



UNIVERSIDAD CENTRAL DE CHILE

# MESA N°1

## “Políticas de Comunicación y Transparencia FCFM”

---

### Propuesta para su aprobación

25/10/2012

*Atención:*

**MESA CENTRAL**

*Facultad Ciencias Físicas y Matemáticas  
Universidad Central de Chile*

*Responsables:*

**Karen Kanzúa A.**

*Presidenta de mesa, profesora escuela ICIND  
[kkanzua@ucentral.cl](mailto:kkanzua@ucentral.cl)*

**Gabriel Álvarez B.**

*Secretario, estudiante escuela ICIND  
[galvarezb@gmail.com](mailto:galvarezb@gmail.com)*

**Paulina Cañas R.**

*Profesora escuela OCCC  
[paulinacanas@gmail.cl](mailto:paulinacanas@gmail.cl)*

**Stefan Marquez N.**

*Profesora escuela OCCC  
[stefan.marquez.oocc@gmail.com](mailto:stefan.marquez.oocc@gmail.com)*

**Rodrigo Duran G.**

*Periodista FCFM  
[rduranga@ucentral.cl](mailto:rduranga@ucentral.cl)*

## INDICE

1.	INTRODUCCIÓN .....	3
2.	JUSTIFICACIÓN.....	4
3.	OBJETIVOS.....	5
4.	METODOLOGIA.....	6
<b>4.1</b>	<b>DIAGNÓSTICO INTERNO</b> .....	7
4.1.1	LEVANTAMIENTO DE INFORMACION .....	7
4.1.2	RESULTADOS .....	8
4.1.3	ANALISIS DEL RESULTADOS DEL DIAGNOSTICO INTERNO .....	12
<b>4.2</b>	<b>DIAGNÓSTICO EXTERNO</b> .....	13
<b>4.3</b>	<b>DETERMINACION DE ACTORES RELEVANTES</b> .....	14
5.	PROPUESTA .....	15
<b>5.1</b>	<b>MODELO DE COMUNICACIÓN</b> .....	16
<b>5.2</b>	<b>FLUJO DE INFORMACIÓN</b> .....	17
<b>5.3</b>	<b>PROGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN</b> .....	18
<b>5.4</b>	<b>ACCIONES PARA POTENCIAR LA TRANSPARENCIA</b> .....	19
6.	ANEXOS .....	20
<b>6.1</b>	<b>ANEXO1: PLAN DE TRABAJO</b> .....	20
<b>6.2</b>	<b>ANEXO 2: EJEMPLO DE ENCUESTAS</b> .....	21
<b>6.3</b>	<b>ANEXO 3: POLITICA DE COMUNICACIONES UCEN</b> .....	25
<b>6.4</b>	<b>ANEXO 4: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN EXTERNA</b> .....	27

	<p>Propuesta  “POLITICAS DE COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA “  MESA DE TRABAJO N°1</p>		
		Versión: 01	Pág.: 3 de: 28
<b>FACULTAD DE CIENCIAS FISICAS Y MATEMATICAS</b>			

## 1. INTRODUCCIÓN

---

El presente informe entrega una propuesta de políticas de comunicación y transparencia para la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas, en adelante FCFM, que permita mantener comunicada a la comunidad en su conjunto del quehacer universitario de la Facultad y de su entorno.

Una vez constituida la mesa de trabajo se llegó al consenso en que el tema de auditorías queda fuera del alcance de este trabajo, solicitud autorizada por la Mesa Central, y que al ámbito transparencia quedaba acotado. En este sentido es importante mencionar que se presenta también las acciones que debe realizar la Facultad para fortalecer la Transparencia de su quehacer.

La mesa solicitó la incorporación de un integrante, producto de que uno de los profesores seleccionados fue imposible de ubicar, y su reemplazante fue el señor Rodrigo Duran, periodista de la FCFM, dado la experticia en el tema que se estaba tratando.

La modalidad de trabajo fue a través de reuniones en la FCFM, complementado con trabajos on-line de acuerdo a las actividades programadas, carta gantt que se presenta en el ANEXO 1

	<p style="text-align: center;">Propuesta  “POLITICAS DE COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA “  MESA DE TRABAJO N°1</p>		
		Versión: 01	Pág.: 4 de: 28
FACULTAD DE CIENCIAS FISICAS Y MATEMATICAS			

## 2. JUSTIFICACIÓN

---

Así como se plantea en el plan estratégico corporativo 2010 – 2015<sup>1</sup>, es necesario realizar cambios comunicacionales a nivel estratégicos, para esto es necesario realizar algunos cambios comunicacionales desde el punto de vista interno como externos existentes en estos momentos, esta debilidad se traspa a nivel de Facultad, por lo que se hace necesario desarrollar una estrategia de comunicación y transparencia.

Para la FCFM los estudiantes son su mayor capital humano, quienes a raíz de las movilizaciones suscitadas durante el presente año, comenzaron a realizar un trabajo a fin de dar solución a sus demandas. De esta manera quedaron de manifiesto una serie de aspectos a mejorar, entre los cuales destaca el funcionamiento y manejo de las comunicaciones, tanto internas como externas, de la FCFM.

Es así que, según el acuerdo<sup>2</sup> firmado por el Decano anteriormente en ejercicio, se generó la instancia de “Claustro” y a su vez mesas de trabajo que persiguen dar cumplimiento a las demandas estudiantiles y que se encuentran en detalle en el documento antes mencionado.

La demanda por establecer mecanismos de comunicación eficientes va más allá del estamento estudiantil, pues tanto funcionarios como académicos reclaman porque no reciben información o porque esta llega de manera tardía, por lo que se requiere de establecer políticas y mecanismos de comunicación con urgencia. Pero la brecha que genera la insatisfacción de una comunicación no acompaña a las aspiraciones estratégicas de la universidad o que no cumple con las progresivas exigencias de transparencia pública, tanto interna como externa, son frecuentes.

Ya que la comunicación ha ganado centralidad en las organizaciones, convirtiéndose en una herramienta útil y necesaria para su desempeño y funcionamiento. Es así como la importancia del conocimiento vinculante a las personas, a las nuevas tecnologías y medios en general, han convertido a la comunicación en un escenario estratégico que busca complementar y acompañar la gestión.

Nuestros lineamientos en una primera instancia es resolver de manera fluida la comunicación interna con estudiantes, profesores y directivos de cada escuela y posteriormente construir una relación con el entorno social y económico orientada a mejorar su posicionamiento y, de paso, intentar captar fondos o auspicios para los futuros requerimientos.

La comunicación como escenario recorre transversalmente una organización y solamente es posible gestionarla con sentido estratégico si se entiende desde esta perspectiva integral. De ahí en más que gestionar la comunicación, más allá de gestionar la relación con los medios y con los públicos internos, se trata de ser capaces de gestionar el clima organizacional la identidad

---

<sup>1</sup> Plan estratégico Corporativo 2010-2015

<sup>2</sup> Documento “acuerdo por una nueva facultad”

	<p>Propuesta  “POLITICAS DE COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA “  MESA DE TRABAJO N°1</p>		
		Versión: 01	Pág.: 5 de: 28
<b>FACULTAD DE CIENCIAS FISICAS Y MATEMATICAS</b>			

corporativa, la reputación la implicación de las personas en el proyecto institucional, en este caso, de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad Central de Chile.

