

MANUAL

POLÍTICAS INSTITUCIONALES



**UNIVERSIDAD
COOPERATIVA
DE COLOMBIA**

Personería Jurídica. Resolución 24195 del 20 de Diciembre de 1983, Ministerio
Resolución No. 501 del 7 de Mayo de 1974, Superintendencia Nacional de Cooperativas
Resolución No. 1850 del 31 de Julio de 2002, Ministerio de Educación

MANUAL

LA UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA ES UNA INSTITUCIÓN DE CARÁCTER NACIONAL QUE RECONOCE LA IMPORTANCIA DE LAS SEDES EN LAS DIFERENTES REGIONES DEL PAÍS. DE ALLÍ QUE SE AUTORIZA LA CELEBRACIÓN DE LOS CUMPLEAÑOS INSTITUCIONALES EN LAS CIUDADES DE ACUERDO CON LOS SIGUIENTES PARÁMETROS:

- LA UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA CELEBRA SUS AÑOS DE FUNCIONAMIENTO A NIVEL NACIONAL, ALLÍ PARTICIPAN TODAS LAS SEDES.
- CADA SEDE REALIZA UN SOLO EVENTO PARA CONMEMORAR SUS AÑOS DE PRESENCIA EN LA REGIÓN. ÉSTE PUEDE COMBINAR UNA ACTIVIDAD ACADÉMICA CON ALGO CULTURAL Y SOCIAL.
- EL PRESUPUESTO ASIGNADO PARA ESTAS CELEBRACIONES SE ESTABLECE CON BASE EN EL NÚMERO DE ESTUDIANTES, ASÍ:

SEDES ENTRE 500 Y 2000 ESTUDIANTES	\$ 5.4000.000
SEDES ENTRE 2001 Y 5000 ESTUDIANTES	\$10.800.000
SEDES DESDE 5001 ESTUDIANTES	\$16.200.000

- EL PRESUPUESTO INCLUYE LA REALIZACIÓN DEL EVENTO, LA PAUTA PUBLICITARIA QUE SE LLEVE A CABO PARA PROMOCIONARLO Y LOS SOUVENIRES QUE SE ENTREGAN.
- SE DEBE RESPETAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL. EL LOGO DE CONMEMORACIÓN LO ESTABLECE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE COMUNICACIONES Y SU ÁREA DE DISEÑO Y ES IGUAL PARA TODAS LAS SEDES. NO SE AUTORIZAN LOGOS NI IMÁGENES DIFERENTES A LAS DEFINIDAS POR ESTE DEPARTAMENTO.
- LA SOBRIEDAD Y EL BUEN GUSTO SON CARACTERÍSTICAS INDISPENSABLES DE LA CELEBRACIÓN.
- AL FINALIZAR EL EVENTO SE DEBE ENVIAR A LA DIRECCIÓN NACIONAL DE COMUNICACIONES UN INFORME DE COSTOS Y ACTIVIDADES. IGUALMENTE FOTOS EN BUENA RESOLUCIÓN PARA EL BANCO DE FOTOS DE LA UNIVERSIDAD.

LA UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA COMO PARTE DE UNA ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN INSTITUCIONAL AUTORIZA LA COMPRA DE SOUVENIRES A LAS SEDES DE ACUERDO CON LOS SIGUIENTES CRITERIOS:

- ESTABLEZCA SU OBJETIVO DE COMPRA: PROMOCIÓN (MERCADEO) O VENTA EN LAS TIENDAS INSTITUCIONALES.
- DEFINA CLARAMENTE EL USO QUE LE DARÁ AL SOUVENIR Y EL PÚBLICO AL QUE LO VA A ENTREGAR.
- HAGA LA SOLICITUD A TIEMPO CUANDO LA DIRECCIÓN NACIONAL DE COMUNICACIONES LE ENVÍA EL PLAN DE SOUVENIRES, LA COMPRA AL POR MAYOR BAJA LOS COSTOS PARA LA INSTITUCIÓN.
- REALICE EL PLAN DE COMPRA DE SOUVENIRES PARA EL AÑO TENIENDO EN CUENTA EL SIGUIENTE PRESUPUESTO:

SEDES ENTRE 500 Y 2000 ESTUDIANTES	\$2.500.000
SEDES ENTRE 2001 Y 3500 ESTUDIANTES	\$4.400.000
SEDES DESDE 3501	\$7.600.000

- NO SE AUTORIZA NINGUNA COMPRA POR FUERA DE ESTE MONTO.
- EN EVENTOS ESPECIALES SOLAMENTE CON AUTORIZACIÓN DE LA VICERRECTORÍA ADMINISTRATIVA SE PUEDE HACER UNA COMPRA ADICIONAL DE PRODUCTOS.
- RACIONALICE EL USO DE LOS SOUVENIRES, VERIFIQUE QUE REALMENTE SEA UNA INVERSIÓN VALIOSA PARA LA UNIVERSIDAD.