

## PLAN DE COMUNICACIÓN

**CC - 01**  
**ADMINISTRACION DE CAMPUS DE CADIZ**

<b>Elaborado por:</b>  ADMINISTRACIÓN DE CAMPUS	<b>Revisado por:</b>  EQUIPO ADMINISTRACION CAMPUS	<b>Aprobado por:</b>  EQUIPO ADMINISTRACION CAMPUS
--	--	--

<b>EDICION</b>	1.0				
<b>FECHA</b>	01-11-2011				

## INDICE

	<i>Pag.</i>
<i>1.- Objeto</i>	3
<i>2.- Alcance</i>	4
<i>3.- Documentos de Referencia</i>	4
<i>4.- Elementos de la Comunicación.</i>	4
<i>5.- Definiciones</i>	5
<i>6.- Desarrollo del Plan de Comunicación de la Administración del Campus de Cádiz</i>	7
<i>6.1 Introducción</i>	7
<i>6.2 Objetivos</i>	7
<i>6.3 Interlocutores externos de la Administración de Campus de Cádiz</i>	8
<i>6.4 Tipos de Información: objeto de transmisión</i>	8
<i>6.5 Canales y Medios de Comunicación de la Administración del Campus de Cádiz</i>	9
<i>6.6 Medios de Comunicación Interna de la Administración del Campus de Cádiz</i>	10
<i>6.7 Medios de Comunicación Externa de la Administración del Campus de Cádiz</i>	11
<i>6.8 Buenas Prácticas de Comunicación</i>	12
<i>6.9 Líneas de Mejora en la Comunicación</i>	13
<i>7.- Implantación del Plan de Comunicación</i>	13
<i>7.1 Medición y Seguimiento del Plan.</i>	13

## **1.- OBJETO**

El plan tiene como finalidad implantar un sistema de comunicación, como instrumento que acompaña a la gestión, de carácter uniforme cohesionado y equilibrado que permita a la Unidad avanzar de manera sistemática hacia una gestión más ágil, eficiente y eficaz.

Este sistema debe estar abierto a la participación, al dialogo y a la transparencia generando la credibilidad y la confianza necesaria para alcanzar la mejora continua.

### **1.1. Objetivo General**

Este Plan tiene como objetivo general desarrollar en el periodo de un año, las bases de una comunicación lineal estratégica entre las unidades organizativas del Campus y entre éstas y el resto de los agentes tanto internos (de la UCA) como externos.

### **1.2 Objetivo Especifico**

- a) Establecer acciones que conlleve disminuir o eliminar las barreras existentes.
- b) Gestionar adecuadamente la comunicación interna de la Unidad que ocupa un lugar esencial en los planes estratégicos tanto de la Universidad como en el despliegue que del mismo hace la Administración del Campus.

La gestión adecuada de la comunicación interna ocupa un lugar primordial en el actual proceso de Bolonia para asegurar una correcta implantación de las nuevas titulaciones universitarias.

## 2. ALCANCE

El presente plan establece las acciones necesarias a desarrollar en el ámbito de la Administración del Campus de Cádiz, tanto en sus comunicaciones internas como en las externas que lleven a cabo.

## 3.- DOCUMENTOS DE REFERENCIA

Plan Estratégico de la Universidad de Cádiz

Despliegue del Plan Estratégico de la UCA por parte de la Administración del Campus de Cádiz

Informe Final de Evaluación (EFQM) 2008

Plan de Comunicación del Área de Personal de la Universidad de Cádiz

Plan de Comunicación de la dirección de Recursos Humanos de la Universidad de Sevilla

## 4.- ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

**Emisor:** Fuente que elabora y emite el mensaje, que proporciona la información. Puede ser un individuo (o grupo de individuos).

**Mensaje:** Conjunto de códigos organizados por el emisor con una intencionalidad. El mensaje es el contenido de la comunicación.

**Codificación:** El proceso de estructurar un mensaje sobre la base de signos disponibles.

**Canal o Medio:** Soporte físico en que se expresa o manifiesta el mensaje. El vehículo o medio que transporta los mensajes. Los canales pueden ser formales e informales; los primeros son aquellos que deben planearse y estructurarse adecuadamente, los segundos surgen espontáneamente en la organización.

**Receptor:** El ente que recibe el mensaje. Es la persona que recibe la información, el individuo o grupo a los que se le proporcionan los mensajes.

