. Es un evento al cual se invita a los medios de comunicación para ofrecer una declaración pública sobre uno o más temas. Posteriormente los declarantes, tendrán que responder a las preguntas planteadas por los periodistas presentes en el recinto.

En la rueda de prensa, pueden emitir declaraciones, una o más personas, en nombre de la institución, de una facultad, dependencia administrativa o programa académico,

Para convocar a una rueda de prensa, se requiere contar con la autorización del rector a través del Departamento de Comunicaciones, que es responsable de apoyar la organización de

dicho evento e invitar a los medios de comunicación y confirmar su participación.

- 18.6. Medios BTL (No convencionales).** Se refiere a los medios de comunicación que no son masivos sino dirigidos a segmentos de públicos específicos. Se suelen utilizar de manera más habitual en contextos urbanos, para campañas de expectativa y publicidad.
- 18.7. Emisoras de Radio.** La radio sigue siendo en el país, el medio con mayor accesibilidad, tanto en sectores urbanos como rurales. En ese sentido, es un canal de comunicación estratégico para fines de publicidad, difusión de información y proyección social.
- 18.8. Gira de medios.** Estrategia de comunicación y mercadeo que consiste en gestionar visitas a medios de comunicación local de radio y televisión, durante uno o dos días, para hablar brevemente sobre aspectos referentes a la proyección social institucional o dar a conocer a la opinión pública la oferta académica y demás bienes y servicios AUNAR.

El Departamento de Comunicaciones es responsable de la gestión y concertación con los medios de comunicación para su realización y puede convocar como equipo de trabajo, a colaboradores de determinadas dependencias de la institución, según el objetivo trazado para la actividad en mención.

- 18.9. Revista Proyección Autónoma.** Producto escrito de periodización anual. Se publica en el segundo trimestre del año y su difusión se realiza mediante producción litográfica. Su financiación se obtendrá a partir de la venta de pautas publicitarias.

A través de la Revista Proyección Autónoma se da a conocer, los aportes que la institución hace a la región desde la Proyección Social y diversos ámbitos académicos, que conforman el Alma Mater.

Esta iniciativa responde a uno de los anhelos del Magíster Tito Jaime Colunge Benavides, cuando decidió crear la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño. Aportar al desarrollo sostenible del Departamento de Nariño y de los lugares donde esté presente la institución. En cada edición se exalta el pensamiento emprendedor e innovador de los estudiantes, docentes y graduados AUNAR.

El comité editorial de la Revista está conformado por el Departamento de Comunicaciones, Oficina de Proyección Social y Oficina de Mercadeo, con unas tareas bien definidas. Cada dependencia a la vez puede crear subcomités de trabajo.

La Oficina de Proyección Social, es responsable de recopilar y redactar o buscar los autores de las historias, crónicas, notas u otro tipo de escritos a publicar

El Departamento de Comunicaciones, tiene como tarea, la construcción conceptual, revisión de estilo, diseño, diagramación, y publicación.

La oficina de Mercadeo se ocupa de gestionar la consecución de pautas publicitarias, para el financiamiento de la revista y las estrategias de circulación.

18.10. AUNAR TV. La comunicación audiovisual digital, tiene hoy gran protagonismo, y ocupa un lugar muy importante en los ecosistemas de comunicación digital, por ello la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, busca afianzar su comunicación audiovisual a través de AUNAR TV, que se concibe como un medio de comunicación digital que utiliza como a YouTube plataforma de difusión y transmisión de contenidos.

Aunar TV, es un medio institucional, dirigido y administrado por el Departamento de Comunicaciones, quien establece un Manual de Estilo y Producción Audiovisual, con formatos e indicaciones precisas para la creación de contenidos en sus etapas de preproducción, producción, postproducción y difusión.

En Aunar TV se busca la creación de contenidos dinámicos y versátiles con temas de interés académico, cultural, artístico y demás expresiones de desarrollo humano, en diferentes formatos y géneros audiovisuales, en el cual tiene participación toda la comunidad universitaria.

18.11. Publicaciones AUNAR. Como Institución de Educación Superior, la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, tiene como una de sus grandes responsabilidades la circulación social del conocimiento y la promoción del ser humano en sus diversos ámbitos de expresión y desarrollo, por lo cual es necesario que las acciones que emprende la institución, principalmente a través de la investigación, para comunicar su impronta de Responsabilidad Social a la región, se haga de manera estratégica, amplia y suficiente para que el ciclo de transformación social sea más robusto.

