

El quinto eje del plan de acción 2018-2020 de la Decanatura es **Facultad Conectada** y parte importante de este punto es contar con **una comunidad más y mejor informada.** Es así como decidimos priorizar la organización de la oficina de comunicaciones de tal forma, que marcará la diferencia a partir de la construcción de **una matriz que permitiera identificar públicos, formas de comunicación, contenidos** y a partir de esto plantear acciones que permitan mejorar y fortalecer la comunicación interna y externa de la Facultad.

Igualmente, hemos replanteado nuestra relación con **UNIMEDIOS** para establecer estrategias articuladas de divulgación del conocimiento y relacionamiento externo.

La **oficina de Comunicaciones** inició un trabajo de acompañamiento y asesoría a la Decanatura y demás dependencias del grupo primario. **Amplió su cobertura** atendiendo y acompañando a Departamentos y Áreas Curriculares, semilleros y grupos de investigación, y grupos estudiantiles, **trabajando desde la comunicación el principio de inclusión.**

PRINCIPALES SERVICIOS

- **Asesoran en la implementación de estrategias** de comunicación, organización de eventos, manejo de redes, producción audiovisual, entre otros.
- **Divulgan información** originada por todas las dependencias de la Facultad, así como por semilleros, grupos de investigación y capítulos estudiantiles. **Igualmente apoyan información de interés** para nuestros públicos, proveniente de otras dependencias de la Universidad.

- **Apoyan la planeación y organización** de eventos: protocolo, guion, divulgación previa y cubrimiento periodístico.
- **Diseñan avisos, afiches y piezas comunicativas.**
- **Ajustan diseños y gestionan avales** de uso de imagen institucional ante Unimedios.
- **Realizan capacitaciones** sobre diferentes aspectos de la comunicación.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- Página web
- Boletín Somos Minas
- Boletín Desde la Decanatura.
- Redes sociales: Instagram, Facebook, twitter, linkedin, youtube.
- Listados de difusión en whatsapp
- Correo masivo
- Conexión con Medios de la Universidad
- Medios de Comunicación.

LOGROS PRINCIPALES 2019 - 2020

MATRIZ DE COMUNICACIONES

Herramienta que **describe públicos, formas de comunicación y acciones a implementar.** Está pendiente la socialización. Incluyó múltiples entrevistas con líderes de todas las dependencias y equipos de trabajo. Se realizaron **14 reuniones de un promedio de 2 horas cada una.**

Avance en la **centralización de actividades de comunicación** en una sola oficina favoreciendo una comunicación alineada y uniforme, ya que había acciones que se llevaban a cabo de manera aislada como **actualizaciones de la página web, diseños y eventos.**

ACTUALIZACIÓN DE LA PÁGINA WEB

Se realizó **revisión y actualización intensiva** de la página web. Se crearon micrositios para **Bienestar Universitario, Estrategia Campus Sostenible, CDI, IEL y Comunicaciones.** Se actualizó micrositio de **prácticas estudiantiles.** Se estructurará un micrositio que reúna todas las dependencias de la **Vicedecanatura Académica** y se reestructurará micrositios de los departamentos.

CAPACITACIÓN

Teniendo en cuenta el volumen de solicitudes para diseño, organización de eventos, entre otros, se **implementaron talleres de capacitación para sensibilizar a la comunidad universitaria** frente a la importancia de la comunicación, el uso adecuado de la imagen institucional y herramientas para una mejor organización de los eventos.

ORGANIZACIÓN AGENDA DE EVENTOS

Se ha **consolidado la información de eventos** organizados por toda la comunidad académica, de manera que se publican agendas semanales y mensuales.



La estrategia de agenda de eventos semanal **permitió desde el 2019 tener una mejor organización de los tiempos** y apoyos que la oficina debía prestar a las áreas; **facilitó la visualización integral** de las actividades que se realizan en la facultad; **permitió la identificación** de la totalidad de eventos y **fortaleció la divulgación** de toda la oferta de actividades académicas de la facultad. En general, mejoró el nivel de información que tenían los públicos sobre el acontecer diario de la Facultad.



- Se elaboraron **instructivos dirigidos a la comunidad universitaria** para la organización de eventos, participación en ferias y solicitud de diseños.
- Se diseñaron **plantillas disponibles en el micrositio de comunicaciones** para que la comunidad universitaria pueda realizar avisos de sus eventos cumpliendo con la imagen institucional.

CONSOLIDACIÓN Y REFUERZO DE LA ESTRATEGIA DIGITAL EN REDES SOCIALES

- Creación de cuentas en Instagram y linkedin.
- Aumento de la frecuencia de publicación en Facebook y twitter.
- Refuerzo del Canal de Youtube.



- Creación de **listados de difusión en whatsapp**, segmentados por estudiantes de pre y posgrado, egresados, docentes, personal administrativo y periodistas.

