

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA – UNICOMFACAUCA  
CONSEJO SUPERIOR**

**ACUERDO 010 DE 2025  
(29 de octubre de 2025)**

Por el cual se actualiza la Política de Comunicaciones de la Corporación Universitaria Comfacauba – Unicomfacauba y se deroga el Acuerdo No. 001 de 2016.

El Consejo Superior de la Corporación Universitaria Comfacauba – Unicomfacauba, en uso de sus atribuciones estatutarias y;

**CONSIDERANDO**

Que la comunicación es un proceso de apoyo para la Corporación Universitaria Comfacauba, a través del cual se promueve un adecuado desarrollo de las relaciones humanas de la Corporación con sus grupos de interés internos y externos, facilitando el cumplimiento de su Proyecto Educativo Institucional (PEI).

Que es deseo y deber de Unicomfacauba establecer acciones que contribuyan a mejorar las dinámicas frente a la construcción de sentido institucional, así como el fortalecimiento de los lazos de interacción comunicativa con su público externo, informando oportuna y verazmente, resolviendo las necesidades informativas en cuanto a sus servicios y generando credibilidad en la sociedad en la que se desarrolla su labor institucional.

Que, por medio de la actualización de esta Política, Unicomfacauba reafirma su compromiso con el mantenimiento, fortalecimiento y mejora continua de su proceso de comunicación e interrelación entre sus actores internos y externos, favoreciendo el cumplimiento de la filosofía institucional y aportando al beneficio individual, colectivo, gremial y empresarial.

Que, en el marco de los principios y autonomía universitaria, definidos en la Constitución Política, en la ley 30 de 1992 y el Proyecto Educativo Institucional, es indispensable diseñar e implementar estrategias de desarrollo y manejo de los diferentes medios de información para fomentar la cultura, el desarrollo de un adecuado clima organizacional y la calidad del servicio.

Que la actualización de la presente Política de Comunicaciones se hace necesaria dado que se requiere mayor pertinencia, puesto que los escenarios, canales y dinámicas comunicativas han evolucionado y la institución ha crecido. En coherencia con este contexto de cambio, se requiere establecer lineamientos actualizados que definan con claridad los roles, responsabilidades y vocerías institucionales; los procesos para las solicitudes, validación y difusión de comunicaciones; así como la gestión de los procesos asociados a la impresión y producción de piezas institucionales, garantizando así una comunicación coherente, oportuna y alineada con los objetivos estratégicos y la identidad visual de Unicomfacauba.

En mérito de lo expuesto se,

## ACUERDA

**ARTÍCULO 1°.** Derogar el Acuerdo 001 de 2016 y actualizar la Política de Comunicaciones de la Corporación Universitaria Comfacaúca – Unicomfacaúca, a partir del siguiente articulado.

**ARTÍCULO 2°. DEFINICIÓN Y ALCANCE.** La Corporación Universitaria Comfacaúca considera la comunicación como un proceso participativo y transversal a todas las áreas y unidades académico administrativas que conforman la Institución. Este proceso permite la producción, circulación, intercambio y asimilación de la información de una manera veraz, oportuna, transparente, ágil, incluyente y pertinente, fortaleciendo así la relación entre Unicomfacaúca y sus diversos públicos de interés.

**ARTÍCULO 3°. OBJETIVOS.** La Política de Comunicaciones está direccionada por los siguientes objetivos:

- a) Velar por la imagen y reputación de la Corporación, al igual que por su posicionamiento entre los públicos internos y externos (stakeholders).
- b) Promover el buen uso de la Identidad, imagen y marca Institucional.
- c) Fomentar la visibilidad e impacto de los logros, avances y procesos que se llevan a cabo desde la docencia, la investigación, la proyección social y todos los procesos de apoyo, propiciados por la Corporación.
- d) Contribuir a la consolidación de la gestión administrativa mediante procesos eficientes y eficaces de comunicación interna y externa de la organizacional.
- e) Apalancar y mantener relaciones estratégicas con los medios de comunicación como aliados para el posicionamiento y visibilidad de la Corporación, sus acciones y servicios de impacto social.

