

Resolución No. UC-R-033-2023

Arq. María Augusta Hermida Palacios, PhD.
RECTORA DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

CONSIDERANDO:

- Que,** el artículo 226 de la Constitución dispone *“Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. (...)”*;
- Que,** el artículo 355 de la Constitución, dispone: *“El Estado reconocerá a las universidades y escuelas politécnicas autonomía académica, administrativa, financiera y orgánica, acorde con los objetivos del régimen de desarrollo y los principios establecidos en la Constitución (...)”*;
- Que,** el literal e) del artículo 18 de la Ley Orgánica de Educación Superior, reza: *“Ejercicio de la autonomía responsable. - La autonomía responsable que ejercen las universidades y escuelas politécnicas consiste en:*
- e) La libertad para gestionar sus procesos internos (...)”*;
- Que,** el artículo 48 Ley Orgánica de Educación Superior, dispone: *“Del Rector o Rectora. - El Rector o la Rectora, en el caso de las universidades o escuelas politécnicas es la primera autoridad ejecutiva de la institución de educación superior pública o particular, y ejercerá la representación legal, judicial y extrajudicial. (...)”*;
- Que,** el artículo 3 de la Ley para la Optimización y Eficiencia de Trámites Administrativos, establece: *“Principios. - Además de los principios establecidos en los artículos 227 y 314 de la Constitución de la República, los trámites administrativos estarán sujetos a los siguientes postulados:*
1. *Celeridad. - Los trámites administrativos se gestionarán de la forma más eficiente y en el menor tiempo posible, sin afectar la calidad de su gestión, (...)*
14. *Mejora continua. - Las entidades reguladas por esta Ley deberán implementar procesos de mejoramiento continuo de la gestión de trámites administrativos a su cargo, que impliquen, al menos, un análisis del desempeño real de la gestión del trámite y oportunidades de mejora continua”*;
- Que,** el artículo 3 del Estatuto de la Universidad de Cuenca, dispone: *“(...) La Universidad de Cuenca es una comunidad académica con personería jurídica propia; autonomía académica, administrativa, financiera y orgánica; de derecho público; de carácter laico; sin fines de lucro; pluralista y abierta a todas las corrientes y formas del*

pensamiento universal; financiada por el Estado y forma parte del Sistema de Educación Superior del Ecuador.

Se rige por la Constitución de la República, la Ley Orgánica de Educación Superior y su Reglamento, el presente Estatuto, los reglamentos, normas y resoluciones expedidas por órganos de gobierno y autoridades competentes”;

Que, el artículo 25 del Estatuto de la Universidad de Cuenca dispone que “Son atribuciones y deberes de la o el Rector: (...) g) Expedir políticas, normas técnicas, manuales, procedimientos, directrices, planes, programas, proyectos, lineamientos y demás instrumentos jurídicos, en el ámbito de su competencia (...);

Que, el artículo 1 del Reglamento de Mejora Continua e Innovación de Procesos, Servicios y Trámites Administrativos de la Universidad de Cuenca, establece: “*Objeto. - El presente reglamento establece lineamientos, directrices y parámetros para la mejora continua e innovación de procesos, servicios y trámites administrativos de la Universidad de Cuenca, para la homogeneización y simplificación de la gestión y asegurar que los servicios que se prestan estén orientados a satisfacer a la comunidad universitaria.*

Que, el artículo 2 de la del Reglamento de Mejora Continua e Innovación de Procesos, Servicios y Trámites Administrativos de la Universidad de Cuenca, dispone: “*Ámbito. - Este reglamento es de cumplimiento obligatorio en el diseño, rediseño, implementación, evaluación y mejora continua e innovación de procesos, servicios y trámites administrativos en todas las dependencias administrativas, unidades académicas y de vinculación con la sociedad de la Universidad (en adelante dependencias y unidades)”.*

