

 <b>INSTITUTO TECNOLÓGICO DE LAS AMÉRICAS</b> <i>Las Americas Institute of Technology</i>	<b>INSTITUTO TECNOLÓGICO DE LAS AMÉRICAS</b> <b>Departamento de Comunicaciones</b>		
	<b>Procedimiento para la Gestión de las Comunicaciones y el Manejo de Informaciones</b>		
<b>Código documental:</b> <b>PR-GP-01</b>	<b>Versión:</b> <b>3</b>	<b>Fecha de actualización:</b> <b>23-mayo-2023</b>	<b>Tipo de proceso:</b> <b>de Soporte o Apoyo</b>
<b>Preparado por:</b>  <b>Encargado/a de Comunicaciones</b>	<b>Revisado por:</b>  <b>Encargado/a de Calidad en la Gestión</b>	<b>Aprobado por:</b>  <b>Rector/a</b>	

### 1. Objetivo del procedimiento:

Establecer los mecanismos de comunicación interna y externa del Instituto Tecnológico de Las Américas (ITLA), con el fin de cumplir las normativas de la institución, el Estado, las normativas aplicables y el correcto uso de los canales de comunicación; estableciendo los requerimientos de calidad y transparencia de la información.

### 2. Alcance:

La actividad del Departamento de Comunicación es de dimensión transversal en los procesos de la Institución, pues es un factor constituyente, regulador y articulador de las técnicas de comunicación.

El procedimiento inicia con la solicitud para realizar una comunicación, hasta la difusión del mensaje a través de los canales establecidos, según la estrategia definida por el Departamento de Comunicaciones.

### 3. Documentos de Referencia:

- Manual de Identidad Corporativa VOL. 10-2020.
- Resolución No. 001/17, de marzo 2017, que emite las Normas Básicas de Control Interno del Sector Público Dominicano.
- Guía IV sobre Información y Comunicación, Pauta N. IV-001 Diagnostico del Componente Información y Comunicación.
- NOBACI de 2do grado.

### 4. Definiciones:

1. **Normas Básicas de Control Interno de la Contraloría General de la República:** Constituyen el marco de referencia mínimo obligatorio en materia de control interno, para que el sector público prepare los procedimientos y reglamentos específicos del funcionamiento de sus SAC (Sistema de Administración y Control). Igualmente, toda norma, disposición interna o procedimiento administrativo que establezca el sector público, deberá estar en concordancia con estas normas.
2. **Información:** Conjunto de datos organizados con el propósito de cumplir determinados objetivos.

3. **Comunicación:** Es el proceso mediante el cual se intercambian ideas, pensamientos y sentimientos que se interrelacionan entre dos o más personas a través de un conjunto de signos o símbolos convencionales conocidos por ambos.
4. **Comunicación Interna:** Es el conjunto de actividades efectuadas por la organización para el mantenimiento de buenas relaciones con el personal, a través del uso de diferentes medios de comunicación con el objetivo de mantenerlos informados, integrados y motivados y para contribuir con su trabajo para el logro de los objetivos organizacionales. Presenta una clasificación atendiendo al nivel jerárquico que se desempeñan los servidores: comunicación ascendente, descendente y horizontal.
5. **Comunicación Ascendente:** Comunicación interna en que los mensajes fluyen de un nivel jerárquico inferior hacia un nivel jerárquico superior. Es utilizada para comunicar sobre metas logradas, básicamente se utiliza para la toma de decisiones.
6. **Comunicación Descendente:** Comunicación interna en que los mensajes fluyen de un nivel jerárquico superior y se dirigen a un nivel inferior. Se usa para comunicar indicaciones a las personas sobre sus tareas y responsabilidades, normas y procedimientos o comentar los objetivos, entre otros.
7. **Comunicación Horizontal:** Ocurre entre profesionales de un mismo nivel jerárquico de diferentes unidades o entre los empleados de un mismo grupo de trabajo. Esta favorece el trabajo en equipo y un canal directo en coordinación y solución de problemas en la institución.
8. **Comunicación Externa:** Es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a entes externos, con la finalidad de informar sobre los proyectos que realiza la institución y a la vez proyectar una imagen favorable de la misma
9. **Página Web:** Conjunto de información que se encuentra en una dirección determinada de internet, cuenta con enlaces (también conocidos como hipervínculos o links) para facilitar la navegación entre los contenidos.
10. **Brochure:** Impreso de corta extensión que sirve para informar sobre un tema en específico con un propósito determinado.
11. **Partes Interesadas:** Individuo o grupo relacionado o afectado tanto externo como interno a la institución.
12. **Correo masivo:** Mecanismo a través del cual se envía una información determinada a una lista de correos electrónicos organizadas bajo un solo nombre.

