

	<b>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR</b>	Código: CI-FO-007
	<b>PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	Versión: 1
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	Fecha de aprobación: 30/10/2009

## **PLAN DE COMUNICACIONES**

	<b>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR</b>	Código: CI-FO-007
	<b>PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	Versión: 1
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	Fecha de aprobación: 30/10/2009

## **CONTENIDO**

INTRODUCCIÓN .....	3
1 DEFINICIONES .....	5
2 MARCO NORMATIVO .....	7
3 DIAGNÓSTICO.....	8
4 COMUNICACIÓN INTERNA.....	15
5 COMUNICACIÓN EXTERNA .....	16
6 LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y OBJETIVOS .....	17
6.1 LÍNEA ESTRATÉGICA 1: UNIBAC MÁS COMUNICADA.....	17
6.2 LÍNEA ESTRATÉGICA 2: IMAGEN INSTITUCIONAL.....	17
7 CRONOGRAMA.....	18

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-007
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	PLAN DE COMUNICACIONES	Fecha de aprobación: 30/10/2009

## **INTRODUCCIÓN**

La Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar (Unibac) como institución pública y en aras a los lineamientos nacionales de transparencia, está obligada a brindar información a sus grupos de interés, a través de los canales dispuesto por la Ley 1712 de 2017 que el derecho de acceso a la información pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información. Como institución de educación superior debe cumplir con la Resolución 12220 por la cual se regula la publicidad que realizan las instituciones de Educación Superior por parte del Ministerio de Educación Nacional.

Como una organización certificada en Calidad y Gestión Pública bajo la norma ISO 9001:2008 del Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (Icontec), requiere de un proceso de comunicación formal que permita mantener informada de una manera organizada, veraz, clara y oportuna a la comunidad universitaria conformada por estudiantes, docentes, administrativos y egresados, así como grupos de interés como autoridades, gremios, medios de comunicación, público en general. En donde a su vez, la comunicación se concibe como una estrategia para la rendición de cuentas.

La creación de conciencia acerca de la importancia de la comunicación en esta institución universitaria, es de vital relevancia para la administración eficiente y eficaz en la gestión institucional, así como en las prácticas educativas para la creación artística y producción de conocimiento. Así, el proceso de comunicación debe estar estructurado de tal forma que permita la construcción de procesos participativos de información o reflexión. Dicha construcción se debe dar por medio del trabajo conjunto, de tal forma que se garantice una participación equitativa de los actores de interés para la toma de decisiones.

Para ello debe definirse una concepción ideológica representativa del colectivo que conforma la Institución, que permita democratizar las

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-007
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	PLAN DE COMUNICACIONES	Fecha de aprobación: 30/10/2009

responsabilidades y dimensionar la consecución de objetivos trazados en la Planeación Estratégica.

Para ello, la Institución cuenta con Proceso de Comunicación Institucional conformado por profesionales de comunicación social u otras áreas de interés, encargados de satisfacer las demandas, necesidades y expectativas del público interno y externo, a partir del conocimiento y comprensión integral de los mismos. Es así, como desde este Proceso se propende por la participación de todos los funcionarios en la construcción de una **imagen interna** coherente con la identidad social compartida por la administración y la comunidad estudiantil, que proyecte el conjunto de principios, normas y valores representativos de la Institución. Así como la construcción de una **imagen externa**, que refleje la competitividad académica, investigativa y artística de la Institución.

De acuerdo con lo expuesto, este Plan de Comunicaciones nace de la necesidad de fortalecer la productividad de los esfuerzos de comunicación que desde el Proceso de Comunicaciones se realizan, a través de la optimización en el uso de los recursos disponibles y descubriendo constantemente nuevas fuentes de información no explotadas. Para su definición, se desarrolló una Auditoría Comunicacional, como herramienta de control a partir del diagnóstico de las prácticas de comunicación interna y externa, para la implementación de mejoras en todos los niveles de la Institución.

