



UADY

**Plan de
Desarrollo
Institucional
2010 - 2020**

Informe de resultados
de la primera
Agenda Estratégica

**Acción 15. Implementar el
Programa de Comunicación
Estratégica**

A stylized, handwritten-style logo of the letters 'uady' in white, positioned above a horizontal yellow and red stripe.

Educación con pertinencia y trascendencia social

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA RESPONSABLE

Antecedentes

La Universidad Autónoma de Yucatán (UADY) ha tomado la decisión de implementar el Plan de Desarrollo Institucional 2010-2020 (PDI), en donde se determinan una serie de programas y acciones, así como políticas y estrategias para alcanzar una nueva Visión para el 2020.

Para este Plan, la comunicación representa una herramienta fundamental para alcanzar las metas de trabajo de la UADY, no es sólo como un instrumento para difundir las actividades del quehacer cultural y académico, sino que ahora, considerando el carácter estratégico de la comunicación, ésta jugará un papel preponderante en el actuar y accionar de la Universidad dentro de la comunidad universitaria y en su papel de generar una imagen y reputación correcta de la Universidad con toda la sociedad yucateca.

La UADY por sí misma representa un centro de actividad y de generación de información para la sociedad, esta información se difunde de manera central y en cada una de las dependencias educativas; la UADY cuenta también con diferentes medios de comunicación, como son la estación de radio, la página web además de producir un programa de TV que se transmite por internet y por un canal local de televisión abierta. Hasta ahora el proceso de información de las actividades universitarias se ha realizado de manera tradicional y en algunos casos la emotividad y el entusiasmo han sido los generadores de iniciativas de comunicación.

A partir de ahora y con el mandato del PDI, toda la comunicación deberá de estar condicionada a poseer un enfoque con alto grado de reconocimiento social, basado en el cumplimiento de los objetivos institucionales y la riqueza y promoción de las redes sociales. Las acciones de comunicación deberán fomentar y cuidar el prestigio de la Universidad, promover la identidad única de la Institución y difundir las acciones de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU).

Bajo este concepto, los encargados de generar la información y la comunicación orientarán sus esfuerzos informativos en función de las políticas, estrategias y acciones que se determinan en el Programa de Comunicación Estratégica Responsable. El presente documento tiene como objetivo ofrecer instrumentos que faciliten la comprensión del nuevo camino en la comunicación de la UADY, así como aportar nuevos elementos para conducir una comunicación mejor orientada y eficiente y socialmente responsable.

Toda la comunicación que se genere a partir de este momento deberá de basarse en los valores de la UADY con el único objetivo de informar de las actividades de esta institución, así como difundir y promover nuestra relación con la sociedad, para poder generar una nueva cultura dentro de la comunidad universitaria y la sociedad misma.

Descripción del Programa

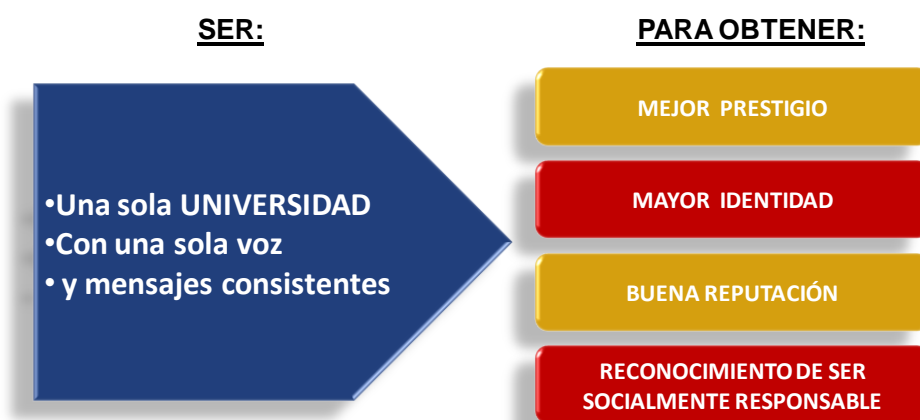
El Plan de Desarrollo Institucional define claramente los propósitos que busca la Universidad para el período 2010-2020, el presente Programa de Comunicación Estratégica Responsable, los hace propios y los suma al gran objetivo de la comunicación. Así, todas las actividades del programa ayudan a la Universidad para alcanzar sus fines, ya no se ciñen más a difundir sus actividades,

como tradicionalmente se entiende la comunicación. Es por eso que el programa es de corte estratégico.