 <p>Las Americas Institute of Technology</p>	<b>Procedimiento para la Gestión de las Comunicaciones y el Manejo de Informaciones</b>	<b>CÓDIGO: PR-GP-01</b>
		<b>VERSIÓN: 3</b>

13. **Piezas Comunicativas:** Se refiere a una composición visual en diseño, el cual puede variar en soporte y formato según necesidad.

14. **Redes sociales:** En este contexto el término “redes sociales” o “medios sociales” se utiliza para señalar a las plataformas de la web 2.0 diseñadas para albergar comunidades virtuales de individuos interconectados que comparten contenido, información, archivos, fotos, audios, videos, etc. Las redes sociales institucionales o espacios institucionales son aquellas o aquellos gestionados directamente como medios de comunicación oficial.

## 5. Políticas del procedimiento:

5.1. La información es necesaria para que la institución pueda desarrollar las responsabilidades de control interno que respaldan la consecución de sus objetivos. Se verificará la calidad de la información interna y externa tomando en cuenta los siguientes criterios:

- a. Apropiable (está toda la información necesaria, sirve a un propósito relevante);
- b. Oportuna (está ahí cuando se la necesita);
- c. Actualizada (se tiene lo producido más recientemente);
- d. Exacta y significativa (es real y entendible);
- e. Objetiva y verificable (no está sesgada, se puede comprobar);
- f. Accesible (puede ser obtenida fácilmente por las partes relevantes);
- g. Consistente y uniforme (cuando aplique puede ser comparable).

5.2. El Departamento de Comunicación es el canal para hacer extensiva la difusión de información al público objetivo, asimismo, de seleccionar los canales oportunos para todo tipo de información.

5.3. El Departamento de Recursos Humanos es el responsable de difundir todas las informaciones y/o actividades de carácter interno que impacten directamente a los colaboradores de la institución (Capacitaciones, charlas, talleres, salida de personal, nuevo ingreso de personal, cumpleaños, eventos, beneficios, becas, días feriados, evaluaciones, entre otros.)

5.4. El/la directora/a del Departamento de Comunicaciones debe impulsar las estrategias adecuadas para aprovechar el poder de la comunicación interna y externa en la proyección de la imagen institucional. Sin embargo, **la responsabilidad de comunicar de manera oportuna, adecuada, pertinente y eficaz, es compartida con todos los miembros del ITLA.**

### 5.5. Responsabilidades del Departamento de Comunicación:

- El/la directora/a del Departamento de Comunicaciones debe definir y gestionar la estrategia de comunicación interna y externa de la institución.

 <i>Las Americas Institute of Technology</i>	<b>Procedimiento para la Gestión de las Comunicaciones y el Manejo de Informaciones</b>	CÓDIGO: PR-GP-01
		VERSIÓN: 3

