

# PLAN DE COMUNICACIÓN 2024

## UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL

Elaborado por:	Aprobado por:
Ana Llumiquinga García Coordinadora Comunicación e Imagen Institucional	Santiago Illescas Rector



## NORMATIVA LEGAL VIGENTE

En el Estatuto Interno del Instituto Sucre en el artículo 55 señala que: *“La Unidad de Comunicación es la encargada de velar por la identidad e imagen del Instituto Superior Universitario, mediante el diseño de estrategias de comunicación organizacional y la difusión de actividades informativas que aporten al fortalecimiento institucional”*





## NORMATIVA LEGAL VIGENTE

Artículo 56.- Atribuciones y responsabilidades de la Unidad de Comunicación e imagen institucional:

- a) Elaborar planes, programas y proyectos comunicacionales;
- b) Asesorar a las diferentes unidades administrativas de la institución en temas técnicos de comunicación institucional;
- c) Proponer estrategias comunicacionales de corto, mediano y largo plazo para difundir y posicionar las decisiones, directrices, acciones y actividades institucionales;
- d) Controlar la ejecución de planes, programas y proyectos comunicacionales acorde a los objetivos institucionales,



## NORMATIVA LEGAL VIGENTE

- e) Desarrollar y difundir contenidos comunicacionales de la gestión institucional en las plataformas digitales;
- f) Analizar y desarrollar estrategias comunicacionales ante hechos que representen riesgos o daños a la imagen institucional;
- g) Elaborar, cumplir y hacer cumplir el Manual de Imagen Institucional;
- h) Gestionar con las unidades administrativas de la institución, la actualización y mantenimiento del sitio web y proponer las modificaciones necesarias;
- i) Articular con la Unidad de Talento Humano, la actualización de los canales de comunicación referente a publicaciones de interés interno;
- j) Elaborar y dar seguimiento al cumplimiento de su Plan Operativo Anual;
- y,
- k) Demás atribuciones que le fuesen delegadas en el ámbito de sus competencias.



## POA SUCRE 2024

Objetivo Estratégico 1. - Alcanzar la excelencia académica, organizacional y tecnológica.

Objetivo Estratégico 3.- Afianzar la institución a nivel nacional con proyección internacional.



## OBJETIVO

Afianzar la imagen de la institución a nivel nacional con proyección internacional, a través del fortalecimiento de la imagen institucional, la aplicación del marketing, la comunicación digital y la ejecución de los 5 ejes de la comunicación integral y de esta manera se logre obtener una comunicación interna y externa eficiente.



## DIMENSIONES DE LA COMUNICACIÓN

Para lograr el objetivo comunicacional se trabajará en base a los 5 ejes de la comunicación que son:

1. Comunicación institucional
2. Comunicación externa
3. Comunicación digital
4. Relaciones Públicas
5. Comunicación de Crisis



# 1. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL (INTERNA)

## OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

**1.1 Fortalecer la Identidad del Instituto Sucre a través del** manejo del discurso y el mensaje que el Instituto y su máxima autoridad deberá difundir al público de forma correcta.

**1.2 Fortalecer la identidad conceptual** mediante el posicionamiento adecuado de la misión, visión, valores institucionales, Código de ética de la y responsabilidad social, aspectos que lograrán definir la identidad conceptual institucional.

**1.3 Fortalecer la identidad visual,** a través del diseño del material corporativo; papel corporativo diseño del uniforme y señalética de la Institución integrados en el manual de imagen, el que responda a las necesidades de posicionamiento de la institución.

## INDICADORES

**1.1.** Elaborar 12 líneas argumentales, 120 copys para contenido en redes sociales.

1.2 Elaborar 12 acciones para posicionar la filosofía institucional en la comunidad educativa

1.3 Difundir 3 veces al año el uso correcto del Manual de Imagen institucional.



1.4. Crear la huella mental de la Institución que refleje personalidad, promesa y una forma de actuar propia, se recomienda sea una marca visual, emocional, educativa, racional y cultural.

