



POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA



Aprobado por Resolución de Secretaría General
N° UH-SEC-RES-CAD-2023-0001 y
Acta N° UH-SEC-ACT-CAD-2023-0001 de fecha 17 de mayo
de 2023.



	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA			
Código: PE-DE-PO-01	Versión: 1.0	Fecha de Implementación: 17/05/2023	Responsable: Rectoría	Páginas: 15

Tabla de contenido

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	3
OBJETIVOS	4
OBJETIVO GENERAL.....	4
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
PROPÓSITO	5
COMPROMISO	5
GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN	6
COMUNICACIÓN EXTERNA.....	6
COMUNICACIÓN INTERNA	6
<i>Comunicación descendente</i>	7
<i>Comunicación ascendente</i>	7
PÚBLICOS DE INTERÉS	7
PÚBLICO INTERNO.....	8
PÚBLICO EXTERNO	8
ALCANCE DE LA POLÍTICA INSTITUCIONAL DE COMUNICACIONES	8
PRINCIPIOS	9
VOCEROS	9
MANEJO DE LA INFORMACIÓN	10
DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN	11
PRIORIDADES	11
COMUNICACIÓN INTERNA	11
COMUNICACIÓN EXTERNA.....	12
BRANDING E IDENTIDAD VISUAL.....	12
RED SOCIAL	13
MEDIOS INSTITUCIONALES DE COMUNICACIÓN	13
RESPONSABILIDAD DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	14

	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA			
Código: PE-DE-PO-01	Versión: 1.0	Fecha de Implementación: 17/05/2023	Responsable: Rectoría	Páginas: 15

Presentación

La política de comunicación de la Universidad Hosanna ayudará a optimizar los canales de comunicación internos y externos, destacando la misión, visión y valores de UNIHOSANNA. Además, con el adecuado desarrollo de los diversos medios de información, facilitarán una comunicación más dinámica y unificada con nuestros principales destinatarios.

A través de esta política, UNIHOSANNA da a conocer sus estándares y define un marco de referencia para la gestión integral de sus comunicaciones organizacionales, así como también establece lineamientos para los métodos de comunicación que las partes interesadas utilizan para comunicar sus mensajes a los diferentes grupos de interés.

Ningún colaborador de UNIHOSANNA podrá pretender desconocer los términos de la política de comunicación, la cual deberá serle comunicada al momento de su ingreso a la institución.

La Coordinación de Producción y Contenidos, dependiente de la Gerencia de Marketing Digital, son los entes encargados de difundir estas políticas a las distintas áreas que componen la institución.

	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA			
Código: PE-DE-PO-01	Versión: 1.0	Fecha de Implementación: 17/05/2023	Responsable: Rectoría	Páginas: 15

Objetivos

Objetivo General

- Proporcionar orientación a través del proceso de comunicación en diferentes áreas. Permitiendo establecer y gestionar las relaciones internas y externas de la Universidad Hosanna, con el fin de aumentar el prestigio institucional.

Objetivos Específicos

- Velar por que la comunidad universitaria esté informada sobre los procesos institucionales y las decisiones y actuaciones del órgano de gobierno de la universidad.
- Dar a conocer la Universidad Hosanna, lo que es y lo que hace, a partir de las funciones sustantivas a nivel local y nacional a través de los medios masivos de comunicación.
- Amplia difusión de la investigación en las universidades.
- Desarrollar un posicionamiento de marca basado en el posicionamiento estratégico de salud y calidad de vida, el enfoque biopsicosocial y cultural de la Universidad Hosanna para atraer estudiantes y estar en la mente de nuestro público objetivo.
- Contribuir a mejorar el clima organizacional y fortalecer la cultura organizacional.
- Identificar e integrar diversas fuentes internas de información.
- Desarrollar medios apropiados para cada grupo objetivo individual.

	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA			
Código: PE-DE-PO-01	Versión: 1.0	Fecha de Implementación: 17/05/2023	Responsable: Rectoría	Páginas: 15

- Velar por el uso adecuado de la identidad visual institucional de la universidad.
- Fortalecer la identidad e identidad visual institucional dentro y fuera de la institución.
- Identificar escenarios que promuevan el conocimiento de la marca universitaria.
- Velar por que la información clave se divulgue de forma adecuada

Propósito

La política de comunicación de la Universidad Hosanna pretende articular la relación entre la comunidad universitaria de forma multidimensional y trata de involucrar a los agentes internos y externos que conforman la universidad.

