

**RESOLUCIÓN NO. 45  
DEL 17 DE FEBRERO DE 2010**

Por medio del cual se crea la Agencia de publicidad de la Institución "UNIART"

**LA Rectora de la Institución Universitaria Latina Unilatina  
En uso de sus atribuciones estatutarias y**

**CONSIDERANDO**

Que el literal b del artículo 34 de los Estatutos de la Institución faculta al rector para dirigir y coordinar las labores y servicios de la Fundación.

**RESUELVE**

Crear la Agencia de Publicidad de la institución, denominada Uniart, con las siguientes características.

**1. DEFINICION**

Somos una agencia integral, con un amplio portafolio de servicios en publicidad y comunicaciones, conformada por talento joven, capaz de convertir sus ideas en realidades creativas.

Somos una agencia de Publicidad, Mercadeo y de Comunicación Estratégica, creada para satisfacer las necesidades de las empresas que buscan un alto impacto de sus productos o servicios, ya sea por medio de medios masivos de comunicación como radio, prensa, televisión e Internet, o por medio de diferentes estrategias y diferentes canales para interactuar con el consumidor. Contamos con un equipo interdisciplinario de ejecutivos de cuenta, creativos, diseñadores, fotógrafos, productores de televisión y radio, profesionales en mercadeo y ventas que garantizan una visión global de su empresa para crear estrategias de publicidad y comunicación altamente eficaces. Además de contar con estudios propios de radio y televisión.

**2. MISIÓN**

Satisfacemos necesidades, cumplimos objetivos y desarrollamos estrategias efectivas de comunicación y publicidad, implementando creatividad y funcionalidad a todo nuestro portafolio de servicios, logrando un fiel posicionamiento de nuestros clientes con sus consumidores, a través de soluciones inteligentes a necesidades específicas.

**3. VISIÓN**

Ser una agencia autónoma, y con un gran liderazgo en el mercado, capaz de pensar y hacer una publicidad efectiva y satisfactoria para nuestros clientes,



logrando ampliar nuestro mercado y ser líderes en el sector de agencias universitarias en cinco años; siendo un gran diferencial en el ámbito educativo y empresarial. Nuestro mercado nos vea como socios estratégicos y no como proveedores.

#### **4. OBJETIVOS ESTRATEGICOS**

- Ser una agencia líder.
- Tener un posicionamiento destacado en el mercado de todo tipo de empresas, pequeñas, mediana y grandes, comerciales y de diversa índole
- Expandir y conquistar diversos grupos de mercado.
- Destacarnos por una excelente calidad de creatividad producción y servicio al cliente

#### **5. VALORES CORPORATIVOS**

Nuestra agencia y publicistas están creciendo y trabajando bajo valores que nos permiten transmitir confianza y seguridad.

- Responsabilidad.
- Cumplimiento.
- Honestidad.
- Transparencia.
- Lealtad.
- Sentido de pertenencia.
- Ética.
- Profesionalismo.

#### **6. ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD PARA NUESTROS CLIENTES**

##### **6.1. PLANIFICACIÓN DE MEDIOS**

Publicaciones en revistas y diarios tienen un alto grado de lecturabilidad, esto acompañado de una planificación de medios que permita conocer la cobertura, la frecuencia y el efecto que puede causar la campaña publicitaria en los



lectores son los puntos más importantes a desarrollar cuando el cliente decide pautar en un medio de comunicación.

Realizamos una planificación de medios concreta y precisa para que el cliente cuente con los criterios suficientes para decidir qué gestión realizar, para que su producto o servicio tenga un alto impacto en su grupo objetivo.

### 6.1.1. ESTRATEGIAS PARA PLANIFICACIÓN DE MEDIOS

**Elaboración de la Estrategia:** Deben considerarse los medios que mejor respondan a los objetivos y a las necesidades de la campaña. La decisión se toma en función de dos criterios:

- Tipo de audiencia de un medio y relación con el público objetivo.
- Presupuesto disponible.

**Selección de medios:** Se escogen alternativas que apoyen la campaña publicitaria a la que se le ha dado despliegue:

- Prensa masiva, prensa alternativa, revistas, radio, cine, televisión, Internet.

