

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

El Consejo Directivo de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC, en uso de sus atribuciones constitucionales, legales, estatutarias y en especial de las conferidas por la Ley 30 de 1992, el Acuerdo Distrital 0559 de 2022, el Estatuto General de la Institución Universitaria - Acuerdo de Consejo Directivo 01 de 2023, y

CONSIDERANDO

Que, el artículo 69 de la Constitución Política garantiza el principio de autonomía universitaria, reconociendo a las universidades la facultad de darse sus propias directivas y regirse por los estatutos y normas que ellas dispongan.

Que, el artículo 29 de la Ley 30 de 1992 reconoce la autonomía de las instituciones universitarias, permitiéndoles establecer su campo de acción y tomar decisiones fundamentales, como la modificación de sus estatutos, la designación de sus autoridades académicas y administrativas, definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas, culturales y de extensión, y arbitrar sus recursos para el cumplimiento de su función social y su misión institucional.

Que, según el Artículo 20 de la Constitución Política de Colombia, a toda persona se le garantizará la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios de comunicación masiva, bajo criterios de responsabilidad social y garantizando el derecho a la rectificación en condiciones de equidad y sin censura.

Que, según el artículo 73 ibidem, *"la actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional"*.

Que, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, establece que: *"la libertad de expresión es universal y encierra en concepto la facultad jurídica que asiste a toda persona, individual o colectivamente considerada, para expresar, transmitir y difundir su pensamiento; paralela y correlativamente, la libertad de informarse también es universal y entraña el derecho colectivo de las personas a recibir la información que los demás les comunican sin interferencias que la distorsionen"*.

Que, por medio de la Ley 1712 del 2014 – Ley de Transparencia, se reguló lo concerniente al acceso a la información pública nacional, determinando los principios y procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información.

Que, el Decreto 1330 de 2019 establece que las instituciones de educación superior deben promover mecanismos de comunicación veraces, oportunos y efectivos para el adecuado desarrollo de las

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

labores formativas, académicas, culturales y administrativas, con participación de los actores institucionales.

Que, la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC, creada mediante el Acuerdo Distrital No.0559 del 28 de diciembre de 2022, es un establecimiento público de orden distrital, con personería jurídica, autonomía académica, administrativa y financiera, patrimonio independiente en los términos de la Ley 30 de 1992, regulado y vigilado por el Ministerio de Educación Nacional, vinculado a la Secretaría de Educación Distrital.

Que, de conformidad con lo dispuesto en el numeral 4 del artículo 28 del Acuerdo 01 de 2023 – Estatuto General, le corresponde al Consejo Directivo definir las políticas académicas.

Que, de conformidad con lo establecido en el artículo Décimo Sexto del Acuerdo No. 045 de 2025, *“la Oficina de Comunicaciones es la dependencia encargada del manejo de la imagen y sus relaciones institucionales y protocolarias”*

Que, la Institución Universitaria expidió la Política de Tratamiento de Datos Personales mediante Acuerdo de Consejo Directivo No. 070 de 2025.

Que el Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones PETIC 2025–2030 define la comunicación institucional como eje transversal para la transparencia, la interoperabilidad, la accesibilidad y el fortalecimiento de los sistemas de información.

Que, la formulación de la Política Institucional de Comunicaciones responde a la necesidad de ordenar, fortalecer y modernizar los procesos comunicacionales de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC, en un contexto de crecimiento institucional y transformación digital. La diversidad de públicos internos y externos, la producción constante de contenidos académicos, artísticos y culturales, y el uso intensivo de entornos digitales exigen una planeación comunicacional estructurada y coherente.

Que, la presente política de comunicaciones se enmarca en la línea de acción estratégica denominada *“Gestión Institucional Eficiente y Transparente”* contemplada en el Acuerdo No. 065 de 2025 “Por el cual se aprueba el Plan de Desarrollo Institucional 2025-2028 y Plan de Acción de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC

Que, la comunicación institucional cumple un rol fundamental en la visibilización de los avances académicos y administrativos, en la cohesión de la comunidad universitaria y en la proyección de la

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco - Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

imagen institucional. Asimismo, la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC por su naturaleza cultural, mantiene una interacción permanente con comunidades, territorios, creadores, medios y actores culturales, lo cual demanda estrategias de difusiones claras, pertinentes y sostenibles.

Que, la comunicación institucional constituye un proceso estratégico, transversal y permanente que incide directamente en la consolidación de la identidad institucional, la cultura organizacional, la transparencia en la gestión, la participación de la comunidad universitaria y el relacionamiento con los diferentes grupos de interés.

Que, una gestión adecuada, planificada y coherente de la comunicación permite garantizar la consistencia entre el quehacer institucional y los mensajes que se proyectan a la comunidad académica y a la sociedad, fortaleciendo la confianza, la reputación y la visibilidad institucional.

Que en sesión del Consejo Directivo del día quince (15) de abril de dos mil veintiséis (2026), se socializa a los honorables consejeros el presente acto administrativo la Política de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC.

En mérito de lo expuesto,

ACUERDA

ARTÍCULO PRIMERO. Aprobar y adoptar la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC, contenida en el documento anexo que forma parte integral del presente Acuerdo.

ARTÍCULO SEGUNDO: OBJETIVO GENERAL. Establecer los lineamientos que orientan la gestión de la comunicación institucional para fortalecer la identidad, reputación, visibilidad y coherencia comunicativa de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC.

ARTÍCULO TERCERO. ÁMBITO DE APLICACIÓN. La presente Política de Comunicaciones aplica a toda la comunidad universitaria: estudiantes, profesores, egresados, personal administrativo, contratistas, directivos, órganos colegiados y demás grupos de interés vinculados a la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC.

La comunicación institucional se organiza en dos (2) líneas base:

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

1. Comunicación interna: dirigida a estudiantes, profesores, empleados, contratistas, directivos, egresados y demás actores internos.
2. Comunicación externa: dirigida a ciudadanía en general, sector cultural, artístico, académico, comunitario, medios de comunicación y actores gubernamentales o de interés público.

ARTÍCULO CUARTO. RESPONSABILIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN. La Rectoría será la responsable de garantizar la implementación, coordinación, seguimiento y evaluación de la Política de Comunicaciones, a través de la dependencia que para tal fin designe, en articulación con las demás instancias académicas y administrativas de la Institución.

ARTÍCULO QUINTO. El presente Acuerdo rige a partir de su expedición y será publicado por la Secretaría General a través de los medios pertinentes que garanticen su publicidad.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado por el Honorable Consejo Directivo de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC, a los quince (15) días del mes de abril del año dos mil veintiséis (2026).



JULIAN EDUARDO ARTEAGA AGUILAR
Presidente Consejo Directivo
Delegado Alcalde



SERGIO ENRIQUE MOLINA MEDINA.-
Secretario Consejo Directivo

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

Contenido	
Presentación.....	7
<u>Fundamentación de la Política de Comunicaciones.....</u>	<u>8</u>
CAPÍTULO I.....	9
MARCO ORIENTADOR DE LA POLÍTICA INSTITUCIONAL DE COMUNICACIONES.....	9
1.1 Naturaleza estratégica de la comunicación institucional.....	9
1.2 Alineación estratégica con los instrumentos institucionales.....	10
1.3 Narrativa institucional: Arte y Cultura Popular como eje identitario.....	12
1.4 Principios orientadores de la Política de Comunicaciones.....	13
1.5 Objetivo general de la Política.....	14
CAPÍTULO II.....	15
MODELO DE GOBERNANZA COMUNICACIONAL.....	15
2.1 Concepto de Gobernanza Comunicacional.....	16
2.2 Estructura Organizacional de la Comunicación Institucional.....	17
2.3 Rol de Rectoría en la Gobernanza Comunicacional.....	19
2.4 Oficina de Comunicaciones: Instancia Técnica y Estratégica.....	20
2.5 Comité Institucional de Comunicaciones.....	22
2.6 Comité Editorial.....	24
2.7 Responsabilidad de las Dependencias Académicas y Administrativas.....	25
2.9 Gestión del Riesgo Reputacional.....	29
2.10 Sistema de Control y Seguimiento.....	30
2.11 Principios de Gobernanza Comunicacional.....	32
CAPÍTULO III.....	33
SISTEMA DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES.....	33
3.1 Enfoque del Sistema de Gestión de Comunicaciones.....	34



Institución Universitaria de las
Culturas y las Artes Populares

VIGILADA
MINEDUCACIÓN

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

3.2 Públicos Objetivo-Institucionales.....	36
3.3 Comunicación Interna.....	38
3.4 Comunicación Externa.....	40
3.5 Canales Oficiales Institucionales.....	43
3.6 Comunicación Digital y Gestión de Redes.....	45
3.7 Estrategia de Relacionamiento con Medios y Entidades Públicas.....	47
3.8 Plan de Mercadeo – Licenciaturas.....	49
3.9 Protección de Datos en la Gestión Comunicacional.....	52
3.10 Evaluación y Mejora Continua.....	54
CAPÍTULO IV.....	56
SISTEMA DE PLANEACIÓN Y SEGUIMIENTO.....	56
4.1 Enfoque del Sistema de Planeación y Seguimiento.....	56
4.2 Plan Estratégico Anual de Comunicaciones.....	58
4.3 Proyección Financiera y Sostenibilidad.....	62
4.4 Matriz de Indicadores Estratégicos.....	64
4.5 Rendición de Cuentas Comunicacional.....	67
4.6 Sistema de Alertas y Ajuste Estratégico.....	69
Conclusión.....	71

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

POLÍTICA DE COMUNICACIONES DE LA INSTITUCION UNIVERSITARIA DE LAS CULTURAS Y LAS ARTES POPULARES -IPC.-.

Presentación

La política institucional de comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC se fundamenta en el reconocimiento de la comunicación como un proceso estratégico, transversal y estructurante del desarrollo institucional. Más allá de la emisión de mensajes o la simple difusión de información, la comunicación se concibe como un sistema organizado de construcción de sentido, gobernanza institucional y posicionamiento académico-cultural, que fortalece la identidad universitaria y consolida la legitimidad pública de la Institución.

Esta política surge de la necesidad de ordenar, planificar y evaluar la gestión comunicacional en coherencia con el Proyecto Educativo Institucional y el Plan de Desarrollo Institucional 2025–2028. En este marco, la comunicación se integra al sistema institucional de planeación, control y mejora continua, estableciendo principios, instancias de gobernanza, rutas formales de comunicación interna y externa, protocolos de gestión de crisis, lineamientos de protección de datos y una matriz de indicadores estratégicos que permiten medir su impacto y sostenibilidad.

La IUIPC, como institución pública con énfasis en culturas y artes populares, reconoce que su narrativa institucional constituye un eje identitario diferenciador. Por ello, la política posiciona el arte y la cultura popular como núcleo simbólico de la comunicación institucional, proyectando a la institución como referente académico y cultural en los ámbitos local, nacional e internacional. La comunicación, en este sentido, no solo visibiliza la vida académica, artística y cultural, sino que construye legitimidad social, promueve el diálogo intercultural y fortalece la relación con los territorios y las comunidades.

En un entorno caracterizado por transformación digital acelerada, alta circulación de información y múltiples escenarios de interacción pública, la Institución enfrenta desafíos permanentes relacionados con la coherencia narrativa, la gestión reputacional, la comunicación interna efectiva y el posicionamiento estratégico de su oferta académica, especialmente en el marco del lanzamiento y consolidación de sus licenciaturas. Frente a este contexto, la comunicación se asume como una herramienta estructural de gobernanza, sostenibilidad y proyección institucional, respaldada por una inversión proporcional y responsable dentro del presupuesto institucional.

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

Es por ello por lo que, el presente documento establece lineamientos claros para consolidar un Sistema de Comunicaciones eficiente, medible, incluyente, transparente y culturalmente pertinente. No se limita a regular canales o medios, sino que estructura un modelo integral que articula públicos objetivos, instancias de decisión, responsabilidades institucionales, planeación anual, seguimiento semestral y rendición de cuentas comunicacional. De esta manera, la IUIPC consolida la comunicación como un instrumento estratégico de desarrollo institucional, fortaleciendo su identidad, su reputación y su capacidad de transformación social.

Fundamentación de la Política de Comunicaciones

La comunicación institucional en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC se concibe como un proceso estratégico, transversal, sistemático y permanente que acompaña el cumplimiento de la misión institucional y fortalece el desarrollo de las funciones sustantivas de la educación superior: docencia, investigación, creación artística, extensión y proyección cultural. En este marco, la comunicación no opera como una actividad operativa aislada, sino como un eje articulador que integra procesos académicos, administrativos y culturales, garantizando coherencia narrativa, circulación organizada de la información y consolidación de identidad institucional.

En coherencia con el Proyecto Educativo Institucional y el Plan de Desarrollo Institucional 2025–2028, la comunicación se integra al sistema institucional de planeación, seguimiento y evaluación, adoptando un enfoque basado en resultados, indicadores estratégicos y mejora continua. Esta articulación permite que la gestión comunicacional contribuya de manera medible al posicionamiento institucional, a la consolidación de las licenciaturas y al fortalecimiento de la reputación pública de la IUIPC, bajo principios de transparencia, eficiencia y responsabilidad en el uso de recursos públicos.

Dada la naturaleza diferencial de la IUIPC y su énfasis en las culturas y las artes populares, la comunicación adquiere un valor identitario estratégico. La narrativa institucional reconoce el arte y la cultura popular como ejes estructurantes del discurso universitario, proyectando la Institución como un referente académico y cultural en diálogo permanente con los territorios y las comunidades. En este sentido, la comunicación no se limita a la difusión de actividades, sino que promueve el diálogo intercultural, visibiliza saberes territoriales, fortalece la participación social y contribuye a la democratización del conocimiento y la cultura.

De igual manera, una gestión comunicacional planificada, estructurada y gobernada mediante instancias claras de decisión permite fortalecer la cultura organizacional, promover el sentido de pertenencia y facilitar la apropiación de lineamientos institucionales por parte de estudiantes, docentes

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

y administrativos. La comunicación interna, concebida como un proceso bidireccional y regulado, se convierte en un mecanismo fundamental para la articulación entre dependencias, la prevención de riesgos reputacionales y la consolidación de un clima institucional basado en la confianza y la corresponsabilidad.

Finalmente, la presente Política de Comunicaciones se establece como un instrumento estratégico de gobernanza institucional que define principios, lineamientos, responsabilidades, rutas formales y mecanismos de seguimiento para la planeación, ejecución y evaluación de las acciones comunicativas. Su propósito es garantizar coherencia entre el discurso y la práctica institucional, asegurar sostenibilidad más allá de los periodos administrativos, fortalecer la reputación pública y consolidar un sistema comunicacional medible, eficiente y culturalmente pertinente. De esta manera, la IUIPC reafirma su compromiso con una comunicación estratégica orientada a resultados, alineada con su identidad cultural y con su proyecto de desarrollo institucional.

CAPÍTULO I

MARCO ORIENTADOR DE LA POLÍTICA INSTITUCIONAL DE COMUNICACIONES

1.1 Naturaleza estratégica de la comunicación institucional

La comunicación institucional en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC no puede entenderse como una función instrumental orientada únicamente a la difusión de información, sino como un componente estratégico del direccionamiento institucional, integrado a los procesos de planeación, gestión, evaluación y control. En una institución de educación superior pública con énfasis en las culturas y las artes populares, la comunicación cumple un papel estructural en la construcción de identidad, legitimidad social y cohesión organizacional. Por tanto, su gestión debe responder a criterios de sistematicidad, articulación interdependencias y alineación con los instrumentos de política institucional, evitando la improvisación y la fragmentación de mensajes.

Desde una perspectiva de gobernanza universitaria, la comunicación se constituye en un mecanismo de articulación entre la toma de decisiones y su apropiación por parte de la comunidad universitaria y los grupos de interés externos. Las decisiones adoptadas por los órganos de dirección solo adquieren efectividad plena cuando son comprendidas, contextualizadas y comunicadas de manera clara, oportuna y coherente. En este sentido, la comunicación institucional se convierte en un puente entre la gestión administrativa y académica y la experiencia cotidiana de estudiantes, docentes y administrativos, favoreciendo la transparencia, la confianza institucional y la corresponsabilidad en el cumplimiento de la misión universitaria.

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

Así mismo, la naturaleza estratégica de la comunicación implica su integración al ciclo de gestión pública establecido por el Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG, particularmente en lo relacionado con la dimensión de Información y Comunicación. Esto supone que la comunicación no solo acompaña los procesos, sino que contribuye activamente a la gestión del riesgo reputacional, la rendición de cuentas, la participación ciudadana y la mejora continua. En consecuencia, cada acción comunicativa debe estar sustentada en objetivos claros, indicadores medibles y mecanismos de seguimiento que permitan evaluar su impacto en términos de posicionamiento, percepción y fortalecimiento institucional.

