



LOS LIBERTADORES
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA

Política institucional de
Comunicaciones



LOS LIBERTADORES

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA

Política institucional de **Comunicaciones**

ABRIL 06 DE 2017

Consejo Superior

Jaime Alberto Moreno Perdomo
Presidente Consejo Superior

Juan Manuel Linares Venegas
Presidente del Claustro

María Paula Linares Venegas
Miembro Consejo Superior

Andrés Fernando Reyes Torres
Miembro Consejo Superior

Martha Sandino de Oliveros
Miembro Consejo Superior

Sonia Arciniegas Betancourt
Rectora

Javier Daza Piragauta
Representante de la comunidad profesoral

Antonio Jacanamijoy
Representante de la comunidad estudiantil

María Angélica Cortes Montejo
Secretaria General

Apoyo Técnico

Lucía del Pilar Bohórquez A.
Asesora Externa - Presidencia del Claustro

Paola Andrea Ramírez Giraldo
Gerente de Promoción y Comunicación

Consejo Académico

Sonia Arciniegas Betancourt
Rectora

Orlando Salinas Gómez
Vicerrector Académico

Jorge Eduardo Corrales Amaya
Decano - Facultad de Ciencias Administrativas

Olga Patricia Sánchez Rubio
Decana - Facultad de Ciencias de la Comunicación

Martha Lorena Martínez Correal
Decana - Facultad de Ciencias de la Educación

Álvaro Luis Mercado Suarez
Decano - Facultad de Ciencias Económicas y Contables

John Jairo Morales Alzate
Decano - Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales

Edwin Yair Oliveros Ariza
Decano - Facultad de Psicología

Adriana Cecilia Páez Pino
Decana - Facultad Ingeniería

María Angélica Cortes Montejo
Secretaria General

ACUERDO DEL CONSEJO SUPERIOR No. 10 DEL 6 DE ABRIL DEL AÑO 2017, POR EL CUAL SE APRUEBA LA POLÍTICA INSTITUCIONAL DE COMUNICACIONES DE LA FUNDACION UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES Y SE REGLAMENTA SU ORGANIZACIÓN.

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES EN EJERCICIO DE SUS ATRIBUCIONES LEGALES Y ESTATUTARIAS:

CONSIDERANDO QUE

En virtud de la autonomía universitaria otorgada por el artículo 29 de la Ley 30 de Diciembre de 1992, las Instituciones de Educación Superior podrán darse sus directivas y regirse por sus propios estatutos y reglamentos de acuerdo con la ley.

- a) El Sistema Nacional de Acreditación de Colombia recomienda que las instituciones de educación superior al realizar sus actividades de promoción de su oferta educativa, estas deben ser con transparencia y veracidad, y correspondan a la naturaleza, realidades y realizaciones de los programas. garantizando la claridad y veracidad de la información suministrada
- b) La comunicación debe estar articulada al quehacer institucional, a fin de contribuir a la observancia de los principios y valores de la Fundación y al cumplimiento de lo establecido en el Proyecto Educativo Institucional Libertador -PEIL-
- c) La comunicación en la Fundación Universitaria Los Libertadores es considerada transversal a todas las actividades institucionales y debe facilitar la toma de decisiones y de construcción de proyectos estratégicos así como contribuir al clima laboral y a generar y consolidar el sentido de pertenencia por la Institución.
- d) Dentro de la perspectiva de sostenibilidad desarrollada en el “Plan de Desarrollo Libertador 2016 – 2020” se considera un aspecto de alta relevancia la posibilidad de expandir los escenarios de participación de la Fundación mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
- e) La Fundación Universitaria Los Libertadores ha realizado valiosos esfuerzos en consolidar una presencia institucional que se promueve a través del buen uso de la identidad corporativa, la conducción de relaciones públicas estratégicas, la realización de acciones a través de medios y procesos de

comunicación que proyectan el quehacer de la Institución frente a sus diferentes públicos de interés.

