

# **PLAN DE COMUNICACIÓN**

*Dirección de Relaciones Públicas*

---

2022-2023

**UNA CHI**



## **INDICE**

INTRODUCCIÓN .....	<b>3</b>
DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN .....	<b>4</b>
ANÁLISIS FODA .....	<b>5</b>
DEFINICIÓN DE OBJETIVOS GENERALES .....	<b>6</b>
MATRIZ DE OBJETIVOS POR GRUPO DE INTERES INTERNO .....	<b>7</b>
MATRIZ DE OBJETIVOS POR GRUPOS DE INTERES EXTERNO .....	<b>8</b>
MATRIZ DE FUNCIONES COMUNICACIONALES .....	<b>9</b>
PLAN DE ACCIÓN .....	<b>15</b>
PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL .....	<b>16</b>
SEGUIMIENTO AL PLAN .....	<b>18</b>

## INTRODUCCIÓN

Hoy es tiempo de transparencia y de cooperación, y en este contexto es fundamental establecer mecanismos de comunicación interna que permitan flujos de información estables y fluidos, canales de información no solo descendente sino también ascendente y horizontal. Es tiempo de establecer cauces de diálogo permanente y de comunicación externa con todos nuestros públicos objetivos de interés, diálogo en el que debe colaborar toda la comunidad universitaria, compartiendo con la sociedad el conocimiento generado.

Es por ello que disponer de una estrategia planificada de comunicación es fundamental para cumplir con las disposiciones de nuestra casa de estudios superior; promoviendo y divulgando los avances en el campo científico, tecnológico, social, humanístico y artístico.

La comunicación institucional es una herramienta de vinculación como de rendición de cuentas; además, la responsabilidad social universitaria implica que los valores de la institución (Compromiso, liderazgo, capacidad, responsabilidad, iniciativa, transparencia, colaboración y ética) sean compartidos con nuestros grupos de interés.

Por ello es importante desarrollar un plan de comunicación que ayude a organizar y a orientar todas las actividades hacia una buena comunicación, siendo el marco que encuadre y coordine la comunicación interna y externa de nuestra universidad. La Dirección de Relaciones Públicas viene desarrollando múltiples acciones comunicativas, tanto internas como externas y con este plan se busca ordenarlas y sistematizarlas; eliminando las que han quedado obsoletas y potenciando las que han dado buenos resultados, contribuyendo al proceso de reacreditación Institucional.

## DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN

La Dirección de Relaciones Públicas ha creado la Comisión de Comunicación Institucional, conformada por colaboradores responsables directos de las distintas secciones de la dirección. El objetivo de esta comisión es la elaboración de un diagnóstico de la Comunicación Institucional, basado en las **Políticas de Comunicación** (aprobado por Consejo Administrativo No. 8-2014 del 10 de julio de 2014), **Manual de Imagen Institucional**, el **Plan de Desarrollo Institucional 2018-2023** (Aprobado en Consejo General Universitario Extraordinario No 6 - 2021, de 30 de agosto de 2021), y **Plan Estratégico Institucional 2018-2023** (Aprobado en Consejo General Universitario No.3-2020, del 19 de agosto de 2020)

Se detectaron fortalezas en la promoción y divulgación de la oferta académica, reflejado en la alta tasa de ingresos en el periodo 2021-2022, y carecías en el uso adecuado de los símbolos institucionales, tanto de manera impresa como digital siendo el Manual de Imagen Institucional el menos consultado para la divulgación de comunicación interna como externa por parte de grupos de divulgación ajenos a la Dirección de Relaciones Públicas pero adjuntos a diferentes vicerrectorías y direcciones de nuestra institución.

Esto conlleva a la distorsión de la imagen institucional, dejando como evidencia la intención de generar marcos de referencias distintos dentro de la estructura comunicativa de la institución, obviando los principios de interacción, de entendimiento participativo, el diálogo y retroalimentación.

