

POLÍTICA



**Política general de
Comunicación**

Marzo 2020

 <p>INSTITUTO SUPERIOR DE FORMACIÓN DOCENTE SALOMÉ UREÑA ISFODOSU</p>		Política General de Comunicación		
Fecha Creación:	Octubre 2019	Acceso a la Información Pública	Código:	A-AIP-POL-003
Fecha Revisión:	Marzo 2020		Versión:	01

Política: Política general de Comunicación

I. PROPÓSITO

Establecer los lineamientos y normas para orientar y regular los procesos de comunicación en el ISFODOSU en todos los niveles de la organización, de modo que toda acción de comunicación que se realice en nombre de la institución sea consistente con los valores institucionales, las buenas prácticas de referencia y los estándares de calidad que caracterizan a la institución, contribuyendo así al logro de la misión y a la construcción de una cultura institucional acorde con su naturaleza académica y pública.

La publicación de esta Política procura asegurar que todos los colaboradores dispongan de información clara sobre su responsabilidad en el mantenimiento de las buenas prácticas de la comunicación, tanto en situaciones regulares como ante la ocurrencia de incidentes críticos para la imagen institucional.

II. ALCANCE

La Política de Comunicación es transversal y estratégica. Compromete en todos sus recintos a todos los colaboradores permanentes y ocasionales del Instituto, tanto del personal académico y docente como administrativo y de apoyo, incluyendo asesores y relacionados, que deben cumplir a este respecto el papel de coordinación y cumplimiento de esta, según corresponda.

Abarca todos los aspectos que componen la comunicación institucional, desde la formulación de contenidos, hasta el uso y mantenimiento de canales y los protocolos de difusión de información y retroalimentación. No aplica directamente en las prácticas docentes, aunque sus principios deben inspirar a los docentes en el aula en tanto que ellas y ellos son una expresión de la cultura institucional.

III. REFERENCIAS

- Constitución de la República Dominicana (Art. 63.5, numeral 9)
- Plan Nacional de Educación Superior de la República Dominicana
- Pacto Nacional para la Reforma Educativa 2014-2030
- Ley N. 10-07 del Sistema de Control Interno
- Normas Básicas de Control Interno de la Contraloría General de la República
- Estatuto Orgánico del ISFODOSU





Política General de Comunicación

Fecha Creación:	Octubre 2019	Acceso a la información Pública	Código:	A-AIP-POL-003
Fecha Revisión:	Marzo 2020		Versión:	01

- Plan Estratégico Institucional del ISFODOSU
- Carta compromiso al ciudadano (2017-2019)
- Políticas de privacidad del portal ISFODOSU
- Código de Ética del ISFODOSU
- Organigrama institucional vigente

IV. DEFINICIONES

- Audiencias	Grupo de personas a las que va dirigido un mensaje que se difunde a través de un medio de comunicación, sea interno o externo. Para los fines de este documento, se clasifican en externas, intermedias e internas. Se asume como equivalente el término público.
- Audiencias externas	Se refiere a quienes no participan directamente en la vida de la comunidad universitaria, pero están vinculados porque constituyen grupos de interés. Entre éstos están: egresados, instituciones educativas nacionales e internacionales, instituciones gubernamentales y no gubernamentales de los sectores educación, agencias de cooperación internacional, potenciales donantes, colegios y escuelas, potenciales estudiantes de grado y postgrado, etc.
- Audiencias intermedias	Se denominan de esta manera aquellos grupos de interés que, sin ser parte de la comunidad universitaria, se relacionan con el ISFODOSU a través de audiencias internas. Su relación con la institución es estrecha pero indirecta. Este grupo incluye al Ministerio de Educación (MINERD) al que pertenece estatutariamente el Instituto y el Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (MESCyT), que cumple la función reguladora, el Ministerio de Administración Pública (MAP) y Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD).
- Audiencias internas	Grupos que forman parte de la comunidad universitaria: estudiantes, personal docente, personal administrativo y de servicios, Junta de Directores.
- Canales	Soportes físicos o tecnológicos necesarios para que el mensaje transite del emisor al receptor.
- Comunicación	Se entiende como el proceso mediante el cual los distintos actores construyen un diálogo mediante la transmisión y el intercambio de información,



