



FUNDACIÓN
UNIVERSITARIA DE POPAYÁN

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



ACUERDO 011

(09 de septiembre de 2019)

"Por el cual se adopta la Política de Comunicación Institucional de la Fundación Universitaria de Popayán"

EL CONSEJO SUPERIOR de la Fundación Universitaria de Popayán, en uso de sus atribuciones estatutarias y reglamentarias y,

CONSIDERANDO:

1. Que la Constitución Política de Colombia y a su vez de la ley 30 de 1992 garantiza la autonomía universitaria y por ende la facultad de las universidades para darse sus directivas y regirse por sus propios estatutos, y reglamentos de acuerdo a la ley.
2. La Comunicación surge como un proceso misional transversal que apoya todas las áreas de la Fundación Universitaria de Popayán. Esta dependencia vela por la imagen corporativa y el posicionamiento de la misma, siempre teniendo en cuenta la misión, la visión, los valores corporativos, el Plan de Desarrollo vigente y el Plan Educativo Institucional. De igual forma, genera vínculos con los públicos, tanto internos como externos, de tal manera que puedan recibir información pertinente, veraz, oportuna y transparente a través de los diversos medios de comunicación, propios y ajenos. Igualmente diseña estrategias para establecer una relación dinámica con el público interno, estimulándolo a construir una identidad, un clima de motivación y confianza.
3. Que la Fundación Universitaria de Popayán considera necesario contar con una Política que establezca directrices y canales adecuados para las diferentes necesidades que de tipo comunicacional presenta la Institución, así como la estructura organizativa, que le permita desarrollar planes y proyectos por medio de los cuales se dé cumplimiento a la misión Institucional y demás fines del servicio.
4. Que el literal D del Artículo 36 de los Estatutos Generales de la Fundación Universitaria de Popayán, establece como una función del Consejo Superior *"Formular y evaluar periódicamente las políticas y objetivos de la Institución, de acuerdo con los planes y programas del sistema de Educación Superior"*.
5. Que, en razón a lo anterior, el Consejo Superior en sesión ordinaria desarrollada el día 09 de septiembre de 2019 aprobó la Política de Comunicación Institucional de la Fundación Universitaria de Popayán.

Que, en mérito de lo expuesto,

ACUERDA

ARTÍCULO PRIMERO: Aprobar la Política de Comunicación Institucional de la Fundación Universitaria de Popayán, documento que se anexa al presente Acuerdo como parte integral del mismo.

ARTÍCULO SEGUNDO: El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su aprobación.

COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Popayán sede de la Fundación Universitaria de Popayán, a los nueve (09) días del mes de septiembre de dos mil diecinueve (2019).


P. HAROLD CASTILLA DE VOZ
Presidente Consejo Superior


L. ANGELA ORDOÑEZ RUIZ
Secretaria General

Sedes administrativas: Claustro San José Calle 5 No. 8-58 - Los Robles Km 8 vía al sur
Sede Norte del Cauca: Carrera 13 #1sur-51, Santander de Quilichao- Cauca

Popayán, Cauca, Colombia

PBX (57-2) 8320225 | www.fup.edu.co | Fundación Universitaria de Popayán



POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CAPÍTULO I

OBJETIVO, ESTRUCTURA Y PRINCIPIOS

Artículo 1º. Objetivo General. El objetivo general del Área de Comunicación Institucional, es coordinar, orientar y divulgar las actividades de comunicación institucional, tanto interna como externa; administrar los medios de comunicación, protocolos de imagen institucional y relaciones públicas.

Artículo 2º. Objetivos Específicos.

- Velar por la imagen de la Institución y lograr a través del proceso comunicacional articular los procesos académicos y administrativos.
- Coordinar, orientar y divulgar de manera estratégica nuestro quehacer diario.
- Interactuar con todos los niveles directivos, para garantizar un adecuado flujo de información.
- Crear estrategias que permitan lograr un posicionamiento entre los públicos internos y externos, logrando generar un mayor impacto.

Artículo 3º. Estructura del Área de Comunicación Institucional. El Proceso de Comunicación Institucional es de carácter estratégico, es decir, tiene relación con todas las áreas de la Institución; de tal modo que su campo de acción en lo concerniente con la comunicación interna y externa, requiere interacción con todos los niveles de la FUP, esto para garantizar que haya un adecuado flujo de información.