1.5. Mantener una buena comunicación interna e información de calidad, con la finalidad de mantener informada a la comunidad educativa sobre la gestión institucional.

1.6 Gestión del material Institucional del ISU Sucre, Elaboración de; folletos, presentaciones, material gráfico y audiovisual, gestión de la web corporativa, redes sociales y chats institucionales.

1.4. Crear 12 contenidos para campañas que conecten emocionalmente con el público objetivo.

1.5. Diseñar 48 boletines informativos de las principales actividades que realiza la institución

1.6. Se elaborará el 100% del material institucional gráfico requerido por los usuarios internos.

# INDICADORES

Indicador: 1.1.													
Fortalecer la Identidad del Instituto Sucre		<b>Responsable:</b> Ana Llumiquinga García											
<b>Línea base inicial</b>	Estatuto Interno POA 2024												
<b>Metas:</b>	A dic 2024, se ha logrado posicionar en un 50% la imagen institucional en la comunidad educativa												
Descripción del indicador:													
Fortalecer la Identidad del Instituto Sucre a través del manejo del discurso y el mensaje que el Instituto y su máxima autoridad deberá difundir al público de forma correcta, para esto se deberá elaborar 12 líneas argumentales y 120 copys mínimo para contenido en redes sociales.													
Tipo de elemento fundamenta l / Método de cálculo	Medio de verificación	Cronograma											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Esencial	Línea argumental enviada por correo electrónico	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Esencial	Evidencia gráfica de los eventos institucionales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Complementa rio	- Informe de anual de gestión												X
Complementa rio	- Informe que evidencie las actividades	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Indicador: 1.2.													
Fortalecer la Identidad conceptual del Instituto Sucre		<b>Responsable:</b> Ronny Chaguay											
<b>Línea base inicial</b>	Estatuto Interno POA 2024												
<b>Metas:</b>	A dic 2024, se ha logrado posicionar en un 50% la imagen conceptual de la Institución en la comunidad educativa												
Descripción del indicador:													
Fortalecer la identidad conceptual mediante el posicionamiento adecuado de la misión, visión, valores institucionales, Código de ética de la y responsabilidad social, aspectos que lograrán definir la identidad conceptual institucional. Elaborar 12 acciones para posicionar la filosofía institucional en la comunidad educativa													
Tipo de elemento fundamenta l / Método de cálculo	Medio de verificación	Cronograma											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Esencial	2 campañas internas enviadas por correo electrónico				X							X	
Esencial	Evidencia gráfica de las campañas				X							X	
Complementa rio	- Informe anual de gestión												X
Complementa rio	- Informe que evidencie las actividades	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

# INDICADORES

Indicador: 1.3.													
Fortalecer la identidad visual del Instituto Sucre		<b>Responsable:</b> Ronny Chaguay											
<b>Línea base inicial</b>		Estatuto Interno POA 2024											
<b>Metas:</b>		A diciembre del 2024, se ha logrado difundir en 3 ocasiones el manual de marca a las Unidades y Coordinaciones para su debida aplicación											
Descripción del indicador:													
Fortalecer la identidad visual, a través del diseño del material corporativo; papel corporativo diseño del uniforme y señalética de la Institución integrados en el manual de imagen, el que responda a las necesidades de posicionamiento de la institución. Difundir 3 veces al año el uso correcto del Manual de Imagen institucional.													
Tipo de elemento fundamenta l / Método de cálculo	Medio de verificación	Cronograma											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Esencial	3 difusiones del Manual de Marca Institucional		X				X					X	
Esencial	Evidencia por correo electrónico de la difusión interna del Manual de Marca		X				X					X	
Complementa rio	- Informe de anual de gestión												X
Complementa rio	- Informe que evidencie las actividades		X				X					X	