Para tales efectos, el presente Plan de Comunicaciones es un documento cuyo propósito es el de establecer un marco de referencia para el conjunto de acciones de comunicación tanto a nivel interno como externo, fundamentales para la generación de ventajas competitivas y comparativas; desglosados en un plan de acción que garantice la efectividad del proceso, la satisfacción de los usuarios y el mejoramiento continuo.

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-007
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	PLAN DE COMUNICACIONES	Fecha de aprobación: 30/10/2009

## 1 DEFINICIONES

**Acción de mejora:** Acción implementada para incrementar los resultados de los procesos institucionales, en términos de eficacia y eficiencia.

**Auditoría:** Es el proceso por el cual se acumula y evalúa evidencia, realizado por una persona independiente y competente acerca de la información cuantificable de la Institución, con el propósito de determinar e informar sobre el grado de correspondencia existente entre la información cuantificable y los criterios establecidos.

**Auditoría de la imagen corporativa:** Abarca la identificación de la naturaleza, grado y alcance comunicacional como requisitos para mejorar la calidad de la Institución. Es necesario dentro de la imagen institucional considerar aspectos tales como misión, visión, valores, objetivos, metas, normas, procedimientos, infraestructura, publicidad, comunicación, calidad de los servicios, colaboradores y público.

**Comunicación:** Es una herramienta de gestión por excelencia, y el producto elaborado a partir de la personalidad, identidad, cultura y vínculo institucional, que ejerce gran influencia en el receptor (público), cuyo protagonismo es fundamental en la consolidación de su imagen.

**Control de gestión:** Abarca todos los niveles y colaboradores de la Institución, orientándola hacia el cumplimiento de los objetivos propuestos bajo mecanismos de medición cualitativos y cuantitativos.

**Dimensiones de la imagen institucional:** Satisfacción de los usuarios, calidad y efectividad de la oferta académica, proyección social, elementos tangibles y accesibilidad.

**Estrategia:** Es la dirección y el alcance de la Institución a largo, para el alcance de ventajas competitivas a través de la optimización de sus recursos en el sector educativo de las artes, para hacer frente a las necesidades de los actores de interés.

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-007
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	PLAN DE COMUNICACIONES	Fecha de aprobación: 30/10/2009

**Identidad:** Es el conjunto de atributos asumidos como propios por la Institución, que la identifican y la diferencian de las demás, es decir, la identidad es el producto del interjuego entre aquellos preceptos bajo los que la institución se fundó, se ha construyó en el tiempo y en lo que se ha convertido.

**Imagen:** la imagen pública es el resultado de un conjunto de percepciones acumuladas a partir de las cuales el público elabora una síntesis determinada.

**Indicador:** Es una unidad de información medida en el tiempo, utilizada para determinar el cambio o resultado generado por cada proceso de la Institución.

**Planeación estratégica:** Permite el análisis de las variables internas y externas para formular los propósitos (misión, visión, objetivos y metas), las estrategias, los planes de acción y los indicadores de desempeño y logro, tanto para la Institución en su totalidad como para cada proceso en particular.

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-007
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	PLAN DE COMUNICACIONES	Fecha de aprobación: 30/10/2009

## 2 MARCO NORMATIVO

- Constitución Nacional de Colombia de 1991, por la que se fijan los límites y define las relaciones entre los poderes legislativo, ejecutivo y judicial del Estado, estableciendo así las bases para su gobierno y organización de las instituciones en que tales poderes se asientan.
- Ley 30 de 1992, por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior.
- Ley 115 de 1994, por la cual se expide la Ley General de Educación.
- Decreto 01 de 1984 (Código Contencioso Administrativo), Por el cual se reforma el Código Contencioso Administrativo.
- Ley 190 de 1995, Por el cual se dictan normas tendientes a preservar la moralidad en la Administración Pública y se fijan disposiciones con el fin de erradicar la corrupción administrativa.
- Acuerdo 03 de marzo 21 de 1995, por el cual se establecen las políticas de Bienestar Universitario.
- Ley 1712 de 2014, por medio de la cual se crea la ley de transparencia y del derecho de acceso a la información pública nacional.
- Resolución 12220 del 20 de junio de 2016, por la cual se regula la publicidad que realizan las instituciones de educación.

