



Plan Estratégico de Comunicación P E C



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

Presentación

Las Unidades Tecnológicas de Santander son una Institución de Educación Superior constituida como establecimiento público del orden departamental, de carácter tecnológico, creada por la Asamblea Departamental mediante Ordenanza No 90 de 1963 como Instituto Tecnológico de Santander. Con Ordenanza No 21 del 15 de diciembre de 1981, fue reestructurada como establecimiento público con autonomía administrativa, patrimonio independiente y cambió su denominación por la de Tecnológico Santandereano, de acuerdo al Decreto 080 de 1980. Mediante Ordenanza No 29 del 17 de diciembre de 1985, la Asamblea Departamental ordenó que a partir de enero de 1986 fuera cambiado su nombre por el de Unidades Tecnológicas de Santander.

Como se contempla en el Proyecto educativo institucional, el quehacer de las UTS se asume desde los campos de acción de la formación integral, la investigación e innovación competitiva y la extensión con pertinencia social, a través de los cuales se cumple la misión institucional y se proyecta el alcance de la visión en 2030. (Unidades Tecnológicas de Santander, Proyecto Educativo Institucional, 2020, págs. 45-48)

En el marco del Plan Estratégico de Desarrollo Institucional 2021 – 2027, el eje estratégico 5: UTS sostenible, “Comprende un enfoque sostenible que garantice a la institución un compromiso con el entorno desde el enfoque ambiental, financiero y humano, garantizando estrategias de buen gobierno, transparencia, modernización de la organización, creación de políticas aportando a los objetivos de desarrollo sostenible en articulación con el marco internacional, procesos de calidad, certificaciones y mejoramiento continuo”. (Unidades Tecnológicas de Santander. Plan de acción anual. Vigencia 2021, pág. 14).

El eje en mención contempla en la línea 10: Gobernabilidad y gobernanza, el programa Comunicación y difusión de la información, con el objetivo de “fortalecer estrategias de comunicación que visibilicen el resultado de la gestión de la educación de calidad impartida, con la finalidad de posicionar a la institución en los ámbitos regional y nacional, a su vez incrementar y estabilizar el número de matriculados de forma que se contribuya a la sostenibilidad financiera de las UTS” (Unidades Tecnológicas de Santander. Plan de acción anual. Vigencia 2021, pág. 14).

En este contexto se establece el presente Plan estratégico de comunicación orientado a fortalecer las estrategias de comunicación encaminadas a posicionar las Unidades Tecnológicas de Santander en los ámbitos regional y nacional.

1. Brief

1.1 Descripción de la institución

Como se establece en la misión, las Unidades Tecnológicas de Santander es “un establecimiento público del orden departamental, que se dedica a la formación de personas con sentido ético, pensamiento crítico y actitud emprendedora, mediante procesos de calidad en la docencia, la investigación y la extensión para contribuir al desarrollo socioeconómico, científico, tecnológico, ambiental y cultural de la sociedad. En la Misión se evidencian tres componentes claves: a) el sentido ético; b) el pensamiento crítico y c) la actitud emprendedora” (Unidades Tecnológicas de Santander, Proyecto Educativo Institucional, 2020, pág. 9).

Se reconocen como principios uteístas, “los lineamientos que permiten materializar las categorías que dan origen a la misión y a la visión institucional”. El PEI (Unidades Tecnológicas de Santander, Proyecto Educativo Institucional, 2020, pág. 29), los menciona:

- Formar desde las emociones.
- Actuar en libertad y democracia.
- Ser desde la inclusión social y la diversidad.
- Afirmar la excelencia académica.
- Hacer para el bienestar en comunidad.
- Proceder para el desarrollo sostenible.

En cumplimiento de la Ley 2016 de 2020, las Unidades tecnológicas de Santander, adoptó el Código de Integridad del servidor público colombiano, que condensa los cinco valores que deben orientar el accionar del servidor público: honestidad, respeto, compromiso, diligencia y justicia (Unidades Tecnológicas de Santander. Código de integridad, 2020).