En consecuencia, la Comisión de Comunicación Institucional elaboró el análisis FODA que se presenta a continuación:

## ANÁLISIS FODA

Fortalezas	Debilidades
Desarrollo y ejecución de las estrategias de mercadeo que contribuyen al fortalecimiento de la imagen Institucional.	Desconocimiento de las Políticas, Lineamientos y Mecanismos que regulan la Comunicación Institucional.
Informar y orientar a la comunidad universitaria.	Distintas versiones de nuestra identidad visual.
Buena conexión interna por equipos de trabajo.	Falta de comunicación entre unidades con enlaces de comunicación.
Buena base de colaboradores expertos en sus áreas de trabajo y egresados de la institución.	Proliferación de redes Sociales no reguladas vinculación a la institución.
Claro sentido de las funciones comunicacionales.	Falta de aplicación de protocolos de comunicación interna.
Oportunidades	Amenazas
Actualización de las Políticas, Lineamientos y Mecanismos de Comunicación Institucional.	Percepción negativa por parte de los grupos de interés externos.
Promover la comprensión y apropiación del Manual de Imagen Institucional.	Desconocimiento social de actividades de investigación, transferencia y mecanismos financiación.
Garantiza el correcto uso de las Redes Sociales Instituciones.	Riesgo de politización.
Establecer parámetros de comunicación que guíen los procesos de envío de información a los grupos internos y externos.	Baja percepción de la calidad profesorado con respecto al resto de las Instituciones de Educación Superior.
Concienciar sobre los medios de comunicación institucionales.	

## **DEFINICIÓN DE OBJETIVOS GENERALES**

Una vez realizado el análisis de FODA y teniendo en cuenta los objetivos marcados en el Plan de Desarrollo Institucional y las evidencias que requiere la matriz de comunicación en el componente de Identidad y Comunicación, se definen los siguientes objetivos.

### **Objetivo General:**

- Optimizar la comunicación interna y externa de la Universidad Autónoma de Chiriquí para mejorar la difusión de información y fortalecer su posicionamiento y proyección hacia la sociedad.
- Contar con una estructura funcional a partir de la cual se regule la comunicación interna y externa, regulada por Políticas y lineamientos, coherentes con las normativas institucionales.

### **Objetivos Específicos:**

- Actualización de Políticas que promueven y regulan la comunicación institucional.
- Comunicación Institucional integrada
- Jornadas de capacitación en Comunicación para responsables.
- Lograr que la UNACHI sea referente en educación superior
- Mejorar la percepción virtual de la UNACHI
- Fomentar el sentimiento de pertenencia entre la comunidad universitaria.

Los Objetivos específicos de la comunicación se trabajan dependiendo del grupo de interés. Por tanto, como paso previo a la elaboración del Plan de Comunicación, es necesario definir los grupos de interés con sus respectivos objetivos y los ejes de trabajo de la institución con los objetivos comunicaciones de cada unidad académica y administrativa.

Para ello se han desarrollado matrices que faciliten el análisis de medios y objetivos para cada necesidad, y un cuadro con los objetivos propuestos en comisión para llevar a cabo en el Plan de Comunicación Institucional 2022-2023.

## MATRIZ DE OBJETIVOS POR GRUPO DE INTERES INTERNO


GRUPO DE INTERES	PUBLICO	OBJETIVOS	PLAN PARA EFECTUAR LA COMUNICACIÓN
<b>INTERNOS</b>	<b>Estudiantes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proyectar la imagen de la UNACHI.</li> <li>Acercar a los estudiantes al centro de la actividad universitaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Murales Informativos distribuidos por la institución con información actualizada de programas y convenio.</li> <li>Producción audiovisual en redes sociales y radio universitaria, sobre programas especiales para estudiantes y de extensión universitaria.</li> <li>Incentivar a los estudiantes hacer uso de los medios institucionales.</li> </ul>
	<b>Docentes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proyectar la imagen de la UNACHI.</li> <li>Facilitar la participación en las actividades de la UNACHI.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicación Directa para convocatorias de bancos de datos por medio de correo institucional y murales informativos.</li> <li>Incentivar el uso de medios institucionales.</li> </ul>
	<b>Administrativos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proyectar la imagen de la UNACHI.</li> <li>Facilitar la participación en las actividades de la UNACHI de los colaboradores.</li> <li>Mantener un clima organizacional estable que ayude con el cumplimiento de la misión y la visión de la UNACHI.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover su importancia dentro de la institución dando a conocer los servicios institucionales, por medios de campañas.</li> <li>Incentivar el uso de medios institucionales.</li> <li>Producción Audiovisual sobre capacitaciones.</li> </ul>
	<b>Graduados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitar que los graduados se involucren en el desarrollo económico, social, cultural, de transferencia y formación de la UNACHI.</li> <li>Facilitar vías de comunicación bidireccional y de opinión con los graduados y empleadores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promoción en medios audiovisuales sobre programas de extensión.</li> <li>Promoción de carreras y programas de especializaciones.</li> </ul>
	<b>Investigadores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proyectar la imagen de la UNACHI</li> <li>Facilitar la participación en las actividades de la UNACHI.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incentivar el uso de medios institucionales. Para divulgación de investigaciones y resultados.</li> </ul>