Esto nos permite lograr la comprensión de que una marca y un prestigio que permitan una gestión de la relación con los stakeholders realmente positiva y que proyecten la responsabilidad social de la universidad nítidamente, sin derivas corporativas, garantiza estabilidad y fluidez en los procesos de gestión. Asimismo contribuye a fortalecer y empoderar los liderazgos, mediante el uso y la aplicación de la comunicación estratégica.

### 3. OBJETIVOS

---

#### Objetivo General

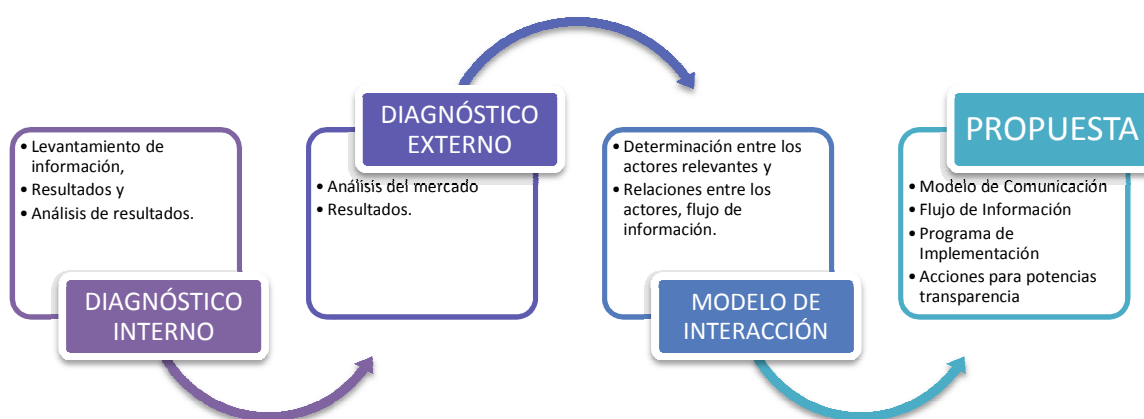
Generar una Política de Comunicaciones para la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad Central de Chile, que permita mantener informada y actualizada a la comunidad en su conjunto del quehacer universitario.

#### Objetivos Específicos

- Recolectar y analizar información relativa a los canales y medios de comunicación en uso dentro de la Facultad, de los distintos estamentos.
- Recopilar y analizar el entorno en relaciones a las políticas y medios de comunicación utilizadas en la actualidad.
- Determinar los distintos actores que participan en la FCFM
- Establecer las relaciones de comunicación entre los diferentes actores
- Establecer los mecanismos y medios de comunicación para los diferentes actores pertenecientes a la comunidad de la FCFM

#### 4. METODOLOGIA

Para elaborar la propuesta de Políticas de Comunicación, desarrollaremos una metodología que contempla tres etapas principales, Diagnóstico Interno, Diagnóstico Externo y Modelo de Interacción, tal como se aprecia a continuación.



Para desarrollar la primera etapa, Diagnóstico interno se recopiló información a través del diseño y aplicación de encuesta para los diferentes estamentos de la FCFM, para luego realizar un análisis de los resultados y así incorporar las principales conclusiones a la propuesta presentada.

La segunda etapa, Diagnóstico externo, permite incorporar las mejores prácticas que están siendo utilizadas a nivel país.

Finalmente, la tercera etapa contempla definir los actores que participan y también las relaciones en términos de flujo y medio de comunicación entre ellos.

## 4.1 DIAGNÓSTICO INTERNO

---

Para desarrollar el Diagnóstico interno, se busco la información con respecto a la definición de políticas comunicacionales definidas por la universidad, solo se logró recopilar la resolución 134/2008, que se presenta en el ANEXO N°3 y la información contenida en el informe de autoevaluación institucional, donde se dan lineamientos generales sobre como difundir la información tanto interna como externamente.

Por tal razón el primer procedimiento fue analizar la situación interna de la facultad, para lo cual fue necesario levantar información de la situación actual dentro de la FCFM, en relación a las comunicaciones, para ello se elaboró una encuesta por estamento, en el ANEXO 2 se presentan dos ejemplo de ellas. Las cuales fueron elaboradas y validas de acuerdo a la información que necesitábamos recolectar.

### 4.1.1 LEVANTAMIENTO DE INFORMACION

---

Para recoger la información referente a los canales y medios de comunicación usados las encuestas fueron enviadas a los distintos estamentos que consideramos importantes, ya sea para la difusión y/o recepción de la información dentro de la FCFM. Las cuales fueron enviadas de acuerdo a los canales existentes de transmisión de la información. La cual fue realizada bajo la plataforma de [www.encuestafacil.com](http://www.encuestafacil.com) y estuvo a disposición del público para ser contesta durante dos semanas aproximadamente, según el plan trabajo establecido.

Por tal razón, la dispar tasa de respuesta en algunos estamentos como estudiantes y docentes no fue la deseada (siendo menor al 50%), es importante mencionar que tanto el estamento directores y coordinadores respondieron la encuesta en un 100%, y funcionarios con un 53%.

ESTAMENTO	ENTREGADAS	RESPONDIDAS	PORCENTAJE
FUNCIONARIOS	15	8	53%
DIRECTORES	5	5	100%
COORDINADORES	8	8	100%
PROFESORES	142	45	32%
CENTROS DE ESTUDIANTES	5	3	60%
ESTUDIANTES	135 <sup>3</sup>	57	42%

---

<sup>3</sup> Del universo de estudiantes, 1240 app, 135 de ellos abrieron la encuesta y de estos solo 57 respondieron

## 4.1.2 RESULTADOS

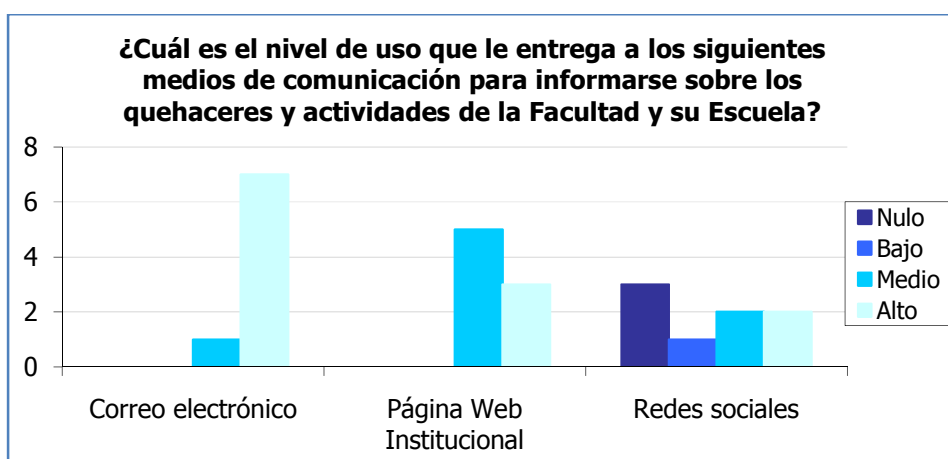
A continuación se presentan por estamento los resultados de las encuestas recibidas:

### FUNCIONARIOS

Como se aprecia en el gráfico de más abajo el 87% de los funcionarios que respondieron la encuesta aseguran que existe un procedimiento formal por el cual reciben información desde la facultad y de las escuelas.



