



Trascendencia
Académica e Social
Innovación

Trascendencia
Académica e Social
Innovación



COMUNICACIONES

MANUAL ESTRATEGICO DE **COMUNICACIONES**





Introducción

La Universidad de los Llanos es una institución de educación superior estatal, comprometida con la excelencia académica, la investigación y el desarrollo social de la región de la Orinoquía y del país. Como entidad pública, su misión es la formación integral de ciudadanos críticos, éticos y responsables, capaces de aportar al bienestar y al progreso de la sociedad mediante la educación, la ciencia y la cultura.

En este contexto, la comunicación juega un papel fundamental en la consolidación de la identidad institucional, la construcción de relaciones con sus grupos de interés y la proyección de su impacto en el entorno. La comunicación no solo permite informar, sino también generar sentido de pertenencia, promover la participación y fortalecer la reputación de la Universidad dentro y fuera de su comunidad académica.

El presente Manual Estratégico de Comunicaciones ha sido construido de manera colaborativa, teniendo en cuenta la voz de los diferentes actores que conforman la Universidad de los Llanos. Su propósito es establecer lineamientos estratégicos que guíen la gestión de la comunicación en todos sus niveles, garantizando coherencia en los mensajes, eficacia en la transmisión de la información y alineación con los principios y valores institucionales.

En un entorno caracterizado por la transformación digital, la interactividad y la constante evolución de los medios de comunicación, la Universidad de los Llanos reconoce la importancia de desarrollar estrategias innovadoras que permitan ampliar su alcance, mejorar su posicionamiento y fortalecer su relación con la comunidad universitaria y la sociedad en general. Por ello, la comunicación institucional se concibe como un proceso transversal y dinámico, que debe ser gestionado de manera integral para responder a los desafíos de la educación superior y contribuir al cumplimiento de la misión institucional.



Marco normativo

- Constitución Política de Colombia, Artículo 20 “Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación”.

Ley 57 de 1985, “Por la cual se ordena la publicidad de los actos y documentos oficiales”.

- Ley 1273 de 2009, “De la protección de la información y de los datos”

- Decreto 1499 de 2017, “Por medio del cual se modifica el Decreto 1083 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015”.

- Decreto 1151 de 2008, “Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea de la República de Colombia, se reglamenta parcialmente la Ley 962 de 2005, y se dictan otras disposiciones”.

- Acuerdo Superior N° 003 de la Universidad de los Llanos, Artículo N°37 Funciones de la Secretaría General de la Universidad de los Llanos.

- Acuerdo Superior 007 de 2018, “Por medio de la cual se modifica y actualiza la política de Comunicación Institucional de la Universidad de los Llanos”.

- Resolución Rectoral N° 0087 de 2021, “Por la cual se adopta la tercera versión del Manual de Identidad Visual Corporativa de la Universidad de los Llanos”



Línea de Tiempo - Estrategia de Comunicación Institucional Unillanos



2019 - Inicio de estrategias de transparencia

- Implementación de "¿Cómo va Unillanos? Proceso Permanente de Rendición de Cuentas".
- Actividades dirigidas al público interno y externo.
- Identificación de necesidades comunicacionales y adecuación de productos informativos.



2020 - Creación del Plan de Comunicación Institucional

- Formulación y ejecución del plan de comunicaciones y medios.
- Definición de objetivos y acciones para informar y posicionar la imagen institucional.
- Adaptación laboral durante la pandemia por COVID-19.



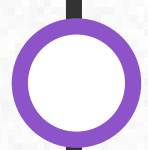
2021 - Implementación del Plan de Comunicación Institucional - Fase II

- Fortalecimiento de la presencia digital.
- Producción de contenidos multimedia.
- Implementación de nuevos formatos y canales de comunicación.