Objetivos:

- Incrementar el prestigio de la UADY
- Preservar y fomentar la identidad universitaria, así como el orgullo de pertenencia.
- Fortalecer la Integración de la Comunidad Universitaria
- Difundir la política de gestión basada en la Responsabilidad Social Universitaria
- Dar a conocer los impactos en el desarrollo humano generados por la actividad y la educación impartida en la UADY

Enfoque



Audiencias

La UADY reconoce que las principales audiencias con las que tiene que establecer procesos permanentes de comunicación son:

Audiencias Internas

- Estudiantes
- Personal Académico
- Personal Administrativo y Manual
- Personal Directivo
- Sindicatos
- Ex alumnos

Audiencias Externas

- Futuros estudiantes de la UADY
- Padres de Familia
- Escuelas Incorporadas
- Comunidades aledañas a instalaciones universitarias
- Iniciativa privada y cámaras empresariales
- Autoridades municipales, estatales y nacionales

- Autoridades educativas y asociaciones universitarias
- Sociedad organizada, ONG's
- Sociedad en general (otros públicos especializados que necesiten mensajes especiales)

Proceso de implementación

Para proceder a la implementación del Programa de Comunicación Estratégica, es necesario modificar los sistemas y procedimientos actuales con los que se lleva a cabo los procesos de información.

Por este motivo se deberán de tomar una serie de acciones en tiempo y forma para poder alinear los procesos paso a paso y con esto generar nuevos flujos de información, políticas de generación y tratamiento de la misma, así como nuevos procedimientos para lograr los objetivos del programa.

En este marco se han definido las acciones prioritarias que son:

Fases de implementación del Programa:

A. Creación de la Unidad de Comunicación Institucional

Se creó una unidad que estará a cargo de la creación de las políticas y procedimientos, así como de la imagen institucional.

B. Diseño de políticas y procedimientos de comunicación

Se diseñarán las nuevas políticas de comunicación orientadas a que la imagen de la universidad sea única y consolidada, así mismo esas políticas regirán los flujos de comunicación que deberán de estar enfocadas a cuidar la imagen institucional y a difundir las acciones y logros de la UADY, así como orientadas a impulsar las actividades de los Campus.

C. Creación del Comité Universitario de Comunicación

Se creará el Comité Universitario de Comunicación que será la entidad que decidirá bajo los lineamientos de la Rectoría y las políticas institucionales que tipo de información y los mensajes que serán publicados, con el único objetivo de cumplir con los objetivos de la visión. En reuniones semanales se analizará la información que se genera en los campus previa solicitud para definir los mensajes y los canales que se utilizarán para su difusión.

D. Implementación de los nuevos procesos de información entre dependencias y Campus, con los medios.

Se definirán los nuevos procedimientos y políticas de flujos de información por parte de los Campus, en estas políticas se determinarán, como serán los tiempos y procedimientos de petición de difusión de eventos para los campus, entrevistas de prensa y difusión de actividades en los medios propios de la Universidad, así como en los medios externos.

E. Revisión y alineación de los medios de comunicación propiedad de la Universidad (radio, TV, web, impresos)

Se llevará a cabo la revisión de las políticas editoriales de cada uno de los medios para poder utilizar de mejor manera estos canales para hacer más eficientes los mensajes, información, horarios y repetición de mensajes.

F. Diseño y redacción de los mensajes clave de la universidad

Se diseñarán los mensajes clave en función de los objetivos del programa anual, de los atributos de Universidad y de los productos y medios con que se dispone para con esto lograr la consistencia en los mensajes.

G. Diseño del Calendario de la actividad Institucional

Se diseñará en conjunto con la Rectoría, las Unidades Administrativas, las Académicas, las coordinaciones de los Campus y las Federaciones Estudiantiles, el calendario de actividades, para poder hacer el plan de difusión anual.

H. Diseño de campañas de comunicación interna y externa

Con base en todo lo anterior se diseñarán las campañas de comunicación interna y/o externa que sean necesarias para difundir la filosofía y las actividades de la Comunidad Universitaria.

Iniciativas de acción

Con el fin de alcanzar a todas las audiencias y cubrir todas las actividades relevantes de la Universidad se han determinado diez acciones específicas para poder encaminar los esfuerzos, las acciones, así como la medición de los resultados, a continuación se presentan:

Iniciativas de Acción:

1. Difusión de logros y resultados relevantes de la UADY
2. Servicios a los estudiantes
3. Planes institucionales y servicios al personal universitario
4. Rendición de cuentas y participación e inserción social
5. Vinculación con autoridades estatales y nacionales
6. Identidad e Imagen institucional
7. Integración de Campus
8. Difusión de la oferta educativa
9. Educación continua
10. Difusión de eventos educativos, culturales y deportivos

Desarrollo de las Iniciativas:

1. Difusión de logros y resultados relevantes de la UADY

- a. Se coordinarán las publicaciones y la difusión de las noticias prominentes del actuar de la Universidad, así como sus principales logros académicos, cambios y mejoras en el modelo educativo y en la ampliación de la oferta académica.

