

PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN U·HEMISFERIOS





El Manual de Protocolo de Comunicación Institucional es una herramienta estratégica donde se reflejan las políticas y procedimientos de comunicación de la Universidad Hemisferios, estableciendo guías para utilizar un mismo lenguaje Institucional en la relación con los diversos públicos de interés.

La gestión de la comunicación, al ser un proceso transversal inmerso en todos los niveles de la estructura institucional, contribuye a la difusión de los avances y logros de la institución, visibilizando su gestión y consolidando una imagen positiva interna y externa de la UHE

El objetivo principal es que el equipo interno comunique un mensaje unificado y claro, que consolide la imagen, posicionándonos en la mente de nuestros públicos.

INSTITUCIONALIDAD
UNIDAD
SERVICIO

Contenido

Manual de Comunicaciones UHemisferios	5
1. Comunicación Externa	5
1.1. Mensaje Estratégico	6
1.2. Vocero	7
1.3. Medios de Comunicación	8
1.4. ¿Cómo garantizamos el impacto y posicionamiento UHemisferios?	9
1.5. Redes sociales	09
2. Comunicación Interna	11
2.1. Instrumentos principales	12
2.2. Gestión de la información	14
2.3. Campañas internas	15
3. Manejo de Crisis	16
3.1. Comité de Crisis	17
3.2. ¿Cómo actuar?	17
3.3. ¿Qué no realizar en una crisis?	17
3.4. Recomendaciones	18
4. Eventos: ceremonial y protocolo (ver detalle en Manual de Eventos UHemisferios: Ceremonial y Protocolo)	19
4.1. Tipos de actos	20
5. Procesos de Comunicación	21



Comunicación **externa**

Manual de Comunicaciones UHemisferios

1. Comunicación Externa

A través de la comunicación externa, la Universidad se relaciona con sus diferentes públicos de interés, proyecta una imagen favorable y promueve la oferta universitaria.

Es por ello que, es indispensable segmentar los distintos públicos externos o vinculados a la UHemisferios, lo que nos permitirá establecer estrategias comunicativas específicas para cada uno de ellos.

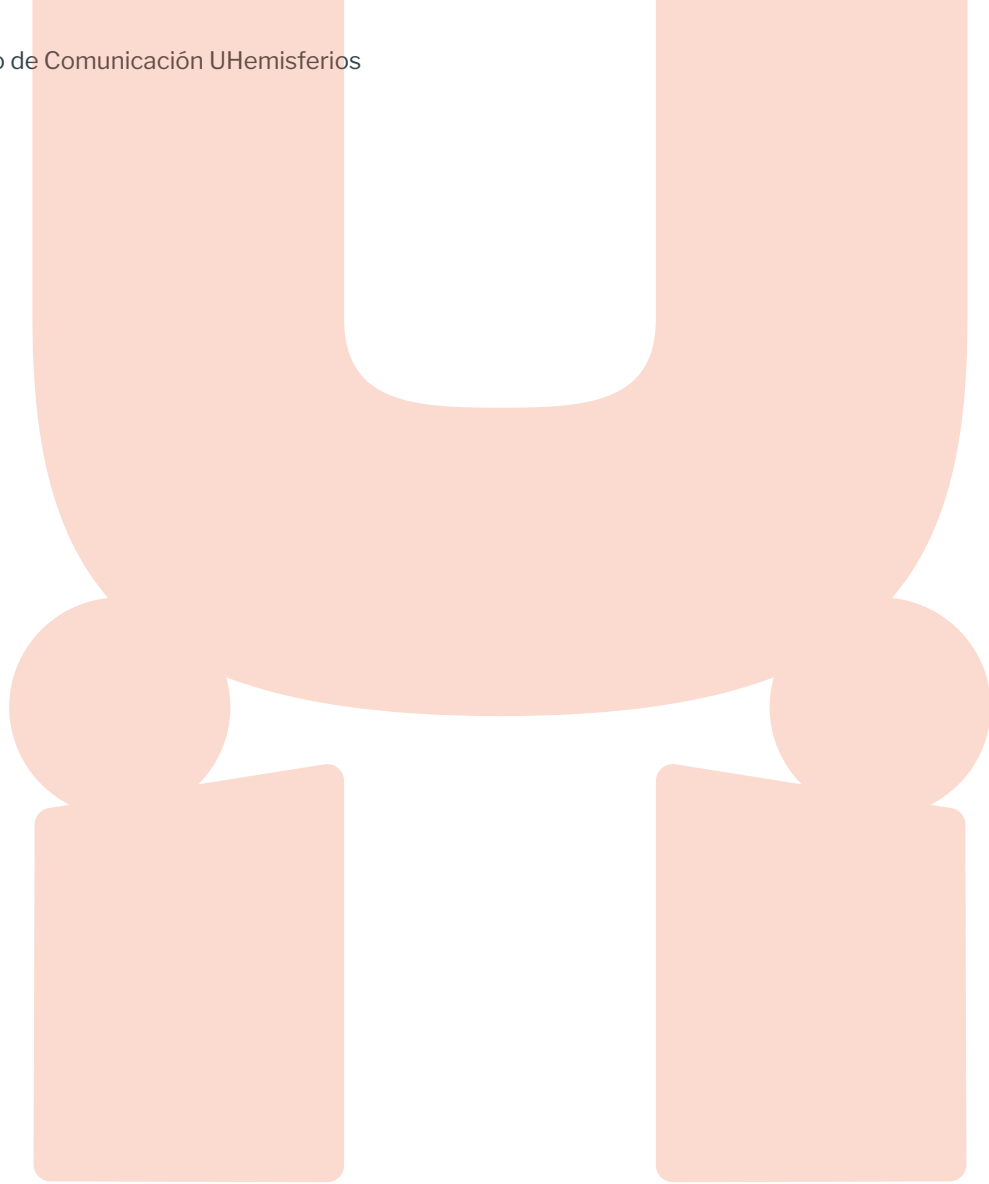
Los **públicos externos** de mayor interés son los siguientes:

- Sector gobierno: Presidencia / Gobierno Central / Vicepresidencia, Alcaldías, Asambleaístas, CES / SENESCYT / CEACES, Ministerios / Secretarías, Universidades Públicas, y Gobernaciones;
- Las empresas privadas y fundaciones: empresas privadas, cooperativas y la Cámara de Comercio;
- Los públicos financieros: bancos, mutualistas, y sociedades financieras;
- Los medios de comunicación y los líderes de opinión: prensa escrita nacional / local, canales de televisión públicos y privados, emisoras nacionales y locales, canales internacionales de televisión, portales de Internet, agencias de publicidad, productoras audiovisuales, SECOM, influencers y microinfluencers;
- Público internacional: universidades hermanas, universidades extranjeras hispanoparlantes y anglosajonas, organismos multilaterales, agencias de cooperación internacional, embajadas de países, Iglesia Católica, y empresas multinacionales;
- Colegios proveedores;
- Graduados / Alumni;
- La comunidad o área de influencia: asociaciones civiles / ONG's, universidades y colegios privados, barrios limítrofes, asociaciones académicas, grupos étnicos y minoritarios;
- Donantes: sector privado empresarial, personalidades, fundaciones, institutos de investigación, egresados, graduados, empleados, asociaciones de amigos.

Herramientas para acercamiento a públicos estratégicos:

- Los medios de comunicación propios: página web, redes sociales, correo institucional;
- Eventos (conferencias, encuentros, charlas, ferias, foros, capacitaciones, seminarios, etc.);
- Comunicados institucionales – Komunikándonos, boletines informativos / prensa, ruedas de prensa;
- Agenda de medios.
- Blogs





Mensaje estratégico

1.1. Mensaje Estratégico

Slogan: “Sé parte de algo más grande”

1.1.1. Mensaje Principal

“Por nuestra inspiración cristiana creemos en personas más justas y humanas que busquen la verdad, hagan el bien y, como consecuencia, transformen la sociedad.”

Justificación:

Somos Universidad Hemisferios, una institución ecuatoriana de educación superior fundada en el 2004. Somos portadores intelectuales, garantes y promotores científicos de las riquezas de nuestra nación y su excepcional diversidad cultural, étnica, geográfica, biológica y humanística. Nos esforzamos para trabajar siempre con categoría académica y tono humano, en un ambiente solidario y de amable libertad. Aportamos profesionales altamente calificados, capaces de resolver las necesidades de la sociedad con empatía y pasión.

DIRECTRIZ:

Es fundamental dominar el mensaje principal, y comprender la justificación con el cual la Universidad se posicionará.

1.1.2. Mensajes secundarios

- Formamos profesionales altamente calificados en un entorno ético, innovador, ecológico, investigador y con tecnología de punta, atendiendo las necesidades de la sociedad;
- Conseguimos una verdadera transformación de la sociedad, atendiendo sus necesidades, buscando la verdad y generando el bien común;
- Evolucionamos por medio de la calidad, la innovación y la ética, marcando y transformando la vida de nuestros estudiantes y de la comunidad donde interactúan.
- Cuando hablamos del futuro, no podemos hablar individualmente; es algo que se construye en comunidad porque nuestras decisiones impactan a los demás.
- Aquí formamos profesionales que transforman el mundo, porque sabemos que nuestra profesión impacta, pero el tipo de persona que somos es lo que hace la diferencia
- Lo que haces con tu carrera impacta. Lo que haces con tu vida transforma.