En el caso específico de la IUIPC, la comunicación adquiere una dimensión adicional al estar intrínsecamente vinculada con el reconocimiento y la dignificación de las culturas y las artes populares. La Institución no solo comunica información académica o administrativa; comunica una postura ética y política frente al conocimiento, la cultura y el territorio. Por ello, la comunicación institucional debe proyectar coherentemente el enfoque cultural, inclusivo y territorial que caracteriza a la IUIPC, consolidando una narrativa que articule arte, educación y transformación social. Esta responsabilidad estratégica exige que la comunicación sea concebida como un eje transversal del desarrollo institucional y no como una función operativa aislada.

1.2 Alineación estratégica con los instrumentos institucionales

La Política Institucional de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC se concibe como un instrumento de direccionamiento transversal que no opera de manera autónoma o aislada, sino en estrecha articulación con los instrumentos estratégicos, normativos y de gestión que orientan el desarrollo institucional. Esta alineación garantiza coherencia entre el discurso institucional y la acción universitaria, evita duplicidades, fortalece la gobernanza y consolida una comunicación que responde a prioridades misionales y metas institucionales verificables. En términos de gestión pública moderna, la comunicación debe integrarse al sistema de planeación y no situarse como una actividad reactiva o meramente operativa.

a) Proyecto Educativo Institucional – PEI

El Proyecto Educativo Institucional constituye la carta de navegación filosófica, pedagógica y cultural de la IUIPC. En consecuencia, la política debe traducir y proyectar los principios, valores y apuestas formativas definidos en el PEI en narrativas claras, coherentes y culturalmente pertinentes. La comunicación institucional tiene la responsabilidad de visibilizar el enfoque diferencial en culturas y artes populares, el reconocimiento de saberes territoriales, la formación integral y el compromiso con la transformación social. Esto implica que cada pieza comunicativa —ya sea académica, cultural o

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

administrativa— debe estar alineada con la identidad institucional consagrada en el PEI, fortaleciendo el sentido de pertenencia y la comprensión compartida del proyecto universitario.

b) Plan de Desarrollo Institucional 2025–2028

El Plan de Desarrollo Institucional 2025–2028 define metas estratégicas, indicadores y líneas de acción que orientan el crecimiento y consolidación de la IUIPC en el mediano plazo. La política de comunicaciones se alinea con este instrumento al asumir un rol de soporte estratégico para el cumplimiento de sus objetivos, particularmente en lo relacionado con la gestión institucional eficiente, la transparencia, el posicionamiento académico y la proyección cultural. La comunicación, en este marco, no solo divulga avances del PDI, sino que contribuye activamente a su materialización mediante campañas de posicionamiento, rendición de cuentas, fortalecimiento de imagen institucional y apropiación interna de las metas estratégicas. De esta manera, la comunicación se convierte en un mecanismo de seguimiento cualitativo y de acompañamiento permanente a la ejecución del Plan.

c) Estatuto General y estructura orgánica

La alineación con el Estatuto General y con la estructura orgánica vigente garantiza que la comunicación institucional se ejerza bajo criterios de legalidad, competencia y responsabilidad funcional. La Oficina de Comunicaciones, adscrita a Rectoría y definida en la estructura organizacional, cumple un papel técnico y estratégico que debe respetar las competencias de los órganos de gobierno, fortalecer la unidad institucional y evitar la dispersión de vocerías. Esta articulación orgánica asegura que los procesos comunicacionales acompañen las decisiones del Consejo Directivo, Rectoría y demás instancias colegiadas, manteniendo coherencia institucional y fortaleciendo la imagen pública de la IUIPC como entidad organizada, transparente y con líneas claras de autoridad.

d) Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG

La incorporación de la política de comunicaciones dentro del marco del Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG refuerza su carácter estratégico y medible. En particular, la dimensión de información y comunicación establece lineamientos relacionados con transparencia, acceso a la información, participación ciudadana, gestión del riesgo y evaluación continua. La alineación con MIPG implica que la comunicación institucional debe estructurarse con indicadores, metas verificables y mecanismos de seguimiento que permitan evaluar su impacto en la percepción institucional, la satisfacción de la comunidad universitaria y el posicionamiento externo. Esta integración no solo fortalece la calidad de la gestión comunicacional, sino que aporta evidencia objetiva ante procesos de control interno, auditoría y rendición de cuentas.

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

La alineación estratégica con el PEI, el PDI, el Estatuto General y el MIPG garantiza que la política de comunicaciones no sea un documento aislado, sino un instrumento articulador del proyecto institucional. Esta coherencia estructural permite que la comunicación contribuya de manera efectiva al cumplimiento de la misión universitaria, a la consolidación de la identidad cultural y al fortalecimiento de la legitimidad social de la IUIPC.

1.3 Narrativa institucional: Arte y Cultura Popular como eje identitario.

La Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC posee un rasgo diferenciador que trasciende lo académico y se sitúa en el plano cultural, simbólico y territorial: su compromiso con la dignificación de las culturas y las artes populares como campos legítimos de producción de conocimiento. En este contexto, la narrativa institucional no puede ser neutra ni genérica; debe construirse a partir de una postura clara frente al arte, la cultura y el territorio. Comunicar desde la IUIPC implica reconocer que cada mensaje, cada pieza gráfica, cada comunicado y cada campaña institucional proyecta una visión sobre el valor social del saber popular, la memoria colectiva y la creación artística como prácticas transformadoras.

Desde una perspectiva estratégica, la narrativa institucional constituye el hilo conductor que garantiza coherencia entre la misión, el Proyecto Educativo Institucional y la proyección pública de la Institución. No se trata únicamente de definir un tono comunicativo, sino de estructurar un relato institucional consistente que permita a los públicos internos y externos comprender quién es la IUIPC, qué representa y cuál es su aporte diferencial en el sistema de educación superior. En este sentido, la narrativa debe integrar los principios de inclusión, diversidad, territorialidad y construcción colectiva del conocimiento, evitando reproducir esquemas comunicativos tradicionales que invisibilicen los saberes populares o los subordinen a enfoques académicos convencionales.

La narrativa institucional se concreta en ejes estratégicos que orientan la producción de contenidos y la toma de decisiones comunicacionales. Estos ejes deben permear el manual de identidad, la parrilla de contenidos, la comunicación interna y externa, la vocería institucional y las campañas de posicionamiento. En términos esquemáticos, la IUIPC estructura su narrativa a partir de los siguientes fundamentos:

Ejes narrativos institucionales

- **Cultura popular como patrimonio vivo:** reconocimiento de prácticas, saberes y expresiones artísticas como parte fundamental de la identidad nacional y territorial.

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

- **Arte como producción legítima de conocimiento:** validación académica y social de la creación artística como forma de investigación y construcción de sentido.
- **Territorio y memoria:** articulación entre universidad, comunidades y procesos históricos locales y regionales.
- **Diversidad e inclusión cultural:** promoción de lenguajes incluyentes y respeto por la pluralidad étnica, social y cultural.
- **Educación pública transformadora:** compromiso con la democratización del conocimiento y la garantía de derechos culturales.

Esta estructura narrativa no solo orienta el contenido, sino también el enfoque estético, el uso de imágenes, la selección de testimonios y la manera en que se representan los actores institucionales. La coherencia narrativa fortalece la identidad visual y discursiva, evita contradicciones entre áreas y contribuye a la consolidación de una reputación institucional sólida. En consecuencia, toda acción comunicativa deberá evaluarse bajo el criterio de si contribuye efectivamente a posicionar a la IUIPC como referente universitario en el campo de las culturas y las artes populares, manteniendo una narrativa auténtica, ética y culturalmente pertinente.

1.4 Principios orientadores de la Política de Comunicaciones

La gestión comunicacional de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC, se fundamenta en los siguientes principios:

1. Coherencia institucional

Los mensajes deben reflejar fielmente la identidad, decisiones y lineamientos adoptados por los órganos de gobierno.

2. Transparencia

La información institucional debe ser clara, verificable, oportuna y accesible.

3. Participación

La comunicación promueve el diálogo bidireccional con la comunidad universitaria y la ciudadanía.

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

4. Inclusión y diversidad

Los contenidos deben reconocer la pluralidad cultural, territorial y social.

5. Responsabilidad pública

La comunicación institucional se ejerce con ética, respeto y conciencia del impacto social.

6. Protección de datos

La gestión comunicacional garantiza el cumplimiento de la normativa de protección de datos personales y el respeto por la intimidad.

7. Pertinencia cultural

El lenguaje y las narrativas deben ser culturalmente coherentes con el enfoque misional de la IUIPC.

1.5 Objetivo general de la Política

El objetivo general de la política institucional de comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC se orienta a consolidar un sistema estratégico, integral y sostenible de gestión comunicacional, capaz de fortalecer la identidad cultural institucional, garantizar la transparencia en la gestión pública y posicionar a la Institución como referente académico y cultural en el ámbito de las artes y las culturas populares. Este objetivo no se limita a ordenar canales o definir procedimientos, sino que establece un marco de acción que articula narrativa, gobernanza, planeación, evaluación y relacionamiento con los diferentes grupos de interés.

Desde una perspectiva técnica, el objetivo general reconoce que la comunicación cumple una doble función: interna y externa. Internamente, debe fortalecer la cohesión organizacional, el sentido de pertenencia y la apropiación de los lineamientos estratégicos por parte de estudiantes, docentes y administrativos. Externamente, debe proyectar una imagen institucional coherente, sólida y confiable, capaz de generar reconocimiento en el entorno cultural, académico y gubernamental. Por ello, el objetivo integra dimensiones como identidad, reputación, transparencia, participación y posicionamiento, entendidas como componentes interdependientes de la gestión comunicacional.

En términos operativos, el objetivo general se concreta en las siguientes apuestas estratégicas:

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

Dimensiones estratégicas del objetivo general

- **Identidad institucional:** Consolidar una narrativa coherente con el PEI y el enfoque cultural de la IUIPC.
- **Reputación pública:** Fortalecer la confianza y credibilidad institucional en los ámbitos local, regional y nacional.
- **Transparencia y acceso a la información:** Garantizar comunicación clara, oportuna y verificable en cumplimiento del marco normativo vigente.
- **Posicionamiento académico y cultural:** Visibilizar la oferta formativa, la creación artística, la investigación y la proyección social.
- **Gestión del riesgo reputacional:** Implementar protocolos preventivos y correctivos para situaciones de crisis comunicacional.

De esta manera, el objetivo general establece una visión de la comunicación como herramienta estructural de gobernanza universitaria y no como función accesoria. Su alcance implica la implementación de mecanismos de planeación anual, indicadores de desempeño, seguimiento permanente y evaluación continua, en coherencia con los principios del Modelo Integrado de Planeación y Gestión. Así, la política de comunicaciones se configura como un instrumento que contribuye de manera directa al cumplimiento de la misión institucional y a la consolidación de la IUIPC como proyecto educativo, cultural y social de carácter público.

CAPÍTULO II
MODELO DE GOBERNANZA COMUNICACIONAL

La consolidación de una Política Institucional de Comunicaciones efectiva exige la definición de un modelo claro de gobernanza que establezca responsabilidades, jerarquías, instancias de decisión y mecanismos de control en materia comunicacional. En una institución universitaria pública como la IUIPC, cuya naturaleza cultural y académica implica una alta exposición pública y una diversidad de públicos internos y externos, la comunicación no puede depender de dinámicas informales ni de decisiones aisladas. Por el contrario, requiere una arquitectura organizacional que garantice coherencia narrativa, articulación interdependencias y alineación estratégica con los órganos de gobierno y los instrumentos de planeación institucional.

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

El modelo de gobernanza comunicacional define, por tanto, el marco estructural mediante el cual la Institución organiza dirige, ejecuta y evalúa su gestión comunicacional. Este modelo integra a Rectoría, los comités institucionales, la Oficina de Comunicaciones y las dependencias académicas y administrativas bajo un esquema de corresponsabilidad, validación previa y control basado en indicadores. Su propósito es asegurar que cada acción comunicativa —ya sea interna, externa o en contextos de crisis— responda a criterios técnicos, normativos y estratégicos, fortaleciendo la identidad institucional, protegiendo la reputación pública y garantizando transparencia en la gestión universitaria.

2.1 Concepto de Gobernanza Comunicacional

La gobernanza comunicacional en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC se entiende como el marco estructural, normativo y operativo que regula la toma de decisiones, la producción de contenidos, la validación de mensajes y el control estratégico de la comunicación institucional. No se trata únicamente de organizar el área de comunicaciones, sino de establecer un sistema institucional que garantice coherencia, responsabilidad jerárquica y alineación con los objetivos misionales. En una institución pública de educación superior, la comunicación tiene implicaciones académicas, administrativas, jurídicas y reputacionales; por tanto, su gestión debe estar respaldada por reglas claras, instancias definidas y procedimientos estandarizados que aseguren transparencia y trazabilidad.

Desde una perspectiva técnica, la gobernanza comunicacional articula la comunicación con la planeación estratégica, la gestión del riesgo, el control interno y la rendición de cuentas. Esto implica que las decisiones comunicacionales no pueden depender de criterios individuales o coyunturales, sino que deben responder a una arquitectura institucional que defina quién decide, quién ejecuta, quién valida y quién evalúa. La gobernanza establece los límites de la vocería, la jerarquización de mensajes estratégicos, la priorización de contenidos y la activación de protocolos en escenarios de crisis. De esta manera, la comunicación deja de ser reactiva y se convierte en un proceso planificado, medible y alineado con el direccionamiento institucional.

La gobernanza comunicacional también cumple una función preventiva. Al definir rutas claras de validación y flujos de información, reduce el riesgo de mensajes contradictorios, improvisación en situaciones sensibles o exposición innecesaria a crisis reputacionales. Asimismo, fortalece la unidad institucional, ya que promueve una narrativa compartida y una cultura de corresponsabilidad en la producción de información. En este modelo, la comunicación no es exclusiva de la Oficina de Comunicaciones; es una responsabilidad institucional regulada, coordinada y supervisada bajo

- **IUIPC – NIT. 901817826-2**
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

criterios estratégicos.

En términos estructurales, el concepto de gobernanza comunicacional en la IUIPC se fundamenta en los siguientes componentes:

Componentes esenciales de la gobernanza comunicacional

- **Dirección estratégica:** Rectoría como autoridad máxima en decisiones comunicacionales de alto impacto.
- **Instancia técnica:** Oficina de Comunicaciones como órgano especializado en planeación, ejecución y evaluación.
- **Instancias asesoras:** Comité Institucional de Comunicaciones y Comité Editorial.
- **Corresponsabilidad institucional:** Enlaces de comunicaciones en cada dependencia.
- **Protocolos y procedimientos:** Rutas formales para publicaciones, vocerías y manejo de crisis.
- **Sistema de control:** Indicadores, dashboard y evaluación periódica.

La gobernanza comunicacional es el mecanismo que permite que la política de comunicaciones sea operativa, verificable y sostenible en el tiempo. Su implementación garantiza que la comunicación institucional contribuya de manera efectiva al fortalecimiento de la identidad cultural de la IUIPC, a la protección de su reputación pública y al cumplimiento de su misión educativa y social, bajo principios de transparencia, coherencia y responsabilidad pública.

2.2 Estructura Organizacional de la Comunicación Institucional

La estructura organizacional de la comunicación institucional en la IUIPC responde a un modelo jerárquico-funcional con enfoque transversal, que articula dirección estratégica, coordinación técnica y corresponsabilidad interdependencias. Esta estructura no se limita a la existencia de una Oficina de Comunicaciones, sino que integra a los órganos de gobierno y a las dependencias académicas y administrativas dentro de un esquema ordenado de competencias, validaciones y flujos de información. En una institución universitaria pública con alta interacción territorial y cultural, la organización de la comunicación debe garantizar coherencia narrativa, unidad de mensaje y control

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

reputacional, evitando duplicidades, informalidades o dispersión de vocerías.

La estructura organizacional se fundamenta en el principio de jerarquía comunicacional, donde la toma de decisiones estratégicas corresponde a los máximos órganos directivos, mientras que la planeación, ejecución y seguimiento técnico recae en la instancia especializada. Este diseño permite que la comunicación esté alineada con el direccionamiento institucional y, al mismo tiempo, opere con criterios profesionales, metodológicos y medibles. Asimismo, la transversalidad del modelo garantiza que cada dependencia académica y administrativa asuma responsabilidades claras en la generación de información y en el cumplimiento de los procedimientos establecidos.

Desde el punto de vista estructural, la comunicación institucional se organiza a partir de las siguientes instancias:

Instancias del modelo organizacional comunicacional

- **Consejo Directivo:** Define lineamientos generales de política institucional y orientaciones estratégicas de alto nivel.
- **Rectoría:** Ejerce la dirección estratégica de la comunicación y la vocería principal institucional.
- **Oficina de Comunicaciones:** Instancia técnica responsable de planear, coordinar, ejecutar y evaluar la gestión comunicacional.
- **Comité Institucional de Comunicaciones:** Órgano asesor de articulación estratégica y evaluación de resultados.
- **Comité Editorial:** Instancia operativa para la definición de narrativa y priorización de contenidos.
- **Enlaces de comunicaciones por dependencia:** Responsables de canalizar información y garantizar coherencia en cada unidad académica o administrativa.