**ARTICULO 4°. PÚBLICOS DE INTERÉS.** Unicomfacaúca mantendrá informados a sus públicos de interés acerca de las diferentes actividades que desarrollan los programas de posgrado y pregrado, así como frente a los pilares misionales de docencia, proyección social e investigación.

- a) Públicos internos: se encuentran determinados por los estudiantes, profesores, colaboradores, directivas y órganos colegiados.
- b) Públicos externos: están conformados por los egresados, padres de familia, proveedores, entidades del sector de la educación, Gobierno Nacional, medios de comunicación, sector empresarial y, en general, por la sociedad.

**ARTICULO 5°. MODALIDADES DE LA COMUNICACIÓN.** Teniendo en cuenta los públicos de interés y la filosofía institucional, la comunicación en Unicomfacaúca se divide en:

- a) Comunicación Interna: es el conjunto de procesos de comunicación, canales o herramientas mediante las cuales la información fluye dentro de la Institución, con el propósito principal de facilitar la interacción y el intercambio de información entre los colaboradores, estudiantes, profesores, directivas, comités y órganos colegiados. La comunicación interna efectiva fomenta las buenas relaciones, la integración, la motivación, un ambiente de trabajo y aprendizaje positivo y alinea a la comunidad académica hacia el logro de los objetivos organizacionales.

- b) Comunicación Externa: es la interacción de mensajes encaminados a crear, mantener o mejorar la relación con los egresados, padres de familia, proveedores, entidades del sector educativo, el Gobierno Nacional, medios de comunicación, sector empresarial y en general con toda la sociedad. Unicomfacaúca dispondrá de los recursos y estrategias necesarias para interactuar con públicos internacionales, según el idioma que corresponda, y para informar sobre sus servicios, oferta académica, iniciativas, políticas, logros, entre otros.

**ARTICULO 6º. RESPONSABLES DE LA COMUNICACIÓN.** Todos los miembros de la comunidad académica —docentes, administrativos y estudiantes— comparten la corresponsabilidad de promover una comunicación respetuosa, coherente y alineada con los valores y principios institucionales, contribuyendo al cuidado de la reputación y al fortalecimiento de la imagen positiva de Unicomfacaúca. Esta responsabilidad no implica ejercer funciones de vocería institucional, las cuales son exclusivas de los representantes oficialmente designados por la Institución.

En cuanto a la gestión de la comunicación, el Área de Comunicaciones es la única dependencia autorizada para emitir comunicados o boletines institucionales, flyers o cualquier material de difusión a medios de comunicación locales, regionales, nacionales o internacionales. Asimismo, esta área es la responsable del manejo, administración y actualización de los perfiles oficiales de Unicomfacaúca en redes sociales, velando por la coherencia institucional en los mensajes y contenidos publicados.

**ARTICULO 7º. IDENTIDAD INSTITUCIONAL.** Se entiende por Identidad Institucional el sistema de atributos, valores y principios misionales propios de la Corporación Universitaria Comfacaúca, que la caracterizan y diferencian de su entorno. Estos se pueden ver consignados en la Misión, Visión, Proyecto Educativo Institucional (PEI), Estatuto General y demás lineamientos de Unicomfacaúca.

El Área de Comunicaciones será asesor frente al seguimiento de las reglas de cortesía, buenas prácticas y etiqueta que fortalezcan las relaciones protocolarias dentro y fuera de la Corporación, cuidando todos los detalles corporativos.

