

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

2024

INSTITUTO SUPERIOR
UNIVERSITARIO
SUCRE

Créditos:

Órgano Colegiado Superior

Rector

Santiago Illescas

Vicerrector

Néstor Castillo

Unidad de Comunicación e Imagen Institucional

Ana Llumiquinga García

Ronny Chaguay

Procuraduría General

Oswaldo Jurado

Unidad de Talento Humano

Eugenia Sánchez

Unidad de Gestión Estratégica

Danilo Ortiz

Coordinación de la Carrera de Marketing

Irina Luna

Consejo Estudiantil 2023 – 2024

Lizeth Parra

CONTENIDO:

Introducción	5
Marco General de la Política	8
Objetivos de la política	
Objetivo Institucional 1	12
Objetivo General	14
Objetivos Específicos	16
Alcance	19
Definición	21
Principios	23
Sistema de Comunicación del Instituto Sucre	25
De la Política de Comunicación Institucional	29
De la Política de Comunicación Interna	31
De la Política de Comunicación Externa	33
De la Política de Marca e Identidad Visual	36
Responsable	39
Evaluación y mejora de la política	41
Bibliografía	43



INTRODUCCIÓN



Introducción

En el Instituto Superior Tecnológico Sucre entendemos que, la comunicación es más que una simple transmisión de información; es el núcleo vital que define e informa nuestra identidad institucional y nuestra misión educativa.

En el Instituto Superior Tecnológico Sucre, creemos que una comunicación efectiva debería transmitir nuestro profundo compromiso con la educación de calidad, inclusiva y equitativa, tal como se describe en el Objetivo de Desarrollo Sostenible 4.

Nuestra misión es formar profesionales competentes con un espíritu emprendedor capaces de contribuir al desarrollo integral del país. Desde este punto de vista, la comunicación es un proceso cuyo fin es facilitar la interacción entre los miembros de nuestra comunidad educativa; al mismo tiempo, es un medio que proyecta nuestra identidad y consolida nuestras relaciones con el entorno.

La política de comunicación que presentamos a continuación es el resultado de un proceso participativo y colaborativo, en el que hemos involucrado a los principales actores de nuestra comunidad educativa. Hemos asegurado que la política sea el reflejo auténtico de nuestros valores institucionales y de nuestros objetivos educativos.

La elaboración de la política se basa en la necesidad de diseñar un marco sistematizado y coherente que regule nuestras prácticas comunicacionales, tanto al interior como al exterior de nuestra institución. Este documento representa el primer paso hacia un manejo más profesionalizado de la comunicación en el Instituto Superior Tecnológico Sucre, basada en la necesidad de fortalecer la identidad de nuestra institución, aumentar la eficacia de nuestras estrategias de comunicación y garantizar el derecho al acceso a la información.

Considerando que la comunicación es un proceso dinámico y en constante evolución, nuestra política busca fomentar una cultura de comunicación abierta, inclusiva y participativa. En este sentido, implementaremos estrategias para gestionar una mejor interacción con nuestros estudiantes, graduados, docentes y la comunidad en general. De esta manera, el Instituto Superior Tecnológico Sucre no solamente informará, sino también involucrará, formará y socializará, creará cohesión y participación.

La comunicación institucional no constituye un proceso único, sino se trata de un aspecto crítico que se presenta en múltiples dimensiones, cada una con sus diferencias y necesidades. Para poder crear una política de comunicación, necesitamos reflexionar en relación con nuestras audiencias, establecer claramente los objetivos que deseamos lograr con nuestra

comunicación y desarrollar mensajes que no solo informen a la comunidad, sino que también la atraigan e inspiren.

La política de comunicación del Instituto Superior Tecnológico Sucre depende de las siguientes dimensiones:

1) Identidad e Imagen institucional: la identidad del Instituto Superior Tecnológico Sucre es el “núcleo” de la comunicación y es lo que necesitamos hacer para expresarnos a nosotros mismos, hacer que nos escuchen y crear una imagen. La comunicación efectiva comienza en la identidad sólida y coherente, lo que nos permite crear una imagen que atraiga y nos represente adecuadamente.

2) Comunicación Institucional: implica planificar la comunicación con la intención de lograr los esfuerzos del instituto en lugar de reaccionar a los desafíos. En otras palabras, planificamos nuestros esfuerzos de comunicación en lugar de planificar reacciones, reacciones que implementamos para informar, cambiar percepciones, motivar comportamientos y atraer una imagen que respalde la imagen institucional.

3) Comunicación interna: es vital para el funcionamiento efectivo de Instituto Superior Tecnológico Sucre. La comunicación interna implica acciones apuntadas a mantener una comunicación y una intercomunicación efectiva entre todos los integrantes de nuestra comunidad educativa.

