



UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA  
SEDE MEDELLÍN  
FACULTAD DE MINAS



## Manual de Comunicación Estratégica y Organizacional

# CONTENIDO

|                                    | <b>Página</b> |
|------------------------------------|---------------|
| <b>1. OBJETIVO</b>                 | <b>2</b>      |
| <b>2. ALCANCE</b>                  | <b>2</b>      |
| <b>3. DEFINICIONES</b>             | <b>3</b>      |
| <b>4. DESARROLLO DEL CONTENIDO</b> | <b>3</b>      |

---

## **Manual de Comunicación Estratégica y Organizacional - CEOFM - Facultad de Minas - Universidad Nacional de Colombia Sede Medellín.**

• Hacia un Programa de Comunicación –

### **Introducción al Manual**

1. El Manual de ceofm, es una guía para la realización, solicitud y alcances de actividades misionales y propias de la vida universitaria de la Facultad de Minas, Universidad Nacional de Colombia que define, delimita y clarifica las actividades consideradas como propias de comunicación institucional.
2. Las definiciones y consideraciones del Manual de ceofm sirven de orientación en actividades de Comunicación que son referencia para los públicos internos de la Facultad de Minas, de la Universidad Nacional de Colombia y medios externos.

### **1. Objetivos**

3. La revolución de la información que presenta la sociedad del conocimiento, producto de la innovación en tecnologías y la de redes sociales, ha hecho que el tema de las comunicaciones que es considerado como elemento cohesionador de las relaciones humanas, ahora se convierta en un recurso estratégico para la Universidad y en especial para la Facultad de Minas como estratégica y organizacional.
4. Para lograr orientación en la prestación de los servicios de la Facultad de Minas y agilizar las soluciones externas e internas que se plantean, se presenta un sistema de comunicación estratégica que llegue a los miembros de la comunidad académica a través de una información concreta, fluida, efectiva y directa.
5. El manual que se plantea, ha de facilitar la gestión adecuada de la comunicación y su inserción en la planeación estratégica de cada una de las áreas misionales y de apoyo de la Institución.

### **2. Alcances**

A continuación, se establecen las políticas que direccionan la comunicación en la Facultad de Minas, a saber:

6. Comunicación empática: garantizar que la información llegue con sentido institucional a cada uno de los grupos interesados como estudiantes, profesores, empleados, administrativos, jubilados y egresados.
7. Apoyo clima organizacional: fortalecimiento de procesos de convivencia laboral y de dinámicas organizacionales.

8. Divulgación científica e institucional: mantener el apoyo en los procesos de divulgación de eventos académicos, productos de investigación, proyectos de extensión y de investigación e información relacionada con el proceso formativo de la comunidad académica.

9. Comunicación entre la Facultad de Minas y sus egresados: elaboración de estrategias de contacto y planeación de programas enfocados al fortalecimiento de las relaciones estrechas entre la Facultad de Minas y sus egresados.

10. La Oficina de comunicación estratégica y organizacional –CEOFM- es una dependencia a nivel de Facultad, cuyo objeto articulador es el liderazgo en la gestión de las relaciones públicas internas, acciones conducentes al equilibrio del clima organizacional y articulación comunicativa con medios externos a la Facultad; todo lo anterior en el marco de la visibilidad de la imagen institucional con responsabilidad.

### 3. Definiciones

**Ceofm:** comunicación estratégica y organizacional de la Facultad de Minas.

**Iconostasia:** relativo al icono, y a la imagen en general; representación gráfica de una marca.

**Custodia de la imagen:** velar por el buen uso de los elementos gráficos (logotipos y logo símbolos) en las piezas comunicativas producidas por la Facultad de Minas, o por terceros para eventos de la Facultad.

**Protocolo:** conjunto de normas y disposiciones legales vigentes que, junto a los usos, costumbres y tradiciones, rige la celebración de los actos oficiales y de carácter privado.

