



Fundación Universitaria
de Ciencias de la Salud
FUCS

[VIGILADA MINEDUCACIÓN]



División de Comunicaciones
y Relaciones Públicas

Buenas prácticas de comunicación digital

Dirigido a administrativos y docentes

Agenda

- 1 Todo comunica
- 2 Uso Correo Institucional
- 3 Diseño en cifras
- 4 Estadísticas RRSS
- 5 Ecosistema FUCS te informa
- 6 Lineamiento Foto/Video
- 7 Procedimiento piezas gráficas de comunicación
- 8 Solicitudes web

La Comunicación como eje de cambio cultural

Estamos viviendo un **momento de evolución** en la FUCS, este crecimiento organizacional nos ha traído nuevos colaboradores, diferentes modalidades de trabajo, ampliación de nuestra infraestructura, movimientos organizacionales entre otros.

Estos cambios importantes requieren que las **dinámicas de comunicación** sean efectivas, claras y a su vez adaptadas por todos los colaboradores antiguos y nuevos, consolidando una cultura de comunicación organizacional que permea todos los niveles.



Todo comunica:

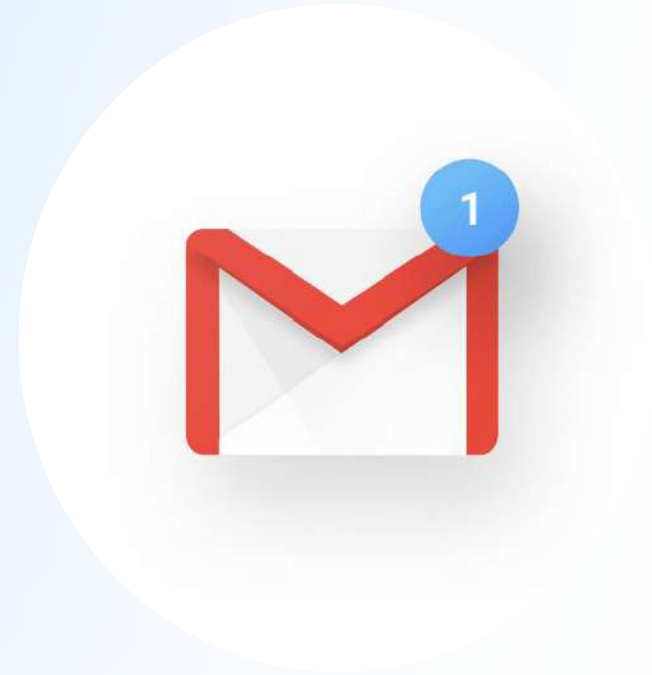
la importancia del lenguaje no verbal



 Mentimeter



Correo Institucional





 Gmail



Mail



Chat



Meet



Redactar



Recibidos



Destacados



Pospuestos



Importantes



Enviados



Borradores



Categorías



Social



Notificaciones



Foros



Promociones



Más



No hacer

- Ausencia de foto de perfil o foto inapropiada.
- Apodos o sobrenombres en los nombres de usuario.
- Firma de correo desactualizada, con información fuera de la establecida.
- Realizar spam de los correos.
- Copiar a colaboradores que podrían no recibir el mail.
- Adjuntar imágenes pixeladas o modificadas
- Asuntos confusos, con titulares falsos o sin asunto.
- Correos sin leer



FUCS GYM

Foros

¡Últimos cupos de voleibol! ¡Torneo Copa FUCS! 🏐 - ¡Últimos cupos de



FUCS GYM

Foros

¡Últimos cupos de baloncesto! ¡Torneo Copa FUCS! 🏀 - ¡Últimos cupos



FUCS GYM

Foros

¡Últimos cupos de voleibol y baloncesto! ¡Torneo Copa FUCS! 🏐🏀 - ¡Úl



 Gmail



Mail



Chat



Meet



Redactar



Recibidos



Destacados



Pospuestos



Importantes



Enviados



Borradores



Categorías



Social



Notificaciones



Foros



Promociones



Más



Si hacer

- Foto de perfil adecuada
- Nombre de usuario
- Firma de correo actualizada, con la información necesaria
- Envíos a las personas involucradas
- Adjuntar las imágenes en el formato y tamaño apropiado para su visualización
- Asuntos de correo claros
- Lectura frecuente de los mails

