

2015



# Políticas de Comunicación

Aprobado por Consejo Administrativo No. 8-2014 del 10 de julio de 2014  
SECRETARÍA PARLAMENTARIA



*Universidad Autónoma de Chiriquí*

*Hombre y cultura para el porvenir*

Secretaría General **2014**

## **POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIRIQUÍ**

Las Políticas de Comunicación de la Universidad Autónoma de Chiriquí contribuirán a optimizar los canales de comunicación internos y externos, destacando la misión, visión y valores de la UNACHI. Además, facilitarán una comunicación más dinámica y unificada con nuestros principales destinatarios, mediante el correcto desarrollo de los diversos medios de información.

### **1. Objetivo General**

-Garantizar procesos de comunicación internos y externos que se desarrollan en la Universidad Autónoma de Chiriquí, para la correcta difusión de mensajes institucionales.

#### **1.1 Objetivo Específico**

- Establecer un sistema de comunicación, sustentado en el ordenamiento institucional.
- Facilitar el flujo de mensajes entre los miembros de la Universidad Autónoma de Chiriquí, o entre ésta y sus usuarios externos.
- Fortalecer la interacción e integración de los tres estamentos universitarios.

### **2.1 Comunicación Interna**

La Comunicación Interna está basada en una línea de comunicación eficaz entre los tres estamentos de la Institución; sea ascendente, descendente u horizontal.

Las Políticas de Comunicación Interna son una herramienta estratégica para dar respuesta y potenciar el sentimiento de pertenencia hacia la Universidad. Además de asegurar una sinergia operativa entre las diferentes dependencias, lo cual propicia un clima de confianza y motivación institucional.

### **3.1 Políticas de Comunicación Interna**

#### **3.1.1 Circulares y notificaciones**

Considerando la necesidad de hacer del conocimiento general lo actuado por los órganos de gobierno, se comunicará a las diferentes unidades académicas y administrativas toda información, instrucciones, avisos o disposición legal expedida por los órganos de gobierno.

Por la relevancia de toda información a transmitir se deberá proceder con la verificación de su autenticidad antes de proceder con su comunicación.

### **3.1.2 Boletín informativo**

Con el propósito de proyectar a la comunidad universitaria y provincial una adecuada imagen se diseñara mensualmente un boletín institucional con información concerniente a la Universidad Autónoma de Chiriquí.

Los boletines deberán tener información relativa a actividades o eventos de importancia en el acontecer universitario, ilustrándolas adecuadamente.

Para lograr su objetivo, los boletines deben circular en las diferentes unidades de la institución y en empresas e instituciones de la provincia.

### **3.1.3 Agenda Institucional**

Para lograr una efectiva comunicación sobre actividades a realizar, se debe registrar de ellas el nombre de la actividad, fecha, hora, lugar de ejecución y para quiénes se imparte. Esta se remitirá a todos los estamentos de la Universidad, mediante el correo electrónico institucional de la Dirección de Relaciones Públicas.

### **3.1.4 Murales Informativos Institucionales**

Para facilitar el acceso a la información se ubicarán murales estratégicamente en los cuales se publicarán afiches y volantes concernientes a eventos o información sobre la Universidad Autónoma de Chiriquí, estos se deberán cambiar periódicamente, basados en la fecha de vencimiento del anuncio. Solo se publicarán en ellos, anuncios autorizados por la Dirección de Relaciones Públicas.

### **3.1.5 Publicidad Impresa y virtual**

Para preservar la imagen institucional todo el material deberá contener el logo de la UNACHI y de la unidad respectiva.

Las fotografías e imágenes colocadas deben considerar los derechos de propiedad intelectual o el permiso del autor. El uso de la marca UNACHI debe estar debidamente autorizada.

Toda la publicidad deberá ser distribuida en lugares autorizados por la Dirección de Relaciones Públicas.

### **3.1.6 Televisión por circuito cerrado y por internet**

Con el propósito de promover la vida universitaria en los medios audiovisuales, se publicarán programas y documentales académicos a través del circuito cerrado y por internet con temas relaciones a la UNACHI y la educación panameña.