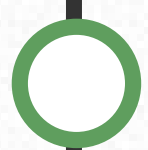
2022 - Implementación del Plan de Comunicación Institucional - Fase II

- Fortalecimiento de la presencia digital.
- Producción de contenidos multimedia.
- Implementación de nuevos formatos y canales de comunicación.



2023 - Fortalecimiento de la imagen institucional

- Evolución y creación de nuevos productos comunicacionales.
- Implementación de estrategias de fidelización de marca.
- Creación de perfiles en LinkedIn, TikTok y Threads.
- Fortalecimiento de Instagram, Facebook, X y YouTube.
- Transformación de "El Unillanista" a formato transmedia.
- Creación del programa "Ponga Cuidado" para mejorar el posicionamiento.



2024 - Estrategias de posicionamiento por los 50 Años de Unillanos

- Desarrollo de estrategias alineadas con las funciones misionales.
- Optimización de la comunicación interna entre grupos de interés.
- Fortalecimiento de la imagen de la marca Unillanos.



Objetivo General

Ofrecer los lineamientos para que, mediante procesos de comunicación en sus diferentes ámbitos, se construyan y gestionen las relaciones internas y externas de la Universidad de los Llanos.

Objetivos Específicos

- Propiciar que las actividades de comunicación cumplan con las condiciones de oportunidad, inclusión y socialización.
- Establecer estrategias de comunicación con objetivos e indicadores claros que permitan medir su efectividad.
- Definir los procedimientos de comunicación interna y externa para garantizar el flujo eficiente de información.
- Construir una identidad institucional sólida y fortalecer la reputación de la Universidad.





ALCANCE

Alcance

El Manual Estratégico de Comunicaciones de la Universidad de los Llanos tiene un alcance integral que abarca tanto la comunicación interna como la externa, con el fin de fortalecer la identidad institucional, mejorar el flujo de información y garantizar la transparencia en la gestión universitaria.

A nivel interno, está dirigida a la comunidad universitaria en su totalidad: estudiantes, docentes, investigadores, personal administrativo y directivos. La comunicación dentro de la institución busca fortalecer la cultura organizacional, promover la participación y asegurar la difusión de información relevante sobre los procesos, decisiones y actividades de la universidad.

A nivel externo, el Manual Estratégico de Comunicaciones se orienta hacia distintos grupos de interés, tales como aspirantes y potenciales estudiantes de los departamentos de Meta, Arauca, Casanare, Vichada, Guaviare y Guainía; padres de familia; empresas locales; autoridades gubernamentales locales y nacionales; medios de comunicación; organizaciones comunitarias; egresados; y la sociedad en general. La comunicación con estos públicos busca visibilizar el impacto de la Universidad en el desarrollo regional y nacional, fomentando la confianza y el reconocimiento de su labor en la educación superior, la investigación y la responsabilidad social.

Además, como institución estatal, la Universidad de los Llanos tiene la obligación de divulgar y garantizar el acceso a la información sobre sus procesos de admisión especial dirigidos a comunidades indígenas, deportistas destacados, víctimas de la violencia o del desplazamiento forzado personas en situación de discapacidad, poblaciones de municipios de difícil acceso y comunidades afrocolombianas.

