

# PLAN DE DESARROLLO INSTITUCIONAL 2020-2028

PILAR DE GESTIÓN

## Gestión y Sostenibilidad Institucional



» Aquí construimos futuro «

PLAN DE DESARROLLO INSTITUCIONAL

## PROYECTOS INSTITUCIONALES 2020 – 2022

### PROYECTO: GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN INSTITUCIONAL



*Proyecto: Gestión de la Comunicación y Promoción Institucional*

## 1. Información general del proyecto

<b>Código del proyecto</b>	PDI2028 – GSI - 39
<b>Dependencia responsable del proyecto</b>	Rectoría
<b>Pilar de Gestión</b>	Gestión y sostenibilidad institucional
<b>Programa</b>	Cultura de la Legalidad, la Transparencia, el Gobierno Corporativo y la Participación Ciudadana
<b>Procesos asociados (Sistema Integral de Gestión)</b>	Estratégico - Direccionamiento Institucional
	De evaluación y seguimiento - Control y seguimiento institucional
	De apoyo - Administración institucional
<b>Factores de calidad institucional a los que apunta el proyecto</b>	7. Pertinencia e impacto social
	10. Organización, gestión y administración
<b>Otras instancias o dependencias participantes</b>	Grupos de valor de la institución (Recursos Informáticos y Educativos, Gestión de Tecnologías Informáticas y Sistemas de Información, Gestión del Talento Humano, Gestión de Documentos, Gestión de Calidad, Vicerrectoría de Responsabilidad Social y Bienestar Universitario).
<b>Programas a los cuales le aporta indirectamente el proyecto</b>	Transversal a todos los programas
<b>Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a los cuales le aporta el proyecto</b>	10.Reducir la desigualdad en y entre todos los países
	16. Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas

## 2. Identificación del problema, necesidad u oportunidad

La Universidad, como entidad del estado y en aras de la transparencia y la participación ciudadana, debe atender efectivamente las necesidades de comunicación de sus grupos de interés (Docentes – administrativos – estudiantes – egresados - jubilados, externos y aliados estratégicos), no obstante, se ha identificado la necesidad de trabajar en la articulación en los procesos que abarcan la comunicación institucional en sus diferentes niveles: corporativo, organizacional, informativo y movilizador.

Problema Central	Causas directas	Causas Indirectas
Desarticulación en los procesos que abarcan la comunicación institucional en sus diferentes niveles: corporativo, organizacional, informativo y movilizador.	1. Desarticulación para la adecuada Gestión de la comunicación y Promoción institucional.	1.1 Falta de reconocimiento de Gestión de la Comunicación y Promoción Institucional como líder de los procesos comunicativos a nivel institucional. 1.2 Limitación en alcance de tareas o gestión. 1.3 Dependencia de otras áreas institucionales para el desarrollo de tareas propias.
	2. Desarticulación para los procesos de comunicación informativa.	2.1 Contratación directa desde las áreas a profesionales en comunicación sin articulación con GCPI. 2.2 Desatención de las áreas ante los lineamientos establecidos. 2.3 Difusión de contenidos multiplataforma sin el aval de GCPI.
	3. Falta de directrices de comunicación interna.	3.1 Usos inadecuados de múltiples canales para la comunicación Interna. 3.2 Falta de lineamientos claros sobre usos, horarios y modales en la comunicación Interna. 3.3 Desinformación.
	4. Multiplicidad en el uso de la imagen institucional.	4.1 Mal manejo u omisión del manual de marca institucional. 4.2 Contratación directa desde las áreas a profesionales en mercadeo sin articulación con GCPI y el SIC (Sistema Integral de Comunicaciones). 4.3 Presentación por parte de algunos funcionarios de cargos que no corresponden o son inexistente, ante actores internos y externos.
	5. Coordinación desarticulada de eventos institucionales.	5.1 Falta de articulación entre las áreas responsables. 5.2 Falta de claridad en las tareas y alcances de cada responsable. 5.3 Falta de lineamientos claros para la realización de eventos institucionales.
	<b>Efectos directos</b>	<b>Efectos indirectos</b>
	1. Dificultad para articular los procesos comunicativos con el reconocimiento adecuado desde las demás áreas.	1.1 Falta de gobernabilidad y representatividad para la ejecución de algunas tareas de Gestión de la Comunicación y Promoción Institucional. 1.2 Falta de articulación por desconocimiento del Sistema Integral de Comunicaciones y los alcances de cada componente. 1.3 Gestión de la Comunicación y Promoción Institucional ineficiente.
	2. Generación diversa de información sin un lenguaje y parámetros unificados institucionales.	2.1 Duplicidad en la información que se genera desde la institución. 2.2 Discurso institucional ambiguo. 2.3 Confusión hacia usuarios internos y externos, medios de comunicación y aliados.
	3. Falta de optimización en los procesos institucionales derivados de la comunicación interna.	3.1 Desinformación y desarticulación. 3.2 Irrupciones en los procesos y prolongación en los tiempos. 3.3 Malos entendidos que impactan en el clima laboral.
	4. Proyección inadecuada de la imagen institucional.	4.1 Imagen institucional ambigua. 4.2 Pérdida de reputación institucional. 4.3 Confusión de los grupos de interés.