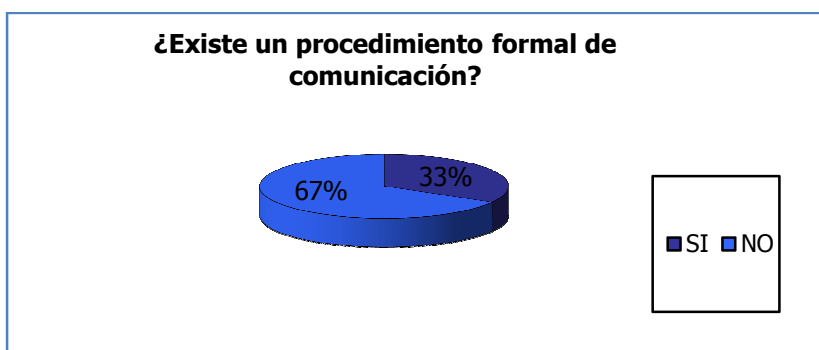
También se puede apreciar que el correo electrónico es el medio más usado para informarse de las actividades de la escuela y facultad, seguido de la página web institucional





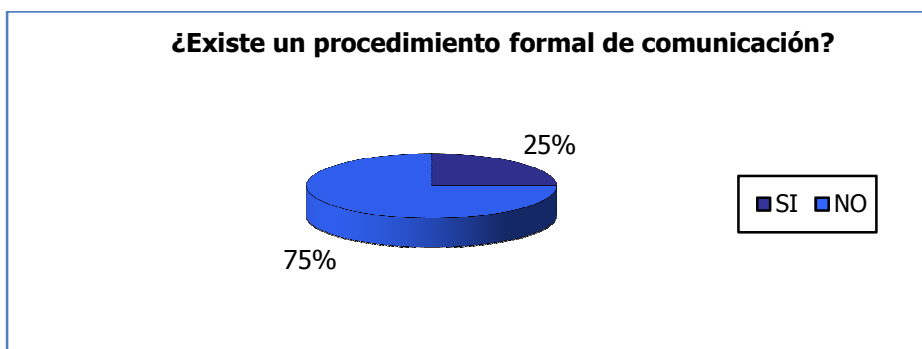
## DIRECTORES

El 67% de los Directores, señalan que no existe procedimiento formal de comunicación, e indican que el mecanismo más que utiliza para informar las actividades de Facultad y de Escuela a los profesores es el correo electrónico. Sin embargo para difundir la información a los estudiantes cada Escuela se ha ido adaptando en mayor o menor medida a las diferentes medios tecnológicos utilizados en la actualidad.



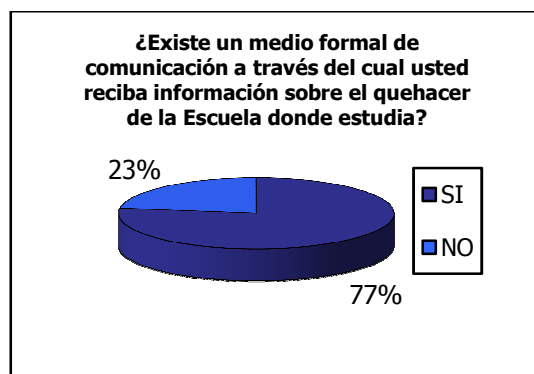
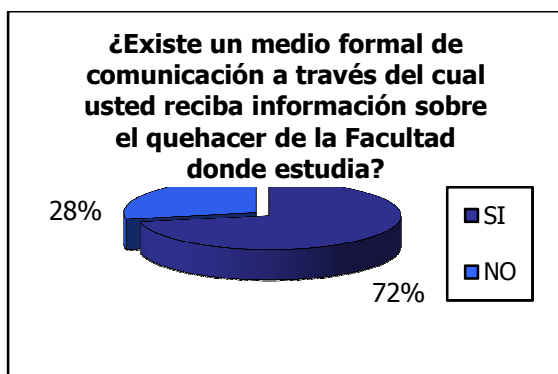
## COORDINADORES

El 75% de los Coordinadores, señalan que no existe procedimiento formal de comunicación en la Facultad, e indican, en su mayoría, que el mecanismo mas utilizado es el correo electrónico.