### **3.1.7 Correo electrónico institucional**

Para facilitar la correcta comunicación interna, los administrativos, docentes y estudiantes deberán disponer de una cuenta de correo electrónico otorgada por la Dirección de Tecnología e Información. Estos se utilizarán como herramienta de interacción entre los usuarios y será de uso obligatorio para remitir información sobre la institución.

### **3.2 Políticas de Imagen Institucional**

Como parte de la identidad visual de la Universidad Autónoma de Chiriquí, se deberá colocar el logo oficial en todos los documentos de la institución y cumplir con los parámetros establecidos en el Manual de Imagen Institucional, sobre su correcta utilización.

Se establecen como colores institucionales de la Universidad, los tonos verde, rojo, blanco y negro; y estos se aplicarán en todos los diseños de la papelería suministrada por el Manual de Imagen Institucional, lo cuales deberán ser rediseñados anualmente.

### **3.3 Usuarios internos**

Los usuarios internos están conformados por los tres estamentos universitarios:

- Docentes
- Estudiantes
- Administrativos

## **4. Comunicación Externa**

La Comunicación Externa de la Universidad Autónoma de Chiriquí está encaminada a la interacción con sus diferentes públicos externos, y propende a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable y a promover sus servicios académicos.

### **4.1 Políticas de comunicación externa**

#### **4.1.1 Notas de Prensa**

Con el propósito de comunicar a todos los medios de comunicación a nivel nacional, se les remitirá periódicamente Notas de Prensa, por el cual se transmitirá información relevante a la institución para el conocimiento de la opinión pública.

#### **4.1.2 Noticiero Radial**

Con el deseo de abarcar una mayor cobertura se transmitirán noticias sobre la universidad a través de un noticiero radial, en el que se facilita la divulgación de la gestión académica y administrativa.

#### **4.1.3 Cuñas de Radio y Spot televisivos**

Para lograr un mayor impacto publicitario en los medios de comunicación, se pautará breves spots radiales y televisivos publicitando actividades o eventos relaciones con la universidad. Estarán dirigidos a la comunidad universitaria y al público en general.

#### **4.1.4 Rueda de Prensa**

Para comunicar a la comunidad en general, se realizarán ruedas de prensa en donde, con previa convocatoria a los medios de comunicación, el director de Relaciones Públicas como vocero encargado de la Universidad y demás directivos, divulga a la opinión pública en general una situación o versión de un hecho institucional o administrativo de relevancia local, nacional o Internacional.

#### **4.1.5 Página web**

Con el fin de divulgar y siguiendo los estándares de transparencia a las instituciones gubernamentales, el portal del a UNACHI ofrecerá de manera detallada a usuarios y

demás ciudadanos información acerca de las diferentes acciones que desarrolla cada una de las áreas que componen la Institución y los servicios que presta a sus usuarios, principalmente en temas académicos y de gestión.

#### **4.1.6 Redes Sociales**

Con el objetivo de las redes sociales de la UNACHI es compartir información y brindar contenidos de valor sobre ofertas académicas, congresos, seminario y noticias de nuestros proyectos, innovación, competitividad, educación y más con el fin de mantener a todos nuestros usuarios actualizados sobre estos temas y saber sus opiniones y comentarios sobre los mismos.

Las redes sociales de la UNACHI son un punto de encuentro para que la comunidad de fans y colaboradores intercambien opiniones, participen activamente y compartan información de valor. Todo material que se utilice como contenido en redes sociales debe mantenerse dentro del margen de valores de la institución.

Este será un espacio de opinión abierta, y se pide respetar los comentarios de otros usuarios de la plataforma y se promueva el uso colaborativo y positivo de las redes sociales.

La UNACHI se reserva el derecho de eliminar contenido que:

- Atente contra los valores éticos y morales de la institución.
- Sea blasfemo, contenga palabras soeces o insultos contra algún miembro de la comunidad, personalidad de la UNACHI o la marca en sí.
- Contenga publicidad de marcas o empresas que no aporten contenido de valor a la comunidad, ni que puedan ser consideradas de uso didáctico.

#### **4.2 Usuarios externos**

- Instituciones gubernamentales.
- Empresa Privada.
- Medios de Comunicación.
- La comunidad en general.

*Aprobado en el Consejo Administrativo No. 8-2014 del 10 de julio de 2014*