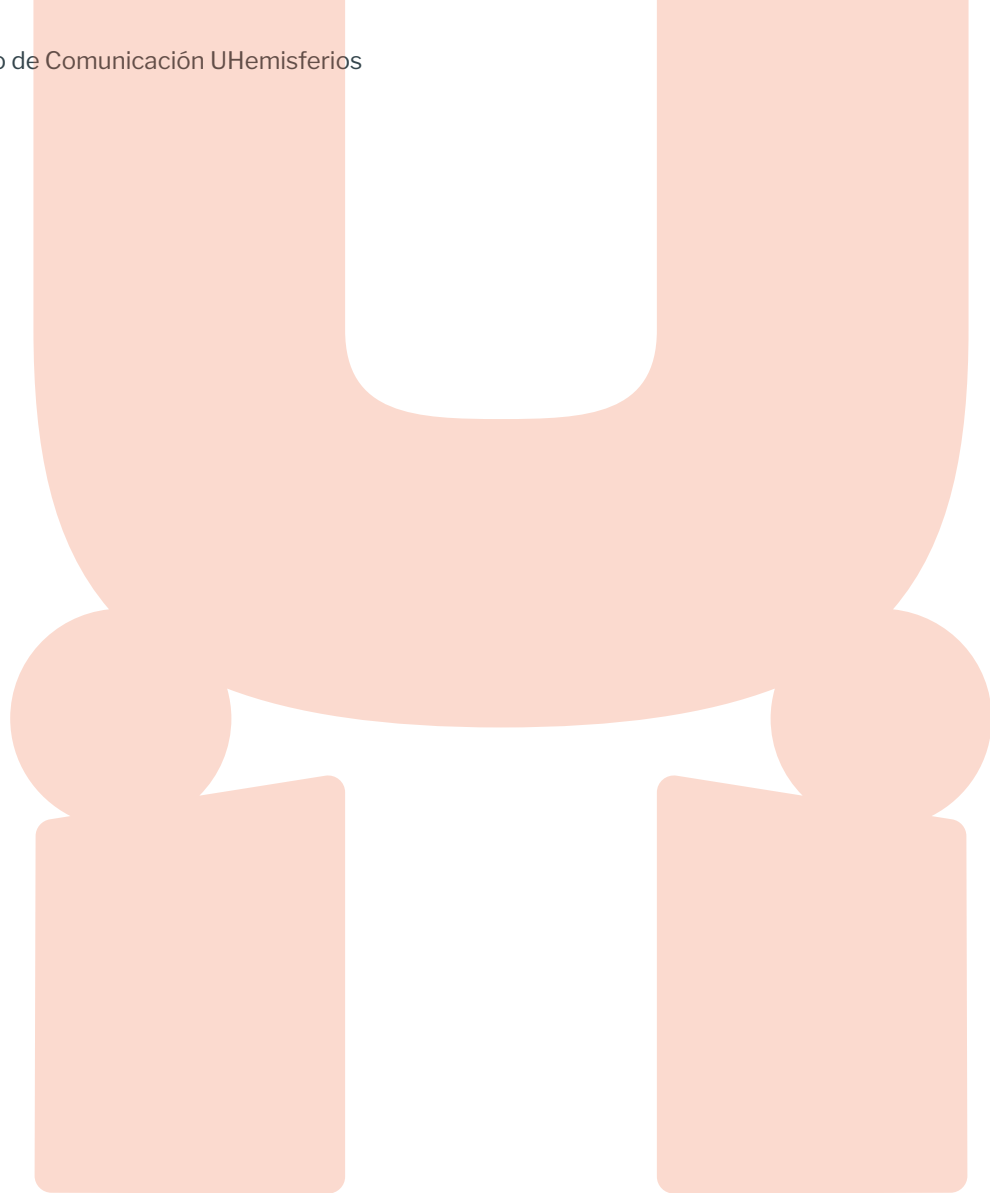
1.2. Vocero

La vocería de la Universidad está a cargo del Rector, Vicerrector Académico, y/o Gerente General, o bien de quién el Rector designe dependiendo de las circunstancias.

DIRECTRIZ:

Si usted es invitado algún medio de comunicación, o bien a participar en un evento como representante de la Universidad, deberá poner en conocimiento de la Dirección de Comunicación Institucional, con la finalidad de poder apoyar con una línea argumental clara.





Medios de comunicación

1.3. Medios de Comunicación

Cuando existan requerimientos de información o entrevista por parte de los medios de comunicación, se deberá:

- Comunicar directamente a la Dirección de Comunicación;
- Previo remitir información relevante o aceptar entrevista alguna, permitir que la Dirección de Comunicación Institucional analice el requerimiento / motivación del periodista; a fin de orientar adecuadamente nuestro accionar (mensaje claro – posicionamiento).

DIRECTRIZ:

Se debe enviar una foto de buena calidad de su participación en el medio para hacer la cobertura necesaria en redes sociales.

1.4. ¿Cómo garantizamos el impacto y posicionamiento UHemisferios?

1.1.4.1. Comunicar oportunamente la planificación de actividades y eventos a desarrollarse en cada Facultad y área administrativa, siendo estos de interés público interno y externo;

1.1.4.2. Garantizar que las piezas comunicacionales cuenten con el aval de la Dirección de Comunicación Institucional previa su difusión y que estén alineados al Brandbook;

1.1.4.3. Constatar el uso adecuado de la imagen universitaria en eventos internos o externos, y actividades públicas y privadas.

1.5. Redes sociales

Las redes permiten expandirse, sostenerse, mantenernos comunicados y posicionar nuestra gestión institucional.

La Universidad Hemisferios cuenta principalmente con cinco redes sociales:

- Facebook: @uhemisferios
- Twitter: @uhemisferios
- Instagram: @uhe.official
- LinkedIn: Universidad Hemisferios

De igual manera, algunas Facultades y servicios de la UHemisferios cuentan con usuarios relacionados a la Universidad.

DIRECTRICES:

- La información que se suba a redes sociales debe tener contenido alineado a los principales atributos de la marca establecidos bajo el Modelo de Gestión Estratégica de UHemisferios;
- Los contenidos deben estar orientados a una planificación y con un objetivo establecido;
- Los diseños y artes deben estar alineados a nuestro [brand book](#);
- Los diseños y artes serán revisados y aprobados por la Dirección de Comunicación;
- Los nombres de usuarios deben ser redactados de la siguiente manera:

FACEBOOK

- o gastronomia.uhe
- o musica.uhe

- o comunicacion.uhe
 - o humanas.uhe
 - o empresariales.uhe
 - o derecho.uhe
 - o educación.uhe
 - o salud.uhe
 - o alumni.uhe
- Es importante que los docentes no promuevan dentro de sus clases realizar trabajos o actividades relacionadas a la apertura de cuentas en redes sociales que involucren el nombre de la Universidad Hemisferios o donde se mencione el nombre UHemisferios, UDLH, UHEMISFERIOS, entre otras. Ello confunde y afecta a la imagen de la Universidad;
 - La administración de las cuentas de Facebook de cada Facultad están a cargo del Decano, o su delegado, y el punto focal de comunicación (denominado: COCO), es de su responsabilidad los contenidos generados. En caso de que no se orienten a las estrategias de UHemisferios, se solicitará bajar las publicaciones;
 - Además, se gestionará mediante un Community de la Universidad el contenido que se distribuya mensualmente en las redes de Facultades;
 - La administración de la cuenta principal de la Universidad está a cargo de la Dirección de Comunicación Institucional, la gestión de respuesta a los pedidos de información y promoción de la UHemisferios está a cargo de la Dirección Comercial.
 - o La biografía estará abierta para que los usuarios puedan comentar sus apreciaciones y sugerencias;
 - o En el caso de que los comentarios sean positivos, las respuestas a las publicaciones serán de forma cordial y mostrando un carácter afable y simpático. Ej. Iniciar con un “Hola + nombre del usuario”. Cerrar entre signos de exclamación con un “¡Gracias por escribirnos!”, “¡Saludos!”;
 - o En el caso de ser una crítica no se utilizarán los signos de exclamación;
 - o Siempre que la crítica pueda resolverse en público y no tenga más dimensión, daremos una respuesta pública. De lo contrario, se responderá de manera interna;
 - o En el caso de tratarse de una incidencia que no podamos resolver de inmediato responderemos con un mensaje como: “Lamentamos lo que nos comentas” y se indicará la solución que se le va a ofrecer al público.
 - o En el caso de tener que gestionar una incidencia con datos del público: “Lamentamos lo que nos comentas. Por favor, envíanos un mensaje privado con tus datos y nos pondremos en contacto contigo”.

Nota: las cuentas relacionadas a Universidad de Hemisferios en cualquier red social (Enfermería, Foro Radial, entre otras) serán analizadas por la Dirección de Comunicación a fin de determinar la necesidad de darlas de baja o mantenerlas activa.





Comunicación interna

2. Comunicación Interna

2.1. Instrumentos principales

2.1.1. Pack de bienvenida | Personal nuevo

El personal nuevo que ingresa a formar parte de la familia UHemisferios debe ser orientado por el área de Talento Humano con una guía para ubicarse en el puesto asignado.

El área de Talento Humano deberá informar a la comunidad interna sobre la incorporación de nuevo personal, mediante una pieza gráfica alineada a la imagen Institucional, donde se detalle fotografía (fondo blanco o universitario), nombre, cargo, área a la que pertenece, ubicación física y extensión.

A su vez se le entregará un pack de bienvenida, insumo que se entrega al funcionario nuevo, a fin de darle la bienvenida y situarlo en su nueva responsabilidad. Mediante este insumo conocerá los aspectos más relevantes de la Universidad a nivel macro. Este contiene:

- Dossier de la principal información de UHemisferios (presentados de una forma dinámica - gráfica);
- ¿Quiénes son sus compañeros? Directorio de todas aquellas personas con las que trabajará más a menudo, teléfonos, e-mail, perfil profesional, y principales tareas que desarrolla en su departamento;
- Carpeta/Dossier donde introducir aquellos documentos sensibles y que deban guardarse;
- Información sobre beneficios que otorga la Universidad a nivel social, salud, laboral;
- Bienvenida del Rector / Gerente General;

Este pack debe ser coordinado por la Dirección de Talento Humano, con la asesoría de la Dirección de Comunicación.

2.1.2. Correos electrónicos

La comunicación interna vía correo electrónico debe realizarse siempre con el mail Institucional, y considerar lo siguiente:

Cuerpo del correo:

- Letra Candara | tamaño 11 pts. | justificado | color azul oscuro / negro | evitar colores estridentes.

Destinatarios:

- Se recomienda analizar los destinatarios previo envío de comunicaciones.
- Es importante que no toda comunicación sea copiada o dirigida al Rector, Vicerrector o Gerente General, se debe determinar el nivel de relevancia para comunicar únicamente a las personas directamente relacionadas.

Todo mail recibido debe contar con una respuesta al remitente, como por ejemplo: “Recibido”, “Gracias”, “Lo revisaré pronto”, entre otras.

Recuerda:

Evitar usar diminutivos o abreviaciones para dirigirse al personal, procura mantener formalidad en la redacción de tus correos.

Firma:

El uso de la firma institucional es de carácter obligatorio para todo el personal de la UHE y deberá utilizarse bajo este estricto modelo:



Mails identificados para difusión de información:

- Mail Comunicación Institucional | dircom@uhemisferios.edu.ec: uso exclusivo de la Dirección de Comunicación por este medio se difundirá la información de interés y relevancia universitaria a docentes, estudiantes, y personal interno; destacando los eventos principales, logros o noticias más importantes, y Komunikándonos; la demás información se ingresará en Intranet.
- Mail de Desarrollo Organizacional | desarrollorganizacional@uhemisferios.edu.ec: uso exclusivo de la Dirección de Talento Humano, por este medio se informará lo más importante al recurso humano interno de la UHemisferios; en cuanto a difusión de cumpleaños, notas de condolencias, ingreso de personal nuevo, roles de pago, beneficios, entre otros aspectos se comunicará a través de la Intranet;
- Mail de Alumni | alumni@universidad.uhemisferios.edu.ec: uso exclusivo de la Coordinación de Alumni para mantener vínculo con ex alumnos;
- Mail de Excelencia Estudiantil | excelenciaestudiantil@universidad.uhemisferios.edu.ec: se suprime este mail.
- Mail de Laborum | laborum@uhemisferios.edu.ec: uso exclusivo para promover la bolsa de empleo UHemisferios.
- Mail Internacionalización | internacionalizacion@uhemisferios.edu.ec uso exclusivo para promover temas relacionados a intercambios y convenios con universidades del exterior.

DIRECTRICES:

- La información que vaya a ser remitida de manera masiva vía mail Institucional debe estar alineado a la imagen Institucional y **validada** por la Dirección de Comunicación.
- Si algún área requiere la creación de un mail Institucional para difusión de información, debe solicitar aprobación de la Dirección de Comunicación, previa solicitud a la Dirección de Tecnología.

