



MANUAL DE COMUNICACIÓN PÚBLICA



INTRODUCCIÓN

El Manual de Comunicaciones, de la Institución Universitaria del Caribe de Ciénaga–Magdalena”, les permitirá a los funcionarios y usuarios conocer los lineamientos establecidos por la institución, en lo atinente a las comunicaciones internas y externas.

Es importante consultarlo para conocer cuáles son los canales de difusión en la IES y cómo operan: la página web y las redes sociales; así como los procedimientos que se deben seguir para elaborar diferentes piezas de comunicación como comunicados de prensa, boletines virtuales, videos, cuñas radiales, audios, y documentales, entre otros.

La directiva de la institución, conocedoras de la trascendencia de implementar estrategias de comunicación en proyectos de crecimiento institucional ha priorizado el diseño de procesos más eficaces para relacionarse con los demás y ejecutar políticas de información internas y externas en la búsqueda de una transformación democrática global de su dinámica informativa en donde exista un equilibrio entre lo que se va a comunicar, como, cuando y para qué hacerlo. La comunicación y la participación activa de los actores institucionales son inseparables y de esa relación depende en gran medida el actuar organizadamente y el éxito de nuestras actividades teniendo en cuenta que además de transmitir la información necesaria para llevar a cabo los proyectos una buena comunicación contribuye al fortalecimiento de identidad de la IES.

Política de Comunicación e Información

Los Directivos de la Institución Universitaria del Caribe, se comprometen a establecer lineamientos de comunicación e información efectivas de producción, análisis, divulgación y circulación de la información, que permitan establecer un contacto permanente y correlativo con sus grupos de interés, se adoptarán mecanismos para que la información llegue a sus grupos de interés de manera integral, oportuna, actualizada, clara, veraz y confiable, para lo cual se adoptarán los mecanismos de información a los cuales haya acceso, de acuerdo con las condiciones de la comunidad a la que va dirigida. Las dependencias de Unicaribe, garantizarán la recolección oportuna y técnica, la transcripción, el análisis, la divulgación y el mantenimiento de los datos necesarios para la transparente, eficiente, eficaz y efectiva operación de los sistemas de información de la gestión académica y administrativa, de conformidad con los lineamientos determinados por la dirección. Asumirán la comunicación y la información como bienes públicos.

Alcances

El presente manual debe aplicar en todas las situaciones (entrevistas, cartas, planes, programas, proyectos, presentaciones, comunicados de prensa, materiales promocionales, entre otros); la institución comunicará hechos cumplidos a partir de su propósito; los responsables de los procesos deben dar a conocer los resultados de los planes, programas y sus avances.

La comunicación: Eje del fortalecimiento de la Imagen Corporativa

La imagen institucional y la proyección de la Institución hacia el desarrollo, obras y planes futuros percibida por los públicos internos y externos, es el resultado de la organización de un departamento de comunicaciones que permite el contacto directo con todos sus públicos a través de los medios de comunicación y del desempeño de sus estudiantes, profesores, funcionarios y egresados; por lo anterior el Proceso de Comunicación Institucional está encaminado al fortalecimiento de la imagen corporativa, utilizando estrategias de comunicación interna y externa, para garantizar y facilitar la masificación de los procesos institucionales, aplicando procedimientos que ayuden en la toma de decisiones, elaborando planes, programas e informes, es decir haciendo de la comunicación una herramienta clave para lograr los objetivos y metas institucionales.

El proceso de globalización e internacionalización de las instituciones ha determinado innumerables cambios en la cultura de las organizaciones, por lo tanto, para ser competitivas y sobrevivir se requiere ser excelentes, para lo cual en la institución se ha implementado acciones e implementado políticas que conllevan al fortalecimiento de las comunicaciones

La eficiencia, eficacia y calidad institucional demanda el excelente desempeño de cada uno de los estamentos de nuestra institución, razón por la cual se hace obligatoria la aplicación de un gran porcentaje de profesionalismo y sentido de pertenencia para mantener la buena imagen de Unicaribe. La imagen institucional externa se verá reforzada por la búsqueda y desarrollo de nuevos espacios a través del aprovechamiento de medios de gran impacto tecnológico.