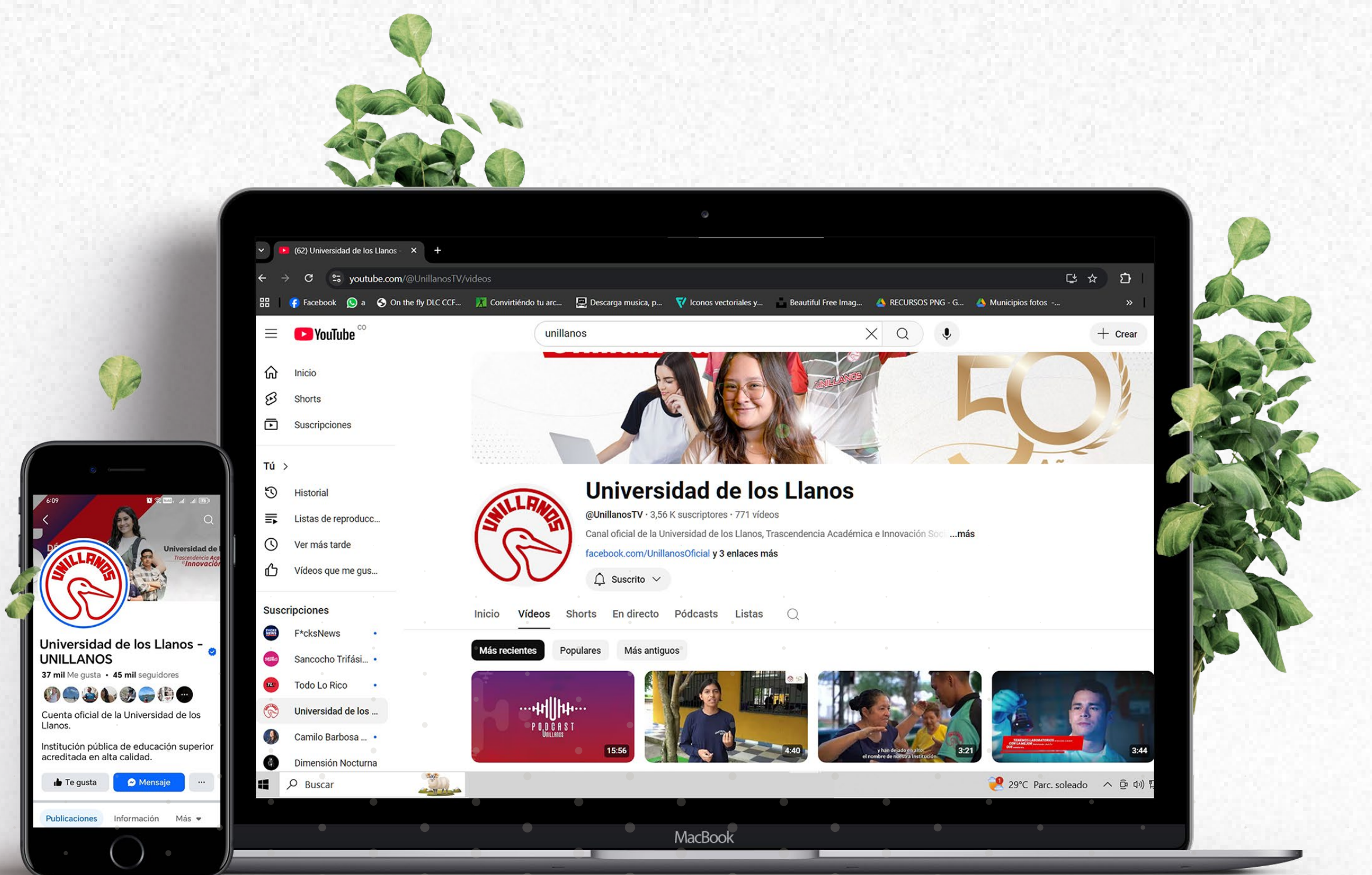




Definición

Contar con un Manual Estratégico de Comunicaciones permite a la Universidad de los Llanos establecer directrices claras y estrategias alineadas con sus objetivos institucionales. Este documento garantiza que la información que se genera sea transparente, oportuna y veraz, promoviendo la adecuada ejecución de los procesos institucionales.

Se basa en los preceptos básicos y educativos de inclusión, socialización, liderazgo, promoción, participación activa y democrática, se constituirá en una directriz generadora de óptimos canales de comunicación, articuladores de los diferentes componentes de la organización y promotores de una cultura integral, encaminados al posicionamiento institucional. Así mismo, fomentar la retroalimentación permanente de información que deberá derivar en la ágil y exitosa llegada de mensajes deseados.