Fecha Creación:	Octubre 2019	Acceso a la información Pública	Código:	A-AIP-POL-003
Fecha Revisión:	Marzo 2020		Versión:	01

	<p>percepciones, valores. Es el ingrediente fundamental que hace posible la gestión de la organización en la construcción de la identidad y la cultura institucionales y permite la construcción de una relación transparente, confiable y veraz entre el ISFODOSU y los distintos interlocutores sociales con los que interactúa. Constituye, por ende, el fundamento que hace posible la proyección de una imagen corporativa consistente y diferenciada.</p>
- Comunicación externa	<p>La que se dirige especialmente a las distintas audiencias que no son parte de la comunidad universitaria.</p>
- Comunicación interna	<p>La que integra especialmente (o exclusivamente) a las distintas audiencias internas.</p>
- Comunicación promocional	<p>La comunicación que hace uso de los medios comerciales, cuya finalidad es la captación de nuevos estudiantes</p>
- Comunidad Universitaria	<p>O comunidad académica es el conjunto de personas que integran la institución. La comunidad del ISFODOSU está compuesta por los siguientes grupos:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Alta dirección: se refiere a las personas que ocupan una posición directiva. Incluye a los miembros de la Junta de Directores, así como los Vicerrectores y Directores miembros del Consejo Académico.b) Personal administrativo y de apoyo: personas que desempeñan funciones de naturaleza administrativa.c) Personal docente: personas que ejercen funciones docentes.d) Estudiantes.
- Difusión	<p>Acción de transmisión de informaciones y de noticias a través de canales y medios a audiencias internas y/o externas.</p>
- Grupos de interés	<p>Grupos de personas que inciden directa o indirectamente en la imagen y en la reputación de la Institución, consiguiendo un impulso o un freno al desarrollo de las mismas.</p>



Fecha Creación:	Octubre 2019	Acceso a la información Pública	Código:	A-AIP-POL-003
Fecha Revisión:	Marzo 2020		Versión:	01

- Identidad	Rasgos que definen la personalidad de la organización, expresados en la marca ISFODOSU, sus atributos y características diferenciadoras, que la hacen única.
- Imagen	Conjunto de percepciones y valoraciones de los rasgos y atributos que caracterizan a una organización, una marca o un producto o un servicio.
- Incidente	Situación adversa ante la cual, a diferencia de una crisis, la institución cuenta con estrategias de abordaje y mitigación, así como los instrumentos, capacidades y el tiempo para volver a la normalidad y salvaguardar la reputación corporativa.
- Información	Representación de datos con significado, con inclusión de formas textuales, numéricas, gráficas, cartográficas, narrativas o audiovisuales, y en cualquier medio, ya sea digital, en papel, en pantallas de computadoras, audiovisual u otro.
- Medios de comunicación	Canales que permiten o facilitan la comunicación/difusión de informaciones relacionadas con la institución hacia sus públicos de interés y de éstos con la universidad.
- Noticia	Hecho novedoso sobre la institución, su quehacer o sus integrantes de interés para sus audiencias.
- Portal institucional	Sitio web de la institución, representado por la dirección URL www.isfodosu.edu.do , mediante el cual se accede a una serie de recursos, servicios y páginas web. Representa a la institución y las informaciones que se publican en el mismo tienen un carácter oficial.
- Prensa	Medios de comunicación masiva (radio/tv/prensa escrita en formato de entrega físico o digital) cuyos contenidos informan, entretienen y educan a las audiencias, generando opinión pública. También se utiliza este término para referirse a los periodistas que trabajan en los medios de comunicación.
- Prospectos	Potenciales estudiantes de los distintos programas que ofrece el ISFODOSU.