f) El “Plan Estratégico de Comunicaciones y Relaciones Públicas” de Los Libertadores es la guía para el desarrollo de procesos que, mediante la planificación oportuna de los mensajes, el diseño de estrategias eficaces, la selección pertinente y eficiente de los medios y el mejoramiento de las competencias comunicativas de sus miembros, formalizan la divulgación de la ciencia, la innovación y el arte en la Institución, dan lugar a la deliberación entre sus estamentos, visibilizan las actividades académicas, administrativas, culturales y artísticas, y fortalecen su reputación.

g) La relación de la Institución con su entorno surge de diferentes estrategias institucionales y una de ellas es la comunicación para lograr un relacionamiento real, de acuerdo a las necesidades propias de la comunidad académica libertadora (Balance Social 2015 FULL)

h) Es compromiso permanente de la comunidad académica fortalecer y mejorar el proceso transversal de comunicaciones para un mejor desempeño organizacional, el crecimiento, posicionamiento y sostenibilidad de la Institución, así como de sus distintos actores.

i) Corresponde a los miembros de la comunidad académica de la Fundación Universitaria Los Libertadores cuidar y cumplir con la adecuada y oportuna información para fortalecer la divulgación de la producción de investigación, extensión y las actividades de los estudiantes, profesores, colaboradores y aliados como parte del desarrollo de la comunidad académica.

j) Las relaciones de comunicación de la Institución con las partes interesadas se fortalecen mediante el aprendizaje organizacional que incentive la innovación en la gestión, la generación de nuevos servicios, la eficiencia organizacional, entre otros y para ello se ha definido la implementación del sistema de peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y felicitaciones (PQRSF) en la Institución, entregando de esta manera respuestas oportunas a los diferentes públicos.

k) El Consejo Superior considera necesario fortalecer el marco de política de las comunicaciones, fundamental para el entendimiento de los retos institucionales, mediante estrategias y herramientas que fortalezcan el clima organizacional, el funcionamiento académico y administrativo de la Institución y el logro de sus objetivos.

l) De acuerdo al artículo 28, incisos d) y e), del capítulo VIII de los Estatutos de la Fundación es función del Consejo Su-

perior de la Fundación la de “Formular y evaluar periódicamente las políticas y objetivos de la Institución de acuerdo a las normas que rijan para el Sistema de Educación Superior”, por lo anterior el Consejo Superior

ACUERDA:

Artículo 1. Aprobar la Política Institucional de Comunicaciones de la Fundación Universitaria Los Libertadores.

CAPITULO I DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 2. Definición. La Política de Comunicaciones es el marco general donde se definen la acción de la comunicación interna, externa y de relaciones públicas, que permiten contribuir al desempeño organizacional, la promoción, posicionamiento de imagen, reputación y reconocimiento institucional.

Artículo 3. Alcance. La Política de Comunicaciones aplica para todos los miembros de la Fundación Universitaria Los Libertadores, en cualquiera de sus sedes, metodologías (presencial, distancia y virtual), y niveles de formación (Técnico Profesional, Tecnólogo, Profesional y Post-gradados) que actúen dentro de la Institución y en representación de ella.

En la Fundación Universitaria Los Libertadores la comunicación es considerada como un proceso transversal a todas las actividades institucionales, que debe contribuir a la toma de decisiones y su despliegue, al fortalecimiento de un clima laboral adecuado en la manera de trabajar y de relacionarse los distintos miembros de la comunidad libertadora y a generar y consolidar el sentido de pertenencia de la Institución.

Artículo 4. Criterios Orientadores: Los criterios que orientan esta política son la confiabilidad y seguridad de la información, relevancia, oportunidad, claridad, ecuanimidad y responsabilidad.

En el marco de los valores y principios de la Fundación Universitaria Los Libertadores bajo ningún motivo los contenidos de información y comunicación que se elaboren y difundan podrán, en forma directa o indirecta, discriminar por razones de raza, religión, género, orientación sexual, o política. Así mismo, no se publicará información que promueva la violencia, la intolerancia o prácticas que atenten contra la dignidad, la integridad y los derechos humanos.