Que, el artículo 20 del Reglamento de Mejora Continua e Innovación de Procesos, Servicios y Trámites Administrativos de la Universidad de Cuenca, establece: “*Normas técnicas de gestión. – Se entiende por norma técnica a cualquier instrumento normativo que establece especificaciones técnicas basadas en los resultados de la experiencia, el desarrollo tecnológico, la gestión del conocimiento y la actualización normativa superior, que se debe cumplir en los procesos de gestión administrativa de la Universidad. Las normas técnicas son expedidas por el Rectorado de la Universidad. Se caracterizan por determinar la aplicación obligatoria, en la acción institucional, de técnicas, tecnologías y metodologías de gestión vinculadas al área que se norma con el referido instrumento. Incluyen información sobre procedimientos, requisitos, responsables o soportes tecnológicos que se deben cumplir de manera obligatoria para la creación de procesos, servicios o trámites en un área de gestión universitaria”;* y

Que, para el logro de un eficiente y efectivo cumplimiento de los objetivos institucionales, es necesario normar internamente los procedimientos que abonen a la gestión productiva y optimización de los recursos de la Universidad, mediante mecanismos desconcentrados para resolver diversos actos de forma diligente.

En ejercicio de sus atribuciones, legalmente conferidas

RESUELVE:

Expedir

LA NORMA TÉCNICA DE GESTIÓN DE USO DE REDES SOCIALES INSTITUCIONALES

CAPÍTULO I GENERALIDADES

Artículo 1. Objeto. - La presente norma tiene por objeto regular el proceso de control, creación, gestión y mantenimiento de páginas públicas de redes sociales para unidades académicas o dependencias de la Universidad de Cuenca.

Artículo 2. Ámbito. - La normativa técnica es de aplicación obligatoria para las unidades académicas o dependencias de la Universidad de Cuenca; las y los gestores de redes sociales o personal designado para la gestión y manejo de redes sociales institucionales.

Artículo 3. Naturaleza. - El presente instrumento de regulación, busca:

- a) Establecer los parámetros de control, creación de páginas y cuentas en redes sociales para dependencias institucionales; manejo de imagen institucional en redes sociales; estilo y gestión de contenido; y
- b) Alcanzar eficiencia en el manejo de redes institucionales, optimizar y unificar recursos y establecer las normas que regulen las relaciones entre la Dirección de Comunicación Institucional de la Universidad da Cuenca y cada unidad académica o dependencia que tiene presencia en redes sociales.

Artículo 4. Definiciones. - Para efectos del presente instrumento se aplicarán las siguientes definiciones:

- a) **Jefe Inmediato:** Entiéndase como Jefa o Jefe de Unidad, a:
 - Rectora o rector,
 - Vicerrectora o vicerrector,
 - Decanas o decanos,
 - Vicedecanas o vicedecanos,
 - Directoras o directores académicos y administrativos,
 - Coordinadoras o coordinadores académicos y administrativos y
 - Los señalados por la normativa interna de la Universidad de Cuenca.
- b) **Jefes de Dependencia:** Entiéndase a directoras o directores académicos; directoras o directores administrativos y jefas o jefes de unidades académicas o administrativas que dependan directamente del rectorado o vicerrectorados.

- c) **Jefe de Facultad:** Entiéndase a decanas o decanos.
- d) **Gestora o gestor de contenidos:** Es la persona responsable del manejo de la o las redes sociales de la unidad académica o administrativa.
- e) **Imagen institucional:** Constituye todo lo que tenemos normado en el Libro de Marca Institucional.

Artículo 5. De la Dirección de Comunicación Institucional. – Es el órgano administrativo encargado de la dirección y coordinación de los procesos de gestión de la información y la reputación institucional ante los principales públicos externos y el sentido de pertenencia de los públicos internos, orientados a facilitar las condiciones de comunicación, imagen y credibilidad de la Universidad.

Artículo 6. De las redes sociales. - Son sitios en Internet formados por comunidades de personas con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo, casa de estudios, carrera profesional, actividad, entre otros) y que permiten el contacto entre estos, de manera que se facilite y optimice el proceso comunicativo y de intercambio de información.

Artículo 7. Sistemas de control de creación de cuentas o páginas en redes sociales. -Para el control sobre la creación de cuentas o páginas nuevas en redes sociales se debe considerar lo siguiente:

- **Jerarquía y necesidad:**

Nivel 1: Redes sociales institucionales de la Universidad de Cuenca.