2.1.2.1. Boletín virtual Komunikándonos (ver detalle en Manual de uso y estilo del Boletín Interno Komunikándonos)

Es un medio de comunicación interna que cumple la función de difundir información, actividades y eventos de interés a toda la Comunidad Universitaria.

DIRECTRICES:

- Los contenidos del boletín serán enviados por los COCO's de las Facultades y áreas administrativas mediante el formulario establecido: DirCom-007-2022;
- La información debe estar acorde con la imagen corporativa de la UHemisferios. ([Brandbook](#));
- La información y el mensaje publicado deben ir en congruencia con los valores y principios de la Universidad Hemisferios.

2.1.3. Intranet

La intranet es una red Institucional de información, que integra a las personas, los procesos y las informaciones que genera la Universidad.

El único público al que nos dirigimos para causar un impacto son los funcionarios internos.

En esta herramienta nos enfocaremos en cuatro elementos claves: actualización constante (contenidos nuevos o de interés), diseño intuitivo (sencillo - claro), posibilidad de personalizar (segmentándolo a los diferentes públicos de la Universidad), y accesibilidad (solo desde el campus).

DIRECTRICES:

- La información que se ingrese a la Intranet será coordinada con los COCO's tanto de Facultades como de áreas administrativas;
- Se solicita el apoyo permanente a los requerimientos de insumos para poder gestionar la intranet de manera adecuada y eficiente.

2.1.4. Carteleras físicas y virtuales (ver detalle en Manual de administración y uso de las carteleras en UHEMISFERIOS)

Las Facultades tienen asignadas puntos específicos de publicación de información física relacionada a cada ámbito de acción.

DIRECTRICES:

- La información, afiches, posters, comunicados, matrices informativas y cualquier otro insumo debe ser **aprobado** por la Dirección de Comunicación Institucional;
- La información, afiches, posters, comunicados, matrices informativas y cualquier otro insumo deben ser **colocados** por Facultad, GEST, y/o área administrativa, orientándose netamente a la actividad universitaria;
- Los insumos para colocar en las carteleras deben ser puestos con tachuelas metálicas, mas no mezclar los colores de tachuelas, y deben manejar un esquema ordenado;
- Está prohibido colocar / pegar informativos en las ventanas de cualquier oficina o espacio público. Se podría analizar esta posibilidad, dependiendo de la situación;
- Los insumos que no se alineen al ámbito de acción serán retirados inmediatamente.

1.2.2. Gestión de la información

La gestión de la información es el punto estratégico para promover y difundir de manera oportuna la actividad de la Universidad.

Es por ello, la relevancia de **ordenar** la información que genera cada área administrativa o Facultad. Para ello, se han establecido formatos y matrices, mismos que serán socializados y deben cumplir con plazos de envío.

Formatos para gestión de información:

- [FR.CO.UH.01: Formulario Línea argumental eventos](#)
- [FR.CO.UH.02: Formulario Solicitud de Pieza gráfica](#)
- [FR.CO.UH.03: Formulario de Difusión de Noticias](#)
- [FR.CO.UH.04: Formulario Solicitud Brief Comunicacional](#)
- [FR.CO.UH.05: Difusión Información Komunikádonos](#)
- [FR.CO.UH.06: Solicitud Actualización Página Web](#)
- [FR.CO.UH.07: Solicitud Eventos Online](#)
- [FR.CO.UH.08: Formulario Cierre Eventos](#)

- [MN.CO.UH.01: Manual Identidad UHemisferios](#)
- [MN.CO.UH.02: Manual de Comunicación UHemisferios](#)
- [RG.CO.UH.01: Registro Planificación Actividades](#)
- [RG.CO.UH.02: Registro Cuerpo Docentes UHemisferios](#)
- [RG.CO.UH.03: Registro de Reuniones](#)

DIRECTRICES:

- Las áreas administrativas deberán designar un punto focal de comunicación – denominado COCO - para la emisión de información periódica a la DirCom;
- Las Facultades deberán designar un punto focal de comunicación – denominado: COCO - por Facultad o bien por carrera para la emisión de información periódica a la DirCom. Este punto focal debe dominar la información y las actividades que desarrolla el área;
- Los denominados COCOs serán los responsables directos, delegados de los decanos para toma de decisiones y envío de información clave para posicionar cada Facultad y/o área administrativa;
- Informar a la Dirección de Comunicación Institucional sobre fechas relevantes relacionadas a su ámbito de acción, noticias destacadas de su gestión, entre otros aspectos considerados importantes.
- En caso de requerir maquetación de información, [revisar este documento](#).

1.2.3. Campañas internas

DIRECTRICES:

- Las áreas administrativas y Facultades que quieran implementar una campaña interna, con la finalidad de motivar, desarrollar o mejorar el sentido de pertenencia de nuestro público interno o bien para posicionar o dar a conocer temáticas específicas, deberán coordinar con la Dirección de Comunicación Institucional y emplear el DirCom-006-2022: Formato Brief.





Manejo de crisis

3. Manejo de Crisis

Las crisis pueden incidir negativamente en una organización impidiendo que ésta alcance sus objetivos, y a su vez, impactar en la imagen de la Universidad.

Es fundamental plantearse las estrategias y las acciones claves para enfrentar este tipo de situaciones, en donde la relación con los medios de comunicación es importante, a fin de crear un diálogo abierto y emitir información clara y precisa que genere confianza y credibilidad en la gestión que realiza UHemisferios, con ello, evitar caer en desinformación y críticas que afecten su imagen.

La línea argumental de pronunciamientos en esta situación dependerá, exclusivamente, del Comité de Crisis, mediante el cual se tomarán las decisiones correspondientes, se realizarán las consultas respectivas, y se orientará sobre cómo y quién tendrá la vocería.

