



Código: PGI-DCD-01	Referencia: ISO 9001:2015 - 7.4 ISO 14001:2015 – 7.4 ISO 50001:2018 – 7.4	Revisión: 06	Página: 1 de 11
------------------------------	---	------------------------	---------------------------

COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

1. OBJETIVO

Comunicar la información interna y externa entre los diferentes niveles de la institución y partes interesadas.

2. ALCANCE.

Este procedimiento aplica para la difusión de la comunicación interna y/o externa del Instituto Tecnológico de La Laguna.

3. POLÍTICAS.

- 3.1. El Departamento de Comunicación y Difusión es el responsable de llevar a cabo la difusión interna y externa y el diseño de la presentación de la información.
- 3.2. Las/os responsables de los procesos y/o procedimientos solicitarán al Departamento de Comunicación y Difusión las necesidades de comunicación interna y/o externa, debe incluir:
 - Vigencia
 - Periodicidad (en el caso que la publicación deba de publicarse varias veces)
 - Responsable de la emisión y aceptar la responsabilidad del contenido
 - Definir el lugar o medio de comunicación donde se hará la publicación
- 3.3. Los medios de comunicación pueden ser a través de la Página Web, correos electrónicos, redes sociales, vitrina o tablero de anuncios, prensa, radio y/o TV, revistas, trípticos, lonas impresas, y los mencionados en la Política de Comunicación, su elección dependerá del material a difundir.
- 3.4. Mantener la Información con el historial de las solicitudes en el Departamento de Comunicación y Difusión y el producto de las mismas, de manera digital o física, dependiendo de la publicación.

Elaboró:	Revisó:	Autorizó:
Jefatura de Comunicación y Difusión	Encargado(a) del SGI	Subdirección de Planeación y Vinculación

- 3.5. La difusión oficial será únicamente por los medios autorizados y empleando la identidad gráfica de la institución.
- 3.6. El contenido y vigencia de la publicación será únicamente responsabilidad del Departamento que lo solicite.
- 3.7. El Departamento de Comunicación y Difusión será el canal encargado de dar a conocer la información autorizada por la Subdirección correspondiente, permaneciendo el autor, responsable de su contenido.
- 3.8. Toda persona que trabaja para o a nombre del ITL, puede hacer comentarios o sugerencias para la mejora del SGE.
- 3.9. El TecNM así como la Alta Dirección de la Institución podrán solicitar comunicar y difundir información relevante para los procesos de Sistema de Gestión Integral, lo cuales se atenderán de manera inmediata sin necesidad de seguir este procedimiento.

3.10. Exclusión

Se excluye de la política la información generada por terceros que a continuación se enlista, además no se llevará registro de este tipo de publicaciones, dicha información, venta y/o promoción deberá de ser sujeta a una previa autorización y revisión aplicado a los criterios de las publicaciones (3.10) del Departamento de Comunicación y Difusión.

- Servicios sociales (Donadores de sangre, colectas, etc.)
- Eventos internos organizados por comunidad estudiantil (Eventos de recreación, venta de comida).
- Permisos para realizar promoción, ventas dentro de la institución, ya sea de parte de comunidad estudiantil, trabajadoras/es o personal externo.
- Publicaciones ajenas a la Institución (Revistas, periódicos, suplementos, folletos, posters, etc.).
- Activaciones y módulos informativos de diversas marcas (stands, promociones, venta de artículos, membresías, créditos, etc.).

3.11. Restricciones

Aquella publicidad, difusión, venta, colecta, etc. ajena al Instituto deberá de someterse a los criterios de publicación que a continuación se enlistan:

Criterios de publicaciones externas del Instituto Tecnológico de La Laguna:

Quedan exentas de su publicación en las instalaciones del ITL las publicaciones (poster, anuncio, flayer, tríptico, etc.) que contengan la siguiente información:

- Promoción de bebidas alcohólicas (no debe de incluir fotografías, marcas o precio de bebidas).
- Escuelas de Inglés
- Lenguaje obsceno y/o groserías

- Motivos religiosos

- Campañas políticas
- Anuncios de venta y/o renta (ejemplo: renta de cuartos, venta de carros, venta de bicicletas, etc.).
- Servicios financieros o créditos.
- Publicidad que no sea de utilidad para comunidad estudiantil y personal.
- Los posters que **No** contengan el sello de aprobación del Departamento de Comunicación y Difusión serán retirados.