Nivel 2: Vicerrectorados que requieran de canales de difusión concretos para transmitir información relevante y de interés público. Unidades académicas y dependencias que requieran de canales de difusión concretos para transmitir información relevante y de interés público o interés comercial. Departamentos de investigación que requieran de canales de difusión concretos para transmitir información relevante y de interés público o interés comercial.

Nivel 3: Carreras e instancias académicas que deban difundir su oferta, trámites, procesos o actividades. Unidades; grupos de investigación y centros.

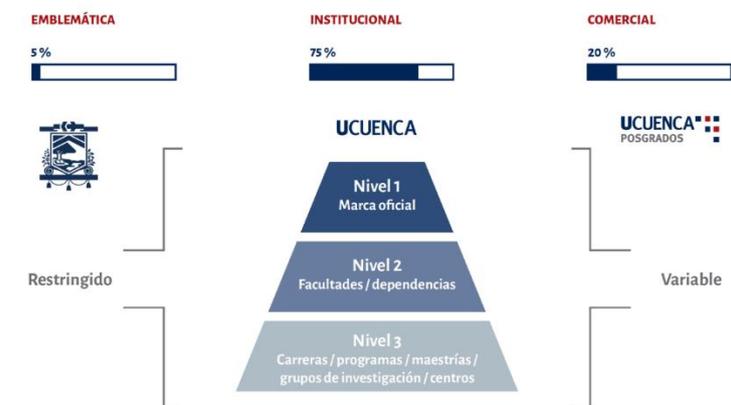


Imagen 21. Mapa de marca, ramificaciones y niveles de la marca institucional

NIVEL 1

UCUENCA

NIVEL 2

UCUENCA
ARTES

NIVEL 3

UCUENCA
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Imagen 22. Aplicaciones para niveles de marca institucional: Nivel 1, marca oficial. Nivel 2, facultades y dependencias. Nivel 3, carreras, programas, grupos investigación, centros.

Gestión y mantenimiento: Se permitirá la creación de redes sociales institucionales que se encuentren dentro de los niveles establecidos y que por disposición de la autoridad inmediata se asigne una o un responsable que será delegado para crear, gestionar y mantener activa la cuenta con contenido periódico, de calidad, que siga los parámetros de imagen y estilo institucional.

La o el jefe inmediato será responsable de delegar a la o el gestor de contenido, por un mínimo de seis meses; de ser oportuno se surgiere evitar rotaciones en esta delegación de responsabilidades. Será esta autoridad la responsable de notificar de manera formal vía correo institucional a comunicacion@ucuenca.edu.ec, la asignación de la o el gestor del cambio.