Esta arquitectura organizacional permite distribuir responsabilidades sin fragmentar el mensaje institucional. Cada instancia cumple una función específica dentro de un sistema articulado que garantiza validación previa, trazabilidad de decisiones y seguimiento a indicadores. La Oficina de Comunicaciones actúa como nodo técnico central, pero no monopoliza la información; coordina y regula un flujo institucional que nace en las dependencias y se consolida bajo criterios estratégicos

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

definidos por Rectoría y los comités respectivos.

En términos de gestión, esta estructura fortalece la gobernanza comunicacional al integrar mecanismos de control y evaluación, tales como informes periódicos, matrices de indicadores y tableros de seguimiento. De esta manera, la organización de la comunicación no solo responde a una necesidad operativa, sino que constituye un componente estructural del sistema de planeación institucional, asegurando que cada acción comunicativa contribuya de manera coherente al posicionamiento académico, cultural y social de la IUIPC.

2.3 Rol de Rectoría en la Gobernanza Comunicacional

En el marco del Modelo de Gobernanza Comunicacional de la IUIPC, la Rectoría ocupa una posición central como máxima autoridad ejecutiva y orientadora de la estrategia institucional, lo cual incluye la dirección política y estratégica de la comunicación. En una institución pública de educación superior, la comunicación no puede desligarse de la toma de decisiones de alto nivel, ya que cada determinación académica, administrativa o financiera tiene implicaciones reputacionales y de percepción pública. Por ello, la Rectoría no solo actúa como vocería principal, sino como garante de la coherencia entre el direccionamiento estratégico institucional y los mensajes que se proyectan a la comunidad universitaria y a la sociedad.

El rol de Rectoría en la gobernanza comunicacional implica asegurar que la comunicación institucional esté alineada con el Proyecto Educativo Institucional, el Plan de Desarrollo y las políticas adoptadas por el Consejo Directivo. Esto supone ejercer una supervisión estratégica sobre los planes anuales de comunicación, las campañas institucionales de alto impacto y los mensajes relacionados con decisiones estructurales. En este sentido, la Rectoría no interviene en la producción operativa de contenidos, pero sí establece los marcos de orientación y valida aquellas comunicaciones que comprometen la imagen institucional o que representan posicionamientos oficiales frente a temas académicos, culturales o coyunturales.

Desde una perspectiva funcional, el ejercicio de la Rectoría en la gobernanza comunicacional se concreta en las siguientes responsabilidades estratégicas:

Funciones estratégicas de Rectoría en materia comunicacional

- Aprobar el Plan Estratégico Anual de Comunicaciones y sus ajustes.
- Autorizar campañas institucionales de carácter estratégico o de alto impacto.

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

- Definir y delegar vocerías institucionales.
- Activar protocolos de comunicación en situaciones de crisis o riesgo reputacional.
- Evaluar informes semestrales de gestión comunicacional presentados por la Oficina de Comunicaciones.
- Presentar ante el Consejo Directivo los resultados estratégicos en materia de posicionamiento y reputación institucional.

Adicionalmente, la Rectoría cumple un rol fundamental en la gestión del riesgo reputacional. En contextos de crisis comunicacional, su liderazgo es determinante para garantizar mensajes claros, oportunos y coherentes con los principios institucionales. La autoridad rectoral define la postura oficial de la Institución y coordina, junto con la Oficina de Comunicaciones y las instancias asesoras, la estrategia de respuesta. Esta centralidad en la toma de decisiones evita contradicciones públicas y fortalece la unidad institucional frente a escenarios sensibles.

El rol de Rectoría dentro de la gobernanza comunicacional no es meramente representativo, sino estratégico y articulador. Su liderazgo garantiza que la comunicación institucional responda a los objetivos misionales, que las decisiones académicas y administrativas tengan una proyección coherente y que la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC mantenga una imagen sólida, transparente y alineada con su identidad cultural y pública.

2.4 Oficina de Comunicaciones: Instancia Técnica y Estratégica

La Oficina de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC se constituye como la instancia técnica, estratégica y operativa responsable de planear, coordinar, ejecutar y evaluar la gestión comunicacional institucional, en coherencia con el direccionamiento definido por Rectoría y los órganos de gobierno. Su naturaleza no es únicamente instrumental o productiva; es una dependencia de carácter transversal que articula identidad institucional, narrativa estratégica, posicionamiento académico y cultural, gestión del riesgo reputacional y seguimiento a indicadores. En el marco del Modelo de Gobernanza Comunicacional, la Oficina actúa como nodo técnico central, garantizando que cada acción comunicativa responda a criterios profesionales, normativos y estratégicos.

Desde una perspectiva funcional, la Oficina de Comunicaciones traduce los lineamientos institucionales en planes, protocolos y acciones concretas. Esto implica integrar la Política de

ACUERDO No. 091 DE 2026.-.
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

Comunicaciones con el Plan de Desarrollo Institucional, el Proyecto Educativo Institucional y los instrumentos de planeación vigentes, asegurando coherencia entre discurso y gestión. La Oficina no solo produce contenidos, sino que diseña estrategias, establece procedimientos de validación, administra la identidad visual y narrativa, y lidera el sistema de indicadores que permite medir el impacto comunicacional. Su carácter estratégico se refleja en la capacidad de anticipar riesgos, planear campañas institucionales y fortalecer el posicionamiento de la IUIPC en el ámbito académico y cultural.

En términos estructurales, las responsabilidades de la Oficina se organizan en dos grandes dimensiones: estratégica y operativa.

Dimensión estratégica

- Diseñar y actualizar el Plan Estratégico Anual de Comunicaciones.
- Administrar y custodiar el Manual de Marca, Identidad y Narrativa Institucional.
- Liderar la comunicación de crisis y la gestión del riesgo reputacional.
- Acompañar la vocería institucional y preparar lineamientos para escenarios públicos.
- Diseñar el sistema de indicadores y alimentar el dashboard de seguimiento.
- Acompañar la implementación comunicacional de políticas, planes y acuerdos institucionales.

Dimensión operativa

- Gestionar los medios institucionales (web, redes sociales, boletines, comunicados).
- Coordinar la comunicación interna con las dependencias.
- Diseñar y ejecutar campañas de posicionamiento académico y cultural.
- Producir piezas gráficas, editoriales y audiovisuales.
- Establecer y supervisar los procedimientos formales de publicación.

ACUERDO No. 091 DE 2026.- (Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

La Oficina de Comunicaciones también cumple una función articuladora entre las distintas dependencias académicas y administrativas, garantizando que la información fluya de manera ordenada y validada. A través de los enlaces de comunicación y del trabajo coordinado con los comités institucionales, la Oficina consolida la información, prioriza contenidos y asegura que los mensajes estratégicos tengan coherencia narrativa y visual. Este rol reduce la fragmentación comunicacional y fortalece la unidad institucional, especialmente en una universidad con diversidad de actores y escenarios de interacción cultural.

La Oficina opera bajo un enfoque de gestión basada en datos y mejora continua. Cada acción comunicativa debe ser susceptible de medición mediante indicadores cuantitativos y cualitativos, tales como niveles de satisfacción interna, crecimiento de audiencias, cumplimiento del plan anual y tiempos de respuesta en situaciones críticas. Esta orientación técnica permite que la comunicación deje de ser percibida como un gasto operativo y se consolide como una inversión estratégica que aporta valor institucional, fortalece la reputación pública y contribuye de manera directa al cumplimiento de la misión universitaria de la IUIPC.

2.5 Comité Institucional de Comunicaciones

El Comité Institucional de Comunicaciones se constituye como una **instancia asesora, estratégica y de articulación interdependencias**, orientada a fortalecer la toma de decisiones comunicacionales en la IUIPC bajo criterios de coherencia institucional, pertinencia cultural y responsabilidad pública. Su creación responde a la necesidad de integrar la comunicación al nivel directivo, evitando que las decisiones estratégicas en materia de posicionamiento, narrativa institucional o gestión de crisis se adopten de manera aislada o exclusivamente operativa. En este sentido, el Comité actúa como un espacio formal de análisis, deliberación y seguimiento, que permite alinear la comunicación con las prioridades académicas, administrativas y culturales de la Institución.

Desde una perspectiva de gobernanza, el Comité cumple una función clave en la articulación entre Rectoría, la Oficina de Comunicaciones y los distintos estamentos universitarios. Su carácter colegiado garantiza que las decisiones estratégicas en materia comunicacional cuenten con una visión integral y representativa, considerando el impacto en estudiantes, docentes, egresados y en el entorno institucional. Asimismo, fortalece la transparencia y la corresponsabilidad, al establecer un escenario donde se revisan indicadores, se evalúan campañas y se analizan riesgos reputacionales con criterios técnicos y estratégicos.

Integración del Comité

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co



Institución Universitaria de las
Culturas y las Artes Populares

VIGILADA
MINEDUCACIÓN

ACUERDO No. 091 DE 2026.- (Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

El Comité Institucional de Comunicaciones estará conformado por:

- Rectora, quien lo preside.
- Vicerrectoría Académica.
- Líder de la Oficina de Comunicaciones (Secretaría Técnica).
- Representante docente ante el Consejo Académico.
- Representante de los estudiantes ante el Consejo Directivo
- Delegado de Planeación Institucional.
- Enlace jurídico (cuando el tema lo requiera).

Esta composición garantiza representación académica, estudiantil y administrativa, así como articulación con la planeación institucional y el marco normativo vigente.

Funciones estratégicas del Comité

El Comité tendrá, entre otras, las siguientes responsabilidades:

- Aprobar el Plan Estratégico Anual de Comunicaciones.
- Evaluar semestralmente el cumplimiento de metas e indicadores.
- Definir campañas institucionales estratégicas y prioridades narrativas.
- Analizar escenarios de riesgo reputacional y recomendar acciones preventivas.
- Proponer ajustes a la Política de Comunicaciones y a sus instrumentos complementarios.
- Revisar resultados de percepción institucional y posicionamiento externo.

Estas funciones permiten que la comunicación institucional esté sujeta a evaluación periódica y mejora continua, integrando la dimensión estratégica al sistema de planeación institucional.

Periodicidad y funcionamiento

El Comité sesionará de manera ordinaria al menos dos (2) veces al año, coincidiendo con los ciclos de evaluación semestral de la gestión comunicacional. Podrá convocarse de manera extraordinaria cuando se presenten situaciones de crisis, campañas estratégicas de alto impacto o decisiones institucionales que requieran un acompañamiento comunicacional especial.

Las decisiones y recomendaciones del Comité quedarán registradas en actas oficiales, garantizando la trazabilidad y el soporte para procesos de control interno o auditoría.

Asimismo, el área de Comunicaciones deberá entregar, cada seis (6) meses, el registro audiovisual al área de Gestión Documental, con el fin de revisar el material susceptible de ser patentado.

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co



IUIPC

Institución Universitaria de las
Culturas y las Artes Populares

VIGILADA
MINEDUCACIÓN

ACUERDO No. 091 DE 2026.- (Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

El Comité Institucional de Comunicaciones consolida la comunicación como un asunto de gobierno universitario y no exclusivamente operativo. Su existencia fortalece la institucionalidad, promueve la toma de decisiones informadas y asegura que la comunicación contribuya efectivamente al posicionamiento académico, cultural y social de la IUIPC, bajo principios de transparencia, participación y coherencia estratégica.

2.6 Comité Editorial

El Comité Editorial de la IUIPC se configura como una instancia técnica especializada en la definición, validación y coherencia de la narrativa institucional y de los contenidos estratégicos, complementaria al Comité Institucional de Comunicaciones. Mientras este último se concentra en la orientación estratégica y el seguimiento de indicadores, el Comité Editorial cumple una función operativa–conceptual enfocada en garantizar la calidad discursiva, cultural y simbólica de los mensajes institucionales. En una institución con énfasis en culturas y artes populares, la producción de contenidos no puede responder únicamente a criterios informativos; debe sostener una línea narrativa consistente, respetuosa del enfoque cultural y alineada con la identidad institucional.

Desde una perspectiva profesional, el Comité Editorial asegura que la comunicación institucional mantenga unidad conceptual y coherencia estética en todos los medios y formatos. Esto implica revisar no solo el contenido textual, sino también la selección de imágenes, el lenguaje utilizado, la representación de los territorios y la manera en que se proyectan los actores institucionales. Su existencia responde a la necesidad de evitar contradicciones narrativas, fragmentación discursiva o desviaciones frente a los principios del Manual de Marca e Identidad Institucional. En este sentido, el Comité actúa como garante de la consistencia entre lo que la IUIPC es, lo que hace y lo que comunica.

Integración del Comité Editorial

El Comité Editorial estará conformado por:

- Líder de la Oficina de Comunicaciones (quien lo coordina).
- Profesional de contenidos o comunicaciones digitales.
- Representante académico designado por Vicerrectoría Académica.
- Representante de Bienestar Universitario (cuando aplique).
- Enlace de Planeación para articulación con metas institucionales.
- Invitados técnicos según temática (investigación, extensión, cultura, etc.).

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.- (Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

Esta integración permite una mirada interdisciplinaria sobre los contenidos, garantizando equilibrio entre pertinencia académica, coherencia institucional y estrategia comunicacional.

Funciones del Comité Editorial

Entre sus funciones principales se encuentran:

- Definir y aprobar la parrilla trimestral de contenidos.
- Validar la línea narrativa institucional y su aplicación en campañas.
- Priorizar contenidos estratégicos según el calendario institucional.
- Revisar campañas de alto impacto antes de su publicación.
- Evaluar la coherencia entre narrativa, imagen institucional y enfoque cultural.
- Analizar resultados de desempeño de contenidos y proponer ajustes.

Estas funciones permiten que la producción comunicacional no sea reactiva ni improvisada, sino planificada y alineada con los ejes estratégicos definidos en el marco orientador.

Periodicidad y funcionamiento

El Comité Editorial sesionará de manera ordinaria una vez por trimestre, en concordancia con la planificación de la parrilla de contenidos y las campañas institucionales. Podrá convocarse de manera extraordinaria cuando se requiera validar contenidos sensibles, campañas especiales o acciones comunicacionales asociadas a eventos de alto impacto institucional. Las decisiones adoptadas quedarán registradas en actas internas, asegurando trazabilidad y soporte técnico para procesos de evaluación.

El Comité Editorial fortalece la calidad técnica y conceptual de la comunicación institucional, asegurando que cada mensaje difundido por la IUIPC responda a criterios de coherencia cultural, pertinencia académica y estrategia institucional. Su labor contribuye directamente al fortalecimiento de la identidad narrativa, a la consolidación de la reputación pública y al posicionamiento de la Institución como referente universitario en el campo de las culturas y las artes populares.

2.7 Responsabilidad de las Dependencias Académicas y Administrativas

La comunicación institucional en la IUIPC no es una función exclusiva de la Oficina de Comunicaciones; es un compromiso transversal que involucra a todas las dependencias académicas y administrativas, en el marco de un modelo de corresponsabilidad regulada. Cada unidad

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco - Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

organizacional genera información estratégica —académica, cultural, administrativa o de proyección social— que impacta directamente la percepción interna y externa de la Institución. Por ello, la gestión comunicacional requiere la participación, organizada y sistemática de todas las áreas, bajo lineamientos claros que garanticen coherencia, oportunidad y trazabilidad.

Desde una perspectiva técnica, las dependencias son la fuente primaria de información institucional. Sin embargo, dicha información debe canalizarse a través de rutas formales que permitan su validación, priorización y adecuación narrativa antes de su publicación. Este esquema evita la dispersión de mensajes, la circulación de información incompleta o la exposición institucional innecesaria. Asimismo, fortalece la cultura organizacional al promover una comunicación ordenada y estratégica, alineada con la identidad cultural de la IUIPC y con los objetivos definidos en el Plan de Desarrollo Institucional.

Obligaciones de las dependencias académicas y administrativas

Cada dependencia deberá cumplir con las siguientes responsabilidades:

- Designar un **enlace o referente de comunicaciones**, quien actuará como canal oficial con la Oficina de Comunicaciones.
- Entregar informes periódicos (mensuales o trimestrales) sobre avances, logros, eventos y novedades relevantes.
- Diligenciar el formato institucional de reporte de información.
- Abstenerse de divulgar información estratégica sin validación previa.
- Alinear sus comunicaciones internas y externas con el Manual de Marca e Identidad Institucional.
- Participar en los espacios de planificación de parrilla de contenidos cuando sea requerido.

Estas obligaciones garantizan que la información generada en cada unidad contribuya de manera organizada al posicionamiento institucional y no se convierta en mensajes aislados sin coherencia narrativa.

Ruta formal de recepción y gestión de información

Para asegurar orden y trazabilidad, la información deberá seguir el siguiente flujo:

1. La dependencia identifica el hecho o avance relevante.
2. El enlace de comunicaciones diligencia el formato institucional.