Criterios stands para realizar promoción al interior del ITL:

Las marcas, asociaciones, empresas que deseen poner un módulo o stand para ofrecer sus servicios deberán de cumplir con los siguientes criterios:

- Elaborar un oficio dirigido al(la) jefe(a) del departamento de comunicación y difusión dónde se exponga la actividad y las fechas en que desean realizarlo, dicho oficio será sujeto a aprobación de la jefatura de departamento.
- De obtener el permiso queda estrictamente prohibido realizar promoción en los salones, pasillos, talleres y salas audiovisuales, no se pueden interrumpir clases.
- El lugar para instalarse será definido por la jefatura de departamento, queda prohibido volantear fuera del área establecida.
- Evitar la contaminación auditiva con dispositivos de audio, en caso de ocupar energía eléctrica, hacer uso racional y adecuado de la misma
- En caso de no acatar los lineamientos serán retirados de las instalaciones.
- El ITL decide comunicar externamente su política del sistema de gestión integral, el desempeño del SGEEn y su desempeño energético.

4. DEFINICIONES.

- 4.1. **Comunicación Interna:** Son todas aquellas publicaciones que son exclusivas de un área, departamento y/o la Comunidad Tecnológica y sólo competen a la institución.
- 4.2. **Comunicación Externa:** Son todas aquellas publicaciones de un área departamento y/o la comunidad tecnológica que se comunica al exterior de la Institución a través de los diferentes canales de comunicación.
- 4.3. **Comunidad Tecnológica:** Es el conjunto del personal y las y los estudiantes del Tecnológico.
- 4.4. **Partes Interesadas:** Persona o grupo que tiene interés o está afectado por el desempeño ambiental del Tecnológico.

4.5. Canales de comunicación.

4.5.1. Reuniones en grupo

La reunión surge cuando se convoca a dos o más personas para comunicar, debatir, tomar decisiones y/o acuerdos sobre cualquier aspecto, teniendo como evidencia de la misma una minuta de acuerdos y/o resultados.

4.5.1.1 Ruedas de prensa

Convocar a los medios de comunicación para dar a conocer los acuerdos, avances y medidas tomadas por el Instituto Tecnológico de La Laguna.

4.5.2. Publicaciones internas

Es toda aquella información que se publica y difunde para información exclusiva de la comunidad tecnológica. Los boletines son aprovechados como cauce de comunicación de la información, derivada de la gestión, que interese transmitir. Es un vehículo unidireccional.

4.5.3. Circulares internas

La circular interna, entendida como un escrito o memorando en que la alta dirección comunica algo a todos los integrantes o a una parte de la institución, es unidireccional.

4.5.4. Tablero de anuncios

Son lugares de visualización y lectura de información facilitada por la alta dirección. Se distribuyen estratégicamente ubicados para colocar información variada, en los que se colocan escritos, cuadros, gráficos, fotografías, carteles o similares.

4.5.5. Cartel o lona

Son elementos gráficos de información, sobre algo concreto, más o menos puntual, dotados de diseño para atraer la atención de personal y usuarios, hacia el mensaje y la información. La comunicación es unilateral y descendente.

4.5.6. Videos

Son producciones audiovisuales desarrolladas para transmitir información aprovechando las posibilidades de estos medios.

4.5.7. Encuestas

Es un elemento de comunicación unidireccional, pero ascendente. Permite recabar la opinión de los empleados o usuarios sobre algunos aspectos de la gestión, de sus actividades o procesos e igualmente recibir sugerencias sobre éstos.

4.5.8. Buzón de comentarios, quejas, sugerencias y/o felicitación

Es un espacio físico o virtual, donde la comunidad tecnológica y partes interesadas pueden expresar sus opiniones respecto a alguna inquietud.

Correo electrónico

Forma de comunicación virtual, donde la información se realiza de manera personal, permitiendo una comunicación bidireccional, donde el inconveniente es que puede ser tardada. Puede ser utilizado como foros de opinión y debate, buzón de sugerencias y similares, el *e-mail* permite una comunicación bidireccional, ascendente y descendente entre los mandos y el resto de los usuarios.

4.5.9. Página web o internet

Tecnología de alcance mundial de comunicación virtual por medio de redes interconectadas; al utilizarse para comunicación interna, da la posibilidad de acceder a contenidos informativos, resultados, informes generales, productos o actividades, etc.

4.5.10. Intranet

Tecnología de internet para compartir dentro de una organización parte de sus sistemas de información mediante una red privada; Es una opción más de la comunicación entre las partes involucradas, y las sugerencias, peticiones o cualquier comunicación en general, se realizan de una forma más rápida y eficiente.

4.5.11. Medios de comunicación masiva

La radio, la televisión, los periódicos, revistas, anuncios espectaculares y boletines son aprovechados como cauce de comunicación masiva de la información, derivada de la gestión, que se interese transmitir. Son vehículos unidireccionales.