**Retroalimentación o Feedback:** El receptor se convierte en un emisor de una respuesta o comportamiento que el emisor inicial espera, recibe y comprueba con relación al objetivo de su mensaje inicial. La retroalimentación más rápida y directa ocurre cuando este proceso tiene lugar directamente entre personas.

En el caso de una institución que desee medir los efectos de determinado acto de comunicación masiva, deberá utilizar otros métodos para la retroalimentación como son las investigaciones, a través de sondeos, encuestas y/o entrevistas entre otros.

**Ruido:** Son factores que distorsionan la calidad de una señal.

**Fidelidad:** Es la reproducción fiel de un sonido. Para alcanzar el propósito de la comunicación debe existir la fidelidad.

Ruido y Fidelidad son dos aspectos distintos de una misma cosa. La eliminación del ruido aumenta la fidelidad; la producción de ruido la reduce.

## 5.- DEFINICIONES

**Comunicación:** Es el proceso de transmisión de recepción de ideas, información y mensajes.

**Canal formal de comunicación:** son aquellos que deben planearse y estructurarse adecuadamente,

**Canal informal de comunicación:** son los surgen espontáneamente en la organización

**Canal de comunicación vertical descendente:** Se basan en la autoridad que tiene quien manda a otros, sobre lo que deben o no deben hacer; siempre provienen de un jefe y se dirigen a uno o varios subordinados. Ejemplos: órdenes, circulares, boletines, etc.

**Canal de comunicación vertical ascendente:** Se basan en la doble urgencia que todo humano siente de expresarse, y de la necesidad de que el jefe obtenga información sobre los intereses y labores del empleado.

Ejemplos: informes, reportes, quejas, sugerencias, etc.

**Canal de comunicación horizontal o de coordinación:** Se basan en la necesidad de transferir e intercambiar dentro de un mismo nivel jerárquico, información sin deformación, ideas, puntos de vista, conocimientos, experiencias, etc.

**Retroalimentación Positiva:** cuando la respuesta lograda es la esperada y lógica.

**Retroalimentación Negativa:** es cuando se obtiene cualquier tipo de respuesta que no es acorde con lo esperado.

**Comunicación Cruzada:** incluye el flujo horizontal de información entre personas de niveles organizativos iguales o similares y en el flujo diagonal entre personas en diferentes niveles que no tienen relaciones de dependencia directa.

**Cuadro de Mando:** Herramienta de gestión que facilita la toma de decisiones y que recoge un conjunto coherente de indicadores que proporcionan a la alta dirección y a las funciones responsables una visión comprensible de su área de responsabilidad.

**Plan de Mejora:** Documento que contempla en forma ordenada y coherente las metas, estrategias, políticas, directrices y tácticas en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se utilizarán para llegar a los fines deseados. sujeto a modificaciones en sus componentes en función de la evaluación periódica de sus resultados.

**Grupo de Mejora:** Conjunto de personas que pretenden alcanzar propósitos u objetivos comunes (profesionales) tienen un sentido de identidad compartido, ofrecen oportunidades de participación e interacción entre sus miembros; están dotados de cohesión interna; tienen una estructura de funcionamiento y una duración limitada y medible en el tiempo.

**Plan de comunicación:** estrategias de comunicación que permiten a través de los medios y soportes adecuados cubrir las necesidades de comunicación que presentan los individuos y grupos que componen una organización.

**Procedimiento:** conjunto de fases sucesivas de un fenómeno u operación artificial y que se caracteriza por estar definido explícita y documentalmente. Se trata de aquellos documentos que establecen las responsabilidades y los criterios seguidos en las actuaciones relacionadas con la estandarización y la racionalización de tareas realizadas en la gestión y prestación de servicios. Son objeto de procedimiento aquellas facetas o conjunto de actividades que sean

consideradas relevantes para una determinada área funcional en función de: el consumo de recursos, el impacto en la satisfacción de los usuarios, objetivos directivos u otro criterio previamente establecido.

**Proceso:** conjunto de actuaciones, decisiones, actividades y tareas que se encadenan de forma secuencial y ordenada para conseguir un resultado que satisfaga plenamente los requerimientos del cliente al que va dirigido.

**Indicador:** Dato o conjunto de datos que ayudan a medir objetivamente la evolución de un proceso o de una actividad.

**Comunicación externa:** aquella en que, en el emisor, bien el receptor son ajenos a la Administración del Campus de Cádiz.

