



Universidad
Tecnológica
de Bolívar

CARTAGENA DE INDIAS

POLÍTICA DE MERCADEO Y COMUNICACIONES INSTITUCIONALES

La gestión de la Dirección de Mercadeo y Comunicaciones se desarrolla dentro del marco de los objetivos institucionales y como instrumento para el logro de los mismos. Su principal función es fortalecer el posicionamiento y credibilidad de nuestra Universidad en el sector externo y garantizar la solidez y sostenibilidad financiera de la institución a través de estrategias de promoción y consolidación de matrículas buscando siempre el crecimiento de la población estudiantil.

El Mercadeo y las Comunicaciones institucionales, así como todas las actividades que se realizan para su desarrollo en la Universidad, son responsabilidad directa de la Dirección de Mercadeo y Comunicaciones de la UTB. Por lo tanto, las decisiones, lineamientos y actividades relacionadas a estos temas serán liderados única y exclusivamente a través de esta dependencia.

El objetivo de este documento es dar claridad de los lineamientos y políticas definidas para el manejo de las comunicaciones institucionales, así mismo dar a conocer las funciones de la Dirección de Mercadeo y Comunicaciones para el apoyo de las mismas.

1. LA JEFATURA DE COMUNICACIONES

La Dirección de Mercadeo y Comunicaciones cuenta con la Jefatura de Comunicaciones que se encarga de gestionar las comunicaciones internas y externas de la Universidad.

1.1. Nuestra comunicación interna

El alcance de nuestras comunicaciones internas se desarrolla en el marco de aquellos contenidos que son relevantes a nivel interno de la Universidad, es decir, para atender al público que participa de manera directa en la dinámica interna de la institución:



1.1.1. Objetivo de las comunicaciones internas

El objetivo fundamental de las comunicaciones internas es mantener informado a nuestro público interno y sus dependencias de los proyectos institucionales y de las novedades, eventos y actividades que se desarrollan en la universidad o en los que la UTB tenga participación.

1.1.2. Medio utilizado para nuestra comunicación interna

El e-mailing es el único medio de comunicación con un alcance exclusivamente interno, es decir, este medio se utilizará cuando la información a divulgar solo sea relevante o de interés para el público interno de la Universidad.

Las comunicaciones que se envían de forma masiva a estudiantes, docentes o empleados, a través de correos electrónicos UTB y referentes a proyectos, iniciativas, novedades o información de interés, deben realizarse atendiendo los lineamientos gráficos y con especial detalle en el mensaje que se envía. Estos mensajes deben ser revisados por la oficina de Comunicaciones y se deben hacer a través de la plataforma de envíos masivos avalada por la Dirección de Tecnologías de Información y Comunicaciones.

1.2. **Nuestra comunicación externa**

La comunicación externa está orientada a la construcción de identidad institucional y al fortalecimiento de las relaciones y la visibilidad de nuestra Universidad con el mundo exterior. La comunicación externa tiene un alcance directo sobre la comunidad cuyo público se define de la siguiente manera:



1.2.1. Objetivo de la comunicación externa

El objetivo fundamental de la comunicación externa es mantener informado a nuestro público externo de los proyectos institucionales, estudios e investigaciones, novedades, eventos y actividades que se desarrollan en la Universidad o en los que la UTB tenga participación.

1.2.2. Medios utilizados para la comunicación externa

- **Redes sociales oficiales UTB:** Las redes sociales son un canal de especial atención y gestión permanente. Así mismo, la generación de espacios abiertos, masivos y que involucren interacción de personas, se deben evaluar con especial cuidado, porque exponen a la Universidad en su conjunto.

Antes de crear una cuenta en redes sociales o para llevar a cabo actividades de interacción masiva (en vivos) en las mismas debes validar su pertinencia con la Dirección de Mercadeo y Comunicaciones/Jefatura de Comunicaciones. Ten en cuenta que desde la Oficina de Comunicaciones estaremos monitoreando los mensajes y la gestión de las redes no oficiales donde se utiliza el nombre y logo de la UTB. En caso de identificar un uso inadecuado de estas redes, te será notificado para llevar a cabo las acciones correspondientes.