## MATRIZ DE OBJETIVOS POR GRUPOS DE INTERES EXTERNO

GRUPO DE INTERES	PUBLICO	OBJETIVOS	PLAN PARA EFECTUAR LA COMUNICACIÓN
EXTERNOS	<i>Potenciales estudiantes e Instituciones Educativas de media o bachillerato</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proyectar la imagen de la UNACHI.</li> <li>Integrar a estos grupos a la Comunidad Universitaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Campañas de anuales de Admisión en colaboración con la Dirección de Admisión, con producciones audiovisuales, diseño gráfico, promoción radial y ferias.</li> </ul>
	<i>Entidades Públicas y Privadas</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitar vías de comunicación bidireccional entre las entidades y la UNACHI.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Divulgación de convenios en medios institucionales.</li> </ul>
	<i>Medios de Comunicación</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proyectar la imagen de la UNACHI.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trasmitir y compartir información académica, cultural y institucional relevante para la comunidad universitaria.</li> </ul>
	<i>Público Interesado en Extensión</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proyectar la imagen de la UNACHI.</li> <li>Aumentar la participación en actividades de Extensión del Gobierno Nacional y Local</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promoción y difusión de información académica, cultural e institucional relevante para la comunidad universitaria.</li> </ul>
	<i>Otras Universidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proyectar la imagen de la UNACHI</li> <li>Facilitar la creación de redes de intercambio y convenios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Colaboración interinstitucional.</li> </ul>



## MATRIZ DE FUNCIONES COMUNICACIONALES

 <b>MATRIZ DE COMUNICACION DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIRIQUÍ</b>									
<b>FUENTE:</b> Plan Estratégico Institucional		<b>COMISIÓN:</b> Comunicación Institucional			<b>RESPONSABLE:</b> Dirección de Relaciones Públicas			<b>PÁGINA:</b> 1 de 6	
NOMBRE DEL PROCESO	INFORMACION A COMUNICAR	RESPONSABLE DE EMITIR LA COMUNICACIÓN	FRECUENCIA DE LA COMUNICACIÓN	RECEPTOR DE LA COMUNICACIÓN (Grupos de Interés)	MEDIO UTILIZADO PARA EFECTUAR LA COMUNICACIÓN	FISICO (F) ELECTRONICO (E)	TIEMPO DE LA PUBLICACION	REGISTRO DE LA COMUNICACIÓN	RESPUESTA ESPERADA O PROPOSITO DE LA COMUNICACION
<b>GESTIÓN INFORMACION Y COMUNICACION</b>	Creación, difusión y mantenimiento de la imagen institucional	Dirección de Relaciones Publicas	Permanente	Docentes, estudiantes, administrativos, egresados, graduados, empleadores, investigadores, comunidad en general	Producción audiovisual Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web Y demás medios digitales	F-E	Permanente	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación
	Creación de Campañas Institucionales en cumplimiento con las Políticas de Comunicación Institucional	Dirección de Relaciones Publicas	Permanente	Docentes, estudiantes, administrativos, egresados, graduados, empleadores, investigadores, comunidad en general	Producción audiovisual Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web	F-E	Anual	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación
	Coordinación y convocatoria de eventos protocolares (Firmas de convenios, reconocimientos, graduaciones)	Dirección de Protocolo en coordinación con la Dirección de Relaciones Públicas.	Cada que sean requeridos	Docentes, estudiantes, administrativos, egresados, graduados, empleadores, investigadores, comunidad en general	Producción audiovisual Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web	E	Duración del Evento	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación
	Informes de Gestión	Vicerrectores por medios de la Dirección de Relaciones Públicas	Anual	Docentes, estudiantes, administrativos, egresados, graduados, empleadores, investigadores, comunidad en general	Diseño Gráfico (Informe Anual Versión digital y física por distribución) Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web.	F-E	Anual	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación
	Información Institucional	Coordinador de información y comunicación de cada vicerrectoría o decanato	Cada que sean requeridos	Docentes, estudiantes, administrativos, egresados, graduados, empleadores, investigadores, comunidad en general	Producción audiovisual Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web	E	Relativa	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Solicitud de Información, diligencia de formato.