**Comunicación interna:** Cuando tanto el emisor como el receptor están encuadrados dentro de la Administración del Campus de Cádiz.

**CAU:** centro de atención al usuario

**TAVIRA:** sistema oficial de comunicación de la Universidad de Cádiz

**BOUCA** Boletín Oficial de la Universidad de Cádiz

**Administración electrónica** hace referencia a la incorporación de la tecnologías de la información y las comunicaciones en dos vertientes: desde un punto de vista intraorganizativo transformar las [oficinas](#) tradicionales, convirtiendo los procesos en [papel](#), en procesos electrónicos, con el fin de crear una [oficina sin papeles](#) y desde una perspectiva de la relaciones externas habilitar la vía electrónica como un nuevo medio para la relación entre el ciudadano y la UCA

## **6. DESARROLLO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ADMINISTRACION DEL CAMPUS DE CÁDIZ**

### **6.1 Introducción**

La elaboración un Plan de Comunicación en la Administración de Campus responde a una doble necesidad, estratégica, por un lado ya que es un proceso definido como estratégico en nuestro Mapa de Procesos y por otro responde a una necesidad de tipo práctico, la propia estructura organizativa del Campus que se caracteriza por su dispersión del personal, hace indispensable disponer de cauces de comunicación que aseguren una correcta transmisión de la información y del oportuno feedback.

Actualmente en la Universidad nos hallamos inmerso en un proceso de transformación muy importante, encabezado por los cambios que el plan Bolonia ha producido en la forma de entender y plantear las titulaciones, los cambios normativos que este proceso lleva aparejado y el intento de acercar la administración a los usuarios a través de la administración electrónica, el Campus está presente en muchas de las ramas de este proceso de cambio y es fundamental que la información tanto interna como externa fluya de manera correcta y veraz.

La Administración de Campus consciente de la importancia de disponer de medios que permitan que la información que se transmita responda a los principios en los que se basa el Código Ético de la Comunicación: legalidad, ética y buen gusto, y ante la ausencia de garantías en este sentido, se plantea la necesidad, como hemos dicho, de contar con un Plan de Comunicación que oriente sus actuaciones en esta doble vertiente

Con este Plan pretendemos reforzar nuestros puntos fuertes y plantear soluciones que permitan mejorar nuestras áreas de Mejora.

### **6.2 Objetivos:**

Los objetivos que el presente Plan pretender conseguir respecto de la comunicación *externa* son los siguientes:

- 1.- Obtener la información necesaria para el desarrollo de nuestras funciones en condiciones óptimas: una información veraz, pertinente y que sea transmitida de manera clara y en el momento oportuno.
- 2.- Mejorar la información que se transmite desde la Unidad Administración Campus de Cádiz.
- 3.-Mantener una comunicación abierta y fluida entre la Administración de Campus de Cádiz y los destinatarios de sus servicios.

Los objetivos del presente plan respecto de la comunicación interna son los siguientes:

- 1.- Mantener al PAS perteneciente a la Administración de Campus de Cádiz, adecuadamente informado para generar permanentemente niveles adecuados de credibilidad, convencimiento, legitimidad institucional confianza seguridad y respaldo.
- 2.- Establecer los medios para que el máximo de personas conozcan la información de forma veraz y transparente.
- 3.- Mejorar la colaboración e implicación de la plantilla de la Administración del Campus de Cádiz.
4. Obtener un canal de retroalimentación al Plan de Comunicación
- 5.- Conseguir que la mejora de la comunicación interna incida en la mejora de la comunicación externa de la Administración de Campus.

### **6. 3 Interlocutores externos a la Administración de Campus de Cádiz.**

Identificamos 4 tipos de interlocutores:

- 1.- Los órganos de Gobierno de la Universidad de Cádiz
- 2.- PAS y PDI de la Universidad de Cádiz
- 3.- Los alumnos.
- 4.-Otros; entre éstos podemos destacar:

Proveedores habituales

Proveedores potenciales

Empresas interesadas en nuestras instalaciones

Instituciones interesadas en nuestras instalaciones

Particulares interesados en nuestras instalaciones

Alumnos potenciales de la UCA

Egresados

Empresas concesionarias de la UCA

### **6.4 Tipos de información objeto de transmisión**

Entre otros, el tipo de información que transmitimos es el siguiente:

Normativa

Manuales de Procedimiento

Procesos



Actas  
Formularios  
Información presupuestaria  
Información fiscal  
Indicadores  
Sugerencias/reclamaciones/quejas  
Información sobre arrendamientos  
Información sobre nuestras instalaciones  
Información recibida desde otras Unidades  
Valores organizativos  
Información sobre procedimientos  
Todo tipo de información relacionada con titulaciones.