Implementamos varios canales para mantener a los estudiantes, docentes y administradores sistemáticamente informados, para asegurarnos de que se unan a nuestros esfuerzos y para crear una imagen de cultura institucional. La política de comunicación general se ha desarrollado vivamente, a través de un esquema que involucró a las autoridades, coordinadores, colaboradores, estudiantes y miembros clave de la comunidad. Esta es la única forma de garantizar que la política reflejará las necesidades y aspiraciones de todos los integrantes, es decir, asegurar una comunicación efectiva que contenga la información, pero ayude también a las personas con las que trabajamos.

4) Comunicación Externa: este aspecto describe la forma en que el Instituto Superior Tecnológico Sucre se presenta y se comunica con la audiencia externa. Se trata de comunicación estratégica y planificada, que definen nuestros destinatarios de manera clara y las estrategias para lograr llegar a ellos.

Nuestro objetivo final es promover a la institución, aumentar la confianza y la credibilidad, y difundir una imagen positiva que respalde nuestros planes y objetivos institucionales. La comunicación con el público externo no se trata solo de difundir nuestra oferta académica, sino también nuestra labor educativa, vinculación con la sociedad, innovación, bienestar estudiantil, investigación y todas las acciones que beneficien a la comunidad educativa, ya

que dicho enfoque es fundamental para crear valor y satisfacer las necesidades de nuestros estudiantes y otras audiencias.

5) Marketing: como Instituto Superior Tecnológico Sucre, el mercadeo es una función fundamental de la organización que se enfoca en fomentar la creación, la organización y la entrega de valor para nuestros estudiantes y la comunidad en general. Nuestro objetivo es crear vínculos digitales y presenciales estratégicos para que la Institución se beneficie, mientras que nuestros estudiantes lograrán la satisfacción, en este caso, nuestros estudiantes y docentes.

La participación adecuada en ferias y eventos, mejorará la exposición e imagen del Instituto Superior Tecnológico Sucre en el sector educativo.

6) Marca e Identidad Visual: la forma en que externalizamos visualmente nuestros mensajes define la identidad visual de la marca. Se trata de lo que el público puede recordar o reconocer de la institución. Desde el logotipo y los colores institucionales hasta el diseño de nuestras publicaciones, prendas e infraestructura, un estilo visual coherente facilita el reconocimiento de la institución y proyecta una imagen precisa de la entidad.

7) Gestión de Contenido: Se refiere al proceso que busca identificar y desarrollar los mensajes clave sobre lo que cada miembro de equipo contribuye. Facilita la creación de una cultura en la que todos los involucrados pueden contribuir con contenido propio. Tal acuerdo permite que las ideas se compartan y aprovechen, generando beneficios para la comunidad educativa y fortaleciendo de esta forma a la comunicación.

Marco general de la política

La Política de Comunicaciones del Instituto Superior Tecnológico Sucre cumple con los requerimientos legales nacionales:

En el artículo 16 numeral 2 de la Constitución de la República del Ecuador se establece el derecho de todas las personas, en forma individual o colectiva, a tener acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

El artículo 384 de la Constitución de la República del Ecuador, establece que el sistema de comunicación social debe asegurar el ejercicio de los derechos a la comunicación, la información y la libertad de expresión y fortalecer la participación ciudadana.

En el Estado constitucional de derechos y justicia, plurinacional e intercultural en consonancia con los principios y normas de la Convención Interamericana sobre Derechos Humanos, se reconocen los derechos a la comunicación, que incluyen entre otros, la libertad de pensamiento y expresión.

La libertad de expresión es un derecho reconocido en la Declaración Americana sobre los Derechos y Deberes del Hombre y la Convención Americana sobre Derechos Humanos, la Declaración Universal de Derechos Humanos, la Resolución 59(I) de la Asamblea General de las Naciones Unidas, la Resolución 104 adoptada por la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, así como en otros instrumentos internacionales.

La Ley Orgánica de Comunicación señala en el artículo 17.- Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones.

En el artículo 37.- Derecho al acceso de las personas con discapacidad. Se garantiza el derecho al acceso y ejercicio de los derechos a la comunicación de las personas con discapacidad. Para ello, los medios de comunicación social, las instituciones públicas y privadas que conforman el sistema de comunicación social desarrollarán progresivamente, entre otros, los siguientes mecanismos:

a) Uso de subtítulos;

- b) Incorporación de un recuadro adecuado para la interpretación de lengua de señas ecuatoriana;
- c) Sistema braille; y,
- d) Otros sistemas desarrollados o a desarrollarse;

“Artículo 61.- Contenido discriminatorio. Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que haga distinción, restricción, exclusión o preferencia basada en razones de nacionalidad, etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos, incite a la propagación de estereotipos que promuevan cualquier tipo de violencia de género o limite la libertad de expresión de los grupos minoritarios.”

Modelo de Acreditación 2024, del CACES, indicador 1.2.2. Indicador Ética Y Transparencia..." La comunidad educativa accede, por distintas vías, a información verídica, actualizada y suficiente sobre el funcionamiento, desarrollo y manejo de los recursos en la institución."