Institución Universitaria de las
Culturas y las Artes Populares

VIGILADA
MINEDUCACIÓN

ACUERDO No. 091 DE 2026.- (Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

3. La información es remitida a la Oficina de Comunicaciones.
4. Se realiza revisión técnica y narrativa.
5. Se define medio, formato y momento de publicación.
6. Se publica el contenido en los canales oficiales.
7. Se mide el impacto mediante indicadores establecidos.

Este procedimiento no solo organiza la gestión de contenidos, sino que fortalece la responsabilidad institucional frente a la veracidad, oportunidad y pertinencia de la información.

En términos de control y seguimiento, la corresponsabilidad comunicacional se medirá a través de indicadores tales como el porcentaje de dependencias con reporte trimestral oportuno, el cumplimiento de los formatos institucionales y la participación en la planificación de contenidos. De esta manera, la comunicación se integra al sistema de planeación institucional, promoviendo una cultura de organización, transparencia y articulación que fortalece la identidad y reputación de la IUIPC.

2.8 Vocería Institucional

La vocería institucional en la IUIPC constituye un componente estratégico de la gobernanza comunicacional, en tanto define quiénes pueden representar oficialmente a la Institución ante públicos internos y externos, en qué condiciones y con qué lineamientos discursivos. En una institución universitaria pública con alta interacción académica, cultural y territorial, la vocería no puede ejercerse de manera espontánea ni individual, ya que cada declaración pública tiene implicaciones jurídicas, reputacionales y políticas. Por ello, la vocería institucional se regula como un proceso formal, articulado con Rectoría y acompañado técnicamente por la Oficina de Comunicaciones, garantizando coherencia narrativa y alineación con la identidad institucional.

Desde una perspectiva estratégica, la vocería no se limita a la emisión de comunicados oficiales o a la atención de medios de comunicación. También comprende la participación representativa de la institución en escenarios académicos, culturales, artísticos, comunitarios y gubernamentales, tanto a nivel local como nacional e internacional. En este sentido, cuando docentes, estudiantes, directivos o investigadores intervienen en eventos públicos en nombre de la Institución, ejercen una forma de vocería institucional que proyecta la imagen, los valores y la postura académica de la IUIPC. Por ello, estas participaciones deben estar alineadas con la narrativa institucional y, cuando corresponda, coordinadas con la Oficina de Comunicaciones.

Tipos de vocería institucional

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-.
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

La IUIPC reconoce los siguientes tipos de vocería:

- **Vocería principal:** Ejercida por la Rectora como máxima autoridad ejecutiva y representante legal de la Institución.
- **Vocerías delegadas:** Asignadas por Rectoría a directivos o funcionarios competentes según la temática (académica, administrativa, cultural o técnica).
- **Vocería representativa:** Ejercida por docentes, investigadores, estudiantes o egresados en eventos académicos, culturales y artísticos donde representen oficialmente a la IUIPC.
- **Vocería en crisis:** Centralizada exclusivamente en la Rectoría o en el vocero designado para tal efecto, bajo protocolo especial.

Esta clasificación permite delimitar responsabilidades y evitar contradicciones o declaraciones no autorizadas que puedan afectar la imagen institucional.

Lineamientos para el ejercicio de la vocería

El ejercicio de la vocería institucional deberá regirse por los siguientes criterios:

- Alineación con el Proyecto Educativo Institucional y la narrativa institucional.
- Veracidad, responsabilidad y respeto por la diversidad cultural.
- Coordinación previa con la Oficina de Comunicaciones cuando se trate de escenarios públicos estratégicos.
- Uso de mensajes claros, técnicamente sustentados y culturalmente pertinentes.
- Cumplimiento de protocolos específicos en situaciones de crisis o temas sensibles.

La Oficina de Comunicaciones tendrá la responsabilidad de preparar lineamientos, fichas de mensaje y acompañamiento técnico a los voceros cuando la situación lo requiera. Asimismo, podrá desarrollar procesos de formación en habilidades comunicativas y manejo de medios para directivos, docentes y estudiantes que representen a la Institución.

La vocería institucional no es un acto individual, sino una función regulada dentro del Modelo de Gobernanza Comunicacional. Su correcta gestión fortalece la reputación pública, proyecta coherencia institucional y consolida a la institución como una universidad organizada, transparente y culturalmente comprometida. A través de un ejercicio responsable de la vocería, la Institución protege su identidad, evita riesgos reputacionales y potencia su posicionamiento en los escenarios académicos y culturales donde participa.

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

2.9 Gestión del Riesgo Reputacional

La gestión del riesgo reputacional en la IUIPC se concibe como un componente esencial del Modelo de Gobernanza Comunicacional, orientado a prevenir, identificar, mitigar y controlar situaciones que puedan afectar la imagen, credibilidad o legitimidad institucional. En una institución universitaria pública con proyección cultural y territorial, la reputación no solo se construye a partir de resultados académicos, sino también de la manera en que la Institución comunica sus decisiones, responde ante contingencias y gestiona escenarios de alta exposición pública. Por ello, la comunicación debe integrar un enfoque preventivo que anticipe posibles impactos negativos y establezca protocolos claros de actuación.

Desde una perspectiva técnica, el riesgo reputacional puede originarse en múltiples fuentes: decisiones administrativas sensibles, conflictos internos, información descontextualizada en redes sociales, cobertura mediática adversa o crisis externas que involucren indirectamente a la Institución. La ausencia de una respuesta oportuna y coherente puede amplificar el impacto y generar pérdida de confianza en los públicos estratégicos. En este sentido, la gestión del riesgo reputacional no se limita a la reacción ante una crisis, sino que implica monitoreo permanente, análisis de entorno, evaluación de vulnerabilidades comunicacionales y establecimiento de rutas formales de actuación.

Fases de la gestión del riesgo reputacional

El modelo institucional contempla las siguientes fases estructuradas:

- **Identificación y monitoreo:** Seguimiento permanente a medios de comunicación, redes sociales y entornos institucionales para detectar alertas tempranas o posibles focos de crisis.
- **Evaluación del riesgo:** Análisis del nivel de impacto potencial (bajo, medio o alto), considerando alcance, actores involucrados y posibles consecuencias institucionales.
- **Activación del protocolo:** Convocatoria extraordinaria del Comité correspondiente y definición del vocero autorizado.
- **Comunicación interna prioritaria:** Información clara y oportuna a la comunidad universitaria antes de la emisión de mensajes externos, cuando la situación lo permita.
- **Comunicación externa oficial:** Emisión de comunicado o declaración institucional validada por Rectoría, con mensajes coherentes y técnicamente sustentados.

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

- **Seguimiento y evaluación posterior:** Monitoreo de impacto, análisis de percepción y elaboración de informe técnico para Rectoría y el Comité Institucional de Comunicaciones.

Este esquema permite actuar con orden, evitando improvisaciones y contradicciones públicas que puedan agravar la situación.

En términos de gobernanza, la gestión del riesgo reputacional debe estar articulada con el sistema de control interno y con los lineamientos del Modelo Integrado de Planeación y Gestión. Esto implica que las actuaciones comunicacionales en escenarios de crisis sean documentadas, evaluadas y retroalimentadas, fortaleciendo la cultura institucional de mejora continua. Asimismo, el tiempo de respuesta comunicacional se convierte en un indicador estratégico, ya que la oportunidad en la emisión de mensajes oficiales es determinante para contener la desinformación y preservar la confianza.

La gestión del riesgo reputacional no es un procedimiento aislado, sino un subsistema estratégico dentro de la política de comunicaciones. Su implementación protege la identidad cultural y académica de la IUIPC, fortalece la transparencia institucional y consolida una imagen pública responsable y coherente. A través de una gestión preventiva, planificada y basada en protocolos claros, la institución asegura que su reputación sea el resultado de una comunicación estratégica y no de respuestas improvisadas ante contingencias.

2.10 Sistema de Control y Seguimiento

El Sistema de Control y Seguimiento de la política de comunicaciones de la IUIPC constituye el mecanismo técnico que garantiza que la gestión comunicacional sea medible, verificable y orientada a resultados, en coherencia con los principios de planeación institucional, transparencia y mejora continua. La comunicación estratégica no puede depender exclusivamente de la creatividad o de la producción de contenidos; requiere un sistema estructurado que permita evaluar el cumplimiento de objetivos, el impacto en los públicos y la contribución real al posicionamiento institucional. En este sentido, el control y seguimiento se integran al ciclo de planeación, ejecución, evaluación y ajuste, asegurando que la comunicación aporte valor estratégico a la Institución.

Desde una perspectiva profesional, el sistema de seguimiento transforma la política de comunicaciones en un instrumento operativo y no meramente declarativo. Esto implica establecer metas anuales y cuatrienales, definir indicadores clave de desempeño (KPI), asignar responsables y generar reportes periódicos que permitan la toma de decisiones informadas por parte de Rectoría y del Comité Institucional de Comunicaciones. El seguimiento no debe concebirse como un ejercicio

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

sancionatorio, sino como una herramienta de gestión que facilita la identificación de oportunidades de mejora, la optimización de recursos y la consolidación de buenas prácticas comunicacionales.

Componentes del Sistema de Control y Seguimiento

El modelo institucional incorpora los siguientes elementos estructurales:

- **Matriz de Indicadores de Comunicaciones:** Documento técnico que consolida objetivos, metas, responsables, periodicidad de medición y fuentes de verificación.
- **Dashboard o Tablero de Control:** Herramienta visual de seguimiento que permite a Rectoría y al Comité evaluar el desempeño en tiempo real o por periodos definidos.
- **Informes semestrales y anuales de gestión:** Reportes técnicos elaborados por la Oficina de Comunicaciones, que incluyen análisis cuantitativo y cualitativo de resultados.
- **Indicadores estratégicos (KPI):**
 - Ejecución del Plan Anual de Comunicaciones.
 - Crecimiento de audiencias y alcance digital.
 - Nivel de satisfacción en comunicación interna.
 - Tiempo de respuesta en situaciones de crisis.
 - Cumplimiento del Manual de Marca.
 - Participación de dependencias en el reporte institucional.
- **Auditorías internas de coherencia comunicacional:** Revisión periódica de piezas y mensajes para verificar alineación con la narrativa institucional.

Este sistema permite medir no solo la cantidad de publicaciones o campañas realizadas, sino su impacto en términos de percepción, posicionamiento y fortalecimiento institucional.

En términos de gobernanza, el Sistema de Control y Seguimiento fortalece la rendición de cuentas y la toma de decisiones basada en evidencia. Los resultados obtenidos a través de la matriz y el dashboard permiten identificar brechas entre metas proyectadas y resultados alcanzados, facilitando ajustes estratégicos oportunos. Asimismo, la periodicidad semestral y anual de evaluación garantiza continuidad y sostenibilidad, evitando que la comunicación se desarrolle de manera improvisada o sin análisis de resultados.

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.- (Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

El Sistema de Control y Seguimiento consolida la comunicación como un proceso estratégico integrado al sistema de planeación institucional. Su implementación asegura que cada acción comunicativa contribuya de manera medible al cumplimiento de la misión universitaria, al fortalecimiento de la identidad cultural y al posicionamiento académico y social de la IUIPC, bajo criterios de eficiencia, transparencia y mejora continua.

2.11 Principios de Gobernanza Comunicacional

Los principios de gobernanza comunicacional constituyen el marco ético, técnico y estratégico que orienta la toma de decisiones, la producción de contenidos y la gestión de la comunicación institucional en la IUIPC. Estos principios no solo regulan el funcionamiento interno del área de comunicaciones, sino que establecen criterios obligatorios para todas las instancias que participan en el flujo informativo institucional. En una universidad pública con énfasis en culturas y artes populares, la gobernanza comunicacional debe garantizar coherencia, responsabilidad pública y respeto por la diversidad cultural, asegurando que cada mensaje emitido represente fielmente la identidad y misión institucional.

Desde una perspectiva profesional, los principios de gobernanza permiten que la comunicación opere bajo un esquema ordenado y transparente, evitando la improvisación, la dispersión de mensajes o la contradicción entre áreas. Estos principios funcionan como lineamientos rectores que atraviesan los procesos de planeación, validación, publicación, evaluación y gestión de crisis. Además, se articulan con los instrumentos de control institucional, fortaleciendo la rendición de cuentas y la toma de decisiones basada en evidencia.

Principios rectores de la Gobernanza Comunicacional

La Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC adopta los siguientes principios como base estructural de su modelo de gobernanza comunicacional:

- **Unidad de mensaje:** Toda comunicación institucional debe responder a una narrativa coherente y alineada con el Proyecto Educativo Institucional y el Plan de Desarrollo. Se evita la emisión de mensajes fragmentados o contradictorios que puedan afectar la credibilidad institucional.
- **Responsabilidad jerárquica:** Las decisiones comunicacionales estratégicas deben respetar la estructura organizacional, asegurando que la vocería y validación de contenidos de alto impacto recaigan en las autoridades competentes.

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

- **Validación previa y trazabilidad:** Los contenidos estratégicos deberán cumplir rutas formales de revisión y aprobación, garantizando respaldo técnico y documental.
- **Transparencia y acceso a la información:** La comunicación institucional debe promover claridad, veracidad y oportunidad en la divulgación de información pública, en coherencia con el marco normativo vigente.
- **Participación y corresponsabilidad:** La comunicación es una responsabilidad compartida entre las dependencias, bajo un esquema regulado y coordinado.
- **Gestión basada en datos:** Las decisiones comunicacionales deben apoyarse en indicadores, análisis de métricas y evaluación de resultados.
- **Mejora continua:** La política y los procesos comunicacionales deben evaluarse periódicamente para incorporar ajustes que fortalezcan su efectividad.

Estos principios no operan de manera aislada, sino interdependiente. Por ejemplo, la unidad de mensaje solo es posible si existe validación previa y responsabilidad jerárquica; la transparencia requiere gestión basada en datos y trazabilidad documental; y la mejora continua depende de un sistema efectivo de seguimiento y evaluación.

En síntesis, los principios de gobernanza comunicacional consolidan un modelo institucional en el que la comunicación deja de ser una función dispersa o informal y se convierte en un proceso estratégico, organizado y medible. Su aplicación fortalece la identidad cultural de la IUIPC, protege su reputación pública y asegura que cada acción comunicativa contribuya al cumplimiento de la misión universitaria con criterios de ética, coherencia y responsabilidad institucional.

CAPÍTULO III

SISTEMA DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES

El Sistema de Gestión de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC constituye el componente operativo de la Política Institucional de Comunicaciones. Mientras los capítulos anteriores establecen el marco conceptual y el modelo de gobernanza, este capítulo define los procesos, rutas, herramientas y mecanismos mediante los cuales la comunicación se planifica, ejecuta, controla y evalúa de manera estructurada y medible.

Este sistema articula la comunicación interna, externa, digital, de crisis y estratégica bajo un enfoque

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

integral que responde a las necesidades institucionales, a los públicos objetivos y a los lineamientos del Plan de Desarrollo Institucional. Su propósito es garantizar que cada acción comunicativa contribuya de manera efectiva al fortalecimiento de la identidad cultural, al posicionamiento académico y a la consolidación de la reputación institucional de la IUIPC, bajo criterios de coherencia, transparencia y mejora continua.

3.1 Enfoque del Sistema de Gestión de Comunicaciones

El Sistema de Gestión de Comunicaciones de la institución se fundamenta en un enfoque integral, sistémico y estratégico que articula la comunicación con los procesos de planeación institucional, gestión académica, proyección cultural y administración pública. Este enfoque reconoce que la comunicación no es un conjunto aislado de acciones informativas, sino un sistema organizado que integra objetivos, públicos, canales, protocolos, indicadores y mecanismos de evaluación bajo una lógica de mejora continua. En consecuencia, el sistema se estructura como un modelo operativo que permite planear, ejecutar, controlar y ajustar las acciones comunicacionales de manera coherente con el Proyecto Educativo Institucional y el Plan de Desarrollo Institucional.

Desde una perspectiva técnica, el enfoque del Sistema de Gestión responde a la necesidad de segmentar y organizar la comunicación según sus funciones estratégicas, evitando la dispersión de esfuerzos y garantizando claridad en los objetivos de cada acción. Esto implica diferenciar las dinámicas internas de cohesión organizacional, las estrategias externas de posicionamiento, la gestión digital, la administración de riesgos reputacionales y las campañas de mercadeo académico. Cada componente del sistema cumple un rol específico, pero todos operan de manera articulada, asegurando coherencia narrativa, eficiencia en el uso de recursos y alineación con la identidad cultural de la IUIPC.

Componentes del Enfoque del Sistema de Gestión

El Sistema de Gestión de Comunicaciones se estructura en cinco grandes líneas estratégicas:

1. Comunicación Interna

La comunicación interna fortalece la cohesión organizacional, el sentido de pertenencia y la apropiación de los objetivos institucionales por parte de estudiantes, docentes y administrativos. Su enfoque se centra en la circulación oportuna y clara de información estratégica, la reducción de rumores y la promoción de una cultura institucional basada en la transparencia y el diálogo.