- b. Se revisarán los procedimientos y se creará una nueva relación con los medios externos, en función de las nuevas iniciativas y el reconocimiento de las audiencias de interés para la Universidad.
- c. Se definirá Voceros oficiales y se les entrenará en el manejo de medios y de los mensajes clave de la UADY.
- d. Se redefinirá toda la plataforma digital y web que se tiene actualmente, para alinearla a las políticas e imagen institucional.

2. Servicios a los Estudiantes

- a. Apoyar y coordinar los esfuerzos de la información a los estudiantes por parte de la Administración Central y de las diferentes Unidades Académicas.
- b. Mejorar la comunicación actual con los estudiantes y ampliar los contenidos en los medios propios de la UADY.
- c. Implementar el sistema de información anual para el examen de ingreso a la Universidad.
- d. Crear y mejorar las plataformas para la comunicación de los estudiantes y recibir su retroalimentación ante las acciones administrativas que les afecten

3. Planes institucionales y servicios al personal universitario

- a. Ofrecer información de manera periódica al personal de la UADY sobre la filosofía, los programas administrativos y avances académicos de la institución.
- b. Informar de las acciones y avances del Programa de Responsabilidad Social Universitaria.
- c. Difundir las acciones de planeación, gestión y gobernabilidad en los diferentes campus y Facultades.

4. Rendición de cuentas y participación e inserción social

- a. Demostrar el valor de la Universidad a los públicos internos y externos.
- b. Informar de las actividades y acciones en beneficio de la comunidad.
- c. Dar a conocer las actividades del Consejo de Participación Social.
- d. Difundir las actividades de programas en beneficio de la comunidad.
- e. Dar a conocer la gestión sobre el cuidado del ambiente.

5. Vinculación con autoridades estatales y nacionales

- a. Coordinar esfuerzos Institucionales para dar a conocer a las autoridades y a la sociedad las acciones oficiales de la UADY a través de mensajes clave.
- b. Asesorar a las autoridades Universitarias con estrategias de comunicación para el manejo de crisis.
- c. Participar en los comités de comunicación de la ANUIES y de CUMEX
- d. Dar a conocer a la comunidad universitaria y a la sociedad las acciones y proyectos de vinculación

6. Iniciativa de identidad e Imagen institucional

- a. Cuidar la consistencia de la imagen institucional en todas las dependencias
- b. Cuidar la correcta aplicación de logotipos, nombres, lenguaje, mensajes y otras imágenes y lenguajes gráficos en todos los medios utilizados.

7. Integración de Campus

- a. Apoyar en el diseño de los sistemas comunicacionales y esfuerzos de información ante la conformación de los Campus
- b. Diseñar los mensajes clave para los estudiantes en los Campus
- c. Diseñar y elaborar las campañas de integración e identidad para los estudiantes de las distintas facultades que se integran en cada campus.

8. Difusión de la oferta educativa

- a. Difundir los cambios y avances, así como las novedades en la oferta educativa de la Educación Superior.
- b. Difundir los avances y novedades sobre los programas de educación media superior
- c. Dar a conocer los procesos de calidad de los programas educativos
- d. Apoyar y definir la comunicación sobre los proyectos de investigación científica de la Universidad en beneficio de la sociedad

9. Educación Continua

- a. Difundir y promover la oferta de educación continua de la UADY
- b. Dar a conocer las actividades extracurriculares de los campus

10. Difusión de eventos educativos, culturales y deportivos

- a. Dar difusión a todas las actividades y logros de los equipos deportivos de la UADY
- b. Difundir los eventos culturales organizados por la Universidad
- c. Difundir y dar a conocer la programación de radio y TV de la Universidad

Políticas Institucionales de comunicación

Las políticas generadas para la Comunicación Estratégica Responsable de la UADY se fundamentan en los atributos nueve y catorce de la visión de la UADY a 2020 y se expresa de manera clara como uno de los programas prioritarios, específicamente el número quince, de la que este documento toma su nombre.