- El/la directora/a del Departamento de Comunicaciones debe velar por el buen posicionamiento de la marca de cara a todos sus públicos.
- El/la directora/a del Departamento de Comunicaciones debe crear los contenidos de comunicación institucional: campañas institucionales, piezas comunicativas de promociones específicas, artes para publicar en la prensa y en las redes sociales, de manera clara y oportuna según el público al que se dirija y el medio de comunicación más apropiado que sea definido.
- El/la directora/a del Departamento de Comunicaciones debe administrar los medios de comunicación institucional necesarios para mantener el flujo e intercambio de mensajes hacia todos sus públicos, con el propósito de asegurar que éstos dispongan de información relevante sobre las actividades, acciones y proyectos que realiza la institución.
- El/la directora/a del Departamento de Comunicaciones debe velar por el cumplimiento de los estándares trazados en el Manual de Imagen Corporativa VOL. 10-2020 en cada una de las acciones de promoción y difusión, publicidad y medios, con impacto en los públicos de interés de la institución, tanto internos como externos. Para facilitar la aplicación de los estándares establecidos, se encuentra publicado el manual en el portal web institucional > Sobre Nosotros > Identidad Corporativa > Manual de Identidad Corporativa.

#### 5.6. Solicitudes de Comunicación:

- La solicitud debe tener un objetivo definido, público a quien se dirige, vigencia de la información, un breve texto sugerido por el solicitante.
- La aprobación y solicitud de piezas comunicativas están sujetas al envío puntual de la información por parte de la parte interesada/ solicitante.
- Toda representación de publicidad, actividad, evento o participación Institucional deberá desarrollarse con la asesoría del Departamento de Comunicaciones y Protocolo.
- Toda información a ser publicada en la página web deberá ser canalizada a través de la Dirección de Tecnología de la Información y Comunicaciones, previa revisión del Departamento de Comunicaciones y validación de la calidad, suficiencia y pertinencia de la misma por parte del Director o Encargado del Área solicitante.

**5.7** El/la vocero(a) oficial de la institución será el/la Encargado/a del Departamento de Comunicación, para los temas académicos el vocero será el/la Vicerrector/a Académico/a, para

los demás temas será el responsable del área bajo el criterio del/la Encargado/a del Departamento de Comunicación, el Asesor Legal y Rectoría.

**5.8 Canales y públicos definidos, según el tipo de Comunicación:**

Comunicación Interna		
	Canales	Públicos
F o r m a l	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Correo electrónico corporativo (@itla.edu.do).</li> <li>2. Reuniones generales informativas, presenciales y/o virtuales (Zoom, Meet)</li> <li>3. Site de Calidad</li> <li>4. Publicaciones institucionales en la web</li> <li>5. Buzón de sugerencias</li> <li>6. Volantes, Brochure, catálogos</li> <li>7. Circular</li> <li>8. Carta</li> <li>9. Boletín</li> <li>10. Memorias Institucionales</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Consejo de Directores</li> <li>2. Autoridades Académica</li> <li>3. Colaboradores Docentes</li> <li>4. Colaboradores Administrativos y de Servicios</li> <li>5. Estudiantes</li> </ol>
I n f o r m a l	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Encuentros personales</li> <li>2. Teléfono</li> <li>3. Mensajes de texto</li> <li>4. Grupos de WhatsApp</li> <li>5. Grupos de Telegram</li> </ol>	

Comunicación Externa	
Canales	Públicos
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Página Web Institucional (<a href="http://www.itla.edu.do">www.itla.edu.do</a>)</li> <li>2. Link de Transparencia (<a href="https://www.itla.edu.do/transparencia/">https://www.itla.edu.do/transparencia/</a>)</li> <li>3. Correo electrónico corporativo (@itla.edu.do)</li> <li>4. Redes Sociales (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Linked In, WhatsApp)</li> <li>5. Software email marketing (correos masivos)</li> <li>6. Comunicados de prensa, rueda de prensa.</li> <li>7. Medios de comunicación tradicionales (radio, prensa y televisión)</li> <li>8. Llamadas telefónicas (Telemarketing)</li> <li>9. Piezas comunicativas que contengan el logo institucional, videos, volantes, Brochure, catálogos, etc.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Público en General</li> <li>2. Prospectos</li> <li>3. Públicos Objetivos (Estudiantes de secundaria en término, Jóvenes graduados de bachiller que aún no entran a la universidad y Jóvenes egresados de la universidad con interés de adquirir nuevos conocimientos).</li> <li>4. Organizaciones del Sector Educativo</li> <li>5. Organizaciones del Sector Público</li> <li>6. Organizaciones del Sector Privado</li> <li>7. Organizaciones de Vigilancia y Control</li> <li>8. Egresados</li> <li>9. Empleadores</li> <li>10. Proveedores</li> </ol>