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

- Prioriza la información institucional antes que la externa en escenarios sensibles.
- Establece rutas formales de validación y publicación.
- Mide la percepción interna mediante encuestas y análisis de satisfacción.

2. Comunicación Externa

La comunicación externa se orienta al posicionamiento académico, cultural y reputacional de la IUIPC en el entorno local, regional y nacional. Su enfoque combina visibilidad institucional, relacionamiento estratégico y construcción de confianza pública.

- Segmenta públicos externos según objetivos estratégicos.
- Estructura mensajes alineados con la narrativa cultural.
- Fortalece la presencia en medios y escenarios institucionales.

3. Comunicación Digital

La comunicación digital constituye el eje contemporáneo de visibilidad y relacionamiento institucional. Su enfoque integra redes sociales, página web, contenidos audiovisuales y monitoreo permanente del entorno digital.

- Planifica publicaciones bajo parrilla trimestral.
- Gestiona métricas de alcance, interacción y conversión.
- Implementa protocolos de respuesta en redes.
- Articula contenido cultural con estrategia de posicionamiento académico.

4. Comunicación de Crisis y Reputación

Este componente adopta un enfoque preventivo y reactivo frente a situaciones que puedan afectar la imagen institucional. Integra monitoreo, análisis de riesgo, activación de protocolos y evaluación posterior.

- Establece tiempos máximos de respuesta.
- Centraliza vocería en escenarios críticos.
- Documenta y evalúa cada caso para mejora continua.

5. Comunicación Estratégica y Mercadeo

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

La comunicación estratégica y de mercadeo tiene como propósito consolidar el posicionamiento institucional y fortalecer la atracción de aspirantes, especialmente en el marco del lanzamiento y consolidación de las licenciaturas. Este enfoque combina narrativa cultural, segmentación de audiencias y campañas de alto impacto.

- Diseña campañas segmentadas por público objetivo.
- Integra estrategias digitales y presenciales.
- Articula mercadeo académico con identidad cultural.
- Mide resultados en términos de postulaciones y posicionamiento.

El enfoque del Sistema de Gestión de Comunicaciones integra estos cinco componentes bajo un modelo coordinado y medible, donde cada acción comunicativa responde a un objetivo institucional claro y contribuye al fortalecimiento de la identidad cultural, la transparencia y la reputación pública de la IUIPC. Este enfoque garantiza que la comunicación deje de ser una actividad fragmentada y se consolide como un proceso estratégico alineado con la misión universitaria y con las dinámicas del entorno educativo y cultural.

3.2 Públicos Objetivo-Institucionales

La identificación y segmentación de los públicos objetivo constituye un componente estratégico del Sistema de Gestión de Comunicaciones de la IUIPC. Toda acción comunicacional debe partir del reconocimiento claro de quién recibe el mensaje, cuáles son sus intereses, expectativas y niveles de relación con la Institución. La comunicación universitaria no puede diseñarse bajo un enfoque homogéneo; por el contrario, requiere diferenciación estratégica, adecuación narrativa y selección de canales pertinentes según el grupo de interés al que se dirige. Esta segmentación permite optimizar recursos, aumentar la efectividad del mensaje y fortalecer el posicionamiento institucional en los distintos escenarios de interacción.

Desde una perspectiva técnica, los públicos institucionales se clasifican en internos y externos, aunque ambos mantienen relaciones dinámicas e interdependientes. Los públicos internos son aquellos que forman parte de la estructura académica y administrativa de la IUIPC y que influyen directamente en la cultura organizacional. Los públicos externos, por su parte, interactúan con la Institución desde el entorno social, cultural, académico o gubernamental, incidiendo en su reputación y posicionamiento. Esta diferenciación permite diseñar estrategias específicas en términos de tono comunicativo, profundidad del contenido, frecuencia de contacto y objetivos estratégicos.

Públicos Internos

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

Los públicos internos son actores fundamentales en la construcción de identidad institucional y en la legitimidad de los procesos comunicacionales. Su adecuada gestión fortalece la cohesión organizacional y el sentido de pertenencia.

Se reconocen como públicos internos:

- Estudiantes
- Docentes
- Administrativos
- Directivos
- Contratistas
- Egresados

Objetivos estratégicos frente a públicos internos:

- Garantizar información clara, oportuna y transparente.
- Fortalecer la identidad cultural y académica.
- Promover la apropiación del Proyecto Educativo Institucional.
- Consolidar una cultura organizacional basada en el diálogo y la corresponsabilidad.
- Reducir desinformación y rumores mediante canales formales.

En este contexto, la comunicación interna debe priorizar la claridad, la cercanía y la coherencia institucional, asegurando que las decisiones estratégicas sean comprendidas y apropiadas por la comunidad universitaria.

Públicos Externos

Los públicos externos inciden directamente en la reputación, visibilidad y sostenibilidad institucional. Su adecuada segmentación permite proyectar una imagen sólida, confiable y culturalmente diferenciada.

Se reconocen como públicos externos:

- Aspirantes y sus familias
- Ministerio de Educación Nacional y entidades reguladoras
- Consejo Nacional de Acreditación
- Sector cultural y artístico

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

- Entidades públicas territoriales
- Medios de comunicación
- Cooperantes y aliados estratégicos
- Comunidad territorial
- Instituciones educativas
- Sector productivo cultural

Objetivos estratégicos frente a públicos externos:

- Posicionar a la IUIPC como referente en culturas y artes populares.
- Generar confianza y credibilidad institucional.
- Visibilizar la oferta académica y logros institucionales.
- Consolidar alianzas estratégicas.
- Fortalecer procesos de atracción y retención de estudiantes.

En este ámbito, la comunicación debe adoptar un enfoque estratégico de posicionamiento, reputación y relacionamiento institucional, combinando narrativa cultural con evidencia académica y resultados verificables.

La segmentación de públicos objetivo permite estructurar un modelo comunicacional diferenciado, coherente y eficiente. Al reconocer las particularidades de cada grupo de interés, la IUIPC fortalece su capacidad de interacción estratégica, optimiza la gestión de mensajes y consolida una comunicación alineada con su identidad cultural, su misión educativa y sus metas institucionales.

3.3 Comunicación Interna

La Comunicación Interna en la IUIPC se configura como un proceso estratégico orientado a fortalecer la cohesión organizacional, la transparencia institucional y el sentido de pertenencia de la comunidad universitaria. En una institución pública de educación superior con identidad cultural propia, la circulación oportuna y estructurada de la información es un factor determinante para consolidar confianza, reducir la incertidumbre y alinear a estudiantes, docentes y administrativos en torno a los objetivos misionales. La comunicación interna no se limita a informar decisiones; debe generar comprensión, apropiación y compromiso frente a los procesos académicos, administrativos y culturales.

Desde una perspectiva técnica, la comunicación interna debe planificarse con el mismo rigor que la comunicación externa. Esto implica establecer rutas formales, segmentar públicos internos, definir

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

canales oficiales y medir el impacto de los mensajes emitidos. La ausencia de una estrategia estructurada puede derivar en rumores, desinformación o fragmentación organizacional, afectando el clima institucional y la percepción de liderazgo. Por ello, el Sistema de Gestión de Comunicaciones incorpora la comunicación interna como un subsistema prioritario, articulado con la gobernanza comunicacional y con el sistema de planeación institucional.

Objetivos estratégicos de la Comunicación Interna

- Garantizar información clara, veraz y oportuna sobre decisiones institucionales.
- Fortalecer el sentido de pertenencia y la identidad cultural universitaria.
- Promover la participación y el diálogo entre estamentos.
- Reducir la circulación de información no validada.
- Apoyar la implementación de políticas y planes institucionales.

Estos objetivos permiten que la comunicación interna contribuya no solo a la circulación de información, sino a la consolidación de una cultura organizacional coherente con el Proyecto Educativo Institucional.

Ruta formal de la Comunicación Interna

Para garantizar orden y trazabilidad, la información deberá seguir el siguiente procedimiento:

1. Generación de información por la dependencia correspondiente.
2. Diligenciamiento del formato institucional de reporte.
3. Envío formal a la Oficina de Comunicaciones.
4. Revisión técnica, narrativa y de pertinencia.
5. Validación por Rectoría si se trata de información estratégica.
6. Publicación en los canales oficiales internos.
7. Seguimiento y medición del impacto comunicacional.

Este flujo evita improvisaciones y asegura que los mensajes institucionales mantengan coherencia narrativa y respaldo técnico.

Canales oficiales de Comunicación Interna

La IUIPC reconoce como canales formales de comunicación interna:

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

- Correo electrónico institucional.
- Intranet o plataforma interna.
- Boletines institucionales internos.
- Plataforma académica.
- Reuniones institucionales formales.
- Carteleras físicas o digitales oficiales.

Queda establecido que la información estratégica no deberá circular por medios informales o canales personales que no garanticen trazabilidad y validación institucional.

Evaluación y seguimiento

El desempeño de la comunicación interna será medido mediante indicadores tales como:

- Nivel de satisfacción de la comunidad universitaria.
- Porcentaje de dependencias que reportan información oportunamente.
- Tasa de apertura de boletines internos.
- Participación en espacios institucionales de diálogo.

La Comunicación Interna en la IUIPC se concibe como un eje estructural del Sistema de Gestión de Comunicaciones, orientado a consolidar una cultura organizacional sólida, informada y alineada con la misión institucional. Su adecuada implementación fortalece la gobernanza, reduce riesgos reputacionales y promueve una comunidad universitaria cohesionada y participativa.

3.4 Comunicación Externa

La Comunicación Externa en la IUIPC se orienta a posicionar a la Institución como referente académico y cultural en el campo de las culturas y las artes populares, fortaleciendo su reputación pública, su visibilidad estratégica y su capacidad de relacionamiento interinstitucional. En el contexto de la educación superior pública, la comunicación externa no solo cumple una función informativa, sino que incide directamente en la construcción de legitimidad social, en la atracción de nuevos estudiantes y en la consolidación de alianzas estratégicas con entidades públicas, privadas y del sector cultural. Por ello, debe gestionarse bajo criterios de planeación estratégica, coherencia narrativa y medición de impacto.

Desde una perspectiva profesional, la comunicación externa debe proyectar una imagen institucional sólida, diferenciada y culturalmente coherente. Esto implica que cada mensaje emitido hacia el entorno

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

—ya sea a través de medios de comunicación, redes sociales, eventos públicos o comunicados oficiales— debe reflejar los principios del Proyecto Educativo Institucional y la narrativa basada en el reconocimiento del arte y la cultura popular como conocimiento legítimo. La comunicación externa no puede limitarse a la difusión de eventos; debe estructurarse como una estrategia de posicionamiento que consolide a la institución como actor relevante en el ecosistema cultural y educativo.

Objetivos estratégicos de la Comunicación Externa

- Posicionar la IUIPC como referente universitario en culturas y artes populares.
- Visibilizar la oferta académica, especialmente las licenciaturas.
- Fortalecer la reputación institucional ante entidades reguladoras y aliados estratégicos.
- Consolidar relaciones con medios de comunicación y sector cultural.
- Promover la transparencia y la rendición de cuentas ante la ciudadanía.

Estos objetivos permiten orientar las acciones comunicacionales hacia resultados concretos, alineados con el Plan de Desarrollo Institucional.

Ruta formal de la Comunicación Externa

Para garantizar orden y coherencia, toda comunicación externa deberá seguir el siguiente procedimiento:

1. Identificación de la necesidad comunicacional o solicitud externa.
2. Análisis de pertinencia estratégica y evaluación reputacional.
3. Validación jurídica cuando el contenido lo requiera.
4. Definición del vocero autorizado.
5. Elaboración del mensaje bajo lineamientos narrativos institucionales.
6. Publicación en canal oficial correspondiente.
7. Registro documental y seguimiento mediático.

Este procedimiento garantiza trazabilidad, evita contradicciones públicas y protege la imagen institucional.

Canales de Comunicación Externa

La IUIPC reconoce como canales oficiales de comunicación externa:

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

- Página web institucional.
- Redes sociales verificadas.
- Comunicados oficiales firmados por Rectoría.
- Ruedas de prensa y entrevistas institucionales.
- Boletines institucionales externos.
- Participación en eventos académicos y culturales.

Queda establecido que ningún funcionario o miembro de la comunidad universitaria podrá emitir declaraciones oficiales en nombre de la Institución sin la debida autorización.

Estrategia de relacionamiento externo

La comunicación externa incluye un componente estructurado de relacionamiento institucional:

- Mapeo permanente de medios locales y nacionales.
- Base de datos actualizada de periodistas culturales.
- Convenios con medios públicos y comunitarios.
- Alianzas con entidades culturales y educativas.
- Participación en escenarios de política pública cultural.

Este enfoque fortalece la presencia institucional más allá de los canales digitales, consolidando redes estratégicas que amplían el alcance y la influencia de la IUIPC.

Evaluación y seguimiento

El desempeño de la comunicación externa se medirá a través de indicadores como:

- Número de apariciones en medios.
- Alcance y engagement en publicaciones externas.
- Número de alianzas o convenios formalizados.
- Incremento en postulaciones derivadas de campañas.
- Índice de percepción positiva institucional.

La Comunicación Externa en la IUIPC se concibe como una herramienta estratégica de posicionamiento y reputación que articula narrativa cultural, planeación institucional y relacionamiento estratégico. Su adecuada gestión fortalece la legitimidad social de la Institución, consolida su identidad pública y contribuye de manera directa al cumplimiento de su misión educativa y cultural.

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

3.5 Canales Oficiales Institucionales

La definición y regulación de los canales oficiales institucionales constituye un elemento fundamental del Sistema de Gestión de Comunicaciones de la IUIPC. En el marco de una institución pública de educación superior, los canales oficiales no solo cumplen la función de difundir información, sino que representan los medios formales a través de los cuales la Institución ejerce su derecho y deber de comunicar, garantizar transparencia y consolidar su identidad pública. Por tanto, su uso debe estar claramente reglamentado, evitando la dispersión de mensajes en espacios no autorizados que puedan generar confusión, desinformación o afectaciones reputacionales.

Desde una perspectiva estratégica, los canales oficiales permiten asegurar unidad de mensaje, trazabilidad de la información y respaldo institucional. Toda comunicación que comprometa la imagen, las decisiones académicas, administrativas o financieras, deberá circular exclusivamente por estos medios, bajo validación previa de la Oficina de Comunicaciones y, cuando corresponda, de Rectoría. La formalización de canales oficiales fortalece la gobernanza comunicacional, garantiza coherencia narrativa y protege a la Institución frente a interpretaciones erróneas o comunicaciones no autorizadas.

Canales Oficiales Reconocidos por la IUIPC

Se reconocen como canales oficiales institucionales los siguientes:

- **Página web institucional:** Medio principal de información pública, donde se publica normativa, noticias, convocatorias, rendición de cuentas y contenidos estratégicos.
- **Redes sociales verificadas institucionales:** Canales digitales oficiales utilizados para posicionamiento, interacción con públicos externos y difusión cultural y académica.
- **Comunicados oficiales firmados por Rectoría:** Instrumentos formales para informar decisiones estratégicas o pronunciamientos institucionales.
- **Correos electrónicos institucionales:** Medio oficial para comunicación interna y externa formal, con trazabilidad y respaldo documental.
- **Boletines institucionales (internos y externos):** Herramienta periódica de información estructurada.

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

- **Plataforma académica institucional:** Canal oficial para información académica dirigida a estudiantes y docentes.
- **Ruedas de prensa y eventos oficiales institucionales:** Espacios formales de comunicación pública ante medios y comunidad.

Estos canales constituyen la única vía autorizada para la difusión de información estratégica institucional.

Lineamientos para el uso de canales oficiales

El uso de los canales oficiales deberá cumplir los siguientes criterios:

- Validación previa por la Oficina de Comunicaciones.
- Alineación con la narrativa institucional.
- Cumplimiento de la política de protección de datos.
- Registro documental de publicaciones estratégicas.
- Prohibición expresa de divulgar información institucional por cuentas personales o medios no autorizados cuando se trate de temas oficiales.

En caso de incumplimiento, se activarán los procedimientos establecidos en la normativa interna correspondiente.

Gestión y control de los canales

La Oficina de Comunicaciones será responsable de la administración, actualización, monitoreo y evaluación de los canales oficiales. Esto incluye:

- Control de accesos administrativos a redes y web.
- Supervisión del contenido publicado.
- Monitoreo de interacciones y comentarios.
- Evaluación periódica de desempeño digital.
- Actualización tecnológica y de seguridad de plataformas.

La regulación de los canales oficiales institucionales fortalece la transparencia, la coherencia y la seguridad comunicacional de la IUIPC. Su adecuada gestión permite consolidar una imagen institucional sólida, garantizar el derecho a la información y proteger la reputación pública, asegurando

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

que cada mensaje difundido represente fielmente los principios, decisiones y objetivos estratégicos de la Institución.