Está diseñada para proporcionar interacción dinámica con las unidades académicas y administrativas, tratando de integrar los procesos misionales, de formación, investigación y servicio en los contextos pertinentes.

Se pone énfasis en asegurar que los colaboradores entiendan la posición de mercado de la institución, las metas macro de la organización y las aspiraciones de crecimiento, para que todos puedan internalizar su contribución a las metas de la universidad.

Compromiso

Para cumplir con estas políticas, la Universidad Hosanna se compromete a:

- Mantener informados a los ejecutivos de marketing digital sobre el proceso

	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA			
Código: PE-DE-PO-01	Versión: 1.0	Fecha de Implementación: 17/05/2023	Responsable: Rectoría	Páginas: 15

de cambio, integración de la cultura organizacional, clima, mejora continua y calidad. Los diferentes órganos de gobierno de la Universidad garantizarán esta comunicación permanente.

- Establecer una unidad de gestión de marketing digital responsable de difundir información actualizada sobre las políticas y regulaciones de la agencia, asegurando que cumplan con los parámetros de marca vigentes y los acuerdos alcanzados por los diferentes comités de la agencia.

Gestión de la comunicación

Comunicación externa

Define la interacción de la Universidad Hosanna y los grupos de interés o grupos de interés externos, garantizando la proyección de una imagen favorable para la promoción de los servicios académicos.

Toda la comunicación externa estará bajo la responsabilidad directa de la Coordinación de Producción y Contenidos, la cual recibirá el visto bueno de la Gerencia de Mercadeo, Rectoría y Vicerrectorías, según corresponda. La Coordinación de Producción y Contenidos se asegurará de contar con una persona que se encargue de la corrección de estilo, para garantizar que el material que se produce está exento de errores ortográficos, de sintaxis y/o cualquier otro tipo de error.

Comunicación interna

Es la comunicación formal e informal que se da entre las personas que

	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA			
Código: PE-DE-PO-01	Versión: 1.0	Fecha de Implementación: 17/05/2023	Responsable: Rectoría	Páginas: 15

desarrollan su actividad en la institución, llamados públicos internos.

En el caso de la Universidad Hosanna, la Rectoría, la Secretaría General, las Vicerrectorías, las Coordinaciones, las Facultades, los Docentes y los Estudiantes son la fuente primaria de esta información. El trabajo de comunicación interna es identificar mensajes claves y audiencias relevantes para producir medios que permitan reconocer y caracterizar los diferentes actores de comunicación y desarrollar mensajes específicos para cada audiencia.

Comunicación descendente

La comunicación descendente es la comunicación entre los gerentes y los empleados de la Universidad. Con esta, los gerentes pueden transferir conocimientos, proponer metas, delegar responsabilidades, ayudar a cada empleado a crecer personal y profesionalmente y corregir errores cuando sea necesario.

Comunicación ascendente

Una buena comunicación ascendente es el resultado de una buena relación entre directivos y empleados. Si tal comunicación se da entre trabajadores y directivos sin motivación, conocimiento o guía desde arriba, es imposible comunicarse en base a los mismos valores y objetivos.

Públicos de interés

La Universidad mantiene informados a sus grupos de interés sobre los

	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA			
Código: PE-DE-PO-01	Versión: 1.0	Fecha de Implementación: 17/05/2023	Responsable: Rectoría	Páginas: 15

programas, actividades académicas y administrativas, a través de información y comunicaciones consistentes con su misión y plan estratégico institucional. Lo anterior está incorporado en el plan estratégico de comunicación. Los tipos de espectadores son:

Público Interno

- Estudiantes.
- Profesores.
- Colaboradores Administrativos.
- Instrucción.
- Órganos de Gobierno Universitario.
- Egresados.

Público Externo

- Futuros estudiantes de pregrado (presencial o virtual).
- Futuros estudiantes de posgrado (presencial o virtual).
- Futuros estudiantes de educación continua (presencial o virtual).
- Padres de familia.
- Instituciones educativas.
- Gobierno.
- Medios de comunicación.
- Sector empresarial.
- Proveedores.