**Planificación de presupuestos publicitarios:** Se analizan los presupuestos y su impacto en la estrategia a usar dependiendo del resultado esperado.

**Evaluación:** Durante el proceso se van midiendo los resultados obtenidos con el fin de conocer los aciertos en la cobertura, frecuencia y nivel de recordación previstos y si es del caso replantear medios y /o estrategias.

La presente resolución rige a partir de la fecha de la misma y deroga cualquier forma que le sea contraria.

## 6.2. POSICIONAMIENTO PAARA NUESTROS CLIENTES

Uniar cuenta con un equipo interdisciplinario de ejecutivos de cuenta, creativos, profesionales en mercadeo y ventas y consultores de administración de empresas, que garantizan una visión global de su empresa o entidad para crear estrategias de publicidad y comunicación altamente eficaces.

### 6.2.1. ESTRATEGIAS PARA POSICIONAMIENTO DE MARCA.

- **Creación de imagen corporativa:** Creamos y/o analizamos su identidad corporativa como elemento fundamental de una estrategia de posicionamiento y recordación de marca.
- **Investigación de Mercado:** Se hace un análisis profesional de la información suministrada por el cliente con el fin de conocer el público, sus necesidades e inquietudes, para poder segmentar el mercado al que va dirigido el producto o servicio.
- **Activación de Marca:** Creamos estrategias que permitan tener un contacto directo entre el consumidor y el producto.



- **Apoyo BTL:** Por medio de una variedad de canales de comunicación llevamos un mensaje que tenga recordación en el consumidor y que lo impulse a comprar el producto.
  - **Zonificación de la estrategia:** Usamos caravanas, vallas rodantes, entre otros.
  - **Material Promocional (POP):** Diseñamos y producimos artículos publicitarios con su imagen corporativa o de su producto: Gorras, esferos, paraguas, agendas, llaveros, camisetas, habladores, entre otros.
  - **Volanteo:** Diseñamos e imprimimos material informativo que se entrega en zonas específicas para promocionar el producto o servicio.
  
- **Lanzamiento de producto:** Para eventos especiales tenemos la infraestructura necesaria para determinar de qué forma lanzamos un producto o un acontecimiento importante.
  - **Promociones:** Cupones, bonos de descuento, impulsadores, con el fin de innovar y sorprender al consumidor.
  - **Sampling:** Son muestras del producto entregados a los consumidores objetivos en sitios estratégicos.
  - **Packaging:** Diseñamos el empaque de su producto para que sea eficiente y de impacto.

### 6.3. PRODUCCIÓN DE COMUNICACIONES EFECTIVAS PARA NUESTROS CLIENTES.

Dentro de las posibilidades de comunicación contamos con productores de medios audiovisuales, diseñadores y creativos que crean estrategias de comunicación altamente efectivas.

### 6.4. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

- **Diseño grafico:** Contamos con excelentes diseñadores para crear diseños eficaces de posters, flyers, plegables, catalogos, etc.
- **Producción editorial:** De acuerdo a su necesidad también podemos realizar y producir revistas, libros, catálogos institucionales o similares en cortos o grandes tirajes.
- **Impresión digital y litográfica:** No solo diseñamos su pieza publicitaria y editorial sino que le entregamos el producto final impreso en papel, cartón, vinilo, adhesivo, banner o cualquier otro sustrato.
- **Grabación y edición de televisión:** Contamos con excelentes productores y realizadores de medios audiovisuales para crear