1.100 contactos

- En 2020: Elaboración de **11 ediciones del Boletín Desde la Decanatura**, para la divulgación de la gestión realizada por el equipo directivo de la Facultad. Ver repositorio de boletines en: <https://minas.medellin.unal.edu.co/boletin-desde-la-decanatura>

LOGROS PRINCIPALES 2019 - 2020

PIEZAS GRÁFICAS

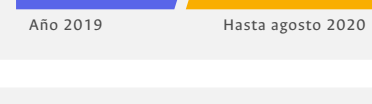


PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL



CORREOS MASIVOS

Hubo una **disminución de correos masivos**. Este indicador es **positivo**, teniendo en cuenta que la información se está difundiendo por medios diferentes y contribuye a que los usuarios reciban menos correos diarios.



BOLETÍN SOMOS MINAS

- Se realizó **definición de parámetros** de publicación y se normalizó circulación semanal los días viernes.
- Con su publicación periódica, **se ha logrado reducción de correos masivos y fortalecimiento de un medio** para información específica de la Facultad de Minas. Este boletín se utiliza como evidencia de actividades realizadas por las áreas para procesos como la **acreditación de programas.**
- Se realizó la **creación de un repositorio** con las ediciones del boletín desde el mes de agosto de 2019, permitiendo la revisión de las ediciones anteriores no leídas. Ver repositorio boletín Somos Minas en: <https://minas.medellin.unal.edu.co/comunicaciones/boletin-somosminas>
- Se ha trabajado en el **posicionamiento del boletín** a través del envío de titulares por whatsapp.



- **Fortalecimiento en la elaboración de artículos periodísticos** para el boletín y para la sección de noticias en la página web.



OTROS LOGROS

- Planeación y puesta en marcha **estrategia de elementos promocionales para posicionamiento de imagen** entre los diferentes públicos: estudiantes, egresados, docentes, personal administrativo y visitas destacadas.
- Campaña interna de mejoramiento en el área financiera "**Con Lupa en mano**". **AUMENTO DE EFECTIVIDAD DEL 17%.**
- Realización de **actividades para el mejoramiento del clima organizacional** dirigido al personal administrativo y docentes: **Correos de la felicidad** para todas las dependencias y actividad motivadora para celebración de **Halloween.**

CAMBIOS SIGNIFICATIVOS EN LAS COMUNICACIONES

- Las diferentes acciones desarrolladas por la Oficina de Comunicaciones, **han permitido fortalecer la visibilización del quehacer de las dependencias** tanto al interior de la Facultad, antes las demás dependencias de la sede y a nivel nacional.



Conozca las noticias de las Facultad en los medios en: <https://minas.medellin.unal.edu.co/noticias-en-los-medios>



- **Inmersión en la comunicación estratégica y participación directa** en la planeación y ejecución de actividades de la Facultad.
- **Levantamiento de instructivos** que facilitan la labor de la oficina como el instructivo para organización de eventos, participación en ferias y solicitud de diseños.
- **Capacitación de públicos** en la organización de eventos y uso de la imagen institucional.
- **Definición de indicadores de gestión** para mostrar la efectividad de la oficina.
- **Asesoría y acompañamiento a las dependencias** que hacen parte del grupo primario, logrando articulación de procesos y comunicación asertiva con las dependencias.
- **Posicionamiento como eslabón** importante en el funcionamiento de las diferentes áreas de la facultad.
- Se desarrollaron **actividades para el mejoramiento del clima organizacional.**
- **Realización por primera vez de una campaña** para el mejoramiento de indicadores de un área de trabajo (Unidad de Gestión Administrativa).
- **Ampliación de servicios y calidad** de comunicación que ofrece la oficina.
- **Aumento en el número de clientes** atendidos por la oficina.
- **Mayor conocimiento y control de las actividades** realizadas por los diferentes públicos y fortalecimiento de su divulgación.
- **Definición de una línea gráfica** acorde a los lineamientos de la Universidad.
- Se identifica un **aumento del envío de solicitudes de apoyo** para divulgación y para diseño de piezas.
- **acompañamiento mayores solicitudes de correctivo** para el correcto uso de la imagen institucional.
- Se identifica **mayor interés** de docentes, personal administrativo y estudiantes en comunicar y aprender sobre cómo hacerlo.
- **Mayor cumplimiento de los parámetros** de uso adecuado de la imagen institucional.
- **Mejor navegabilidad** de la página web.
- Los boletines **pueden ser consultados en repositorios** creados en la página web.

MICROSITIO DE COMUNICACIONES

Encuentra en el micrositio de comunicaciones: <https://minas.medellin.unal.edu.co/comunicaciones>

- Instructivos para la solicitud de diseños.
- Plantillas de diseño para eventos en power point.
- Plantillas institucionales de la Universidad Nacional para presentaciones audiovisuales.
- Parámetros para la organización de eventos presenciales y participación en eventos externos y en ferias.
- Repositorio del Boletín Somos Minas.
- Tips de imagen institucional.

Inscríbese en el **listado de difusión de la Facultad**, informando su nombre y a qué población pertenece: estudiante pregrado, posgrados, egresado, docente o personal administrativo. **Whatsapp: 319 418 82 62.**