### **6.5 Canales y medios de comunicación de la Administración de Campus de Cádiz**

Correo electrónico  
Correo ordinario  
Fax  
Formularios  
Comunicación Presencial  
TAVIRA  
Centro de Atención al Usuario (CAU)  
BAU  
Reuniones  
Encuestas  
Página WEB  
Teléfono  
Sistema BSCW  
Cartelería  
Tablones de Anuncio  
Pantallas  
Folletos informativos

## 6.6 Mecanismos de Comunicación interna de la Administración del Campus de Cádiz

Se elige como principales mecanismos de comunicación interna los siguientes:

RECURSO	PERIODICIDAD MINIMA	COMPOSICION	RESPONSABLE
Reuniones plenarias de la Unidad	Anual	Plantilla completa del Campus (*)	Administrador
Reuniones del Equipo de Dirección de la Administración	Mensual	Coordinadores de la Administración y Administrador del Campus	Administrador
Reuniones de Coordinación Secretaria/administración	s/ periodicidad minima	Cada Coordinador/a con su los jefes de gestión	Coordinadora de Secretaria Coordinador de Administración
Reuniones de las Coordinaciones secretaria /administración	s/periodicidad mínima	Coordinador/a con todo el personal de la Coordinación	Coordinadora de Secretaria Coordinador de Administración
Reuniones encargados de equipo	Bimensual	Coordinador de Servicios Generales con los encargados de equipo del Campus	Coordinador de Servicios Generales
Reuniones coordinadores de conserjería	s/periodicidad minima	Coordinador Servicios generales con coordinadores de Conserjería	Coordinador de Servicios Generales
Correos electrónicos	s/periodicidad minima		
Información presencial	s/periodicidad mínima		

(\*) (Se llevan a cabo varias reuniones para informar a toda la plantilla. Debido a los factores que se indican a continuación no es posible en una sola reunión incluir a toda la plantilla al mismo tiempo:

- 1.- La dispersión del personal en unidades pequeñas (de cómo máximo 4, siendo el mayoría de los casos 3 y en algunos 2),
- 2.- A la necesidad de dejar servicios en cada una de estas unidades
- 3.- a las diferentes funciones que tienen encomendadas estas personas: secretaria, conserjería

y administración

4.- debido a la existencia de turnos de trabajo.)

Las reuniones que llevamos a cabo deben de cumplir los siguientes requisitos:

- ① Realizar la convocatoria por escrito incluyendo el orden del día.
- ① Levantar acta de cada reunión, indicándose los asistentes y un resumen de lo acontecido en la sesión, haciendo especial mención a los acuerdos alcanzados.
- ① Publicar el acta en el espacio BSCW asignado a cada colectivo del Campus.
- ① Comunicar al personal implicado el resultado de las reuniones mantenidas con unidades externas a la Administración de Campus en la medida en que éstas puedan afectar a su trabajo.
- ① Propiciar un clima laboral distendido, basado en la confianza y en la transparencia, en el que el PAS se sienta cómodo y seguro para plantear las cuestiones que considere bien a la dirección del Campus o al resto de sus compañeros.
- ① En las reuniones plenarias, que son generalmente de carácter anual, intentamos "mezclar" personas de diferentes unidades y con diferente puesto de trabajo, para que puedan intercambiar opiniones, se creen lazos de comunicación entre ellos y para que conozcan unos de las situaciones o problemas de otra persona o de otro colectivo, lo cual permite por un lado que se practique la empatía y por otro que se tenga una visión del Campus más global y salir de la visión "estanco" que solemos tener habitualmente, también permite que los problemas se vean desde una óptica diferente y a veces este punto de vista arroja soluciones que desde "dentro" no se ven.

### **6.7 Mecanismos de Comunicación externa de la Administración del Campus de Cádiz**

1.- Las herramientas o mecanismos de comunicación de los que dispone la Administración de Campus de Cádiz en su relación los con agentes externos son los siguientes:

La página Web del Campus y de la UCA.