	<b>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR</b>	Código: CI-FO-007
	<b>PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	Versión: 1
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	Fecha de aprobación: 30/10/2009

### 3 DIAGNÓSTICO

La Auditoría Comunicacional fue la primera etapa en la elaboración de este Plan de Comunicaciones. Para su realización se utilizaron los métodos de observación directa, la entrevista y el análisis de las producciones comunicacionales. Así, para evaluar las condiciones actuales del proceso de comunicación, se elaboró una encuesta interna con funcionarios administrativos de planta, docentes y contratistas, donde se valoraron aspectos sobre cómo se enteran de las informaciones de la institución, cómo consideran que es la comunicación en su área y la relación con las otras áreas, el uso del correo institucional, frecuencia del uso de las herramientas de comunicación de la universidad, entre otros.

Los resultados muestran que los encuestados consideran que la comunicación de su área de trabajo es excelente en un 47% y buena en un 42%. Solo un 11% la calificó como regular y ninguno como mala.



Sobre la comunicación de los funcionarios y docentes con su jefe director el 72% la calificó como excelente, el 20% como buena y solo el 8% como regular, nadie respondió como mala.

	<b>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR</b>	Código: CI-FO-007
	<b>PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	Versión: 1
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	Fecha de aprobación: 30/10/2009



En cuanto a la comunicación entre las áreas, el 42% dice que es buena, el 36% que regular, el 11% que excelente y otro 11% que mala.

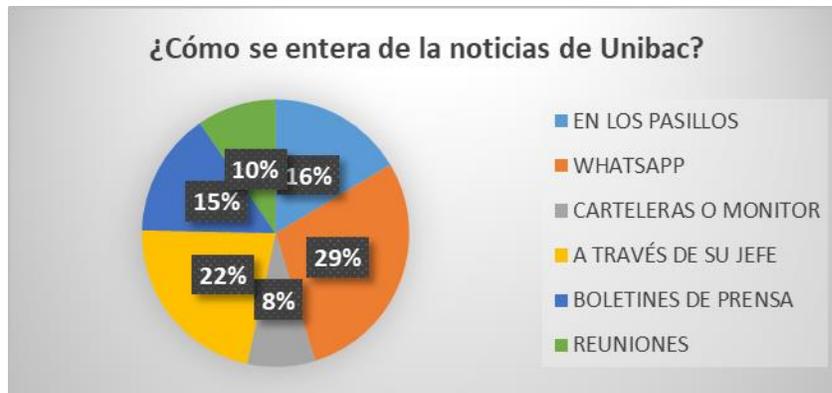


Sobre la formalidad de la comunicación un 56% cree que es informal y el 44% que es formal.

	<b>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR</b>	Código: CI-FO-007
	<b>PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	Versión: 1
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	Fecha de aprobación: 30/10/2009

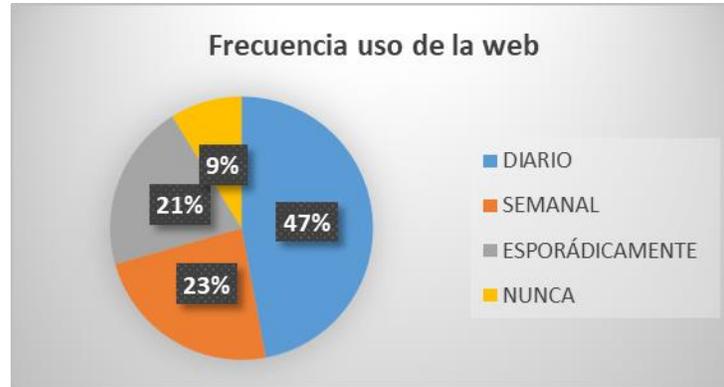


En el ítem de cómo se entera de las noticias de Unibac principalmente, el 29% respondió que a través de whatsapp, el 22% que, por medio de su jefe, el 16% que en los pasillos, el 15% por medio de boletines de prensa, 10% en reuniones y 8% en carteleras.