CAPÍTULO II

OBJETIVO GENERAL, ESPECÍFICOS Y ESTRATEGIAS DE LA POLITICA

Artículo 5. Objetivo General. Orientar y dar lineamientos al proceso de comunicar, divulgar e informar acorde a los principios de la Fundación Universitaria Los Libertadores, para sus públicos internos y externos y contribuir al posicionamiento, reconocimiento y reputación de la Institución.

Artículo 6. Objetivos Específicos. Son objetivos específicos de la política de comunicaciones en la Institución:

1. Consolidar la imagen institucional entre los actores internos y externos con los que se relaciona la Institución.
2. Promover la comunicación responsable en términos de la confiabilidad, calidad y oportunidad de la información.
3. Apoyar a través de la comunicación, el desarrollo de la cultura humanista de la Institución para el liderazgo, la transformación de la cultura y aportar al proceso de cambio y mejorar el ambiente de trabajo, generando dinámicas de cooperación, coordinación y empatía.
4. Apoyar la consecución de los objetivos estratégicos y metas institucionales mediante el desarrollo de capacidades internas en comunicación efectiva.
5. Contribuir a la difusión, intercambio y apropiación de los avances y logros académicos, la proyección social, la gestión administrativa y financiera para fortalecer la interlocución con los distintos públicos.

Artículo 7. Promover la comunicación. En la Fundación Universitaria Los Libertadores consideramos que la comunicación juega un papel importante en la vida diaria de cada colaborador, estudiante, profesor o directivo ya que necesitamos comunicarnos para entendernos unos con otros, al comunicarse entre los distintos miembros de la comunidad académica se aprenden nuevas cosas, se mejora la calidad de vida, la convivencia, se fomenta la comunicación propositiva, colaborativa y oportuna para mejorar la competitividad de la Institución, su adaptación a los cambios del entorno, facilita el logro de los objetivos y metas establecidas, satisface las propias necesidades y promueve el compromiso con la Institución.

Artículo 8. Estrategias de la Política de Comunicaciones. Se definen las siguientes estrategias de comunicación:

1. Consolidar la identidad institucional. Comunicar y difundir los principios y valores fundacionales así como la misión y visión institucional para su apropiación en el saber y hacer institucional y su promoción a través del uso permanente del Manual de imagen institucional.

2. Diferenciación, coherencia y consistencia institucional. La comunicación de la Institución deberá resaltar los aspectos que nos hacen diferentes, la coherencia y consistencia entre lo que es la Institución con lo que se dice y se hace, permitiendo fortalecer la presencia libertadora en la oferta de servicios educativos con calidad y accesibilidad.

3. Comunicar la gestión. Alcanzar los objetivos y las metas merece celebrarlo y comunicarlo para el reconocimiento como equipo y el reforzamiento de los valores institucionales. La colaboración y comunicación, en el marco de una cultura institucional humanista, entre los miembros de la comunidad libertadora es esencial para estos logros.

4. Fortalecer las habilidades de comunicación. Como parte del desarrollo individual y el aporte al desarrollo institucional, los miembros de la comunidad libertadora deberán fortalecer sus habilidades de comunicación: hablar, escuchar, escribir y leer.

5. Visibilidad en la WEB social. Incorporar de manera eficiente los principios básicos de la web social (Escuchar, Comprometerse, Medir, Integrar, Colaborar y Ser útil) para contactar a nuestros públicos objetivos y dar accesibilidad a la información de manera rápida, oportuna y clara, así como potenciar la colaboración y la participación de los colectivos implicados.

CAPITULO III

PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN

Artículo 9. Plan Estratégico de Comunicaciones. Para garantizar una adecuada alineación entre las políticas, planes y programas institucionales con las estrategias de comunicación deberá estructurarse el Plan Estratégico de Comunicaciones, que será elaborado por la Rectoría (Bogotá y Cartagena) junto con la Gerencia de Promoción y Comunicaciones para su presentación y aprobación ante el Consejo Superior.