Indicador: 1.4.													
Crear la huella mental del Instituto Sucre		<b>Responsable:</b> Ana Llumiquinga García											
<b>Línea base inicial</b>		Estatuto Interno POA 2024											
<b>Metas:</b>		A dic 2024, se ha logrado posicionar en un 50% la huella mental de la Institución en la comunidad educativa											
Descripción del indicador:													
Crear la huella mental de la Institución que refleje personalidad, promesa y una forma de actuar propia, se recomienda sea una marca visual, emocional, educativa, racional y cultural. Para lo cual se crearán 12 contenidos para campañas que conecten emocionalmente con el público objetivo.													
Tipo de elemento fundamenta l / Método de cálculo	Medio de verificación	Cronograma											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Esencial	12 contenidos para campañas que conecten emocionalmente con el público objetivo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Esencial	Evidencia gráfica de las campañas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Complementa rio	- Informe anual de gestión												X
Complementa rio	- Informe que evidencie las actividades	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

# INDICADORES

Indicador: 1.5.													
Mantener una buena comunicación interna e información de calidad		<b>Responsable:</b> Ana Llumiquinga, Alejandra Cervantes											
<b>Línea base inicial</b>	Estatuto Interno POA 2024												
<b>Metas:</b>	A diciembre del 2024, se ha logrado difundir en 3 ocasiones el manual de marca a las Unidades y Coordinaciones para su debida aplicación												
Descripción del indicador:													
Mantener una buena comunicación interna e información de calidad, con la finalidad de mantener informada a la comunidad educativa sobre la gestión institucional, a través de Diseñar 48 boletines informativos de las principales actividades que realiza la institución													
Tipo de elemento fundamenta l / Método de cálculo	Medio de verificación	Cronograma											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Esencial	48 boletines institucionales difundidos a la comunidad educativa	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Esencial	Evidencia por correo electrónico de la difusión interna del Manual de Marca	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Complementa rio	- Informe de anual de gestión												X
Complementa rio	- Informe que evidencie las actividades	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Indicador: 1.6.													
Gestión del material Institucional del ISU Sucre,		<b>Responsable:</b> Ronny Chaguay											
<b>Gestión del material Institucional del ISU Sucre,</b>	Estatuto Interno POA 2024												
<b>Metas:</b>	A dic 2024, se ha logrado elaborar al 100% el material institucional requerido												
Descripción del indicador:													
Gestión del material Institucional del ISU Sucre, Elaboración de; folletos, presentaciones, material gráfico y audiovisual, gestión de la web corporativa, redes sociales y chats institucionales. Se elaborará el 100% del material institucional gráfico requerido por los usuarios internos.													
Tipo de elemento fundamenta l / Método de cálculo	Medio de verificación	Cronograma											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Esencial	El 100% del material institucional gráfico difundido por los diversos canales informativos requerido.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Esencial	Evidencia gráfica de las campañas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Complementa rio	- Informe anual de gestión												X
Complementa rio	- Informe que evidencie las actividades	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X



- Elaborar el plan de comunicación
- Definir las necesidades de comunicación interna y las herramientas necesarias.
- Captar los flujos de información y generar comunicación
- Desarrollar las comunicaciones internas: informativos, boletines, chats institucionales, carteleras, correo electrónico, etc.
- Proponer iniciativas que estimulen a los colaboradores.
- Colaborar y asesorar a las demás unidades y carreras en la difusión y cobertura de asuntos institucionales.
- Definir indicadores y medir los resultados de las acciones.

## ACTIVIDADES DE LA COMUNICACIÓN INTERNA



## INDICADORES

2.1 Elaborar 12 campañas institucionales

## 2. COMUNICACIÓN EXTERNA

### OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

2.1 Actuar sobre la imagen institucional e incentivar a través de campañas a los estudiantes potenciales a elegirnos, con la difusión externa del mensaje, que será el conector con los jóvenes, el mismo que será diseñado desde las necesidades de ingreso a la educación superior del segmento de la población, para generar una relación permanente con ellos.