Publicaciones AUNAR, surge como medio de comunicación externa para facilitar el propósito antes señalado. De igual manera en el ámbito interno, genera la producción física de diversos tipos de formatos y productos de papelería en general, que la institución requiere para su gestión cotidiana.

El Departamento de Comunicaciones, se ocupa por la administración de los equipos y recursos materiales y técnicos para su funcionamiento y también vela por el adecuado uso del lenguaje escrito cuidando su Gramática, Morfología, Sintaxis, Semántica y otros aspectos literarios que garanticen claridad de la comunicación escrita. Es también su responsabilidad la propuesta y diseño gráfico de los productos a

elaborar, para garantizar el cuidado de la identidad e imagen corporativa.

La Vicerrectoría de Investigación, es responsable de la línea editorial, principalmente de publicaciones académicas, orientando las líneas de investigación, gestión de medios de publicación científica, alianzas con otras universidades a nivel nacional e internacional y convocatoria, orientación y selección de los productos investigativos a publicar.

La Vicerrectoría de Investigaciones, coordina junto con el Departamento de Comunicaciones, el diseño de productos o elementos gráficos que se requieran y la corrección de estilo, con el fin de asignar dicha labor, a una persona idónea con competencias profesionales suficientes, para realizar una corrección de estilo coherente con el tipo de publicación y contenido.

Para facilitar el funcionamiento de los servicios y tareas de Publicaciones AUNAR, establece un Manual de Producción Editorial.

- 19. Relaciones Públicas y protocolo de eventos.** Es conveniente aclarar que, aunque el concepto eventos, definido desde una de sus acepciones, representa “eventualidad, hecho imprevisto, o que puede acaecer”, en el ejercicio de la comunicación organizacional y para los profesionales de esta área significa un acto comunicativo, un suceso o acontecimiento planeado, a través del cual se establece y mantiene un entendimiento mutuo entre una organización y sus grupos de interés (Ocampo, 2011).

En este sentido, la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, como Institución de Educación Superior, es epicentro del saber investigativo, la cultura, y lugar por excelencia del encuentro y desarrollo social. En virtud de su naturaleza realiza y participa en eventos de diversa índole en donde se fortalecen las dimensiones antes mencionadas, pero son también oportunidades para proyectar

positivamente su imagen corporativa, favoreciendo su reputación organizacional.

Hoy en día resulta imposible abstraerse a la realidad mediática. El juego que se establece entre los periodistas y la organización requiere, de entrada, saber tomar la iniciativa. Es muy importante, cuando se lleva a cabo un evento, establecer una línea de servicio y colaboración coherente que, con una buena lógica, deben gestionar los responsables de Comunicación desde el seno de la organización. Se trata principalmente de saber desarrollar una exquisita política de relación con los medios de comunicación y ejecutarla a diferentes niveles: desde la cúpula, pasando por los niveles intermedios, hasta los bajos (Castro, 2007).

Para garantizar que los eventos se realicen de manera oportuna, organizada y bajo criterios sociales e institucionales adecuados, desde el Departamento de Comunicaciones se establece un Manual de Relaciones Públicas y Protocolo, que permite unificar criterios y establecer un paso a paso en cuanto a la pertinencia, planificación, ejecución y evaluación de los eventos o actividades propuestas por los programas académicos, facultades u otras dependencias de la institución, en las cuales cuentan con el acompañamiento y apoyo del Departamento de Comunicaciones y la Vicerrectoría de Bienestar Institucional.

- 20. Relacionamiento de la institución con los graduados AUNAR.** La oficina de Graduados se constituye en la dependencia institucional encargada de desarrollar la Política Institucional de Graduados, siendo un componente vital articulador al interior del Sistema Institucional de Graduados. En este aspecto, el Departamento de Comunicaciones apoya las acciones emprendidas por la Coordinación de Graduados, facilitando los canales pertinentes para la creación y difusión de la información.