Comunicación e Imagen Institucional factores que se entrelazan para generar cambios en UNICARIBE

La solidez de una organización se refleja en la imagen que esta proyecta hacia el exterior, es decir los logros externos se constituyen de algún modo en la respuesta de lo que ocurre dentro de cualquier empresa.

Posibilitar un clima organizacional armónico, requiere de una adecuada gestión comunicativa para lograr optimizar los procesos administrativos, fortalecer el sentido de pertenencia y potencializar el efecto de las estrategias de mercadeo, en aras de focalizar hacia donde es más seguro hacer llegar nuestros productos o servicios.

La imagen de instituciones educativas como Unicaribe está ligada a los procesos de comunicación que se ejecutan al interior de ellas, con los cuales también se enriquece la actividad docente e investigativa y se diseñan estrategias asertivas de participación en la que los miembros de cada estamento direccionan sus esfuerzos al posicionamiento y fortalecimiento de la imagen institucional.

Información y Comunicación

La Institución Universitaria del Caribe, tiene como principio que las dependencias deben garantizar la recolección oportuna y técnica, la transcripción, el análisis, la divulgación y el mantenimiento de los datos necesarios para una transparente, eficiente, eficaz y efectiva operación de los sistemas de información de los procesos estratégicos, misionales, de apoyo y evaluativos, propendiendo por el cumplimiento de los lineamientos establecidos desde la alta dirección. Así mismo se compromete a que todas sus políticas, decisiones y actuaciones se ejecuten con altos niveles de transparencia de acuerdo a la Constitución y la Ley, para lo cual, deberá presentar información clara, precisa, completa, consistentes y oportunos, en concordancia con las directrices establecidas por el Ministerio de Educación Nacional, Consejo Nacional de Acreditación, el Departamento Administrativo

de la Función Pública y demás autoridades en el contexto de sus procesos misionales y de apoyo, presentara información financiera de conformidad con el Plan General de Contabilidad Pública definido por la Contaduría General de la Nación, cumplirá con el proceso de Auditoría Interna, el Plan y el programa de Auditoria eficiente y eficaz, aprobado por el Comité de Coordinación de Control Interno, el informe o los informes se enviaran al Rector, la información estará disponible y de fácil acceso para los clientes y partes interesadas; así mismo cumplirá con el deber ético y moral de rendir cuentas a la ciudadanía como un proceso permanente en la gestión en sus etapas de información, dialogo con la ciudadanía e incentivos, actuará con fundamento en los principios de la función administrativa al servicio del Estado.

Comunicaciones Internas

Los flujos internos de comunicación serán abiertos, cordiales y de doble vía, promoviendo la información general, unas relaciones laborales armónicas y un fuerte sentido de pertenencia por la organización; por lo tanto el proceso de comunicación interna en la Institución es la que se realiza entre los públicos internos, mediante la circulación de contenidos en sus canales de comunicación si aplica: Pagina web, grupos de WhatsApp y correo electrónico, tiene bajo su responsabilidad los flujos de información (ascendente, descendente, formal, informal entre otros) teniendo como propósito final el logro de procesos comunicacionales abiertos y precisos entre los funcionarios, profesores y estudiantes para generar un mayor compromiso con el cumplimiento de las políticas y objetivos trazados a corto, mediano y largo plazo; los medios internos de comunicación serán planeados con una visión global, con énfasis en los medios electrónicos para el mejoramiento de los procesos universitarios sin perder los espacios de contacto interpersonal. Es así como la comunicación institucional hacia los funcionarios fluirá oportunamente para que el personal sea participe de las decisiones y orientaciones de los estamentos públicos y privados que hacen parte del entorno.

La capacitación en habilidades, procesos y técnicas de comunicación a los distintos grupos de funcionarios será actividad primordial generadora de procesos exitosos de comunicación interna y externa que coadyuven a un mejoramiento del servicio al cliente. El proceso de comunicación está bajo la responsabilidad del Líder de procesos Comunicación Institucional y de TI.

Unicaribe quiere que sus públicos internos lo vean como una institución que produce los recursos humanos y tecnológicos para la formación de las personas; así mismo como una institución de calidad en la que se crean y propician espacios de encuentro e interacción permanente en los que se apoya el desarrollo humano en todas sus dimensiones.