# INDICADORES



Indicador: 2.1.														
Actuar sobre la imagen institucional e incentivar a través de campañas a los estudiantes potenciales a elegir a la Institución		<b>Responsable:</b>		Ana Llumiquinga García										
<b>Línea base inicial</b>	Estatuto Interno POA 2024													
<b>Metas:</b>	A dic 2024, se ha logrado incrementar en un 5% los alumnos inscritos en la Institución.													
Descripción del indicador:														
Actuar sobre la imagen institucional e incentivar a través de campañas a los estudiantes potenciales a elegirnos, con la difusión externa del mensaje, que será el conector con los jóvenes, el mismo que será diseñado desde las necesidades de ingreso a la educación superior del segmento de la población, para generar una relación permanente con ellos a través de la elaboración de 12 campañas institucionales.														
Tipo de elemento fundamenta l / Método de cálculo	Medio de verificación	Cronograma												
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	
Esencial	12 campañas institucionales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Esencial	Evidencia en redes sociales sobre las campañas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Complementario	- Informe de anual de gestión													X
Complementario	- Informe que evidencie las actividades	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X



- Desarrollo de campañas publicitarias de posicionamiento.
- Ejecución y puesta en marcha de las acciones estratégicas informativas.
- Medición de los resultados de las acciones
- Relaciones Públicas con la comunidad educativa y aspirantes.

## ACTIVIDADES DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA



## INDICADORES

- 3.1. 120 publicaciones y 200 respuestas a usuarios.
- 3.2. 300 contenidos elaborados
- 3.3. 20 actualizaciones anuales de la página web.
- 3.4. 1 banco de imágenes en la web
- 3.5. 48 informativos creados

## 3. COMUNICACIÓN DIGITAL

Estará basada en un ecosistema de colaboración donde el usuario será el protagonista, entregando usabilidad y funcionabilidad de la web y redes sociales con un diseño emocional y accesible, con imágenes y producción audiovisual de alta calidad.

### OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- 3.1. Gestionar las redes sociales Facebook, twitter, Instagram, Tiktok y YouTube con contenido de calidad y ofreciendo respuestas rápidas a la comunidad.
- 3.2. Elaborar la planificación del contenido digital aplicando mensajes que conecten con la comunidad.
- 3.3. Actualizar periódicamente la página web para mantener informada a la comunidad sobre la gestión institucional.
- 3.4. Crear un banco de imágenes en la página web para que tengan acceso las carreras y la comunidad a las mismas.
- 3.5. Crear un informativo semanal digital como medio de comunicación con la comunidad educativa.

# INDICADORES

Indicador: 3.1.													
Gestionar las redes sociales		<b>Responsable:</b> Alejandra Cervantes											
<b>Línea base inicial</b>	Estatuto Interno POA 2024												
<b>Metas:</b>	A dic 2024, se han dado respuestas a todos los mensajes remitidos en redes sociales y se han realizado publicaciones institucionales.												
Descripción del indicador:													
Gestionar las redes sociales Facebook, twitter, Instagram, Tiktok y YouTube con contenido de calidad y ofreciendo respuestas rápidas a la comunidad. 120 publicaciones y 200 respuestas a usuarios.													
Tipo de elemento fundamental / Método de cálculo	Medio de verificación	Cronograma											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Esencial	120 publicaciones y 200 respuestas a usuarios.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Esencial	Evidencia gráfica de las publicaciones	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Complementario	- Informe de anual de gestión												X
Complementario	- Informe que evidencie las actividades	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Indicador: 3.2.													
Elaborar la planificación del contenido digital		<b>Responsable:</b> Ronny Chaguay											
<b>Línea base inicial</b>	Estatuto Interno POA 2024												
<b>Metas:</b>	A diciembre 2024, se ha logrado cumplir con el 100% de la planificación de redes sociales												
Descripción del indicador:													
Elaborar la planificación del contenido digital aplicando mensajes que conecten con la comunidad. 300 contenidos elaborados													
Tipo de elemento fundamental / Método de cálculo	Medio de verificación	Cronograma											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Esencial	300 contenidos elaborados en la matriz de planificación	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Esencial	Evidencia en cronograma de contenidos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Complementario	- Informe anual de gestión												X
Complementario	- Informe que evidencie las actividades	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