- **Página web oficial:** todo el contenido que referencie a la Universidad o sea producto del ejercicio de sus funciones sustantivas y de apoyo, tales como información de proyectos, servicios, eventos, programas, entre otros, debe ser alojado en la página web institucional www.utb.edu.co. Cualquier otro contenido que se defina que no deba estar en la página principal, debe referenciar a la misma y debe estar siempre bajo el dominio utb.edu.co. En ese sentido, todo el contenido institucional que pertenezca a la UTB debe ser validado con la Dirección de Mercadeo y Comunicaciones. La oficina de Comunicaciones validará la pertinencia de la publicación o actualización de información en la página web y la gestionará en los tiempos establecidos.

- **Conéctate:** newsletter quincenal cuyo objetivo es divulgar las actividades, proyectos, programas, convenios, alianzas, encuentros y demás eventos que realiza la UTB, dentro y fuera de la institución, con otros organismos privados o con el Estado.

- **Revista Mundo UTB:** publicación semestral para el público interno y externo, recoge el pensamiento, los logros, avances y el liderazgo de la comunidad académica, en la que todos los temas giran alrededor de hechos relevantes con impacto en la comunidad.

- **e-mailing:** las comunicaciones que se envían de forma masiva a egresados o al público externo, a través de correos electrónicos UTB, deben realizarse atendiendo los lineamientos gráficos y con especial detalle en el mensaje que se envía. Estos mensajes deben ser revisados por la oficina de Comunicaciones y se deben hacer a través de la plataforma de envíos masivos avalada por la Dirección de Tecnologías de Información y Comunicaciones.

1.3. **Diseño y contenido de nuestros mensajes**

Diseños: desde la oficina de Comunicaciones se realizan los diseños de todas las comunicaciones institucionales (mailings, piezas para redes sociales, banner para la página web, invitaciones y demás piezas gráficas). Las dependencias que cuentan con un diseñador interno, previamente autorizado por la Dirección de Mercadeo y Comunicaciones,

deberán atender el lineamiento gráfico establecido en el Manual de Identidad de Marca, así como algunas indicaciones adicionales:

- El logo de la UTB siempre se debe ubicar en la esquina superior derecha o centrado, debe leerse en su totalidad, en ese sentido se puede hacer uso del logo en blanco, gris o a color, según corresponda.
- Evita hacer uso de texturas en el fondo (cuadros, círculos, figuras).
- Evita hacer uso de dibujos o formas – utilizar fotos de estudiantes, docentes o espacios de la UTB. En caso que no haya una imagen que se relacione con el contenido, solicítala a la oficina de Comunicaciones.
- Guarda proporción en los textos y alineación de los mismos.
- Adapta el diseño a la pieza en que se implementará – mailing, post, story, banner.
- Incluye elementos de acuerdo al tamaño de la pieza.
- Evita hacer uso de degradados.
- Haz énfasis en la información clave (teléfonos, correos y “call to actions”)
- Evita hacer uso de diferentes colores, si además se están implementado diferentes tipografías, formas o imágenes.

Contenido: cada dependencia deberá enviar la información detallada a la oficina de Comunicaciones para su redacción o revisión de estilo.

- La comunicación debe establecer a quién va dirigido y de acuerdo a ese público se redacta el mensaje.
- Evita incluir direcciones de páginas web, el mailing se debe enlazar al sitio correspondiente.
- Incluye siempre un contacto para más información.
- De acuerdo a la pieza el contenido debe ser de mayor o menor extensión.
- Adapta el contenido al tamaño de la pieza.

Revisiones y aprobaciones: en todos los casos, todas las comunicaciones deben ser avaladas por la oficina de Comunicaciones, tanto en contenido como en diseño.

1.4. ¿En qué te podemos apoyar?