	5. Eventos institucionales no planeados debidamente.	5.1 Desatención a protocolos institucionales y desorganización. 5.2 Duplicidad en las tareas y reprocesos. 5.3 Poca optimización de recursos.
--	--	---

### 3. Descripción del proyecto

El proyecto busca fortalecer la articulación en la implementación del Sistema Integral de Comunicaciones de la institución, que permita a la Universidad resolver la necesidad existente, partiendo de un modelo de comunicación pública conformado por cuatro componentes: corporativo (identidad, imagen, posicionamiento de marca), organizacional (flujos de comunicación interna efectiva y eficiente), informativo (generación de información pertinente para difusión en medios de comunicación masivos, tanto internos como externos) y movilizador (eventos y actividades de participación e interacción ciudadana con la institución), que de forma integral, gestione la comunicación y promoción institucional.

### 4. Población objetivo (beneficiarios)

Rectoría, Facultades, Dependencias administrativas, Vicerrectorías, Estudiantes, Medios de comunicación, entidades gubernamentales, sector productivo, otras universidades, sector comunitario.

### 5. Objetivos del proyecto

#### - General

Fortalecer los procesos que abarcan la comunicación institucional en sus diferentes niveles: corporativo, organizacional, informativo y movilizador.

#### - Específicos

- Lograr la articulación para la adecuada Gestión de la Comunicación y Promoción Institucional.
- Articular los procesos en Comunicación Informativa a nivel institucional a través de lineamientos oficiales y debidamente socializados en todas las áreas.
- Estructurar directrices para la Comunicación Organizacional.
- Alinear el manejo de la imagen institucional, relaciones públicas y actividades de promoción bajo la Comunicación Corporativa.
- Estructurar directrices para la Comunicación Movilizadora.

## 6. Planes operativos del proyecto

- **Gestión de la Comunicación y Promoción Institucional:** Generar acciones que convoquen a las dependencias involucradas a articularse para la adecuada Gestión de la Comunicación y Promoción Institucional. Identificar necesidades comunicativas de la comunidad Universitaria. Hacer seguimiento y articular los cuatro componentes para implementar el Sistema Integral de Comunicaciones.
- **Gestión de la Comunicación Informativa:** Direccionamiento estratégico de Información y campañas comunicativas institucionales. Atención a solicitudes de publicación en los medios de comunicación masiva institucionales. Atención a solicitudes de publicación en medios externos de comunicación masiva. Atención a solicitudes de cubrimientos de eventos institucionales. Realización de productos comunicativos con información institucional. Gestión de contratación de medios de comunicación externos para difusión y publicaciones.
- **Gestión de la Comunicación Organizacional:** Direccionamiento y seguimiento al Grupo Técnico de la Comunicación Organizacional UTP. Redacción de funciones y propósitos de la Comunicación Organizacional. Elaboración de manual de lineamientos de la Comunicación Organizacional indicando canales oficiales y modos de empleo. Socialización del manual de lineamientos de la Comunicación Organizacional.
- **Gestión de la Comunicación Corporativa:** dar lineamiento para la estrategia de Comunicación Corporativa. Generación de estrategias para posicionar la marca e identidad UTP. Generación de estrategias para promover los programas académicos de la Universidad. Promoción y divulgación de servicios de las dependencias académicas, administrativas y de extensión de la UTP. Gestión de relaciones públicas institucionales. Socialización y capacitación manual de protocolo y relaciones públicas institucionales.
- **Gestión de la Comunicación Movilizadora:** Direccionamiento estratégico de las actividades institucionales enmarcadas en la movilización y participación. Promoción de las iniciativas de rectoría para la presentación de informes, socialización y participación de la comunidad universitaria. Convocatorias para colectivos y comunidad estudiantil con el objetivo de propiciar espacios para publicar en medios disponibles: Universitaria Estéreo, campus informa, Zoom TV, Udiversidad. Promoción de campañas de colectivos institucionales y externos de carácter social, académico, cultural, etc. Participación en comités y colectivos de ciudad (Red universitaria de Risaralda, Pereira Cómo Vamos y Sociedad en Movimiento, Canal Universitario Nacional Zoom TV, Red de Radios Universitarias de Colombia RRUC). Coordinación de eventos institucionales.

## 7. Anexos

- Ficha detallada del proyecto
- Presentación del proyecto