Comunicaciones Externas

La comunicación externa se establece como el conjunto de estrategias implementadas con el fin de construir una opinión pública favorable en la sociedad contribuyendo a la generación de credibilidad y confianza en nuestros públicos externos, es así como la relación con los medios de comunicación local, regional y nacional, a través del departamento de comunicaciones, será cercana, continua, oportuna y planificada, propiciando la interacción permanente de nuestros académicos con los medios, de forma que la institución se constituya en un referente para el análisis académico, político, tecnológico, social y cultural del desarrollo de nuestra región y país. En la Institución la comunicación externa tiene la finalidad, de fortalecer con el apoyo de las diferentes instancias la imagen del Alma Mater a nivel municipal, regional y nacional para buscar el reconocimiento por su labor en el campo educativo.

La relación con los medios de comunicación local, regional y nacional, a través del departamento de comunicaciones, será cercana, continua, oportuna y planificada, propiciando la interacción permanente de nuestros académicos con los medios, de forma que la institución se constituya en un referente para el análisis académico, político, tecnológico, social y cultural del desarrollo de nuestra región y el país.

La presencia del INFOTEP será verificada y reportada en los diferentes medios con el fin de conocer el impacto y posicionamiento de la institución en los diferentes públicos.

Se aplicarán permanentemente diagnósticos y evaluaciones a las estrategias implementadas para conocer los factores clave con los que UNICARIBE le interesa ser identificado entre sus públicos. Así mismo el Comité de Control de Comunicaciones monitoreara el estado actual de nuestras comunicaciones internas y externas, con el fin de asesorar en la toma de decisiones en esta área.

Nuestros Públicos	Público Interno	Pregrado
	Profesores	Catedráticos Medio tiempo Tiempo completo
	Funcionarios	Administrativos Operativos Temporales Practicantes Colaboradores directo e indirectos
	Público Externo	Empresas Nacionales, regionales, locales, ONGS, Cámaras de comercio, donantes
	Universidades.	Locales, regionales, nacionales, internacionales
	Gobierno.	Locales, autoridades civiles, eclesiásticas y militares. Regionales, gobernaciones, alcaldías, secretarías Nacionales. Ministerios, Sena , Icetex , Presidencia, Embajadas , Colciencias.
	Medios Comunicación de	Locales, regionales, Nacionales, Internacionales, egresados, colegios, etc.
	Otros públicos	Proveedores Comunidad local Comerciantes Familia de los empleados

Como nos Comunicamos

Cumpliendo con los principios establecido en la Ley 1712 del 2014 poner a disposición de las personas interesadas la información generada, utilizando medios físicos, remotos o locales de comunicación electrónica, con la finalidad de que estas puedan obtener información, de manera directa o mediante impresión; es así como la institución ha establecido los siguientes medios con el propósito de informar sobre las actividades que realiza la institución a nivel interno y externo en aras de mantener buenas relaciones con sus públicos.

Medios Electrónicos

El Rector y las directivas de la Institución Universitaria del Caribe se compromete con la disposición de infraestructura tecnológica para la prestación de servicios por medios electrónicos, a establecer un sistema de seguridad de la información tanto para los procesos misionales como los de apoyo, a cumplir con las estrategias de Gobierno en línea que lidera el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Los medios electrónicos utilizados en la institución son:



Portal Institucional:

Este medio proporciona a los públicos internos y externos de UNICARIBE los servicios informáticos institucionales, como correo electrónico, página Web y aula virtual, además de comunicar permanentemente sobre las actividades planes, programas y personajes que hacen parte de la vida universitaria.



Comunicados Electrónicos:

Espacio en que se comunican las noticias y actividades que se destacan en la Alma Mater, así como los eventos de interés institucional.



Correo Electrónico Institucional:

Medio ágil y masivo con que cuenta la institución para la difusión de interés general de la comunidad.



Grupos de WhatsApp:

Herramienta digital utilizada por el proceso de Comunicación para interactuar con estamentos y actores institucionales.

Medios Impresos

A continuación, relacionamos los medios impresos a través de los cuales se mantiene informada a la comunidad en general



Es la publicación que utiliza Unicaribe para dar a conocer las actividades, los eventos y acontecimientos más importantes en la institución.