Hitos importantes que se encuentran en el Plan Estratégico de Desarrollo Institucional 2021-2025 v3.1 PEDI del Instituto Superior Tecnológico Sucre, consideraciones generales:

El Instituto Superior Universitario Sucre tiene sus orígenes en el Colegio Técnico Nacional Sucre que fue creado en 1959 y funcionó hasta 1974 como Institución municipal.

Posteriormente, mediante acuerdo N° 4191 del 17 de julio de 1996, la Dirección Nacional de Planeamiento de la Educación resuelve elevar al Colegio Técnico a la categoría de Instituto Técnico Superior con el post bachillerato en las especializaciones de Electricidad y Electrónica Industrial.

Cuatro años después, el CONESUP otorga el registro institucional N° 17-024, al nivel técnico superior en las carreras de Electricidad Industrial y Electrónica Industrial con fecha 4 de octubre del 2000.

La Escuela Politécnica del Litoral en convenio con el BID en su informe de evaluación de los colegios técnicos del país ubica en primer lugar al Técnico Sucre lo que permitió alcanzar el nivel tecnológico a través del cual se obtiene el acuerdo N° 166, del CONESUP; con fecha 23 de diciembre del 2003 se reconoce al Instituto Técnico Superior SUCRE, la categoría de Instituto Tecnológico Superior Sucre, ratificando las carreras de Electricidad y Electrónica Industrial.

Mediante acuerdo N° 1114, de la Dirección Provincial con fecha 24 de enero del 2005 se crea la especialidad de Electromecánica. La misma que se ratifica posteriormente con acuerdo N° 402 del CONESUP de fecha 14 de agosto del 2007 en donde además de Electromecánica, se crean las especialidades de Recursos Audiovisuales y Gestión Ambiental.

La Tecnología en Desarrollo Infantil Integral TDII inicia con el convenio de cooperación interinstitucional entre la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación SENESCYT con el código N° 20140048CI y el Ministerio de Inclusión Económica y Social, con documento N°. 012-MIES-2014. Iniciando con las primeras estudiantes en el periodo octubre 2013 a marzo 2014 con un total de 104 matriculadas.

Actualmente, el Instituto Superior Universitario Sucre brinda las carreras de: Campus Norte: Gestión Ambiental, Producción y Realización Audiovisual, Tecnología en Desarrollo Infantil Integral TDII, Marketing, Fotografía y Procesamiento de Alimentos. Mientras que en el Campus Sur funcionan las carreras de: Electricidad, Electromecánica, Electrónica, Contabilidad y Desarrollo de Software.

De conformidad con las Transitorias Tercera y Sexta del Reglamento de las Instituciones de Educación Superior de Formación Técnica y Tecnológica, aprobado el 15 de febrero de 2019, mediante RPC-04-No-057-2019, se aprueba el cambio de denominación de Instituto Tecnológico Superior Sucre a Instituto Superior Tecnológico Sucre.

El Consejo de Educación Superior, el 17 de marzo de 2021, mediante resolución RPC-SO-06No.171-2021, resuelve aprobar la fusión por absorción de los institutos superiores tecnológicos Consejo Provincial de Pichincha, Cinco de Junio y Andrés F. Córdova por parte del Instituto Superior Tecnológico Sucre. El 28 de julio de 2021, el CACES, con RESOLUCIÓN No. 073-SO-10-CACES-2021, acreditó por el período de tres años al Instituto Superior Tecnológico Sucre.

El 8 de diciembre de 2021, el CES, con Resolución RPC-SO-34-No.770-2021, en el artículo 2, otorga la condición de Superior Universitario al Instituto.



OBJETIVOS DE LA

POLÍTICA



Objetivo Institucional 1

Planificar el funcionamiento general del instituto en un marco de transparencia y ética en la gestión, procurando el bienestar integral de las personas.



OBJETIVO

GENERAL



Objetivo General

Establecer lineamientos estratégicos que, a través de procesos de comunicación eficientes y adaptados a los diversos ámbitos del Instituto Superior Tecnológico Sucre, permitan construir, fortalecer y gestionar relaciones efectivas tanto internas como externas, promoviendo un ambiente de colaboración, transparencia y unión institucional.



OBJETIVOS

ESPECÍFICOS



Objetivos Específicos:

1. Garantizar la transparencia y comunicación interna: asegurar que, de forma oportuna, toda la comunidad del Instituto Superior Tecnológico Sucre esté informada sobre los procesos y las decisiones u acciones tomadas por el Órgano de Gobierno del Instituto.

2. Fortalecer las relaciones con los grupos de interés: de acuerdo con lo anterior, consolidar la pertenencia y disposición a la colaboración constante en estudiantes, docentes, personal administrativo y otros actores clave.

3. Divulgación institucional a nivel local y nacional: dar a conocer la visión y misión del Instituto Superior Tecnológico Sucre y cómo impacta en el entorno pedagógico y social a través de canales de comunicación.