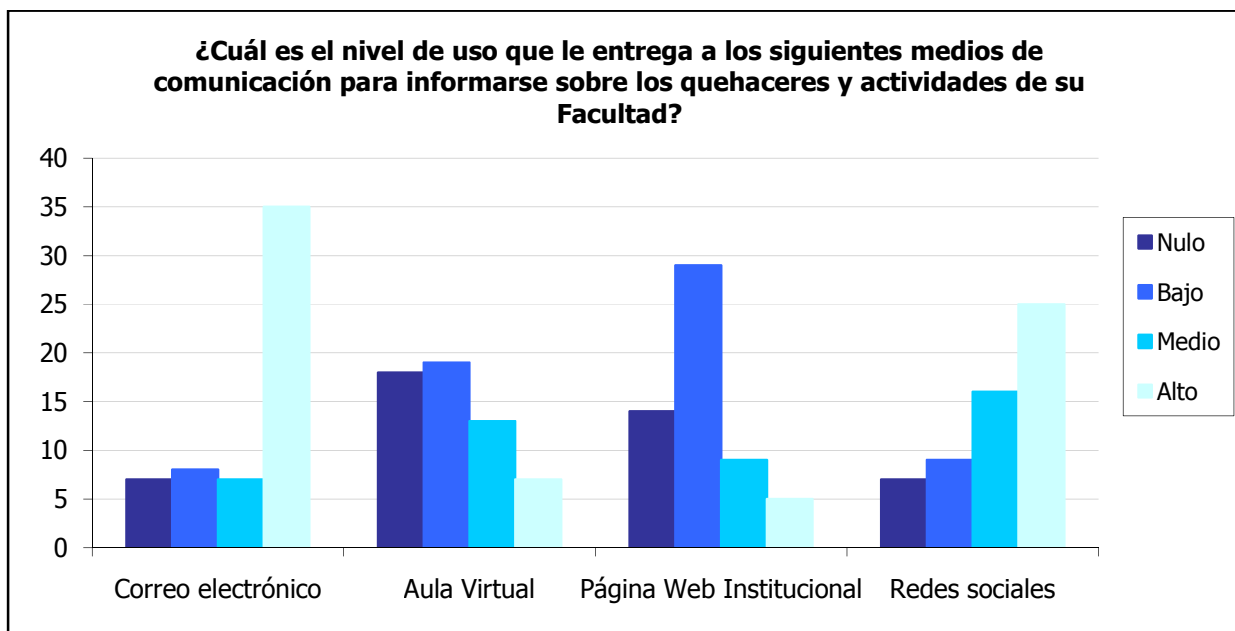


## ESTUDIANTES

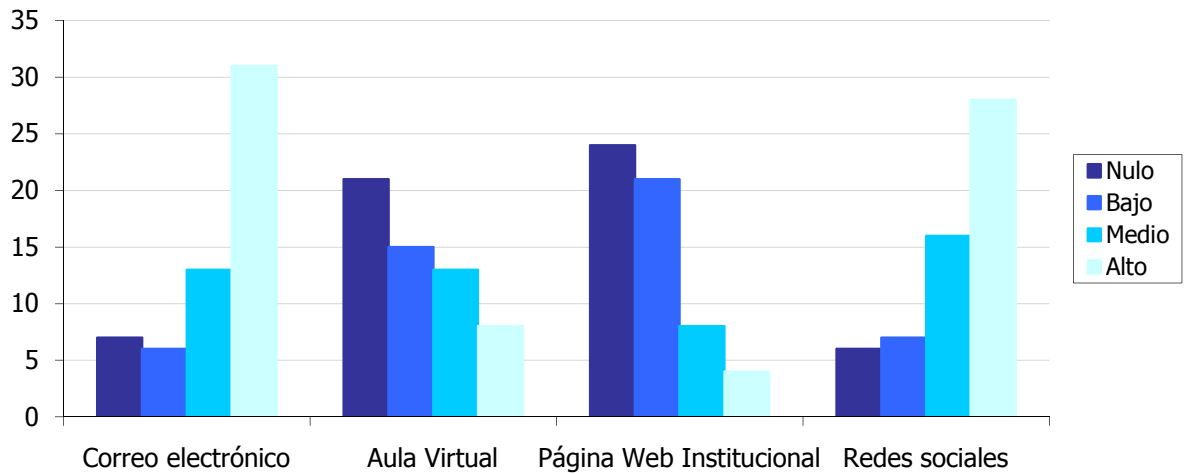
Los estudiantes en su mayoría, 72% y 77%, declara que existe un medio formal de comunicación por el cual recibe información de la Facultad y Escuela, respectivamente.



En general, los estudiantes usan mayoritariamente el correo electrónico, seguido de la página web.



**¿Cuál es el nivel de uso que le entrega a los siguientes medios de comunicación para informarse sobre los quehaceres y actividades de su Escuela?**



### 4.1.3 ANALISIS DEL RESULTADOS DEL DIAGNOSTICO INTERNO

Considerando los resultados obtenidos a través de la encuesta aplicada a los diferentes estamentos, e información secundaria recibida a través de entrevistas informales a distintos integrantes de la FCFM, se pueden constatar las siguientes fortalezas y debilidades.

Debilidades	Fortalezas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de políticas comunicacionales al interior de Facultad (comunicados internos formales y definidos)</li> <li>• Falta de difusión de actividades entre escuelas de la facultad.</li> <li>• No existe un instrumento de comunicación interno en que se difundan las distintas actividades desarrolladas las Escuelas y en la Facultad</li> <li>• Falta de confianza por hechos antes ocurridos.</li> <li>• Falta de compromiso de algunos grupos para la realización de las tareas.</li> <li>• Fuerte competencia comunicacional de las universidades a nivel masivo (amenaza)</li> <li>• Escasos recursos físicos y humanos a nivel de Facultad y escuelas para promover comunicacionalmente las actividades.</li> <li>• Falta de información y claridad para difundir y socializar los proyectos e investigaciones desarrolladas al interior de la facultad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe visiones de cambio en las autoridades que permitan la realización de las transformaciones necesarias en cuanto a las políticas de comunicación y transparencias.</li> <li>• Existe el interés de parte de los distintos estamentos de mejorar las condiciones actuales de comunicación (difusión de la información).</li> <li>• Existen académicos con solida trayectoria en el campo académico y laboral, que pueden aportar con su conocimiento y experticia.</li> <li>• Tecnología disponible (oportunidad)</li> </ul>

	<p>Propuesta  “POLITICAS DE COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA “  MESA DE TRABAJO N°1</p>		
		Versión: 01	Pág.: 13 de: 28
<b>FACULTAD DE CIENCIAS FISICAS Y MATEMATICAS</b>			

## 4.2 DIAGNÓSTICO EXTERNO

Para realizar el Diagnóstico se investigó e indagó en los usos y herramientas de las comunicaciones que otras facultades y universidades están implementando para vincularse con sus stakeholders, logrando rescatar lo más valiosos de cada modelo a fin de implementarlo en la facultad.

Fue así como el equipo de trabajo se encontró con casos de éxito tales y formas de comunicaciones establecidas y explícitas como canales formales de información y difusión estructurados, acatados por los partícipes y de público conocimiento. Ejemplos tales como email institucional, intranet, website de facultad, website de escuelas, blogs de académicos, guía de expertos para medios de comunicación, herramientas de comunicación digital (Facebook, Twitter, Youtube), además de contar con un equipo multidisciplinario en el área de comunicaciones (periodista / publicista; diseñador; camarógrafo / editor).

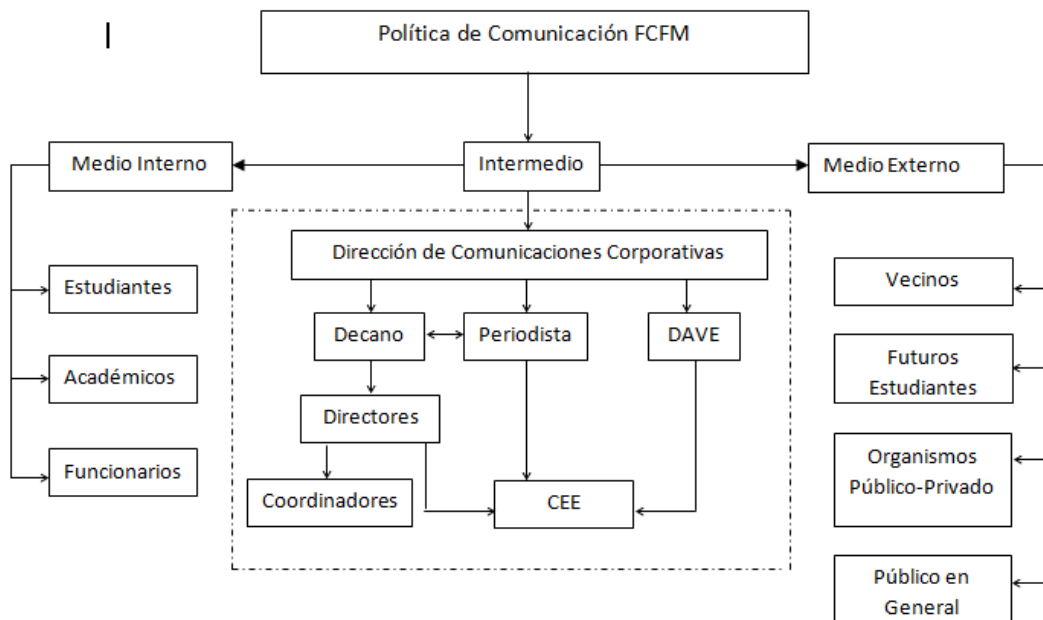
Para la realización de este punto, observamos e investigamos las herramientas y metodologías de otras instituciones, tanto nacionales como del extranjero, rescatando los aspectos más significativos y que sean una contribución a nuestro quehacer. Algunos de los criterios en los cuales nos enfocamos fueron. Además nos apoyamos en la política de comunicaciones de la Universidad Central de Chile para definir los lineamientos de nuestra propuesta de trabajo a fin de mantener y estandarizar los lineamientos y ejes de nuestra comunicación.