4.5.12. Transmisiones en vivo

Transmisión en vivo (Live Stream) de eventos por medio de Facebook Live o aplicación solicitada.

4.5.13. Bot en página web

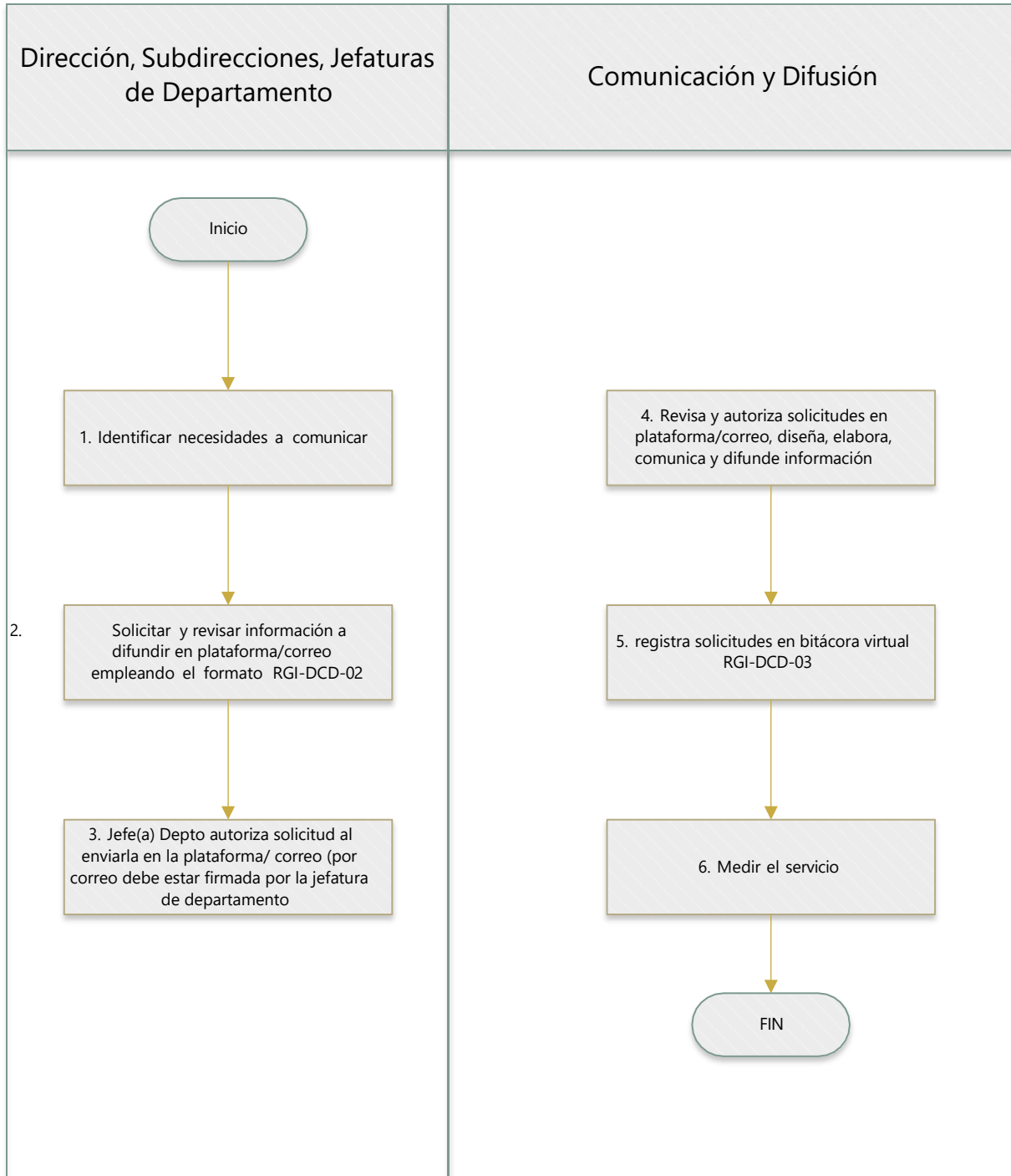
Mediante el Bot de preguntas frecuentes se brinda al usuario la oportunidad de aclarar sus dudas de manera inmediata.

4.5.14. Respuestas automáticas Facebook

Sección de preguntas frecuentes en facebook para atender dudas de la comunidad estudiantil, también mediante respuesta instantánea en Facebook se invita a utilizar el Bot para responder dudas.

4.6 **SGEn**: Sistema de Gestión de la Energía.