Todas tus solicitudes las puedes realizar a través del “Formato de solicitud de comunicaciones” o del correo electrónico comunicacionesutb@utb.edu.do y las atenderemos según los tiempos de respuesta establecidos en el formato.

1.4.1. Divulgación de información al público interno

- 1.4.1.1. Divulgación de información relacionada con eventos y actividades internas: la información será actualizada en la agenda digital de la página web “Agéndate con la UTB” y será divulgada en formato “newsletter” vía e-mailing a nuestro público interno.
- 1.4.1.2. Divulgación de documentos, políticas, reglamentos y archivos académicos con alcance institucional. La solicitud la debe realizar el Director del área a través de

un correo con la debida autorización para hacer dicho envío. La comunicación será enviada desde el correo institucional correspondiente a dicha área.

1.4.1.3. Divulgación de información exclusiva para empleados relacionada con bienestar y cultura organizacional:

- Cumpleaños: Gestión Humana deberá hacer llegar la información de los cumpleaños completa (incluyendo nombre, cargo y dependencia) del mes la última semana del mes inmediatamente anterior. La información se divulgará el primer día hábil de cada mes.
- Menú de la cafetería: Servicios Generales deberá hacer llegar los días jueves, antes del mediodía, el menú de la siguiente semana.
- Otros: para otro tipo de comunicaciones por favor contacta al Jefe de Comunicaciones.

1.4.2. Divulgación de información al público externo

Es responsabilidad de cada dependencia suministrar la información relevante de manera oportuna para el público externo o que sea solicitada por la jefatura de comunicaciones entendiendo esto como aporte al proceso de posicionamiento de la institución.

El contenido de la información que se desea divulgar es responsabilidad de cada dependencia, pero la Jefatura de Comunicaciones evaluará los requisitos mínimos para para su divulgación en cuanto a:

- La pertinencia de la información según el medio
- La redacción y contenido de la información
- La presentación en cuanto a los lineamientos de marca institucional
- La calidad de fotos y videos

La divulgación de información al público externo se hará a través de los diferentes medios existentes en la UTB antes mencionados.

- 1.4.2.1. Divulgación de novedades, proyectos e información relevante de tu área con impacto en el sector externo.
- 1.4.2.2. Divulgación de fotos y videos: la Jefatura de Comunicaciones solicitará los ajustes necesarios para su publicación. Una vez las fotos y/o videos cumplan con los estándares mínimos de calidad se procederá con la divulgación.
- 1.4.2.3. Actualización y gestión de contenidos en la página web: la solicitud debe incluir indicación del menú y submenú al cual pertenece el contenido, especificar el tipo de contenido (texto, fotos, videos, imágenes) y la información tal cual se desea comunicar.

Para temas de último minuto (novedades de la Universidad o de ciudad) se realizará la divulgación de forma inmediata.

1.4.3. Divulgación de eventos institucionales presenciales y virtuales

Incluye eventos propios y eventos en los que la UTB tenga participación y sean relevantes para nuestro público interno y externo. Este tipo de solicitudes deben incluir una breve descripción del evento con la fecha de realización, lugar, tema central, público objetivo e imagen del evento en caso de que se cuente con invitación prediseñada (debe contar con los lineamientos de marca institucional)

- 1.4.3.1. Programación de eventos en la página web: Para dar a conocer la fecha y lugar de tu evento se podrá hacer uso del calendario de eventos ubicado en la página web de la Universidad.
- 1.4.3.2. Divulgación de invitaciones para eventos: La divulgación se puede realizar a través de e-mailing, banner en página web (según criterio de la jefatura de comunicaciones) y/o redes sociales. La divulgación de invitaciones a eventos a través de e-mailing se hará exclusivamente a las bases de datos de egresados, profesores, empleados y estudiantes desde la oficina de Comunicaciones.
- 1.4.3.3. Diseño de Invitaciones para eventos: si ya tienes un modelo de invitación lo debes adjuntar en la solicitud y será evaluado según los lineamientos de marca institucionales.
- 1.4.3.4. Transmisión de eventos en redes sociales oficiales: las redes sociales tienen una dimensión muy amplia por el número de seguidores y el perfil de la audiencia, por este motivo solo se usarán para transmitir eventos que abordan temas de interés general, temas institucionales de público conocimiento o eventos de alto impacto en cuanto a visibilidad y posicionamiento institucional; en todos los casos la transmisión de dichos eventos debe ser avalada por la Dirección de Mercadeo y Comunicaciones.