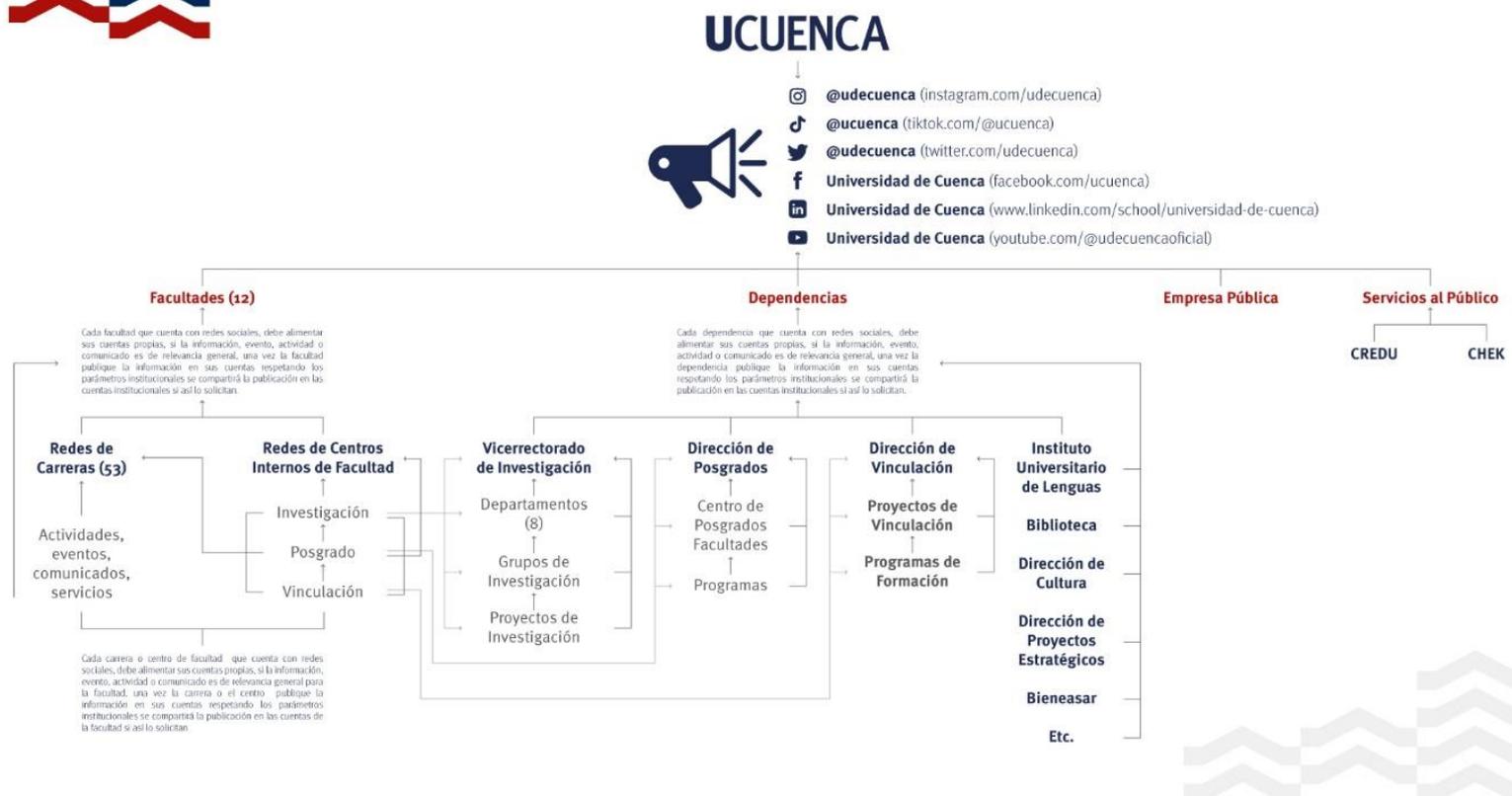
- **Justificación de necesidad:** Para el Nivel 3 se solicitará una justificación previa de la necesidad ya que son niveles que pueden ampararse en cuentas de unidades académicas o dependencias, salvo que se justifique la necesidad de creación según parámetros de fuerza mayor.
- **Periodicidad:** La unidad académica o administrativa, al crear una cuenta en redes sociales, asume la responsabilidad, obligación y compromiso de mantener las cuentas activas de manera constante.
- **Inhabilitación:** Las cuentas en redes sociales que lleven más de tres meses sin uso serán descartadas y no se las considerará oficiales. Se solicitará el cierre o baja correspondiente. La unidad académica o dependencia que no use redes creadas, no podrá crear redes sociales nuevas.
- **Cuentas oficiales:** Toda página cuya creación no haya sido notificada a la Dirección de Comunicación Institucional por la o el jefe inmediato, mediante solicitud, no formará parte de la matriz de redes oficiales de la institución y se procederá con la notificación necesaria para dar de baja la cuenta o página, según corresponda.

Toda cuenta tendrá registrado su gestora o gestor quien tendrá que asistir a las capacitaciones y talleres convocados por la Dirección de Comunicación Institucional y quienes deberán formar parte del chat de WhatsApp creado por la dirección antes mencionada.

Cada jefe de unidad académica o administrativa deberá enviar las credenciales de las cuentas de las redes sociales a la Dirección de Comunicación Institucional al correo comunicacion@ucuenca.edu.ec, con el fin de evitar pérdidas.