Política General de Comunicación

Fecha Creación:	Octubre 2019	Acceso a la información Pública	Código:	A-AIP-POL-003
Fecha Revisión:	Marzo 2020		Versión:	01

- Protocolo	Conjunto de normas, tradiciones, costumbres y técnicas que se disponen para la organización de los actos institucionales. En este contexto, se refiere a las normas y reglas ceremoniales establecidas por decreto o por costumbre.
- Redes sociales	En este documento el concepto se refiere a las plataformas de la web 2.0 diseñadas para acoger comunidades virtuales de personas interconectadas que comparten contenido, información, archivos, fotos, audios, videos, etc. Las redes sociales institucionales son aquellas gestionadas directamente como medios de comunicación de la institución y a través de las cuales el ISFODOSU da a conocer sus novedades e informaciones de interés.
- Reputación corporativa	Reconocimiento social que se otorga a una institución por su comportamiento corporativo y la coherencia con sus principios. Reconocimiento público de la capacidad de la organización de crear valor de forma permanente.
- Vocería o rol de portavoz	Acto de hablar en nombre de la institución llevando su representación ante las distintas audiencias y asumiendo la responsabilidad formal de transmitir posiciones oficiales de la institución ante determinadas audiencias.

V. POLÍTICAS

1) Principios fundamentales

El ISFODOSU promueve una comunicación orientada por los valores que inspiran a la institución. Por ende, sus lineamientos son coherentes y consistentes con los siguientes principios:

- (1) El compromiso con la objetividad y el rigor, la veracidad, la pertinencia y el sentido de oportunidad.
- (2) El apego a la transparencia y al deber de rendición de cuentas que debe regir para toda entidad pública.
- (3) El respeto al ser humano, su dignidad y su diversidad, lo que se expresa en una comunicación respetuosa y tolerante, en el marco de los límites que imponen las normas institucionales.
- (4) El diálogo abierto como fundamento de la comunicación, sustentado en la habilitación permanente de espacios y medios de intercambio y retroalimentación.



Fecha Creación:	Octubre 2019	Acceso a la información Pública	Código:	A-AIP-POL-003
Fecha Revisión:	Marzo 2020		Versión:	01

- (5) La libertad de expresión de cada miembro de la comunidad, en el marco del rigor académico y el respeto del mandato estatutario de apartidismo así como del Código de Ética y de las demás normas y/o reglamentos institucionales.
- (6) El mejoramiento continuo en las prácticas, los medios y formatos de la comunicación, enfocado en la mejor atención a los beneficiarios de nuestros servicios, y teniendo la excelencia como norte.
- (7) El profesionalismo en la gestión de la comunicación, con la clara conciencia de que, en la debida planificación y la coherencia de los mensajes, el diseño de estrategias y la selección de los medios apropiados para cada fin, dependen la imagen de la institución.
- (8) El compromiso con su misión educadora, que se traduce en una comunicación que asume un rol modelador ante la sociedad en el marco de la conformación de una ciudadanía democrática.

2) Canales y medios de comunicación

ISFODOSU gestiona con eficacia, eficiencia y oportunidad los canales propios de comunicación institucional, así como las relaciones con los medios de comunicación externos, para mantener un flujo informativo adecuado hacia todas sus audiencias y asegurar que éstas dispongan de información relevante sobre el quehacer institucional.

En sintonía con lo conferido en el Estatuto Orgánico acerca de la centralización normativa y desconcentración operativa, la gestión de la comunicación institucional en los recintos que componen el Instituto responderá a un esquema matricial.

Desde la sede central se desplegarán las estrategias necesarias para asegurar una proyección equitativa y equilibrada de las actividades y novedades de los recintos. Se velará proactivamente por mantener canales bi-direccionales y medios de comunicación adecuados para enterarse del acontecer en todos los recintos y a su vez asegurar que la comunicación fluya ágil hacia todos éstos.