3.6 Comunicación Digital y Gestión de Redes

La Comunicación Digital en la IUIPC constituye un eje estratégico del posicionamiento institucional, la interacción con públicos externos e internos y la consolidación de la identidad cultural en entornos virtuales. En el contexto actual, las plataformas digitales no son únicamente canales de difusión, sino espacios de conversación, construcción de reputación y proyección académica. Por ello, la gestión digital debe desarrollarse bajo criterios técnicos, planificación estructurada y análisis permanente de métricas, evitando la improvisación o la publicación reactiva sin alineación estratégica.

Desde una perspectiva profesional, la comunicación digital integra narrativa institucional, identidad visual, segmentación de públicos y estrategia de mercadeo académico. Cada publicación debe responder a objetivos claros: informar, posicionar, convocar, educar o fortalecer la reputación institucional. La IUIPC, como institución con enfoque en culturas y artes populares, debe proyectar en sus plataformas digitales una estética coherente con su identidad cultural, visibilizando procesos artísticos, experiencias territoriales y logros académicos con un lenguaje inclusivo y culturalmente pertinente.

Lineamientos estratégicos de la Comunicación Digital

La gestión digital institucional se regirá por los siguientes principios operativos:

- **Planeación editorial estructurada:** Implementación de una parrilla trimestral de contenidos con calendario semanal definido.
- **Coherencia narrativa y visual:** Aplicación obligatoria del Manual de Marca y lineamientos gráficos institucionales.
- **Segmentación de audiencias digitales:** Adaptación de mensajes según público objetivo (aspirantes, estudiantes, sector cultural, aliados).
- **Interacción responsable:** Gestión activa de comentarios y mensajes directos bajo protocolo institucional.
- **Monitoreo permanente:** Seguimiento de métricas de alcance, interacción, conversión y percepción.
- **Cumplimiento normativo:** Protección de datos personales y uso responsable de imagen.

Plataformas digitales oficiales

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

La IUIPC reconoce como ecosistema digital institucional:

- Página web institucional.
- Redes sociales oficiales verificadas (Facebook, Instagram, X, YouTube u otras que se definan estratégicamente).
- Canal institucional de video y transmisiones en vivo.
- Plataformas de difusión académica y cultural.

La administración de estas plataformas estará exclusivamente a cargo de la Oficina de Comunicaciones, quien garantizará control de accesos, seguridad de cuentas y respaldo documental de publicaciones estratégicas.

Estrategia de contenidos digitales

La producción digital deberá equilibrar los siguientes tipos de contenido:

- Informativo (convocatorias, normatividad, decisiones institucionales).
- Académico (programas, investigación, logros docentes y estudiantiles).
- Cultural (eventos, creación artística, patrimonio territorial).
- Institucional (rendición de cuentas, posicionamiento, campañas estratégicas).
- Mercadeo académico (promoción de licenciaturas y oferta formativa).

Cada contenido deberá tener objetivo definido, público segmentado y llamado a la acción claro.

Indicadores de desempeño digital

La gestión digital será evaluada mediante KPI específicos:

- Crecimiento anual de seguidores.
- Alcance mensual promedio.
- Tasa de interacción (engagement).
- Número de clics hacia páginas de inscripción.
- Conversión de campañas digitales en postulaciones.
- Tiempo promedio de respuesta en redes.

Meta estratégica: Incremento progresivo mínimo del 10 % en comunidad digital en un periodo de cuatro años, acompañado de mejora cualitativa en interacción y posicionamiento.

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

Gestión de riesgos en entornos digitales

La comunicación digital deberá incorporar un protocolo de gestión de comentarios críticos, desinformación o situaciones de riesgo reputacional en redes sociales. Esto incluye:

- Monitoreo diario de menciones.
- Clasificación de comentarios (informativos, críticos, ofensivos).
- Respuesta institucional bajo lineamientos definidos.
- Escalamiento inmediato en casos de crisis.

La Comunicación Digital y Gestión de Redes en la IUIPC se concibe como un subsistema estratégico del modelo comunicacional, orientado no solo a la visibilidad institucional, sino a la construcción activa de comunidad, reputación y posicionamiento académico-cultural. Su gestión profesional, planificada y basada en datos permitirá consolidar la presencia digital de la Institución de manera coherente con su identidad cultural y con los objetivos estratégicos definidos en el Plan de Desarrollo Institucional.

3.7 Estrategia de Relacionamiento con Medios y Entidades Públicas

La Estrategia de Relacionamiento con Medios y Entidades Públicas de la IUIPC constituye un componente fundamental del Sistema de Gestión de Comunicaciones, orientado a consolidar una presencia institucional activa, estratégica y sostenida en el entorno académico, cultural y gubernamental. En el contexto de la educación superior pública, el posicionamiento institucional no depende únicamente de la calidad académica, sino también de la capacidad de establecer relaciones sólidas con actores clave del ecosistema educativo y cultural. Por ello, el relacionamiento no debe entenderse como una acción coyuntural o reactiva, sino como una política estructurada de comunicación institucional y diplomacia académica.

Desde una perspectiva profesional, la relación con medios de comunicación y entidades públicas requiere planificación, segmentación y seguimiento. No basta con enviar boletines o convocar ruedas de prensa; es necesario construir confianza, mantener contacto periódico, ofrecer contenidos de valor y posicionar a la institución como fuente experta en temas de cultura, arte, educación y territorio. En este sentido, la estrategia debe integrar acciones de visibilidad, generación de agenda mediática y formalización de alianzas institucionales que fortalezcan la reputación pública y amplíen el alcance de los proyectos académicos y culturales.

Objetivos estratégicos del relacionamiento

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

- Posicionar a la IUIPC como referente académico en culturas y artes populares.
- Fortalecer la visibilidad institucional en medios locales, regionales y nacionales.
- Consolidar alianzas estratégicas con entidades públicas del sector educativo y cultural.
- Apoyar procesos de rendición de cuentas y transparencia institucional.
- Potenciar la difusión de la oferta académica y de los logros institucionales.

Estrategia de relacionamiento con medios de comunicación

La IUIPC implementará un plan estructurado de prensa y medios que incluya:

- **Mapeo y segmentación de medios:** Identificación de medios locales, regionales, nacionales y especializados en cultura y educación.
- **Base de datos actualizada de periodistas:** Registro de contactos estratégicos con énfasis en periodistas culturales y educativos.
- **Boletines estratégicos periódicos:** Envío programado de contenidos relevantes y diferenciados, no únicamente informativos.
- **Ruedas de prensa institucionales:** Convocatorias formales para anuncios estratégicos o hitos académicos.
- **Entrevistas y columnas de opinión:** Posicionamiento de directivos y docentes como voces expertas en temas culturales y educativos.
- **Seguimiento mediático:** Monitoreo de publicaciones y análisis de impacto reputacional.

Esta estrategia permitirá que la IUIPC no solo aparezca en medios, sino que construya una presencia sistemática y coherente con su identidad cultural.

Estrategia de relacionamiento con entidades públicas: En relación con entidades públicas, la estrategia se orientará a la consolidación de vínculos institucionales formales que fortalezcan proyectos académicos y culturales.

Acciones prioritarias:

- Formalización de convenios interadministrativos con secretarías de cultura y educación.
- Participación en mesas sectoriales y espacios de política pública cultural.
- Alianzas con instituciones educativas del orden territorial.
- Coordinación con entidades del sector cultural para eventos y programas conjuntos.
- Articulación con organismos reguladores y de aseguramiento de calidad.

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

Estas acciones deberán registrarse en un plan anual de relacionamiento institucional con metas cuantificables.

Indicadores de seguimiento

Para garantizar efectividad y sostenibilidad, la estrategia incluirá indicadores como:

- Número de apariciones en medios de comunicación.
- Número de convenios formales suscritos.
- Participación en escenarios de política pública.
- Alcance mediático estimado.
- Incremento en reconocimiento institucional.

La Estrategia de relacionamiento con medios y entidades públicas fortalece la proyección externa de la IUIPC y consolida su papel como actor relevante en el ámbito cultural y educativo. Su implementación estructurada permitirá ampliar redes de cooperación, posicionar la oferta académica, respaldar procesos de acreditación futura y fortalecer la legitimidad institucional ante la sociedad y las autoridades.

3.8 Plan de Mercadeo – Licenciaturas

El Plan de Mercadeo para las Licenciaturas de la IUIPC se constituye como una estrategia prioritaria dentro del Sistema de Gestión de Comunicaciones, dado que el lanzamiento y consolidación de estas licenciaturas representa un hito histórico en el desarrollo institucional. No se trata únicamente de promover programas académicos, sino de posicionar una propuesta formativa diferenciada, con identidad cultural y enfoque en artes y culturas populares, en un entorno altamente competitivo de educación superior. Por tanto, el plan de mercadeo debe estructurarse bajo criterios técnicos de segmentación, posicionamiento, diferenciación y medición de resultados, articulando narrativa cultural con estrategia de atracción de aspirantes.

Desde una perspectiva profesional, el mercadeo académico en una institución pública debe fundamentarse en la coherencia entre identidad, calidad académica y proyección social. La comunicación no puede basarse exclusivamente en publicidad, sino en la construcción de confianza, reputación y valor simbólico. Las licenciaturas de la IUIPC deben presentarse como programas que integran formación pedagógica, creación artística y transformación social, destacando su pertinencia territorial y cultural. En este sentido, el plan combina comunicación estratégica, marketing digital, relacionamiento institucional y presencia en escenarios educativos.

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

Objetivo General del Plan de Mercadeo

Posicionar las licenciaturas de la IUIPC como programas académicos innovadores y culturalmente pertinentes, incrementando la visibilidad institucional y logrando un aumento progresivo en el número de postulaciones y matrículas.

Objetivos Específicos

- Incrementar en al menos un 20 % las postulaciones en el primer año de implementación.
- Fortalecer el reconocimiento de marca institucional en el sector educativo y cultural.
- Consolidar la narrativa diferencial de las licenciaturas como propuesta formativa única en artes y culturas populares.
- Ampliar la presencia digital y territorial en segmentos de aspirantes potenciales.

Segmentación de Públicos para Mercadeo

El plan de mercadeo identifica públicos estratégicos:

- Estudiantes de educación media.
- Instituciones educativas públicas y privadas.
- Docentes orientadores y rectores de colegios.
- Familias de aspirantes.
- Jóvenes vinculados a procesos culturales y artísticos.
- Comunidades territoriales con tradición cultural.

Cada segmento requerirá mensajes y canales diferenciados.

Estrategias del Plan de Mercadeo

1. Estrategia Digital Segmentada

- Campañas pagas en redes sociales con segmentación geográfica y demográfica.
- Landing pages específicas para cada licenciatura.
- Contenidos audiovisuales testimoniales de docentes y estudiantes.
- Estrategias de remarketing para interesados.

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC.

2. Estrategia Narrativa y de Posicionamiento

- Historias de impacto cultural y pedagógico.
- Resaltado del enfoque territorial y artístico.
- Uso de testimonios auténticos y vocerías académicas.

3. Estrategia Territorial y Presencial

- Visitas a colegios.
- Participación en ferias educativas.
- Activaciones culturales itinerantes.
- Talleres demostrativos y clases abiertas.

4. Estrategia de Alianzas Institucionales

- Convenios con instituciones educativas.
- Articulación con Secretarías de Educación y Cultura.
- Redes con colectivos culturales juveniles.

Indicadores de Seguimiento

El Plan de Mercadeo será evaluado mediante:

- Número de postulaciones por programa.
- Tasa de conversión de aspirantes a matriculados.
- Alcance y engagement de campañas digitales.
- Número de instituciones educativas visitadas.
- Nivel de reconocimiento institucional en encuestas de percepción.

Articulación con Presupuesto y Planeación

El Plan de Mercadeo deberá contar con respaldo presupuestal aprobado en la proyección financiera 2026, incluyendo recursos destinados a:

- Producción audiovisual.
- Pauta digital.
- Material promocional.



IUIPC

Institución Universitaria de las
Culturas y las Artes Populares

VIGILADA
MINEDUCACIÓN

ACUERDO No. 091 DE 2026.-

(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

- Activaciones territoriales.
- Diseño gráfico y campañas institucionales.

El Plan de Mercadeo para las Licenciaturas no debe entenderse como una campaña aislada, sino como una estrategia estructural de posicionamiento institucional. Su adecuada implementación permitirá consolidar a la IUIPC como una universidad pública con oferta formativa innovadora y culturalmente pertinente, fortaleciendo su sostenibilidad académica y su impacto social en el territorio.

3.9 Protección de Datos en la Gestión Comunicacional

La Protección de Datos en la Gestión Comunicacional de la IUIPC constituye un principio transversal y obligatorio en todas las acciones informativas, promocionales y digitales desarrolladas por la Institución. En el contexto de una universidad pública, la comunicación institucional implica el tratamiento permanente de datos personales de estudiantes, docentes, administrativos, aspirantes, egresados y aliados estratégicos. Por tanto, la gestión comunicacional debe cumplir estrictamente con la normativa vigente en materia de protección de datos personales y garantizar el respeto por los derechos fundamentales a la intimidad, el buen nombre y la autodeterminación informativa.

Desde una perspectiva profesional, la comunicación institucional no puede privilegiar la visibilidad sobre la legalidad o la ética. La publicación de fotografías, videos, testimonios, bases de datos o información académica requiere procedimientos claros de autorización, almacenamiento y custodia. La IUIPC deberá integrar la protección de datos dentro de su Modelo de Gobernanza Comunicacional, asegurando que cada pieza comunicativa cumpla con criterios jurídicos, técnicos y éticos antes de su difusión en canales oficiales o digitales.

Principios orientadores en materia de protección de datos

La gestión comunicacional se regirá por los siguientes principios:

- **Legalidad:** Todo tratamiento de datos personales deberá estar amparado por autorización expresa y por las disposiciones legales vigentes.
- **Finalidad:** Los datos recolectados solo podrán utilizarse para fines institucionales legítimos y previamente informados.
- **Libertad y consentimiento:** Ninguna imagen, video o testimonio podrá publicarse sin autorización previa, libre e informada.
- **Seguridad y confidencialidad:** Las bases de datos deberán estar protegidas contra acceso

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

no autorizado, pérdida o uso indebido.

- **Transparencia:** Los titulares de datos podrán conocer, actualizar o solicitar la eliminación de su información conforme a la normativa aplicable.

Lineamientos específicos para la gestión comunicacional

En el marco del Sistema de Gestión de Comunicaciones, se adoptan las siguientes directrices operativas:

- Recolección de **autorizaciones de uso de imagen** en eventos académicos y culturales.
- Implementación de formatos institucionales de consentimiento informado.
- Protección especial en publicaciones que involucren **menores de edad**.
- Custodia segura de bases de datos de aspirantes y contactos estratégicos.
- Restricción del uso de bases de datos institucionales para fines no autorizados.
- Eliminación o anonimización de información cuando el titular lo solicite.
- Revisión previa de publicaciones que incluyan datos sensibles o información académica personal.

Responsabilidades institucionales

La Oficina de Comunicaciones será responsable de verificar que toda pieza comunicativa cumpla con los lineamientos de protección de datos antes de su publicación. Asimismo, deberá coordinar con la dependencia jurídica y con el área encargada del tratamiento de datos personales para garantizar el cumplimiento normativo. Las dependencias académicas y administrativas también serán corresponsables en la adecuada recolección y remisión de autorizaciones cuando generen información susceptible de publicación.

Gestión del riesgo asociado a datos personales

El incumplimiento en materia de protección de datos puede generar sanciones legales y afectar gravemente la reputación institucional. Por ello, la IUIPC integrará la protección de datos al sistema de gestión del riesgo reputacional, estableciendo protocolos de actuación ante posibles vulneraciones, tales como filtración de información, uso indebido de imágenes o publicación de datos sin consentimiento.

La Protección de Datos en la Gestión Comunicacional no es un requisito accesorio, sino un componente estructural de la ética y la legalidad institucional. Su adecuada implementación fortalece la confianza de la comunidad universitaria y de los públicos externos, protege los derechos

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

fundamentales de las personas y consolida una comunicación responsable, transparente y alineada con los principios del servicio público educativo.

3.10 Evaluación y Mejora Continua

La Evaluación y Mejora Continua del Sistema de Gestión de Comunicaciones de la IUIPC constituye el mecanismo que garantiza su sostenibilidad, pertinencia y efectividad en el tiempo. En coherencia con los principios de planeación estratégica y gestión pública moderna, la comunicación institucional no puede desarrollarse de manera estática ni limitarse a la ejecución de actividades; requiere un proceso sistemático de análisis de resultados, identificación de brechas y adopción de acciones correctivas y preventivas. Este enfoque permite que la Política de Comunicaciones evolucione en función de los cambios del entorno educativo, cultural y digital, así como de las dinámicas internas de la Institución.

Desde una perspectiva técnica, la evaluación debe combinar indicadores cuantitativos y cualitativos, integrando métricas digitales, percepción institucional, cumplimiento de metas estratégicas y análisis reputacional. La mejora continua no se fundamenta únicamente en estadísticas de alcance o número de publicaciones, sino en la capacidad de la comunicación para fortalecer identidad institucional, posicionamiento académico, transparencia y confianza pública. Por ello, la IUIPC adopta un modelo de evaluación periódica articulado con el ciclo institucional de planeación y con los lineamientos del Modelo Integrado de Planeación y Gestión.