CONCEPTOS:

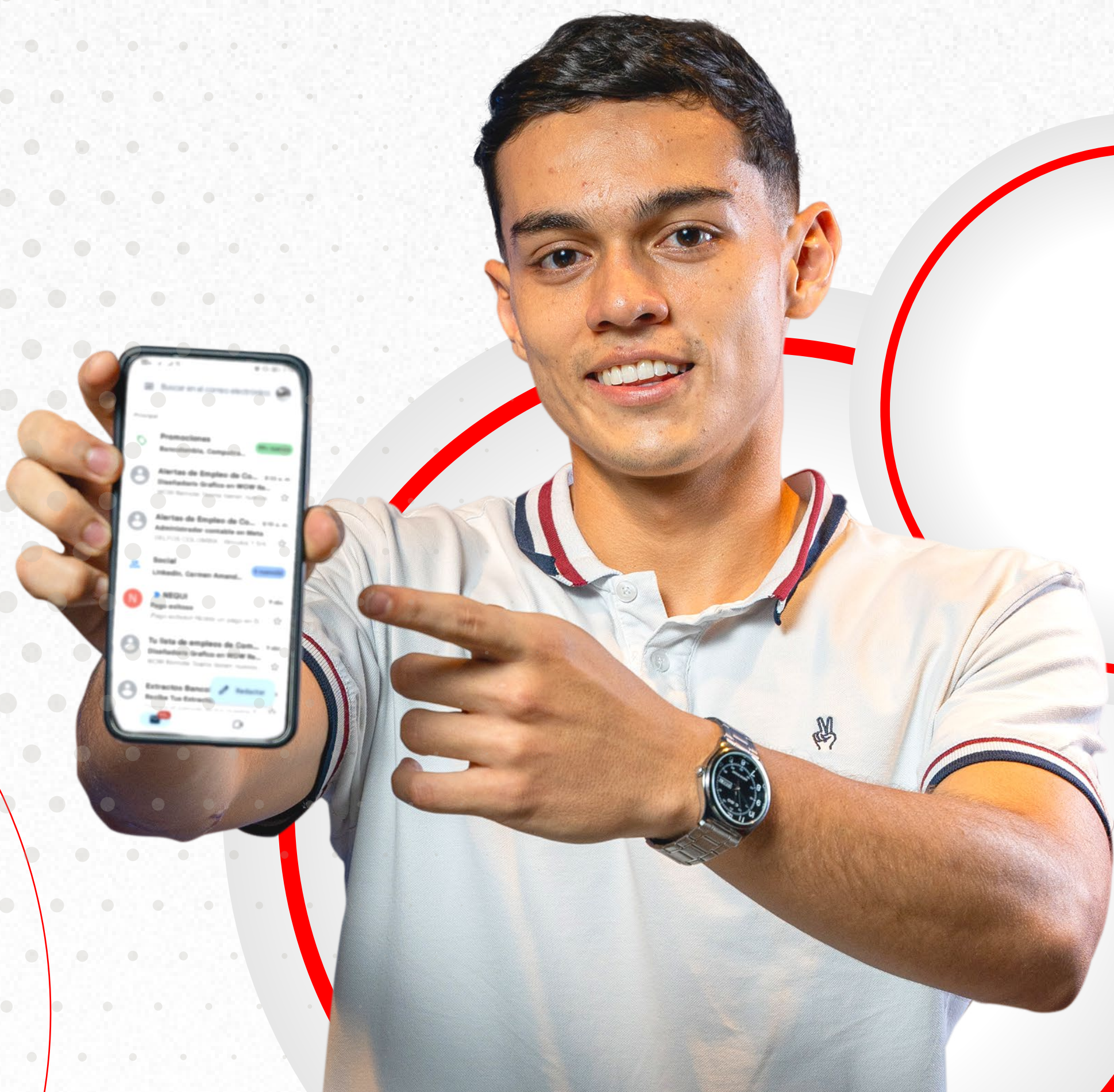
Conceptos:

Identidad e Imagen Institucional: La identidad institucional se refiere al conjunto de valores, misión, visión y cultura organizacional que caracterizan y diferencian a la Universidad de los Llanos. La imagen institucional, en cambio, es la percepción que la comunidad universitaria y la sociedad en general tienen de la institución, resultado de sus acciones, discursos y presencia en el entorno.