Así mismo, el Departamento de Comunicaciones, genera estrategias

de comunicación pertinentes para fortalecer el relacionamiento con los graduados, velando por unas relaciones públicas oportunas, considerando, que ellos, son parte fundamental de la institución, se encuentran dentro de los stakeholders internos en la presente Política de Comunicaciones, y son referentes de la imagen institucional en diversos ámbitos de la sociedad.

21. **Uso de medios y solicitud de productos comunicacionales.** Los medios de comunicación están al servicio de la comunidad AUNAR. El Departamento de Comunicaciones debe estar siempre dispuesto a orientar y apoyar las solicitudes que se le realicen según las competencias y responsabilidades que se le han asignado institucionalmente.
22. En este orden de ideas, y para brindar una atención de calidad, se establecen, unos protocolos específicos que deben tener en cuenta todas las dependencias, para la solicitud de cualquier servicio o producto comunicacional; con el fin de organizar estratégicamente el trabajo requerido con el equipo de la Dirección de Comunicaciones y dar respuesta oportuna a la misma.

Para ello se entrega a la Comunidad Aunar, el Manual de solicitud de productos comunicacionales, con formatos que facilitan el proceso de solicitud y entrega de productos.

23. **Manejo de Crisis Organizacional.** “En términos generales, una crisis es cualquier situación que desequilibra la interacción entre una organización y su entorno, afectando la imagen. Es esencialmente un hecho extraordinario –previsible o no- que afecta de forma no predecible a un servicio, programa o política”. (Universidad de Chile, 2006).

La planificación de la comunicación organizacional ofrece herramientas útiles para aportar estratégicamente a la armonización del normal desarrollo de las funciones de una empresa. Sin embargo, los procesos sociales, económicos, ambientales, culturales, laborales son dinámicos y cambiantes; generando situaciones inesperadas que

alteran la cotidianidad.

Cuando se originan estos eventos inesperados, la organización experimenta una sensación de pérdida de control, y la desinformación genera en los públicos internos o externos, rumores infundados que ponen en riesgo la reputación y estabilidad de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño y/o sus extensiones. Por esa razón es importante establecer un protocolo que permita mitigar las afectaciones y ofrecer una respuesta coherente y oportuna con la realidad.

Para tal efecto, se establece una Manual de Crisis Organizacional, con el protocolo a seguir para atender tales situaciones.

- 24. Voceros de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño.** Se refiere a personas que en nombre de la institución ofrecen declaraciones ante la opinión pública a través de ruedas de prensa, comunicados de prensa, entrevistas, o cualquier otro medio, expresando una postura o versión oficial sobre cualquier acontecimiento que comprometa positiva o negativamente la imagen corporativa.

Ser portavoz de la empresa es una tarea muy importante por el grado de compromiso que supone. Y no es para menos, puesto que, en una conversación de unos minutos con un periodista, se pone en juego el ser o no ser de la imagen pública de la empresa y de sus máximos líderes. La prueba irrefutable es que aquello que se comunique sale al día siguiente en forma de noticia en un periódico, o al momento a través de una agencia informativa, en Internet u otros medios calientes como la radio o la televisión (Castro, 2007).

El principal vocero de la Corporación Universitaria es el rector, quien cuenta con el apoyo y asesoría del Departamento de Comunicaciones. En segunda instancia, y si el rector lo dispone, quien asume la vocería institucional es el Director de Comunicaciones. Y en última instancia, el rector podrá designar a otra persona para asumir el rol de vocero, teniendo en cuenta las necesidades o circunstancias

contextuales.

Los voceros designados por rectoría asumen la responsabilidad de cuidar la imagen de la institución, teniendo en cuenta los principios de comunicación establecidos por la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño en su política de comunicaciones.

Ningún colaborador, sin excepción, puede ofrecer declaraciones referentes a la institución, a ningún tipo de medio de comunicación sin la autorización del rector, a través del Departamento de Comunicaciones, que en todo caso brindará el apoyo y asesoría que se requiera.

ARTÍCULO TERCERO: Implementar institucionalmente y de manera progresiva, a partir de la fecha de su expedición, la política de comunicaciones, bajo la dirección del Departamento de Comunicaciones.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en San Juan de Pasto, a los veinticuatro (24) días del mes de marzo de dos mil veintiunos (2021).

CECILIA ORDÓÑEZ DE COLUNGE
Presidente

MARIA ALEJANDRA ROSERO
Secretaría