Este plan deberá articular los objetivos de la comunicación interna,

externa e interinstitucional, las disposiciones vigentes en materia de creación, uso y actualización para el portal web institucional, ambientes virtuales, redes sociales, material impreso y digital, así como el uso del Manual imagen institucional y los recursos disponibles del Centro de Producción y medios audiovisuales.

Las actividades de comunicación de las áreas académicas y de apoyo de la Institución, deberán estar articuladas a los objetivos del Plan Estratégico de Comunicaciones para dar unidad a la comunicación institucional; en cualquier caso se deberá coordinar con la Gerencia de Promoción y Comunicaciones su ejecución con eficiencia y eficacia

Artículo 10. Transversalidad de la comunicación. La comunicación como valor social se manifiesta de manera permanente en el que hacer institucional en todas las áreas, en los procesos misionales, de apoyo y las personas. En ese sentido, debe ser entendido como un proceso transversal de tal forma que la comunidad académica libertadora reconozca en la comunicación un instrumento poderoso de fortalecimiento y consolidación institucional a partir del flujo e intercambio de mensajes entre las áreas de forma clara, respetuosa, oportuna, pertinente y transparente de tal forma que se contribuya al logro de los objetivos institucionales y la toma de decisiones.

Artículo 11. Protocolos de comunicación. Los miembros de la comunidad que interactúan de manera directa con los diferentes públicos, deberán seguir los protocolos de servicio, de atención telefónica, de servicio al cliente y de eventos. Los protocolos son fundamentales para la imagen institucional, para ello el soporte y asesoría en su uso y estricto cumplimiento será responsabilidad de la Gerencia de Promoción y Comunicaciones.

CAPITULO IV

MODALIDADES DE COMUNICACIÓN

Artículo 12. Modalidades de comunicación. Para mantener informados a los distintos actores sobre los planes, programas, proyectos y actividades académicas y administrativas de la Fundación Universitaria Los Libertadores se identifican las siguientes modalidades de comunicación:

1. Comunicación Interna: Dirigida al interior de la comunidad académica libertadora (Asamblea, Consejo Superior, Presidencia del Claustro, Rectoría, Consejo Académico, Directivos,

profesores, estudiantes, egresados y colaboradores) la cual debe propender por asegurar que todos conozcan de manera clara, oportuna y pertinente la información relevante para el desarrollo de las actividades y el permanente mejoramiento del desempeño organizacional y personal que permiten el logro de los objetivos institucionales. Esta comunicación utilizará los siguientes canales: página Web, redes sociales, carteleras digitales, pantallas y correo electrónico.

2. Comunicación Externa: Comunicación dirigida a medios de Comunicación (prensa, radio, televisión, blogs, portales web) la cual debe contribuir al posicionamiento, reconocimiento, reputación y protección de la imagen institucional, a través de la divulgación de las actividades, eventos, resultados y logros alcanzados de la agenda Libertadora. Esta comunicación externa debe guiarse por los protocolos establecidos para tal fin.

3. Interinstitucional: Dirigida a Gobierno, Organismos de Control, , Otras Instituciones Universitarias, Organizaciones No Gubernamentales, Empresas, Gremios, Proveedores y Comunidades de Redes Sociales para la promoción y fortalecimiento de las relaciones interinstitucionales con otras entidades, nacionales o internacionales, con el fin de establecer nexos y convenios que potencien la docencia, la investigación y la proyección social.

La comunicación interinstitucional con el gobierno a través del Ministerio de Educación Nacional, dado su rol de autoridad sectorial, se construye a través de relaciones asertivas basadas en el respeto, compromiso y colaboración, a fin de posicionar la agenda educativa, los avances, logros y retos en la educación superior hacia la búsqueda de la prestación del servicio educativo con excelencia.

La comunicación con CAPITULO V IDENTIDAD Y SIMBOLOS INSTITUCIONALES

Artículo 13. Identidad institucional. Hace referencia a los principios y valores de la Institución, su misión y visión que dan el sello distintivo a la comunidad libertadora y que se reflejan en el marco normativo institucional el Proyecto Educativo Libertador –PEIL- y el Plan de desarrollo institucional.