Diseño de piezas gráficas

Trabajo
presencial

2019

3400

piezas gráficas

Teletrabajo
autónomo

2024

4291

piezas gráficas

994

Mailings
4 diario promedio

53

Dependencias
solicitantes

95

Apoyo a
estrategias

28

Proyectos
editoriales
trabajados

Aa



**Diseño de piezas
gráficas**

**2025
219**

enero - marzo
mailings

**3.9 diseños de
mail diarios**

55 días laborales
2025

Comunicación Interna

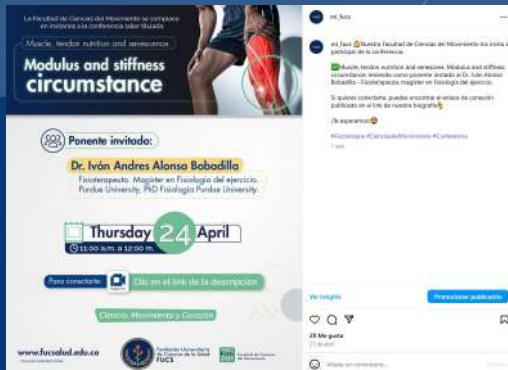
400 masivos abril

19 diarios

Promedio de aprobación de envío 2025
por comunicaciones@fucsalud.edu.co

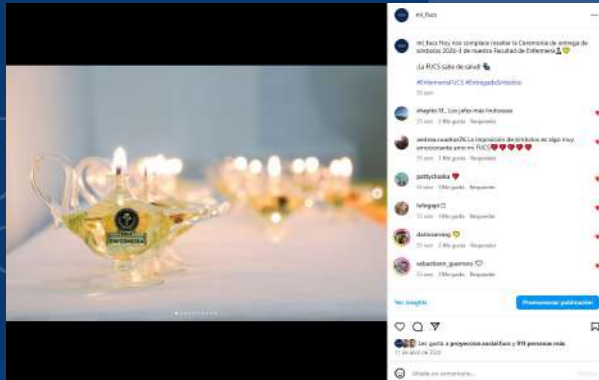
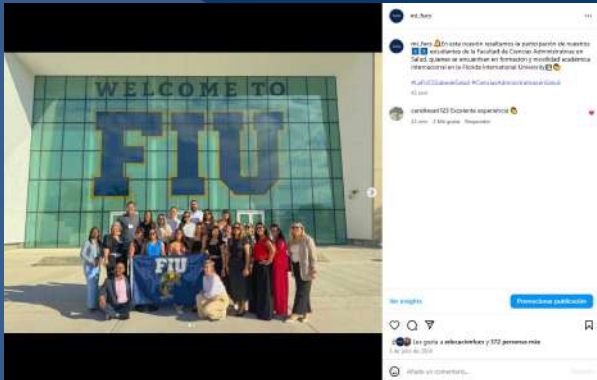


Antes vs ahora: RRSS institucionales



♥ < 50 interacciones

♥ + 300 interacciones



Canales digitales

Instagram	X	YouTube	TikTok	APP Eventos FUCS
Facebook	LinkedIn	Spotify	Carteleras digitales	

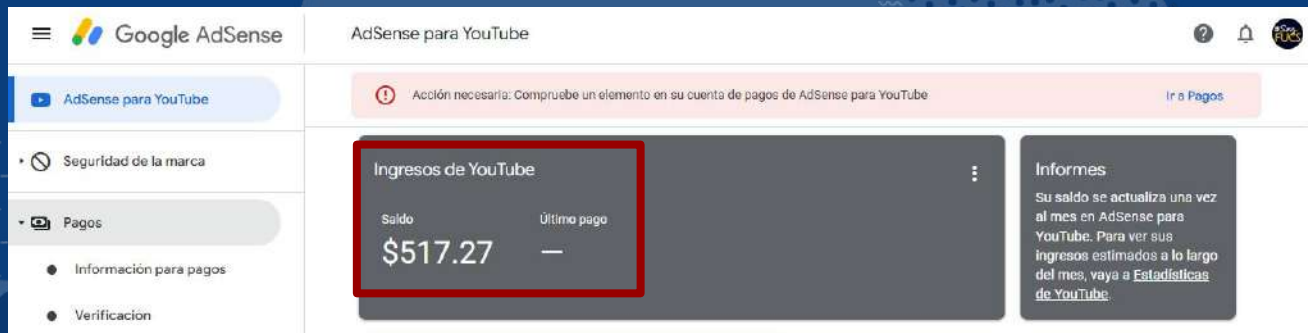
Características para contenidos digitales



- Educar, entretener o inspirar. (V)
- Usar música en tendencia libre de derechos. (V)
- Publicar con autorización de uso de imagen. (V-F)
- Usar colores, logos y tipografía oficiales de la marca. (D-V)
- Calidad 1080 x 1080p. (F)
- **TikTok, Reels, Shorts:** 15-60 segundos es lo ideal.
- **YouTube:** 3-8 minutos si es contenido más elaborado.
- **LinkedIn/Facebook:** 1-2 minutos para mantener la atención.

Videos:

- **Vertical (9:16)** → Instagram Reels, TikTok, Stories, YouTube Shorts.
- **Cuadrado (1:1)** → Facebook, Instagram Feed.
- **Horizontal (16:9)** → YouTube, Facebook Watch, LinkedIn.
- **Resolución mínima HD** → (1080p) para mayor calidad.



CPM: Costo por mil impresiones (lo paga el anunciante) - $(\text{Ingresos por anuncios} / \text{Número de impresiones}) \times 1000$

RPM: Ingreso por cada mil vistas (lo recibe el creador) - $(\text{Ingresos totales} / \text{Número de vistas}) \times 1000$

El número de visualizaciones **no garantiza** ingresos altos en YouTube.

¿Por qué **un video con menos vistas puede monetizar más que otro con muchas?**

- Las vistas de **EE. UU., Canadá, Reino Unido, Alemania, Australia**, etc., pagan mucho más que vistas de países en Latinoamérica.
- Un video con 100,000 vistas en EE. UU. puede generar más ingresos que uno con 1 millón de vistas en países con CPM bajo. **Latinoamérica tiene un CPM más bajo en YouTube** en comparación con regiones antes mencionadas.
- Videos de **más de 8 minutos** pueden tener **múltiples anuncios insertados**, lo que aumenta el ingreso.
- Videos cortos o de Shorts suelen generar menos por visualización porque suelen durar **menos de 8 minutos**, salvo que acumulen millones de vistas o tengan buena retención.
- Si la audiencia **ve poco del video o lo salta rápido**, YouTube muestra menos anuncios o anuncios más baratos.
- Un video educativo, de reseñas de productos o tutoriales tiende a atraer anunciantes mejor pagados.
- Un video de entretenimiento general puede tener muchas vistas pero poco valor comercial para anunciantes.

La Solución



Ecosistema de comunicación interna apoyado en herramientas de G Suite.
Envío masivo Priorizado - Grupo de chat segmentado - Boletín informativo



Envío masivo Priorizado

Mediante un uso consciente del envío masivo comunicar las estrategias o información transversal a la institución.

USO Y MANEJO DE CÉDULA Y FIRMA RECTOR - REPRESENTANTE LEGAL y RLS



Rectoría FUCS <rectoria@fucsalud.edu.co>
para bcc: administrativos

mié, 5 feb, 8:56



Buenos días apreciados colaboradores

Teniendo en cuenta la importancia de la Política de Protección de Datos Personales, **me permito recordar** que el **único** canal autorizado para el **uso de mi firma en escáner** es la Rectoría, de igual manera si requiere enviar a una entidad externa una **copia de mi cédula de ciudadanía** para trámites legales, deberá solicitar este documento a la Rectoría o a la Oficina Jurídica directamente, indicando para qué trámite se requiere y con destino a que entidad.

¿Qué se va a enviar?

- Comunicados de rectoría
- Condolencias
- Visitas de Ministerios
- Celebraciones Institucionales
- Convocatorias Internas (Talento Humano)
- Campañas de comunicación transversales a nivel institucional (*Eventos de gran alcance, estrategias donde intervienen más de 2 áreas*)
- Boletín FUCS te informa

Espacios de Gmail

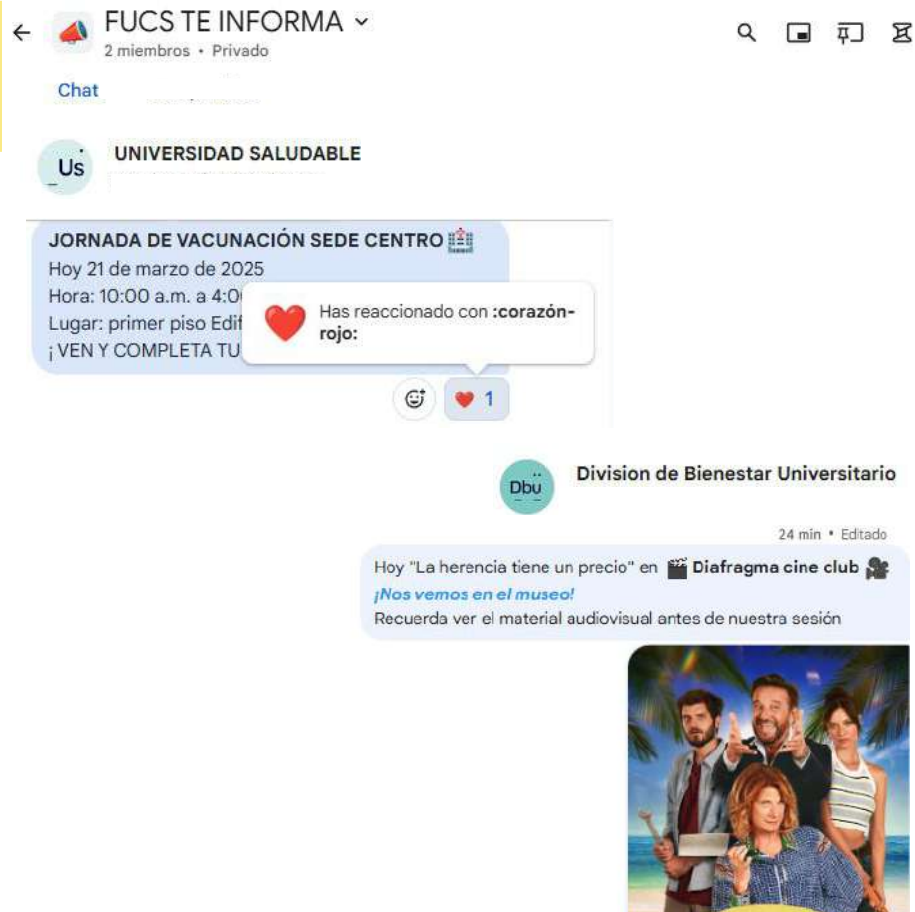
Grupo de chat en Gmail en el que 1 representante de cada dependencia de la FUCS tendrá acceso para enviar información importante y de carácter express e inmediata.

De preferencia texto, puede ser video o foto de buena calidad. *(No se diseñan piezas para este espacio)*

Segmentación

Grupo 1: Administrativos y Docentes.

Grupo 2: Estudiantes



Espacios de Gmail

Administradores del espacio: delegados de las áreas, los demás miembros del grupo pueden interactuar con los mensajes únicamente reaccionando, no comentando.

¿Qué se va a enviar?

- Convocatorias académicas, deportivas, culturales, etc...
- Información de eventos para la comunidad.
- Noticias express y de inmediatez.
- Información de interés institucional.
- Publicidad de actividades y espacios para la comunidad.
- Invitaciones.
- Hechos importantes o de interés general.
- Enlaces de inscripción o de consulta de dichas actividades

The screenshot displays a Gmail group chat interface. At the top, there is a header bar with a back arrow, a profile icon, and the text "FUCS TE INFORMA". To the right of the header are icons for search, a document, a link, and a share icon. Below the header, the chat is titled "Chat" and "Compartidos". The first message is from "Division de Bienestar Universitario" (Dbu) and contains the following text: "El que busca encuentra y si no encuentras tu objeto, te puedes llevar algo", "🔔 Ven y participa en la **Feria de Objetos perdidos** 🔔", "Viernes 28 de marzo", "Sede centro y sede norte 10:00 a.m. a 1:00 p.m.", and "Oficinas de Bienestar Universitario". This message has one reaction from a user with a profile icon. The second message is from "Div. Gestión del Talento Humano" (Dgt) and contains the following text: "Nos permitimos informar a todos nuestros colaboradores que contaremos con la **visita de Salud Total:**", "📍 **Sede centro:** miércoles 19 de marzo", "Entrada edificio docente al lado de tesorería // 8:00 a.m. - 3:00 p.m.", "📍 **Sede norte:** jueves 20 de marzo", "Entrada torniquetes casita administrativa // 8:00 a.m. - 3:00 p.m.", and "¡Calidad humana comprometida con la excelencia!". This message has one reaction from a user with a profile icon. The third message is from "Coordinación web FUCS" (C) and contains the following text: "🔴 **Falla página web FUCS** 🔴", "Les informamos que en estos momentos tenemos caída y lentitud de nuestra página web www.fucsalud.edu.co, ofrecemos excusas por los inconvenientes presentados por esta falla, estamos trabajando en conjunto con el proveedor para restablecer el servicio en el menor tiempo posible." This message has one reaction from a user with a profile icon.



FUCS TE INFORMA ▾



Chat

Compartidos

Normas de Espacios de Gmail

- No se diseña pieza gráfica por parte de la Oficina de Diseño ni áreas participantes.
- Mantener una correcta redacción y ortografía en el mensaje.
- El material adjunto no requiere de una alta edición audiovisual, pero debe seguir las normas básicas de presentación y estar en alta calidad, no debe superar las 200 MB de espacio.
- Los correos encargados de enviar mensajes, deben ser aprobados por el área de comunicaciones.
- Evitar cualquier debate o comentario en este chat.
- Las imágenes que identifiquen a personas fuera de la FUCS deben contar con la autorización de uso de imagen por parte del titular de los datos.
- Evitar enviar enlaces que no correspondan con el desarrollo de sus actividades o enlaces sospechosos.
- Quienes no sigan estas normas recibirán retroalimentación por parte del área de Comunicaciones. En caso de no acoger estas recomendaciones en reiteradas ocasiones, se revisará la continuidad de su participación en el espacio.



Division de Bienestar Universitario

24 min • Editado

Hoy "La herencia tiene un precio" en Diafragma cine club

¡Nos vemos en el museo!

Recuerda ver el material audiovisual antes de nuestra sesión



Boletín

Publicación interna dirigida a los colaboradores de la institución.

Secciones:

- Noticia principal.
- Entérate.
- Prográmate.
- Flash informativo.

Periodicidad: Martes, cada 15 días. Si hay noticias de alta importancia para la comunidad se podría dar un boletín extraordinario, sin importar el día laboral de la semana.

Lanzamiento
20 de mayo



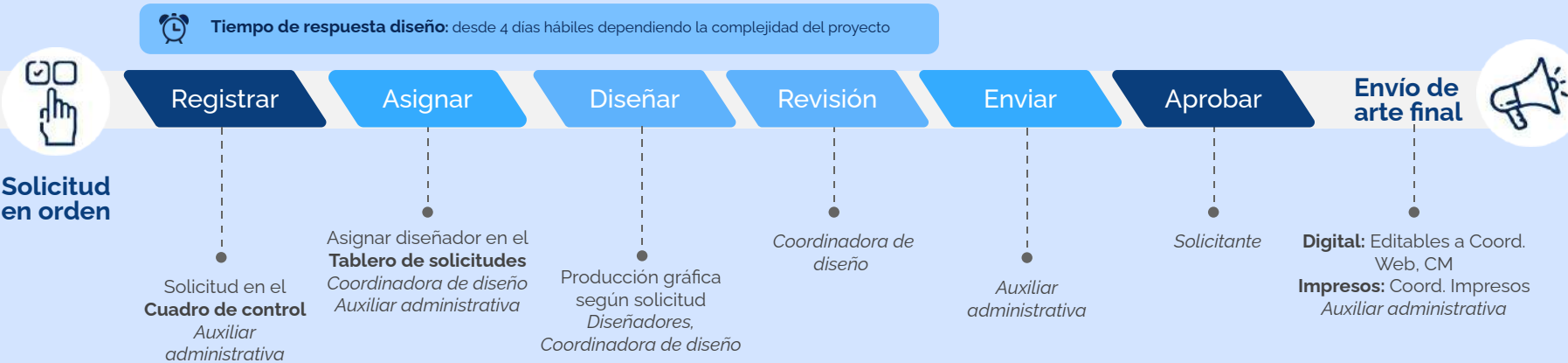
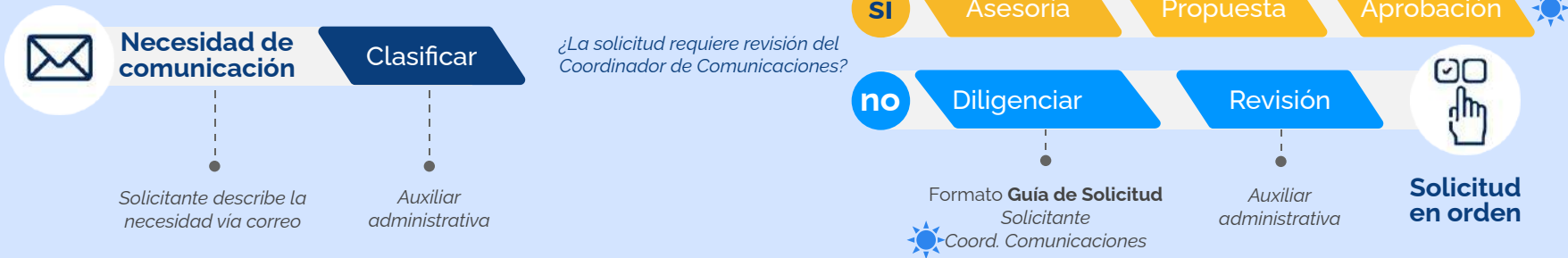
Reglas de Uso:



- La noticia principal se escogerá a criterio de la coordinación de comunicaciones.
- Las áreas tendrán toda la semana anterior a la publicación del boletín (lunes a viernes a mediodía) para enviar la información que deseen incluir. Esto será para el espacio "entérate".
- La información se enviará al correo de comunicaciones@fucsalud.edu.co
- Se acordará un cronograma con las áreas para el envío de noticias, solo serán 5 por boletín y cada uno tendrá espacio para informar en diferentes ediciones.
- La sección "prográmate" va a tener entre 3 a 5 eventos por edición, dependiendo del flujo de actividades del área, la solicitud de publicación la pueden hacer las áreas por el correo electrónico y será la coordinación de comunicaciones la que tendrá la elección final.

Procedimiento Diseño de piezas gráficas

Código: P-C-DPG | Fecha: 2025-04-07 | Versión: 50, disponible en Almera



¿Cómo solicitar divulgación en RRSS institucionales?

Publicación y seguimiento
en Redes Sociales

#Soy
FUCS

Solicitud de Publicación y Seguimiento
en Redes Sociales

Versión 2Solicitud de Publicación y Seguimiento en Redes Sociales.
Código: F-C-PRS-01.
Fecha: 24/JUL/2017

Los contenidos solicitados para su publicación en las redes sociales oficiales de la FUCS deben ser de carácter institucional. Las fechas de publicación se establecen de acuerdo al orden de llegada de la solicitud o la importancia de la misma.

**¡Tener
en
cuenta!**

Diligenciar formulario sin excepción:

https://docs.google.com/forms/d/1Sq2FY-BUnlFKCimqMNMgSgl3Yau8QlilIJdv2qRbJrw/viewform?ts=62accf2c&edit_requested=true

Por favor **NO OMITIR** la descripción de la solicitud, con ella se realiza el texto de las publicaciones.

- 1 ● Enviar a **kpbernal@fucsalud.edu.co** video o diseño gráfico a divulgar.
- 2 ● Los diseños gráficos deben tener medidas para RRSS.
- 3 ● Seleccionar en el formulario, los canales a los que se debe divulgar el contenido: *(Instagram, Facebook, YouTube, X, LinkedIn, TikTok, APP Eventos, carteleras digitales)*.
No todos los contenidos aplican para todas las RRSS.
- 4 ● **Cubrimiento de eventos en RRSS:** kpbernal@fucsalud.edu.co
- 5 ● **Grabación de videos:** soporte@fucsalud.edu.co
- 6 ● **Edición de videos y podcasts:** soporte@fucsalud.edu.co

Instrucciones para Solicitudes - Página web

1. Solicitudes de actualización de contenido existente

2. Solicitudes de Nuevos Espacios o Publicaciones

Diligenciar el formulario de solicitud



Detalle

Enlace del espacio: Incluye el enlace (link) directo al espacio donde se realizarán las modificaciones.

Captura de pantalla: Adjunta una captura de pantalla para identificar claramente el contenido que necesita ser actualizado.

Datos específicos: Proporciona la información lo más específica posible para agilizar el proceso de actualización.

Envío Material

Enviar al correo
coordinacionweb@fucsalud.edu.co
el material requerido



Revisión

Se realizará revisión del material:

- ✓ Se realizará conferencia para verificar entendimiento antes de realizar ajustes, **si se requiere.**
- ✓ Se enviará material y textos a la coordinación de comunicación interna para validar detalles de redacción y comunicación, **si se requiere.**

Desarrollo

Se inicia el proceso de implementación y desarrollo dentro de la página web

Aprobar

Se envía link del contenido nuevo o modificado para su aprobación o ajuste requerido.

Fin.

Consejos

- ✓ **Revisa antes de enviar:** Asegúrate de que todos los campos estén completos y sean precisos.
- ✓ **Evita ambigüedades:** Si tienes dudas sobre el formato o el contenido, revisa el ejemplo proporcionado y compáralo con tu solicitud.
- ✓ **Confirmación de envío:** Una vez que hayas completado el formulario, asegúrate de recibir una confirmación de que tu solicitud ha sido recibida correctamente

Tiempo de respuesta:



1 a 15 días hábiles dependiendo la complejidad del proyecto, casos exentos de tiempo por temas de diseño o rediseño requerido.

Líderes de información:

Diligencia el formulario para conocer quiénes serán los designados en el envío de información a los espacios





Fundación Universitaria
de Ciencias de la Salud
FUCS

[VIGILADA MINEDUCACIÓN]



División de Comunicaciones
y Relaciones Públicas

Gracias