1.4.4. Apoyo a eventos institucionales

Todas las solicitudes para apoyo a eventos deben incluir una breve descripción del evento con la fecha del mismo, lugar, número de personas esperadas, tema central, público objetivo e imagen del evento en caso de que se cuente con una invitación prediseñada (debe contar con los lineamientos de marca institucional).

Revisión y preparación de libretos: ten en cuenta que todos los libretos para eventos institucionales deben contar con el visto bueno de la Jefatura de Comunicaciones. Adjunta en la solicitud el documento con el libreto en caso de que ya este se encuentre disponible.

1.4.5. Cubrimiento periodístico de eventos institucionales

El alcance del cubrimiento se define según las características del evento en acuerdo con el solicitante y la Jefatura de Comunicaciones. Todas las solicitudes para cubrimiento de

eventos deben incluir una breve descripción del evento con la fecha del mismo, lugar, tamaño, tema central, público objetivo e imagen del evento en caso de que se cuente con invitación (debe contar con los lineamientos de marca institucional).

- 1.4.5.1. Toma de fotografía, entrevistas, invitación de prensa y boletines de prensa.
- 1.4.5.2. Cubrimiento en redes sociales oficiales UTB: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn oficial UTB junto con Facebook e Instagram oficial egresados. El cubrimiento puede incluir videos, fotografías o LIVE.

1.5. Asesoría en Comunicaciones

La Jefatura de Comunicaciones está al servicio de todas las dependencias de la Universidad para apoyar, cuando se requiera, con asesorías y acompañamiento en el manejo de las comunicaciones en proyectos, eventos o cualquier actividad especial de impacto interno y externo.

Así mismo, las dependencias podrán contactar a la Dirección de Mercadeo y Comunicaciones a través del correo electrónico edelaespriella@utb.edu.co para hacer su consulta o solicitar una cita.

2. PUBLICIDAD Y MEDIOS DIGITALES

La Jefatura de Comunicaciones cuenta con la Coordinación de Publicidad y Medios Digitales que se encarga de velar por el buen uso de la imagen de marca de la universidad en todos los procesos que incluyan promoción a través de publicidad en medio online y offline.

2.1. ¿Qué hacemos?

- 2.1.1. Gestión de planes de publicidad para Pregrado, Posgrado y Centro de Educación Permanente.
- 2.1.2. Asesoría en planes de Publicidad a las diferentes dependencias de la Universidad con impacto externo.
- 2.1.3. Elaboración de planes de publicidad digital y gestión de pauta digital.
- 2.1.4. Negociación con medios de comunicación masivos.
- 2.1.5. Negociación con empresas de publicidad exterior.
- 2.1.6. Gestión de activación de la marca UTB en eventos locales y nacionales: incluye diseño de stands comerciales y escenografías.
- 2.1.7. Gestión de material promocional marca UTB para actividades de promoción.

Para velar por el buen uso de la marca institucional en los procesos de publicidad y promoción, todas las piezas, videos y campañas deben seguir el lineamiento de uso de marca según lo explicado en este manual.

Para realizar tus solicitudes de mercadeo y publicidad por favor hacer una breve descripción del requerimiento al correo electrónico epulido@utb.edu.co. Las solicitudes se atenderán según el tipo de requerimiento.

La Coordinación de Publicidad y Medios Digitales está al servicio de todas las dependencias de la Universidad para atender inquietudes y dar solución a cuestiones que incluyan el uso de la marca de la Universidad.