El Centro de atención al usuario (CAU)

El correo electrónico

La Administración electrónica

TAVIRA

La atención telefónica

La atención presencial

Correo ordinario

Las encuestas de satisfacción

Fax

2.- Es importante la actualización permanente de la página Web del Campus, habida cuenta de la dispersión del personal en el mismo. Actualmente son los Coordinadores los que se encargan de este cometido.

3. Es importante difundir la normativa que afecta a las unidades de la Administración del Campus. Esta labor la tienen encomendadas los coordinadores

4.-Potenciar el uso de la Web como medio de comunicación con nuestros usuarios.

5.- Potenciar el uso del CAU, que cumple la doble función de sustituir al teléfono en determinadas consultas, que permite por un lado al funcionario organizar mejor su trabajo ya que no requiere la misma inmediatez que requiere el teléfono y por otro ahorro de tiempo en consultas repetitivas usando el consabido "copiar y pegar" esto además tiene la ventaja añadida que la respuesta que se da es idéntica independientemente de la persona que conteste.

El CAU además permite evaluar el tiempo de respuesta y la satisfacción del usuario con la misma.

6.-Las unidades, especialmente secretaria, deberán colaborar activamente en que los alumnos usen el correo de la UCA para su relación con ésta, ya que suelen usar otro tipo de cuentas que en ocasiones no son todo lo formales que debieran.

### **6.8 Buenas practicas de comunicación**

1.- En los textos de los mensajes, de las notificaciones, de los TAVIRAS y de la página Web, se recomienda que identifiquen correctamente a sus destinatarios que sean breves, fácilmente comprensibles, incluyéndose la fecha de la comunicación e indicándose la persona de contacto para cualquier aclaración, así como su teléfono, correo electrónico y dirección de la Unidad a la que pertenece.

2.- Es necesario atender al teléfono del compañero cuando esté ausente, tomando nota de la llamada para que la persona ausente pueda devolverla cuando regrese.

3.- Es conveniente cuando se prevea ausencia: vacaciones etc. disponer de un mensaje en el correo electrónico comunicándola para evitar que las personas que envían correo piensen que no son atendidos.

4. Es conveniente en aquellos casos en que por diversos motivos no pueda atenderse un teléfono desviar las llamadas para que puedan ser atendidas por otras personas evitándose la sensación de no atención telefónica.

5.- Es conveniente en aquellos casos en los que se produzca un cambio en el horario de atención, darlo a conocer a los usuarios con la debida atención mediante carteles, anuncios, pagina Web etc..

6.- Es conveniente disponer de un mensaje en el teléfono informando de los cambios de horarios de atención telefónica, para evitar dar sensación de no atención telefónica.

## **6.9 Líneas de Mejora en la Comunicación**

Las líneas estratégicas en la mejora en Comunicación en la Administración del Campus de Cádiz se exponen a continuación:

- 1.- Elaboración de un Manual de Buenas Prácticas en materia de comunicación.
- 2.- Intercambiar prácticas en materia de comunicación con otras unidades de la UCA o con otras Universidades.
- 3.- Elaborar un protocolo sobre el uso del correo electrónico y TAVIRA para evitar su uso excesivo, así como el uso de lenguaje y el tratamiento de la información a remitir.
- 4.- Potenciar el Manual que la coordinación de secretaria ha creado en la Web del Campus para consultas del personal de las Secretarías y hacerlo extensivo, en la medida en que sea posible, a las otras dos coordinaciones.
- 5.- Mantener actualizado en la Web un catálogo con todo el PAS de la administración del Campus así como la unidad a la que pertenece, el correo electrónico y el teléfono.
- 6.- Establecer un protocolo para nuestros mensajes, o página Web, especificando qué elementos debe contener obligatoriamente.

## **7. IMPLANTACION DEL PLAN.**

Una vez consensuemos en el Campus el Plan de Comunicación, éste entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Web de la Administración de Campus, previa aprobación por parte de la dirección del Campus.

### **7.1 Medición y seguimiento del Plan.**

Se establece una batería de indicadores para poder comprobar el cumplimiento y evolución de los principios de comunicación interna en la Unidad.

AC-PC-I1

Cumplimiento en la temporalización de las reuniones recogidas en el presente Plan de Comunicación:

Evidencia: Actas

La medición se realizará semestralmente desde la fecha de implantación del plan.

AC-PC-I2

Cumplimiento de los requisitos

Evidencia: registros de las convocatorias, actas, comunicación y publicación de las actas

Medición :semestral desde la fecha de implantación del Plan