Componentes del proceso de Evaluación

El sistema de evaluación se estructura a partir de los siguientes elementos:

- **Indicadores de desempeño (KPI):**
 - Cumplimiento del Plan Anual de Comunicaciones.
 - Alcance e interacción en plataformas digitales.
 - Tiempo de respuesta en escenarios de crisis.
 - Nivel de satisfacción en comunicación interna.
 - Impacto de campañas de mercadeo académico.

- **Informes periódicos de gestión:**

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

- Informes semestrales presentados al Comité Institucional de Comunicaciones.
- Informe anual consolidado para Rectoría y Consejo Directivo.
- **Encuestas de percepción institucional:**
 - Evaluación de clima comunicacional interno.
 - Medición de reconocimiento externo de la marca IUIPC.
- **Análisis reputacional:**
 - Seguimiento a presencia en medios.
 - Evaluación cualitativa de narrativa institucional proyectada.

Ciclo de Mejora Continua

El Sistema de Gestión de Comunicaciones adoptará el ciclo de mejora continua bajo el esquema:

1. **Planear:** Definición de objetivos, metas e indicadores anuales.
2. **Hacer:** Implementación de acciones comunicacionales planificadas.
3. **Verificar:** Medición y análisis de resultados obtenidos.
4. **Actuar:** Ajuste de estrategias, actualización de procedimientos y fortalecimiento de capacidades.

Este ciclo garantiza que la comunicación institucional no permanezca estática, sino que se adapte a las transformaciones del entorno y a las necesidades de la comunidad universitaria.

Responsabilidades en la Evaluación

La Oficina de Comunicaciones será responsable de consolidar la información técnica y elaborar los informes de desempeño. El Comité Institucional de Comunicaciones analizará los resultados y formulará recomendaciones estratégicas. Rectoría validará los ajustes estructurales y garantizará la incorporación de mejoras en el plan anual siguiente.

Cultura institucional de aprendizaje comunicacional

La mejora continua implica también fortalecer las capacidades del equipo de comunicaciones y de los enlaces institucionales, promoviendo procesos de formación, actualización en tendencias digitales y análisis estratégico. La evaluación no debe entenderse como un mecanismo de control punitivo, sino

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co



IUIPC

Institución Universitaria de las
Culturas y las Artes Populares

VIGILADA
MINEDUCACIÓN

ACUERDO No. 091 DE 2026.- (Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

como una oportunidad de aprendizaje institucional que permita consolidar buenas prácticas y corregir debilidades.

La Evaluación y Mejora Continua consolidan la comunicación institucional como un proceso estratégico, dinámico y medible. Su implementación fortalece la eficiencia en el uso de recursos, protege la reputación pública y asegura que la Política de Comunicaciones de la IUIPC mantenga coherencia con su misión educativa, su identidad cultural y los objetivos establecidos en el Plan de Desarrollo Institucional.

CAPÍTULO IV **SISTEMA DE PLANEACIÓN Y SEGUIMIENTO**

El Sistema de Planeación y Seguimiento de la Política Institucional de Comunicaciones constituye el mecanismo que transforma la estrategia comunicacional en resultados verificables, sostenibles y alineados con el direccionamiento institucional. Si los capítulos anteriores definieron el marco conceptual, la gobernanza y la operación del sistema comunicacional, este capítulo establece las condiciones para garantizar su viabilidad técnica, financiera y estratégica en el tiempo.

En el contexto de una institución pública de educación superior como la IUIPC, la comunicación debe responder a criterios de eficiencia, transparencia y responsabilidad en el uso de recursos públicos. Por ello, la planeación anual, la definición de metas medibles, la proyección presupuestal y la evaluación periódica no son elementos complementarios, sino componentes esenciales de la gestión comunicacional. Este sistema permite articular la comunicación con el Plan de Desarrollo Institucional, fortalecer la rendición de cuentas y asegurar que cada acción implementada contribuya de manera tangible al posicionamiento académico, cultural y reputacional de la Institución.

A través de un modelo basado en indicadores, seguimiento semestral y evaluación cuatrienal, la IUIPC consolida una cultura de gestión comunicacional orientada a resultados, mejora continua y toma de decisiones informada. De esta manera, la comunicación deja de ser un ejercicio reactivo o operativo para convertirse en un instrumento estratégico de desarrollo institucional y sostenibilidad organizacional.

4.1 Enfoque del Sistema de Planeación y Seguimiento

El enfoque del sistema de planeación y seguimiento de la política de comunicaciones de la IUIPC se fundamenta en la integración de la gestión comunicacional al modelo institucional de planeación estratégica, control y evaluación. En una institución pública de educación superior, la comunicación

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

no puede operar al margen de los instrumentos de direccionamiento institucional ni depender exclusivamente de dinámicas operativas. Por el contrario, debe estar articulada al ciclo de planeación anual y cuatrienal, con metas claras, indicadores verificables, asignación presupuestal definida y mecanismos periódicos de evaluación. Este enfoque garantiza que la comunicación contribuya de manera medible al cumplimiento del Plan de Desarrollo Institucional y a la consolidación del Proyecto Educativo Institucional.

Desde una perspectiva técnica, el Sistema de Planeación y Seguimiento adopta un modelo orientado a resultados, en el cual cada acción comunicacional se vincula a un objetivo estratégico, a una meta cuantificable y a un responsable definido. Esto implica superar la lógica de actividades aisladas y avanzar hacia una estructura programática organizada por ejes estratégicos. La comunicación institucional se concibe como un proceso planificado que inicia con la formulación anual de objetivos, continúa con la ejecución estructurada de acciones y culmina con la medición de resultados y ajustes estratégicos.

Principios del Enfoque de Planeación y Seguimiento

El sistema se sustenta en los siguientes principios operativos:

- **Planeación estratégica anticipada:** Las acciones comunicacionales se definen antes del inicio de cada vigencia, evitando improvisación.
- **Gestión basada en indicadores (KPI):** Cada objetivo debe contar con métricas claras de cumplimiento.
- **Asignación presupuestal vinculada a metas:** La inversión en comunicación responde a resultados proyectados.
- **Seguimiento periódico estructurado:** Evaluación semestral y anual con análisis de brechas.
- **Mejora continua:** Ajuste dinámico de estrategias según resultados y entorno.

Dimensiones del Sistema de Planeación

El enfoque articula cuatro dimensiones complementarias:

1. **Dimensión Estratégica:** Define metas anuales y cuatrienales alineadas con el PDI y con las prioridades institucionales (posicionamiento, licenciaturas, reputación, comunicación interna).
2. **Dimensión Operativa:** Organiza cronogramas trimestrales, responsables y productos entregables.
3. **Dimensión Financiera:** Vincula presupuesto aprobado con acciones comunicacionales



IUIPC

Institución Universitaria de las
Culturas y las Artes Populares

VIGILADA
MINEDUCACIÓN

ACUERDO No. 091 DE 2026.- (Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

específicas.

4. **Dimensión Evaluativa:** Mide resultados mediante matriz de indicadores y reportes técnicos.

Estas dimensiones permiten una visión integral donde planeación, ejecución y evaluación se encuentran interconectadas.

Articulación con el ciclo institucional

El Sistema de Planeación y Seguimiento se integra al ciclo institucional bajo el esquema:

1. Formulación del Plan Estratégico Anual de Comunicaciones.
2. Aprobación por Rectoría y socialización ante el Comité.
3. Ejecución trimestral planificada.
4. Seguimiento semestral con análisis de indicadores.
5. Informe anual consolidado.
6. Ajustes para la vigencia siguiente.

Este modelo fortalece la trazabilidad, la transparencia y la rendición de cuentas comunicacional.

El Enfoque del Sistema de Planeación y Seguimiento transforma la Política de Comunicaciones en un instrumento estratégico medible, financiado y evaluable. Su implementación garantiza coherencia entre narrativa institucional, metas de posicionamiento y sostenibilidad presupuestal, consolidando una cultura de gestión comunicacional orientada a resultados y alineada con el desarrollo institucional de la IUIPC.

4.2 Plan Estratégico Anual de Comunicaciones

El Plan Estratégico Anual de Comunicaciones constituye el instrumento operativo central mediante el cual la IUIPC organiza y ejecuta su gestión comunicacional durante cada vigencia fiscal. Este plan traduce los lineamientos de la Política de Comunicaciones y del Sistema de Planeación en acciones concretas, metas cuantificables, cronogramas definidos y recursos asignados. No se trata de un documento declarativo, sino de una herramienta de gestión que articula narrativa institucional, posicionamiento académico, fortalecimiento de comunicación interna, mercadeo de licenciaturas y gestión reputacional bajo un esquema de responsabilidad y medición.

Desde una perspectiva técnica, el Plan Estratégico Anual debe formularse con base en el Plan de Desarrollo Institucional, las prioridades definidas por Rectoría y los resultados obtenidos en la

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

evaluación de la vigencia anterior. Esto garantiza continuidad estratégica y coherencia institucional. Cada año, el plan deberá estructurarse por ejes estratégicos, vinculando objetivos, actividades, responsables, indicadores y presupuesto. De esta manera, la comunicación se integra al sistema institucional de planeación y deja de depender de acciones coyunturales o reactivas.

Estructura del Plan Estratégico Anual

El Plan Estratégico Anual de Comunicaciones deberá contener, como mínimo, los siguientes componentes:

1. Diagnóstico Inicial

- Análisis de resultados del año anterior.
- Evaluación de métricas digitales y reputacionales.
- Identificación de brechas en comunicación interna y externa.
- Análisis de entorno institucional y cultural.

Este diagnóstico permitirá ajustar prioridades y definir metas realistas.

2. Objetivos Estratégicos del Año

Los objetivos deberán alinearse con las prioridades institucionales, tales como:

- Consolidación de la narrativa institucional basada en arte y cultura popular.
- Posicionamiento y promoción de las licenciaturas.
- Fortalecimiento de la comunicación interna.
- Incremento progresivo de la comunidad digital.
- Consolidación de la estrategia de relacionamiento con medios y entidades públicas.
- Fortalecimiento de la reputación institucional.

Cada objetivo deberá estar formulado en términos claros y medibles.

3. Metas Cuantificables (KPI)

El plan deberá incorporar indicadores específicos, por ejemplo:

- Incremento del X % en seguidores digitales.

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

- Número mínimo de apariciones en medios.
- Número de convenios estratégicos formalizados.
- Porcentaje de dependencias con reporte comunicacional oportuno.
- Incremento en postulaciones a licenciaturas.
- Nivel de satisfacción en comunicación interna superior al X %.

Estas metas deberán tener línea base y meta anual definida.

4. Cronograma Trimestral

El plan deberá organizarse por trimestres, estableciendo:

- Actividades específicas por período.
- Campañas institucionales programadas.
- Ruedas de prensa y eventos estratégicos.
- Lanzamientos académicos.
- Activaciones territoriales.

Cada actividad deberá incluir responsable y fecha de ejecución.

5. Presupuesto y Proyección Financiera

El Plan Estratégico Anual de Comunicaciones contará con respaldo presupuestal institucional debidamente proyectado dentro del marco financiero definido en el Plan de Desarrollo Institucional 2025–2028 y en el Plan Operativo Anual de cada vigencia. La asignación de recursos para la gestión comunicacional se concibe como una inversión estratégica orientada al fortalecimiento del posicionamiento académico, la consolidación de las licenciaturas, la transparencia institucional y la sostenibilidad reputacional de la IUIPC.

En términos proporcionales, el presupuesto destinado a comunicaciones representa un porcentaje reducido y técnicamente razonable dentro del total del presupuesto institucional anual. Se proyecta que la inversión en comunicaciones no supere entre el 1 % y el 2 % del presupuesto total de funcionamiento, cifra que se considera eficiente y alineada con buenas prácticas en instituciones públicas de educación superior. Este porcentaje permite desarrollar campañas estratégicas, fortalecer presencia digital, ejecutar acciones de mercadeo académico y garantizar gestión de crisis, sin comprometer la sostenibilidad financiera institucional.

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

La inversión contemplará, entre otros, los siguientes rubros estratégicos:

- Producción audiovisual institucional.
- Pauta digital segmentada para promoción académica.
- Diseño gráfico y piezas comunicacionales.
- Activaciones territoriales y eventos institucionales.
- Herramientas tecnológicas de monitoreo digital y reputacional.
- Material promocional para posicionamiento de licenciaturas.

El presupuesto deberá estar formalmente respaldado por certificación del área financiera y vinculado a metas cuantificables establecidas en la Matriz de Indicadores del Plan Estratégico Anual. La ejecución presupuestal será objeto de seguimiento semestral, garantizando eficiencia en el uso de los recursos públicos y coherencia con los resultados proyectados.

De esta manera, la IUIPC consolida una gestión comunicacional sostenible, estratégica y financieramente responsable, demostrando que una inversión moderada —inferior al 2 % del presupuesto institucional— puede generar alto impacto en posicionamiento, reputación y atracción académica, en coherencia con los objetivos definidos en el PDI y en la Política Institucional de Comunicaciones.

6. Productos Entregables

Cada objetivo deberá traducirse en productos verificables, tales como:

- Campañas institucionales ejecutadas.
- Informes semestrales de gestión.
- Evaluaciones de percepción.
- Parrillas trimestrales ejecutadas.
- Convenios formalizados.

Estos productos servirán como evidencia en procesos de rendición de cuentas.

Procedimiento de Aprobación y Seguimiento

El Plan Estratégico Anual deberá:

1. Ser formulado por la Oficina de Comunicaciones.

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

2. Ser revisado técnicamente por el Comité Institucional de Comunicaciones.
 3. Ser aprobado por Rectoría.
 4. Ser socializado ante las dependencias.
 5. Ser evaluado semestralmente mediante informes de seguimiento.
- Este procedimiento garantiza legitimidad institucional y control estratégico.

Enfoque de Gestión Basada en Resultados

El Plan Estratégico Anual adopta el enfoque de gestión basada en resultados, lo que implica:

- Vinculación directa entre objetivos y presupuesto.
- Seguimiento periódico de indicadores.
- Identificación de desviaciones.
- Implementación de planes de ajuste cuando sea necesario.

De esta manera, la comunicación institucional se integra plenamente al sistema de planeación y control institucional.

El Plan Estratégico Anual de Comunicaciones es el instrumento que operacionaliza la Política y convierte la estrategia comunicacional en acciones concretas, medibles y financiadas. Su adecuada formulación y seguimiento garantizan coherencia narrativa, eficiencia en el uso de recursos y contribución directa al posicionamiento académico, cultural y reputacional de la institución.

4.3 Proyección Financiera y Sostenibilidad

La Proyección Financiera y Sostenibilidad de la Política de Comunicaciones de la IUIPC se fundamenta en un enfoque de inversión estratégica responsable, orientado a garantizar continuidad operativa, impacto institucional y eficiencia en el uso de recursos públicos. En el marco de la planeación institucional establecida en el Plan de Desarrollo Institucional 2025–2028, la comunicación no se concibe como un gasto accesorio, sino como un componente transversal que fortalece el posicionamiento académico, la consolidación de las licenciaturas, la reputación institucional y la transparencia frente a los grupos de interés.

Desde una perspectiva técnica, la sostenibilidad financiera de la gestión comunicacional exige planificación anticipada, asignación presupuestal definida y articulación con el Plan Operativo Anual. La IUIPC proyecta una inversión moderada y proporcional, equivalente a un rango estimado entre el 1 % y el 2 % del presupuesto institucional anual de funcionamiento, porcentaje que refleja una política

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

de racionalidad financiera y alto impacto estratégico. Esta proporción garantiza la ejecución de campañas institucionales, fortalecimiento digital, producción de contenidos y gestión reputacional, sin comprometer el equilibrio presupuestal ni la priorización de funciones misionales.

Componentes de la Proyección Financiera

La planeación presupuestal para comunicaciones contemplará, entre otros, los siguientes rubros estratégicos:

- **Producción de contenidos audiovisuales:** Videos institucionales, piezas promocionales de licenciaturas y cobertura de eventos culturales.
- **Pauta digital segmentada:** Campañas dirigidas a aspirantes y públicos estratégicos.
- **Diseño gráfico y material institucional:** Desarrollo de piezas impresas y digitales alineadas con la identidad visual.
- **Activaciones territoriales y presencia en ferias educativas:** Acciones de promoción académica y posicionamiento institucional.
- **Herramientas tecnológicas:** Software de monitoreo digital, analítica y gestión de redes.
- **Capacitación y actualización del equipo:** Formación en tendencias digitales, comunicación estratégica y gestión reputacional.

Sostenibilidad y eficiencia del gasto

La sostenibilidad financiera se garantizará mediante:

- Certificación presupuestal anual emitida por el área financiera.
- Vinculación de cada rubro a metas específicas del Plan Estratégico Anual.
- Seguimiento semestral de ejecución presupuestal.
- Evaluación de retorno estratégico (impacto en posicionamiento y postulaciones).