Para el registro o apertura de redes sociales se debe usar un correo institucional de la unidad académica o administrativa, no personal.

Flujo de las redes institucionales:



Artículo 8. De la nomenclatura para las redes sociales institucionales. - Sin excepción, todas las redes sociales institucionales pertenecientes a instancias de la Universidad de Cuenca se deben nombrar siguiendo la estructura del siguiente ejemplo:

- UCuenca Idiomas
- UCuenca Bienestar Universitario
- UCuenca Hospitalidad
- UCuenca Artes

Toda cuenta en red social o página pública en red social de instancias institucionales debe iniciar con la palabra UCuenca en su nomenclatura para ser considerada oficial e ingrese a la matriz de redes sociales institucionales para monitoreo y apoyo en capacitación y diseño por parte de la Dirección de Comunicación Institucional.

Artículo 9. Del monitoreo y control. - La Dirección de Comunicación Institucional realizará un monitoreo diario/semanal de las redes sociales institucionales y un diagnóstico y análisis semestral del estado de cada página o cuenta para implementar acciones de mejora. El monitoreo se realizará de las cuentas registradas.

Artículo 10. De la planificación. - Se pretende llegar a construir una parrilla de contenido para cada unidad académica y dependencia, con el apoyo de proyectos comunicacionales y el trabajo de diseño directo de la Dirección de Comunicación Institucional, con el objetivo de institucionalizar recursos, actividades y fechas para tener material para todas las redes institucionales.

CAPÍTULO II DEL PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DE CONTENIDO

Artículo 11. De la creación de contenido. – El uso de las redes sociales institucionales de la Universidad de Cuenca es netamente informativo y, en casos excepcionales, se puede implementar estrategias comerciales.

La responsabilidad de crear contenido para las cuentas institucionales de facultades o dependencias recae sobre los miembros de estas dependencias, sin embargo, es responsabilidad neta de la gestora o gestor de contenidos para redes sociales revisar, filtrar o trabajar de una manera adecuada la información que será compartida en las redes sociales, texto (redacción), imagen (diseño o foto).

Sugerencias para la elaboración de contenidos (para su cumplimiento la Dirección de Comunicación Institucional será responsable de capacitar a los o las gestoras de las redes):

- a) Aplicar un estilo institucional claro y definido, según objetivos y públicos.
- b) La estructura de los tuits debe constar de frases completas en un máximo de 140 caracteres, (si es menor el uso de caracteres, mejor). La redacción debe respetar las normas ortográficas y gramaticales.
- c) Hacer un uso mesurado y ocasional de hashtags. Se recomienda #UCuenca siempre al final, y máximo cinco.
- d) Se recomienda publicar mínimo un tuit diario o cinco semanales, solos o hilos.
- e) Priorizar la calidad y no la cantidad.
- f) El tono del mensaje y publicaciones debe ser cordial y con estricta corrección lingüística.

Artículo 12. De la estructura de contenidos. –

- Sugerencias para la elaboración de contenidos:

Utilizar los #hashtag o etiquetas correctamente. Son un conjunto de caracteres que sirven para identificar un mensaje. Resultan muy útiles para encontrar con facilidad las publicaciones y con ello el perfil que se administra.

El uso del #hashtag depende de la actividad, no olvide asociarlo con la institución o área del conocimiento que represente y añádalo a todas las publicaciones de la temática, por ejemplo: #IdiomasUCuenca

Se recomienda usar el mismo hashtag en todas las redes sociales que el gestor de contenido administre, esto permitirá un acceso más inmediato al usuario. La Dirección de Comunicación Institucional cuenta con una lista de hashtags institucionales disponibles para las y los gestores.

Estructura básica para redes sociales:

1) Unidad comunicativa, 2) Imagen gráfica, 3) Parrilla de contenidos, 4) Estadísticas y seguimiento.

Estructura sugerida:

#_____ (seleccionar el hashtag dependiendo el tipo de publicación, evento, aviso, comunicado, cobertura) descripción del post o copy (texto que describe la publicación).

Datos generales del evento o actividad

Link o contacto de más información.