## MATRIZ DE COMUNICACION DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIRIQUÍ

**FUENTE:**  
Plan Estratégico Institucional

**COMISIÓN:**  
Comunicación Institucional

**RESPONSABLE:**  
Vicerrectoría de Académica

**PÁGINA:**  
2 de 6

NOMBRE DEL PROCESO	INFORMACION A COMUNICAR	RESPONSABLE DE EMITIR LA COMUNICACIÓN	FRECUENCIA DE LA COMUNICACIÓN	RECEPTOR DE LA COMUNICACIÓN (Grupos de Interés)	MEDIO UTILIZADO PARA EFECTUAR LA COMUNICACIÓN	FISICO (F) ELECTRONICO (E)	TIEMPO DE LA PUBLICACION	REGISTRO DE LA COMUNICACIÓN	RESPUESTA ESPERADA O PROPOSITO DE LA COMUNICACION
<b>GESTIÓN ACADEMICA</b>	Divulgación de Banco de Datos Docente	Vicerrectoría Académica por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Cada que sean requeridos	Docentes, administrativos, comunidad en general	Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web	E	Previsto en la convocatoria	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación
	Elaboración y Divulgación de Campañas de Acreditación Institucional	Dirección de Acreditación por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Cada que sean requeridos	Docentes, estudiantes, administrativos, egresados, graduados, empleadores, investigadores, comunidad en general	Producción audiovisual Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web	F-E	Anual	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación
	Elaboración y Divulgación de campaña de Admisión	Dirección de Admisión por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Cada que sean requeridos	Docentes, estudiantes, administrativos, egresados, graduados, empleadores, investigadores, comunidad en general	Producción audiovisual Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web	F-E	Semestral	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación
	Divulgación y promoción de Congresos y seminarios organizados por sus dependientes	Vicerrectoría Académica por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Cada que sean requeridos	Docentes, estudiantes, administrativos, egresados, graduados, empleadores, investigadores, comunidad en general	Producción audiovisual Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web	E	Previsto en la convocatoria	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación
	Informes de gestión	Vicerrectoría Académica por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Anual	Docentes, estudiantes, administrativos, investigadores.	Diseño Gráfico (Informe Anual Versión digital y física por distribución) Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web.	F-E	Anual	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación



## MATRIZ DE COMUNICACION DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIRIQUÍ

**FUENTE:**  
Plan Estratégico Institucional

**COMISIÓN:**  
Comunicación Institucional

**RESPONSABLE:**  
Vicerrectoría de Asuntos Estudiantiles

**PÁGINA:**  
3 de 6

NOMBRE DEL PROCESO	INFORMACION A COMUNICAR	RESPONSABLE DE EMITIR LA COMUNICACIÓN	FRECUENCIA DE LA COMUNICACIÓN	RECEPTOR DE LA COMUNICACIÓN (Grupos de Interés)	MEDIO UTILIZADO PARA EFECTUAR LA COMUNICACIÓN	FISICO (F) ELECTRONICO (E)	TIEMPO DE LA PUBLICACION	REGISTRO DE LA COMUNICACIÓN	RESPUESTA ESPERADA O PROPOSITO DE LA COMUNICACION
<b>GESTIÓN ESTUDIANTIL</b>	Información de corte Cultural (aperturas de programas, participación en los diferentes grupos culturales)	Vicerrectoría de Asuntos Estudiantiles por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Cada que sean requeridos	estudiantes	Producción audiovisual Diseño Gráfico, Redes Sociales Programa Radial, Noticiero, Página Web.	E	Duración del Evento	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación.
	Información de corte Deportivo (campeonatos, participación de grupos estudiantiles Nacional e internacionales, actividades de recreación.	Vicerrectoría de Asuntos Estudiantiles por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Cada que sean requeridos	Docentes, estudiantes, administrativos, egresados, graduados, investigadores, comunidad en general	Producción audiovisual Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web.	E	Duración del Evento	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación, divulgación y Solicitud de información
	Promoción Información de planes y programas de Bienestar Estudiantil.	Vicerrectoría de Asuntos Estudiantiles por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Semestral	estudiantes	Producción audiovisual Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web.	E	Previsto en la convocatoria	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	divulgación y solicitud de información
	Promoción de Programas Especiales (Seguro Estudiantil, Escuela de Líderes, Bolsas de Trabajo, Mastermind, Voluntariado)	Vicerrectoría de Asuntos Estudiantiles por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Cada que sean requeridos	estudiantes	Producción audiovisual Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web	E	Lo que dure la implementación del programa o proyecto	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación.
	Informes de gestión	Vicerrectoría de Asuntos Estudiantiles por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Anual	Docentes, estudiantes, administrativos, investigadores.	Diseño Gráfico (Informe Anual Versión digital y física por distribución) Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web.	F-E	Anual	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación



## MATRIZ DE COMUNICACION DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIRIQUÍ

**FUENTE:**  
Plan Estratégico Institucional

**COMISIÓN:**  
Comunicación Institucional

**RESPONSABLE:**  
Vicerrectoría Administrativa

**PÁGINA:**  
4 de 6

NOMBRE DEL PROCESO	INFORMACION A COMUNICAR	RESPONSABLE DE EMITIR LA COMUNICACIÓN	FRECUENCIA DE LA COMUNICACIÓN	RECEPTOR DE LA COMUNICACIÓN (Grupos de Interés)	MEDIO UTILIZADO PARA EFECTUAR LA COMUNICACIÓN	FISICO (F) ELECTRONICO (E)	TIEMPO DE LA PUBLICACION	REGISTRO DE LA COMUNICACIÓN	RESPUESTA ESPERADA O PROPOSITO DE LA COMUNICACION
<b>GESTIÓN ADMINISTRATIVA</b>	Divulgación de comunicados y medidas de bioseguridad para la comunidad universitaria	Vicerrectoría Administrativa por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Cada que sean requeridos	Docentes, estudiantes, administrativos, investigadores	Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web	E	Semanal	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación
	Comunicados de servicios de mantenimiento a áreas administrativas	Vicerrectoría Administrativa por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Cada que sean requeridos	Docentes, estudiantes, administrativos, investigadores	Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web	E	Semanal	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación
	Promoción de Servicios de Salud	Vicerrectoría Administrativa por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Semestral	Docentes, estudiantes, administrativos, investigadores.	Producción audiovisual Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web	E	Semestral	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación
	Cumplimiento de directrices encaminadas al funcionamiento de la parte administrativa	Vicerrectoría Administrativa por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Cada que sean requeridos	Docentes, estudiantes, administrativos, investigadores	Producción audiovisual Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web	E	Semestral	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación
	Informes de gestión	Vicerrectoría Administrativa por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Anual	Docentes, estudiantes, administrativos, investigadores.	Diseño Gráfico (Informe Anual Versión digital y física por distribución) Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web.	F-E	Anual	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación



## MATRIZ DE COMUNICACION DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIRIQUÍ

**FUENTE:**  
Plan Estratégico Institucional

**COMISIÓN:**  
Comunicación Institucional

**RESPONSABLE:**  
Vicerrectoría de Investigación y Posgrado

**PÁGINA:**  
5 de 6

NOMBRE DEL PROCESO	INFORMACION A COMUNICAR	RESPONSABLE DE EMITIR LA COMUNICACIÓN	FRECUENCIA DE LA COMUNICACIÓN	RECEPTOR DE LA COMUNICACIÓN (Grupos de Interés)	MEDIO UTILIZADO PARA EFECTUAR LA COMUNICACIÓN	Medio por el cual efectúa la comunicación FÍSICO (F) ELECTRONICO (E)	TIEMPO DE LA PUBLICACION	REGISTRO DE LA COMUNICACIÓN	RESPUESTA ESPERADA O PROPOSITO DE LA COMUNICACION
<b>GESTIÓN DE INVESTIGACIÓN</b>	Convocatorias de: Semilleros, Proyectos y Grupos de Investigación	Vicerrectoría de Investigación y Posgrado por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Mensual	Estudiantes, docentes e investigadores	Redes Sociales, página Web, programas Radiales	E	Previsto en la convocatoria	Archivo histórico virtual	Solicitud de información.
	Estado sobre proyectos, Líneas de Investigación y participación de investigadores	Vicerrectoría de Investigación y Posgrado por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Mensual	Docentes, estudiantes, administrativos, egresados, graduados, empleadores, investigadores, comunidad en general	Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web.	E	1 mes.	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación
	Aperturas de Especializaciones y Maestrías	Vicerrectoría de Investigación y Posgrado por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Según la solicitud	estudiantes, administrativos, egresados, graduados	Redes Sociales, página Web, programas Radiales.	E	Máximo 15 días	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación
	Bancos de Datos Extraordinarios	Vicerrectoría de Investigación y Posgrado por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Según la solicitud	Docentes, administrativos, egresados, graduados.	Redes Sociales, página Web, programas Radiales.	E	Previsto en la convocatoria	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Divulgación y Solicitud de información.
	Foros, Capacitaciones, Congresos y Seminarios	Vicerrectoría de Investigación y Posgrado por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Según la solicitud	Docentes, estudiantes, administrativos, egresados, graduados, empleadores, investigadores, comunidad en general	Producción audiovisual Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web.	F-E	Previsto en la convocatoria	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Divulgación y Solicitud de información.
	Informes de gestión	Vicerrectoría de Investigación y Posgrado por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Anual	Docentes, estudiantes, administrativos, investigadores.	Diseño Gráfico (Informe Anual Versión digital y física por distribución) Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web.	F-E	Anual	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RPP	Retroalimentación y divulgación



## MATRIZ DE COMUNICACION DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIRIQUÍ

**FUENTE:**  
Plan Estratégico Institucional

**COMISIÓN:**  
Comunicación Institucional

**RESPONSABLE:**  
Vicerrectoría de Extensión

**PÁGINA:**  
6 de 6

NOMBRE DEL PROCESO	INFORMACION A COMUNICAR	RESPONSABLE DE EMITIR LA COMUNICACIÓN	FRECUENCIA DE LA COMUNICACIÓN	RECEPTOR DE LA COMUNICACIÓN (Grupos de Interés)	MEDIO UTILIZADO PARA EFECTUAR LA COMUNICACIÓN	FISICO (F) ELECTRONICO (E)	TIEMPO DE LA PUBLICACION	REGISTRO DE LA COMUNICACIÓN	RESPUESTA ESPERADA O PROPOSITO DE LA COMUNICACION
<b>GESTIÓN DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA</b>	Planificar, dirigir, promover las actividades de extensión generadas tanto al interior como al exterior de la comunidad universitaria.	Vicerrectoría de Extensión por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Semestral	Docentes, estudiantes, administrativos, egresados, graduados, investigadores, comunidad en general	Producción audiovisual Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web.	E	Previsto en la convocatoria	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Divulgación y Solicitud de información.
	Divulgación de diplomados que tengan responsabilidades de extensión universitaria	Vicerrectoría de Extensión por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Semestral	Docentes, estudiantes, administrativos, egresados, graduados, investigadores, comunidad en general	Producción audiovisual Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web.	E	Previsto en la convocatoria	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Divulgación y Solicitud de información.
	Coordinar y asesorar a las unidades académicas en la programación y ejecución de las actividades de extensión	Vicerrectoría de Extensión por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Semestral	Docentes, estudiantes, administrativos, egresados, graduados, investigadores, comunidad en general	Producción audiovisual Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web.	E	Previsto en la convocatoria	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Divulgación y Solicitud de información.
	Convocatorias de: Proyectos y Grupos Culturales	Vicerrectoría de Extensión por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Semestral	Docentes, estudiantes, administrativos, egresados, graduados, investigadores, comunidad en general	Producción audiovisual Diseño Gráfico, Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web.	E	Previsto en la convocatoria	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Divulgación y Solicitud de información.
	Informes de gestión	Vicerrectoría de Extensión por medio de la Dirección de Relaciones Públicas	Anual	Docentes, estudiantes, administrativos, investigadores.	Diseño Gráfico (Informe Anual Versión digital y física por distribución) Redes Sociales, Programa Radial, Noticiero, Página Web.	F-E	Anual	Archivo histórico virtual e Informes de la Dirección de RRPP	Retroalimentación y divulgación

## PLAN DE ACCIÓN

Una vez definidos los objetivos para cada grupo de interés y las funciones comunicacionales, se han marcado las acciones que se van a desarrollar en el periodo 2022-2023, junto con sus respectivos responsables, niveles de prioridad, cronograma y recursos necesarios presentamos por medio de una cuadrícula el Plan de Comunicación Institucional.

