



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA
RECTORÍA GENERAL**

RESOLUCIÓN NÚMERO 1020 DE 2004
(26 de agosto de 2004)

“Por la cual se establecen los parámetros para realizar publicaciones de avisos publicitarios de las diferentes dependencias de la Universidad Nacional de Colombia”

**EL RECTOR GENERAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE
COLOMBIA, en uso de sus atribuciones legales, y**

CONSIDERANDO:

Que la Rectoría General de la Universidad Nacional mediante resolución número 407 de Abril 21 de 2004, dispuso los parámetros sobre austeridad y eficiencia en el gasto mediante el artículo número 5, en el que estableció "*unificar criterios para la publicación de avisos institucionales que resguarden la imagen institucional*"; y que la resolución número 863 el 29 de Diciembre 1997, que crea la Unidad de Medios de Comunicación -Unimedios-, le asigna, entre otros propósitos, la función de organizar las relaciones con los medios de comunicación y de manejar la Imagen Corporativa.

Que la Universidad Nacional de Colombia a través de la Unidad de Medios de Comunicación -Unimedios ha venido adelantando acciones con el objeto de unificar la identidad institucional, teniendo en cuenta que ésta incide en la comunicación hacia los diferentes públicos y en la percepción que la comunidad en general tenga de la institución.

Que dentro de esas acciones está la de canalizar a través de una sola oficina la publicación de avisos que requieran las distintas dependencias, tanto académicas como administrativas.

RESUELVE

Artículo 1°. Oficina Coordinadora

Unimedios, a través de la oficina de Comunicaciones e Imagen Corporativa es la dependencia responsable de canalizar, aprobar y diseñar los avisos publicitarios, además de coordinar su publicación en los medios nacionales o locales, que sean requeridos por las diferentes dependencias de la Universidad Nacional de Colombia.

Artículo 2°. Criterios básicos para los avisos:

1. Los avisos que publique la Universidad Nacional serán en blanco y negro.
2. El tamaño básico es de dos (2) columnas por cinco (5) centímetros.
3. Cuando el aviso sea de menor tamaño se debe incluir el logotipo, el anuncio principal, la fecha y los números telefónicos para ofrecer mayor información.
4. El encabezado del aviso estará constituido por el programa y/o evento que se anuncie (alineado a la izquierda) y el logotipo de la Universidad alineado a la derecha).
5. El cuerpo del aviso incluirá la información que se anexa en el aviso modelo.
6. El único logotipo que irá en los avisos será el escudo de la Universidad, mientras ésta sea la única entidad que patrocine el evento.
7. Solamente se podrá incluir otro logotipo cuando se anuncien programas o eventos ofrecidos en convenio con entidades externas.
8. En caso de que se incluya otro logotipo (alineado a la izquierda) deben ser del mismo tamaño y el tema anunciado irá centrado.
9. En ningún caso el escudo de la Universidad podrá ser de tamaño inferior a 1.8 cms.
10. En los avisos, que tendrán en cuenta las diferentes necesidades de comunicación de las dependencias de la Universidad, los artes finales serán

aprobados por el Ordenador del Gasto de las distintas dependencias (o la persona que él o ella delegue) y por Unimedios.

11. Todas las dependencias de la Universidad Nacional se acogerán a los tiempos de reserva de espacio establecidos por los medios. Para ello, enviarán la solicitud de publicación, la disponibilidad presupuestal por el valor total del aviso y el texto del aviso a la Oficina de Comunicaciones e Imagen Corporativa. Los plazos de entrega son:
 - 4.1. El Tiempo: tres días hábiles anteriores a la fecha de publicación.
 - 4.2. Portafolio: tres días hábiles anteriores la fecha de publicación.
 - 4.3. En caso de medios diferentes, se en enviarán la solicitud y la disponibilidad presupuestal a la Oficina de Comunicaciones, por lo menos con una semana de anterioridad a la fecha de publicación del aviso. '
 - 4.4. Para avisos internacionales, se enviarán la solicitud y la disponibilidad presupuestal a la Oficina de Comunicaciones, por lo menos con tres semanas de anterioridad a la fecha de publicación del aviso.
12. Las dependencias designarán a una persona como el interlocutor de la Oficina de Comunicaciones en el tema de los avisos.

Artículo 3º. Publicaciones Especiales

13. Cuando se requiera utilizar avisos de tamaños mayores a los dispuestos en el artículo anterior, es indispensable solicitarlos a Unimedios, quien recomendará al respecto y/o diseñara el aviso.
14. Se publicarán avisos a color cuando sea estrictamente necesario, caso en el que se debe acudir a las recomendaciones de Unimedios.

Artículo 4º. Procedimiento Administrativo

1. Todas las dependencias de la Universidad Nacional enviarán a la Oficina de Comunicaciones e Imagen Corporativa de Unimedios, el contenido del aviso a publicar (diseñado o para diseñar), los requerimientos de tamaño y página solicitada. Unimedios se encargará de recomendar la estrategia de medios y de cotizar el aviso.
2. Con la aprobación del aviso se remitirá a la dependencia la cotización para que el ordenador del gasto de esa oficina genere la disponibilidad presupuestal.
3. Con la disponibilidad presupuestal, Unimedios procederá a autorizar a la empresa (periódico) para que publique el aviso de acuerdo con las características aprobadas por las partes.
4. La dependencia gestionará y deberá hacer llegar la Autorización de Transferencia Interna (ATI) por el costo total del aviso a nombre de Unimedios.
5. Una vez publicado el aviso Unimedios enviará a la dependencia, para que obre de conformidad, un informe sobre el proceso y las recomendaciones.

Parágrafo.

El jefe de la Unidad Administrativa de Unimedios será el funcionario responsable de todo el trámite de orden contable y financiero.

Artículo 5°. Reservas

Todas las dependencias de la Universidad deberán reservar anualmente, con cargo a su presupuesto de gastos de funcionamiento, una apropiación destinada a sufragar la inversión correspondiente para la divulgación publicitaria de avisos alusivos a estas dependencias. Esta información debe ser enviada a Unimedios para que sea consolidada en una propuesta de Plan General Anual de Avisos Publicitarios de la Universidad Nacional de Colombia, que será acordado con los medios masivos para organizar el proceso de contratación de la pauta publicitaria de manera institucional.

La presente resolución rige a partir de la fecha de expedición:

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá, a 26 de agosto de 2004

(Original firmado por)
MARCO PALACIOS ROZO
Rector