4. Promoción de la investigación: difundir los aportes al conocimiento de forma acordada, con el mayor alcance posible en la comunidad educativa.

5. Posicionamiento de la imagen institucional: hacer que la visión, directrices y áreas de especialización del Instituto Superior Tecnológico Sucre sean entendidos, de manera externa, por estudiantes potenciales e internamente, por la comunidad educativa.

6. Consolidación de fuentes de información interna: vinculación de los varios canales de comunicación, creados con el fin de suministrar información al Instituto Superior Tecnológico Sucre para garantizar fuentes de información claras, confiables, verificadas y contrastadas.

7. Adaptación de medios de comunicación: Desarrollar y utilizar medios de comunicación adecuados a cada audiencia, asegurando la efectividad del mensaje para los distintos públicos internos y externos.

8. Crear productos comunicacionales de calidad: Crear producciones audiovisuales, artes gráficas y textuales que respondan a los objetivos estratégicos institucionales y se logre encaminar e informar de manera oportuna y adecuada a la comunidad educativa.

9. Cuidado de la imagen visual institucional: Mantener el uso correcto y coherente de la imagen visual del Instituto Sucre, tanto en medios internos como externos, fortaleciendo su identidad institucional.

10. Identificación de mensajes clave: Definir mensajes clave para estructurar de manera coherente su divulgación, alineada con los objetivos institucionales.

11. Consistencia en la producción textual: Asegurar que todas las producciones textuales del Instituto Superior Tecnológico Sucre mantengan un tono y estilo coherentes con la imagen y valores de la institución.



ALCANCE



Alcance

El Instituto Superior Tecnológico Sucre presenta una Política de Comunicación transversal y estratégica, que tenga como objetivo articular de manera multidimensional las relaciones entre todos los miembros de la comunidad educativa. La misma que se extiende a coordinadores, docentes, estudiantes, investigadores, equipo administrativo y relacionados. Se insta con ello a su activa participación en los procesos que acontezcan y afecten a la institución.

Esta política fomenta una interacción dinámica entre los diferentes niveles; gobierno, académico, asesoría y apoyo, integrando de manera coherente las líneas misionales del Instituto Superior Tecnológico Sucre: formación, investigación, transferencia de conocimiento y servicio a la comunidad. Que a su vez permita una comunicación apegada al contexto y al destinatario; fomentando de esta manera el flujo de información de manera eficiente y colaborativo en todos los niveles del Instituto.



DEFINICIÓN



Definición

La Política de Comunicación del Instituto Superior Tecnológico Sucre constituirá una estrategia esencial para la institución, que involucra a todos los niveles de la misma. El documento propone los lineamientos que orienten el quehacer comunicacional, fortalezcan la identidad de la institución, promuevan un espacio de enriquecimiento colectivo para el encuentro, intercambio y participación al interior de la comunidad educativa.

Además, busca articular el trabajo de las distintas áreas que desarrollan productos comunicativos y coordinan los procesos de comunicación. Aunque estas áreas funcionen de manera independiente, su labor colaborativa genera sinergias valiosas que potencian el impacto institucional.



PRINCIPIOS



Transparencia: La comunicación debe ser coherente con los valores y la identidad del instituto, de manera que las audiencias internas y externas confíen en la veracidad de los mensajes. La transparencia fomenta credibilidad y refuerza el compromiso institucional con su comunidad.

Oportunidad: Los mensajes deben emitirse en el momento adecuado, cuando la audiencia necesita la información y está en condiciones de procesarla. Una comunicación oportuna es clave para generar sentido y evitar confusión o desinformación.

Veracidad: La comunicación institucional se fundamenta en la honestidad y la claridad, asegurando que todos los mensajes sean sencillos, reales y verdaderos. Este principio refuerza la confianza de los diferentes grupos de interés en la institución.

Relevancia: Los mensajes deben ser cuidadosamente seleccionados para cada audiencia, evitando la sobrecarga de información y asegurando que los contenidos sean de interés y estén ajustados al nivel de interpretación de cada grupo, contribuyendo así a la eficacia comunicativa.

Impacto: Los mensajes deben ser claros, motivadores y vinculantes, buscando generar una respuesta positiva y sinérgica en los receptores. Cada comunicación debe contribuir a la cohesión y motivación de la comunidad, creando un impacto real y constructivo.

Inclusión: El proceso comunicativo debe integrar a todas las unidades académicas, administrativas y grupos de interés, asegurando que todas las voces y perspectivas estén representadas. La inclusión es clave para articular a toda la comunidad en torno a los valores y objetivos del instituto.

Planeación: Una comunicación efectiva depende de una planificación cuidadosa. Es crucial identificar las necesidades puntuales de comunicación, definir objetivos claros y establecer estrategias adecuadas para cada audiencia. La planificación permite que los mensajes sean transmitidos a través de los medios correctos, maximizando su efectividad y relevancia.