Para dar cumplimiento a lo anterior, el Área de Comunicación Institucional debe contar con un equipo de trabajo conformado por profesionales en las áreas de las Ciencias Humanas y Sociales, y/o cualquier otra, siempre y cuando cuente con un perfil que se adecúe a las necesidades del área.





Artículo 4º. Principios fundamentales que rigen el Área de Comunicación Institucional.

- 1.1 El trabajo desarrollado desde el Área de Comunicación Institucional, se fundamentará en el respeto y reconocimiento de los diferentes procesos, identidades y expresiones culturales del suroccidente colombiano, y de aquellos con quienes pueda tener contacto dentro del intercambio y flujo de la información y de su trabajo.
- 1.2 La responsabilidad social, será siempre el eje fundamental del ejercicio comunicativo frente a los públicos internos y externos de la FUP, quienes en primera y última instancia siempre sustentan el trabajo del Área y por lo que los contenidos mediáticos estarán sustentados en principios éticos y morales.
- 1.3 El Área de Comunicación Institucional, proporcionará y garantizará los espacios que sean necesarios para la participación de todos los diferentes sectores de la comunidad educativa.
- 1.4 La equidad en cuanto a género, infancia, etnias, minorías y discapacidad será un principio fundamental del quehacer diario del Área de Comunicación Institucional de la Fundación Universitaria de Popayán.

CAPÍTULO II

NORMATIVIDAD PARA EL USO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

Artículo 5º. Se entiende como la impronta de la Fundación Universitaria de Popayán y como ésta es percibida por sus públicos internos y externos. Será entonces responsabilidad del equipo de Comunicación Institucional diseñarla e implementarla de manera estratégica, para que sea atractiva al público y velar porque el resultado de los procesos genere posicionamiento e impacto.

- 5.1 Nombre:** Siempre que se utilice el nombre de la Fundación Universitaria de Popayán, deben escribirse las tres primeras letras de cada palabra en mayúsculas, debido a que hace referencia a un nombre propio. Si se va a usar la sigla FUP, que es una abreviatura del mismo, los tres fonemas deben cumplir con la misma regla.

Al iniciar cualquier texto en el que se haga alusión a la Institución, es preciso hacer referencia al nombre completo Fundación Universitaria de Popayán, FUP; en los siguientes párrafos sólo se utilizará la sigla FUP ya que como introducción se ha hecho referencia a su significado.

- 5.2 Logotipo:** Se considera como el elemento gráfico más importante, ya que identificará en todas las instancias y espacios a la Fundación Universitaria de Popayán.

El Manual de imagen corporativa es la herramienta con la que la Fundación Universitaria de Popayán cuenta para aplicar adecuadamente el logo en todos los mensajes que se generen (visuales, impresos, digitales, audiovisuales, entre otros). Es importante tener claras las normas allí expresadas, pues de eso depende la coherencia, claridad y eficiencia de los mensajes emitidos.



El diseño y estructuración del mismo será responsabilidad del diseñador gráfico de la Institución o de quien se contrate para tal fin. El Área de Comunicaciones se encargará de su divulgación y control de uso. Ninguna persona está autorizada para hacer modificaciones o ajustas al mismo.

5.3 Marca y sub marcas: La marca es la forma como se reconoce un producto o servicio que compite en el mercado; en el caso de la FUP, ésta hace alusión a una institución educativa que se encuentra inmersa en el mercado de la Educación Superior.

Las submarcas o denominaciones, son todos aquellos procesos que se derivan del nombre FUP, es decir, programas académicos, espacios artísticos, áreas de trabajo, laboratorios, productos institucionales, entre otros. Los logos de estos procesos se derivan de la imagen Institucional y serán los únicos que se podrán utilizar. Ninguna dependencia está acreditada para diseñar o utilizar logos diferentes a los autorizados de acuerdo con el manual de identidad corporativa pues esto permitirá una homogenización en el uso de conceptos al interior y exterior de la FUP.

5.4 Papelería Institucional: Son las hojas, sobres, tarjetas, carpetas, etc. que contiene impresa la información Institucional: logo, dirección y teléfonos de contacto y algún diseño que la caracteriza.

Las hojas y sobres se utilizarán para entregar la correspondencia que desde la FUP se envíe a públicos internos y externos, esto con el fin de lograr posicionamiento y recordación de marca. Las tarjetas se emplearán como medio de presentación ante cualquier público con el que se desee establecer algún tipo de relación y/o acercamiento.