Corresponde a todos los miembros de la comunidad académica liberadora proyectar, mediante la comunicación en sus distintas formas, de manera adecuada y siempre propositiva la identidad institucional.

Artículo 14. Símbolos institucionales. Los símbolos institucionales de la Fundación Universitaria Los Libertadores representan una Institución enmarcada dentro de los principios patrióticos como son la Libertad, el Orden y la Justicia. Estos símbolos están constituidos por el Himno, el Escudo, la Bandera, las Efigies, los colores y tipografías institucionales, así como los demás elementos gráficos que permiten la identificación visual de la Institución.

Corresponde a todos los miembros de la comunidad académica liberadora hacer uso adecuado de los símbolos institucionales, como parte de la imagen institucional conforme con la presente política y su desarrollo.

Artículo 15. Manuales de la gestión comunicacional. Corresponde a la Gerencia de Promoción y Comunicaciones elaborar o actualizar los manuales de imagen institucional, Administración y Uso de la página Web institucional, Uso del Correo electrónico institucional, Uso y Administración de Redes Sociales de la Institución.

CAPITULO VI

PROTOCOLO EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Artículo 16. Vocero Institucional. El rector es el vocero institucional ante cualquier instancia externa, medios de comunicación y opinión pública. Debe transmitir los mensajes y posición oficial de la Institución.

Artículo 17. Vocero experto. Cuando se requiera comunicar los logros, avances o actividades propias de cada Facultad o departamento, la Gerencia de Promoción y Comunicaciones coordinará con el área correspondiente el vocero experto indicado.

Artículo 18. Responsables de la información y comunicación. Todos los colaboradores, profesores, estudiantes y directivos son responsables en su respectiva competencia en la generación y difusión de la información sobre el devenir institucional, sus principios fundacionales, sus logros y retos. El buen manejo de la información y la protección de la imagen institucional, así como la autoevaluación en el proceso de la comunicación tanto interna como externa empodera la presencia institucional y genera oportunidades de intercambios.

Artículo 19. Medios de comunicación y periodistas. La Gerencia de Promoción y Comunicaciones es el área autorizada como único enlace con los medios de comunicación y los periodistas. Así mismo, define las formas de comunicación con estos.

Artículo 20. Participación y retroalimentación para el proceso de comunicación. En el proceso de fortalecimiento y consolidación institucional los miembros de la comunidad participan en los distintos espacios retroalimentando los procesos misionales y de apoyo, este proceso participativo debe ser informado por la Rectoría al Consejo Superior como soporte para la toma de decisiones.

Artículo 21. Despliegue de la información. Las decisiones de la Asamblea General así como las del Consejo Superior deben ser comunicadas por la Rectoría a través de los espacios institucionales como son: el Comité de Rectoría, el Comité de Planeación, el Comité de Acreditación de Programas; el Consejo Académico, por la Vicerrectoría Académica en el Comité Académico asesor, los Consejos de Facultad, el Comité de Investigaciones y el Comité Curricular, para facilitar el ejercicio de las responsabilidades y tareas de los diferentes miembros de la Institución para el logro de los objetivos estratégicos y la consolidación institucional.

Artículo 22. Representantes de docentes y estudiantes. Su papel participativo en los órganos colegiados y en otros espacios colectivos es importante para legitimar y respaldar la información que se genere en los espacios donde ellos actúan en representación de la comunidad. En espacios informales de comunicación, en el marco del compromiso con quienes representan y la Institución, contribuyen a la aclaración de la información para evitar procesos de desinformación que afecten a la institución.

Artículo 23. Socialización y coordinación. La Gerencia de Promoción y Comunicaciones, con el apoyo del Centro de producción y medios audiovisuales es responsable de la socialización, coordinación, implementación y autoevaluación de la política de comunicaciones institucional.