**Comunicación Organizacional:** proceso mediante el cual la institución habla con sus públicos internos y externos, con el que se busca una imagen positiva y un clima organizacional favorable que facilite los canales de comunicación.

### 4 Servicios y Productos

11. La oficina CEOFM está en capacidad de prestar los siguientes servicios:

1. Creación y administración de los Medios Web de la Facultad de Minas
2. Periodismo Web
3. Comunicación Organizacional
4. Asesoría en divulgación de proyectos académicos
5. Diseño y envío de Correos Masivos.
6. Diseño de Piezas Gráficas
7. Custodia y visibilidad institucional con responsabilidad.
8. Protocolo eventos institucionales aprobados por departamentos y/o dirección de Facultad.
9. Asesoría y consultoría en procesos de comunicación interna y/o externa de la Facultad de Minas.

#### 4.1 Creación y administración de los Medios Web de la Facultad de Minas

12. La oficina CEOFM es la unidad encargada de la administración y sostenimiento de la página web de la Facultad de Minas. Cuando la institución requiere de rediseños de página o cuando se hace necesario replantear ese medio de comunicación digital, la unidad se encarga de administrar este proceso. La unidad no diseña, ni produce servicios de diseño web a otras dependencias o terceros, siempre y cuando estas no paguen un excedente.

13. La información que se quiera publicar en el portal de la Facultad debe ser entregada a la oficina CEOFM con tres días de antelación a la fecha de publicación deseada, puesto que el montaje de la misma requiere de tiempo y aprobación. La información debe ser respaldada por un miembro del cuerpo docente de la Facultad, y el lugar específico en dónde se publicará lo elige la unidad o el equipo de CEOFM.

14. La oficina CEOFM produce contenidos para el sostenimiento de la página web de la Facultad de Minas, sin embargo las dependencias deben velar por su información e informar oportunamente los cambios que se produzcan y actualizaciones de contenido que se requieran.

## 4.2 Periodismo Web

15. La oficina CEOFM produce noticias sobre proyectos de impacto, eventos académicos especiales a nivel nacional e internacional, menciones especiales o premios en actividades externas a la Universidad, siempre y cuando se le informe formalmente a la unidad, dado que el equipo no está autorizado para publicar noticias sobre rumores o contenidos que no cuente con una voz oficial que respalde la información. La Oficina CEOFM considerará qué es estratégico publicar y de qué forma.

16. Toda la información acerca de actividades académicas, culturales, deportivas de estudiantes y profesores, así como noticias de la Facultad, debe ser entregada a la oficina CEOFM, y allí se unificará la información. Para este proceso existe un formato.

## 4.3 Comunicación Organizacional

17. Para garantizar el logro de los propósitos misionales y la transparencia de la administración, construir confianza en todos sus usuarios, y fortalecer la comunicación en la Facultad de Minas con un carácter estratégico, la unidad estará orientada al fortalecimiento de la identidad institucional y de la disposición organizacional para la apertura, la interlocución y la visibilidad de la Facultad. La oficina CEOFM diseñará estrategias para garantizar el buen clima organizacional de la institución y desarrollará campañas de comunicación.

18. La oficina CEOFM debe contribuir a crear condiciones para: la participación de la comunidad universitaria en la realización de la gestión en sus respectivas áreas y para el desarrollo de los objetivos misionales de la Universidad Nacional de Colombia.

## 4.4 Asesoría en divulgación de proyectos académicos

19. La oficina CEOFM participa en la asesoría de eventos y proyectos académicos coordinados por docentes de la Facultad de Minas.

20. En caso de proponer una actividad, esta se debe presentar a la oficina de Comunicación ceofm adscrita a la Facultad de Minas, siguiendo el siguiente proceso:

20.1 La propuesta debe incluir: actividades, fecha, hora y lugar de realización, plan de divulgación y promoción, responsables, presupuesto, plan de patrocinios y profesor encargado (que respalde la actividad).

20.2. La logística de las actividades y reserva de espacios físicos están a cargo del docente, la Oficina participa en calidad de apoyo y asesoría.