El diseño de estas piezas será responsabilidad exclusiva del diseñador gráfico de la Institución o de la empresa que se contrate para tal fin; ninguna dependencia podrá modificarla o utilizar una diferente pues esto generaría conflicto de la identidad de marca y en todos los casos deberá someterse a consideración del manual de imagen creado para tal fin.

Será deber de los jefes y directores de área, directores de programa y demás directivos, el velar por que su dependencia mantenga vigente el material utilizado.

CAPÍTULO III

COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

Artículo 6º. Comunicación Interna en la Fundación Universitaria de Popayán. La comunicación interna estará encaminada a la recepción y difusión de mensajes que garanticen a todos los clientes internos (directivos, personal administrativo, docentes, estudiantes, personal de servicios generales), estar al tanto de lo que sucede dentro de ella. Para tal fin resulta imperante establecer una comunicación de doble vía para que haya una permanente retroalimentación. Para entregar información veraz, oportuna y llegar a ellos de una manera efectiva, el Área de Comunicación será la encargada de generar estrategias que permitan estar en contacto con los públicos internos; de igual manera será el ente que diseñe, estructure y alimente los medios de comunicación institucionales.



6.1 Públicos internos: Los públicos objetivos con los cuales debemos establecer una relación permanente se definen de la siguiente manera:

- 6.1.1 **Directivos:** Se refiere a la Asamblea General, Consejo Superior, el rector, los vicerrectores, directores de área, directores de programa.
- 6.1.2 **Personal administrativo:** Son todas aquellas personas que cumplen con funciones administrativas dentro de la Institución: asistentes, coordinadores, auxiliares, entre otros.
- 6.1.3 **Estudiantes:** Son la razón de ser de la universidad; se refiere a todas aquellas personas que eligen a la FUP como la mejor alternativa para realizar sus estudios profesionales, especialización, maestría o acceder a cualquiera de los servicios de educación que ofrece la Institución.
- 6.1.4 **Docentes:** Quienes ingresan a la institución con el objetivo de transmitir su conocimiento, y contribuir a la formación de los estudiantes y al desarrollo de la FUP.
- 6.1.5 **Personal de servicios generales:** Todas aquellas personas que velan por el aseo, buena presentación de las áreas y zonas que le sean asignadas; mantener en el buen estado todas las oficinas de la FUP; realizar mantenimiento a cada una de las sedes. Son responsables de seguridad de las instalaciones.

6.2 Medios de comunicación: Los medios internos que se utilizarán para garantizar la afectiva comunicación serán:

- 6.2.1 **Correo electrónico.** El correo electrónico es uno de los medios más importantes para estar en contacto con la comunidad académica. Todas las personas que hacen parte de la FUP (directivos, docentes, administrativos y estudiantes) deberán contar con un correo institucional que permita establecer una comunicación eficiente, directa y permanente con los miembros de la Institución. Este será de uso obligatorio y el único medio a través del cual se envíe o reciba información de carácter institucional.
- 6.2.2 **Página web.** Por ser un medio inmediato y de acceso permanente, se convertirá en una fuente permanente de consulta por parte de todo el personal y estudiantes de la FUP. Podrá contener textos, imágenes, videos, audios, enlaces, entre otros; se divulgará información de manera ágil, oportuna y rápida. Se actualizará permanentemente y se reestructurará de acuerdo con las necesidades Institucionales.

Los anteriores medios deberán siempre estar a la vanguardia en temas de diseño, tecnologías de información y comunicaciones y articulación con plataformas internas, externas, bibliotecas virtuales, redes sociales y tendencias del mercado. Se caracterizará por la búsqueda constante por desarrollar herramientas que permitan mejorar los servicios Institucionales desde la plataforma web.

La creación de subportales y subdominios deberán ajustarse a la normatividad expresada en esta política y en los manuales de Usos Web y de imagen institucional. En todos los casos, será el Área de Comunicación Institucional la encargada de aprobar, coordinar, acompañar y asesorar el proceso.

Es importante aclarar que en la página web sólo se podrá publicar información de carácter institucional. Quedará terminantemente prohibido hacer uso de ella para otros fines.



Garantizar su correcto uso, seguridad, actualización y demás mecanismos que permitan cumplir con sus fines, recaerá sobre la figura del Web Master adscrito al Área de Comunicaciones. El soporte y respaldo estará mediado por protocolo para tal fin, por la Gerencia de Tecnología e Información, GTI de la FUP.