3.1. Comité de Crisis

El Comité de Crisis estará conformado por:

- Rector;
- Vicerrector Académico;
- Gerente General;
- Decano de la Facultad de Comunicación;
- Experto en manejo de crisis;
- Dirección de Comunicación Institucional;
- Delegados por Rector.

3.2. ¿Cómo debe actuar el representante o vocero?

- Empoderarse de la situación;
- Conocer el qué, quién, cómo, dónde, y por qué de la crisis;
- Establecer un mensaje claro;
- Rapidez y seguridad;
- Ser breve y conciso;
- Generar información oportuna a los medios de comunicación y atenderlos;
- Reflejar los hechos de manera transparente;
- No especular;
- Mostrar rostro humano.

3.3. ¿Qué evitar en una crisis?

- Si no es noticia, no se debe generar una (magnificar el problema);
- Permitir varios voceros con mensajes dispersos;
- Permitir que otros actores informen primero a los medios de comunicación;
- Hacer promesas;
- Acusar a otros.

1.3.4. Recomendaciones

En una crisis es necesario facilitar la labor informativa, puesto que los medios de comunicación difundirán con o sin ayuda la noticia.

Las comunicaciones de crisis dependen de ganar o perder el apoyo de personas que hacen opinión positiva, no sesgadas, y justas. Para ello se debe:

- Mantener un solo eje informativo para cada boletín;
- Ser el primero con la noticia, si no hay noticia importante, llenar la brecha con material relevante de relleno. Al darle a la prensa los hechos reduce en ellos la tentación de especular sobre el incidente;
- Ser la primera fuente de información autorizada;
- Ser proactivo en su respuesta a la crisis;
- Realizar conferencias de prensa;
- Ser compasivo y demostrar interés;
- Refutar falsas acusaciones acerca de la Universidad;
- Mantener a las personas afectadas por el incidente informadas;
- Ajustar las emociones y los mensajes a los ánimos del momento.

DIRECTRIZ:

Informar a la Dirección de Comunicación Institucional si observa situaciones que pueden desembocar en una crisis, alertar sobre los actores involucrados y el impacto que podría tener directamente a la UHemisferios.





Eventos
ceremonial y protocolo

1.4. Eventos: ceremonial y protocolo (ver detalle en Manual de Eventos UHEMISFERIOS: Ceremonial y Protocolo)

La Universidad Hemisferios requiere de formalidades para la organización y desarrollo de los actos, con la finalidad de otorgarle la solemnidad que corresponda. También, ordenar el ceremonial de los actos para toda la Institución.

[Ver protocolo de eventos UHE.](#)

1.4.1. TIPOS DE ACTOS

- Actos solemnes: aniversario Institucional, inauguración del año académico, entrega de grados académicos honoríficos, entre otros.
- Actos Institucionales: inauguración de obras dentro de la Universidad, entrega de reconocimientos y homenajes en general.
- Actos interinstitucionales: firma de convenios, visitas protocolares nacionales e internacionales, entrega de donaciones, y actos que involucren a otras instituciones sean estas públicas o privadas, entre otros.
- Actos académicos: premiaciones, presentación o lanzamiento de libros, inauguración y/o clausura de actos académicos (seminarios, talleres, congresos, etc.), investidura de profesores titulares, entrega de título y diplomas, entre otros.

DIRECTRICES:

- Todo tipo de acto debe ser comunicado e informado a detalle y con anterioridad a la Dirección de Comunicación, remitiendo en formato DirCom-003-2022: Formato Línea argumental para difusión;
- En caso de que se requiera mayor información se solicitará en su momento;
- Actos solemnes: organización a cargo de la Dirección de Comunicación Institucional en conjunto con las unidades correspondientes (académicas o administrativas);
- Actos Institucionales: la Dirección de Comunicación Institucional prestará asesoría y apoyo a la unidad directamente beneficiada, quien será responsable en lo relacionado a la coordinación y desarrollo de la ceremonia;
- Actos interinstitucionales: la Dirección de Comunicación Institucional prestará asesoría y apoyo a la Facultad o departamento directamente beneficiado de los acuerdos alcanzados con otras instituciones sean públicas o privadas;
- Actos académicos: la unidad gestora de la iniciativa es la responsable de la organización y coordinación de los actos académicos, bajo el apoyo y asesoría de la Dirección de Comunicación.



1.5. Eventos Online



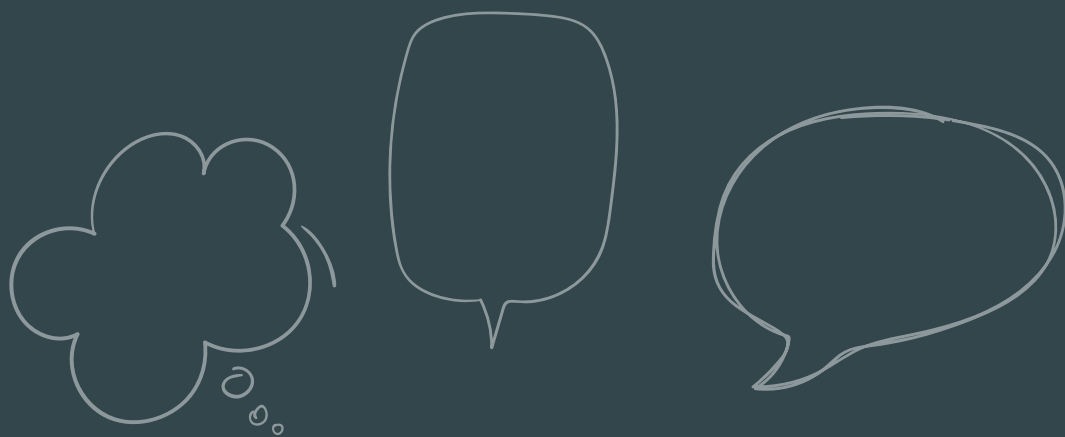
Para eventos con Transmisión en vivo/Streaming:

- 1.- Conectarse al link de la sala de zoom enviado/ agendado al mail del organizador por Leonardo Alvarado o Andrés Alvarado
- 2.- La sala se abrirá 15 minutos antes, solo se dará acceso a la lista de personas que el organizador deberá enviar previamente junto a la solicitud de arte del evento al correo mariajoser@uhemisferios.edu.ec
- 3.- Se rotará el poster del evento, videos promocionales de la Universidad y de la marca/facultad al momento de iniciar el evento. Todos estos aspectos se les indicará a los organizadores/maestra de ceremonia/ponentes dentro de los 15 minutos previos a lanzar la transmisión.
- 4.- Es importante estar atentos al contador de pantalla que indica en cuánto tiempo estaremos al aire.
- 5.- La cámara de todos los ponentes deberá permanecer encendida, su micrófono apagado mientras no estén interviniendo.
- 6.- Solicitamos se asigne a un estudiante/ ayudante para que pueda filtrar las preguntas que se generen en Facebook Live



Para eventos en zoom:

- 1.- Todos los eventos que se realicen por Zoom serán configurados para que los participantes no puedan activar su cámara ni su micrófono. En caso de que se necesite que los participantes puedan tener este permiso se deberá notificar este aspecto al momento de hacer la solicitud de sala.
- 2.- Conectarse al link de la sala de zoom enviado/ agendado al mail del organizador por Leonardo Alvarado o Andrés Alvarado.
- 3.- La sala se abrirá 15 minutos antes, solo se dará acceso previo a la lista de personas que el organizador deberá enviar previamente junto a la solicitud de arte del evento al correo mariajoser@uhemisferios.edu.ec
- 4.- No se dará acceso a ningún participante si no se encuentra con su nombre y apellido.
- 5.- Se rotará el poster del evento, videos promocionales de la Universidad y de la marca/facultad al momento de iniciar el evento. Todos estos aspectos se les indicará a los organizadores/maestra de ceremonia/ponentes dentro de los 15 minutos previos a lanzar la transmisión.
- 6.- A los ponentes se les concederá el permiso de “coanfitrión” para que puedan proyectar su presentación si la disponen.
- 7.- Es importante estar atentos al contador de pantalla que indica en cuánto tiempo estaremos al aire.
- 8.- La cámara de todos los ponentes deberá permanecer encendida, su micrófono apagado mientras no estén interviniendo.
- 9.- Solicitamos se asigne a un estudiante/ ayudante para que pueda filtrar las preguntas que se generen en el chat



Procesos

DirCom

(Dirección de Comunicación)

Procesos internos DirCom

Creación de mails para difusión o cuentas redes sociales



La Universidad Hemisferios cuenta con canales oficiales de comunicación dentro de los cuales se ha restringido la creación de cuentas institucionales para las diferentes facultades y áreas administrativas.



En el caso de que las facultades o las áreas administrativas requieran aperturar una cuenta de email, deberán solicitar autorización a la Dirección de Comunicación previo envío de requerimiento a la Dirección de Tecnología.



Paso 1:

Las facultades o áreas administrativas envían un mail institucional a la Dirección de Comunicación solicitando la creación de mail institucional donde se detalle:

- Nombre del mail propuesto
- Objetivo de uso del mail

Paso 2:

La Dirección de Comunicación revisa requerimiento.

- **Aprueba:** enviar el autorizado con copia a Dirección de Tecnología.
- **No aprueba:** enviar el no autorizado con el argumento y con copia a Dirección de Tecnología.



Procesos internos DirCom

Cartelera

Las carteleras son un medio de comunicación interna, donde se informa sobre actividades de interés común universitaria o bien se implementan campañas asociadas a temas universitarios, y que estén alineados al ideario de la Universidad.

Las piezas gráficas que se implementan en las carteleras pueden ser:



1 Informativos de seminarios, cursos, charlas, conferencias, talleres, etc generados por las facultades o áreas administrativas. Éstas deben estar acorde a la línea gráfica de la Universidad. Es decir, buen uso del logo de la Universidad como de las facultades, colores institucionales, y tipografía adecuada.

Informativos de seminarios, cursos, charlas, conferencias, talleres, etc de organizaciones o instituciones externas que solicitan apoyo para difusión interna. Estas deben ir acorde al ideario de la Universidad y ser de contenido académico.



- Las piezas gráficas deben contar con la autorización de la Dirección de Comunicación (sello Dirección de Comunicación) para implementar en las carteleras.

- Las piezas gráficas deben colocarse con cinta doble faz, o bien con tachuelas metálicas planas. No se autoriza la colocación de tachuelas de colores.



Paso 1:

Solicitar autorización a la Dirección de Comunicación para colocar pieza gráfica.

¿Cómo? Acercarse a la oficina de la Dirección de Comunicación para solicitar autorización del sello en la pieza gráfica

Paso 2:

- Si autoriza:

se coloca sello de la Dirección de Comunicación

- No autoriza:

Por no aplicar línea gráfica se solicita realizar cambios en la pieza gráfica (una vez hechos los cambios vuelve a pedir autorización).

Por no ser de aspecto académico o de interés de la comunidad universitaria: no se coloca en ninguna cartelera.