La información publicada en el portal institucional y/o difundida a través de cuentas institucionales de correo electrónico será considerada oficial. Adicionalmente, con el objetivo de asegurar una comunicación oportuna y de amplio alcance, se procurará siempre desplegar estrategias multicanal, de modo que los flujos de comunicación alcancen a toda la comunidad y mantengan informada la ciudadanía, incluyendo a las personas que no tienen acceso a los medios electrónicos.

La creación de medios de comunicación institucionales dirigidos a grupos de interés internos y externos deberá ser aprobada por el Departamento de Difusión y Relaciones Públicas.

149



Política General de Comunicación

Fecha Creación:	Octubre 2019	Acceso a la información Pública	Código:	A-AIP-POL-003
Fecha Revisión:	Marzo 2020		Versión:	01

3) Ámbitos de aplicación

A través de la comunicación cada miembro del ISFODOSU contribuye con el logro de la visión institucional propiciando un clima de participación, trabajo en equipo, productividad, orientación a logros, respeto, creatividad y elevados estándares de calidad.

El sistema de comunicación institucional se organiza en seis (6) grandes ámbitos, considerados en función de los grupos de interés con los cuales se mantiene la comunicación. Éstos son:

1. Comunicación interna
2. Comunicación con egresados
3. Comunicación promocional
4. Comunicación gubernamental
5. Comunicación con organizaciones aliadas nacionales e internacionales
6. Comunicación con la sociedad

La Rectoría delega en la Dirección de Proyección Institucional el desarrollo de planes, estrategias y medios de comunicación con los distintos grupos de interés en cada uno de estos ámbitos. En algunas de estas funciones, este departamento se apoyará, según el grupo de interés, en otras instancias del ISFODOSU que asumirán la responsabilidad de fungir como corresponsables, facilitadoras o vocera, como se expresa en siguiente recuadro:

ÁMBITOS DE COMUNICACIÓN	GRUPOS DE INTERÉS	INSTANCIAS CORRESPONSABLES
Comunicación interna	Junta Directiva	Dirección de Despacho/Rectoría
	Consejo Académico	Rector
	Colaboradores docentes	Vicerrectoría Académica Direcciones académicas de recinto, a través de VRA
	Colaboradores administrativos	Dirección de Gestión Humana Sección de Recursos Humanos de recintos, a través de la DGH.



Política General de Comunicación

Fecha Creación:	Octubre 2019	Acceso a la información Pública	Código:	A-AIP-POL-003
Fecha Revisión:	Marzo 2020		Versión:	01

	Estudiantes	Dirección de Bienestar estudiantil de la VRA Dirección de Admisiones y Registro
	Comunidad universitaria en Recintos	Vicerrectoría Ejecutiva de Recintos
Comunicación con egresados	Egresados	Vicerrectoría de Investigación y Postgrado a través de la División de Egresados
Comunicación promocional	Prospectos	Dirección de Admisiones y Registro
Comunicación con organizaciones aliadas nacionales e internacionales	Organizaciones nacionales e internacionales	Rectoría
Comunicación gubernamental	MINERD MEESCyT Y otras instituciones estatales	Rectoría
Comunicación con la sociedad	Ciudadanía	Rectoría
	Comunidades aledañas	Vicerrectoría de Investigación y Postgrado
	Empresariado	Rectoría

4) Escenarios de comunicación

Esta política se estructura a partir de ocho (8) escenarios que, para los fines, deben ser considerados como políticas específicas.



Fecha Creación:	Octubre 2019	Acceso a la información Pública	Código:	A-AIP-POL-003
Fecha Revisión:	Marzo 2020		Versión:	01

a) Sobre la imagen institucional

La imagen del ISFODOSU se construye y fortalece a través de una proyección homogénea, consistente y coherente con su identidad y valores institucionales. Es, en este sentido, el resultado de un conjunto de atributos armónicamente articulados que configuran la personalidad de la marca del ISFODOSU. Por ende, cada miembro de la comunidad con responsabilidad de gestión o coordinación velará por la imagen de la institución en los distintos espacios de comunicación y en las actividades institucionales, sean de naturaleza académica o administrativa, en cada uno de sus recintos.