Comunicación Corporativa Institucional: Es el conjunto de estrategias y acciones que permiten fortalecer la relación entre la Universidad y sus públicos de interés, garantizando la coherencia en la construcción de su imagen y reputación. Incluye tanto la comunicación interna como la externa y se apoya en herramientas digitales y tradicionales.

Comunicación Interna: Es el proceso de intercambio de información dentro de la comunidad universitaria, orientado a fortalecer la identidad, fomentar la participación, mejorar el clima organizacional y facilitar el acceso a información relevante sobre los procesos administrativos y académicos.

Comunicación Externa: Comprende las estrategias y herramientas utilizadas para interactuar con actores externos como estudiantes potenciales, medios de comunicación, egresados, empresas, organizaciones y la comunidad en general, con el objetivo de difundir información sobre la Universidad y fortalecer su posicionamiento.





CONCEPTOS:

Conceptos:

Reputación Institucional: Es la percepción que los distintos públicos tienen sobre la Universidad de los Llanos con base en su trayectoria, logros, contribuciones académicas y científicas, y el impacto de sus acciones en la sociedad.

Redes Sociales: Plataformas digitales utilizadas para la difusión de información institucional, interacción con audiencias clave y promoción de la imagen y valores de la Universidad. Su uso estratégico permite una comunicación más ágil y efectiva.

Tendencias Digitales: Son las innovaciones y cambios en el entorno digital que impactan la forma en que las instituciones se comunican. Incluyen el uso de herramientas como inteligencia artificial, automatización de contenidos, marketing digital y análisis de datos para mejorar la comunicación universitaria.

Público Objetivo: Se refiere a los grupos de interés con los cuales la Universidad mantiene comunicación estratégica, tanto internos (comunidad universitaria) como externos (sociedad en general, aspirantes, empresas, medios de comunicación, entre otros).

Plan de Comunicaciones: Es el documento que establece los objetivos, estrategias y acciones específicas que guían la comunicación institucional en un período determinado. Incluye la planificación de campañas, gestión de crisis y medición de impacto.





COMUNICACIÓN

Sistema de Comunicación de la Unillanos

El Área de Comunicaciones, adscrita a la Oficina de Secretaría General, es la responsable de establecer la línea comunicativa institucional, diseñar y ejecutar planes de comunicación, gestionar la reputación y administrar los medios de comunicación propios de la Universidad. Además, se encarga de la producción de contenidos, la relación con los medios, la gestión de redes sociales y la medición de impacto de las estrategias implementadas.





COMUNICACIÓN INTERNA

Sistema de Comunicación de la Unillanos

Establece los principios y lineamientos para garantizar un flujo eficiente y transparente de información dentro de la Universidad de los Llanos. Su objetivo principal es fortalecer la identidad institucional, promover la participación activa de la comunidad universitaria y generar un ambiente organizacional basado en la confianza, el respeto y la colaboración.

Regula los canales oficiales de comunicación de la institución para con los estudiantes, docentes, administrativos y directivos, asegurando que la información institucional sea clara, oportuna y accesible. Además, fomenta el uso de herramientas digitales y estrategias participativas que permitan la interacción y retroalimentación entre los diferentes actores de la comunidad universitaria.

Se orienta a la creación de espacios de diálogo, fortalecimiento del sentido de pertenencia y promoción de la cultura institucional, garantizando que todos los miembros de la universidad estén informados sobre decisiones, actividades y procesos relevantes para su desarrollo académico y profesional.