- 6.2.3 **Boletines:** El boletín institucional es una herramienta comunicacional de alto impacto a través del cual se establece una comunicación directa con los públicos objetivos internos pues se proporciona información sobre los procesos, eventos, logros, actualidad institucional, entre otros. El boletín de la FUP (impreso o digital) siempre será realizado y divulgado por el Área de Comunicaciones y cada dependencia o programa interesado en dar a conocer algún tipo de información, deberá enviarla siempre dando cumplimiento a los tiempos y requisitos establecidos.

La periodicidad de publicación será determinada según las necesidades y directrices institucionales. Si la iniciativa de publicar un boletín surge de alguna dependencia diferente, se deberá realizar a través del Área de Comunicaciones y con previa autorización de los directivos.

- 6.2.4 **Carteleras.** Es un medio ideal para dar a conocer información netamente institucional o académica y para motivar a los miembros de la FUP. Estas siempre deberán estar ubicadas en puntos estratégicos, que cuenten con flujo de personas y deberán contener datos formativos o informativos de alto interés e impacto.

Los espacios y actualización de las mismas será responsabilidad del Área de Comunicaciones que continuamente vigilará y verificará que la información publicada cumpla con la normatividad establecida.

Los contenidos deberán modificarse, por lo menos una vez a la semana y mantener, igual que los otros medios impresos, una tendencia de temáticas y contenidos, siendo muy breve en la exposición de mensajes, muy bien ilustrados y diseñados.

Las dependencias o programas podrán contar con carteleras propias y serán autónomas en el manejo de la información. Sin embargo, todo lo que se publique en ellas debe ser pertinente y acorde a los lineamientos institucionales.

- 6.2.5 **Redes sociales:** La FUP estará presente en las redes sociales que según las tendencias y necesidades institucionales se requiera y estarán a cargo del Área de Comunicaciones Institucionales. Los programas académicos, áreas o dependencias también podrán contar con sus redes propias y serán autónomos en su uso y manejo, siempre teniendo en cuenta la pertinencia, coherencia y los lineamientos institucionales.

Las cuentas gestionadas por el Área, serán las únicas reconocidas como oficiales por la Fundación Universitaria de Popayán.

- 6.2.6 **Circulares:** Este es un documento que se utilizará con el fin de comunicar un mensaje idéntico a un grupo de colaboradores de la Institución. Se enviarán para transmitir instrucciones o decisiones. Se expedirán entonces con propósitos netamente administrativos y siempre irán en la papelería Institucional. Este se emitirá directamente por parte de los altos directivos a través de los medios que consideren pertinentes.

- 6.2.7 **Otros medios:** De acuerdo a las necesidades y directrices Institucionales, la oficina de Comunicación será la encargada de la implementación y puesta en marcha de todos los medios de comunicación que se creen

Sedes administrativas: Claustro San José Calle 5 No. 8-58 - Los Robles Km 8 vía al sur
Sede Norte del Cauca: Carrera 13 #1sur-51, Santander de Quilichao- Cauca

Popayán, Cauca, Colombia

PBX (57-2) 8320225 | www.fup.edu.co | Fundación Universitaria de Popayán





FUNDACIÓN
**UNIVERSITARIA
DE POPAYÁN**

en la FUP (radio, televisión, periódicos, medios digitales, entre otros); estos se utilizarán para estar en contacto con todos los públicos objetivos y entregar la información efectiva, veraz y oportuna que la IES genera.

6.3 Material impreso y publicitario. Se refiere a todas las piezas promocionales (afiches, volantes, pendones, plegables, avisos publicitarios, lábaros, rompetráfico, dummies, entre otros) que contribuyen al posicionamiento de la FUP. Este material se utilizará con el objetivo de incrementar el consumo de nuestros productos y servicios.

Este material será creado por el diseñador institucional o quien se contrate para tal fin, quien deberá cumplir con los lineamientos institucionales y bajo lo estipulado en el manual de imagen corporativa.

Adicionalmente se encargará de la gestión y trámite ante los proveedores de impresión en pequeño y gran formato, litografías, editoriales y otras empresas del sector; para realizar la fabricación o impresión de material gráfico requerido por dependencias y programas académicos.