SISTEMAS DE COMUNICACIÓN DEL

INSTITUTO SUCRE



Sistema de Comunicación del Instituto Superior Tecnológico Sucre

El Sistema de Comunicación del Instituto Superior Tecnológico Sucre se crea como una plataforma estratégica para fortalecer los procesos comunicativos dentro de la institución, contribuyendo a las funciones sustantivas del Instituto Superior Tecnológico Sucre: la docencia, la vinculación y la investigación. Este sistema busca crear espacios de expresión y participación, identificando a los actores clave que actúan como agentes de comunicación y motivándolos a participar de manera activa mediante el trabajo colectivo, la generación de conocimiento, la investigación y el aprendizaje significativo.

Este sistema está alineado con el Plan Estratégico de Desarrollo Institucional 2021-2025 v3.1 y tiene como propósito facilitar la difusión del conocimiento generado en la Institución, brindando apoyo fundamental a la transferencia del conocimiento hacia la comunidad y los diferentes targets.

Estructura del Sistema de Comunicación del Instituto Superior Tecnológico Sucre

El Sistema de Comunicación se articula en torno a áreas funcionales específicas que colaboran para alcanzar los objetivos institucionales. Estas áreas incluyen:

Unidad de Comunicación e Imagen Institucional: de acuerdo Estatuto del Instituto Superior Universitario Sucre, artículo 55. la Unidad de Comunicación e Imagen Institucional es la encargada de velar por la identidad e imagen del Instituto Superior Tecnológico Sucre, mediante el diseño de estrategias de comunicación organizacional y la difusión de actividades informativas que aporten al fortalecimiento institucional.

Es responsable de establecer la línea comunicativa del Instituto Superior Tecnológico Sucre, desarrollar planes de comunicación, manejar la reputación institucional, y crear vínculos con los públicos clave. Además, supervisa las estrategias de comunicación tanto internas como externas, asegurándose de que los mensajes sean consistentes y alineados con la normativa legal vigente de la institución. Además, se encarga de velar por el uso correcto de la identidad visual institucional, propone estrategias visuales que refuercen los mensajes emitidos y aseguren una comunicación visual clara y coherente.

Comisión de Comunicación: delegados de cada carrera quienes trabajan en conjunto con la Unidad de Comunicación e Imagen Institucional para fortalecer el posicionamiento de la

marca del Instituto y asegurar una comunicación efectiva con los estudiantes, futuros estudiantes y otros grupos de interés, fomentando el ingreso de nuevos estudiantes.

Coordinaciones de Carreras: los delegados de los coordinadores de carreras del Instituto Superior Tecnológico Sucre, serán quienes participarán de la comunicación interna y externa, por la naturaleza de sus funciones, en asuntos relacionados con la comunidad educativa, ciudadanía, sectores públicos, privados ONGs.

Unidades y Coordinaciones de los Niveles de Asesoría y Apoyo: las diferentes Unidades y Coordinaciones de los Niveles de Asesoría y Apoyo del Instituto Superior Tecnológico Sucre, contarán con un delegado, quien realizará los requerimientos en temas comunicacionales a la Unidad de Comunicación e Imagen Institucional del Instituto Superior Tecnológico Sucre, siguiendo el procedimiento de solicitud vía correo electrónico a comunicacion@tecnologicosucre.edu.ec.

Audiencias Clave

El Sistema de Comunicación del Instituto Superior Tecnológico Sucre identifica como audiencias clave a:

Futuros estudiantes

Estudiantes actuales

Docentes

Egresados

Personal docente y administrativo

Sociedad en general

Sector público y privado

Enfoques Clave del Sistema de Comunicación

El sistema de comunicación se estructura en cuatro áreas estratégicas, que serán las políticas específicas institucionales del Instituto Superior Tecnológico Sucre:

Comunicación Institucional: Enfocada en el manejo de la reputación del Instituto Superior Tecnológico Sucre, asegurando que la identidad institucional sea coherente y percibida de manera positiva por las audiencias internas y externas.

Comunicación Interna: Junto a la Unidad de Talento Humano promueven el sentido de pertenencia y un clima organizacional positivo, asegurando que el flujo de información entre las distintas carreras, unidades académicas y administrativas sea eficiente y efectivo, usando para el efecto diversos canales de comunicación internos.

Comunicación Externa: Alineada con las Coordinaciones de Carreras, Unidades y Coordinaciones de los Niveles de Asesoría y Apoyo, se enfoca en garantizar un mensaje consistente hacia las audiencias externas, a través de diversos canales de difusión, fortaleciendo el posicionamiento de marca y la oferta de valor del Instituto Superior Tecnológico Sucre, .

Marca e Identidad Visual: A través de la Unidad de Comunicación e Imagen Institucional, se asegura que la identidad visual institucional sea utilizada de manera coherente y consistente en todos los ámbitos, velando su buen uso y aplicación en toda la comunidad educativa, fortaleciendo la imagen del Instituto Superior Tecnológico Sucre ante sus públicos.



DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

INSTITUCIONAL



Política de Comunicación Institucional:

La Política de Comunicación Institucional del Instituto Superior Tecnológico Sucre es un marco regulador que dirige y orienta los procesos comunicativos de la Institución. Su principal objetivo será asegurar que el Direccionamiento Estratégico del Instituto Superior Tecnológico Sucre se comuniquen de manera clara y efectiva, tanto a nivel interno como externo. Esta política busca informar a la comunidad educativa sobre las decisiones estratégicas y operativas tomadas por los órganos directivos, y promover la participación activa de los estudiantes, docentes, personal administrativo, egresados y otros grupos de interés en los procesos institucionales.

Lineamientos Generales

Comunicación de decisiones estratégicas: Las resoluciones y decisiones tomadas por Máximo Órgano Superior, el Nivel de Gobierno, Coordinaciones de Carreras, Unidades y Coordinaciones de los Niveles de Asesoría y Apoyo deben ser estructuradas y comunicadas de manera clara y accesible a los grupos de interés relevantes. Se deben establecer mecanismos para que dichos grupos puedan interactuar y participar en la implementación y difusión de las decisiones.

Planes de comunicación institucional: Los proyectos transversales e institucionales, como la acreditación, la evaluación y el desarrollo humano, deberán contar con planes de comunicación ajustados que aseguren la difusión efectiva de la información y la participación activa de la comunidad educativa.

Comunicación de liderazgo: El rector, como líder institucional, deberá contar con un plan de comunicación que le permita mantener informada a la comunidad educativa sobre los avances y resultados de su gestión, promoviendo la transparencia y el compromiso institucional, a través de los procesos de rendición de cuentas establecidos por la Ley.

Gestión de crisis: La comunicación institucional deberá incluir un protocolo claro para el manejo de situaciones de crisis, donde los mensajes serán coordinados con los órganos de gobierno y el vocero designado, quien deberá actuar de manera eficaz y coherente ante los medios y la opinión pública.



DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

INTERNA



Política de Comunicación Interna:

La comunicación interna del Instituto Superior Tecnológico Sucre se centra en fomentar el diálogo y la colaboración entre los diferentes actores de la Institución. Es un proceso continuo que facilita el aprendizaje, la motivación y el trabajo en equipo. El Máximo Órgano Superior, el Nivel de Gobierno, Coordinaciones de Carreras, Unidades y Coordinaciones de los Niveles de Asesoría y Apoyo, docentes y estudiantes son las principales fuentes de esta comunicación.

Lineamientos para la Comunicación Interna:

Identificación de mensajes clave y desarrollo de estrategias específicas para cada grupo de audiencia interna.

Fomentar la idea de que todos los miembros de la institución son agentes de comunicación, responsables de compartir información relevante con sus compañeros.

Generar canales de comunicación interna y usar los existentes como; página web, correo electrónico institucional, redes sociales, podcast institucional, carteleras, Informativos internos, a través de los cuales se difunda información, noticias de relevancia, y temas mediáticos de interés de forma periódica a la comunidad educativa.

Evaluar y mejorar de manera continua los canales de comunicación interna para garantizar su eficacia y adaptabilidad a las necesidades de la comunidad.

Fortalecer la difusión en la prohibición del mal uso de los canales de comunicación internos como; correo electrónico institucional, redes sociales, carteleras, página web, etc.



DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

EXTERNA



Política de Comunicación Externa:

La comunicación externa busca proyectar la imagen del Instituto Superior Tecnológico Sucre a sus públicos externos, como futuros estudiantes, egresados y el sector público. Esta comunicación se desarrolla a través de medios digitales, página web, correo electrónico, redes sociales institucionales, informativos, prensa, televisión, podcast institucional y otros canales informativos, con el objetivo de posicionar la imagen institucional y destacar el valor agregado de la institución.

Lineamientos para la Comunicación Externa:

Fortalecimiento del Posicionamiento Institucional: La comunicación externa destaca y difunde las actividades y gestión de las autoridades del Instituto Superior Tecnológico Sucre, promoviendo su orientación estratégica en educación e inclusión, su enfoque en valores y fortalecimiento del espíritu emprendedor de su alumnado. A través de una imagen institucional sólida, invitará a ser parte de la Institución a futuros estudiantes y consolida su presencia en la mente del grupo objetivo.

Gestión de Medios y Canales de Comunicación: La elección de los canales adecuados es fundamental para asegurar que la información relevante generada dentro de la institución llegue a los públicos externos. Se deben utilizar plataformas digitales, redes sociales, prensa escrita y otros medios, con un enfoque estratégico para cada grupo de interés.

Estrategia de Voceros: El Instituto Superior Tecnológico Sucre cuenta con un equipo de voceros institucionales comprometidos con el Direccionamiento Estratégico institucional. Estos voceros deben ser capacitados y capaces de compartir el conocimiento generado y representar a la institución en situaciones clave, asegurando que los mensajes sean coherentes y alineados con los valores institucionales.

