



**UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE COLOMBIA**
VIGILADA MINEDUCACIÓN



Manual de Redes Sociales

Universidad Católica de Colombia

1. Objetivo del Manual

Establecer lineamientos estratégicos, visuales y de contenido para la gestión efectiva de las redes sociales institucionales, alineados con la identidad, valores y objetivos de la Universidad Católica de Colombia.

2. Públicos Objetivo

- **Estudiantes actuales** (pregrado y posgrado)
- **Aspirantes y futuros estudiantes**
- **Egresados**
- **Docentes y personal administrativo**
- **Aliados estratégicos y comunidad externa**

2.1. Clasificación.

Funnel	Descripción
Tofu	Dirigido a externos, usuarios que aún no hacen parte de la comunidad.
Mofu	Usuarios que han tenido algún acercamiento con la institución.
Bofu	Dirigido a internos, usuarios que hacen parte de la comunidad.

3. Plataformas Oficiales

- **Facebook**
- **Instagram**
- **TikTok**
- **X (antes Twitter)**
- **LinkedIn**
- **YouTube**

3.1 Formatos de Redes Sociales.

- **Post** (Estáticos en el feed).
- **Reel** (Videos en el feed de máximo 90 segundos de duración).
- **Historias** (Instantáneas de máximo 30 segundos de duración, 24 horas antes de ser archivadas).
- **Noticia** (Amplificación de página web con enlace).
- **Carrusel** (Estáticos de mínimo 3 frames y máximo 5 frames en el feed).
- **Artículo** (Solo para LinkedIn, corresponde a una amplificación pero montando el contenido tipo noticia directamente en la plataforma).
- **Hilo** (Solo para X, secuencia de posteos que hablan sobre un mismo tema).

4. Tono y Voz Institucional

- **Tono:** Cercano, motivador, respetuoso y profesional.
- **Voz:** Inspiradora, educativa y confiable.

Ejemplo correcto:

"¡Estás a un paso de transformar tu futuro! Conoce nuestra oferta académica."

Ejemplo incorrecto:

"Ey, únete que está bueno el parche "

5. Tipos de Contenido

Tipo	Descripción	Frecuencia
Informativo	Noticias, fechas clave, convocatorias, valores, historia, identidad católica	Diaria
Académico	Programas, eventos, investigaciones	3 veces por semana
Interactivo	Frases, logros de estudiantes/egresados Encuestas, retos, dinámicas	2 veces por semana
Promocional	Inscripciones, becas, jornadas abiertas	Campañas específicas

6. Lineamientos Visuales

- **Colores Institucionales:**
 - Azul oscuro (principal)
 - Blanco
 - Amarillo
 - Complementarios: gris claro y negro
- **Tipografías recomendadas:**
 - Titulares: *Montserrat*
 - Cuerpo de texto: *Open Sans*
- **Estilo gráfico:**
 - Uso del escudo institucional en piezas oficiales
 - Fotografías propias, de alta calidad

- Elementos que transmitan cercanía y pertenencia

7. Hashtags Institucionales

- #SomosUCatólicaCo
- #TransformaTuFuturo
- #OrgulloUCatólicaCo
- #VidaUniversitaria
- #ImpulsarHistorias
- #ImpulsarHistoriasHechasAPulso
- (Personalizables por facultad/campaña)

8. Buenas Prácticas

- Publicar con ortografía y redacción impecables
- Usar lenguaje inclusivo y respetuoso
- Responder mensajes y comentarios en un máximo de 24 horas
- Evitar debates ideológicos o políticos
- Usar emojis con moderación y coherencia

9. Gestión de Crisis

Ante comentarios negativos, noticias falsas o situaciones de riesgo:

1. Notificar al equipo de comunicaciones institucionales.
2. Emitir comunicados oficiales si es necesario.
3. No borrar comentarios a menos que contengan lenguaje ofensivo, discriminatorio o spam.
4. Mantener la calma, actuar con transparencia y empatía.

10. Roles y Responsabilidades

- **Community Manager:**
Gestión diaria de publicaciones, interacción con usuarios, monitoreo.
- **Diseñador(a):**
Creación de piezas visuales y adaptación a formatos por red.
- **Copywriter:**
Redacción de mensajes y adaptación al tono institucional.
- **Coordinador(a) de Comunicaciones:**
Supervisión, aprobación de campañas, manejo de crisis.

11. Calendario de Publicaciones

Recomendado un calendario mensual con:

- Fechas institucionales clave
- Días internacionales relacionados con educación y valores católicos
- Campañas académicas

- Eventos y actividades estudiantiles

12. Indicadores de Éxito (KPIs)

- Alcance e impresiones
- Engagement (likes, comentarios, compartidos)
- Crecimiento de comunidad
- Clicks en enlaces / tráfico web
- Conversiones (inscripciones, formularios)

13. Accesos a las diferentes plataformas: [Claves Redes Sociales 2025 U.Católica Comunicación y Mercadeo.xlsx](#)

14. Acceso a la parrilla de contenido: [PARRILLA CONTENIDO 2025.xlsx](#)

15. Grabación de la capacitación: [Resumen: Capacitación RRSS2 jul](#)