Artículo 24. Promoción de los servicios educativos. La Institución, a través de las decanaturas y la Rectoría, debe velar porque la información de su oferta educativa en las actividades de promoción es transparente, veraz y cumple las normas legales establecidas para tal fin. Esta política establece el requerimiento, de estricto cumplimiento, de una

correspondencia entre las estrategias de promoción, y la naturaleza, realidades y realizaciones de los programas. La Dirección de Autoevaluación y Acreditación validará, previo a cualquier tipo de publicación, la referida a los programas académicos.

Artículo 25. Eventos. Las pautas para la realización de eventos que organicen las dependencias académicas y administrativas de la Institución deberán regirse por el protocolo de eventos elaborado por la Gerencia de Promoción y Comunicaciones teniendo como referente los objetivos del plan estratégico de comunicaciones y la consolidación de la imagen institucional.

CAPITULO VII

USO DE LOS CANALES INSTITUCIONALES

Artículo 26. Quienes utilicen los canales institucionales que a continuación se describen deberán velar por el correcto uso de los recursos y medios para la comunicación institucional de tal forma que salvaguarde la identidad y la imagen institucional.

Artículo 27. Página WEB institucional. Es el canal de posicionamiento y visibilidad interna y externa de la Institución. La creación, administración, actualización y definición de los microsítios de la página web institucional es responsabilidad de la Gerencia de Promoción y Comunicaciones. Los contenidos de información en confiabilidad, oportunidad, ecuanimidad y veracidad son responsabilidad de cada dependencia. El correcto uso del lenguaje, la identidad e imagen institucional y la multimedia serán orientados por la Gerencia de Promoción y Comunicaciones a través del Manual de Administración y Uso de la páginas Web institucional.

Artículo 28. Páginas web de las Facultades. Cada facultad deberá tener su sitio web bajo el dominio institucional. El costo y la infraestructura requerida para tal fin deberá estar programado en el presupuesto anual aprobado. Las temáticas y contenidos serán elaboradas por las facultades, la estrategia de comunicación por la Gerencia de Promoción y Comunicaciones y el desarrollo tecnológico con el soporte de la Gerencia de Tecnología.

Artículo 29. Blogs institucionales. Los blogs institucionales son un espacio generado para que cada una de las facultades pueda colocar contenidos de interés, artículos cortos con contenido actualizado

y novedoso, datos de gestión y resultados institucionales y de temas relacionados con la docencia, investigación y proyección social de la Institución y tendencias a nivel nacional y global. Los contenidos de cada blog se definen en cada facultad con el acompañamiento de la Gerencia de Promoción y Comunicaciones garantizando la relevancia en los contenidos publicados contribuyendo al posicionamiento académico institucional.

Artículo 30. Correo electrónico institucional. La Fundación Universitaria Los Libertadores reconoce la importancia del uso de las comunicaciones electrónicas para el intercambio de información como parte del quehacer diario de la comunidad académica. Así mismo promueve su uso para apoyar la gestión administrativa y misional, y por ello considera como medio oficial, para la transmisión de mensajes y documentos a través de la red institucional, la comunicación a través del correo electrónico.

Todas las personas que tengan asignada una cuenta de correo electrónico institucional de la Fundación Universitaria Los Libertadores son responsables del uso apropiado del mismo para los propósitos institucionales estrictamente y con un adecuado lenguaje que salvaguarde el buen nombre de la Institución.

La difusión masiva de información solo está autorizada para la Gerencia de Promoción y Comunicaciones en lo relacionado exclusivamente con temas de la Institución.

Los Acuerdos, Reglamentos y Circulares institucionales son reglamentación interna que reflejan las decisiones de los distintos órganos para el desarrollo y cumplimiento de las mismas en orden del fortalecimiento de las funciones sustantivas y administrativas de la Institución. Por lo tanto deberán ser comunicados oportunamente a la comunidad libertadora mediante correo electrónico, teniendo en cuenta el contenido del documento y el o los públicos objetivos que deben conocer esta información. El área responsable del documento al interior de la Institución deberá informar a la Gerencia de Promoción y Comunicaciones que este documento además de ser enviado a la comunidad académica debe hacer parte de los documentos institucionales alojados en el sitio web de la institución.