# INDICADORES

Indicador: 3.3.													
Actualizar periódicamente la página web.		<b>Responsable:</b>		Victoria Guachan									
<b>Línea base inicial</b>	Estatuto Interno POA 2024												
<b>Metas:</b>	A diciembre 2024, se han realizado el 100% de actualizaciones en la web institucional planificadas												
Descripción del indicador:													
Actualizar periódicamente la página web para mantener informada a la comunidad sobre la gestión institucional. 20 actualizaciones anuales de la página web.													
Tipo de elemento fundamental / Método de cálculo	Medio de verificación	Cronograma											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Esencial	20 actualizaciones anuales de la página web.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Esencial	Evidencia en la página web de las actualizaciones	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Complementario	- Informe de anual de gestión												X
Complementario	- Informe que evidencie las actividades	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Indicador: 3.4.													
Crear un banco de imágenes en la página web		<b>Responsable:</b>		Santiago Barriga									
<b>Línea base inicial</b>	Estatuto Interno POA 2024												
<b>Metas:</b>	A diciembre 2024, se creará un banco de imágenes pública institucional												
Descripción del indicador:													
Crear un banco de imágenes en la página web para que tengan acceso las carreras y la comunidad a las mismas.													
Tipo de elemento fundamental / Método de cálculo	Medio de verificación	Cronograma											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Esencial	1 banco de imágenes institucionales en la página web	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Esencial	Evidencia en cronograma de contenidos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Complementario	- Informe anual de gestión												X
Complementario	- Informe que evidencie las actividades	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

# INDICADORES



Indicador: 3.5.													
Crear un informativo semanal digital		Responsable:		Diego Bonilla									
Línea base inicial		Estatuto Interno POA 2024											
Metas:		A diciembre 2024, se elaborarán 35 informativos semanales											
Descripción del indicador:													
Crear un informativo semanal digital como medio de comunicación con la comunidad educativa. 35 informativos creados en el año.													
Tipo de elemento fundamenta l / Método de cálculo	Medio de verificación	Cronograma											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Esencial	35 informativos creados Y difundidos				X	X	X	X	X	X		X	X
Esencial	Evidencia en la página web				X	X	X	X	X	X		X	X
Complementa río	- Informe de anual de gestión												X
Complementa río	- Informe que evidencie las actividades				X	X	X	X	X	X		X	X



## 4. RELACIONES PÚBLICAS

### OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

4.1. Lograr que la imagen institucional tenga una imagen positiva y un reconocimiento en la comunidad, a través de las buenas relaciones públicas.

4.2. Mejorar el protocolo en la ejecución de procedimientos adecuados sobre la realización de eventos institucionales

### INDICADORES

4.1. Participación en 5 ferias educativas

4.2. 1 Manual de Protocolo

# INDICADORES

Indicador: 4.1.													
Lograr que la imagen institucional tenga una imagen positiva y un reconocimiento en la comunidad		<b>Responsable:</b>	Ronny Chaguay										
<b>Línea base inicial</b>	Estatuto Interno POA 2024												
<b>Metas:</b>	A diciembre 2024, se participarán en 5 ferias educativas												
Descripción del indicador:													
Lograr que la imagen institucional tenga una imagen positiva y un reconocimiento en la comunidad, a través de las buenas relaciones públicas. Participación en 5 ferias educativas													
Tipo de elemento fundamenta l / Método de cálculo	Medio de verificación	Cronograma											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Esencial	Participación en 5 ferias educativas		X	X	X			X		X			
Esencial	Evidencia en la página web de las actualizaciones		X	X	X			X		X			X
Complementa rio	- Informe de anual de gestión												X
Complementa rio	- Informe que evidencie las actividades		X	X	X			X		X			X