Estas se utilizan por parte de las unidades académicas, direcciones de programas y dependencias universitarias para informar a su público noticias de interés académico, cultural, social y administrativo.



Es el medio informativo que tiene la institución para publicar de forma masiva sus eventos de mayor trascendencia a nivel interno y externo.

Otros Medios

A continuación, relacionamos los medios impresos a través de los cuales se mantiene informada a la comunidad en general



Comunicación cara a cara: A través de esta estrategia se busca que se consolide la comunicación interna utilizando una dinámica de interacción entre cada uno de los miembros de la universidad.



Eventos: Los certámenes y acontecimientos son ideales para ponernos en contacto con los diferentes públicos, a través de ellos damos a conocer nuestra institución y su quehacer diario.



Teléfono: Este medio se ha constituido en elemento de trabajo diario de mayor utilización en Unicaribe, teniendo en cuenta que nos permite dar y recibir instrucciones, concretar citas, coordinar acciones, vender y promocionar ideas, direccionar actividades, masificar servicios de la institución y en general se constituye en el contacto cotidiano con miembros de la comunidad universitaria y con públicos fuera de ella.

Departamento de Comunicaciones

El Departamento de Comunicaciones de Unicaribe tiene el propósito de velar por la buena imagen de la institución ante el público externo e interno haciendo uso de todos los medios de comunicación y propiciando para tal fin las buenas relaciones con el público externo, así como una buena y excelente fluidez en la comunicación interna. En ese orden se llevan a cabo las siguientes actividades:

- Brindar asesoría para el mercadeo, promoción y publicidad de programas y cursos, a través de un plan de medios y material promocional que se adelante en la institución.
- Asesorar para la organización de eventos exitosos; el departamento orienta a las diferentes dependencias académicas en cuanto a la logística, promoción de actividades, y el desarrollo del evento.
- Orientar en la estructuración y ejecución de programas y planes de comunicación que permiten estructurar programas informativos.
- Asesorar en el desarrollo de planes para lograr una información entre los distintos públicos (medios de comunicación, empresas y gobierno).
- Brindar asesorías para redactar, editar, diseñar y producir publicaciones tanto impresos, como electrónicos.
- Desarrollar relaciones con los medios de comunicación (prensa, radio, televisión e Internet) y mantenerlos informados de las actividades que realiza Unicaribe.
- Mantener actualizados los archivos de prensa que registran la información publicada en los medios.
- Realizar estudios internos de comunicación con profesores, estudiantes y funcionarios.
- Utilizar como herramienta de trabajo base de datos institucionales y el archivo filmico y fotográfico de la institución. Dar a conocer los resultados de nuestras investigaciones a través de ruedas de prensa, medios propios y de comunicación en general.
- Revisar periódicamente la imagen institucional de la institución de los distintos medios, tanto a nivel noticioso como en publicidad.

- Organizar el inventario de los elementos con que cuente el departamento de comunicaciones.
- Ejercer vigilancia sobre las informaciones que de Unicaribe se desprenden hacia el interior y exterior de la institución.
- Asesorar el Rector en temas trascendentales para la Alma Mater en los diferentes medios de comunicación.
- Fomentar e impulsar la creación de espacios informativos al interior de la institución para mantener informada a la comunidad educativa.
- Establecer los diferentes tipos de formatos informativos que serán utilizados por los diferentes estamentos para llegar a los públicos que confluyen en Unicaribe.

Comunicaciones con los Medios y Periodistas

La opinión pública se genera con base en la información que se transmite a través de los medios de comunicación y es el ejercicio periodístico el que determina el mensaje a difundir ante la sociedad, estableciendo una serie de parámetros que conllevan a definir a quien se dirige la información, que fuentes tienen competencias y que impacto produce en los receptores del mensaje.

En este orden el departamento de comunicaciones es el encargado de decidir y aconsejar en que temas y en qué casos se debe difundir una información, así como el lenguaje utilizado para la misma y el momento en que debe llegar a los medios de comunicación, es decir, es el departamento de comunicaciones el que identifica cuando emitir un comunicado de prensa, y en qué casos se deben utilizar los medios para publicirreportajes, avisos publicitarios, ruedas de prensa o cualquier tipo de jornada informativa. Al mantener relaciones con los medios de comunicación, se debe tener en cuenta que lo primordial es comunicarse con el público externo, por ello cada mensaje que se quiera difundir debe tener una intención clara y objetiva.