5. PROCESOS.



6. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES.

Etapa	Descripción de la actividad	Responsable
1. Identificar necesidades de comunicación	1.1 El personal determina la información que debe darse a conocer interna o externamente y recomienda los medios de difusión y comunicación a utilizar, podrá apoyarse en la matriz de comunicación del sistema de gestión integral RGI-DCD-08	Dirección, Subdirecciones, Jefaturas de Departamento, de Laboratorio o Responsables de procesos
2. Solicitar difusión de información	2.1 Se realiza la solicitud al departamento de comunicación y difusión para que publique la información pertinente, "Solicitud de publicación de comunicación y difusión" PGI-DCD-02 llenando la solicitud en la plataforma o el archivo digital al correo institucional del departamento: solicitudes@correo.itlalaguna.edu.mx Se aceptará solamente las solicitudes de las jefaturas de departamento mediante su correo institucional. El vínculo para ingresar a la plataforma será proporcionados por el departamento de comunicación y difusión.	Dirección, Subdirecciones, Jefaturas de Departamento, de Laboratorio o Responsables de procesos
3. Revisar y autorizar la información a difundir	3.1 El área solicitante revisa y autoriza la publicación, se queda en el entendido que una vez que sea enviado, ha sido autorizado por el departamento y subdirección correspondiente a su administración. En el caso de enviarla por correo electrónico, debe ir firmada	Subdirección
4. Registrar la información a difundir.	4.1 Revisa y autoriza solicitudes de acuerdo con los lineamientos del procedimiento de comunicación y difusión, revisa ortografía y lenguaje incluyente.	Departamento de comunicación y difusión

	Comunica y difunde la información solicitada en los medios indicados en la “solicitud de publicación de comunicación y difusión” RGI-DCD-02.	
5. Registrar la información a difundir	5.1 Se registra la solicitud en la “bitácora de comunicación” RGI-DCD-03, generada de manera automática en formato virtual.	Departamento de comunicación y difusión
6. Medir el servicio	<p>6.1 El (a) estudiante mediante la aplicación de encuestas evaluará el desempeño de los servicios del Departamento de Comunicación y Difusión, mediante el formato RGI-DCD-07</p> <p>6.2 El personal mediante la aplicación de encuestas evaluará el desempeño de los servicios del Departamento de Comunicación y Difusión, mediante el formato RGI-DCD-06</p> <p>6.3 en base a los resultados de las mediciones aplicadas se generan acciones de mejora en las áreas de oportunidad detectadas.</p>	Departamento de comunicación y difusión

7. REFERENCIAS.

NA

8. REGISTROS.

Registros	Tiempo de conservación	Responsable de conservarlo	Código de registro
Solicitud de publicación de comunicación y difusión	1 año	Jefatura del Departamento de Comunicación y Difusión	RGI-DCD-02
Bitácora de comunicación	1 año	Jefatura del Departamento de Comunicación y Difusión	RGI-DCD-03
Encuesta de servicio	3 años	Jefatura del Departamento de Comunicación y Difusión	RGI-DCD-06
Encuesta para estudiantes	3 años	Jefatura del Departamento de Comunicación y Difusión	RGI-DCD-07
Matriz de necesidades de comunicación del sistema de gestión integral	2 años	Jefatura del Departamento de Comunicación y Difusión	RGI-DCD-08

9. HISTORIAL.

Nivel Anterior	Nivel Actual	Fecha de Revisión	Modificación
	00	29/Febrero/2016	Se elabora por primera vez
00	01	17/Marzo/2017	Se rediseñan políticas, el proceso y el registro RGI-DCD-02
01	02	22/Mayo/ 2017	Se elimina RGI-DCD-01 y se rediseña procedimiento.
02	03	18/Enero/ 2018	Se agrega lenguaje incluyente. Se elimina la entrega de necesidades en el punto 1. Se agrega el punto 6 Evaluación y se dan de alta dos registros para encuestas: RGI-DCD-06 y RGI-DCD-07
03	04	6/Agosto/2018	Se agrega el criterio de la norma ISO 50001:2011 y formato RGI-DCD-08, se cambian especificaciones de formato RGI-DCD-06.
04	05	13 marzo 2023	Se actualiza a la norma ISO 50001:2018, sin cambios en el contenido, se agregan nuevas preguntas al formato RGI-DCD-07
05	06	06 de agosto 2025	Se incluye en las políticas del procedimiento que tanto el TecNM como la Alta Dirección podrán solicitar acciones de difusión fuera del

			procedimiento dada su relevancia.
--	--	--	-----------------------------------