La Gerencia de Tecnología junto con la Gerencia de Promoción y Comunicaciones deberán elaborar y actualizar el Manual de Uso del Correo electrónico institucional que deberá relacionar las pautas del mantenimiento y uso del correo, la seguridad, privacidad, confidencialidad y

los usos permitidos y no permitidos que puedan causar daño a la imagen institucional o causar algún tipo de responsabilidad civil o penal por daños a terceros.

La difusión masiva no autorizada o la difusión de contenido inadecuado de naturaleza ilegal o antiético serán evaluadas por la Rectoría, la Secretaría General y la Gerencia de Talento Humano en el marco de la evaluación de desempeño, el Reglamento interno de trabajo, el Estatuto Profesor y el Reglamento Estudiantil.

Artículo 31. Redes sociales. En la actual dinámica de las comunicaciones las redes sociales son un canal fundamental para informar de manera inmediata y con un alto grado de oportunidad a la comunidad interna y externa de la Institución. Como Institución educativa necesitamos la interacción y retroalimentación de nuestra comunidad, es decir relacionarnos con ella también a través de estos canales. Su uso adecuado potencia para los propósitos institucionales la comunicación inmediata, la gestión de redes, la divulgación puntual de resultados, logros y conocimientos, y seleccionar información consciente y libre.

Consideradas como medios oficiales para la transmisión y recepción de mensajes las redes sociales de la Fundación Universitaria Los Libertadores deberán guardar la unidad de comunicación institucional. Para ello todas las redes sociales de las Facultades, departamentos o cualquier otra dependencia de la Institución deberán ser aprobadas para su creación por la Gerencia de Promoción y Comunicaciones, en el marco del Plan estratégico de comunicación institucional, evaluando la pertinencia, necesidad y los recursos requeridos para tal fin. La Gerencia de Promoción y Comunicaciones elaborará y actualizará el Manual de Uso y Administración de Redes Sociales de la Institución.

Parágrafo. Está totalmente prohibido crear cualquier tipo de sitio en red social a nombre de la Fundación Universitaria Los Libertadores sin la validación y aprobación de la Gerencia de Promoción y Comunicaciones.

Artículo 32. Centro de Producción y Medios Audiovisuales. Este centro, adscrito a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, brindará el apoyo técnico que permita potencializar el uso del canal interno de TV online y la emisora institucional para la divulgación de las actividades académicas e institucionales, la promoción de proyectos, planes y programas de las distintas dependencias, la articulación con agentes externos que fortalezcan las actividades de docencia, investigación y proyección social así como la permanente necesidad de construir es-

pacios abiertos al debate social, político, educativo, cultural y económico en un mundo global.

Artículo 33. Contact center (Centro de Contacto). Este centro, adscrito a la Gerencia de Promoción y Comunicaciones, apoya la gestión de promoción de los programas académicos en sus diferentes metodologías y sedes.

CAPITULO VIII PETICIONES, QUEJAS, RECLAMOS, SUGERENCIAS Y FELICITACIONES (PQRSF)

Artículo 34. Sistema de Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Felicitaciones – PQRSF- La Fundación Universitaria Los Libertadores define el Sistema de PQRSF- como el conjunto ordenado de mecanismos (tecnología, procesos y procedimientos, de protocolo de atención, de comunicación) que integra las diferentes iniciativas, reconocimientos, sugerencias y solicitudes que se reciban a través de los diferentes canales de atención.

Artículo 35. Propósito del sistema PQRSF. Recibir, analizar y dar respuesta de fondo y de manera oportuna para mejorar la satisfacción de los solicitantes y anticipar las respuestas a las solicitudes mediante una adecuada gestión de las mismas mejorando la comunicación, los procesos y relación con la Institución.

Artículo 36. Definiciones. Se entiende por:

Petición. Derecho fundamental que tiene toda persona de presentar solicitudes respetuosas y dentro de los términos y reglamentos establecidos para ello, por motivos de interés general o particular y a obtener pronta resolución.

Queja. Manifestación de protesta, censura, descontento o inconformidad que formula una persona por la atención prestada.