Para facilitar la aplicación de los estándares establecidos, y para la toma de decisiones específicas sobre el uso de imágenes, piezas y medios institucionales, el ISFODOSU pone a la disposición de la comunidad universitaria su **Manual de Identidad Corporativa** a través de su portal institucional.

La Dirección de Proyección Institucional es la responsable de monitorear el cumplimiento y buen uso de los estándares trazados en el Manual de Identidad Corporativa en cada una de las piezas y medios de promoción, publicidad e institucionales con impacto en los públicos de interés, así como en las actividades institucionales, tanto en el ámbito interno como externo.

b) Sobre la comunicación interna

Los mecanismos de comunicación interna del ISFODOSU deben promover el diálogo entre los distintos grupos que componen la comunidad universitaria, con el interés de fortalecer el sentido de pertenencia y el compromiso con los valores institucionales.

La comunicación hacia y entre los estamentos de la comunidad universitaria procura afianzar una cultura institucional que promueve la administración eficaz, eficiente y transparente de los recursos del Estado, la confiabilidad de la rendición de cuentas y el cumplimiento de las leyes y normas institucionales.

El Departamento de Difusión y Relaciones Públicas es responsable de crear y mantener los medios de comunicación y las estrategias necesarios para asegurar una comunicación interna fluida, oportuna, pertinente y eficaz.

Cada miembro de la comunidad universitaria asume la responsabilidad de servir a los intereses del ISFODOSU y garantizar, en sus comunicaciones, el contenido apropiado en todo momento, consciente de su rol modelador ante la sociedad.



Fecha Creación:	Octubre 2019	Acceso a la información Pública	Código:	A-AIP-POL-003
Fecha Revisión:	Marzo 2020		Versión:	01

c) Sobre la comunicación promocional

Las estrategias promocionales del ISFODOSU y las acciones de comunicación comercial que se deriven de éstas deberán ser coherentes con los lineamientos de la imagen institucional y respetar en todo momento los valores y principios desglosados en esta política.

Sus contenidos y los medios en los que éstos se proyecten deberán asegurar el respeto a la dignidad humana y la igualdad con equidad en el marco de una institución de naturaleza pública, académica y pedagógica.

El Departamento de Mercadeo, como unidad responsable de la promoción de la oferta de programas, productos y eventos del ISFODOSU, debe asegurarse que las estrategias, acciones y soportes de comunicación comercial cumplan con estas prerrogativas.

d) Sobre la gestión de los medios digitales

El ISFODOSU promueve el aprovechamiento de los medios digitales de comunicación por su amplitud de alcance, agilidad y costo efectividad y, dentro de éstos, prioriza aquellos cuyas plataformas son de dominio propio, con especial atención en el portal institucional.

De igual modo, en procura de mantener el diálogo abierto, el intercambio y retroalimentación con los miembros de su comunidad y otros grupos de interés, promueve el uso de las redes sociales como espacios de comunicación horizontal, bajo la premisa de que la reputación del Instituto se somete tanto a los beneficios como a los riesgos propios de estos medios, amplificadas por las tecnologías que los sostienen. Todo contenido que se publique en las redes sociales tendrá un carácter informativo. Para otorgar oficialidad a los contenidos difundidos a través de estas plataformas, las publicaciones en las redes sociales deberán tener un enlace al portal institucional.

El Departamento de Difusión y Relaciones Públicas es responsable de la gestión de las cuentas institucionales en las redes sociales y del monitoreo continuo de las menciones del ISFODOSU en la web.

Cualquier iniciativa de carácter institucional que surja de una instancia distinta y que utilice el nombre del Instituto (tanto en la sede como en los recintos) debe ser aprobada por este Departamento, previa solicitud formal y registro de credenciales.

El Departamento de Comunicación contará con un **Manual de Uso y Presencia en las Redes Sociales**, a disposición de la comunidad, en el que se enlistan las indicaciones de buenas prácticas, lenguaje, imagen, así como los riesgos asociados a una gestión no profesional.