Una síntesis puede verse en el siguiente cuadro:

Atributo de la Visión UADY 2020	Programa institucional prioritario
9. Ser una comunidad de aprendizaje que se estudia y evalúa permanentemente y se somete a procesos de evaluación externa de carácter nacional e internacional. Implementa en su seno procesos participativos de planeación estratégica y de gestión para la mejora continua y el aseguramiento de la calidad de sus funciones, que propician el diseño y desarrollo de iniciativas innovadoras en los ámbitos académicos y de la gestión.	8.- Aseguramiento de la Pertinencia y Calidad de las Funciones Institucionales. 12.- Articulación y desarrollo de las escuelas preparatorias, facultades, <i>campus</i> , unidades multidisciplinarias, unidad académica con interacción comunitaria y del centro de investigación. 14.- Buen Gobierno. 15.- Comunicación Estratégica Responsable.
14. Poseer un amplio grado de reconocimiento social, basado en el cumplimiento cabal de los objetivos institucionales y la riqueza de sus redes sociales.	7.- Revaloración de la Extensión Universitaria. 15.- Comunicación Estratégica Responsable.

El marco general del Programa de Comunicación Estratégica Responsable atiende cuatro principios generales:

1. Oportunidad de la información
2. Claridad en la formulación de los mensajes
3. Eficacia de los mensajes
4. Transparencia de la información que se comunica.

Con base en estos criterios se generaron las políticas de Comunicación Institucional que a continuación se formulan.

- i. Las estrategias de Comunicación se dirigirán a la ampliación, mantenimiento y consolidación del prestigio social de la universidad mediante una comunicación efectiva que destaque el cumplimiento y la atención de las funciones universitarias y fortalezca su reconocimiento institucional por la relevancia de sus acciones y la trascendencia de las mismas
- ii. Se formularán estrategias para preservar y fomentar la identidad universitaria, así como promover el orgullo de pertenencia a la UADY.
- iii. El marco de la Comunicación Estratégica Responsable será el de la misión y visión de la UADY así como los valores explícitamente declarados por la institución.
- iv. Las direcciones, coordinaciones, áreas, departamentos, etc., de la Universidad Autónoma de Yucatán que manejen contenidos, estrategias y acciones de comunicación, deberán respetar y seguir las Políticas de Comunicación Institucional en el momento de su planeación, desarrollo y evaluación.

v. La Comunicación Institucional de la Universidad cumplirá con el derecho al acceso de información, facilitando a toda la comunidad los Manuales de Imagen e Identidad Institucional con el objetivo de establecer una nueva forma de comunicación en la universidad.

vi. La Comunicación Institucional de la Universidad respetará y reconocerá los derechos de autor y la creatividad del trabajo realizado, en referencia a los productos de comunicación que se pudiesen producir en un momento dado.

vii. Toda la simbología institucional (escudo, logo, siglas, firma corporativa y lema) de la Universidad, deberá estar protegida bajo los derechos de autor; su manejo y uso estará reglamentado dentro de las Políticas y Manuales de Comunicación Institucional.

viii. La Comunicación Institucional fomentará lazos de cooperación para trabajar conjuntamente con diferentes asociaciones, instituciones, organismos públicos, privados y de la sociedad civil para la difusión de la ciencia y la cultura y para atender y auxiliar a la población en casos de emergencia y situaciones de desastre.

ix. La Comunicación Institucional en la Universidad deberá de crear proyectos dirigidos a traer información del exterior, que se vinculen directamente con las necesidades de la sociedad Yucateca y que puedan ser atendidas por la Universidad dentro de sus campos de conocimiento.

x. Dentro del manejo de la Comunicación Institucional se deberán incluir proyectos de comunicación que reconozcan procesos claves que visibilicen la atención a las necesidades sociales así como el fomento de las tradiciones de la sociedad yucateca.

xi. Todo manejo de Comunicación Institucional deberán contener dentro de sus procesos indicadores de seguimiento, evaluación y retroalimentación.

xii. Se atenderán en tiempo y forma todos los requerimientos de información que por ley corresponda proveer y se mantendrán en la confidencialidad absoluta la información de carácter privado de la comunidad universitaria.

Para un manejo más específico de las Políticas de Comunicación Institucional, éstas son segmentadas en Políticas de Comunicación Interna y Políticas de Comunicación Externa.

1. La Política de Comunicación Interna tiene por objetivo establecer los criterios que lleven al aseguramiento de los principios de comunicación arriba declarados sobre de los procesos y productos de comunicación dentro de la UADY, mediante la creación de estrategias de comunicación direccionadas con la finalidad de que la comunidad universitaria reciba de manera la información necesaria para la realización de las actividades bajo su responsabilidad.

