

## **CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS-UNIMINUTO POLÍTICA DE MERCADEO Y COMUNICACIONES**

### **1. PRESENTACIÓN DE LA POLÍTICA**

La política de Mercadeo y Comunicaciones está orientada por los principios y la misión de UNIMINUTO, es la carta de navegación de los procesos comunicativos internos y externos y de las estrategias de mercadeo de nuestra institución; aquí se incorporan principios, directrices y criterios para desarrollar esta labor. Todas las acciones de mercadeo y comunicaciones deben preservar la reputación y el reconocimiento de UNIMINUTO, favorecer la visibilidad de su marca y de su modelo educativo como Institución de Educación Superior que brinda educación de alta calidad a todos sus estudiantes.

El mercadeo en UNIMINUTO incorpora un modelo alternativo, relacional y vocacional, de atención y seguimiento personal a las necesidades de los integrantes de sus grupos de interés, con acciones orientadas a ofrecer los servicios y los beneficios que trae a los estudiantes formar parte de una institución con una clara misión social y de servicio. Es un modelo de mercadeo relacional y no transaccional, siendo consecuentes con la misión institucional de formar a los líderes que contribuyan a la transformación social del país, el cual permite generar alianzas con diversas instituciones y grupos de interés en proyectos conjuntos de orientación vocacional y en el acompañamiento a los procesos de articulación e integración en las sedes, además, fortalecer los procesos de calidad académica y consolidar una cultura de mercadeo institucional, coherente con la identidad misional y principios de UNIMINUTO.

### **2. FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA**

#### **2.1. Propósitos**

La Política de Comunicaciones y Mercadeo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO – basada en los Principios y la Misión institucional, tiene los siguientes propósitos:

- Consolidar la reputación, el reconocimiento y el prestigio institucional del sistema UNIMINUTO como la universidad social del país y lograr la cohesión interna de la institución, como resultado de la estrategia de comunicación y mercadeo que aplica el sistema con todos sus grupos de interés.
- Contribuir desde las comunicaciones y el mercadeo a la consecución del reconocimiento nacional de UNIMINUTO, como Institución de Educación Superior (IES) que brinda educación de calidad para apoyar el desarrollo social, humano y económico en Colombia.
- Establecer lineamientos que orienten la elaboración del plan estratégico anual de mercadeo y comunicaciones en cada sede, el cumplimiento de la Visión y la Misión institucionales y el logro de sus retos estratégicos.
- Unificar la imagen y estilo gráfico de UNIMINUTO utilizado en todo el país, para preservar la identidad institucional.
- Definir las directrices que deben orientar los procesos de mercadeo y comunicación con los diferentes grupos de interés de la Institución.
- Apoyar el uso de los medios y herramientas necesarias para facilitar el flujo de la información en todos los niveles de la institución.
- Contribuir al fortalecimiento y optimización de los procesos de comunicación interna y externa de UNIMINUTO.
- Orientar el diseño de estrategias de comunicación y divulgación diferenciadas que tengan en cuenta las características, problemáticas y entornos en donde viven sus estudiantes, profesores, funcionarios, egresados, directivos, aliados, donantes y demás grupos de interés de la institución.

#### **2.2. Principios**

- La comunicación y la información en UNIMINUTO estarán orientados al logro del bien común y a la salvaguardia del prestigio y de la imagen de la institución. UNIMINUTO será reconocido y respetado por su

compromiso, responsabilidad e innovación social en Colombia. Estas características deben estar asociadas al manejo de la imagen institucional, como valores agregados fundamentales de nuestra labor.

- La comunicación debe ser honesta, veraz y respetuosa, basada en evidencias y en fuentes confiables.
- La comunicación en UNIMINUTO debe ser oportuna y ágil para facilitar la toma de decisiones.
- La comunicación debe ser multidireccional y estar a disposición de todos los miembros de la Comunidad educativa, sin importar su jerarquía.
- Cada uno de los miembros de la Comunidad educativa son responsables del manejo ético y la precisión de la información y, por ende, de la imagen de UNIMINUTO.
- Los procesos de comunicación están orientados por la coherencia entre lo que se comunica, lo que se hace y lo que se piensa.
- En toda difusión de los servicios académicos institucionales, se cumplirán estrictamente estos principios.
- La comunicación debe motivar la participación, la retroalimentación y debe tener un seguimiento oportuno.
- La comunicación debe apoyar el cumplimiento del Plan de Desarrollo institucional.