Indicador: 4.2													
Crear un manual de imagen institucional		<b>Responsable:</b>	Alejandra Cervantes										
<b>Línea base inicial</b>	Estatuto Interno POA 2024												
<b>Metas:</b>	A diciembre 2024, se creará un manual de protocolo institucional												
Descripción del indicador:													
Mejorar el protocolo en la ejecución de procedimientos adecuados sobre la realización de eventos institucionales, 1 Manual de Protocolo.													
Tipo de elemento fundamenta l / Método de cálculo	Medio de verificación	Cronograma											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Esencial	1 Manual de Protocolo												X
Esencial	Evidencia del Manual de protocolo difundido												X
Complementa rio	- Informe anual de gestión												X
Complementa rio	- Informe que evidencie las actividades												X



## GESTIÓN DE EVENTOS INSTITUCIONALES

Aspectos que se deben tomar en cuenta a la hora de organizar un evento institucional:

- Lugar: facilidad de acceso, acorde a la imagen que transmite la institución.
- Fecha y horario: adecuación y disponibilidad. Idoneidad con otros eventos.
- Ambientación: iluminación, sonido, accesos, número de asistentes, cartelería, Protocolo.
- Contratación de los servicios: catering, vídeo, grabación.
- Ponentes: gestión de sus movilización, recepción, invitación, recopilación de las ponencias y entrega de presentes.
- Materiales: diseño y entrega de materiales, vocativos, listas de invitados especiales y autoridades.
- Acreditaciones
- Maestro de Ceremonia.
- Difusión



- Elaborar boletines de prensa, y su contenidos para la difusión.
- Monitorear a los medios de comunicación.
- Controlar y formar la capacidad comunicativa de los portavoces.
- Guiar la organización de los actos públicos.
- Apoyar en el protocolo de los eventos institucionales
- Prestar asesoramiento en materia de protocolo y generar el manual interno de protocolo.

## **ACTIVIDADES DE RELACIONES PÚBLICAS**



## INDICADORES

- 5.1 12 líneas argumentales
- 5.2. 1 Comité de Crisis creado

## 5. COMUNICACIÓN EN CRISIS

### Objetivos Estratégicos:

5.1 Defender la imagen institucional y la de la máxima autoridad ante sus públicos objetivos y la opinión pública incluidos detractores.

5.2. Crear un Comité de Crisis estableciendo a los siguientes integrantes:

El Rector, cuya intervención debe ser moderada, para no contribuir a agravar o dramatizar la situación de crisis.