#UCuenca (hashtags necesarios)

Adjuntar diseño de difusión o fotos de coberturas. En caso de ser necesario, colocar el crédito el material gráfico, audiovisual o de contenido.

Artículo 13. De la marca institucional. - La comunicación interna y externa se llevará a cabo mediante el buen uso estricto de la marca institucional; esta representa un trabajo exhaustivo de sistemas visuales para que el sello UCuenca se identifique de manera rápida y eficiente sin perder sus valores en multiplicidad de soportes y escenarios. Finalmente, la ramificación de la marca comercial como una expansión del lenguaje permitirá aplicaciones creativas y variadas, explorando nuevos productos y servicios.

En este enlace se encuentra el [Libro de Marca UCuenca](#)

Artículo 14. De las etiquetas. - Las etiquetas o hashtags son un conjunto de caracteres precedidos por una almohadilla (#) que sirven para identificar o etiquetar un mensaje. Se ha identificado un listado de posibles etiquetas institucionales que son la base para poder unificar y complementar cada publicación en redes sociales. Todo contenido se debe enmarcar en estas etiquetas.

Artículo 15. De las fotografías, imágenes o videos institucionales para difusión. -

- Las fotografías deben tener buena calidad.
- Artes o banners (diseños): si se utilizan diseños es recomendable solicitar el producto a la Dirección de Comunicación Institucional a través del correo comunicacion@ucuenca.edu.ec, para que se trabaje con la línea gráfica y los parámetros de marca establecidos. Sin embargo, si la facultad o dependencia cuenta con personal que apoye en este tipo de trabajos es preferible que esa persona solicite una capacitación de diseño a la Dirección de Comunicación Institucional para entregarles los recursos necesarios para una buena ejecución del producto a publicarse.

Por ningún motivo se pueden gestionar contenido, ni realizar publicaciones con capturas de pantalla de correos electrónicos o presentaciones PPT.

- Videos: Si se utilizan videos es recomendable solicitar el producto o el apoyo a la Dirección de Comunicación Institucional, a través del correo de comunicacion@ucuenca.edu.ec, para que se elaboren con la línea gráfica correspondiente y con los parámetros de marca establecidos; dicha dependencia valorará la pertinencia del producto.
- Tener en cuenta las siguientes recomendaciones: el formato horizontal sirve para publicaciones en Facebook, Instagram y YouTube, mientras que verticales para historias, *feed* y Tiktok. Tener en cuenta la iluminación para tener la mayor nitidez posible.
 - La Dirección de Comunicación Institucional realizará capacitaciones periódicas para los/las gestoras de contenidos.

Artículo 16. - De los reposteos. - Se requiere que los gestores de redes sean parte del grupo de WhatsApp y estar pendientes de las redes institucionales de nivel 1 para que periódicamente se comparta su contenido en las cuentas de nivel 2 y 3.

Los gestores de redes sociales compartirán en el grupo de WhatsApp los links de las publicaciones que realicen en sus cuentas institucionales y sean de interés general (no temas de interés exclusivo de sus públicos) con la finalidad de conocer la información que se difunde en las unidades académicas y dependencias y apoyar con la difusión.

El uso de este grupo es para compartir la información de cada facultad y dependencia y la información general que se difunde en las cuentas instituciones, de manera más ágil.

Considerar que, por estos medios se puede solventar consultas, sugerencias o requerimientos relacionados con: difusión en redes, apoyo puntual en temas comunicacionales tipo asesoría, recomendaciones para redes, actualización de línea gráfica para redes o firmas de mail. El correo de comunicación se mantendrá únicamente como medio oficial para la recepción de requerimientos de diseño, Web, comunicación u organización de eventos, entre otros.

Se compartirá en las redes institucionales las publicaciones que cumplan con los parámetros de imagen institucional y estilo. Además, se analizará el impacto de la actividad o información y se compartirá de las cuentas de facultad o dependencia asuntos estrictamente institucionales de interés general, no temas específicos de áreas.