Alcance de la Política Institucional de Comunicaciones

	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA			
Código: PE-DE-PO-01	Versión: 1.0	Fecha de Implementación: 17/05/2023	Responsable: Rectoría	Páginas: 15

La política de comunicación de la Universidad Hosanna se enmarca en el proceso de información y comunicación horizontal y estratégica, que tiene como objetivo esclarecer la relación de los diferentes aspectos de la comunidad universitaria, buscando la participación de directivos, docentes, estudiantes, investigadores, personal directivo y egresados en el proceso institucional.

Principios

- **Transparencia:** Consiste en hacer accesible la información relevante a los distintos stakeholders de forma equilibrada.
- **Claridad:** La información proporcionada por la universidad debe ser comprensible, buscable, escrita en un lenguaje claro y publicada de manera conspicua.
- **Oportunidad:** La comunicación debe llegar a las personas exactamente cuando la necesitan.
- **Relevancia:** Entregar mensajes clave que son importantes para cada grupo o audiencia para que las personas no se vean inundadas con información que no es de su interés o con un nivel de interpretación inadecuado
- **Inclusión:** Comprometer a diversas posiciones y grupos de interés.

Voceros

- El Rector es el portavoz original de la universidad. Dependiendo del contexto de cada situación, el Rector delega en un grupo de voceros que actuarán como puentes entre la institución y los públicos de interés.
- Cada directivo se convierte en un vocero experto en su propio tema.
- Los administradores universitarios no pueden opinar de manera

	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA			
Código: PE-DE-PO-01	Versión: 1.0	Fecha de Implementación: 17/05/2023	Responsable: Rectoría	Páginas: 15

independiente sobre asuntos universitarios fuera de su área de responsabilidad.

- Los miembros de la comunidad universitaria pueden hablar en privado sobre asuntos no relacionados con las actividades de la Universidad.
- El contacto con los medios se maneja a través del Gerente de Marketing Digital, siempre en coordinación con Rectoría. Oficialmente, no se nos permite hacer declaraciones a los medios sin confirmación previa.
- El Rector designará voceros específicos a los medios de comunicación según el contexto, tema y relevancia de la declaración.
- Todos los voceros aprobados por la universidad deben identificarse ante los medios de comunicación como representantes de esta.

Manejo de la Información

- La Rectoría/Vicerrectoría, Secretaría General, Decanatos, y demás directivos de las dependencias académicas y administrativas serán responsables de implementar, monitorear y evaluar los procesos de comunicación en cada una de sus áreas para garantizar el cumplimiento de la política de comunicación interna y externa.
- La Gerencia de Mercadeo, será la principal gestora de la política, siempre en coordinación con Rectoría. Su implementación requerirá de la participación concertada de las dependencias de la Institución tales como la Rectoría, Vicerrectoría Académica, Vicerrectoría Administrativa/Financiera, Secretaría General.
- Es responsabilidad de la Gerencia de Mercadeo, en coordinación con Rectoría, aprobar la comunicación externa que se debe difundir, así como su periodicidad y los canales o medios para tales fines.

	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA			
Código: PE-DE-PO-01	Versión: 1.0	Fecha de Implementación: 17/05/2023	Responsable: Rectoría	Páginas: 15

- Las distintas dependencias académicas y administrativas serán responsables de compartir con sus equipos de trabajo la política para su fiel cumplimiento.
- Todos los empleados deben participar y aceptar esta política y compartir sus opiniones y sugerencias a lo largo del proceso.

Divulgación de información

La publicación de información en medios internos o externos corresponderá a un análisis priorizado de contenido y audiencia para evitar la sobrecarga y el bombardeo informativo.

Prioridades

Para asegurar que las políticas, planes y programas institucionales estén adecuadamente alineados con la estrategia de comunicaciones, se desarrollará un plan estratégico de comunicaciones, identificando los períodos de tiempo en los que se ofrecerán los temas como tema del plan de comunicaciones, con base en la importancia estratégica y la duración de la institución.