En concreto, nuestros parámetros para sustentar la propuesta de comunicaciones para la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas son:

- Política de Comunicaciones, tanto internas como externas, de la Universidad Central de Chile.
- Los valores y los atributos asociados a la universidad.
- El posicionamiento respecto de otras universidades.
- Identificar los emisores de información en la organización.

### 4.3 DETERMINACION DE ACTORES RELEVANTES

A través del análisis de campo realizado, se detectaron tres públicos que tienen acceso a información desde y para la Facultad, los que definimos como: Interno, intermedio y externo, tal como se muestra en la figura de más abajo.



	<p style="text-align: center;">Propuesta  “POLITICAS DE COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA “  MESA DE TRABAJO N°1</p>		
		Versión: 01	Pág.: 15 de: 28
FACULTAD DE CIENCIAS FISICAS Y MATEMATICAS			

## 5. PROPUESTA

---

De acuerdo a los cambios vividos por la facultad en el último tiempo y el reconocimiento por parte de las autoridades de estos, es necesario realizar algunas reestructuraciones organizacionales, por tal razón es importante dejar expresados los alcances y limitaciones de nuestra propuesta de políticas de comunicación, especialmente al interior de la FCFM.

Dentro de los hechos que condicionan el desarrollo de nuestra propuesta, es realizar una fidelización de los clientes internos de la facultad (funcionarios, docentes y estudiantes), debido a los cambios ocurridos en este último año, en los cuales se fracturaron las confianzas generando un desgaste en el clima y cultura al interior de la FCFM, y por tanto mermando el flujo y buen funcionamiento de la difusión de la información. Se propone realizar una intervención organizacional destinada a generar confianzas para que los cambios a realizar sean de forma natural y la resistencia natural a las transformaciones sea minimizada.

Además de acuerdo a las definiciones de los cambios propuestos en paralelo por otras mesas, es posible que se generen modificaciones que afectarán directamente el desarrollo de un plan detallado de las políticas de comunicaciones y transparencia por parte nuestra, por tal razón se sugiere definir los cambios estructurales en una primera etapa, para poder llevar a cabo una política comunicación que permita el flujo rápido de la información interna y externa.

Considerando estas limitaciones nuestra propuesta está compuesta por tres etapas relevantes, primero “Modelo de Comunicación” en el cual están expresadas las definiciones de los medios disponibles y las relaciones entre los estamentos; en segundo lugar el “Flujo de información” propuesto que debería existir en la facultad y como se vincula con la información que debemos entregar a la comunidad; y por último el “Programa de Implementación” de los cambios propuestos para generar el funcionamiento de correcto de esta.

Además, con el margo general de la política de comunicaciones, se proponen acciones para potenciar las transparencia al interior de la Facultad.

## 5.1 MODELO DE COMUNICACIÓN

MATRIZ: "MODELO DE COMUNICACIÓN"

Canal de Comunicación Formal													
Canales Interno y Externo.													
	Actores	Mail Institucional	Murales (potenciar)	Revista ( Científica FCFM)	Periodico (FCFM)	Tv FCFM	Intranet	Redes Sociales	Medios de Comunicación Nacional	Revistas Científica			
Interna	Estudiantes	Promover Utilización	Promover Utilización	Se debe reactivar la publicación que realizaba la FCFM, con la intención de generar interes entre los mismos estudiantes y generar una mejor relación con el medio.	Creación de un periodico que mantenga informada a la comunidad Universitaria del quehacer de la Facultad y los sucesos mas importantes que afecten a esta directamente, teniendo repercusión en la comunidad.	Modificar la ya existente TvUCEN, dandole un vuelco más integral hacia la Facultad. Al ser una información mas dinamica se espera un interes mayor de la Comunidad.	Diseñar un sistema de comunicación, que integre en totalidad a la comunidad a través de un calendario de actividades, visible para todas las escuelas, bolsa de trabajo, centro de descarga, etc.	Promover Utilización	Promover Vinculación con el Medio	Promover Vinculación con el Medio			
	Académicos	Promover Utilización	Promover Utilización					Promover Utilización	Promover Vinculación con el Medio	Promover Vinculación con el Medio			
	Funcionarios	Utiliza	Utiliza					No Aplica	No Aplica	No Aplica			
Intermedio	V. Académica	No Aplica	No Aplica					No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica
	Decano	Utiliza	Utiliza					Promover Vinculación con el Medio	Promover Vinculación con el Medio				
	Directores	Utiliza	Utiliza					Promover Vinculación con el Medio	Promover Vinculación con el Medio				
	Periodista	Utiliza	Utiliza					Utiliza	Promover Vinculación con el Medio				
	Coordinadores	Utiliza	Utiliza					Promover Vinculación con el Medio	Promover Vinculación con el Medio				
	CEE	Se debe Generar	Utiliza					Utiliza	Promover Vinculación con el Medio	No Aplica			
	DAVE	Utiliza	Utiliza					Promover Utilización	No Aplica	No Aplica			
Externa	Vecinos	No Aplica	No Aplica	Promover Utilización	Vincular a los entes Externos con la participación de cada uno de los Actores Internos e Intermedios.	Vincular a los entes Externos con la participación de cada uno de los Actores Internos e Intermedios.							
	Futuros Estudiantes	No Aplica	No Aplica	Promover Utilización									
	Organismo Público-Privado	No Aplica	No Aplica	Promover Utilización									
	Público en General	No Aplica	No Aplica	Promover Utilización									



## 5.2 FLUJO DE INFORMACIÓN

---

Durante las jornadas de trabajo de esta mesa, hemos podido contrastar diversas visiones, opiniones y lineamientos para el manejo de las comunicaciones en la FCFM. Pero más allá de nuestras buenas intenciones, tenemos la claridad y conciencia de que nuestra propuesta no servirá de nada si no existen lineamientos que permitan sugerir un estilo de gestión y conducción idóneo para la Facultad.

Es así como hemos llegado a la conclusión de que, sobre la base del actual contexto tanto de la Facultad como la estructura corporativa de la Universidad Central de Chile, el mejor modelo o flujo para las comunicaciones tiene relación con el denominado modelo o metodología “cascada”, dado que se aplica bien a cualquier tipo de contexto, cultura y liderazgo, es un recurso poderoso para la cohesión y no tiene costos económicos.