Con qué medios trabaja UNICARIBE

La Institución Universitaria del Caribe cuenta con un plan de medios en el cual se incluyen principalmente la prensa, medios digitales, la radio, revistas, y medios electrónicos de interés académico, cultural, político o social. Para cada uno de ellos el departamento de comunicaciones tendrá en cuenta las fechas y horarios de cierre, así como los tiempos y espacios asignados para divulgar la información. El departamento de comunicaciones se mantendrá en permanente actualización de sus bases de datos de periodistas, directores de medios, medios, así como agentes comerciales y columnistas del ámbito regional y nacional.

¿Qué es noticia?

Desde la Oficina de Comunicaciones se identifica lo que puede ser de interés para los periodistas y la ciudadanía en general, regularmente lo que es importante para la academia y la comunidad interna, no siempre es noticia para medios de comunicación, por ejemplo, sería para UNICARIBE temas a difundir masivamente:

- » Aniversario de fundación
- » Inauguración de nuevas instalaciones
- » Inicio de nuevos programas
- » Firma de convenios con otras entidades
- » Nombramiento de directivos
- » Resultado de investigaciones
- » Gestión de proyectos
- » Puntos de vista de la institución.
- » Eventos que redunden en beneficio de la sociedad.
- » Rendición Pública de cuentas
- » Cátedra Abierta

Estrategias de Difusión

Una de las principales funciones del departamento de comunicaciones, de UNICARIBE, es mantener una estrecha y constante relación con los medios de comunicación, locales, regionales y nacionales, razón por la cual se tienen en cuenta diferentes herramientas de difusión de la información Institucional, con el fin de dirigir el mensaje de forma adecuada y garantizar la divulgación de este

→ **Comunicado de prensa:** Es la información que emite la institución sobre un evento (congreso, seminario, investigación, lanzamientos, etc.) o puede ser la presentación de la posición de la institución frente a determinado tema. Esto debe llevar un título, número, sumario y cuerpo de la información. El comunicado se envía a través del e.-mail, fax o en casos especiales debe llevarse al medio personalmente con dos o tres días de antelación al evento para dar a conocer su importancia y una vez culminado el mismo para informar sobre el balance y los resultados.

→ **Entrevista:** Casi siempre solicitada por el medio (periodista) a quien se le concreta la entrevista con el docente, jefe de programa o funcionario previamente seleccionado. Igualmente se debe suministrar información complementaria y advertirle al entrevistado que debe prepararse y documentarse con anticipación.

→ **Informe especial:** Se constituye en la forma de difundir con la mayor exactitud lo que la institución quiere informar teniendo en cuenta que son pagos y potestativos de la universidad. Los informes especiales serán asesorados por el departamento de comunicación.

→ **Visitas a medios:** Cuando se hacen visitas a medios se debe ir documentado con un mensaje claro, conciso en lo posible, entregando al periodista material de apoyo que permita alcanzar el objetivo de la jornada.

→ **Jornada informativa:** La jornada informativa se recomienda cuando se inauguran nuevas instalaciones, canchas deportivas, laboratorios, proyectos novedosos, investigaciones innovadoras. Estas jornadas se realizan en horas de la mañana, se recomienda un desayuno de trabajo para presentar el evento que finalice con un recorrido o muestra del producto si se requiere; también se recomienda que el evento lo presidan directivos o el rector. Finalmente se hará una sesión de preguntas y respuestas. Para la jornada informativa se debe preparar con antelación una carpeta que incluya boletines de prensa con la información completa y por qué no obsequiar un detalle a la prensa consistente en material promocional.

→ **Ruedas de prensa:** Las ruedas de prensa se realizan siempre y cuando se vaya a divulgar una noticia importante, no se debe abusar de este concepto para comunicados o información académica. Tienen un propósito claro y debe ser presidida por el rector o un experto en el tema que él designe. Las ruedas de prensa también se convocan para aclarar informaciones tergiversadas o rumores, estas deberán ser conducidas por el rector y su realización debe estar confirmada por él.