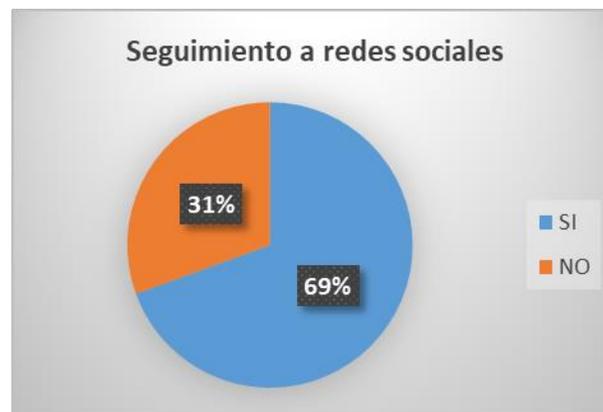


En cuanto a la frecuencia del uso de la web, los encuestados respondieron que diario, un 47%; semanal, un 23%; esporádicamente, el 21%; y nunca el 9%.

	<b>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR</b>	Código: CI-FO-007
	<b>PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	Versión: 1
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	Fecha de aprobación: 30/10/2009

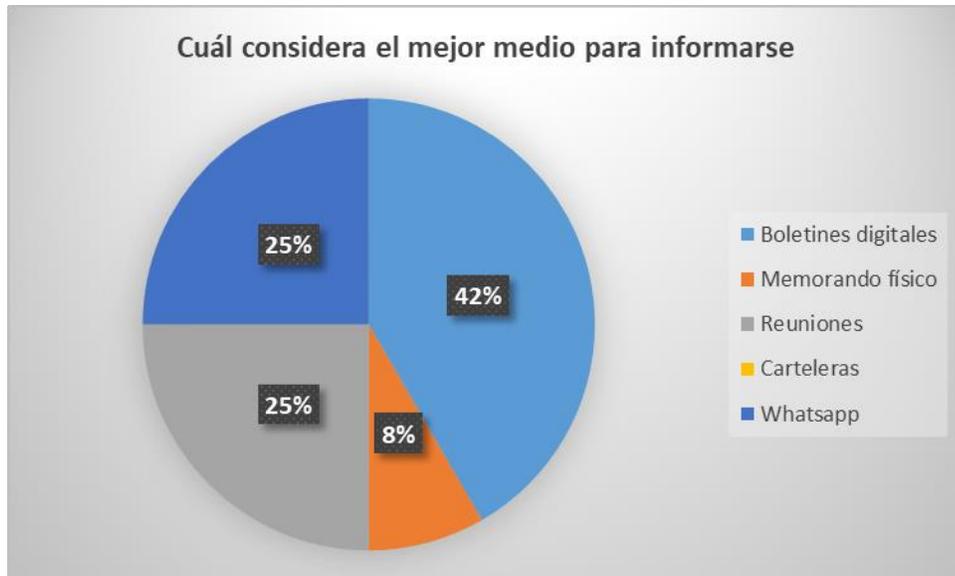


Sobre el seguimiento a las redes sociales institucionales el 69% manifestó que las seguía y el 31% restante que no.



Al preguntarles sobre cuál consideran que es el mejor medio para informar de los asuntos institucionales el 42% respondió que los boletines de prensa, el 25% que whatsapp, el 25% que reuniones y el 8% que memorandos físicos.

	<b>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR</b>	Código: CI-FO-007
	<b>PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	Versión: 1
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	Fecha de aprobación: 30/10/2009



En el tema de uso del correo electrónico para temas laborales, el 72% afirmó que utiliza el correo institucional, el 17% su correo personal y el 11% que no lo utiliza ninguno.