### **¿Qué es el modelo de comunicación Cascada?**

Para objeto de nuestra propuesta entenderemos por “comunicación cascada” los procesos de difusión de información –y casi siempre también de obtención de retroalimentación– que se llevan a cabo en forma descendente a través de distintos niveles de la estructura organizacional, en los que el modo predominante de interacción es el interpersonal y los líderes de los grupos de receptores, u otras personas relevantes, se convierten en dialers o nexos para la trasmisión de los mensajes organizacionales y, a la vez, actúan como facilitadores de los procesos de interpretación de los mismos y conductos para la comunicación ascendente de retorno.

La principal ventaja de esta metodología es la interactividad, que permite la retroalimentación, favorece el sentido de participación y, en muchos casos, contribuye a reforzar las posiciones de liderazgo del personal con mando en la organización

En concreto, y aterrizando la teoría a la práctica, el proceso de comunicación cascada conlleva beneficios para la organización tales como:

- Define y clarifica el / los emisores de la información, según su carácter y relevancia
- Define y guía el comportamiento e instrucciones de los mandos medios, estableciendo con claridad sus tareas y deberes.
- Efectivo para hacer llegar información relevante y sensible, que debe fluir con precisión y oportunidad, en circunstancias en que la participación del personal de las diferentes áreas y niveles de la organización es una variable relevante y en que la retroalimentación es clave.

En cuanto a su diseño, en el modelo típico la información baja por los escalones de la cadena de mando de la organización, uno a uno, hasta el nivel que los promotores del proceso consideren adecuado.

El proceso de la comunicación cascada debe iniciarse en la cabeza de la organización, ceremonialmente y con amplia difusión para que quede claro que va en serio, a tal grado que el propio presidente o director general de la organización (en nuestro caso la figura del Decano) participa en él y lo avala o por lo menos lo abandera.


	Propuesta “POLITICAS DE COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA “ MESA DE TRABAJO N°1	
	Versión: 01	Pág.: 18 de: 28
FACULTAD DE CIENCIAS FISICAS Y MATEMATICAS		

En este formato, el tradicional, los emisores son los jefes o líderes de los grupos de trabajo (Ej. Autoridades y Directores de Escuelas). Siempre deben contar con los recursos necesarios (entrenamiento, medios de apoyo, logística, etc.) para cumplir de manera satisfactoria con esta responsabilidad. En ocasiones es recomendable respaldarlos con personal capacitado para la comunicación, a fin de fortalecer o desarrollar sus habilidades o competencias blandas para el ejercicio de un buen liderazgo.

### 5.3 PROGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

Considerando los hechos descritos anteriormente proponemos las siguientes fases para la implementación de las correctas políticas de información:

- Crear una unidad que esté a cargo de la Comunicación y Transparencia dentro de la facultad. Tiene como principales funciones la creación de políticas y manuales de procedimientos comunicacionales, que generan un marco de referencia en cómo deben ser entregada la información que se genere al interior de la facultad y escuelas, ya que como la imagen debe estar en relación con los lineamientos del plan estratégico corporativo 2010 – 2015) de la universidad. Además de salvaguardar la reputación de la imagen de la FCFM en el exterior.
- Diseño de políticas y procedimientos comunicacionales. Esta contenido las siguientes puntos:
  - Diseñar una política comunicación en la cual se establezca una imagen de facultad única. Para determinar los canales y acciones de difusión de la información tanto de actividades y logros obtenidos a nivel de escuelas , facultad y universidad.
  - Dentro de los procedimientos están la revisión y alineación de los medios de comunicación de la facultad con la universidad.
  - Diseñar un formato estándar de acuerdo a cada facultad y escuela.
  - Potenciar el correo institucional a nivel docente y estudiantes, amenera de fidelizar a este grupo creando un conexión con ellos.
  - Crear una intranet de fácil acceso en que todos los estamentos estén incluidos y cumpla con las necesidades de comunicación interna de la facultad.
  - Diseñar un calendario de actividades de la facultad y escuela.
  - El calendario será utilizado para mejorara la difusión de actividades de facultad, así como por escuela. Además de la inclusión en dicho calendario las actividades a realizar por los distintos estamentos en las cuales sea necesario la difusión al resto de la comunidad.
  - Otro punto relevante es potenciar el trabajo en equipo con las distintas escuelas al interior para el desarrollo tanto de seminarios interdisciplinarios y así poder fomentar la responsabilidad social universitaria generando una vinculación con el medio.

	Propuesta “POLITICAS DE COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA “ MESA DE TRABAJO N°1	
	Versión: 01	Pág.: 19 de: 28
FACULTAD DE CIENCIAS FISICAS Y MATEMATICAS		

- Diseño de campaña de comunicación interna a través de la generación de una intranet la cual permita a los distintos estamentos dar rápida entrega como recepción de información generando una retroalimentación favoreciendo la unificando y estandarizando las comunicaciones al interior de la facultad, ya que permite genera una base de datos de todos los distintos estamentos e identificar y segregar de acuerdo a la información a todos los integrantes a los que les compete la información.
- Diseño de campaña de comunicación externa, a través de la generación de vínculos con medios de comunicación para la difusión del quehacer de facultad con respecto hechos de actualidad de repercusión nacional e internacional. Ver ANEXO 4.

- Implementación de las nuevas políticas de la facultad.

Las nuevas políticas de comunicación deben ser realizadas a través del “modelo de comunicación” antes planteado en el cual se detallan los actores y canales de difusión de la comunicación a nivel interno entre las distintas escuelas de la facultad como externo tanto de comunicación y transparencia.

- Revisión y alineación de los medios de comunicación de la facultad con los de la universidad.

A través de intranet generar un canal o link mediante el cual existe un mecanismo de retroalimentación que permita detectar mejoras en los sistemas que se definieron en las fases anteriores, ya sean fallas o innovación que los propios usuarios indiquen para que sea una real herramienta facilitadora a la gestión administrativa. La incorporación de este proceso de retroalimentación debe ser administrada y revisada constantemente para dar una pronta respuesta y así lograr genera un vínculo de sentir parte de importante de la FCFM y fomentar un de plan de fidelización de los clientes de internos (distintos estamentos) a través de la definición de sus intereses y su vinculación con la marca (facultad – universidad). Lo cual permitirá crear y reforzar lazos de confianza tan debilitados y que ha costado reconstruir.