Fecha Creación:	Octubre 2019	Acceso a la información Pública	Código:	A-AIP-POL-003
Fecha Revisión:	Marzo 2020		Versión:	01

e) Sobre la gestión de prensa

Por su carácter estatal y su servicio público, el ISFODOSU tiene el deber de mantener informada a la ciudadanía sobre su quehacer y desempeño, y para ello, cultiva relaciones positivas con los medios de comunicación tanto a nivel local, como a nivel nacional, a través de una gestión transparente, profesional y oportuna de contenidos.

Las relaciones con los medios de comunicación, locales y de alcance nacional, dependen directamente del Departamento de Difusión y Relaciones Públicas. En el nivel local, los recintos apoyarán la coordinación de difusión informativa en los medios locales, que estarán alineadas con las estrategias y los mensajes definidos por el Departamento de Difusión y Relaciones Públicas, única dependencia que cuenta con la facultad de emitir comunicados institucionales a la prensa. En este sentido, los comunicados o notas informativas que se emitan desde los recintos deben contar con la aprobación de dicho departamento.

f) Sobre la vocería institucional

El Rector, como la máxima instancia de dirección ejecutiva, ostenta el rol de portavoz institucional y es la persona responsable ante los medios de comunicación, los miembros de la comunidad universitaria y ante cualquier institución, organismo o grupo de interés de los pronunciamientos de carácter institucional.

En el ejercicio de sus funciones, puede delegar en los miembros del Consejo Académico la función de vocería en aquellas situaciones o espacios que requieren un pronunciamiento institucional y conciernen específicamente a áreas bajo la responsabilidad de éstos.

Los pronunciamientos de los vicerrectores y otros miembros de la alta dirección ante los medios de comunicación serán considerados pronunciamientos oficiales y deberán contar con la aprobación del Rector.

Anualmente, o cuando la institución lo requiera, el Departamento de Difusión y Relaciones Públicas desarrollará los entrenamientos necesarios para que los potenciales voceros institucionales cuenten con las herramientas y competencias para asumir el rol de portavoz institucional si fuere necesario.



Fecha Creación:	Octubre 2019	Acceso a la información Pública	Código:	A-AIP-POL-003
Fecha Revisión:	Marzo 2020		Versión:	01

g) Sobre el protocolo institucional en los eventos

La Dirección de Proyección Institucional, a través de la unidad de Protocolo y Eventos es responsable de establecer los lineamientos del protocolo y el ceremonial del ISFODOSU, de velar por la solemnidad de los eventos académicos oficiales y de asegurar la calidad y pulcritud en la organización de todos los actos universitarios de trascendencia pública.

La organización de eventos de alto impacto institucional, especialmente los que cuentan con públicos internos y externos y/o sean convocados por la Rectoría, serán responsabilidad de esta Dirección. En las demás actividades esta instancia ofrecerá la debida asesoría y soporte a las instancias organizadoras en lo relativo a montaje, ambientación, aspectos organizativos y presencia de la marca, así como en aspectos de protocolo y ceremonial institucional.

La convocatoria de prensa siempre será gestionada por el Departamento de Difusión y Relaciones Públicas.

h) Sobre la comunicación de crisis

En el ámbito de la comunicación y, por ende, en el contexto de esta política, una crisis es una situación grave inesperada que afecta a la organización en alguna de sus funciones clave, con potencial de escalar en intensidad, perjudicar a sus audiencias estratégicas o grupos de interés, y generar un impacto negativo en la reputación de la institución en la opinión pública.

El ISFODOSU mantiene una gestión preventiva y de evaluación continua de riesgos, lo que le permite reconocer a tiempo los incidentes y actuar oportunamente ante cualquier situación que pudiere afectar la imagen y reputación institucionales.

De igual modo, reitera su compromiso de gestión profesional, proactiva y responsable de la comunicación en momentos de crisis y de emergencia, lo que se traduce en un accionar basado en la prevención, mitigación y remediación de los efectos, cuidando ante todo el bienestar de las personas.