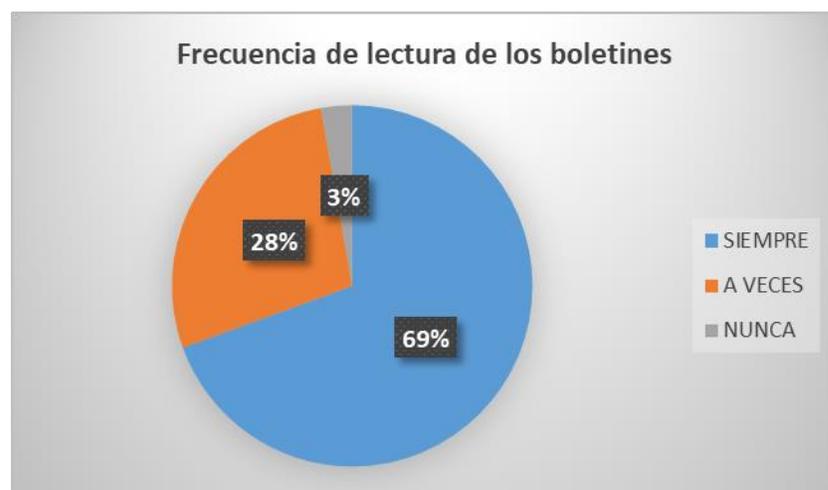


	<b>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR</b>	Código: CI-FO-007
	<b>PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	Versión: 1
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	Fecha de aprobación: 30/10/2009

Con relación a la consulta sobre si los encuestados han visto *Magazín Unibac*, el programa de televisión de la institución, el 67% indicó que sí y el 33% que no.



Por último, cuando se les consultó sobre la frecuencia de la lectura de los boletines el 69% dijo que siempre, el 28% que a veces, y el 3% que nunca.



	<b>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR</b>	Código: CI-FO-007
	<b>PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	Versión: 1
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	Fecha de aprobación: 30/10/2009

## ANÁLISIS DOFA

<b>ANÁLISIS INTERNO</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagen institucional.</li> <li>• Identidad social universitaria sólida de los administrativos y estudiantes.</li> <li>• Infraestructura adecuada de canales de comunicación internos.</li> <li>• Canales de comunicación adecuados para el óptimo desarrollo de su gestión.</li> <li>• Contacto en tiempo real con los usuarios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesidad de la definición de una política comunicacional.</li> <li>• Falta de protocolos de comunicación.</li> </ul>
<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alianzas estratégicas.</li> <li>• Proyección de la imagen institucional por parte de los egresados.</li> <li>• Nuevos canales en TIC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia por otras Instituciones de Educación Superior.</li> <li>• Financiación.</li> </ul>

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-007
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	PLAN DE COMUNICACIONES	Fecha de aprobación: 30/10/2009

## **4 COMUNICACIÓN INTERNA**

La comunicación interna abarca la definición de un conjunto de procedimientos y acciones, a través de los cuales se despliegan una variedad de recursos de comunicación para apoyar la gestión eficiente de la Institución. Siendo su objetivo principal el de promover la interacción social y fomentar la credibilidad en la Universidad, fortaleciendo y manteniendo la identidad de la misma. Este objetivo, plantea a su vez, los siguientes aspectos:

- Desarrollar una visión común al interior de la Institución.
- Incrementar el sentido de pertenencia, compromiso e identificación de los funcionarios y comunidad estudiantil con la Institución.
- Creación de espacios de información, participación y opinión.
- Reducción de los focos de conflicto interno a partir del fortalecimiento de la cohesión de los miembros.