### **2.3. Sobre nuestra comunicación interna**

- Los estudiantes, egresados, profesores, funcionarios administrativos y directivos conforman la Comunidad educativa y deben ser tenidos en cuenta como actores participantes en la comunicación interna de UNIMINUTO.
- La comunicación interna en UNIMINUTO debe favorecer la consolidación de la Comunidad educativa, su sentido de pertenencia, la identificación con los principios, la misión y la visión institucional y la generación del sano orgullo por los logros alcanzados.
- Al diseñar estrategias de comunicación y divulgación dirigidas a cualquiera de los grupos de interés o a todos ellos, los funcionarios responsables deben tener en cuenta los momentos, sitios, ocasiones y contextos socioculturales de los involucrados, de modo que todos tengan fácil acceso a los medios utilizados, reciban con claridad los mensajes y se logren los resultados esperados.
- Para consolidar su imagen institucional, UNIMINUTO cuenta con un manual de imagen corporativa debidamente aprobado por la Rectoría General. El cumplimiento de las directrices de este manual es obligatorio.
- En todos los grupos que conforman la Comunidad educativa, la manera de comunicar debe fomentar y fortalecer la cultura y el cumplimiento de todos los procesos del sistema de gestión de la calidad.
- La comunicación interna debe propiciar el bienestar de la Comunidad educativa, apoyando la difusión y el desarrollo de los eventos e iniciativas que consoliden las actividades académicas e institucionales.
- Quienes hagan uso de los medios de comunicación institucionales, vgr., correo electrónico, boletines, comunicados, carteleras, revistas y otros, deben respetar los principios y características de comunicación interna aquí enunciadas.
- Cada sede contará con personas capaces y expertas en el manejo responsable de los procesos de comunicación interna y externa y de divulgar los servicios académicos institucionales y conformarán la red interna institucional de mercadeo y comunicación para apoyar a los directivos en el cumplimiento de las presentes directrices.
- La Dirección Nacional de Mercadeo y Comunicaciones apoyará y asesorará a las sedes en el cumplimiento de la política general de mercadeo y comunicaciones.
- Esta Dirección nacional debe impulsar el desarrollo de estrategias de comunicación y divulgación que faciliten a los funcionarios conocer sus derechos y deberes, posicionar la marca y fomentar espacios de participación. En el cumplimiento de estas estrategias, los coordinadores de mercadeo y comunicaciones de las sedes actuarán en estrecha coordinación con la Dirección nacional de mercadeo y comunicaciones.
- Los coordinadores de mercadeo y comunicaciones, en cumplimiento de las responsabilidades que les asignen sus Rectores o Directores, mantendrán una estrecha articulación y coordinación con las iniciativas del sistema

UNIMINUTO, contando con el apoyo, la asesoría y orientación de la Dirección nacional de mercadeo y comunicaciones.

#### **2.4. Sobre nuestra comunicación externa y las relaciones con Medios de Comunicación.**

- La información, divulgación y comunicación de las actividades, programas y eventos institucionales deben orientarse a preservar, fomentar y acrecentar el prestigio, buen nombre y la mejor reputación de UNIMINUTO.
- El Rector General o sus voceros delegados son los únicos autorizados para dar información oficial de la institución.
- De acuerdo con sus propósitos y objetivos institucionales, UNIMINUTO mantendrá activos diversos canales de comunicación con sus públicos internos y externos, entre los que mencionamos el portal de internet y todos los medios electrónicos necesarios, las comunidades virtuales y las redes sociales, los boletines informativos periódicos, las notas, reuniones y ruedas de prensa y las estrechas relaciones con periodistas y directivos de medios de comunicación.
- Es responsabilidad de los Rectores y directivos mantener informada oportuna y adecuadamente a la opinión pública sobre todas las actividades pertinentes de la vida institucional, apoyándose en los recursos humanos y técnicos de las oficinas de mercadeo y comunicaciones y cumpliendo con los principios expresados en estas políticas.
- La Dirección Nacional de Mercadeo y Comunicaciones debe mantener actualizada y disponible una base de datos de directivos y profesionales de medios de comunicación que puedan divulgar las actividades institucionales. Con ellos se deben mantener contactos cercanos y personales y con aliados que favorezcan la difusión de los logros y de la acción institucional, el incremento de la visibilidad y de la reputación institucional.
- De modo similar, las oficinas de mercadeo y comunicaciones de cada sede mantendrán actualizada la base de datos de profesionales de los medios de comunicación regionales, con los cuales se deben mantener estas relaciones cercanas. Compartirán esta información con la Dirección Nacional de Mercadeo y Comunicaciones.
- La Dirección Nacional de Mercadeo y Comunicaciones mantendrá una estrategia activa y actualizada de relaciones institucionales y personales con periodistas y directivos de medios de comunicación, que permita a la institución establecer sólidas relaciones de confianza y apoyo con ellos.
- Los comunicados de prensa deben ser previamente avalados por quien dirija la Oficina de mercadeo y comunicaciones y, cuando sea necesario, deben ser autorizados por las máximas autoridades de UNIMINUTO.
- En toda ocasión, el vocero institucional ante la opinión pública es el Rector General o quienes reciban de él su delegación.
- Para cumplir debidamente con sus funciones, las oficinas de mercadeo y comunicaciones podrán impulsar y promover convenios institucionales y conservar los existentes, con la aprobación de los Rectores de sede o, cuando fuera necesario, del Rector General. Las redes de cooperación que puedan establecerse son de gran valor para el crecimiento de la institución.
- Todos los integrantes de la Comunidad educativa tienen la responsabilidad de preservar y propender por la conservación de la buena imagen corporativa de UNIMINUTO. Las Oficinas de mercadeo y comunicaciones están encargadas de verificar que la imagen institucional es usada correctamente y que el manejo de la información corresponde a ese esfuerzo conjunto.