Artículo 7º. Comunicación Externa en la Fundación Universitaria de Popayán. En el caso de la oficina de comunicaciones de la FUP, deberá conocer el acontecer económico, político y social de la ciudad, el departamento del Cauca y el país, para poder definir las estrategias que permitan establecer una relación adecuada con el público externo de tal manera que se logre un constante y permanente contacto con ellos y como resultado se logre el posicionamiento de la Institución, recordación de marca y, sobre todo, generación de impacto.

7.1 Públicos. Los públicos objetivos con los cuales debemos establecer una relación permanente se han definido de la siguiente manera:

7.1.1 Egresados. Con los egresados debemos mantener una permanente comunicación pues ellos fueron, son y seguirán siendo parte activa de la Institución. Debemos darles a conocer todo lo que la FUP está haciendo para continuar consolidándose como la más importante institución educativa privada de la región.

7.1.2 Empresarios. Se considera un importante referente institucional, y debemos establecer una estrategia de comunicación permanente con ellos pues la relación entre la institución y la empresa es determinante. Generar un canal de comunicación con ellos genera credibilidad, posicionamiento, fidelización y compromiso. Para tal fin, serán los directivos quienes establezcan las relaciones con los empresarios y den las pautas para llegar a ellos de manera eficaz y pertinente.

7.1.3 Pares Académicos y sector educativo. Los pares académicos son aquellos que actúan en representación del Ministerio de Educación Nacional y velan porque los procesos académicos y administrativos se cumplan de manera adecuada.

El sector educativo se refiere a todas las instituciones públicas o privadas pertenecientes al sector: Universidades, IES, entidades del estado, colegios, entre otros.

7.1.4 Comunidad: Se refiere a todas aquellas personas ajenas a la institución con las cuales se quiere generar algún vínculo. Darles a conocer los procesos y proyectos en los cuales trabaja la Institución es importante pues esto genera una imagen positiva, impacta, posiciona y genera confianza y recordación. Esto nos permite convertirnos en un importante referente de educación.

Sedes administrativas: Claustro San José Calle 5 No. 8-58 - Los Robles Km 8 vía al sur
Sede Norte del Cauca: Carrera 13 #1sur-51, Santander de Quilichao- Cauca

Popayán, Cauca, Colombia

PBX (57-2) 8320225 | www.fup.edu.co | Fundación Universitaria de Popayán





7.1.5 Medios de Comunicación: Estar en contacto permanente con los medios de comunicación es fundamental, pues es a través de ellos que podemos llegar a la comunidad. Debemos generar lazos fuertes con los periodistas de la ciudad y la región, y algunos medios estratégicos a nivel nacional, de tal manera que toda la información genere impacto y por ende sea publicada. Los medios se convierten en aliados estratégicos de la Institución y una manera muy positiva de llegar a los demás públicos externos.

Para esto se establecerá una estrecha relación con los medios utilizando las siguientes estrategias:

- 7.1.5.1 Conferencias de prensa. Se convocará a los medios de comunicación a conferencias de prensa, en las cuales se abordará una temática específica.
- 7.1.5.2 Ruedas de prensa. Se convocará a ruedas de prensa para dar a conocer información a los medios y generar un espacio de conversación en el que ellos puedan preguntar abiertamente con respecto a alguna temática, siempre en torno al tema educativo.
- 7.1.5.3 Agenda de medios. Es responsabilidad el Área de Comunicación Institucional establecer un contacto personalizado con periodistas y lograr que estos abran un espacio dentro de los medios para entregar a la comunidad en general información relevante y que genere opinión pública. Para tal fin se determinará cuándo sea oportuno hacer visitas personalizadas para participar en sus espacios radiales, televisivos, entre otros, y hacer más efectivo el proceso de divulgación.
- 7.1.5.4 Comunicados de prensa. Esta estrategia que deberá ser permanente; es la herramienta a través de la cual se generará el free press, es decir, los medios tomarán la información enviada y la divulgarán de manera gratuita, logrando presencia, posicionamiento y recordación.
- 7.1.5.5 Oficina de puertas abiertas. La oficina de comunicación tendrá siempre las puertas abiertas para aquellos periodistas que deseen acceder o ampliar la información que la FUP genera. De allí se re direccionará a la fuente más idónea para que a su vez pueda obtener datos más relevantes que contribuyan al posicionamiento de la Institución.