A su vez, se tendrán en cuenta la incidencia de la imagen institucional, la identidad visual institucional, y la proyección de la misma, a definirse así:

- a) Imagen Institucional: se concibe como el conjunto de estrategias que exteriorizan la Identidad Institucional de Unicomfacaúca hacia el entorno y cómo es percibida por la sociedad.
- b) Identidad Visual Institucional: compuesta por el logo, sus colores institucionales, tipografías y símbolos distintivos.
- c) Relaciones externas: el Área de Comunicaciones propenderá por el fortalecimiento de la imagen institucional y fomentará las buenas relaciones internas y externas con medios de comunicación.

**ARTICULO 8º. MEDIOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONALES Y EXTERNOS.** Unicomfacaúca establecerá mecanismos de comunicación de carácter institucional, a partir de los cuales se establecerá el flujo e intercambio de mensajes en las áreas administrativas y académicas, promoviendo un adecuado clima organizacional, sentido de pertenencia y

conocimiento de las actividades, proyectos, programas y estrategias que adelanta Unicomfaca.

Es política de Unicomfaca establecer, administrar y desarrollar relaciones con los medios de comunicación locales, nacionales e internacionales a largo plazo, ante lo cual se implementarán planes y estrategias de comunicación que aporten acertadamente al posicionamiento de la misma.

**ARTICULO 9º. CANALES OFICIALES DE COMUNICACIÓN.** Los canales oficiales para la comunicación con la comunidad académica son los establecidos a nivel institucional y gestionados exclusivamente por el Área de Comunicaciones. Estos incluyen:

- Sitio web institucional
- Correo institucional
- Redes sociales oficiales
- Canales digitales

**PARÁGRAFO.** No está permitido crear cuentas o páginas en redes sociales de programas académicos o de ampliaciones de cobertura donde opera Unicomfaca. Se admite únicamente la creación de grupos con estudiantes en la red social oficialmente aceptada por la Institución o vigente para cada año, proceso que debe informarse previamente al Área de Comunicaciones para que realice el acompañamiento y orientación pertinente.

**ARTICULO 10º. VOCEROS DE LA CORPORACIÓN.** Se entiende como voceros de la Corporación a aquellos colaboradores que tienen la labor de transmitir los lineamientos y el posicionamiento institucional a los medios externos de comunicación y a la opinión pública. El principal vocero de la Corporación será el Rector(a) de Unicomfaca o podrá delegar, a través del Área de Comunicaciones, los voceros que podrán dirigirse ante los medios de comunicación, teniendo como base los temas y la pertinencia de los pronunciamientos.

Asimismo, la Vicerrectoría Académica, como máxima autoridad de la gestión académica, o las decanaturas de cada Facultad, junto con el Área de Comunicaciones, establecerán los lineamientos sobre la información que debe ser transmitida en relación con los procesos y programas académicos.

**ARTICULO 11º. INTERACCIÓN CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN.** La coordinación de la cobertura periodística de los medios de comunicación, cuando estos lo requieran y cuando los miembros de la comunidad académica lo soliciten, es responsabilidad del Área de Comunicaciones.

**PARÁGRAFO.** Si un colaborador o profesor es contactado por medios de comunicación, de manera inmediata debe direccionar el contacto hacia el Área de Comunicaciones para que este decida, junto Rectoría o Vicerrectoría Académica, sobre la información a difundir, además de brindar la asesoraría sobre el lenguaje que se va a utilizar, de acuerdo con los lineamientos institucionales.

**ARTÍCULO 12º. SOLICITUD DE PROCESOS DE COMUNICACIÓN.** Todas las solicitudes de apoyo o de productos de comunicación dirigidas al Área de Comunicaciones deben gestionarse oportunamente mediante el proceso de calidad correspondiente, el cual debe contar con la aprobación del jefe inmediato del solicitante.

Los jefes inmediatos son responsables de informar oportunamente a su superior: Rectoría, Vicerrectoría Académica, Vicerrectoría de Investigación y Extensión o, según corresponda, sobre la ejecución de las actividades relacionadas en la solicitud, tales como apoyos, acompañamientos o material de difusión.