Comunicación interna

Considerando que la comunicación se rige por el principio de horizontalidad y que la comunicación espontánea se da entre distintas unidades académicas y administrativas, es responsabilidad de la Coordinación de Producción y Contenidos organizar los principales grupos internos de organismos públicos con el apoyo de la Dirección de Recursos Humanos para garantizar la regularidad del flujo de información. La Coordinación de Producción y Contenidos en conjunto con la Coordinación de Calidad, capacitará y fortalecerá las habilidades y capacidades

	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA			
Código: PE-DE-PO-01	Versión: 1.0	Fecha de Implementación: 17/05/2023	Responsable: Rectoría	Páginas: 15

de quienes integran los grandes grupos comunicación de los empleados

Comunicación externa

La Universidad ha institucionalizado métodos de comunicación que permiten el flujo e intercambio de información entre diferentes grupos de interés. La Coordinación de Producción y Contenidos es responsable de la gestión de los medios institucionales y debe esforzarse por equilibrar la difusión de información en los diferentes ámbitos de la universidad.

Es política de la Universidad gestionar y mantener relaciones de largo plazo con los medios de comunicación locales, nacionales e internacionales. La Coordinación de Producción y Contenidos es el único organismo autorizado para emitir comunicados institucionales a los medios de comunicación y es responsable de fortalecer estas relaciones. Es parte de su función coordinar la cobertura de los medios cuando lo necesiten y cuando los miembros de la comunidad universitaria lo soliciten.

El establecimiento de medios y formatos de comunicación con audiencias internas y externas deberá ser aprobado y supervisado por la Coordinación de Producción y Contenidos. Para tomar decisiones específicas sobre el uso de los medios institucionales, se consultará con la Gerencia de Marketing Digital, siempre en coordinación con Rectoría.

Branding e Identidad Visual

La Gerencia de Marketing y la Coordinación de Producción y Contenidos son responsables de velar por el cumplimiento y buen uso de la identidad visual

	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA			
Código: PE-DE-PO-01	Versión: 1.0	Fecha de Implementación: 17/05/2023	Responsable: Rectoría	Páginas: 15

corporativa en todas las obras y medios promocionales, publicitarios e institucionales con impacto en el interés público. Para la toma de decisiones específicas sobre el uso de imágenes, obras y medios institucionales, la comunidad universitaria deberá apegarse a las líneas gráficas establecidas en ese periodo.

Red social

Las redes sociales institucionales serán gestionadas por la Gerencia de Marketing Digital y la Coordinación de Producción y Contenidos, en coordinación con Rectoría. El uso adecuado de las redes sociales se regirá por las siguientes reglas generales:

- La Universidad Hosanna tiene presencia institucional en redes sociales como Facebook, Instagram, Tik Tok, YouTube y LinkedIn.
- El contenido es elaborado por la Coordinación de Producción y Contenidos, que tiene normas editoriales y es responsable de determinar las publicaciones subidas a las plataformas sociales.
- Las actualizaciones de las redes sociales se promueven constantemente en función de las tendencias, las actividades y el comportamiento diario de las redes sociales.

Medios institucionales de comunicación

- Portal web institucional.
- Plataforma LMS (Chamilo y SIGA).
- Redes sociales.
- Murales informativos e institucionales.
- Boletín informativo.

	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA			
Código: PE-DE-PO-01	Versión: 1.0	Fecha de Implementación: 17/05/2023	Responsable: Rectoría	Páginas: 15

- Email Marketing.
- Unidad de Comunicación y Divulgación.

Responsabilidad de la comunicación institucional

- Como parte de su rol gerencial, el Rector, secretario general, Vicerrectores, Decanos y otros jefes de los distintos departamentos académicos y administrativos son responsables de implementar, monitorear y evaluar los procesos de comunicación en cada una de sus áreas a la luz de la política de comunicación interna y externa.
- La Rectoría de la Universidad de Hosanna, a través de la Coordinación de Producción y Contenidos, será el Gestor de Políticas.
- Su implementación requiere la participación concertada de departamentos como: Marketing, Recursos Humanos, los Vicerrectorados de Académica, Administrativo/Financiero y la Dirección de Investigación, además de las diversas facultades
- También es importante involucrar a los estudiantes como fuentes de información que participan activamente en la producción de lo que constituye la razón de ser de la comunicación.