#### **2.5. Sobre la divulgación y promoción de los programas académicos**

- De acuerdo con nuestros principios institucionales, la divulgación y mercadeo de programas académicos busca vincular a valiosos jóvenes a una causa institucional y a un modelo educativo integral que dota a los individuos de herramientas para su propio desarrollo humano, para mejorar su calidad de vida y para aportar a la construcción de un país mejor.

- Más que clientes que buscan y pagan por un servicio educativo, UNIMINUTO brinda a sus estudiantes educación integral de alta calidad, por lo cual debe propiciar, favorecer y promover la relación personal y el seguimiento del progreso individual de cada uno de ellos. Más allá de una mera visión comercial, nuestra labor está permeada por la espiritualidad eudista y la visión de nuestro fundador, P. Rafael García- Herreros.
- UNIMINUTO desarrollará acciones de mercadeo relacional orientadas a vincular, lograr la permanencia, el éxito académico de sus estudiantes y la obtención de su título profesional.
- UNIMINUTO mantendrá altos estándares de servicio y oportuna capacitación en quienes desempeñan responsabilidades relacionadas con la difusión de sus programas académicos.
- Las estrategias de difusión buscarán posicionar nuestra marca y razón de ser, generando en nuestros grupos de interés sentimientos y emociones que permitan amar y querer nuestros servicios. Esta intención se verá reflejada en los productos y elementos de difusión que se utilicen en la institución.
- Los instrumentos de comunicación y divulgación de nuestros servicios deben reflejar la calidad de la educación que se presta y tendrán en cuenta las características propias de las regiones y de las poblaciones en donde trabajamos.
- La información sobre la oferta académica que se brinda debe ser clara y precisa, por lo cual, los Vicerrectores académicos o sus delegados transmitirán información precisa a los gestores de mercadeo y comunicaciones.

## **2.6. Responsables de la política, comunicaciones con grupos de interés y criterios y guías de uso de los medios en UNIMINUTO**

- Por delegación del Rector General de UNIMINUTO, los Rectores de las sedes son responsables del cumplimiento de las políticas generales de mercadeo y comunicaciones. Delegados por ellos, los Directores o Coordinadores de Mercadeo y Comunicaciones velarán por el cumplimiento de estas políticas, de sus directrices y estrategias.
- Estas políticas se revisarán y actualizarán de acuerdo con las necesidades y el desarrollo de UNIMINUTO. La Dirección Nacional de Mercadeo y Comunicaciones coordinará esta labor y presentará al Rector General las propuestas de actualización.
- El Rector General aprobará toda actualización de las presentes políticas.
- Las estrategias de mercadeo y comunicaciones en UNIMINUTO y el uso de canales y medios de comunicación, estarán siempre determinados por los propósitos y objetivos institucionales y tendrán siempre en cuenta las necesidades de nuestros grupos de interés.
- Estos propósitos estarán claramente definidos, de modo que puedan evaluarse los logros de las estrategias utilizadas.
- La estrategia general de mercadeo y comunicaciones de UNIMINUTO seguirá los lineamientos del Plan de Desarrollo institucional, sus retos y componentes. Los planes anuales de acción, operación y de inversiones de las dependencias de mercadeo y comunicaciones de las diferentes sedes estarán alineados con los objetivos establecidos en el Plan de Desarrollo institucional.
- Las decisiones sobre la inversión necesaria para divulgar los programas académicos, los logros y la acción institucional, deben hacerse consultando estudios técnicos que garanticen el mayor impacto en nuestros grupos de interés y el mayor beneficio para UNIMINUTO.

## **2.7. Comunicaciones en situaciones de crisis o de emergencias.**

- En situaciones de crisis de cualquier índole, o de emergencias causadas por desastres naturales que puedan afectar la supervivencia, el prestigio institucional y el buen funcionamiento de la entidad, el Rector General es el vocero institucional autorizado para transmitir información interna y externamente.
- En dichas situaciones, el Rector General convocará un comité asesor para atender la emergencia o la crisis, compuesto por los funcionarios que tengan responsabilidad sobre la continuidad en la prestación de los

servicios, la atención a los medios de comunicación y la preservación del buen nombre y el prestigio institucional.

- En este comité se definirán los criterios para el manejo de la relación con los medios de comunicación y, de ser necesario, el Rector General designará a otros voceros.
- La institución contará con un manual actualizado para el manejo de las comunicaciones en situaciones de emergencias y de crisis, en el que se establecen los principios, responsabilidades, procedimientos y roles que deben asumir los responsables de atender a los representantes de los medios de comunicación. El manual indicará exactamente lo que se debe hacer antes, durante y después de una contingencia de emergencia o de crisis, con medidas de preparación y de protección. Dicho manual, una vez elaborado, debe ser conocido por cada uno de los integrantes de UNIMINUTO.
- Con el fin de operacionalizar la presente política en todas las rectorías y Vicerrectorías de sistema, se establecerán reglamentos, resoluciones, lineamientos y procedimientos, que emanaran de los entes rectores establecidos en el estatuto orgánico de UNIMINUTO.