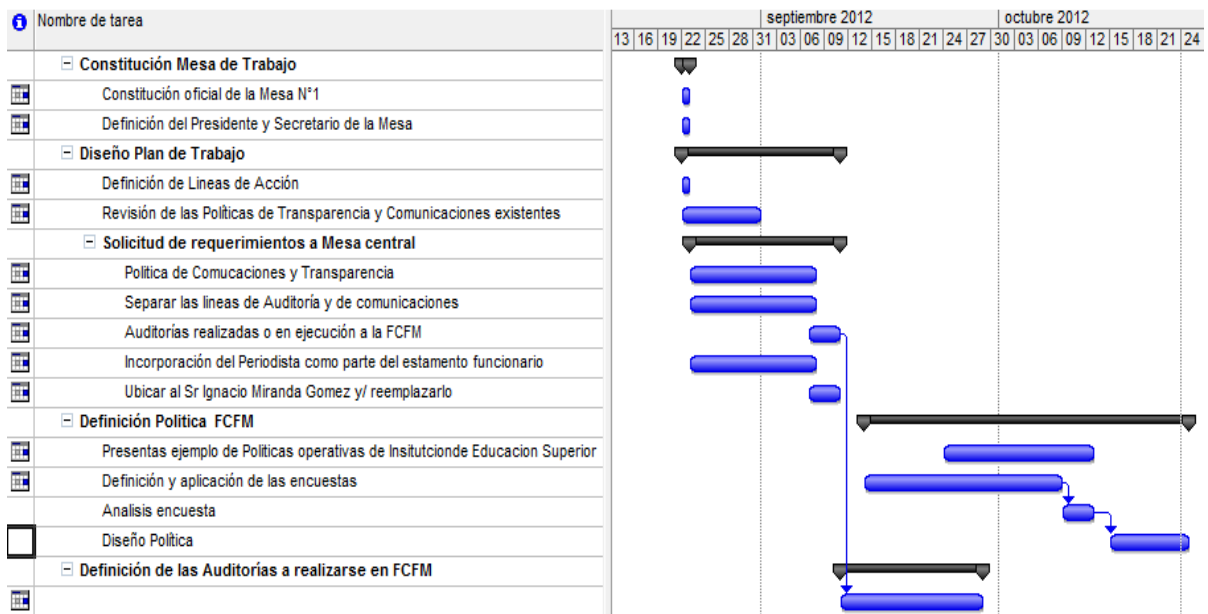
#### **5.4 ACCIONES PARA POTENCIAR LA TRANSPARENCIA**


Las acciones para potenciar las transparencia al interior de la FCFM son:

- Realizar cuentas públicas a nivel de Facultad de los resultados operacionales
- Realizar cuentas públicas a nivel de escuelas de los resultados operacionales
- Realizar cuentas públicas a nivel de Facultad y escuelas del avance en el cumplimiento de los planes estratégicos definidos.
- Publicar actas de reuniones en los medios formales establecidos, según corresponda en cada caso.

## 6. ANEXOS

### 6.1 ANEXO1: PLAN DE TRABAJO



	Propuesta "POLITICAS DE COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA" MESA DE TRABAJO N°1	
	Versión: 01	Pág.: 21 de: 28
FACULTAD DE CIENCIAS FISICAS Y MATEMATICAS		

## 6.2 ANEXO 2: EJEMPLO DE ENCUESTAS

### ENCUESTA LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN POLITICAS DE COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA COORDINADORES

Abandonar->

Continuaré más tarde

#### 1.- POLITICAS DE TRANSPARENCIA Y COMUNICACION FCFM

Estimado Coordinador, junto con saludarlo y en virtud del trabajo que estamos realizando en la mesa de trabajo: "Políticas de Comunicación y Transparencia", se llevará a cabo una encuesta que nos ayudará a entender los diferentes canales de comunicación utilizados en la Institución, y así diseñar una propuesta que permita mejorar los procesos y canales de información en la Facultad.

La encuesta le tomará sólo 5 minutos, agradecemos desde ya su tiempo y disposición pues su información es relevante en el desarrollo de la Facultad.

\*1. NOMBRE COMPLETO:

2. RUT:

\*3. ESCUELA

\*4. AÑO DE INGRESO AL CARGO

\*5. ¿Existe un procedimiento formal de comunicación?

SI

NO

6. Si la respuesta 5 es NO, indique si cuenta con algún tipo de procedimiento para comunicar la información, como por ejemplo: Documentación, manuales y resoluciones.



**\*7. ¿Cuál es el mecanismo que utiliza para informar las actividades de Facultad a los profesores de la Escuela?**



**\*8. ¿Cuál es el mecanismo que utiliza para informar las actividades de Facultad a los estudiantes de la Escuela?**




**\*9. ¿Cuál es el mecanismo que utiliza para informar las actividades de Escuela a los profesores de la Escuela?**



**\*10. ¿Cuál es el mecanismo que utiliza para informar las actividades de Escuela a los estudiantes de la Escuela?**



	Propuesta "POLITICAS DE COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA" MESA DE TRABAJO N°1	
	Versión: 01	Pág.: 23 de: 28
FACULTAD DE CIENCIAS FISICAS Y MATEMATICAS		

## ENCUESTA LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN POLITICAS DE COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA FUNCIONARIOS

Abandonar->

Continuaré más tarde

### 1.- POLITICAS DE TRANSPARENCIA Y COMUNICACION FCFM

Estimado Funcionario de apoyo a la docencia, junto con saludarlo y en virtud del trabajo que estamos realizando en la mesa de trabajo: "Políticas de Comunicación y Transparencia", se llevará a cabo una encuesta que nos ayudará a entender los diferentes canales de comunicación utilizados en la Institución, y así diseñar una propuesta que permita mejorar los procesos y canales de información en la Facultad.  
La encuesta le tomará sólo 5 minutos, agradecemos desde ya su tiempo y disposición pues su información es relevante en el desarrollo de la Facultad.

**\*1. NOMBRE COMPLETO:**

**2. RUT:**

**\*3. ESCUELA**

**\*4. AÑO DE INGRESO A LA UNIVERSIDAD**

**\*5. ¿Existe un medio formal de comunicación a través del cual usted reciba información sobre el quehacer de la Facultad y la(s) Escuela(s) donde trabaja?**

SI

NO

**\*6. Si la respuesta 5 es SI, indique cuáles son los medios formales de comunicación con los que cuenta (Ejemplo: Correo electrónico, Aula Virtual, Página Web Institucional, etc.)**

**Si la respuesta 5 es NO, indique cuáles son los mecanismos que utiliza para obtener información sobre su Facultad y Escuela (Ejemplo: Consultar a autoridades, etc.)**



**\*7. ¿Cuál es el nivel de uso que le entrega a los siguientes medios de comunicación para informarse sobre los quehaceres y actividades de la Facultad y su Escuela?**

	Nu lo	Baj o	Me dio	Alt o
Correo electrónico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Página Web Institucional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redes sociales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Fin->



	Propuesta “POLITICAS DE COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA “ MESA DE TRABAJO N°1	
	Versión: 01	Pág.: 25 de: 28
FACULTAD DE CIENCIAS FISICAS Y MATEMATICAS		

### 6.3 ANEXO 3: POLITICA DE COMUNICACIONES UCEN

---



RECTORIA

*RESOLUCION N° 0134/2008*

*MAT: PROMULGA ACUERDO DE LA JUNTA DIRECTIVA QUE APRUEBA POLÍTICA DE COMUNICACIONES DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL DE CHILE.*

*Santiago, Febrero 28 de 2008.*

VISTOS:

- 1° *El Acuerdo N° 2 de la Sesión N° 267-07 de la H. Junta Directiva, de fecha 13 de Diciembre de 2007.*
- 2° *Las disposiciones contenidas en el Estatuto Orgánico de la Corporación.*

RESUELVO:

*PROMÚLGASE EL ACUERDO N° 2 ADOPTADO EN LA SESIÓN N° 267-07 DE LA HONORABLE JUNTA DIRECTIVA, DE FECHA 13 DE DICIEMBRE DE 2007, QUE APRUEBA LA SIGUIENTE POLÍTICA DE COMUNICACIONES DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL DE CHILE:*

- 1° *En la organización, la comunicación está constituida por el conjunto de mensajes y significados que se intercambian entre sus integrantes, y entre ésta y su medio, y en cada uno de ellos se involucra su imagen e identidad, sus valores y principios y su coherencia con los objetivos estratégicos, en proceso continuo y dinámico.*
- 2° *La Universidad Central define las comunicaciones como una tarea relevante dentro de sus estrategias corporativas y, por ello, la posiciona orgánica y funcionalmente al más alto nivel, dependiendo del Rector como una unidad con rango de Vicerrectoría.*

	Propuesta “POLITICAS DE COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA “ MESA DE TRABAJO N°1	
	Versión: 01	Pág.: 26 de: 28
FACULTAD DE CIENCIAS FISICAS Y MATEMATICAS		




- 3° *Las comunicaciones serán asumidas de manera integral en la Universidad Central, fortaleciendo la visión, la articulación de los mensajes y significados, la identidad e imagen corporativa, sin perjuicio de las especificidades de las unidades académicas, propias de las características de las disciplinas a su cargo y las culturas que derivan de ellas.*
- 4° *Las comunicaciones deben servir de soporte a las estrategias y programas de desarrollo académico, de investigación, de extensión, de personal, de admisión, cooperación interinstitucional, divulgación científica y pensamiento en el ámbito de las ciencias sociales.*
- 5° *La comunicación interna debe orientarse a fortalecer el sentido de comunidad, de participación, transparencia, identidad y orgullo de pertenencia.*
- 6° *La labor de comunicar, al estar al más alto nivel estratégico, es una función institucional que debe evaluarse en su desempeño y cumplimiento de objetivos, con un claro sentido de responsabilidad. De este modo, esta tarea se radica a nivel de Facultades en sus Decanos, y al nivel corporativo, en el Rector. Año a año se fijarán objetivos para la comunicación, los cuales serán medidos con estudios ad-hoc que permitan precisar si se están cumpliendo los objetivos corporativos, estratégicos y a nivel táctico que se han determinado.*

Anótese y comuníquese.

  
 OMAR AHUMADA MORA  
 SECRETARIO GENERAL

  
 LUIS LUCERO ALDAY  
 RECTOR

LLA/ca  
 c.c.a H. Junta Directiva - Secretaría General - Contraloría - Fiscalía -  
 Vicerrectorías - Facultades y Escuelas - Dirección General Académica - Sedes  
 Regionales - Archivo.

	Propuesta “POLITICAS DE COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA “ MESA DE TRABAJO N°1	
	Versión: 01	Pág.: 27 de: 28
FACULTAD DE CIENCIAS FÍSICAS Y MATEMÁTICAS		

#### 6.4 ANEXO 4: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN EXTERNA

##### Acciones en el manejo de los medios de comunicación

La pertinencia en el uso de los medios de comunicación, se da a partir de la cantidad de información que puede difundir, así como de la calidad del mismo. También es necesario tomar en cuenta los diferentes tipos de lenguajes que se pueden combinar, la disposición o acceso que tiene el público.

Para ello es pertinente aplicar las siguientes acciones:

7. La temporalidad informativa del medio y nota de prensa / informativa
8. La cobertura (genera o nicho) de la circulación de la información.
9. Los tiempos en cuanto a la posesión de la información por parte de los actores (partiendo una vez se envía la nota de prensa para su revisión y VB°).
10. Las formas de intervención del receptor (un aspecto es el punto de vista académico o otra el periodístico. Para la gestión de prensa prima este último dado que permite una mejor comprensión referente a qué y que no es noticia)
11. La intensidad y complejidad del mensaje (las notas de prensa, salvo que sean para medios de comunicación especializados, deben estar planteadas en un lenguaje sencillo y de comprensión para todo tipo de interesado)
12. Participación y compromiso de quienes estén involucrados en la nota informativa que sea gestionada por el periodista de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas. Las personas deben tener total disposición a colaborar, no exagerar ni magnificar las notas de prensa, ser honestos respecto de si lo que están realizando es algo inédito o “se inspiró” en otras fuentes de información, cumplir los compromisos asumidos con los periodistas, tanto de Facultad como de medios de comunicación (fotografías, textos de apoyo, audios, imágenes, etc).

	Propuesta “POLITICAS DE COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA ” MESA DE TRABAJO N°1	
	Versión: 01	Pág.: 28 de: 28
FACULTAD DE CIENCIAS FÍSICAS Y MATEMÁTICAS		

### 13. Plan de Acción

ESTRATEGIA	MEDIO	ACCIÓN
Plataforma digital informativa para los distintos estamentos de la FCFM	Intranet	Desarrollar una intranet que contenga la mayor cantidad de información a fin de satisfacer las necesidades de información, vinculación y participación de la FCFM (email; calendarización clases, horarios, salas. Fechas importante / agenda. Nómina de profesores por escuela; encuestas de satisfacción; toma de ramos por semestre; actividades de extensión de la FCFM, etc)
Newsletter Informativo Digital	Correo electrónico institucional (@ucentral.cl)	Enviar información concreta y actualizada de las diferentes actividades y noticias de la FCFM
Aplicación y usos de las redes sociales	Facebook; Twitter y YouTube	Publicar y difundir información en las redes sociales de la FCFM que sean de interés para la comunidad
Gestión de Prensa	Medios de Comunicación en General tanto a nivel nacional e internacional	Estructurar un Plan de Medios que permita al periodista de la FCF gestionar notas informativas para posicionar a la Facultad. Nota: El Plan de Medios es INDEPENDIENTE DE CADA PERIODISTA.
Coordinar y Difundir las Actividades de la Facultad	Trabajo conjunto con los Directores o Responsables de cada Escuela / Autoridades de la FCFM	Informar con antelación sobre las actividades que se están realizando en la FCFM. Será responsabilidad de cada Escuela definir su política de comunicación y colaboración necesaria para su realización.
Posicionamiento de la Cultura Corporativa de la Facultad	Trabajo mancomunado entre todos los estamentos de la FCFM	Instalar, en lugares visibles y con buen tráfico y presencia de personas, los Principios, Misión y Visión tanto de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas como de la Universidad Central de Chile.
Producir Videos para el Canal de Youtube	Trabajo mancomunado entre todos los estamentos de la FCFM	Producir videos para mensuales para difusión de las actividades de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas. Para ello es necesario definir la adquisición de equipos para su realización o evaluar la posibilidad de externalizar la producción y montaje del material audiovisual.