La primera columna se muestra el objetivo estratégico que se pretende conseguir, los mismo son extraído de los objetivos generales con el fin de detallar los procesos necesarios a cumplir.

En la segunda columna se refieren a los grupos de interés: Internos (administrativos, docentes, estudiantes, graduados, investigadores) representados con una **I**. Externos (Potenciales alumnos, instituciones educativas de Premedia / media, medios de Comunicación) representados con una **E**.

La tercera columna hace referencia a una acción en concreto, que es el detalle del objetivo específico mencionado en la primera columna, cada acción tiene un determinado nivel de prioridad marcado por colores en la cuarta columna; rojo es el más alto, amarillo de nivel medio y verde es el más bajo en prioridad.

El cronograma previsto dentro del periodo 2022-2023 se enmarca en la quinta columna y define cuando se le da inicio a cada acción. Por último, se señalan el o los responsables de cada acción, así como si son necesarios recursos específicos adicionales para llevarla a cabo en la sexta y séptima columna.

PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL							
OBJETIVO ESTRATÉGICO	GRUPO DE INTERÉS	ACCIÓN	PRIORIDAD	CRONOGRAMA		RESPONSABLE	RECURSOS ADICIONALES
				2022	2023		
Actualización de Políticas que promueven y regulan la comunicación institucional	I	Actualización de Políticas de Comunicación		X		COMISION COMUNICACIÓN RRPP	NO
		Actualización de Manual de Imagen Institucional		X			NO
		Creación de Manual de Protocolo y Ceremonial		X			NO
Comunicación Institucional integrada	I	Creación de un ecosistema de Comunicación		X	X	COMISION COMUNICACIÓN RRPP	NO
		Garantizar el correcto uso de los elementos gráficos de la Universidad		X	X		NO
		Incrementar la visibilidad de los servicios académicos y administrativos.		X	X		SI
Jornadas de capacitaciones en Comunicación para responsables	I	Elaborar y difundir una 'guía de buenas prácticas de comunicación interna' para su seguimiento y uso		X	X	COMISION COMUNICACIÓN RRPP	SI
		Establecer diálogos y cauces estables de comunicación e intercambio de información entre unidades académicas y administrativas		X	X		SI
		Realizar un seguimiento del material comunicativo generado por los agentes de comunicación		X	X		SI



<b>Lograr que la UNACHI sea referente en educación Superior</b>	<b>I - E</b>	Planificación y ejecución de Campaña Institucional de Reacreditación.		X	X	PRODUCCIÓN / INFORMACIÓN E IMAGEN GRAFICA	SI
		Diseñar un programa de contenidos de interés a comunicar a los estudiantes vinculado a las necesidades informativas que se generan a lo largo de su vida universitaria.		X	X		NO
<b>Mejorar la percepción virtual de la UNACHI</b>	<b>I - E</b>	Producción de formato audiovisual que divulgue la proyección de la institución con la comunidad.		X	X	PRODUCCIÓN	SI
		Estrategia común en redes sociales institucionales, proporcionando contenidos alineados.		X	X	COMUNICACIÓN INTERNA	SI
		Asesora a las distintas dependencias de la Universidad en cuanto a la producción de publicaciones institucionales.		X	X		NO
		Mejorar la visibilidad de las diferentes investigaciones de la UNACHI		X	X	COMUNICACIÓN INTERNA	
<b>Fomentar el sentimiento de pertenencia entre la comunidad universitaria</b>	<b>I - E</b>	trabajar en la construcción de una imagen interna sólida que nos permita desarrollarnos como una institución que tiene una mirada unitaria al futuro		X	X	COMUNICACIÓN INTERNA	SI

## **SEGUIMIENTO AL PLAN**

La Comisión de Comunicación Institucional será la encargada de revisar el grado de cumplimiento de las previsiones del plan. La revisión se realizará entre los meses de enero y febrero de cada año. Para ello, cada mes de noviembre se recabará la información solicitando informes a los distintos departamentos responsables de cada acción y elaborará un informe de situación.