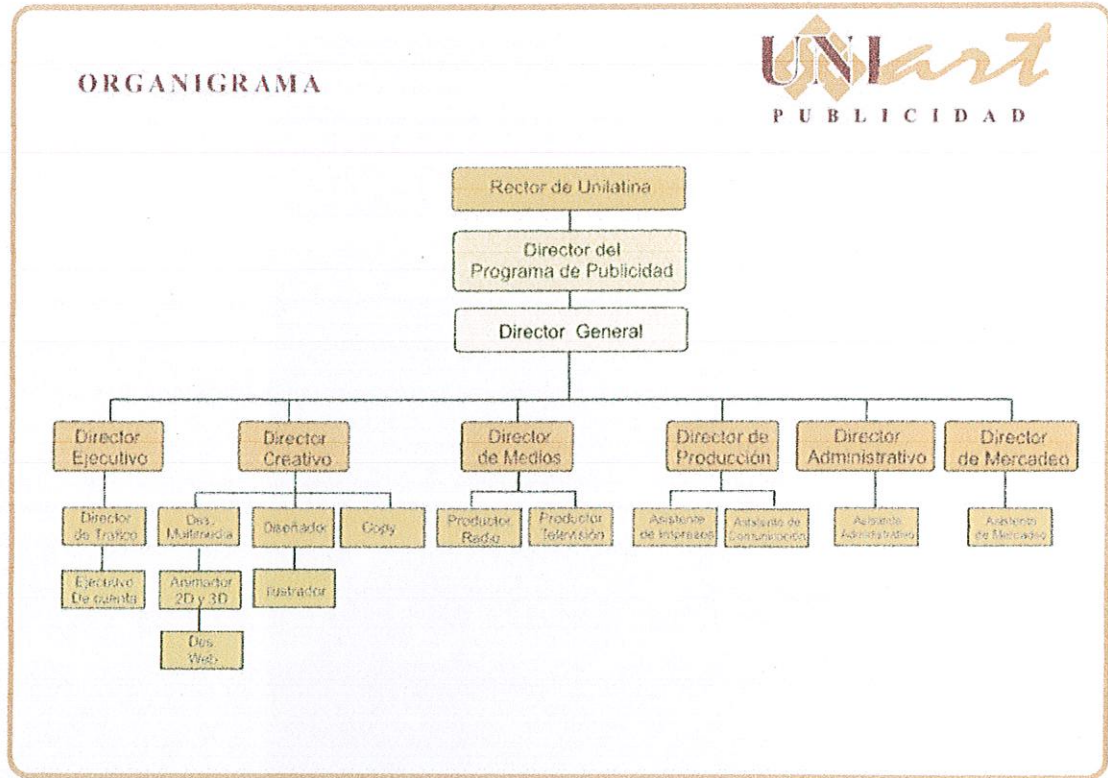


comerciales, reels, filminutos, cortometrajes, videos corporativos, etc. Tenemos también estudios y recursos propios como cámaras, sala de edición, entre otros.

- **Grabación y edición de radio:** Contamos con excelentes productores y realizadores de radio y medios sonoros para crear cuñas, musicalización de audiovisuales o eventos, etc. Contamos con un medio de comunicación propio: Radio Unilatina 94.4 FM en Facatativá, Cundinamarca y una emisora en Internet.
- **Diseño de páginas web y medios interactivos:** En los nuevos medios digitales que se imponen en la actualidad contamos con creadores de portales de Internet dinámicos y completos o simplemente páginas con información básica, de acuerdo a su necesidad. También prestamos el servicio de hosting y dominio, posicionamiento en buscadores, diseño e inclusión de banners en otros portales, etc.
- **Animación en 2D y 3D:** Para innovar realmente en la presentación en Internet, CD roms o en medios audiovisuales contamos con un equipo profesional de graficadores y animadores en 2 y 3 dimensiones para realizar piezas verdaderamente llamativas y con alto impacto en el cliente o consumidor.

## 7. NUESTRO COMPROMISO CON EL CLIENTE.

- Analizar, crear y producir una estrategia adecuada de acuerdo a su necesidad y a su grupo objetivo
- Cumplir con dedicación y responsabilidad la tarea que el cliente nos plantea.
- Ser transparentes y éticos con el manejo de la información suministrada por el cliente.
- Propender por la innovación y la creatividad a un costo óptimo.
- Convertirnos en sus aliados estratégicos y no en proveedores.



## 9. MANUAL DE FUNCIONES

### 1. Director General:

Encargado de supervisar cada uno de los departamentos y supervisar que los clientes se sientan satisfechos por lo obtenido en el trabajo que desarrollo la agencia. Ya que todos trabajan en labor de uno solo: El cliente.

### 2. Director Ejecutivo:

Encargado de supervisar cada uno de los departamentos y supervisar que los clientes se sientan satisfechos por lo obtenido en el trabajo que desarrollo la agencia. Ya que todos trabajan en labor de uno solo: El cliente.



### **2.1. Director de tráfico:**

Encargado del control interno en el proceso de desarrollar el comienzo de la campaña en la que trabaja la agencia, encargándose de mejorar el orden a la hora de organizar y coordinar.