El responsable de comunicación

El responsable de relaciones interinstitucionales

El responsable jurídico

# INDICADORES

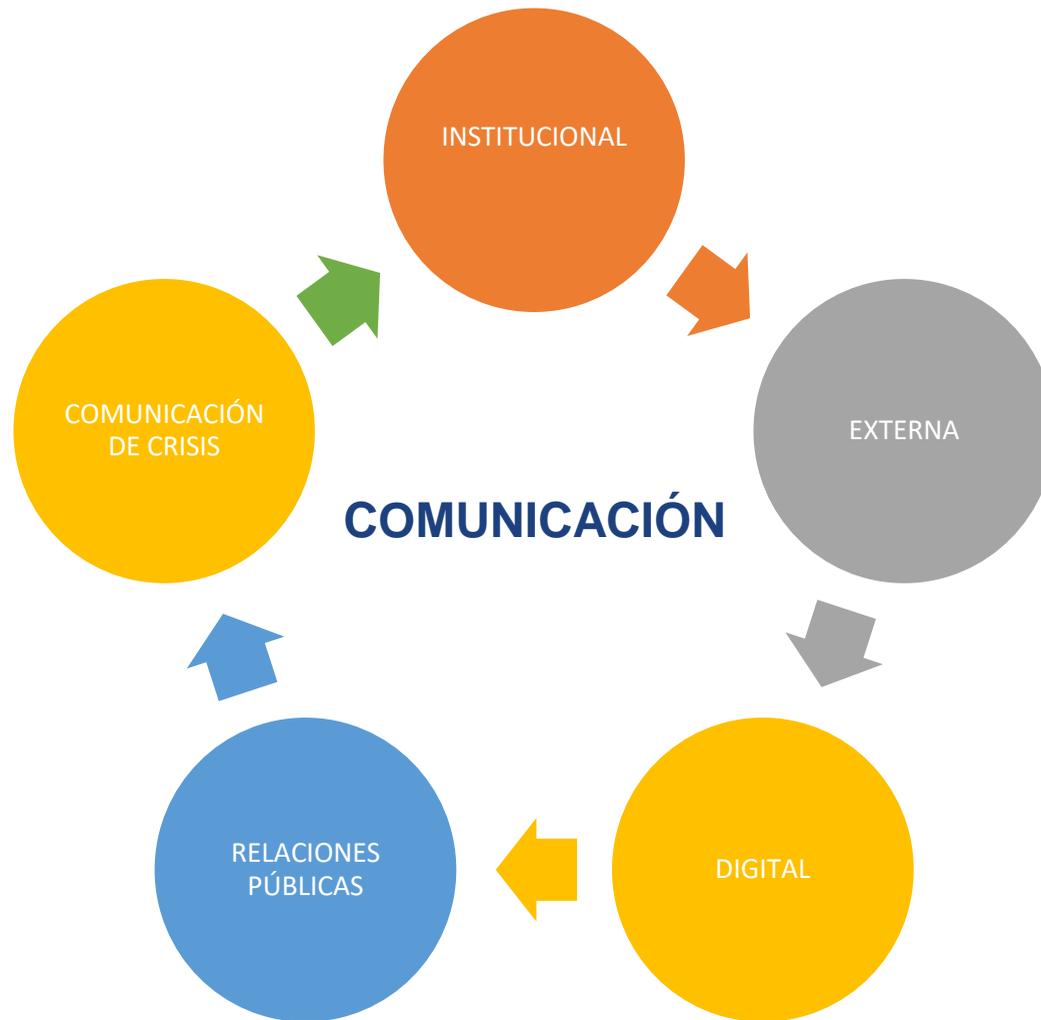
Indicador: 5.1.													
Lograr que la imagen institucional tenga una imagen positiva y un reconocimiento en la comunidad		<b>Responsable:</b>	Ana Llumiquina										
<b>Línea base inicial</b>	Estatuto Interno POA 2024												
<b>Metas:</b>	A diciembre 2024, se logrará cuidar la imagen institucional al 100%												
Descripción del indicador:													
Defender la imagen institucional y la de la máxima autoridad ante sus públicos objetivos y la opinión pública incluidos detractores. 12 líneas argumentales													
Tipo de elemento fundamenta l / Método de cálculo	Medio de verificación	Cronograma											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Esencial	12 líneas argumentales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Esencial	Evidencia en correo electrónico	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Complementa rio	- Informe de anual de gestión												X
Complementa rio	- Informe que evidencie las actividades	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Indicador: 5.2													
Crear un Comité de Crisis		<b>Responsable:</b>	Ana Llumiquina										
<b>Línea base inicial</b>	Estatuto Interno POA 2024												
<b>Metas:</b>	A diciembre 2024, se creará un comité de crisis												
Descripción del indicador:													
Crear un Comité de Crisis estableciendo a los siguientes integrantes: El Rector, cuya intervención debe ser moderada, para no contribuir a agravar o dramatizar la situación de crisis. El responsable de comunicación El responsable de relaciones interinstitucionales El responsable jurídico													
Tipo de elemento fundamenta l / Método de cálculo	Medio de verificación	Cronograma											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Esencial	1 Comité de Crisis creado												X
Esencial	Evidencia en correo electrónico												X
Complementa rio	- Informe anual de gestión												X
Complementa rio	- Informe que evidencie las actividades												X



## ACTIVIDADES DE LA COMUNICACIÓN EN CRISIS

- Designación de un comité de crisis.
- Elaboración de un manual de crisis.
- Diseño de la estrategia y puesta en marcha de actuaciones concretas durante la crisis.
- Elaboración de comunicados.
- Seguimiento y atención a los medios en la crisis y la pos-crisis



**GRACIAS**

SUCRE