



Sistema Integrado de Gestión

GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA

Versión 7

Código: IG.111.43.05.01

Proceso: Innovación a la Gestión – IG / Comunicaciones

Octubre 2020

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 2 de 34 |

TABLE DE CONTENIDO

| Nº | Capitulo | Pag. |
|----|---------------------------------------------------------|------|
| 1 | Introducción..... | 3 |
| 2 | Objetivo..... | 4 |
| 3 | Alcance..... | 4 |
| 4 | Normatividad..... | 4 |
| 5 | Definiciones..... | 4 |
| 6 | Condiciones Generales..... | 6 |
| 7 | Elementos Constitutivos de la Imagen Institucional..... | 17 |
| 8 | Revisión y Actualización..... | 33 |
| 9 | Formatos Asociados..... | 33 |
| 10 | Referencias Documentales..... | 33 |

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 3 de 34 |

1. INTRODUCCIÓN

La Guía de Comunicaciones e Imagen Corporativa de la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte ofrece unas orientaciones claras, transparentes y oportunas para el logro de los objetivos estratégicos institucionales y para el mejoramiento continuo y sistemático de las comunicaciones internas y externas en la Entidad.

Desde esta perspectiva, la imagen de la Institución Universitaria es la proyección de su misión, visión, planes, resultados y logros, que son apropiados por los públicos internos y conocidos por los públicos externos.

Bajo estos conceptos, la Escuela Nacional del Deporte entiende que la comunicación es un derecho fundamental, que está legitimado y regulado, que transmite una imagen coherente y veraz de la Institución y que tiene las siguientes características:

- a) Es un bien Institucional.
- b) Altamente estratégica y transversal.
- c) Transmite una imagen coherente con sus principios.
- d) Tiene una gestión colectiva.
- e) Tiene un tratamiento editorial.

Esto permite una mejor relación con el entorno, la generación de información útil y permanente, la toma de decisiones acertadas y el mejoramiento continuo del clima y la identificación organizacional.

La Guía de Comunicaciones e Imagen Corporativa, es el lineamiento para el desarrollo de procesos que, mediante la planificación oportuna de los mensajes, el diseño de estrategias eficaces, la selección pertinente y eficiente de los medios y el mejoramiento de las competencias comunicativas de sus miembros, formalizan la divulgación de la información en nuestra Institución Universitaria, visibilizan las actividades académicas, investigativas, de proyección, administrativas, culturales y deportivas y fortalecen su reputación. Igualmente, esta Guía - Política es parte fundamental del proceso de comunicaciones, siendo la hoja de ruta para la formalización de los mensajes, medios y estrategias.

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 4 de 34 |

2. OBJETIVO

Establecer directrices para qué, mediante procesos de comunicación en sus diferentes ámbitos, se construyan y gestionen las relaciones entre los usuarios internos, externos y partes interesadas de la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte, contribuyendo al posicionamiento, reconocimiento y reputación de la Institución.

3. ALCANCE

Aplica para la comunicación organizacional, informativa, medios de comunicación y todos los públicos relacionados con la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte.

4. NORMATIVIDAD

La normativa aplicable en la “**Guía de Comunicaciones e Imagen Corporativa**”, se encuentra documentada en el Portal Institucional en la URL: <http://www.endeporte.edu.co/institucional/informacion-general/normatividad> y en la Intranet Institucional en la URL: <http://www.endeporte.edu.co/intranet/index.php/la-entidad/normograma-institucional-por-procesos>

5. DEFINICIONES

Para efectos de esta guía se establecen las siguientes definiciones.¹

- **Comunicación Interna:** Es la dirigida al interior de la comunidad académica y cuyos mecanismos de comunicación están dentro de la institución y consideran la eficacia del Sistema de Aseguramiento de la Calidad – SAC. Ella debe propender por asegurar que todos conozcan de manera clara, oportuna y pertinente la información relevante para el desarrollo de las actividades y el permanente mejoramiento del desempeño organizacional y personal que permiten el logro de los objetivos institucionales.
- **Comunicación Externa:** Es la comunicación dirigida a medios de comunicación (prensa, radio, televisión, blogs, portales web) y públicos externos, la cual debe contribuir al posicionamiento, reconocimiento, reputación y protección de la imagen institucional, a

¹ Algunas definiciones han sido adoptadas del “modelo estándar de control interno para el estado colombiano”, MECI 2014.

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 5 de 34 |

través de la divulgación de las actividades, eventos, resultados y logros alcanzados de la agenda Institucional. esta comunicación externa debe guiarse por los protocolos establecidos para tal fin. Esta comunicación de la institución con el exterior y viceversa, también considera la eficacia del sistema integrado de gestión - SIG.

- **Comunicación Interinstitucional:** Es la dirigida a gobierno, organismos de control, otras instituciones universitarias, organizaciones no gubernamentales, empresas, gremios, proveedores y comunidades de redes sociales para la promoción y fortalecimiento de las relaciones interinstitucionales con otras entidades, nacionales o internacionales, con el fin de establecer nexos y convenios que potencien la docencia, la investigación y la proyección Social.

- **Función de Información:** Es la acción de difundir los acontecimientos, sucesos o resultados, a partir de los medios y escenarios que se describen en la presente guía, donde se involucran todos los responsables de procesos de la Institución, los medios de comunicación y los mensajes.

- **Función de la Comunicación:** Debe centrarse en los principios de interacción, de entendimiento participativo, de diálogo y retroalimentación y debe ser aplicada en todos los niveles y tipos de comunicación existentes en la institución para hacerla funcionar operativamente.

Se debe comunicar la misión, la visión, los principios, valores, objetivos estratégicos y de calidad de la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte, para contribuir a la consolidación de una cultura institucional con sentido de pertenencia. Pensar una estrategia desde la comunicación es diseñar planes integrales que le permitirán a las personas al marco estratégico institucional y entren en el diálogo participativo y de reconocimiento.

- **Criterios Orientadores:** Los criterios que orientan esta Guía Política son los principios y valores corporativos como marco general y como atributos particulares, la confiabilidad y seguridad de la información, relevancia, oportunidad, claridad, ecuanimidad y responsabilidad.

| | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-------------------------|
|  <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESCUELA NACIONAL del DEPORTE</p> | <p>GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA</p> | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 6 de 34 |

6. CONDICIONES GENERALES

- a. La Unidad de Comunicaciones e Imagen Corporativa de la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte vela por la imagen de la Institución y su posicionamiento entre los públicos internos y externos (stakeholders). Esta labor se realiza mediante el diseño de estrategias, la creación de mensajes y dispositivos de comunicación coherentes con la misión y el Proyecto Educativo Institucional (PEI).

La presencia institucional se promueve a través del buen uso de la identidad corporativa, la conducción de sus relaciones públicas, la realización de medios y procesos de comunicación eficaces que proyecten el que hacer universitario. Compromiso con la Comunicación Pública y Organizacional

En la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte se asumirá la comunicación y la información como bienes públicos orientada al fortalecimiento de la entidad Institucional, al cumplimiento de la Misión, la Visión y al desarrollo organizacional.

La comunicación como valor social se manifiesta de manera permanente en el que hacer Institucional en todas las unidades y oficinas. En ese sentido, debe ser entendido como un proceso transversal de tal forma que la comunidad académica reconozca en la comunicación, un instrumento poderoso de fortalecimiento y consolidación institucional a partir del flujo e intercambio de mensajes entre las áreas de forma clara, respetuosa, oportuna, pertinente y transparente de tal forma que se contribuya al logro de los objetivos Institucionales y la toma de decisiones.

Los miembros de la comunidad que interactúan de manera directa con los diferentes públicos, deberán seguir los protocolos de servicio y de atención al cliente. Los protocolos y lineamientos aquí establecidos son fundamentales para la imagen institucional; para ello, el soporte y asesoría en su uso, será determinado estrictamente por la Secretaría General y su Unidad de Comunicaciones e Imagen Corporativa.

- b. Definición de los públicos o grupos de interés

La Institución Universitaria mantendrá informados a sus públicos de interés sobre proyectos, programas y las actividades propias de su quehacer diario, mediante mensajes y/o estrategias de comunicación coherentes con la misión y el proyecto institucional.

| | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-------------------------|
|  <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESCUELA NACIONAL del DEPORTE</p> | <p>GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA</p> | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 7 de 34 |

Se consideran Públicos Internos: Directivas, órganos de gobierno de la Universidad, los estudiantes, profesores, colaboradores administrativos, los egresados y las familias de los públicos internos.

Se consideran Públicos Externos: egresados de pregrado, posgrado y educación continua (presenciales o virtuales), padres de familia, otras instituciones educativas, el gobierno, los medios de comunicación, el sector empresarial, los proveedores y la comunidad en general.

c. De los voceros de la Institución

El Rector es principal vocero de la Institución, quien a través de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Corporativa, determinará otros posibles voceros ante los medios de comunicación o la entidad solicitante de la información, de acuerdo con los temas y pertinencia de los pronunciamientos.

d. De la identidad corporativa

La Unidad de Comunicaciones e Imagen Corporativa está a cargo del diseño y manejo de la imagen institucional en cualquiera de sus concepciones y vela por el cumplimiento y buen uso de la identidad corporativa en cada una de las piezas de promoción, publicidad y medios con impacto en los diferentes públicos objetivo de la Institución.

Es política de la Institución propender por la imagen institucional y protocolo en los eventos realizados por la IU END², de cualquiera de sus divisiones académicas y administrativas. Para la toma de decisiones específicas sobre el uso de imágenes, piezas y medios institucionales, la Comunidad Universitaria debe ceñirse a las pautas de Identidad Visual establecidas por el área de diseño gráfico de la UCIC.³

e. De los medios de comunicación institucionales y externos:

La Unidad de Comunicaciones e Imagen Corporativa es el área autorizada como enlace con los medios de comunicación y los periodistas. Así mismo,

² IU END: Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte

³ UCIC: Unidad de Comunicaciones e Imagen Corporativa.

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 8 de 34 |

define las formas de comunicación con estos. Es política de la Institución administrar y conservar relaciones de largo plazo con los medios de comunicación locales, nacionales e internacionales. La UCIC es la única unidad que tiene la facultad de emitir comunicaciones institucionales a los medios de comunicación y es responsable por fortalecer estas relaciones, manteniendo una actitud veraz, honesta y transparente.

Es parte de su responsabilidad la coordinación de la cobertura periodística de los medios de comunicación, cuando estos lo requieran y cuando los miembros de la comunidad universitaria lo soliciten, y monitorear regularmente los medios externos de comunicación o donde se registren informaciones que mencionen la Institución

La creación de medios y formas de comunicación con el público externo e interno deberá ser aprobada por la Rectoría, la Secretaría General y la Unidad de Comunicaciones e Imagen Corporativa y tal caso, ella la manejará o designará a sus responsables y las tareas que cumplirá bajo su supervisión.

f. Medios de Información y Divulgación

La Escuela Nacional del Deporte dispone de medios de comunicación de carácter institucional que permiten el flujo e intercambio de mensajes en las áreas académicas y administrativas. La Unidad de Comunicaciones es la encargada de la administración de los medios de comunicación institucionales y debe propender por un equilibrio en la difusión de información de las diferentes unidades académicas y administrativas, de tal forma que la comunidad universitaria tenga una comunicación clara, oportuna, pertinente y transparente del quehacer diario de la Institución.

Para la divulgación de temas de interés general y la promoción de los Programas Académicos y posicionamiento de la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte se emplearán los siguientes medios (existentes) y los que según necesidad y valoración de la UCIC, se crearán en la Institución:

- **Boletines Institucionales (Soy PEI, Entérate, Líderes, Resumen Informativo, etc.)** Son un medio informativo que tiene como función divulgar contenidos relacionados con las funciones sustantivas de la Institución, los proyectos, logros y demás actividades del quehacer diario de la Entidad, dirigidos de manera específica a cada uno de los públicos de la IU END.

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 9 de 34 |

- **Noticias:** Es el contenido destacado de interés general, claro, preciso y oportuno de todos los eventos que se realicen con la comunidad universitaria.
- **Carteleras Digitales y Físicas:** Es una herramienta informativa que será de utilidad para promocionar eventos internos y externos para toda la comunidad universitaria, información académica de las facultades y notas de eventos realizados. La rotación de la información de las carteleras se realizará según necesidad.

El uso de las carteleras debe ser un medio para dar a conocer campañas de la institución (Académicas, administrativas, financieras, deportivas, sociales, culturales y otras que se presenten en el desarrollo del objeto misional) y para estimular actitudes en la comunidad institucional hacia los objetivos trazados por la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte.

- **Relaciones:** Son iniciativas o acciones que se realizan con el objetivo de fortalecer alianzas con: Medios de Comunicación, Sector Privado, Sector Universitario, Gobierno, Sector Deportivo y Educativo.
- **Reportería Gráfica:** Es el acompañamiento en fotografía y video de todos los eventos, esto con el propósito de evidenciar las actividades que realiza la institución.
- **Redes Sociales:** Son plataformas tecnológicas de participación que se utilizan para informar e interactuar con la comunidad. Consideradas como medios oficiales para la transmisión y recepción de mensajes, las redes sociales deberán guardar la unidad de comunicación institucional. Está totalmente prohibido crear cualquier tipo de sitio en red social a nombre de la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte sin la validación y aprobación de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Corporativa, la Secretaría General y la Rectoría.
- **Correo Electrónico Institucional:** Tiene como propósito el intercambio de información como parte del quehacer diario de la comunidad académica. Así mismo se considera la comunicación a través del correo electrónico como medio oficial y se promueve su uso para apoyar la gestión administrativa y misional, para la transmisión de mensajes y documentos a través de la red institucional, promocionar las actividades, eventos y gestión administrativa para los diferentes públicos de interés.

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 10 de 34 |

Todas las personas que tengan asignada una cuenta de correo electrónico institucional son responsables del uso apropiado del mismo para los propósitos institucionales estrictamente y con un adecuado lenguaje que salvaguarde el buen nombre de la Institución. La difusión masiva de información solo está autorizada para la Unidad de Comunicaciones y en caso diferente, a quien lo autorice la Unidad de Sistemas, en lo relacionado exclusivamente con temas de la Institución.

La difusión masiva no autorizada o la difusión de contenido inadecuado de naturaleza ilegal o antiético serán evaluadas por la Rectoría, la Secretaría General y la Vicerrectoría Administrativa.

- **Diseño y control de pautas para Prensa, Radio, Televisión y Medios Impresos y electrónicos:** Es una actividad que desarrolla la Unidad de Comunicaciones e Imagen Corporativa, con el fin de divulgar los servicios y programas académicos en los medios de comunicación.
- **Página Web e Intranet:** La Web es el canal de posicionamiento y visibilidad interna y externa de la Institución, junto a la Intranet son canales de información Institucional para público interno y externo que se utilizan para mantener una comunicación ágil y eficiente con la comunidad. Esta se actualiza continuamente y deberá conservar los parámetros de imagen institucional.

La creación, administración, actualización y definición de los micrositos de la página web institucional es responsabilidad de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Corporativa y la Unidad de Sistemas. Los contenidos de información que no son de carácter noticioso y no son producidos directamente por la UCIC, son responsabilidad de cada dependencia en confiabilidad, oportunidad, ecuanimidad y veracidad.

El correcto uso del lenguaje, la identidad e imagen institucional y la multimedia serán orientados por la Unidad de Comunicaciones e Imagen Corporativa.

- **Sistema de Audio de Comunicación Interna.** Es un canal de audio de comunicación interna que funciona con mensajes pregrabados y mensajes de alta voz. Estos se realizan con el propósito de informar a la comunidad con información corta y precisa.

| | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------|
|  <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESCUELA NACIONAL del DEPORTE</p> | <p>GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA</p> | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 11 de 34 |

- **Promoción Institucional de servicios.** Dichas actividades como eventos académicos y empresariales, son apoyados por la Unidad de Comunicaciones e Imagen Corporativa en cuanto a promoción de oferta académica y servicios.
- **Video Promocional.** Registro filmográfico que se utiliza como herramienta de comunicación para que el público externo conozca las noticias, servicios y programas académicos a través de experiencias. Este se utiliza para informar y atraer a un cliente específico.
- **Teléfono:** A través de este medio se brindara información y atención al público externo e interno.
- **Correspondencia:** Son todas las comunicaciones de carácter privado que llegan a las diferentes áreas de la Institución, recibidas en la ventanilla única, la cual deberá plasmarse en una planilla o software para su debido control para certificar la recepción de los documentos y así dar respuesta a las comunicaciones recibidas.
- **Piezas Publicitarias:** Producción de piezas graficas con contenido publicitario. Estas deben respetar los lineamientos de la imagen corporativa institucional. Los pasos para generar las piezas gráficas institucional, varían de acuerdo al procedimiento, la necesidad y propuesta del diseñador gráfico de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Corporativa y comprende el diseño de material publicitario para medios impresos: folletos, afiches, tarjetas, hojas volantes, portadas de publicaciones, pendones, pasacalles, escarapelas y asesoría de imagen gráfica para eventos, avisos para prensa y creación de conceptos gráficos para campañas internas.

El servicio de diseño de artes y piezas publicitarias será atendido en orden de llegada de los formatos de solicitud con la información completa para el trabajo (tener en cuenta el procedimiento)

- **Material POP:** Corresponde a todos los implementos destinados a promocionar la imagen corporativa y la identidad de la Institución, los cuales se entregan como souvenir a personalidades e invitados especiales o en eventos.
- **El Protocolo** en los eventos es fundamental para la imagen de la Institución Universitaria. La Unidad de Comunicaciones junto con el área

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 12 de 34 |

de Protocolo, ofrece soporte y asesoría en la realización de los eventos propios o los que tienen por escenario a la Escuela Nacional del Deporte.

g. Compromiso con la circulación y divulgación de la información

El Rector y su equipo de trabajo se comprometerán a establecer contacto permanente con la comunidad; con éste fin, adoptarán mecanismos para que la información llegue de manera oportuna, consolidada, actualizada, clara, veraz, confiable y transparente bajo políticas efectivas de producción, manejo y circulación de la información. Así mismo, dicha información será monitoreada para llevar a cabo la retroalimentación de tal manera que contribuya al mejoramiento continuo de los procesos y a la oportuna toma de decisiones de la administración.

De igual manera se adquiere el compromiso de ampliar y promover espacios de participación ciudadana y a impulsar entre la comunidad universitaria la comprensión de la misión, la visión, los objetivos institucionales y los diferentes servicios que se prestan. La comunicación organizacional, estará encaminada a consolidar el sentido de pertenencia Institucional, implementando relaciones de diálogo y cooperación entre los servidores públicos, docentes y contratistas, mediante mecanismos que propendan por la interacción y la construcción de visiones compartidas.

Los servidores públicos, docentes y contratistas que tengan acceso a la información Institucional, son responsables de su manejo y deben cumplir los lineamientos generales y específicos dados por la Ley y la Institución para su protección y conservación, evitando pérdidas, accesos no autorizados, exposición y utilización indebida de la misma. Así mismo, tienen la responsabilidad de velar por la integridad, confidencialidad, disponibilidad y confiabilidad de todos los recursos informáticos que utilicen y de la información que manejen, especialmente si dicha información está protegida por reserva legal y ha sido clasificada como privilegiada.

Cuando un servidor público, docente o contratista detecte el mal uso de la información considerada por la Institución como privilegiada, tiene la obligación de reportar el hecho ante la Secretaría General.

La información de políticas, normas y procedimientos de seguridad de la información, se deben revelar únicamente a funcionarios, contratistas y entes externos competentes cuando así lo requieran, siguiendo los respectivos canales y protocolos de comunicación. Quienes incumplan estos acuerdos o

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 13 de 34 |

compromisos de confidencialidad, serán sancionados de acuerdo con el régimen disciplinario y penal.

Los servidores públicos, docentes y contratistas de la Institución, deben observar los siguientes preceptos en el uso y divulgación de la información a la cual tienen acceso en su gestión:

- A usar la información en razón de su desempeño laboral, únicamente para fines Institucionales, evitando obtener beneficio propio o de terceros.
- A gestionar la información de forma veraz, clara y oportuna y a mantenerla disponible para su consulta, salvo la que se considere de carácter confidencial.
- A promover mecanismos de comunicación masiva que garanticen el libre acceso a la información, salvo la que se considere de carácter confidencial.

La Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte, dispone de la Guía de Comunicaciones e Imagen Corporativa, que estará en permanente actualización y su objetivo primario será determinar la forma como se administra y gestiona la información y la comunicación en la Entidad, a través de un lenguaje claro, directo y oportuno que permita la construcción colectiva de un proyecto de Institución que genere legitimidad, presencia y reconocimiento de la función pública encomendada en torno a la sociedad.

h. Derechos de autor y propiedad intelectual.


En materia de derechos de autor, la Institución se rige por las normas y leyes vigentes aplicables al asunto:

- Artículo 61 Constitución Política de Colombia.
- Ley 23 de 1982 Sobre los Derechos de Autor (Artículo 1 y 2)
- Ley 44 de 1993 (Capítulo II Artículo 6, Capítulo IV Artículo 51)
- Ley 599 de 2000 Por la Cual se Expide el Código Penal (Artículo 270, 271 y 272)


i. Protección de datos personales.

Si para cualquier actividad de comunicación, enmarcada en los objetivos institucionales, se requiera el tratamiento de datos esta deberá estar sujeta a las disposiciones legales vigentes y aplicables que rigen el tema:

- Ley 1581 de 2012. Ley de Protección de Datos Personales.

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 14 de 34 |

j. Plan de medios

| <div>  UNIDAD DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA </div> | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------|-----------------------|----|-----|-----|----|-----|------|--------|-----|----|-----|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PLAN DE MEDIOS 2019 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Procesos Institucionales | Información a Comunicar | Tipo de Información | | Medio de Comunicación | | | | | | | | | | | | Destinatarios |
| | | Interna | Externa | PW | RS | YTB | INT | CE | AUD | CART | CARTDG | BOL | MC | IMP | POP | |
| Docencia | Convocatoria Docente, Evaluación Integral, Capacitación, participación en eventos Académicos y Movilidad. | □ | □ | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | | X | Estudiantes Egresados Administrativos Contratistas Docentes Comunidad en General Comunidad Organizada Instituciones del Estado Sector Productivo Medios de Comunicación Entidades Internacionales |
| | Oferta académica de la institución de programas académicos y mejoramiento de la calidad de los mismos. | □ | □ | X | X | | X | X | | X | X | | X | X | X | |
| | Lineamientos curriculares Institucionales. | □ | □ | X | | X | X | X | X | X | X | X | | X | X | |
| | Centros de tutoría a nivel nacional. | □ | □ | X | X | X | | X | | X | X | X | X | X | X | |
| Investigación | Proyectos de investigación. | □ | □ | X | X | X | | X | | X | | X | X | X | X | Estudiantes Egresados Administrativos Contratistas Docentes Comunidad en General Comunidad Organizada Instituciones del Estado Sector Productivo Medios de Comunicación Entidades Internacionales |
| | Cualificación docente en investigación. | □ | □ | X | | X | X | X | X | X | X | X | | | | |
| | Alianza con redes nacionales e internacionales. | □ | □ | X | X | X | | X | | X | X | X | X | | | |
| | Producción intelectual institucional. | □ | □ | X | X | X | X | X | | X | X | X | X | X | X | |
| Proyección Social | Programas de formación continua para nuestros egresados y otros miembros de la comunidad. | | □ | X | X | X | | X | X | X | X | X | X | X | X | Estudiantes Egresados Administrativos Contratistas Docentes Comunidad en General Comunidad Organizada Instituciones del Estado Sector Productivo Medios de Comunicación Entidades Internacionales |
| | Prácticas profesionales y pasantías para los docentes y estudiantes | □ | | X | X | X | X | X | | X | X | X | | | X | |
| | Desarrollo programas de servicio social encaminados a incrementar el impacto social de los programas académicos de la Institución. | □ | □ | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | X | X | |
| | Vinculación de los graduados con la institución y tránsito laboral para egresados. | □ | □ | X | X | X | | X | | | | X | X | | | |
| | Actividades de formación y capacitación tendientes a la generación de redes y de trabajo. | □ | □ | X | X | X | | X | X | X | X | X | X | X | X | |
| Bienestar Universitario | Promoción de hábitos saludables y fortalecimiento de los servicios en salud y psicológicos. | □ | | | | X | X | X | X | X | X | X | | X | X | Estudiantes Egresados Administrativos Contratistas Docentes |
| | actividades deportivas, recreativas, lúdicas y de aprovechamiento del tiempo libre para la comunidad universitaria. | □ | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | |
| | espacios culturales que contribuyan en la formación del ser a nivel personal y colectivo | □ | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | |
| | Fomento de la permanencia estudiantil "Permanece en la U" | □ | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | |

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 15 de 34 |

UNIDAD DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA

| PLAN DE MEDIOS 2019 | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|----|-----|-----|----|-----|------|--------|-----|----|-----|-----|---------------|
| Procesos Institucionales | Información a Comunicar | Tipo de Información | | Medio de Comunicación | | | | | | | | | | | | Destinatarios |
| | | Interna | Externa | PW | RS | YTB | INT | CE | AUD | CART | CARTDG | BOL | MC | IMP | POP | |
| Gestión de Apoyo a la Docencia | Aspectos relacionados con la Biblioteca. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | x | X | X | x | X | x | X | x | | | |
| | Aspectos relacionados con Registro y Admisiones. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | X | x | | | X | X | X | x | x | x | | x | |
| | Medios de apoyo educativo: Material Educativo, Laboratorios, ayudas didacticas e implementación deportiva. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | X | | x | X | X | | X | | X | x | x | x | |
| Gestión Adminsitrativa | Plan de capacitación interna | <input type="checkbox"/> | | | | x | X | X | X | X | | x | | | x | |
| | Sistema de de seguridad y salud. | <input type="checkbox"/> | | | | x | X | X | X | X | x | x | | | x | |
| | Estímulos para el desarrollo del personal de la Institución. | <input type="checkbox"/> | | | | x | X | X | X | X | | x | | | x | |
| | Mejoramiento de las condiciones de vida de los funcionarios y docentes de la Institución. | <input type="checkbox"/> | | X | | x | X | X | x | X | | x | | | x | |
| | Fortalecimiento tecnológico en Hardware y Software para el funcionamiento académico administrativo, Mejoramiento de la | <input type="checkbox"/> | | x | | x | X | X | | X | x | x | | | x | |
| | Fortalecimiento del medio ambiente institucional. | <input type="checkbox"/> | | x | | x | X | X | X | X | x | x | | | x | |
| | Mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones y equipos de la Institución, así como su plan urbanístico. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | x | | x | X | X | x | X | x | x | x | | x | |
| | Adecuación y dotación de aulas y mobiliarios del funcionamiento académico administrativo. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | x | x | x | X | X | | X | | x | x | | | |
| Gestión Financiera | sostenibilidad financiera de la Institución Universitaria | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | X | | x | | x | | x | x | X | x | x | | |
| Innovación a la Gestión | Socializar el Proyecto Educativo Institucional y el Plan de Desarrollo Estratégico | <input type="checkbox"/> | | X | x | x | X | X | x | X | x | X | | x | x | |
| | Mecanismos de participación | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | X | x | x | X | X | X | X | x | | | | | |
| | Gestión legal y contractual de la | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | X | | | | | | | | x | | | | |
| | Acciones y Servicios del Centro de prácticas y servicios de salud (IPS). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | X | x | x | X | x | x | X | x | X | x | x | | |
| | Convenios y otras formas de cooperación con entidades públicas o privadas de carácter nacional e internacional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | X | x | x | | X | | X | x | X | X | | | |
| | Portafolio de Servicios Institucional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | X | x | x | X | X | | x | x | x | x | X | x | |
| | Gestión de transparencia y Gobierno en | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | X | x | x | X | X | X | x | x | x | | | | |
| | Gestión Documental y Ventanilla Única. | <input type="checkbox"/> | | x | | x | X | X | X | X | x | x | | x | x | |
| Gestión de la Calidad | Sistema Integrado de Gestión y de la administración de riesgos. | <input type="checkbox"/> | | X | | x | X | X | X | X | x | x | | x | x | |


| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 16 de 34 |



UNIDAD DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA

| PLAN DE MEDIOS 2019 | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------|-----------------------|----|-----|-----|----|-----|------|--------|-----|----|-----|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Procesos Institucionales | Información a Comunicar | Tipo de Información | | Medio de Comunicación | | | | | | | | | | | | Destinatarios |
| | | Interna | Externa | PW | RS | YTB | INT | CE | AUD | CART | CARTDG | BOL | MC | IMP | POP | |
| Gestión de la Evaluación | Autoevaluación y mejoramiento continuo con fines de acreditación de Alta Calidad de programas académicos institucionales | □ | □ | X | x | x | X | X | X | X | x | X | x | x | x | Estudiantes Egresados Administrativos Contratistas Docentes Comunidad en General Comunidad Organizada Instituciones del Estado Sector Productivo Medios de Comunicación Entidades Internacionales |
| | Consolidación del Sistema de Control Interno Institucional y de los diferentes esquemas de auditoría. | □ | □ | X | | x | X | X | X | X | | x | | x | | |
| Direccionamiento Estratégico | Misión, Visión, Valores, Principios, Objetivos, Funciones, Código de Buen Gobierno, Políticas, Planes, Líneas Estratégicas, Programas, Manuales, Informes de Gestión. | □ | □ | X | x | x | X | X | X | X | x | X | | X | x | |

| Medios Internos y Externos | | |
|-----------------------------|-------------------|----------|
| CONVENCIÓN | FRECUENCIA | MEDICIÓN |
| PW : Página Web | Semanal / Diaria | Anual |
| RS: Redes Sociales | Semanal | Anual |
| YTB: Youtube | Semanal | Anual |
| INT : Intranet | Semanal | Anual |
| CE : Correo Electrónico | Semanal / Diaria | Anual |
| AUD : Audicom | Semanal / Diaria | Anual |
| CART : Carteleras | Quincenal | Anual |
| CARTDG: Cartelera Digital | Semana | Anual |
| BOL : Boletines | Quincenal/Mensual | Anual |
| MC : Medios de Comunicación | Mensual | Anual |
| IMP: Impresos | Según necesidad | Anual |
| POP: Material publicitario | Según necesidad | Anual |

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 17 de 34 |

7. ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL.



CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO **1**



La marca: Es el principal signo gráfico que representa e identifica a una entidad, persona, producto o institución. Por tanto, es de vital importancia y debe aplicarse en todas las piezas publicitarias e informativas, respetando minuciosamente las normas establecidas acerca de su construcción, colores, escala de reducción máxima, etc.


El Logotipo: Es el identificador corporativo, para nuestro caso, el uso de tipografía y composiciones relacionadas con la imagen corporativa de la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte deberá atemperarse a lo estipulado en el presente manual. Hay que resaltar que la elección de tipografía y posibilidades de composición no es casual y por lo tanto hay que respetarlas.

El texto del logotipo es el nombre de la institución: Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte, siempre irá en blanco y negro.

El Elemento gráfico, comprende tres partes con colores diferentes: Amarillo, azul y rojo, que hacen referencia al carácter nacional de la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte. El carácter deportivo de la Institución está reflejado en las formas curvas que simulan una pista atlética y los círculos simulan la ubicación del podio de premiación.



Una Institución Universitaria enfocada en el ser humano como eje central de calidad


| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 18 de 34 |



GEOMETRIZACIÓN DEL LOGOTIPO **2**



Una Institución Universitaria enfocada en el ser humano como eje central de calidad

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 19 de 34 |



APLICACIONES DEL LOGO A COLOR Y EN BLANCO Y NEGRO

3

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA



Los colores Institucionales son: El amarillo, el azul, el rojo y el negro con las siguientes especificaciones:

C:0 M:0 Y:100 K:0

R:255 G:237 B:0

#FFED00
Pantone Yellow UP

C:110 M:60 Y:0 K:0

R:0 G:94 B:168

#005EA8
Pantone 287 UP

C:0 M:100 Y:100 K:0

R:226 G:94 B:168

#E2001A
Pantone 485 EC


C:0 M:0 Y:0 K:100

R:26 G:23 B:27

#1A171B
Pantone Black UP



Una Institución Universitaria enfocada en el ser humano como eje central de calidad

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 20 de 34 |

APLICACIONES DEL LOGO A COLOR Y EN BLANCO Y NEGRO

4

Con mucha frecuencia deberá utilizarse el logo a una sola tinta, generalmente negra, aunque a veces puede ser otra.

Esto puede ocurrir sobre fondos claros o sobre fondos oscuros.



Full Color



Escala de Grises




Blanco y Negro



↑
Aplicación sobre fondo negro



Una Institución Universitaria enfocada en el ser humano como eje central de calidad

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 21 de 34 |



TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL **5**



A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

La fuente institucional que lleva el logo es AvantGarde LT Medium (Escala de extensión X: 118,1%)


A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

La fuente institucional para la realización de oficios es Arial 12 p

No es debido usar otras tipografías en la composición de los soportes. Esta recomendación se hace en la elaboración de contenido de cartas, u otros documentos.

Tampoco es aceptable introducir variaciones en la escala horizontal de las mismas, este error es muy común por la creencia equivocada de que se aumenta su tamaño y legibilidad.



| | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------|
|  <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESCUELA NACIONAL del DEPORTE</p> | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 22 de 34 |




DIMENSIONES DEL LOGOTIPO **6**



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA: 25,31 Puntos en la fuente y una medida de "8,929 mm de alto x 178,996 mm de ancho"
ESCUELA: 27,138 Puntos en la fuente y una medida de "9,574 mm de alto x 60,051 mm de ancho"
NACIONAL: 27,136 Puntos en la fuente y una medida de "9,573 mm de alto x 73,659 mm de ancho"
del DEPORTE: 27,142 Puntos en la fuente y una medida de "9,575 mm de alto x 88,438 mm de ancho"
ELEMENTO GRÁFICO: 97,273 mm ancho x 44,567 mm alto

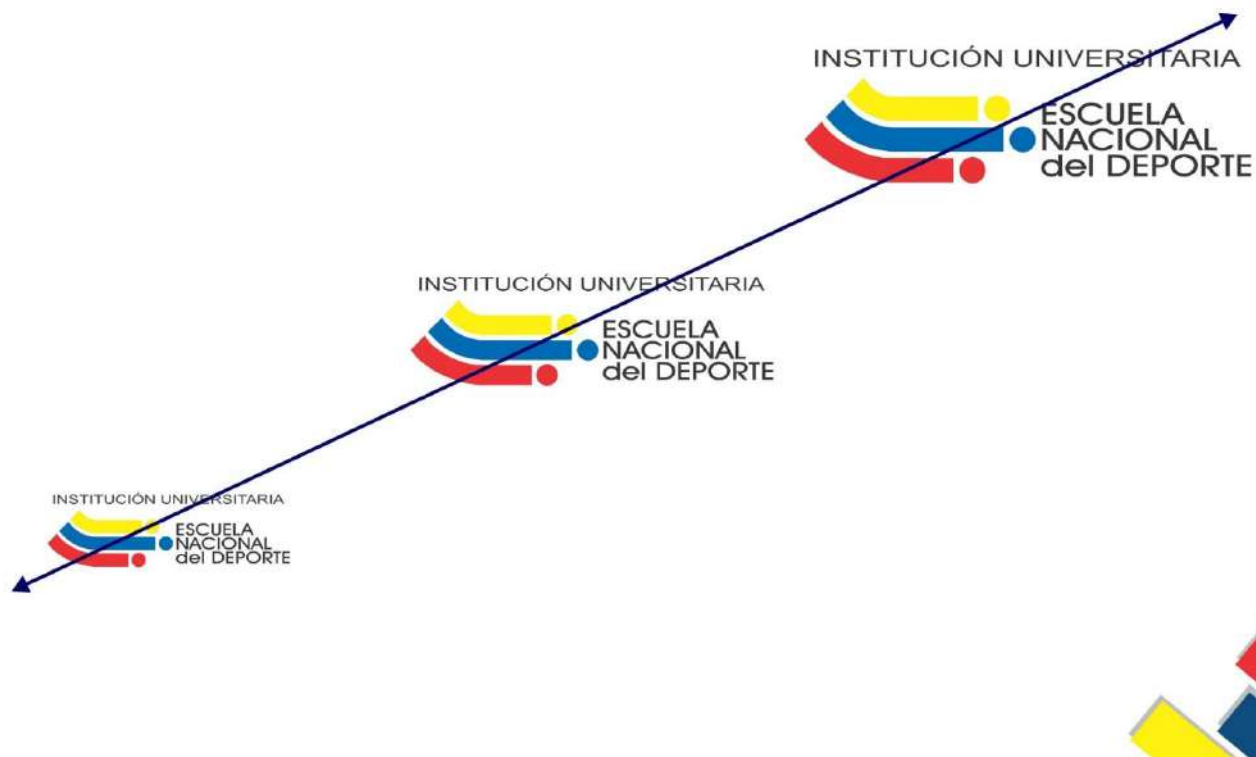


| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 23 de 34 |




REDUCCIÓN MÍNIMA DEL LOGOTIPO **7**

Las reducciones o ampliaciones del logo de la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte se harán siempre por diagonal para conservar las proporciones.



Una Institución Universitaria enfocada en el ser humano como eje central de calidad

| | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------|
|  <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESCUELA NACIONAL del DEPORTE</p> | <p>GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA</p> | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 24 de 34 |

ALGUNAS APLICACIONES NO PERMITIDAS PARA EL LOGOTIPO 8

Se consideran como usos incorrectos del logotipo el uso de una fuente distinta para el texto, el uso de colores diferentes a los ya establecidos, la deformación del mismo, el cambio de proporción entre el símbolo y el nombre, y el uso sobre algún fondo que no sea blanco o negro.



No se debe usar el Institución Universitaria debajo del logo.




El logo debe estar siempre acompañado por el texto completo, superior y del lado.



El texto que acompaña al logo debe tener siempre la proporción ya mencionada en este manual.



El tlogo debe conservar siempre la proporción ya mencionada en este manual.

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 25 de 34 |



APLICACIÓN DEL LOGO CON FACULTADES O PROGRAMAS **9**

La siguiente aplicación es para la identificación de las diferentes áreas con mayor relevancia de la institución.

Consulte con la Asesoría de Comunicaciones de la entidad, cuando se requiera.



FACULTAD DE SALUD Y REHABILITACIÓN



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN Y DEL DEPORTE




FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y DE LA ADMINISTRACIÓN

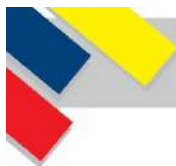


GRUPO DE INVESTIGACIONES GIESS

Fuente: Roboto Lt (Ligth, ligera), 14 puntos, Mayúsculas.



| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 26 de 34 |



APLICACIÓN EN PAPELERÍA INSTITUCIONAL

10


En papelería se aplicará el logo de la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte, en la parte central superior, full color como vemos en el ejemplo (Hojas carta y oficio), incluyendo el Registro Icfes y el Nit , al lado izquierdo va acompañado del logo de la Alcaldía de Santiago de Cali y al lado derecho por el logo del Ministerio de Educación Nacional.

En la parte inferior va el slogan institucional de la administración en ejercicio acompañado de los logos de Calidad, seguido deberá incluirse los datos de dirección, teléfonos, código postal, correo institucional, página web, ciudad y país.

En la elaboración de los oficios se utilizará la fuente Arial, de 12 puntos, para garantizar uniformidad en las comunicaciones de la institución.

El formato deberá ser el normalizado carta (279,4 mm x 215,9 mm), oficio (330mm x 215,9) y para sobres en papeles blancos normales de gramajes comprendidos entre 75 y 90 gr. Excepcionalmente podría emplearse un papel texturado de prestigio, la impresión en policromía será enviada a realizarse litográficamente.



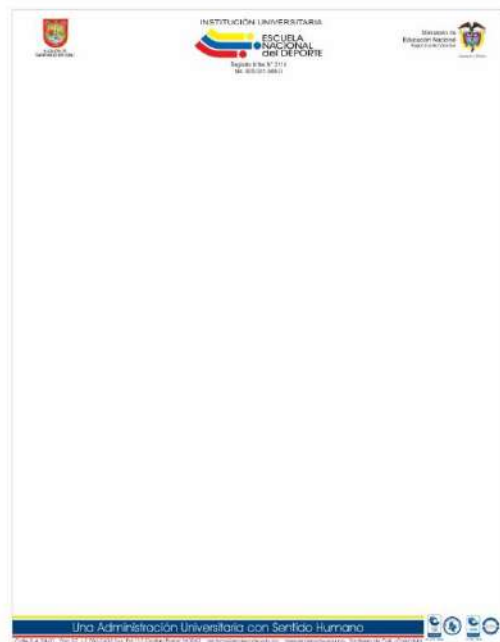
| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 27 de 34 |



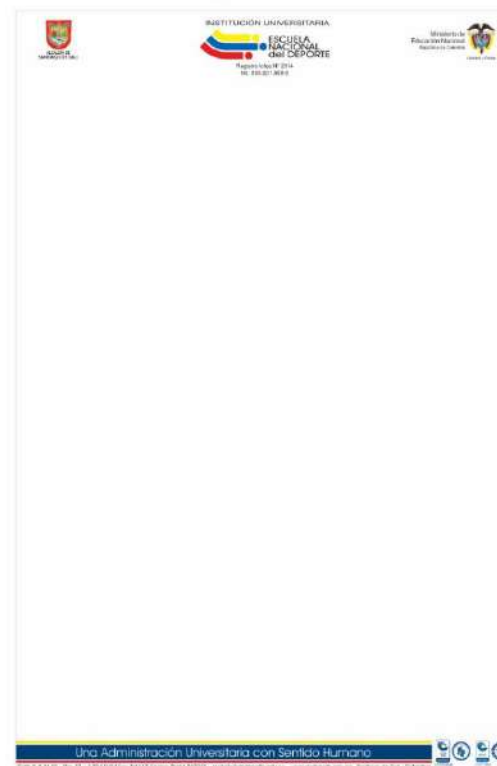
APLICACIÓN EN PAPELERÍA INSTITUCIONAL

11


Hoja Carta



Hoja Oficio



Una Institución Universitaria enfocada en el ser humano como eje central de calidad

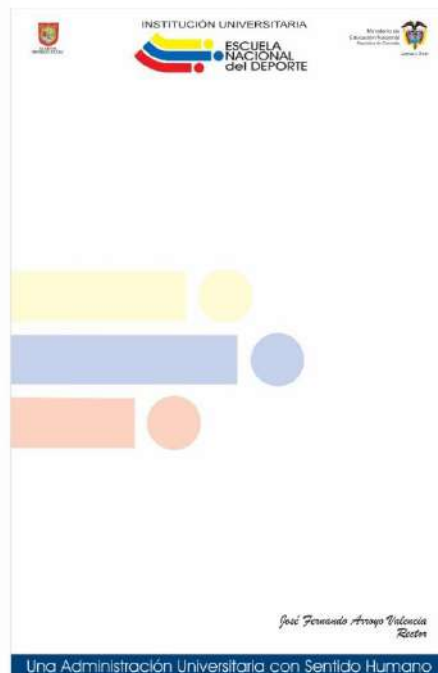
| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 28 de 34 |

APLICACIÓN EN PAPELERÍA INSTITUCIONAL **12**

Sobre




Nota de Estilo



Tarjeta de Presentación



Una Institución Universitaria enfocada en el ser humano como eje central de calidad

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 29 de 34 |

APLICACIÓN EN PAPELERÍA INSTITUCIONAL 13

Carpeta Institucional




Fronte

Dentro


Atrás

Una Institución Universitaria enfocada en el ser humano como eje central de calidad

| | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------|
|  <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESCUELA NACIONAL del DEPORTE</p> | <p>GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA</p> | <p>Código: IG.111.43.05.01</p> |
| | | <p>Fecha: 09/10/2020</p> |
| | | <p>Versión: 7</p> |
| | | <p>Página 30 de 34</p> |


PRESENTACIONES EN POWER POINT 14

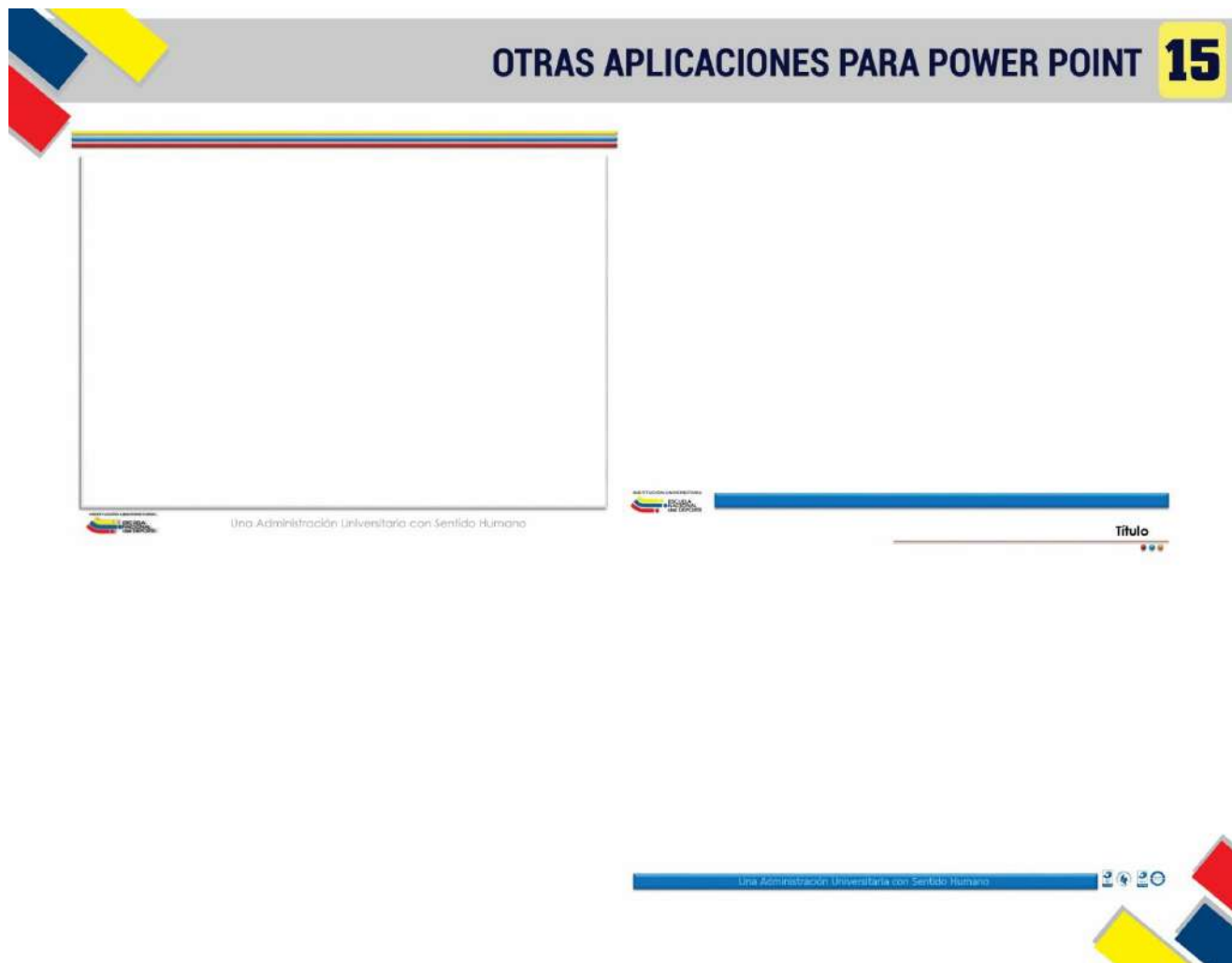
Título




Logo y Slogan de la Administración en ejercicio

Una Institución Universitaria enfocada en el ser humano como eje central de calidad

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 31 de 34 |



Una Institución Universitaria enfocada en el ser humano como eje central de calidad

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 32 de 34 |



APLICACIÓN MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA 16

El manual de Identidad Visual Corporativa de la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte será aplicado en:

- Portal Web
- UNIFORMES
- Vallas
- MÓVILES
- Avisos de Prensa
- PENDONES
- Afiches
- PASACALLES
- Carpetas
- MAQUETAS
- Paneles publicitarios
- BACKINGS
- Plantillas para Presentaciones

La Unidad de Comunicaciones Relaciones e Imagen Corporativa es la responsable de orientar y autorizar sobre el uso y aplicación de los elementos que garantizan la imagen corporativa de la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte.



| | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------|
|  <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESCUELA NACIONAL del DEPORTE</p> | <p>GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA</p> | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 33 de 34 |

8. REVISIÓN Y ACTUALIZACIÓN

La Guía de Comunicaciones e Imagen Corporativa, será elaborada por la Unidad de Comunicaciones e Imagen Corporativa, cuando se presenten inconsistencias en su uso o sea necesario renovar por nuevas prácticas comunicativas, revisada por la Secretaría General y la Vicerrectoría Administrativa y aprobada por el señor Rector.

9. FORMATOS ASOCIADOS

| NOMBRE DEL FORMATO | CODIGO |
|------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| • Solicitud de Divulgación e Información | IG.2,0,2.19.04.02 |
| • Plan de Trabajo Unidad de Comunicaciones, Relaciones e Imagen Corporativa. | IG.2,0,2.19.04.03 |

10. REFERENCIAS DOCUMENTALES

- No aplica

| Aprobación del Documento | | | | |
|--------------------------|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-------|------------|
| | Nombre | Responsable | Firma | Fecha |
| Elaboró | María Fernanda Vallejo. | Técnico Profesional – Unidad de Comunicaciones e imagen corporativa | | 05/10/2020 |
| Revisó | Diana Patricia Abadía Alvarado | Técnico Operativo Unidad de Comunicaciones | | 07/10/2020 |
| Aprobó | Héctor Fabio Martínez | Secretario General | | 09/10/2020 |

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------|
|  | GUÍA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA | Código: IG.111.43.05.01 |
| | | Fecha: 09/10/2020 |
| | | Versión: 7 |
| | | Página 34 de 34 |

| Control de los Cambios | | | |
|------------------------|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Versión No. | Fecha de Aprobación | Descripción de los Cambios | Justificación del cambio |
| 1 | 13/11/2009 | Se crea el formato solicitud de divulgación de información | |
| 2 | 20/10/2010 | Se Actualiza información de procesos. | |
| 3 | 18/07/2013 | Se actualizó el Slogan Institucional. | Guía-Política de Comunicaciones IG.2.19.03.01 |
| 4 | 11/06/2014 | -Modificación del nuevo logo Institucional. - Actualización de papelería con el nuevo logo. -Se agregaron otros medios de comunicación, haciendo la guía más específica. (Boletín soy PEI y Boletín de Prensa) -Creación de formato Actualización de datos para el Open House -Actualización de las direcciones de la Institución. - Se actualiza el código de conformidad a las tablas de retención documental, la versión y la fecha, se hacen ajustes de conformidad al procedimiento de control de documentos al cuadro de aprobación. | Actualización de documentos, por cambios en la imagen corporativa Reestructuración Administrativa. |
| 5 | 04/11/2016 | Se ajusta el nombre del documento al de "Guía de Comunicaciones e Imagen Corporativa" Se hacen ajustes a los contenidos de las condiciones generales. | Revisión documental y actualización a la realidad Institucional. |
| 6 | 17/07/2019 | Se ajusta el código del documento y versión por cambio en las tablas de retención documental. | Cambio de la codificación tablas de retención. Revisión general del documento. |
| 7 | 09/10/2020 | | |