### **2.2. Ejecutivo de cuenta:**

Es el puente entre el cliente/cuenta y la agencia. Para la agencia él es el cliente y para el cliente él es la agencia.

### **3. Director Creativo:**

Encargado de coordinar las labores de arte y diseño para que el cliente se sientan satisfecho con las piezas publicitarias que se desarrollan. Su departamento está compuesto por creativos, diseñadores gráficos, ilustradores, copys, desarrolladores Web y Multimedia, y animadores 2D y 3D.

#### **3.1. Creativos:**

Son los encargados de planear estrategias publicitarias efectivas soportadas por los diseñadores y los copys, fundamentalmente.

#### **3.2. Diseñadores Gráficos:**

Encargados de plasmar gráficamente las ideas de los creativos para crear el impacto o el objetivo que desea el cliente.

#### **3.3. Ilustradores:**

Cuando es requerida una ilustración, de acuerdo a las necesidades del cliente o a las ideas de los creativos este profesional da su aporte indispensable.

#### **3.4. Copys:**

Son los redactores publicitarios. Sus ideas se expresan mediante textos sugestivos e innovadores. Son la base fundamental para crear en el público la idea que se quiere transmitir.

#### **3.5. Desarrolladores Web y Multimedia:**

Las funciones de estos profesionales nacen gracias a la necesidad que se ve en el mundo moderno, la gente ahora consulta más internet; dejando



atrás otros medios de comunicación aquí se desarrollan páginas a clientes, páginas interactivas, juegos, planillas, blog, chat, etc.

### **3.6. Animadores 2D y 3D:**

De acuerdo a las nuevas tecnologías de comunicación, donde la animación transmite mejor un mensaje y el audiovisual actual propende por un aumento en las imágenes y los trabajos de 2 y 3 dimensiones, este departamento cumple funciones de vanguardia tecnológica.

## **4. DIRECTOR DE MEDIOS:**

Aquí se buscan los medios respectivos para cada publicidad así saber a quién llegan con el material publicitario que se desarrolla en la agencia. Medios tradicionales canales como: tv de aire y cable, programas, diarios, revistas, revistas especializadas, periódicos, radio, cines, espacios de vía pública, internet, etc. Buscando así la medición del rating, logrando la viabilidad del consumidor.

### **4.1. Productor de radio**

Unilatina cuenta con medios propios de comunicación. Entre ellos Radio Unilatina en la frecuencia 94.4 FM en el occidente de Cundinamarca. También cuenta con estudios de grabación y producción de audio. El realizador de radio se encarga de crear cuñas, pistas musicales, bandas sonoras y demás elementos auditivos.

### **4.2. Productor de televisión**

El productor y realizador de televisión se encarga de crear las piezas audiovisuales que requiere una cuenta específica.

## **5. DIRECTOR DE PRODUCCIÓN:**

Encargado de crear las piezas físicas que la cuenta requiere. Tiene conocimientos en artes gráficas, impresión digital y litográfica. Producción de CD ROMS, de medios digitales, entre otros.

### **5.1. Asistente de Producción**

Encargado de dar trámite a la producción. Si la agencia no cuenta con los recursos técnicos puede cotizar y subcontratar la producción de piezas publicitarias y/u otros requerimientos técnicos.

### **5.2. Asistente de Comunicación**

Encargado de la comunicación y el enlace con los medios.



**6. DIRECTOR ADMINISTRATIVO:**

Gracias a este departamento las cifras de manejo de medios distribuyen en promedio la cantidad necesaria para trabajar en excelente planificación logrando la fluidez financiera.


**6.1. Asistente administrativo**

Encargado de apoyar al director de su área en la parte administradora y financiera y en la puesta en marcha de la agencia

**7. DIRECTOR DE MERCADEO:**

Es el encargado de manejar el departamento que se encarga de realizar estrategias de BTL, lanzamiento de producto, sampling, packaking, etc. De acuerdo a las necesidades del cliente y de la cuenta.

La presente resolución rige a partir de la fecha de la misma y deroga cualquier forma que le sea contraria.

  
NELLY TERESA BAUTISTA MOLLER  
Rectora