La visión proyecta que, “En el año 2030, las Unidades Tecnológicas de Santander serán reconocidas en el ámbito académico nacional e internacional, como una institución comprometida con la transformación social, la innovación y el desarrollo tecnológico” (Unidades Tecnológicas de Santander, Proyecto Educativo Institucional, 2020, pág. 15).

La institución cuenta con programas académicos de nivel tecnológico y profesional en modalidades presencial y virtual, con oferta educativa en Bucaramanga y en los municipios de Piedecuesta, Barrancabermeja y Vélez, en Santander. Actualmente tiene en su haber cuatro patentes, dos de Invención y dos de Modelo de Utilidad.

Las UTS en 2023 se ubicó en el primer lugar del Ranking DTI-Sapiens según indicadores de desarrollo tecnológico e innovación; a la fecha ha recibido la acreditación en alta calidad de los siguientes programas académicos: Ingeniería Electrónica articulada por ciclos propedéuticos con la Tecnología en Implementación de Sistemas Electrónicos Industriales, Ingeniería de Telecomunicaciones articulada por ciclos propedéuticos con Tecnología en Gestión de Sistemas de Telecomunicaciones e Ingeniería Electromecánica, articulada por

ciclos propedéuticos con la Tecnología en Operación y Mantenimiento Electromecánico.

De igual manera se están ofertando nuevos programas académicos, en el campus Bucaramanga, Ingeniería en Sistemas de Transporte articulado por ciclos propedéuticos con Tecnología en Logística de Transporte; en el campus Barrancabermeja, Ingeniería en Energías articulado por ciclos propedéuticos con Tecnología en Gestión de Recursos Energéticos y finalmente, en el campus Piedecuesta, Ingeniería Civil articulado por ciclos propedéuticos con Tecnología en Construcción de Obras Civiles.

Esta “es una de las IES de mayor cobertura y presencia en el departamento de Santander. La institución fortalece la calidad de su oferta académica, con la destinación de recursos de inversión en la creación y actualización de los laboratorios y talleres, mejoramiento y ampliación de la planta física, incremento del cuerpo profesoral y dotación de los medios educativos y recursos tecnológicos”. (Unidades Tecnológicas de Santander. Origen y trayectoria de las Unidades Tecnológicas de Santander, 2020, pág. 2).

1.2 Servicio

La Institución ofrece el servicio de formación superior a nivel tecnológico, profesional de forma virtual y presencial a través de las Facultades de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales y de Ciencias Naturales e Ingenierías. Asimismo, oferta programas de educación continua con diplomados, seminarios, cursos, congresos, entre otros, todo esto bajo estándares de calidad y cumpliendo con todos los preceptos establecidos por el Ministerio de Educación Nacional. Actualmente avanza en el proceso de acreditación de alta calidad de sus programas académicos.

1.3 Mercado

El mercado de las Unidades Tecnológicas de Santander está conformado por estudiantes de instituciones públicas de educación media tanto del departamento como de los departamentos vecinos, ya que la institución también cuenta con estudiantes de la región Caribe.

1.4 Competencia

La principal competencia de las UTS, la conforman instituciones universitarias, corporaciones públicas y privadas del departamento que ofrecen formación tecnológica y profesional en las mismas áreas.

Entre ellas: Universidad Industrial de Santander, Universidad Santo Tomás, la Universidad de Santander, Universidad Cooperativa de Colombia, Universitaria de Investigación y Desarrollo, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Universidad Antonio Nariño, Corporación Universitaria Minuto de Dios, Fitec, Eforsalud, Multitech, Aviacol, Colombia College, SENA, Armada Nacional, Policía Nacional.

1.5 Objetivo

Fortalecer estrategias de comunicación que visibilicen el resultado de la gestión de la educación de calidad impartida, con la finalidad de posicionar a la institución en el ámbito regional y nacional.