El Departamento de Difusión y Relaciones Públicas será responsable de mantener actualizados el mapa de riesgos reputacionales y los instrumentos necesarios para hacer frente a los mismos.

Cualquier colaborador en puesto directivo de la organización tiene el compromiso de informar oportunamente y documentar, en caso que sea necesario, al Departamento de Difusión y Relaciones Públicas la información sobre las incidencias con potencial de activar una crisis .



Fecha Creación:	Octubre 2019	Acceso a la información Pública	Código:	A-AIP-POL-003
Fecha Revisión:	Marzo 2020		Versión:	01

5) El Plan Estratégico de Comunicación

A tono con la cultura de planificación estratégica que mantiene el Instituto, expresada en el Plan Estratégico Institucional, y para asegurar la coherencia en su accionar, el Departamento de Difusión y Relaciones Públicas formulará un Plan Estratégico de Comunicación, con la participación de las demás instancias de la Dirección de Proyección Institucional y las unidades académicas y administrativas que tienen entre sus responsabilidades la administración de procesos de comunicación interna y externa. El Plan Estratégico de Comunicaciones será revisado y actualizado anualmente.

En caso de que algunas unidades requieran planes de comunicación específicos, este Departamento apoyará su formulación y velará por que sean coherentes con el Plan Estratégico de Comunicación. Los planes operativos de la Dirección de Proyección Institucional y de sus instancias estarán alineados al Plan Estratégico de Comunicación.

6) Evaluación y mejora continua

La Dirección de Proyección Institucional contará con indicadores de gestión claramente definidos que permitan monitorear y evaluar la eficacia y pertinencia de los planes y acciones de comunicación establecidos de común acuerdo y validados por la Dirección de Planificación y Desarrollo.

7) Compromiso institucional

Cada estamento de la comunidad universitaria tiene responsabilidades indelegables en la promoción y en el cumplimiento de esta Política, las cuales desglosan de la siguiente manera:

a) Rector, vicerrectores y directores

- Asegurar que sea conocida, entendida y aplicada por los equipos de trabajo.
- Asegurar que los niveles medios dispongan de la información relevante para comunicarse con sus equipos de trabajo de manera efectiva.
- Mantener canales abiertos de comunicación de dos vías.



b) Coordinadores académicos y administrativos

- Mantener una comunicación continua y fluida en sus ámbitos de acción, inspirada en los valores institucionales y en los principios de la comunicación aquí desglosados.



Política General de Comunicación

Fecha Creación:	Octubre 2019	Acceso a la información Pública	Código:	A-AIP-POL-003
Fecha Revisión:	Marzo 2020		Versión:	01

- Utilizar los canales de comunicación de dos vías y asegurar el flujo de información transversal.
- c) La Dirección de Proyección Institucional**
 - Asumir esta política con responsabilidad plena, garantizando una gestión profesional de la comunicación institucional.
 - Impulsar las estrategias adecuadas para asegurar una óptima proyección de la vida institucional con los insumos, los recursos y las herramientas disponibles.
 - Velar por el cumplimiento de las normativas que se desprendan de esta Política.
 - Velar por la mejora continua de las herramientas y las prácticas de comunicación.
- d) Toda la comunidad universitaria**
 - Ser embajadores de la marca ISFODOSU, asumiendo plenamente los valores institucionales y los principios de la comunicación derivados de éstos.
 - Mantenerse informados de las actividades del Instituto haciendo uso de los medios y canales de comunicación institucional con el fin de asumir las responsabilidades propias de sus posiciones de manera eficaz.

VI. CONTROL DE EMISIÓN

Elaboró	Revisó	Aprobó
<i>Patricia Mora</i> Encargada de Comunicación y RRPP	<i>Sharon Schnabel</i> Directora de Planificación y Desarrollo	<i>Julio Sánchez Mariñez</i> Rector



VII. CONTROL DE CAMBIOS

No. de Versión	Fecha de Actualización	Descripción del Cambio
1	03/03/2020	Creación del documento.