Reclamo. Derecho que tiene toda persona de exigir y reivindicar una solución, ya sea por motivo general o particular, referente a la prestación indebida de un servicio o a la falta de atención de una solicitud.

Sugerencias. Propuesta o formulación de ideas que se presenta para

incidir o mejorar la prestación de un servicio.

Felicitación. Manifestación por la satisfacción que experimenta un usuario con relación a la prestación de un servicio.

Artículo 37. Implementación del Sistema PQRSF. En el marco del Sistema Integrado de Gestión, la Dirección de Planeación es el área responsable de la implementación del sistema, su seguimiento y evaluación. Por su parte todas las dependencias son responsables de dar respuesta de fondo y oportuna a las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias y analizar la percepción, las solicitudes, la frecuencia de éstas, las necesidades, deseos y motivaciones de los distintos actores para establecer planes de acción dirigidos al mejoramiento continuo y contribuir a la construcción y consolidación de una cultura de actitud de servicio y de interés hacia las partes interesadas.

Artículo 38. Reporte consolidado. La Dirección de Planeación reportará a la Rectoría un reporte trimestral de las PQRSF donde analice frecuencias y oportunidad de la respuesta para la respectiva toma de decisiones, así como recurrencia de casos por dependencia. Este reporte será presentado semestralmente al Consejo Superior. La Gerencia de Promoción y Comunicaciones remitirá a la rectoría un reporte del análisis y recomendaciones sobre las felicitaciones y sugerencias para fortalecer el proceso de comunicación institucional.

CAPITULO VIII

DISPOSICIONES FINALES

Artículo 39. Comité de Crisis. Es conveniente prever un comité de crisis que coordine con rapidez y capacidad de gestión la comunicación interna y externa ante cualquier situación de crisis. Su principal objetivo será acelerar el proceso de toma de decisiones para solucionar un problema definiendo las prioridades, estableciendo la estrategia y la táctica a seguir para informar durante la situación de crisis, de tal forma que se proteja la imagen y reputación institucional del impacto negativo que se pueda tener.

Artículo 40. Conformación del comité de crisis. Estará conformado el Comité de crisis por la Presidencia del Consejo Superior, la Presidencia del Claustro, la Rectoría, la Secretaria General y la Gerencia de Promoción y Comunicaciones.

Artículo 41. Derechos de autor y propiedad intelectual. En materia de derechos de autor, la Institución se rige por las normas y leyes vigentes. En todos los casos los asuntos relacionados con los derechos patrimoniales se explicitan en el documento que oficializa los compromisos contractuales.

Artículo 42. Protección de datos personales. Si para cualquier actividad de comunicación, enmarcada en los objetivos institucionales, se requiera el tratamiento de datos esta deberá estar sujeta a las disposiciones legales vigentes y aplicables que rigen el tema.

Artículo 43. Vigencia. El presente Acuerdo rige a partir del seis (06) de abril de 2017 y deroga todas las disposiciones internas que le sean contrarias.

Artículo 44. Interpretación. El Consejo Superior será el intérprete del presente Acuerdo y resolverá las ambigüedades y conflictos que se puedan presentar para su aplicación.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Bogotá, D.C., a los seis (06) días del
mes de abril de 2017

JAIME ALBERTO MORENO PERDOMO
Presidente

MARÍA ANGÉLICA CORTÉS MONTEJO
Secretaría General



LOS LIBERTADORES
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA

Bogotá

infopresencial@libertadores.edu.co
infovirtual@libertadores.edu.co
PBX: (+57) (1) 254 4750 ext. 4182-4183
(+57) (1) 329 9333 Opción 1
Carrera 16 No. 63A - 68



Certificado CO SC 5677-1

Cartagena

infocartagena@libertadores.edu.co
PBX: (+57) (5) 656 8534
(+57) (5) 656 0892
Móvil: (+57) 315 836 8864
Pie de la Popa - Calle 31 No. 19-51



UniLibertadores



UniLibertadores



Canal Libertador

www.ulibertadores.edu.co