1.6 Alcance

Formulación e implementación de una Estrategia de posicionamiento de marca 2021 - 2027, que haga énfasis en la calidad del servicio de educación que se presta y la gestión que se realiza en pro del desarrollo del departamento y la región.

1.7 Requerimientos

- Talento humano de comunicaciones y prensa
- Diseñadores gráficos
- Licencias de diseño
- Licencias de edición
- Licencias de banco de imágenes
- Equipos y licencias de la emisora
- Presupuesto asignado

2. Plan estratégico de comunicación

2.1 Objetivos estratégicos

2.1.1 Objetivo general

Presentar un conjunto de acciones que permitan visibilizar las Unidades Tecnológicas de Santander en el ámbito regional de acuerdo con el resultado de la gestión en el período 2021 a 2027.

2.1.2 Objetivos específicos

Mostrar la gestión institucional propendiendo por el reconocimiento de sus resultados y el compromiso con el desarrollo de la región y el país.

Estimar los espacios de comunicación y participación existentes con la difusión de acciones que inviten a los grupos de valor a hacer parte de las actividades institucionales.

Operacionalizar la relación de las UTS con los medios de comunicación de la región.

Definir acciones en pro del fortalecimiento de la apropiación del mensaje institucional por parte de los públicos internos.

2.2 Públicos

Partiendo de la caracterización de usuarios realizada por la institución en 2020 (Unidades Tecnológicas de Santander. Caracterización de usuarios, 2020) se definen los públicos así:

Públicos internos

TIPO	CANALES INTERNOS	OTROS
Directores de dependencias	Correo electrónico	Material publicitario Material de mercadeo Correspondencia protocolaria Espacios de conversación (reuniones, encuentros de atención personalizada)
Vicerrectores	Pantallas	
Decanos	Grupos de WhatsApp	
Coordinadores de programa	Revista Soy Uteísta	
Jefes de grupo	Cartelera digital	
Estudiantes de pregrado	Carteleras físicas	
Docentes	Centro de Atención y Servicio Académico –	
Administrativos	CASA	
Contratistas		
Graduados y egresados		

Públicos externos

TIPO	CANALES EXTERNOS	OTROS
Consejo superior	Página web	Material publicitario Material de mercadeo Correspondencia protocolaria
Entidades gubernamentales	Redes sociales (Facebook, Instagram, X, YouTube y LinkedIn)	
Aliados estratégicos	Emisora Tu Radio UTS	
Organismos de control	101.7	
Medios de comunicación	Boletín de prensa	
Consumidores de información	Campañas publicitarias	
Futuros estudiantes de pregrado, educación continua, (presenciales o virtuales)	Relaciones públicas y gestión de medios	
Padres de familia		

2.3 Principios de la estrategia

¡Lo hacemos posible! Premisa que orienta el accionar de las UTS. “Lo declarado encarna una experiencia única, que descubre y demuestra que desde la imaginación, la creación, el saber, el poder, la visión compartida y ante todo la convicción colectiva de que en la unión de voluntades, inteligencias, actitudes, conocimientos, etc., haremos de nuestra institución una sociedad académica-abierta, pluralista, donde se fomente la sabiduría, la belleza, el libre pensamiento, la personalidad autónoma y responsable, la felicidad, el pensamiento crítico, la tolerancia, el liderazgo transformacional, la evolución de la conciencia, la humildad intelectual, la relatividad del conocimiento, la cultura de la Vida, la Paz, el desarrollo sostenible, etc., con la certidumbre de que unidos, siempre ¡Lo hacemos posible!” (Oficina Prospectiva e Inteligencia Competitiva UTS. ¡Lo hacemos posible!, 2020, pág. 11).

Credibilidad y confianza. A través de una comunicación honesta, sincera y pertinente, que divulgue mensajes coherentes con el quehacer de las UTS y fortalezca los vínculos entre esta y sus públicos internos y externos. Todas las acciones de comunicación deben estar orientadas a aumentar la confianza en la institución.

Responsabilidad social. Las UTS reconocen la responsabilidad social como un contrato social entre la institución y la sociedad, en este sentido, las comunicaciones deben construirse bajo la premisa del bien común y el aporte para el desarrollo de la sociedad.

2.4 Voceros

El Rector es el vocero de la Institución, él podrá designar delegados para los temas que lo requieran de acuerdo con la necesidad institucional del pronunciamiento.

2.5 Líneas estratégicas

2.5.1 Comunicación interna

A través de la cual se propende por la generación de procesos de apropiación y empoderamiento del mensaje institucional por parte de los públicos internos en pro del cumplimiento de los objetivos misionales.

Estos procesos comunicativos se fundamentan en la misión, visión, principios y valores institucionales y fortalecen el sentido de pertenencia, el diálogo y la participación, lo que redunda en la cultura organizacional.

2.5.2 Comunicación externa

En cumplimiento de la meta a largo plazo de posicionar la institución, la comunicación con los públicos externos se orienta a visibilizar la gestión institucional, la calidad de la educación, la infraestructura y el compromiso con el desarrollo de la región y el país, a través del fortalecimiento de los medios de comunicación propios y la divulgación continua de información pertinente y de calidad.

Asimismo, se hace necesario el seguimiento y monitoreo continuo de la información institucional publicada.

2.5.3 Comunicación digital

Con el servicio de las herramientas digitales, se direcciona una comunicación digital estratégica que a través de sus contenidos posibilite la interacción con los públicos de manera proactiva y recurrente, asegurando así que se conozca y retroalimente el mensaje que se quiere transmitir.

2.5.4 Relaciones públicas y gestión de medios

A partir de la consolidación de la relación de la institución con los medios de comunicación regionales y el reconocimiento de la opinión pública, se establece una comunicación, que a través de diversos mecanismos (*free press* y *press tour*), logre una alta exposición mediática que genere impacto en los públicos internos y externos.

2.6 Plan de acción

El presente Plan de acción de desarrollará en la vigencia 2024, aportando a la consecución de los objetivos establecidos en el PEC para las vigencias 2021 – 2027. Las actividades plasmadas en este plan, fueron planteadas por la coordinadora del Grupo de Comunicaciones e Imagen Institucional (comunicaciones internas) y por la coordinadora del Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional (comunicaciones externas, relaciones públicas y gestión de medios).

LÍNEA ESTRATÉGICA	OBJETIVOS	METAS	ACTIVIDADES	INDICADORES	MEDICIÓN DEL INDICADOR	RESPONSABLES
Comunicación interna	Definir acciones en pro del fortalecimiento de la apropiación del mensaje institucional por parte de los públicos internos.	Lograr que el 50% de los públicos internos conozcan y se apropien de las noticias de la Institución.	Realización de una campaña comunicación de interiorización de la autoevaluación con fines a la Acreditación Institucional de Bucaramanga.	Una campaña interna implementada.	Número de campañas implementadas/ número de campañas programadas.	Grupo de Comunicaciones e Imagen Institucional.
			Implementación de dos campañas internas de los canales de atención, a través de los diversos medios de comunicación institucional.	Dos campañas internas implementadas.	Número de campañas implementadas/ número de campañas programadas.	Grupo de Comunicaciones e Imagen Institucional
			Publicación en el sitio web de la institución, módulo	Noticias generadas.	Número de noticias publicadas/ número de noticias programadas.	Grupo de Comunicaciones e