Comunicación en Situaciones de Crisis: En casos de crisis, la Institución cuenta con una estrategia de comunicación bien definida. El vocero principal será el Rector, quien será responsable de coordinar los mensajes y garantizar que se mantenga la transparencia y coherencia ante los medios y la opinión pública.

Proyección Nacional, Internacional y Relevancia Social:

La comunicación externa resalta las alianzas interinstitucionales, nacionales e internacionales, los programas de becas y la participación de la Institución en redes globales de conocimiento. Además, enfatizar el impacto positivo del Instituto Superior Tecnológico Sucre en la proyección social, destacando los esfuerzos de la Institución por mejorar el entorno local, nacional y con proyección internacional a través de sus investigaciones y proyectos de Vinculación con la Sociedad.

Proyección en Redes Sociales: Las redes sociales serán un pilar fundamental para la comunicación externa del Instituto Superior Tecnológico Sucre. Se desarrollarán contenidos visuales y escritos que promuevan la identidad institucional, fomenten la interacción con los públicos de interés y visibilicen los logros académicos y sociales.

Relaciones Públicas: Instituto Superior Tecnológico Sucre a través de la Unidad de Comunicación e Imagen Institucional buscará estrechar relaciones con instituciones afines, organismos públicos, empresas y medios de comunicación, con el objetivo de fortalecer su red de colaboración y generar mayor reconocimiento público.

Difusión de Proyectos y Eventos: Se difundirán los proyectos académicos, ferias y eventos institucionales del Instituto Superior Tecnológico Sucre, como congresos, seminarios y jornadas de investigación. Estos eventos serán comunicados a través de todos los medios disponibles, asegurando una amplia participación y visibilidad.



DE LA POLÍTICA DE MARCA E

IDENTIDAD VISUAL



Política de Marca e Identidad Visual:

La Política de Marca e Identidad Visual del Instituto Superior Tecnológico Sucre tiene como objetivo establecer una identidad coherente, unificada y constante, que permita proyectar visualmente los valores y la esencia de la institución en todos los medios y plataformas. A medida que la institución crece y se diversifica, es esencial mantener una imagen visual clara y organizada, que refleje tanto su diversidad como su unidad.

Esta política se fundamenta en el Manual de Identidad Visual, que establece las directrices y estándares para la proyección tanto interna como externa de la imagen institucional, asegurando que todas las representaciones visuales sean consistentes y fácilmente reconocibles.

Lineamientos Generales

La Unidad de Comunicación e Imagen Institucional es el área encargada de supervisar y garantizar el correcto uso de la identidad visual del Instituto Superior Tecnológico Sucre. Tiene la tarea de velar para que todos los materiales gráficos cumplan con los debidos lineamientos establecidos en el Manual de Identidad Visual.

Producción de Piezas Gráficas: Toda pieza gráfica que se quiera publicar, tanto internamente como externamente, deberá ser diseñada por el área de Diseño de la Unidad de Comunicación. En caso de que una pieza sea creada de manera independiente por otra Unidad o Carrera, deberá ser sometida a revisión y evaluación para garantizar que cumpla con los estándares visuales de la Institución.

Colores y Símbolos Identificadores: El Instituto Superior Tecnológico Sucre cuenta con un sistema de colores identificadores para cada carrera y su línea gráfica, lo que contribuye a mantener una imagen visual unificada y evita la creación de símbolos o elementos gráficos que puedan generar confusión o no se asocien con la marca institucional.

Trabajo Coordinado entre Áreas: Las diferentes unidades y carreras del Instituto Superior Tecnológico Sucre deberán trabajar de manera conjunta con el área de Diseño de la Unidad de Comunicación, asegurando que la marca y la identidad visual de la institución sean

siempre coherentes y se proyecten en los espacios adecuados, de acuerdo con el quehacer institucional.

Aplicaciones y Uso de la Marca

Materiales Impresos y Digitales: La identidad visual del Instituto Superior Tecnológico Sucre se aplicará en todos los materiales impresos y digitales de la institución, como folletos, banners, presentaciones, informes, publicaciones en redes sociales y sitio web. Cada pieza deberá respetar los colores, tipografías y elementos gráficos establecidos en el Manual de Identidad Visual.

Eventos y Proyecciones Institucionales: La marca del Instituto Superior Tecnológico Sucre debe estar presente en todos los eventos institucionales, tanto en los materiales promocionales como en la escenografía y elementos visuales utilizados en dichos eventos, asegurando que la identidad visual institucional sea claramente visible y esté en línea con los valores de la institución.

Proyectos de Extensión y Proyección Social: Los proyectos de extensión y proyección social del Instituto Superior Tecnológico Sucre también deben alinearse con la identidad visual institucional. Esto garantizará que la institución sea reconocida por sus acciones en la comunidad y que su imagen sea asociada de manera positiva con el impacto que genera en la sociedad.