Para la divulgación de información interna la institución cuenta con los siguientes medios de comunicación, definidos estratégicamente:

- Correos electrónicos
- Boletines informativos
- Redes sociales
- Mensajería de whatsapp
- Enlace Unibac
- Monitor
- Reuniones formales e informales
- Memorando

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-007
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	PLAN DE COMUNICACIONES	Fecha de aprobación: 30/10/2009

- Carteleras
- Videoconferencias
- Radio

## 5 COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa se define como el conjunto de acciones informativas que la institución dirige a los actores y agentes exteriores a la misma, con el objetivo de fortalecer sus relaciones con los diferentes públicos de interés. Este objetivo, plantea a su vez, los siguientes aspectos:

- Aumento de la visibilidad en el entorno.
- Difusión de información persuasiva a los agentes del entorno acerca de las actividades y servicios de la Institución.

Para la divulgación de información externa la institución cuenta con los siguientes medios de comunicación, definidos estratégicamente:

- Página web
- Relaciones públicas
- Medios de comunicación
- Medios impresos
- Medios digitales
- Correos electrónicos
- Redes sociales
- Magazín Unibac
- Publicidad
- Rendición de Cuentas

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-007
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	PLAN DE COMUNICACIONES	Fecha de aprobación: 30/10/2009

## 6 LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y OBJETIVOS

### 6.1 LÍNEA ESTRATÉGICA 1: UNIBAC MÁS COMUNICADA

Esta línea estratégica está orientada a gestionar la comunicación en la Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar (Unibac), para la ejecución de su oferta educativa.

#### **Objetivo Estratégicos:**

- Sensibilizar a los funcionarios administrativos y docentes, sobre el Proceso de Comunicación Institucional.
- Fortalecer los canales y medios de comunicación utilizados.
- Gestionar contenido institucional.

### 6.2 LÍNEA ESTRATÉGICA 2: IMAGEN INSTITUCIONAL

Esta línea estratégica está orientada a impulsar y mejorar la imagen interna y externa de la Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar (Unibac).

#### **Objetivo Estratégicos:**

- Mejorar la percepción que tienen los funcionarios y la comunidad estudiantil con la gestión de la Institución.
- Lograr la permanencia y posicionamiento de la razón social UNIBAC.

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR	Código: CI-FO-007
	PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Versión: 1
	PLAN DE COMUNICACIONES	Fecha de aprobación: 30/10/2009

## 7 CRONOGRAMA

A continuación, se presenta la descripción específica de las actividades y el tiempo que se empleará para la ejecución de este Plan de Comunicaciones, el cual está expresado en meses. De esta manera se ha organizado el trabajo para que sea llevado a cabo en doce (12) meses, correspondientes al año 2018.

ACTIVIDADES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Realizar encuesta de satisfacción sobre proceso de comunicación de Unibac al personal administrativo y docente	x											
Sensibilización sobre importancia de la comunicación institucional		x	x				x	x				
Divulgación inauguración de nuevos espacios		x										
Campaña divulgación de las redes sociales de Unibac		x	x				x	x				
Difusión de la programación Confluencias				x								
Divulgación del comedor universitario				x								
Promoción del XI Festival de las Artes					x							

	<b>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA BELLAS ARTES Y CIENCIAS DE BOLÍVAR</b>	Código: CI-FO-007
	<b>PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	Versión: 1
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	Fecha de aprobación: 30/10/2009

<b>Organización y realización de la Audiencia de Rendición de Cuentas</b>	x				x							
<b>Promoción de las inscripciones</b>	x					x						x
<b>Divulgación diplomado en música</b>					x							
<b>Difusión de las Clínicas Instrumentales</b>							x			x		
<b>Difusión del Encuentro de Tecnologías</b>									x			
<b>Divulgación de la Feria de Emprendimiento</b>												
<b>Promoción del Festival Audiovisual Vertov</b>								x	x			
<b>Divulgación Cátedra Franco Colombiana</b>										x		
<b>Divulgación Congreso de Artes</b>										x		
<b>Jornadas Teatrales</b>										x		
<b>Campaña de 18 años de Unibac</b>								x	x	x	x	
<b>Música en las Alturas</b>												x