CAPÍTULO III DE LAS RESPONSABILIDADES DE LA O EL GESTOR DE REDES SOCIALES

Artículo 17. De las obligaciones del gestor o gestora. –

De los procesos fundamentales para la administración de redes sociales.

Planificar, conjuntamente con la Dirección de Comunicación Institucional, una estrategia para cada facultad o dependencia. La presencia en redes sociales de manera institucional no puede ser casual, debe ser planificada con base en objetivos concretos.

Desarrollar acciones que llamen la atención de los seguidores, aportándoles valor y otorgándoles un motivo para formar parte de la comunidad, un extra que aporte al sentido de pertenencia a la facultad, dependencia y Universidad.

Controlar y monitorizar para determinar si las acciones que se están llevando a cabo les acerca a los objetivos propuestos o si hay que reorientar la estrategia.

Artículo 18. De las obligaciones de la facultad o dependencia. – Toda facultad o dependencia que disponga habilitada y activa una o varias cuentas en redes sociales a nombre institucional es responsable del contenido y manejo de sus redes.

Debe comunicar a la Dirección de Comunicación Institucional sobre sus actividades que requieran de cobertura y difusión en redes sociales.

Considerar que en el nuevo sitio Web se contará con una sección de calendario de eventos.

Artículo 19. De la obligación de la Dirección de Comunicación Institucional. – Brindar herramientas accesibles y capacitaciones para la mejora continua. Brindar el apoyo en generación de diseños, fotografías y videos para alimentar las redes sociales de nivel 1 y 2.

- a) Dar cobertura a eventos institucionales. Se analizará la relevancia y alcance.
- b) Autorizar la apertura de nuevas redes sociales y manejo de matriz de cuentas y páginas oficiales, institucionalizadas y aprobadas.
- c) Regular y monitorear manejo de redes sociales institucionales, estilo e imagen.

DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA. - Todo cuanto no se hubiere regulado en el presente instrumento, se remitirá al Plan de Comunicación y Políticas de Comunicación de la Universidad de Cuenca, así como las demás leyes conexas y pertinentes.

SEGUNDA. - Los cambios de gestores de redes sociales institucionales serán solicitados únicamente por el Jefe de dependencia o facultad de manera formal vía correo institucional comunicacion@ucuenca.edu.ec, de esta manera se informará a la Dirección de Comunicación Institucional para los fines pertinentes.

TERCERA. - La creación o baja de redes sociales institucionales se solicitarán únicamente por el Jefe de dependencia o unidad académica, quien deberá motivar y justificar la necesidad institucional de realizarlo, previo informe de la Dirección de Comunicación Institucional.

CUARTA. – Una persona gestora de redes sociales, luego de haber sido designada por la autoridad inmediata de la facultad o dependencia, asume inmediatamente la responsabilidad otorgada al perfil. Si no cumpliera con sus actividades asignadas como gestor/a, la Dirección

de Comunicación Institucional deberá notificar a la autoridad correspondiente y solicitará cambio.

QUINTA. - La Dirección de Comunicación Institucional realizará monitoreos constantes de las redes sociales para brindar apoyo y guía a los gestores de redes sociales o dar de baja cuentas.

SEXTA. - La Dirección de Comunicación Institucional deberá realizar todas las gestiones para mejorar y asegurar un conjunto de recursos actualizados y al alcance de todo gestor de redes sociales, abrir canales de comunicación directa para brindar apoyo y capacitar constantemente.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

ÚNICA. - Deróguese cualquier disposición interna de igual o menor jerarquía que se opusiere a la presente Norma Técnica de Gestión.

DISPOSICIONES FINALES

PRIMERA. - Todo lo previsto en esta Norma Técnica, estará sujeto a lo dispuesto en la Constitución de la República del Ecuador, Ley Orgánica de Educación Superior, su Reglamento General, Ley Orgánica de Servicio Público, su reglamento; y la demás normativa que rija al sector público.

SEGUNDA. - La presente Norma Técnica entrará en vigencia a partir de la fecha de su suscripción.

Dado en la ciudad de Cuenca, a los 27 días del mes de julio de 2023.

Arq. María Augusta Hermida Palacios, PhD.
RECTORA DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA