



UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA

Bogotá D.C., 25 de febrero de 2025

CIRCULAR No. 002 DE 2025

PARA: TODAS LAS DEPENDENCIAS

**DE: VICERRECTORÍA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA
SUBDIRECCIÓN DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIONES**

ASUNTO: DIRECTRICES DE COMUNICACIÓN

Con un atento saludo y en atención a la articulación de las actividades promoción y comunicaciones con el despliegue de las acciones en cumplimiento del Plan Rectoral 2024-2028, nos permitimos indicar que a partir de la fecha se brindan las siguientes directrices para la publicación de información en los canales de comunicación:

1. Las redes sociales oficiales a cargo de la Subdirección de Promoción y Comunicaciones son las únicas autorizadas para la divulgación de información institucional de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, incluyendo aquella relacionada con los programas y sus escenarios de prácticas, dependencias académicas y administrativas.
2. En este sentido, todos los responsables de las dependencias que tengan redes sociales creadas a nombre de estas, deben cerrarlas de manera inmediata y migrar la información a las redes sociales oficiales a cargo de la Subdirección de Promoción y Comunicaciones.
3. Para la difusión de información institucional, las dependencias de la Universidad deben realizar la solicitud a la Subdirección de Promoción y Comunicaciones de acuerdo con los procedimientos vigentes del Sistema de Aseguramiento de la Calidad – SIAC.
4. Toda actividad de publicación de información en medios de comunicación institucionales o masivos deberá articularse con la Subdirección de Promoción y Comunicaciones.



ÉTICA - SERVICIO - SABER



CO-SC-CER394794

5. El acrónimo UNICOLMAYOR a partir del momento no se debe utilizar en las comunicaciones, piezas y sitios de visibilidad de la Universidad; en su lugar, se mencionará el nombre completo de la institución.
6. Se reitera el no uso de marcas o eslóganes de planes de gestión acorde con las directrices dadas en la Ley de 2345 del 2023, *"Por medio de la cual se implementa el manual de identidad visual de las entidades estatales, se prohíben las marcas de gobierno y se establecen medidas para la austeridad en la publicidad estatal"*.

Cordialmente,


SANDRA YULIET MONCADA CASANOVA
Vicerrectora Administrativa y Financiera


CARLOS ARIEL ALZATE OROZCO
Subdirector de Promoción y Comunicaciones

Proyectó: Angélica Abril Alonso – Supernumerario Subdirección de Promoción y Comunicaciones