REACREDITACIÓN INSTITUCIONAL

MULTICAMPUS 2021-2027
ALTA CALIDAD
Resolución MEN n.º 015865 (25-08-2021)

PLAN ESTRATÉGICO COMUNICACIONES INTERNAS 2025

Si creo en la Libre
Creo para la Libre

#SER LIBRE

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES INTERNAS 2025

Por:

Mg. Giovanni Guisado Sepúlveda

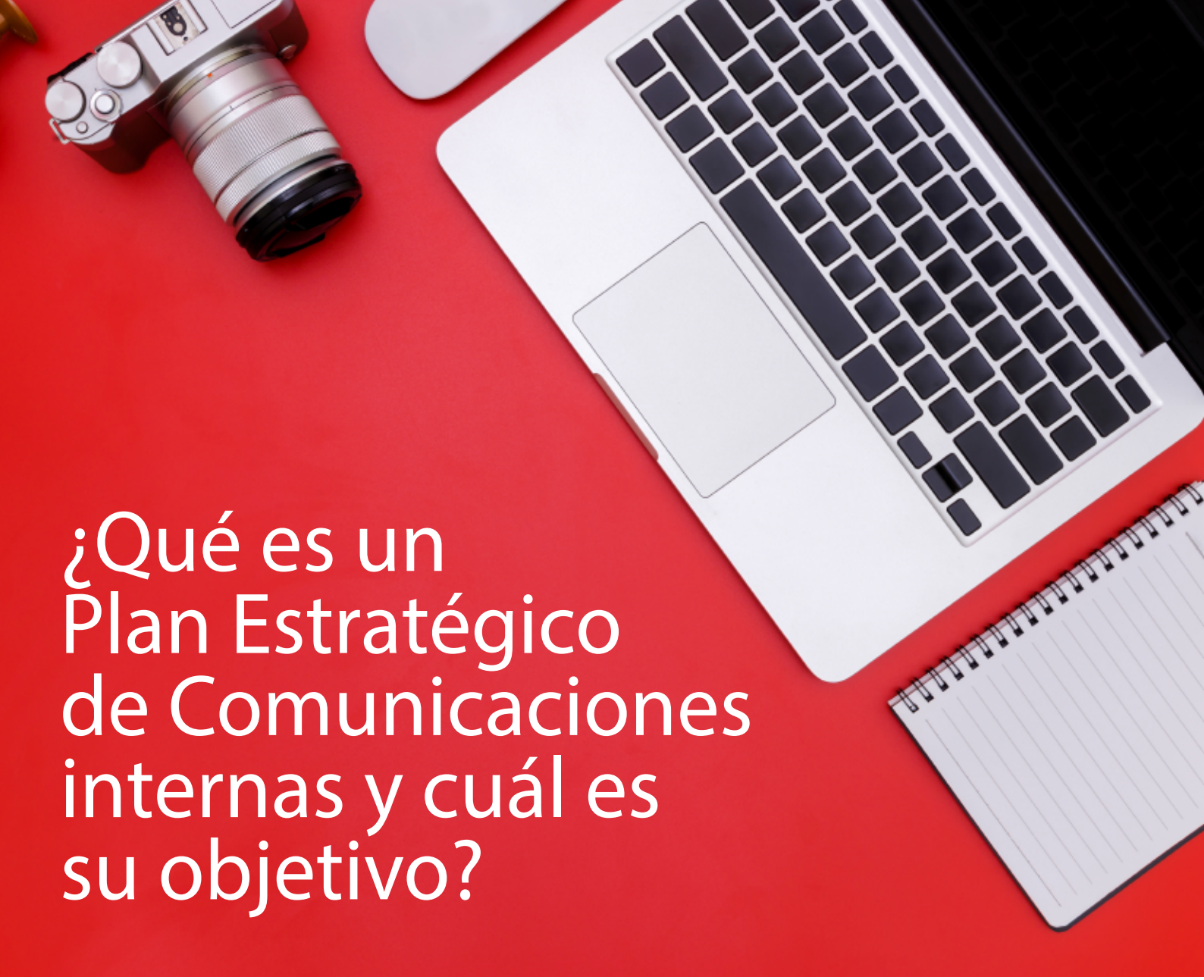
- Magíster en Comunicación Educativa
- Magíster en Administración de Empresas (M.B.A)
- Especialista en Alta Gerencia
- Licenciado en Comunicación Educativa
- Scrum Master - Metodologías Ágiles - Certiprof
- Curso en Comunicación Estratégica
- Curso Creación de Contenidos con IA

INTRODUCCIÓN

En un entorno académico dinámico y altamente competitivo, contar con un Plan Estratégico de Comunicaciones Internas es fundamental para garantizar que toda la comunidad universitaria esté alineada con los objetivos institucionales. En el caso de la Universidad Libre Seccional Pereira, este plan no solo mejora la gestión y difusión de la información, sino que también fortalece la identidad unilibrista, optimiza la interacción entre sus actores y respalda procesos clave como la acreditación institucional, la promoción de programas académicos y la consolidación de una narrativa alineada con las tendencias comunicativas actuales en educación superior.

La comunicación juega un papel fundamental en la consolidación de la identidad institucional, la participación de la comunidad y el éxito de los procesos académicos y administrativos. El Plan Estratégico de Comunicaciones Internas 2025 busca dar continuidad a los avances logrados en 2024, abordando las oportunidades de mejora identificadas.

Este plan prioriza la creación de contenido estratégico, la optimización de los canales de difusión y la participación de la comunidad unilibrista en la construcción de una narrativa institucional sólida.



¿Qué es un Plan Estratégico de Comunicaciones internas y cuál es su objetivo?

El Plan Estratégico de Comunicaciones Internas es una herramienta diseñada para garantizar una comunicación efectiva y alineada con los objetivos institucionales. Su propósito es fortalecer el flujo de información dentro de la comunidad universitaria, asegurando que estudiantes, docentes, administrativos y egresados reciban información clara, oportuna y relevante.

El objetivo de este plan es mejorar la interacción entre los diferentes actores de la universidad, fortalecer la identidad unilibrista y optimizar la difusión de información clave a través de los distintos canales de comunicación, como la página web, el boletín institucional y las redes sociales.

¿QUÉ SE LOGRÓ EN EL 2024?

En 2024, la Universidad Libre Seccional Pereira logró importantes avances en su comunicación. Organizamos mejor nuestro trabajo al separar los objetivos de la comunicación interna y externa, así como los de mercadeo. Centralizamos toda la información relevante en los canales institucionales y definimos canales oficiales para compartir noticias. Además, creamos una parrilla de contenidos personalizada para cada área administrativa y académica, permitiéndoles generar contenido estratégico que promueve efectivamente la universidad ante diferentes públicos. Ejemplo de ello son: Actívate con Bienestar, Impulso Empresarial, Orgullo Unilibrista, Logro Docente, Audiovideos, Jueves Sanamente, De Estudiantes para Estudiantes, Egresados que Inspiran, Vida U, entre otros.

También implementamos una agenda semanal dinámica, que mantiene informada a toda nuestra comunidad. Fortalecimos la producción de programas en vivo con la ORI y desarrollamos una metodología ágil para la entrega de contenidos de calidad con mayor rapidez y eficiencia.

Mejoramos notablemente la imagen institucional con diseños de alta calidad y logramos un crecimiento significativo en redes sociales, impulsado por contenidos orgánicos y naturales que generaron mayor interacción. Desarrollamos iniciativas innovadoras como las campañas en video "Tips Profesionales" con su respectiva cartilla, la serie "Mitos y Verdades" para apoyar el mercadeo de la universidad y contenidos específicos para la promoción de cada programa académico. Además, reorganizamos la oferta de educación continuada bajo una línea estratégica de diseño unificado para mejorar su difusión.

Estos logros nos han permitido establecer una comunicación más efectiva, tanto interna como externamente, fortaleciendo la imagen de la universidad y generando una conexión más sólida con todos los estamentos. Así, hemos sentado las bases para seguir consolidando nuestras estrategias de comunicación en 2025.

El poder de la

COMUNICACIÓN EDUCATIVA

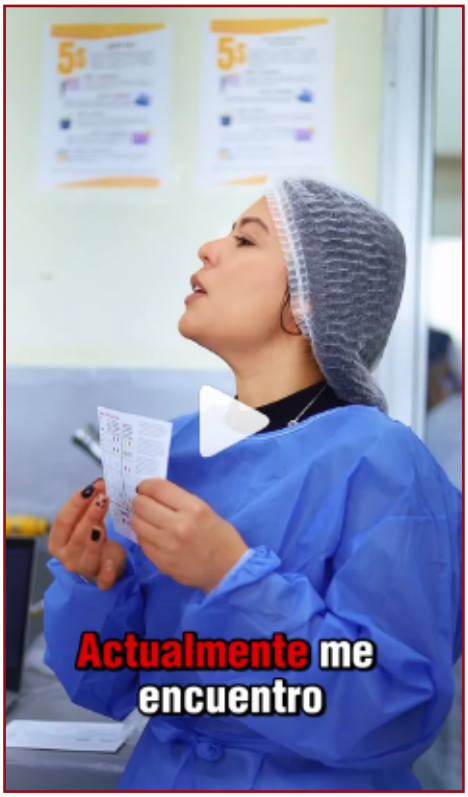
MARKETING DIGITAL - ORGÁNICO

En la Universidad Libre Seccional Pereira, la Comunicación Educativa es más que una herramienta informativa; es una estrategia de marketing digital que opera de manera orgánica y natural, alineada con los valores y la identidad institucional.

Nuestra propuesta de valor radica en generar contenido auténtico que no solo informa, sino que inspira y conecta con la comunidad académica, fomentando un sentido de pertenencia y confianza. A diferencia de estrategias tradicionales, nuestra diferenciación se basa en el uso de relatos reales de estudiantes, docentes, y administrativos, demostrando el impacto tangible de la educación en la vida de quienes hacen parte de nuestra institución. Gracias a esta estrategia, posicionamos a la universidad no solo como un espacio de formación, sino como un ecosistema de conocimiento.

Nuestra materia prima es la experiencia viva de nuestros estudiantes, docentes y egresados, quienes representan el producto final de una educación de calidad. En este sentido, el contenido que generamos no solo cumple una función publicitaria, sino que también es una representación genuina de la formación integral que ofrecemos, fortaleciendo así la reputación institucional.

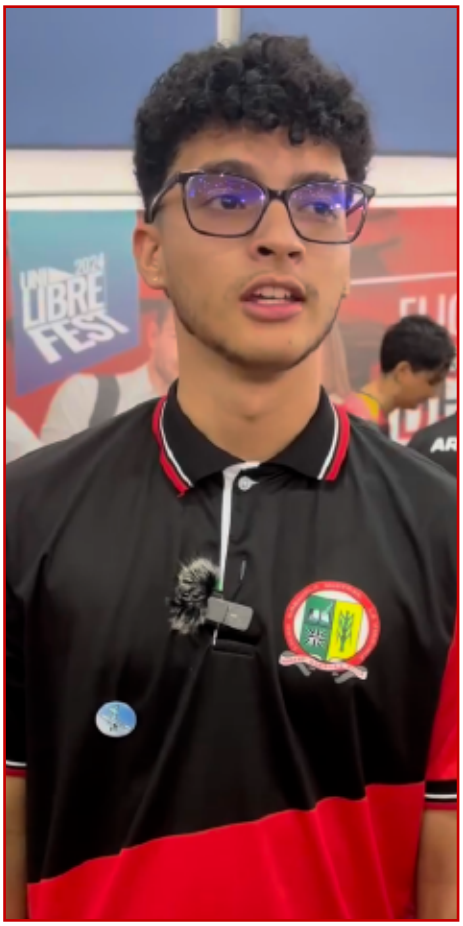
Al priorizar contenido natural y orgánico, logramos mayor alcance, interacción y credibilidad, consolidándonos como un referente en modelos educativos innovadores, alineados con las tendencias actuales.



TENDENCIAS

Las tendencias en comunicación educativa han evolucionado, priorizando contenidos dinámicos, participativos y narrativos que permitan a la comunidad identificarse con la institución. Ejemplos de esto incluyen estrategias basadas en microhistorias de impacto sobre la vida universitaria (storytelling), en las que los egresados cuentan cómo su paso por la universidad transformó sus vidas, o el uso de podcasts educativos, donde los docentes analizan temas de actualidad en sus disciplinas.

Los contenidos naturales y orgánicos son hoy una tendencia clave, ya que generan confianza y credibilidad, permitiendo que las personas se sientan genuinamente identificadas con la universidad.



COMUNICACIONES / MERCADEO

Es crucial diferenciar las funciones del área de Mercadeo y el área de Comunicaciones dentro de la universidad. Si bien ambas tienen objetivos complementarios, Mercadeo se enfoca en la atracción de nuevos estudiantes, la gestión comercial de la oferta académica y la consolidación de la marca en el mercado educativo de la región, a través de ferias, eventos presenciales y marketing de pauta.

En contraste, Comunicaciones busca fortalecer el sentido de pertenencia institucional, fomentar la interacción entre estudiantes, docentes, egresados y administrativos, y proyectar la imagen de la universidad mediante estrategias narrativas y contenidos de valor. Además, su impacto trasciende lo inmediato, ya que promueve la institución durante todo el año de manera orgánica y natural, generando mayor alcance y reconocimiento.

Importancia de la

ESTRATEGIA COMUNICATIVA Y SUS TRES PILARES

Información

Fortalecimiento de la difusión institucional

Objetivo: Garantizar la difusión oportuna y precisa de información relevante para todos los miembros de la comunidad universitaria.

Elementos clave: Noticias institucionales, Eventos académicos y oportunidades de desarrollo profesional, comunicados oficiales, boletín mensual, flash informativo.

Canales de difusión: Página web, boletín institucional, redes sociales.

Comunicación

Espacios de interacción y participación

Objetivo: Facilitar el diálogo abierto y la retroalimentación constructiva entre los diferentes actores de la comunidad universitaria, promoviendo la participación y el sentido de pertenencia.

Elementos clave: Espacios de interacción y consulta, sesiones en vivo, estrategia de storytelling, encuestas periódicas.

Canales de difusión: Redes sociales, encuestas internas, redes sociales.

Educación

Estrategias de formación educomunicativa

Objetivo: Fomentar un ambiente de aprendizaje continuo y colaborativo mediante recursos y contenidos educomunicativos.

Elementos clave: Producción de videos educativos y testimoniales, Implementación de podcasts temáticos

Canales de difusión: Web institucional, redes sociales, campañas.

CAMPOS DE ACCIÓN

PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

EN VIVOS

Objetivo: Brindar una plataforma en tiempo real para la interacción con la comunidad universitaria.

Tipos de mensajes: Cobertura de eventos académicos, conversatorios con expertos, sesiones informativas.

Canales: Redes sociales (Facebook Live, Instagram Live, YouTube).

PROYECTOS ACADÉMICOS

Objetivo: difundir avances, investigaciones y resultados de proyectos liderados por estudiantes y docentes.

Tipos de mensajes: Presentación de proyectos, entrevistas a investigadores, impacto académico

Canales: Instagram Reels, YouTube, Facebook.

INTERNACIONALIZACIÓN

Objetivo: Promover oportunidades de movilidad académica y cooperación internacional.

Tipos de mensajes: Testimonios de estudiantes internacionales, convenios, experiencias de intercambio.

Canales: Instagram Reels, YouTube, Instagram Live.

ORGULLO UNILIBRISTA

Objetivo: Destacar logros y reconocimientos de la comunidad universitaria.

Tipos de mensajes: Historias de éxito de estudiantes, egresados y docentes.

Canales: Instagram Reels, TikTok, Facebook.

ACTIVATE CON BIENESTAR

Objetivo: Incentivar el bienestar físico y mental de la comunidad unilibrista.

Tipos de mensajes: Actividades deportivas, salud mental, hábitos saludables.

Canales: Instagram Reels, TikTok, YouTube Shorts.

BIBLIOTECA - CRAI

Objetivo: Facilitar el acceso a los recursos y servicios bibliotecarios

Tipos de mensajes: Videos, boletines, acceso a bases de datos, eventos académicos.

Canales: YouTube, Instagram Reels, Facebook.

CAMPOS DE ACCIÓN

PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

EGRESADOS QUE INSPIRAN

Objetivo: Resaltar la trayectoria y el impacto de los egresados unilibristas.

Tipos de mensajes: Entrevistas, experiencias laborales, consejos para estudiantes.

Canales: Instagram Reels, YouTube, Facebook.

VIDA U

Objetivo: Mostrar la cotidianidad universitaria y fortalecer el sentido de pertenencia.

Tipos de mensajes: Experiencias estudiantiles, espacios de la universidad, testimonios.

Canales: Instagram Reels, TikTok, Facebook.

IMPULSO EMPRESARIAL

Objetivo: Promover el emprendimiento y la innovación dentro de la comunidad unilibrista.

Tipos de mensajes: Casos de éxito, apoyo institucional,

Canales: Instagram Reels, YouTube, Facebook.

ULIFLASH INFORMATIVO

Objetivo: Resumir las noticias más importantes de la universidad en 50 segundos.

Tipos de mensajes: Noticias breves, logros institucionales, convocatorias.

Canales: Instagram Reels, TikTok, Facebook.

AGÉNDATE

Objetivo: Informar sobre eventos y actividades de la universidad.

Tipos de mensajes: Fechas clave, inscripciones, recordatorios.

Canales: Instagram Stories, Facebook, WhatsApp.

CUBRIMIENTO EVENTOS

Objetivo: Dar visibilidad a los eventos académicos e institucionales de la universidad.

Tipos de mensajes: Resúmenes, entrevistas, transmisiones en vivo.

Canales: Facebook Live, Instagram Live, YouTube

CAMPOS DE ACCIÓN

PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

CEREMONIAS

Objetivo: Resaltar momentos importantes como grados, posesiones y reconocimientos

Tipos de mensajes: Fotos, Transmisión en vivo, entrevistas a graduandos.

Canales: YouTube, Facebook Live, Instagram Stories.

3,2,1 ACCIÓN

Objetivo: Promover la participación en actividades deportivas y culturales.

Tipos de mensajes: Competencias, eventos, talento estudiantil.

Canales: Redes Instagram Reels, TikTok, YouTube Shorts.

JUEVES SANAMENTE

Objetivo: Brindar información sobre salud mental y bienestar emocional.

Tipos de mensajes: Consejos de expertos, testimonios, dinámicas de autocuidado.

Canales: Instagram Reels, YouTube Shorts, Facebook.

DE ESTUDIANTES PARA ESTUDIANTES

Objetivo: Crear un espacio de tips de estudiantes, sobre experiencias universitarias.

Tipos de mensajes: Testimonios, tips de estudio, vida en la universidad.

Canales: Instagram Reels, TikTok, YouTube Shorts.

LOGRO DOCENTE

Objetivo: Destacar las investigaciones y aportes de los docentes unilibristas.

Tipos de mensajes: Reconocimientos, proyectos de impacto, entrevistas.

Canales: Instagram Reels, YouTube, Facebook.

AUDIO - VIDEOS

Objetivo: Presentar contenido en formatos innovadores de audio y video

Tipos de mensajes: Podcasts, clips interactivos, cápsulas informativas.

Canales: YouTube, Instagram Reels

CAMPOS DE ACCIÓN

PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

CAMPAÑAS PROMOCIÓN PREGRADO

Objetivo: Atraer nuevos estudiantes a los programas académicos.

Tipos de mensajes: Beneficios, testimonios, experiencias de estudiantes.

Canales: RInstagram Reels, TikTok, Facebook Ads, YouTube.

PROMOCIÓN POSGRADOS

Objetivo: Atraer nuevos estudiantes a los programas académicos de posgrado.

Tipos de mensajes: Beneficios, testimonios, experiencias de estudiantes.

Canales: Instagram Reels, TikTok, Facebook Ads, YouTube.

EDUCACIÓN CONTINUA

Objetivo: Fomentar la inscripción en diplomados y cursos de actualización.

Tipos de mensajes: Beneficios, fechas de inscripción.

Canales: Instagram, Facebook.

MÁS ALLÁ DEL AULA

Objetivo: Resaltar actividades extracurriculares que enriquecen la formación académica.

Tipos de mensajes: Proyectos de impacto, voluntariados, programas.

Canales: Instagram Reels, TikTok, YouTube.

DIÁLOGOS UNILIBRISTAS

Objetivo: Generar conversaciones con expertos sobre temas de actualidad.

Tipos de mensajes: Paneles, entrevistas, participación de la comunidad.

Canales: Facebook Live, YouTube, Instagram Stories.

FECHAS ESPECIALES

Objetivo: Conmemorar días importantes para la comunidad universitaria

Tipos de mensajes: Efemérides, mensajes institucionales

Canales: Instagram Reels, Facebook, TikTok.

CAMPOS DE ACCIÓN

PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

GESTIÓN RECTORÍA

Objetivo: Informar sobre la gestión y avances institucionales.

Tipos de mensajes: Discursos, anuncios oficiales, logros de la administración.

Canales: YouTube, Facebook Live, Instagram Stories.

PROMOVER LOS DIRECTIVOS ACADÉMICOS

Objetivo: Destacar la labor y liderazgo de los directivos de la universidad.

Tipos de mensajes: Entrevistas, discursos, testimonios de la comunidad.

Canales: YouTube, Facebook Live, Instagram Stories.YouTube).

CONCURSOS INSTITUCIONALES

Objetivo: Fomentar la participación de la comunidad universitaria en iniciativas institucionales

Tipos de mensajes: Lanzamiento de concursos, retos creativos, llamados a la participación, premiaciones.

Canales: Instagram Reels, TikTok, Facebook, YouTube Shorts.YouTube).

DIAGRAMACIÓN Y DISEÑO

Objetivo: Crear contenido visual atractivo para fortalecer la comunicación institucional.

Tipos de mensajes: Infografías, flyers, revistas, formatos innovadores.

Canales: Página web, redes sociales-

MANEJO DE LAS REDES SOCIALES

Objetivo: Optimizar la presencia digital de la universidad.

Tipos de mensajes: Estrategias, interacción con la comunidad, tendencias.

Canales: Instagram, Facebook, TikTok.

BOLETÍN INSTITUCIONAL

Objetivo: Informar a la comunidad universitaria sobre noticias relevantes, logros, y avances institucionales.

Tipos de mensajes: Resumen de noticias, comunicados oficiales, reportes de gestión, novedades académicas y administrativas.

Canales: Correo institucional, página web, LinkedIn, WhatsApp institucional, Facebook.

¿QUÉ SE LOGRARÁ EN EL 2025?

En 2025, consolidaremos los avances logrados en comunicación institucional y daremos un paso adelante en la innovación digital. Con la creación del boletín seguiremos fortaleciendo la comunicación segmentada mediante la estrategia personalizada para cada facultad y área administrativa, asegurando que los mensajes sigan siendo relevantes y efectivos para cada audiencia. Optimizaremos nuestra agenda informativa, ampliando la cobertura de lo eventos académicos através de nuestros formatos institucionales. Además, integraremos inteligencia artificial en nuestros canales de comunicación para automatizar respuestas, mejorar la experiencia del usuario y agilizar la difusión de información clave en la redes sociales.

Uno de los objetivos principales será posicionar el área de comunicaciones como un pilar estratégico dentro de la universidad, destacando su rol en la proyección institucional, la captación y la atención de nuevos estudiantes con nuestro contenido organico, y la consolidación del sentido de pertenencia de los que ya son estudiantes nuestros. Para lograrlo, es fundamental contar con un presupuesto asignado que permita la creación de estrategias efectivas, la implementación de nuevas herramientas digitales y la producción de contenido de alto impacto. Asimismo, se requiere crecer en el equipo humano de producción, para aumentar la capacidad de responder rápidamente a las necesidades de comunicación para seguir generando materiales gráficos y audiovisuales con calidad profesional y de acuerdo a la alta demanda de solicitudes.

Comunicaciones debe posicionarse como un área que promueve, gestiona y genera alto impacto, no solo en la comunicación interna, sino también en la proyección externa de la universidad. Para ello, es clave que la gestión de comunicaciones esté integrada dentro de los indicadores institucionales, evidenciando su impacto en la reputación, el alcance y la percepción de la Universidad Libre Seccional Pereira.

Con estas acciones, en 2025 lograremos una comunidad más conectada, informada y orgullosa de ser Unilibrista, consolidando comunicaciones como un área y un actor clave en la estrategia de crecimiento y posicionamiento institucional.

¡Gracias!

Comunicaciones Seccional Pereira

Marzo, 2025