ESTRATEGIAS

Estrategias



- Implementar canales de comunicación efectivos como correo institucional, boletines informativos y plataformas digitales.
- Fomentar la interacción y retroalimentación a través de reuniones y encuestas anuales.
- Asegurar que la información compartida sea clara, relevante y oportuna para la toma de decisiones.
- Promover una cultura organizacional basada en el diálogo y el trabajo en equipo.
- Integrar herramientas digitales que faciliten la comunicación interna en tiempo real.



COMUNICACIÓN EXTERNA

Comunicación Externa

Define las estrategias y directrices para la proyección de la Universidad de los Llanos hacia la sociedad, asegurando que su imagen y mensaje sean coherentes, alineados con sus valores y reconocidos a nivel regional, nacional e internacional.

Este manual regula la relación con medios de comunicación, instituciones gubernamentales, empresas, egresados, organizaciones sociales y el público en general. Su objetivo es posicionar la universidad como un referente académico, científico y cultural, destacando su impacto en el desarrollo de la región y el país.

Incluye lineamientos para la divulgación de información institucional a través de medios digitales, redes sociales, prensa escrita y radio, garantizando que la comunicación con los diferentes públicos sea efectiva, transparente y orientada a la construcción de confianza. También contempla la gestión de crisis comunicacionales y el manejo de la reputación institucional en escenarios externos.