**6. Descripción del procedimiento:**

No.	Actividad	Responsable	Registro/Documento
1	<p><b>SOLICITUD DE COMUNICACIÓN</b></p> <p>Envía a través de correo electrónico la solicitud de comunicar una información puntual. Si la misma se hará acompañar de una pieza comunicativa, debe ser requerida por el Sistema de Ticket GLPi al Content Factory.</p>	Solicitante (Dpto. o área)	Correo Electrónico, Sistema de Ticket GLPi.
2	<p><b>REVISIÓN DE LA SOLICITUD</b></p> <p>Verifica la solicitud e información suministrada por el/la solicitante y se adecúa el contenido según el objetivo y el público definido.</p>	Encargado/a de Comunicaciones	Correo Electrónico
3	<p><b>CREACIÓN DE LA PROPUESTA</b></p> <p>Elabora propuesta de la pieza comunicativa a utilizar, según los criterios del Manual de Identidad Corporativa.</p>	Diseñador Gráfico/a de Content Factory.	Propuesta para pieza de Comunicación final.
4	<p><b>VALIDACIÓN LA PROPUESTA</b></p> <p>Verifica y valida la propuesta.</p>	Solicitante (Dpto. o área)	
5	<p><b>PROGRAMACIÓN PUBLICACIÓN</b></p> <p>Asigna a un miembro del equipo del Departamento de Comunicaciones la propuesta, para proceder a difundirla según el medio que aplique.</p>	Encargado/a de Comunicaciones.	

 <b>ITLA</b> INSTITUTO TECNOLÓGICO DE LAS AMÉRICAS <i>Las Americas Institute of Technology</i>	<b>Procedimiento para la Gestión de          las Comunicaciones y el Manejo          de Informaciones</b>	CÓDIGO: PR-GP-01
		VERSIÓN: 3

<b>6</b>	<b>PUBLICACIÓN LA INFORMACIÓN</b>		
	Ejecuta la difusión de la Comunicación.	Miembro del Equipo asignado del Dpto. de Comunicación.	Pieza de Comunicación Final.
<b>FIN DEL PROCEDIMIENTO</b>			

**7. Descripción de registros:**

Código	Nombre	Almacenado	Archivado	Tiempo de retención	Disposición
N/A	Correo Electrónico	Departamento de Comunicaciones	Indefinido	Permanente	Digital
N/A	Ticket GLPI	Departamento de TIC's	Indefinido	Permanente	Digital
N/A	Propuesta para pieza de comunicación final.	Departamento de Comunicaciones	Indefinido	Permanente	Digital
N/A	Pieza de Comunicación Final.	Departamento de Comunicaciones	Indefinido	Permanente	Digital

**8. Anexos:**

n/a

**9. Historial de cambios:**

Versión	Fecha	Cambio realizado	Motivo del cambio
0	8/8/2017	Creación	Cumplimiento con las Normas Básicas de Control Interno, Matriz Ambiente de Control e Información y Comunicaciones
1	6/9/2021	Actualización	Cumplimiento con las Normas Básicas de Control Interno de 2do Grado
2	2/2/2022	Se modificó el Objetivo, el alcance, documentos de referencia, las definiciones y las actividades del procedimiento.	NOBACI
3	23/5/2023	Se actualizó el título del procedimiento. Se actualizaron las políticas del procedimiento. Alcance: Se actualizó el alcance el inicio y fin del proceso. Se actualizaron los documentos de referencia. Se actualizó la Descripción del Procedimiento.	Implementación de las NOBACI de 2do grado.