2. La Política de Comunicación Externa tiene por objetivo normar los procesos y productos comunicacionales, en lo que refiere a su veracidad y al respeto de la imagen institucional, priorizando contenidos, destacando a la Universidad como una sola casa de estudios y los objetivos alcanzados en el cumplimiento de su Misión. Para ello se establecen estrategias para comunicar de forma pertinente y eficaz a la sociedad yucateca en general, acerca de los resultados e impactos de la realización de los programas y proyectos institucionales en el cumplimiento de la

Misión, Visión y Objetivos, así como de los resultados obtenidos en los procesos de evaluación interna y externa.

La Unidad de Comunicación Institucional es la responsable de desarrollar e implementar las políticas de comunicación interna y externa en el marco de las políticas de comunicación generales de la UADY formuladas en el PDI 2010-2020.

La Unidad de Comunicación Institucional

Los principios de organización de la Unidad de Comunicación Institucional son los siguientes:

1. La Unidad de Comunicación Institucional quedará establecida dentro del organigrama de la Universidad Autónoma de Yucatán, como un área perteneciente a la Coordinación General de Extensión
2. El Coordinador General de Extensión será el Coordinador General de la Unidad de Comunicación Institucional.
3. Los miembros de la Unidad de Comunicación Institucional deberán poseer título profesional superior a equivalente a una licenciatura dentro de la rama de ciencias de la comunicación.
4. La Unidad de Comunicación Institucional creará un sistema de comunicación interno pertinente que logre hacer viable los procesos de comunicación entre los miembros y las áreas de la institución.
5. La Unidad de Comunicación Institucional teniendo la debida autorización y permiso del Consejo Universitario y de la Rectoría, abrirá espacios de participación y cooperación con organismos no gubernamentales, asociaciones internacionales y ONGS con el fin de refrendar su compromiso de responsabilidad social.
6. La Comunicación Institucional promoverá el trabajo en equipo así como el interdisciplinario para el enriquecimiento y fortalecimiento de los contenidos.

PIRÁMIDES Y TEMÁTICA DE COMUNICACIÓN



1.1.1. Visión y Promesa Básica

En el año 2020 la Universidad Autónoma de Yucatán será reconocida como la institución de educación superior en México con el más alto nivel de relevancia y trascendencia social, mediante un proceso realizado de forma continuada, sustentable y mediante un modelo educativo de vanguardia

1.1.2. Aportación social

La Universidad Autónoma de Yucatán es una institución pública que tiene como misión la formación integral y humanista de personas, con carácter profesional y científico, en un marco de apertura a todos los campos del conocimiento y a todos los sectores de la sociedad.

1.1.3. Posicionamiento

Excelencia Educativa sustentando el desarrollo social del estado de Yucatán, ahora y hacia el futuro:

“UADY 2010 – 2020. Educación con pertinencia y trascendencia social”

1.1.4. Factores de diferenciación

Oferta educativa amplia, diversificada y pertinente del nivel medio superior y superior, reconocida por su calidad por los esquemas y procedimientos de evaluación y acreditación, tanto nacionales como internacionales

1.1.5. Beneficios al estudiante

- Excelencia Académica
- Oportunidades de formación integral
- Educación en y para un contexto global
- Ética, honestidad y equidad en su interacción con la comunidad UADY y como pilares de su formación
- Preparación real para enfrentar los retos actuales y futuros de la sociedad que le tocará vivir

1.1.6. Beneficios al egresado

- Capacidad tangible de inserción laboral competitiva
- Alto potencial de liderazgo
- Habilidades y experiencia útiles en los procesos de desarrollo social sustentable y democrático
- Alto sentido crítico que permite la superación personal y familiar

1.1.7. Beneficios a la sociedad yucateca

- Formación de los hombres y mujeres que la sociedad necesita para desarrollarse con productividad y equidad
- Participación activa dentro del conjunto de entidades que influyen en la formación y evolución social
- Fomento de proyectos de investigación que aporten conocimiento práctico en la solución científica, técnica, humanística y social de problemas que afectan al estado, el país o al mundo

1.1.8. Audiencias internas

- Estudiantes
 - o Enseñanza Media Superior Propia
 - o Enseñanza Superior
 - o Posgrado
 - o Bachilleratos incorporados
- Personal
 - o Académico de tiempo y colegiado
 - o Académico de asignatura
 - o Administrativo
 - o Sindicatos
- Autoridades universitarias
- Padres de familia

1.1.9. Audiencias externas

- Autoridades estatales, federales y municipales
- Organismos educativos (Anuies, etc)

- Autoridades de otras instituciones educativas
- Empleadores (IP, gobierno, ONG's)
- Entidades vinculadas con acciones de Responsabilidad Social y Proyectos de Investigación
- Prospectos de ingreso y sus influenciadores (EMS, ES, Posgrado)
- Líderes de opinión
- Ciudadanía
- Opinión pública