20.3 Se debe diligenciar, además, el formato de formalización de eventos académicos, con el fin de verificar el registro del proyecto ante la Vicedecanatura de Investigación y Extensión de la Facultad de Minas, de lo contrario la Oficina no podrá realizar la divulgación del evento.

## 4.5 Correos masivos

21. Todo correo electrónico que se quiera enviar de forma masiva a la comunidad de la Facultad de Minas, debe contar con el respaldo de un miembro del cuerpo docente de la Facultad, y será enviado desde la oficina CEOFM. Los correos masivos se envían a través de un proceso que pasa por el Centro de Cómputo de la Universidad Nacional de Colombia, por lo que se debe enviar la información con 48 horas de anterioridad y diligenciando un formato para este proceso.

## 4.6 Diseño de piezas gráficas

22. La Unidad apoyará la elaboración de piezas gráficas (afiches, volantes, plegables, pendones, etc.) y souvenirs institucionales, siempre y cuando sea una solicitud formal hecha por un miembro de la Facultad de Minas y esta se haga con un tiempo estipulado, el cual se explicará a continuación.

23. Debe tenerse en cuenta para la producción:

1. Política de austeridad.

2. Manual de Imagen Institucional de la Universidad.

3. El diseño debe ser aprobado por la oficina CEOFM antes de su producción.

#### 24. Respecto a la información publicada en las piezas:

1. Los sitios web anunciados, los números de teléfono y correos electrónicos deben estar activos.
2. Si se trata de la promoción de un evento, se debe revisar que la fecha, hora y lugar sean correctos.
3. Toda pieza debe incluir el logo de la Universidad y el nombre de la Facultad en las fuentes y colores definidos en el Manual de Imagen Institucional.

#### 25. Condiciones y requerimientos

1. Ninguna pieza debe diseñarse sin una constancia u orden de diseño explícita, física o por e-mail.
2. Imágenes tomadas sin permiso de bancos o de otros medios son solo para realizar bocetos y se debe advertir al cliente que no se poseen derechos sobre éstas.
3. Todas las piezas se entregan en arte final individual digitalizado para producción + copia AI, PDF y JPEG, si se necesita otro formato este debe ser solicitado con anterioridad.
4. En caso de prestar el servicio de rediseño y adaptación de piezas no elaboradas por CEOFM, estas deben ser entregadas en el formato AI o PDF en alta.
5. Los textos o datos que sean parte una pieza deben ser entregados por el cliente, la redacción y ortografía será responsabilidad de éste. Y estos deben estar digitalizados en archivos de texto, no se admitirán archivos de imágenes para contenido.
6. En el caso de necesitarse imágenes institucionales y corporativas ajenas a la universidad, como logo, símbolos, isotipos etc., estos deberán ser suministrados en vectores en formatos CDR, PDF, AI.
7. Todo cliente tiene derecho a máximo dos correcciones por pieza gráfica.
8. No se utilizarán imágenes tomadas sin la autorización de su autor, el cliente debe comprar éstas o mandarlas a realizar.
9. Las imágenes deberán tener una resolución mínima de 300 dpi para piezas impresas y de 75 dpi para piezas digitales para internet y correos masivos.
10. Ninguna pieza podrá ser entregada antes de la fecha convenida, a menos que tenga una autorización directa del Decano de la Facultad de Minas.
11. En caso de que el cliente tenga algún tipo de requerimiento específico, este deberá hacer las especificaciones correspondientes, en cuanto al tamaño de la pieza, troqueles o tintas especiales.

#### 12. Especificaciones de tiempo en la solicitud de piezas gráficas:

- **GRAN FORMATO:** Son las que solicitan cuando son eventos de gran magnitud como congresos, simposios, ferias etc. En las que siempre se requiere el diseño de todo el material publicitario lo que comprende (Afiches, pasacalles, agendas, carpetas, escarapelas, brochure, volantes, afiche web, banner, pendones, plegables, hoja membrete, cartillas, logo y souvenirs)

Solicitud de la pieza: el usuario realizar la solicitud con 1 mes de anterioridad a la fecha en que requieren las piezas, NO al evento.