			noticias, información de la gestión institucional.			Imagen Institucional.
			Realización de encuesta de percepción de medios institucionales trimestralmente	Cuatro encuestas realizadas.	Número de encuestas realizadas/número de encuestas programadas.	Grupo de Comunicaciones e Imagen Institucional y Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional.
			Edición mensual de la Revista Soy Uteísta.	Nueve ediciones publicadas.	Número de ediciones publicadas/número de ediciones programadas.	Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional.
Comunicación externa	Fortalecer las redes sociales existentes con publicaciones enfocadas en el cumplimiento del primer objetivo específico del presente PEC 2024.	Aumentar las interacciones, visualización en las diferentes redes en las cuales se hace presencia.	Publicación de contenido en las diferentes redes sociales activas, enfocado a los objetivos institucionales mensualmente	Mínimo 10 publicaciones mensuales en cada red.	Número de publicaciones realizadas/Número de Publicaciones planeadas.	Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional.
	Mostrar la gestión institucional propendiendo por	Aumentar la visibilidad institucional a	Generación de contenidos tipo noticias para su remisión a los diferentes	Noticias generadas.	noticias generadas/noticias publicadas	Grupo de Prensa y Medios de

<p>el reconocimiento de sus resultados y el compromiso con el desarrollo de la región y el país.</p>	<p>nivel nacional a través de la publicación de noticias en medios de comunicación e información con un alcance nacional</p>	<p>medios de comunicación del país. Mejorar el relacionamiento con los medios nacionales y medios científicos para la publicación de contenidos de las Unidades Tecnológicas de Santander.</p>			<p>Representación Institucional.</p>
		<p>Elaboración e implementación del plan de medios institucional para la campaña de inscripciones II – 2023 y I - 2024 en articulación con el Grupo de Mercadeo y Protocolo Institucional.</p>	<p>Un Plan de medios diseñado e implementado.</p>	<p>Acciones implementadas/ acciones programadas.</p>	<p>Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional Grupo de Mercadeo y Protocolo Institucional.</p>
	<p>Establecer estrategias que permitan aumentar el número de seguidores de redes sociales institucionales.</p>	<p>Aumentar publicaciones compartidas y comentarios en las diferentes redes sociales.</p>	<p>Publicaciones compartidas.</p>	<p>Número de publicaciones compartidas/número de publicaciones realizadas.</p>	<p>Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional.</p>
	<p>Analizar periódicamente el tráfico de redes.</p>	<p>Análisis trimestral de métricas.</p>	<p>Cuatro Informes de análisis de métricas</p>	<p>Informes realizados/ informes programados.</p>	<p>Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional</p>

	Generar un mayor posicionamiento de la emisora en la comunidad estudiantil.	Formular e implementar el Plan de trabajo de la Emisora TU RADIO UTS 101.7 F.M.	Reforzar a través de comunicación en medios internos y externos información sobre contenido, dial e información general de la emisora. A través de presencia en actividades internas/ externa mensual. 1 actividad Semestral.	Un plan formulado e implementado	Acciones implementadas/acciones programados.	Coordinador Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional.
Relaciones públicas y gestión de medios	Crear un plan de medios para fortalecer la relación con los medios de comunicación regionales y nacionales, así como con los líderes de opinión.	Aumentar el contacto y presencia en medios regionales y nacionales.	Generar cronograma de eventos de interés para la Institución.	Según Cronograma.	Presencia en actividades /Actividades Programadas.	Coordinador Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional.
			Agendar entrevistas con medios locales o nacionales.		Entrevistas realizadas/entrevistas programadas.	Coordinador Grupo de Prensa y Medios de Representación Institucional.

2.7 Seguimiento y monitoreo

La ejecución del Plan Estratégico de Comunicaciones se monitorea a través de la plataforma digital de la Oficina de Planeación de la institución.