**PARÁGRAFO 1.** Todas la difusión gráfica o audiovisual, incluido el uso del logo institucional debe alinearse con lo establecido en la Guía de Marca e Identidad Visual de Unicomfacauba, la cual define las directrices de identidad visual y los estándares de comunicación institucional. Este documento es de consulta obligatoria para garantizar coherencia y uniformidad en los mensajes emitidos por cualquier canal oficial.

**PARÁGRAFO 2.** El uso del logo institucional requiere previo visto bueno del Área de Comunicaciones y aprobación de Rectoría, con el fin de garantizar su correcta aplicación y preservar la coherencia de la imagen institucional.

**PARÁGRAFO 3.** El Área de Comunicaciones no realiza cotizaciones ni procesos de impresión; sin embargo, brindará asesoría y recomendaciones a las áreas sobre medidas y materiales. La responsabilidad de las cotizaciones, compras, aprobaciones y la ejecución presupuestal recae en el área, programa o Facultad solicitante.

**ARTICULO 13º. COMITÉ INSTITUCIONAL DE COMUNICACIONES.** El Comité Institucional de Comunicaciones es un órgano de apoyo encargado de planear, decidir y controlar la proyección, diseño e implementación de estrategias y acciones relacionadas con las comunicaciones de la Corporación Universitaria Comfacauba que contribuyan al prestigio y posicionamiento institucional.

El Comité Institucional de Información estará integrado de la siguiente manera:

- Rectoría, quien presidirá el Comité
- Vicerrectoría Académica
- Vicerrectoría de Investigación y Extensión
- Dirección Administrativa y Financiera
- Dirección de Desarrollo y Planeación Institucional
- Secretaría General
- Coordinación Sección de Promoción y Divulgación
- Coordinación de Comunicaciones, quien actuará como secretario.
- Representante de Estudiantes ante el Consejo Superior
- Representante de Docentes ante el Consejo Superior

Serán funciones del Comité Institucional de Comunicaciones:

- a) Definir la ejecución de los planes, políticas y proyectos propuestos por el Área de Comunicaciones.
- b) Aprobar la ejecución de estrategias publicitarias y comunicativas que busquen el conocimiento y posicionamiento de la Imagen Institucional de la Corporación.
- c) Analizar y tomar acciones frente a las necesidades y requerimientos de los estamentos y dependencias de la Corporación en materia de información, difusión y posicionamiento.
- d) Propender por la calidad, pertinencia y oportunidad de respuesta de los procesos comunicativos internos y externos, debidamente documentados.

- e) Discutir y decidir propuestas de interés institucional que contribuyan al fortalecimiento de los procesos de comunicación organizacional y posicionamiento de la Corporación, especialmente relacionados con los programas académicos, de proyección social, investigaciones, educación continuada y posgrados.
- f) Evaluar la ejecución de actividades conforme a lo aprobado en el Plan de Medios de la Corporación, así como su cumplimiento presupuestal.

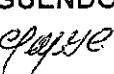
**Parágrafo:** El Comité Institucional de Comunicaciones sesionará mínimo dos (2) veces al año y, durante su desarrollo, la Coordinación del Área de Comunicaciones ejercerá las funciones de Secretario(a).

**ARTICULO 14º. EVALUACIÓN Y MEJORA DE LA POLÍTICA.** Esta Política y sus componentes son sujetos a mejora continua como parte de los procesos de autoevaluación. Compete al Área de Comunicaciones liderar la autoevaluación permanente y la identificación de mejoras de la misma.

**ARTÍCULO 15º. INTERPRETACIÓN.** Las dudas que surjan en la aplicación y alcance del presente Acuerdo, serán resueltas por la Rectoría.

#### COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Popayán, a los veintinueve (29) días del mes de octubre de dos mil veinticinco (2025).

  
MARISOL VELASCO CHAGUENDO  
Presidente (E) 

  
ELIANA ANDREA HERNANDEZ BARRERA  
Secretaria