Tiempo de entrega: 30 días hábiles una vez realizada la solicitud.

Cantidad que se puede atender: una solicitud de gran formato por mes.

- **MEDIANO FORMATO:** Son las que solicitan una cada vez para diferentes fines o eventos. Estas comprenden: Afiches, plegables, volantes, pendones, brochures, agendas, cartillas.

Solicitud de la pieza: el usuario realizar la solicitud con 15 días de anticipación a la fecha en que requiere las piezas, NO al evento.

Tiempo de entrega: 15 días hábiles una vez realizada la solicitud.

Cantidad que se puede atender: 3 piezas por semana.

- **PEQUEÑO FORMATO:** Son las piezas que se solicitan por separado cada una y que su diseño no requiere de tanta inversión de tiempo. Estas son: logos, tarjetas, banners, plantillas, hoja membrete, escarapela, carpeta, invitaciones.

Solicitud de la pieza: el usuario realizar la solicitud con 15 días de anticipación a la fecha en que requiere las piezas, NO al evento.

Tiempo de entrega: 10 días hábiles una vez realizada la solicitud.

Cantidad que se puede atender: 8 piezas por semana.

## 4.7 Custodia y visibilidad institucional con responsabilidad.

26. Toda pieza comunicativa que implique responsabilidad institucional de custodia de la imagen o de marca legal para la Facultad de Minas Universidad Nacional de Colombia, debe ser aprobado por ceofm conexo con los criterios consagrados en el Manual de Imagen Institucional de la Universidad Nacional de Colombia (UNIMEDIOS, 2009)

## 4.8 Protocolo y eventos institucionales.

27. La oficina ceofm, está consolidada para apoyar eventos misionales aprobados por direcciones de departamentos, Centro de Desarrollo & Innovación, Instituto de Investigación en Ingeniería y/o nivel directivo de Facultad. De esta manera se orienta cada certamen a la luz del Manual de Protocolo y Ceremonial de la Universidad Nacional de Colombia (UNIMEDIOS, 2011) y Resolución 001008 de 2003 de la Rectoría “Por la cual se formalizan los símbolos de identidad visual de la Universidad y se definen las aplicaciones generales para su uso”.

28. La presentación de eventos académicos u otro tipo de actos que se relacionen con la Facultad se realizará, siempre y cuando, se trate de momentos protocolarios, es decir, actos de inauguración o clausura de los certámenes o eventos oficiales solicitados por el cuerpo directivo de la Facultad. La Oficina de comunicaciones no presta servicios en los roles de: moderadores, animadores, exponentes, etc.

4.9 Asesoría y consultoría en procesos de comunicación interna y/o externa de la Facultad de Minas.

28. La Facultad de Minas hoy, dada a su complejidad y compromiso misional ofrece por mediación de ceofm, asesoría y/o consultoría en departamentos, centros, unidades, institutos, direcciones y áreas que requieran apoyo para optimizar su servicio orientado a la calidad en el servicio de toda la comunidad universitaria.

29. Las siguientes solicitudes no deben hacerse a través de la oficina ceofm.

1. Solicitud de micrófonos e instalaciones especiales de audio y video.
2. Solicitud de mesas, biombos, flores, para adecuación de espacios.
3. Solicitud de refrigerios.
4. Instalación de tarimas, conciertos o invitados para actividades al aire libre.
5. Productos audiovisuales y videos.
6. Préstamo de equipos.
7. Moderación de eventos académicos.

30. Cláusulas:

**1. Informar a la oficina ceofm sobre eventos que se sean realizados por fuera de la Universidad Nacional de Colombia.**

**2. Las solicitudes se deben hacer con siete (7) días hábiles de anterioridad, con el fin de garantizar los criterios de calidad adecuados y buen servicio a toda la comunidad universitaria.**