2.8 Cronograma

CRONOGRAMA PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN 2024		MESES																																											
		FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE							
Línea estratégica	Actividad	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4				
Comunicación interna	Realización de una campaña comunicación de interiorización de la autoevaluación con fines a la Acreditación Institucional de Bucaramanga																																												
	Implementación de dos campañas internas de los canales de atención, a través de los medios de comunicación institucional.																																												
	Publicación en el sitio web de la institución, módulo noticias, información de la gestión institucional.																																												
	Realización de encuesta de percepción de medios institucionales trimestralmente																																												
	Edición mensual de la Revista Soy Uteísta.																																												
Comunicación externa	Publicación de contenido en las diferentes redes sociales activas, enfocado a los objetivos institucionales mensualmente.																																												
	Generación de contenidos tipo noticias para su remisión a los diferente medios de comunicación del país. Mejorar el relacionamiento con los medios nacionales y medios científicos para la publicación de contenidos de las Unidades Tecnológicas de Santander.																																												
	Elaboración e implementación del plan de medios institucional para la campaña de inscripciones II – 2023 y I - 2024 en articulación con el Grupo de Mercadeo y Protocolo Institucional.																																												

Bibliografía

- Departamento Administrativo de la Función Pública. (2014). *Manual Técnico del Modelo Estándar del control interno para el estado colombiano*. Bogotá, Colombia.
- Oficina de Planeación UTS. Diagnóstico institucional Matriz DOFA. (2020). Bucaramanga.
- Oficina Prospectiva e Inteligencia Competitiva UTS. ¡Lo hacemos posible! (2020). *Revista Soy Uteísta*, 9 - 11.
- Unidades Tecnológicas de Santander. Plan de Desarrollo Institucional PEDI 2021 - 2027. (2021). Bucaramanga.
- Unidades Tecnológicas de Santander, Proyecto Educativo Institucional. (2020). Bucaramanga. Obtenido de Proyecto Educativo Institucional: https://www.uts.edu.co/sitio/wp-content/uploads/normatividad/acuerdos/PEI.pdf?_t=1600881384
- Unidades Tecnológicas de Santander. Caracterización Comunicación Institucional. (s.f.). www.uts.edu.co. Obtenido de Base documental. F-SIG-19: https://www.dropbox.com/sh/op8bmnpioxnutkq/AAC20FK9nYzlpFZfiGjTdgMda/1.%20ESTRAT%C3%89GICOS/COMUNICACI%C3%93N%20INSTITUCIONAL/1.%20CARACTERIZACI%C3%93N?dl=0&preview=F-SIG-19+CARACTERIZACI%C3%93N+COMUNICACI%C3%93N+INSTITUCIONAL.xlsx&subfolder_nav_tracking=
- Unidades Tecnológicas de Santander. Caracterización de usuarios. (2020). Bucaramanga.
- Unidades Tecnológicas de Santander. Código de integridad. (2020). Obtenido de www.uts.edu.co: https://www.uts.edu.co/sitio/wp-content/uploads/administrativos/cd.pdf?_t=1593126678
- Unidades Tecnológicas de Santander. Encuestas Prensa y Medios de Representación Institucional. (2023). Bucaramanga.
- Unidades Tecnológicas de Santander. Informe y análisis encuesta de satisfacción. (2023). *Informe y análisis encuesta de satisfacción. Primer semestre vigencia 2023*. Bucaramanga. Recuperado el 15 de Enero de 2024, de <https://www.uts.edu.co/sitio/wp-content/uploads/2019/10/Informe-Encuesta-de-Satisfacci%C3%B3n-2023-1-UTS.pdf>
- Unidades Tecnológicas de Santander. Origen y trayectoria de las Unidades Tecnológicas de Santander. (2020). Obtenido de www.uts.edu.co: https://www.uts.edu.co/sitio/wp-content/uploads/normatividad/ii.pdf?_t=1611238279
- Unidades Tecnológicas de Santander. Plan de acción anual. Vigencia 2021. (s.f.). Bucaramanga, Colombia. Obtenido de www.uts.edu.co: https://www.uts.edu.co/sitio/wp-content/uploads/planeacion/Planes/2021/P-Accion.pdf?_t=1611961825

uts | Unidades
Tecnológicas
de Santander

iLo hacemos posible!

Unidades Tecnológicas de Santander