Este modelo permite asegurar que la inversión en comunicación esté directamente asociada a resultados verificables, tales como incremento en postulaciones, crecimiento de comunidad digital, fortalecimiento reputacional y consolidación de alianzas estratégicas.

Articulación con metas institucionales

La proyección financiera se alinea con:

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

- Las metas del Plan de Desarrollo Institucional.
- Los objetivos de posicionamiento de las licenciaturas.
- Las estrategias de rendición de cuentas y transparencia.
- La consolidación de la narrativa institucional basada en arte y cultura popular.

De esta manera, la inversión comunicacional contribuye directamente a la sostenibilidad académica y reputacional de la IUIPC.

La Proyección Financiera y Sostenibilidad de la Política de Comunicaciones garantiza una gestión estratégica, responsable y alineada con la planeación institucional. Con una inversión controlada y técnicamente justificada—inferior al 2 % del presupuesto institucional— la IUIPC asegura alto impacto en visibilidad, posicionamiento y consolidación académica, fortaleciendo su competitividad en el entorno educativo y cultural sin comprometer la estabilidad financiera institucional.

4.4 Matriz de Indicadores Estratégicos

La Matriz de Indicadores Estratégicos constituye el instrumento técnico que permite medir de manera objetiva el desempeño del Sistema de Comunicaciones de la IUIPC, asegurando que cada acción ejecutada esté vinculada a resultados verificables y alineados con el Plan de Desarrollo Institucional 2025–2028. La gestión comunicacional, al integrarse al modelo institucional de planeación y seguimiento, debe fundamentarse en métricas claras que permitan evaluar impacto, eficiencia y contribución estratégica al posicionamiento académico y cultural de la Institución.

Desde una perspectiva profesional, la matriz no se limita a indicadores operativos (número de publicaciones o piezas producidas), sino que incorpora métricas de resultado y de impacto: posicionamiento, reputación, conversión de aspirantes, percepción interna y capacidad de respuesta en crisis. Este enfoque fortalece la toma de decisiones basada en evidencia, permite identificar brechas y facilita la rendición de cuentas ante Rectoría, Comité Institucional de Comunicaciones y órganos de gobierno.

Estructura de la Matriz de Indicadores Estratégicos

La matriz se organiza en cuatro dimensiones estratégicas:

1. Posicionamiento y Relacionamiento Externo
2. Gestión Digital y Visibilidad
3. Comunicación Interna
4. Gestión Reputacional y Gobernanza

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

Cada dimensión contiene objetivos, indicadores, fórmula de medición, meta anual y periodicidad de seguimiento.

MATRIZ DE INDICADORES ESTRATÉGICOS – IUIPC

1. Dimensión: Posicionamiento y Relacionamiento Externo

Objetivo Estratégico	Indicador	Fórmula	Meta Anual	Periodicidad
Incrementar visibilidad institucional	Número de apariciones en medios	Total publicaciones en medios en el año	≥ 20 anuales	Semestral
Fortalecer alianzas estratégicas	Número de convenios formalizados con medios o entidades públicas	Total convenios suscritos	≥ 3 anuales	Anual
Mejorar percepción institucional	Índice de percepción positiva	% respuestas favorables en encuesta externa	$\geq 80\%$	Anual
Posicionar licenciaturas	Incremento en postulaciones	$(\text{Postulaciones año actual} - \text{año anterior}) / \text{año anterior}$	$\geq 20\%$	Anual

2. Dimensión: Gestión Digital y Visibilidad

Objetivo Estratégico	Indicador	Fórmula	Meta Anual	Periodicidad
Ampliar comunidad digital	Crecimiento de seguidores	$(\text{Seguidores actuales} - \text{seguidores iniciales}) / \text{inicial}$	$\geq 10\%$	Trimestral
Mejorar interacción digital	Tasa de engagement	$(\text{Interacciones} / \text{alcance total}) \times 100$	$\geq 5\%$ promedio	Mensual
Optimizar conversión académica	Tasa de conversión digital	$(\text{Clics a inscripción} / \text{total visitas}) \times 100$	$\geq 8\%$	Trimestral
Fortalecer visibilidad web	Número de visitas a página institucional	Total visitas mensuales	Incremento $\geq 15\%$	Trimestral

3. Dimensión: Comunicación Interna

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

Objetivo Estratégico	Indicador	Fórmula	Meta Anual	Periodicidad
Garantizar flujo informativo institucional	% dependencias con reporte oportuno	(Dependencias que reportan / total dependencias) x 100	≥ 85 %	Trimestral
Mejorar satisfacción interna	Índice de satisfacción comunicacional	% respuestas positivas encuesta interna	≥ 80 %	Anual
Fortalecer lectura boletines	Tasa de apertura correo institucional	(Correos abiertos / enviados) x 100	≥ 60 %	Mensual

4. Dimensión: Gestión Reputacional y Gobernanza

Objetivo Estratégico	Indicador	Fórmula	Meta Anual	Periodicidad
Reducir impacto de crisis	Tiempo promedio de respuesta	Horas desde alerta hasta comunicado	≤ 8 horas	Por evento
Fortalecer control narrativo	% contenidos validados según protocolo	(Contenidos validados / total publicados) x 100	100 %	Trimestral
Mejorar trazabilidad institucional	Informes semestrales entregados	Número de informes presentados	2 por año	Semestral
Garantizar ejecución eficiente	% ejecución presupuestal comunicaciones	(Ejecución / presupuesto asignado) x 100	≥ 90 %	Anual

Enfoque Metodológico de Seguimiento

La Matriz de Indicadores Estratégicos se gestionará bajo el siguiente procedimiento:

1. Consolidación mensual de métricas digitales.
2. Seguimiento trimestral ante Comité Institucional de Comunicaciones.
3. Evaluación semestral integral.
4. Informe anual consolidado ante Rectoría y Consejo Directivo.
5. Ajuste de metas para la siguiente vigencia.

Articulación con Planeación Institucional

- **IUIPC - NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco - Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

Esta matriz:

- Se integra al Plan Estratégico Anual de Comunicaciones.
- Se articula con el Plan Operativo Anual.
- Permite soporte técnico en procesos de rendición de cuentas.
- Facilita evaluación para actualización del PDI.

Enfoque de Mejora Continua

Cuando un indicador no alcance la meta proyectada, se activará un plan de mejora que incluya:

- Diagnóstico de causas.
- Ajuste de estrategia o canal.
- Reasignación presupuestal si aplica.
- Seguimiento extraordinario en el trimestre siguiente.

La Matriz de Indicadores Estratégicos convierte la Política de Comunicaciones en un sistema medible, evaluable y orientado a resultados. Su implementación garantiza coherencia entre inversión, gestión operativa y posicionamiento institucional, consolidando una cultura organizacional basada en datos, transparencia y mejora continua.

4.5 Rendición de Cuentas Comunicacional

La Rendición de Cuentas Comunicacional en la IUIPC se concibe como un componente estratégico del Sistema de Planeación y Seguimiento, orientado a garantizar transparencia, legitimidad institucional y confianza pública. En una institución universitaria pública, la comunicación no solo debe informar sobre actividades realizadas, sino demostrar resultados, uso eficiente de recursos y contribución al cumplimiento de la misión institucional. La rendición de cuentas comunicacional permite evidenciar cómo la gestión estratégica de la comunicación fortalece el posicionamiento académico, la identidad cultural y la sostenibilidad institucional.

Desde una perspectiva profesional, la rendición de cuentas en materia comunicacional trasciende la presentación de estadísticas básicas. Debe estructurarse como un informe técnico que relacione objetivos estratégicos, metas definidas en la Matriz de Indicadores, ejecución presupuestal y resultados alcanzados. Este ejercicio fortalece la gobernanza institucional y se articula con los principios de transparencia y responsabilidad en el uso de recursos públicos, consolidando una cultura organizacional basada en evidencia y mejora continua.

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco - Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co



IUIPC

Institución Universitaria de las
Culturas y las Artes Populares

VIGILADA
MINEDUCACIÓN

ACUERDO No. 091 DE 2026.- (Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

Objetivos de la Rendición de Cuentas Comunicacional

- Informar a la comunidad universitaria y a los grupos de interés sobre resultados alcanzados.
- Evidenciar el cumplimiento del Plan Estratégico Anual de Comunicaciones.
- Mostrar ejecución presupuestal y eficiencia del gasto.
- Socializar indicadores de posicionamiento, reputación y gestión digital.
- Generar espacios de retroalimentación participativa.

Componentes del Informe de Rendición de Cuentas

La rendición de cuentas comunicacional deberá incluir como mínimo:

- **Resumen ejecutivo de gestión anual.**
- Cumplimiento de metas establecidas en la Matriz de Indicadores.
- Resultados de campañas estratégicas (incluidas licenciaturas).
- Métricas digitales consolidadas (alcance, engagement, conversión).
- Resultados en comunicación interna (satisfacción y participación).
- Gestión de crisis y tiempos de respuesta.
- Convenios y alianzas estratégicas formalizadas.
- Ejecución presupuestal comparada con metas alcanzadas.
- Análisis de brechas y acciones de mejora propuestas.

Mecanismos de Socialización

La rendición de cuentas se realizará a través de:

- Publicación del informe en la página web institucional.
- Presentación ante el Comité Institucional de Comunicaciones.
- Socialización ante Rectoría y Consejo Directivo.
- Espacios de diálogo con la comunidad universitaria.
- Difusión resumida en boletines institucionales.

Este proceso debe garantizar accesibilidad, claridad y oportunidad en la información divulgada.

Periodicidad

- Seguimiento semestral interno ante Comité.

- **IUIPC - NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco - Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

- Informe anual consolidado público.
- Evaluación cuatrienal en el marco del cierre del PDI.

Enfoque de Transparencia y Mejora Continua

La rendición de cuentas no debe limitarse a exponer logros; también debe identificar desafíos, debilidades y oportunidades de mejora. Este enfoque fortalece la credibilidad institucional y demuestra madurez organizacional. Asimismo, permite ajustar estrategias para la siguiente vigencia, reforzando el ciclo de planeación, ejecución, evaluación y mejora continua.

En síntesis, la Rendición de Cuentas Comunicacional consolida la comunicación como un proceso estratégico sujeto a evaluación pública y control institucional. Su adecuada implementación fortalece la transparencia, legitima la inversión presupuestal —que representa un porcentaje reducido del presupuesto institucional— y demuestra el impacto tangible de la gestión comunicacional en el posicionamiento académico, cultural y reputacional de la IUIPC.

4.6 Sistema de Alertas y Ajuste Estratégico

El Sistema de Alertas y Ajuste Estratégico de la Política de Comunicaciones de la IUIPC se configura como un mecanismo preventivo y correctivo orientado a garantizar la estabilidad, coherencia y efectividad de la gestión comunicacional. En el marco de una institución pública de educación superior, la planeación estratégica debe contemplar escenarios de desviación frente a metas proyectadas, cambios en el entorno institucional, variaciones presupuestales o situaciones reputacionales emergentes. Por ello, este sistema permite identificar oportunamente brechas en el cumplimiento de indicadores y activar procesos de ajuste que aseguren la continuidad y sostenibilidad de la estrategia comunicacional.

Desde una perspectiva técnica, el Sistema de Alertas no tiene un carácter sancionatorio, sino preventivo y de mejora continua. Su finalidad es detectar tempranamente variaciones negativas en métricas clave —como disminución de interacción digital, incumplimiento de metas de posicionamiento, baja conversión en campañas de mercadeo o retrasos en ejecución presupuestal— y generar respuestas estructuradas antes de que dichas desviaciones impacten la reputación o los objetivos institucionales. Este enfoque fortalece la gobernanza comunicacional, ya que permite decisiones informadas y oportunas por parte de Rectoría y del Comité Institucional de Comunicaciones.

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

Criterios de Activación de Alertas

El Sistema de Alertas se activará cuando se presenten situaciones como:

- Incumplimiento superior al 20 % de una meta trimestral.
- Disminución sostenida de interacción digital durante dos periodos consecutivos.
- Reducción significativa en postulaciones respecto a la meta proyectada.
- Incremento en incidentes reputacionales o crisis comunicacionales.
- Ejecución presupuestal inferior al 70 % en el tercer trimestre.
- Falta de reporte oportuno por parte de dependencias estratégicas.

Estos criterios permiten una evaluación objetiva y basada en datos.

Niveles de Alerta

El sistema podrá clasificar las alertas en tres niveles:

- **Alerta Preventiva:** Desviación leve que requiere ajuste operativo menor.
- **Alerta Moderada:** Brecha significativa que requiere revisión estratégica y posible reorientación de recursos.
- **Alerta Crítica:** Situación que afecta directamente la reputación institucional o el cumplimiento de metas estratégicas, requiriendo intervención inmediata de Rectoría.

Procedimiento de Ajuste Estratégico

Una vez activada la alerta, se seguirá el siguiente protocolo:

1. Consolidación técnica del análisis por parte de la Oficina de Comunicaciones.
2. Presentación de informe breve al Comité Institucional de Comunicaciones.
3. Identificación de causas (internas o externas).
4. Formulación de plan de ajuste con metas revisadas.
5. Reasignación de recursos o rediseño de estrategia si aplica.
6. Seguimiento extraordinario en el siguiente trimestre.

Este procedimiento garantiza trazabilidad, responsabilidad institucional y capacidad de respuesta estructurada.

Herramientas de monitoreo

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

El Sistema de Alertas se apoyará en:

- Dashboard digital de indicadores.
- Reportes mensuales automatizados de métricas.
- Monitoreo de medios y redes sociales.
- Evaluación periódica de ejecución presupuestal.
- Encuestas internas y externas de percepción.

Enfoque de Mejora Continua

El Sistema de Alertas y Ajuste Estratégico se integra al ciclo de mejora continua institucional, permitiendo que la Política de Comunicaciones evolucione dinámicamente frente a los cambios del entorno. La capacidad de detectar desviaciones y corregirlas oportunamente fortalece la sostenibilidad del modelo comunicacional, protege la reputación institucional y optimiza la inversión presupuestal —que representa un porcentaje reducido del total institucional— maximizando su impacto estratégico.

El Sistema de Alertas y Ajuste Estratégico consolida una cultura organizacional basada en análisis de datos, prevención de riesgos y toma de decisiones informada. Su implementación permite que la IUIPC mantenga una gestión comunicacional flexible, resiliente y alineada con los objetivos estratégicos definidos en el Plan de Desarrollo Institucional, garantizando coherencia, eficiencia y sostenibilidad en el tiempo.

Conclusión

La presente Política Institucional de Comunicaciones consolida un marco estratégico, técnico y operativo que posiciona la comunicación como un eje transversal del desarrollo institucional de la IUIPC. A lo largo de este documento se ha definido no solo el marco conceptual y la gobernanza comunicacional, sino también el sistema de gestión, planeación, seguimiento, evaluación y sostenibilidad financiera que garantizan su implementación efectiva y medible.

Esta política reconoce que la comunicación universitaria, en el contexto de una institución pública con identidad cultural propia, es un instrumento de construcción simbólica, legitimidad académica y responsabilidad social. La narrativa centrada en el arte y la cultura popular no es únicamente un elemento discursivo, sino el eje identitario que orienta el posicionamiento institucional, el relacionamiento estratégico y la consolidación de las licenciaturas como un logro histórico en la evolución académica de la Institución.

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co

ACUERDO No. 091 DE 2026.-
(Abril 15 de 2026).

Por medio del cual se adopta la Política de Comunicaciones en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC

Asimismo, el documento establece un modelo claro de gobernanza comunicacional, define instancias de decisión, rutas formales de comunicación interna y externa, protocolos de gestión de crisis, mecanismos de protección de datos y una matriz estructurada de indicadores estratégicos. Esta arquitectura institucional permite que la comunicación opere con coherencia, trazabilidad, control y enfoque basado en resultados, fortaleciendo la transparencia y la rendición de cuentas.

En términos financieros, la política demuestra que una inversión responsable y proporcional —inferior al dos por ciento del presupuesto institucional— puede generar alto impacto en posicionamiento, reputación y atracción académica. La articulación con el Plan de Desarrollo Institucional 2025–2028 garantiza coherencia estratégica y sostenibilidad en el tiempo, consolidando la comunicación como un factor de competitividad institucional.

Finalmente, esta Política Institucional de Comunicaciones no debe entenderse como un instrumento estático, sino como un sistema dinámico sujeto a evaluación y mejora continua. Su implementación exige compromiso directivo, corresponsabilidad de las dependencias y liderazgo técnico de la Oficina de Comunicaciones. Solo a través de una gestión articulada, planificada y basada en indicadores será posible consolidar a la IUIPC como una institución universitaria pública referente en culturas y artes populares, reconocida por su coherencia narrativa, transparencia institucional y capacidad de transformación social.

Con este documento, la IUIPC fortalece su identidad, ordena su gestión comunicacional y reafirma su compromiso con una comunicación estratégica, ética y orientada a resultados.

0000000000

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** www.iuipc.edu.co