Paso 3:

Colocar en la cartelera asignada el área correspondiente y dependiendo del número de piezas se ubica en que carteleras implementar.

Paso 4:

Una vez culminada la actividad, el responsable del evento deberá retirar la pieza gráfica de la cartelera.

Procesos internos DirCom



Eventos

La Dirección de Comunicación tiene la responsabilidad de asesorar y apoyar en la organización de eventos que la Universidad realice tanto a nivel de facultades como en la parte administrativa.



Los eventos y las actividades que se realicen deben estar planificadas y reflejadas en la Matriz de Planificación de Actividades que se remite a inicios del mes de enero y julio. Ésta se debe actualizar de manera permanente en el caso de existir cancelación, reprogramación o incorporación de eventos.

De igual manera, en caso de requerir piezas gráficas se debe solicitar mediante el formato correspondiente máximo con 48 horas de anticipación. Así también enviar el formato de línea argumental, con la finalidad de difundir el evento y elaborar notas informativas correspondientes tanto para página web como para redes sociales.



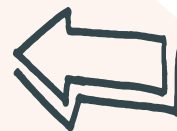
Paso 1:

Las facultades / áreas administrativas informan sobre evento a realizar via mail (mínimo 2 semanas antes), adjuntando la matriz de planificación de actividades.

Paso 2:

DirCom revisa el objetivo de evento, beneficios para la universidad y sus participantes / invitados.

- **Aprueba:** remitir aprobado a facultad o área administrativa.
- **No aprueba:** remitir observaciones y retroalimentación.



Paso 3:

Las facultades / áreas administrativas envían formato de reserva de auditorio o lugar donde se desarrollará la actividad y solicitud de insumos necesarios a Mirella Merino - Rectorado. En caso de que el evento sea a nivel externo, informar si se requiere cobertura de fotografía - video.

Paso 4:

Una vez confirmada la reserva del auditorio (por parte de la asistencia de rectorado) o el aula (por parte de la secretaría académica), se procede:

- Enviar pieza gráfica a la Dirección de Comunicación por la elaboración, elaborar las notas informativas, verificar logística y protocolo junto con organizadores.



Paso 5:

Las facultades / áreas administrativas envían informe de cierre de evento, una vez culminado el evento, a la Dirección de Comunicación y Rectorado.

Procesos internos **DirCom**

Participación de Vicerrector o Gerente General

Para la participación de Rector, Vicerrector o Gerente General en eventos o actividades académicas es indispensable seguir el siguiente proceso:

**Paso 1:**

Una vez que la actividad académica o el evento está autorizado por el Decano, las facultades o áreas administrativas proceden a completar la matriz DirCom-001-2022 en donde solicitan la presencia del Rector, Vicerrector o Gerente General. Ésta debe ser enviada a la Dirección de Comunicación.

La Dirección de Comunicación revisa el formato en su totalidad y analiza si es pertinente la participación de la autoridad.

- Aprueba: pone a consideración de las autoridades involucradas.
- Aprueba autoridad: se informa Asistencia de Rectorado para su agenda.
- No aprueba: devolver a Facultad o área administrativa.

Paso 2:

Procesos internos DirCom

Elaboración de **piezas gráficas** (eventos, seminarios, certificados, etc)



Las piezas gráficas deben estar alineadas a la línea gráfica institucional. Es por ello, que para eventos, seminarios, actividades académicas, entre otros deben solicitar a la Dirección de Comunicación las piezas correspondientes con 48 horas de anticipación.



Para ello, se solicita enviar formato Dircom-004-2022, con la finalidad de remitir la información, los contenidos y demás contenido que corresponda.



Paso 1:

Las facultades o áreas administrativas envían formato DirCom-004-2022 con 72 horas de anticipación.

La Dirección de Comunicación revisa el formato en su totalidad.

- Aprueba: remitir a diseñador para elaboración de pieza gráfica.
- No aprueba: devolver a Facultad o área administrativa para completar contenido o insumos necesarios.



Paso 2:



Paso 3:

La Dirección de Comunicación revisa pieza gráfica de diseñador.

- Aprueba: remitir a Facultad o área administrativa.

Paso 4:

La Dirección de Comunicación envía pieza final a Facultad o área administrativa.



Paso 5:

(Facultad o área administrativa) Valida pieza gráfica.

- Aprueba: publicar en redes sociales.
- No aprueba: devolver a DirCom para cambios o retorno a paso 2.

Procesos internos **DirCom**

Publicación de información en **Komunikándonos**, noticias página web, difusión en redes sociales



La gestión de cada Facultad y área administrativa debe comunicarse a la Dirección de Comunicación con la finalidad de difundir las actividades y logros que se obtienen como Universidad.



Para ello, es fundamental que las actividades que se realizan, a nivel interno o externo, y en las cuales participan nuestros docentes y/o estudiantes se comuniquen mediante el formato DirCom-012-2022 acompañado de fotografías.



Paso 3:

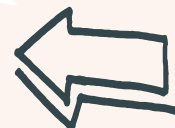
Las facultades o áreas administrativas envían a la Dirección de Comunicación formato DirCom-012-2022.

- Komunikándonos: envía información hasta viernes - 12h00.
- Página web: una vez culminado el evento y/o participación de representantes de Universidad.
- Redes Sociales: enviar de manera inmediata vía whatsapp, posterior a ello formalizar con envío de formulario para generar nota en página web.

Paso 2:

La Dirección de Comunicación revisa el contenido.

- Aprueba: elaborar notas informativas, sea para Komunikándonos, página web y/o redes sociales.
- No aprueba: devolver a Facultad o área administrativa para completar información o sustento de ser el caso - inicia paso 1.



Paso 3:

La Dirección de Comunicación procede con la publicación.