Supervisión y Control

La Unidad de Comunicación e Imagen Institucional es responsable de supervisar el uso adecuado de la marca del Instituto Superior Tecnológico Sucre. Cualquier pieza gráfica, interna o externa, que utilice la identidad visual de la institución, deberá someterse a revisión y aprobación por parte de esta Unidad, garantizando que se respeten los lineamientos establecidos.

En caso de detectar el uso inapropiado de la identidad visual, la Unidad de Comunicación e Imagen Institucional tendrá la potestad de solicitar ajustes o cambios necesarios para cumplir con los estándares institucionales.



RESPONSABLE



La Unidad de Comunicación e Imagen Institucional del Instituto Superior Tecnológico Sucre es la principal responsable de la gestión y ejecución de la Política de Comunicación. Su rol es estratégico, asegurando que la comunicación interna y externa refleje el Direccionamiento estratégico de la Institución, al mismo tiempo que fomentará una imagen coherente y sólida en todos los ámbitos.

Para la implementación eficaz de esta política, la Unidad de Comunicación e Imagen Institucional trabajará en estrecha colaboración con otros estamentos de la Institución, que comparten la responsabilidad de garantizar la coherencia en los mensajes y acciones comunicativas. Estos actores incluyen:

Máximo Órgano Superior, el Nivel de Gobierno, Coordinaciones de Carreras, Unidades y Coordinaciones de los Niveles de Asesoría y Apoyo.

Cada una de estas áreas contribuyen a la creación de contenidos y estrategias comunicativas, haciendo que la Unidad de Comunicación e Imagen Institucional funcione como un articulador clave dentro del ecosistema institucional.

El Rectorado supervisa las actividades y la estructuración de los planes de comunicación institucional, velando por el cumplimiento de los objetivos estratégicos y asegurando que las directrices se implementen correctamente.

Esta estructura colaborativa garantizará una comunicación fluida, eficiente y representativa de los diversos grupos de interés dentro de la Institución, promoviendo así una imagen institucional sólida y coherente.



EVALUACIÓN Y MEJORA DE LA

POLÍTICA



La Política de Comunicación del Instituto Superior Tecnológico Sucre está sujeta a un proceso de mejora continua, lo que garantiza que sus componentes se mantengan actualizados y alineados con las necesidades de la Institución y su comunidad. Este perfeccionamiento se fundamenta en los resultados de los procesos de autoevaluación, que permiten detectar áreas de oportunidad y ajustar las estrategias para una comunicación más efectiva.

La Unidad de Aseguramiento de la Calidad, a través del Área de Comunicación e Imagen Institucional, tiene la responsabilidad de liderar este proceso de autoevaluación permanente. Su labor consiste en monitorear el cumplimiento de los objetivos planteados en la política y proponer mejoras basadas en la evolución de los canales de comunicación, las audiencias y los requerimientos institucionales.

Gracias a este enfoque de mejora continua, el Instituto Superior Tecnológico Sucre garantizará que su Política de Comunicación se mantenga dinámica, relevante y eficiente, permitiendo una comunicación cada vez más sólida y alineada con los desafíos del entorno académico y social.



BIBLIOGRAFÍA



Aranda, P. (2016). Comunicación y gestión universitaria: Estrategias y políticas en la educación superior. Editorial Académica Española.

Cebrián, J. A. (2017). La comunicación en la universidad: Diseño e implementación de políticas de comunicación. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

García, M. (2015). Políticas de comunicación en instituciones de educación superior: Teoría y práctica. Ediciones Díaz de Santos.

Gómez, J. (2018). La comunicación institucional en las universidades: Estrategias para la gestión. Editorial UOC.

Martínez, A., & Pérez, R. (2014). La comunicación en la educación superior: Un enfoque estratégico. Editorial Universitaria Ramón Areces.

Muñoz, I. (2020). Construcción de políticas de comunicación en el ámbito académico. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Ortega, E. (2019). Estrategias de comunicación para instituciones educativas: Modelos y casos prácticos. Ediciones Universidad de Salamanca.

Rodríguez, C. (2016). La comunicación organizacional en las universidades: Políticas y prácticas. Editorial Universitaria.

Sánchez, F. (2015). Desarrollo de políticas de comunicación en la educación superior: Una guía práctica. Editorial Siglo XXI.

Velázquez, J. (2018). Comunicación y marketing en las instituciones de educación superior: Claves para una gestión eficaz. Editorial Alfaomega.

Constitución de la República del Ecuador

Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador

Estatuto Interno Instituto Superior Tecnológico Sucre

Plan Estratégico de Desarrollo Institucional Instituto Superior Tecnológico Sucre

UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL

2024

Elaborado por:	Aprobado por:
<p>Ana Llumiquinga García Coordinadora de Comunicación e Imagen Institucional</p>	<p>Santiago Illescas Rector del Instituto Superior Tecnológico Sucre</p>

STU

RE