Se debe preparar el material de apoyo para la prensa con anticipación (documentos, pruebas, etc.) El conductor de la rueda anunciará quien la presidirá con sus nombres y cargos, aclarará por qué están convocados los periodistas. Es importante grabar las ruedas de prensa (audio y video). También se debe tener en cuenta lo siguiente:

- » Selección adecuada del lugar, fecha y hora
- » Los periodistas invitados (confirmar previamente su asistencia), considerar el uso de ayudas visuales.
- » Explicar metodología de preguntas
- » Agradecer la asistencia de expositores y la prensa
- » Ofrecer refrigerios al final.
- » Facilitar la labor periodística

→ **Materiales de ayuda:** El departamento de comunicaciones dispondrá para los medios un material fotográfico de cada evento, imágenes de video (de acuerdo con el servicio de cubrimiento ofrecido por el centro de recursos audiovisuales) y cintas de audio de conferencias y entrevistas realizadas en la institución.

El Portavoz de UNICARIBE

El principal portavoz de la institución es el rector. Especialmente en casos excepcionales donde la imagen de la institución se vea comprometida el único portavoz será el rector o la persona que él designe. El portavoz de una institución debe ser: Una persona con autoridad, credibilidad, dominio de temas, capacidad comunicativa con absoluto control de las situaciones e identificada plenamente con la institución y conocerla muy bien.

Unidad de Mercadeo

Es preciso determinar qué acciones de la Institución están de cara a las expectativas, necesidades y tendencias del mercado; en ese sentido se busca tener una óptica de demanda enfocada hacia su mercado natural de forma coordinada y coherente... Una de las funciones de esta unidad es realizar estudios de mercado para la apertura de nuevos programas con base en el apoyo de las distintas divisiones de la universidad que generan un impacto mínimo de incertidumbre y riesgo propio de la promoción de un nuevo proceso Académico...

Promoción y Publicidad

Los diferentes programas de la institución deben hacer presencia activa en los medio masivos de comunicación con el fin de acentuar su base de datos y obtener el impacto necesario en el mayor número de personas posibles.

Las actividades de promoción se llevan a cabo a través de:

- **Elaboración de folletos:** Para cada programa debe existir previo a la promoción del mismo un folleto informativo que indique los aspectos generales como nombre del programa, aprobación dirección de consulta en la Web, justificación , objetivos generales y específicos , capacidades del egresado al finalizar, duración y horario, condiciones de inscripción, datos generales como nombre, cargo, e- mail y teléfono de contacto del jefe del programa.
- **Presencia en la página Web de UNICARIBE:** Es básicamente, publicar la información del folleto en la Web, gestión canalizada a través del coordinador o jefe de esta área.
- **E-mail:** Envío de correos electrónicos a las bases de datos del público objetivo con información del programa.
- **Pauta en radio:** Dependiendo de las necesidades y requerimientos del programa se contemplan las cuñas radiales y se pauta en las emisoras locales o regionales, según la identificación del público.
- **Visitas a Medios:** Se coordinan visitas de los jefes de programa a los medios de comunicación locales y regionales. Se hacen entrevistas en programas afines que puedan ser emitidas en directo o diferido.
- **Material promocional:** Este se entrega a quienes asistan a ferias, conferencias además eventos que se organicen para promocionar los programas y carreras, pueden ser lapiceros, llaveros, vasos , maletines, etc.

Diseño Gráfico

Teniendo en cuenta la necesidad de material de diseño gráfico. La oficina de comunicaciones de UNICARIBE coordinará la prestación de este servicio, consistente en el material publicitario impreso, como folletos, tarjetas, hojas volantes, diagramación de publicaciones, cartas, entre otras. Se recomienda hacer la solicitud con anticipación.

Este Manual Estratégico de Comunicación Pública, presenta las Políticas, refleja el sentir Corporativo y se convierte en nuestra carta de navegación en donde el propósito de fondo no solo es establecer unas buenas relaciones con la comunidad, los medios de comunicación y demás públicos de interés y garantizar la difusión de las actuaciones de la Entidad, sino que contribuyan a la generación y consolidación de una cultura organizacional fundada en los principios de la función pública y encaminada a movilizar internamente a los servidores públicos en sintonía con los objetivos estratégicos propios de la Institución Universitaria del Caribe y con el cumplimiento de los fines esenciales del Estado.