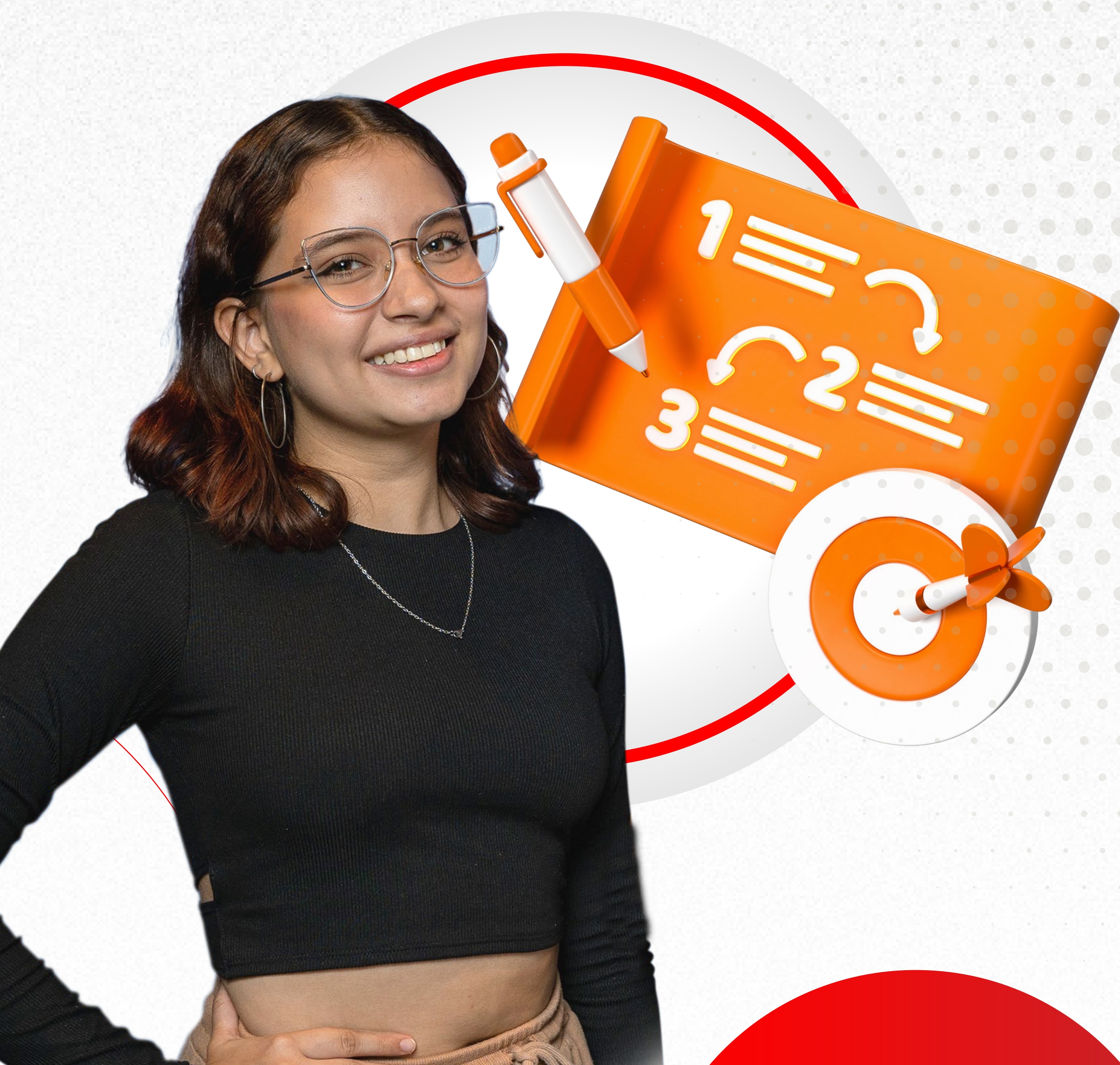




ESTRATEGIAS

Estrategias

- Desarrollar planes de medios para la divulgación de información institucional en prensa, radio y plataformas digitales.
- Fortalecer la relación con medios de comunicación a través de ruedas de prensa, comunicados oficiales y eventos institucionales.
- Utilizar redes sociales y medios digitales para interactuar con el público externo y posicionar la Universidad.
- Garantizar la coherencia del mensaje institucional en todas las comunicaciones dirigidas al público externo.
- Diseñar estrategias de manejo de crisis para responder de manera efectiva a situaciones que puedan afectar la reputación institucional.





MARCA E IDENTIDAD VISUAL

Marca e Identidad Visual

Establece las normas y directrices para el uso adecuado de los elementos gráficos, visuales y simbólicos que representan a la Universidad de los Llanos, con el fin de garantizar coherencia, reconocimiento y fortalecimiento de su imagen institucional.

Este, define el uso correcto del logotipo, tipografías, colores institucionales, eslogan y demás elementos gráficos en todas las plataformas y materiales de comunicación, asegurando uniformidad en la presentación de la universidad ante sus públicos internos y externos.

Además, regula la aplicación de la identidad visual en documentos oficiales, campañas publicitarias, redes sociales, eventos y demás piezas de comunicación, evitando distorsiones en la imagen institucional y protegiendo su autenticidad y prestigio.

Su objetivo es consolidar una identidad visual sólida que refuerce la percepción de la universidad como una institución de alta calidad, innovadora y comprometida con el desarrollo de la educación y la investigación en la región.





ESTRATEGIAS

Estrategias

- Definir manuales de identidad visual que regulen el uso del logo, colores corporativos, tipografía y demás elementos gráficos.
- Establecer lineamientos para la producción de piezas comunicacionales en medios impresos y digitales.
- Supervisar el uso correcto de la identidad visual en eventos, publicidad y plataformas digitales.
- Garantizar que la marca de la Universidad transmita valores de calidad, innovación y compromiso con la educación y la investigación.





INFORMACIÓN A PUBLICAR

Tipo de Información a publicar

Con el fin de orientar la divulgación del conocimiento y el posicionamiento de la Universidad de los Llanos, el Plan Estratégico de Comunicaciones debe contemplar la divulgación del siguiente tipo de información: Documentos estratégicos (políticas, planes de desarrollo y plan de gestión) Información sobre programas y proyectos académicos, de investigación y de proyección social. Hechos noticiosos sobre el quehacer institucional Promoción de la oferta académica Servicios que oferta la Universidad a la comunidad en general