7.2 Contacto con públicos externos: Para estar en contacto permanente con los públicos externos se utilizarán los siguientes medios:

- 7.2.1 Correo electrónico: El correo electrónico será uno de los medios más importantes para estar en contacto con los egresados, empresarios, entidades, medios de comunicación, entre otros. Para tal fin se contará con bases de datos que cada uno de los públicos internos (directivos, personal administrativo, entre otros) deberá construir y compartir con la oficina de comunicaciones que será la encargada de divulgar la información.
- 7.2.2 Página web: Por ser inmediato y de acceso permanente, la página web se convertirá en uno de los medios que se implementará para dar a conocer todo lo que es la FUP. Será a través de esta plataforma que la comunidad en general conocerá qué es la Institución: programas que ofrece, actualidad, proyectos, servicios que presta, actualidad institucional, etc. Permitirá llegar de manera ágil, oportuna y rápida y se



generará impacto y será una de las herramientas más importantes para lograr el posicionamiento Institucional en el ámbito local, regional, nacional e internacional.

- 7.2.3 Boletines: El boletín institucional es una herramienta comunicacional de alto impacto a través del cual se establece una comunicación directa con los públicos objetivos pues se proporciona información sobre los procesos, eventos, logros, actualidad institucional, entre otros. El boletín de la FUP (impreso o digital) siempre será realizado por la oficina de Comunicaciones Institucionales y se enviará a las bases de datos externas (proporcionadas por las diferentes dependencias).
- 7.2.4 Material POP: Son todas aquellas piezas de promoción (lapiceros, botones, vasos, termos, gorras, camisetas, uniformes, volantes, pasacalles, dummies, etc.) que generan posicionamiento y recordación de marca. Siempre que se vayan a diseñar e imprimir, debe ser con el aval de la oficina de Comunicaciones que es el ente encargado de verificar el uso adecuado de los logos, colores y demás reglas establecidas dentro del manual de imagen corporativa.
- 7.2.5 Revistas institucionales: Las revistas institucionales son un medio importante para dar a conocer lo que hacen los docentes, estudiantes de la Institución. Es una herramienta que permite lograr un posicionamiento y generan impacto.

La Oficina de Comunicaciones deberá hacer un seguimiento a las publicaciones que cualquier programa académico estructure, pues siempre deben ser diseñadas y diagramadas de acuerdo al manual de imagen corporativa.

Artículo 8º. Cubrimiento de eventos. La oficina de Comunicaciones será la encargada de hacer el cubrimiento de los eventos institucionales que se realicen tanto al interior como por fuera de la Institución. El personal de la dependencia deberá hacer entrevistas, captura de imágenes y redacción de notas periodísticas, las cuales se darán a conocer a través de los diversos medios de comunicación (los medios se determinarán de acuerdo con el tipo de información). Toda dependencia o programa académico que requiera de este servicio, deberá solicitarlo de acuerdo con los procedimientos establecidos para tal fin.

Artículo 9º. En caso de que se presente una situación que ponga en riesgo la imagen o reputación de la Institución, el vocero ante los medios de comunicación será el Rector o quien él delegue para tal fin. En caso tal se remitirá al protocolo de comunicaciones y crisis, que deberá ser creado y mantenerse vigente.

Artículo 10º. Comité de Comunicaciones. Este será el espacio en el que el equipo de trabajo de esta dependencia determine los proyectos, iniciativas y estrategias a implementar, todo de acuerdo a las directrices institucionales y siempre enfocándose al cumplimiento de la Misión Institucional. Harán parte del Comité de Comunicaciones el Vicerrector Administrativo y Financiero, el Director de Comunicaciones, el Coordinador de Comunicaciones, el Diseñador Gráfico y el Web Master.

Por ser una dependencia que trabaja de manera transversal con todas las áreas de la institución, la Oficina de Comunicaciones Institucionales podrá participar en los diversos comités institucionales existentes o los que se creen. Esta participación dependerá de las temáticas a tratar en las reuniones.

Artículo 11º. Evaluación y mejora de la Política. Esta política y cada uno de sus postulados son sujetos de mejora continua, atendiendo siempre las disposiciones normativas del Ministerio de Educación, de tal manera, que podrá ser revisada como un todo o en sus diferentes Artículos según consideraciones del Consejo Superior.

Sedes administrativas: Claustro San José Calle 5 No. 8-58 - Los Robles Km 8 vía al sur
Sede Norte del Cauca: Carrera 13 #1sur-51, Santander de Quilichao- Cauca

Popayán, Cauca, Colombia

PBX (57-2) 8320225 | www.fup.edu.co | Fundación Universitaria de Popayán

