

Programa 51

Comunicación interna

Uno de los pilares en los que debería asentarse el funcionamiento institucional de una universidad es su política de comunicación interna. Como afirma Sánchez (2005)⁹, la comunicación interna en las universidades tendría que dar a conocer y hacer comprender la situación de la organización, lograr el compromiso de todos sus miembros y facilitar la participación. En este sentido, invertir en comunicación interna significaría invertir en capital humano, en beneficios intangibles a largo plazo, lo que dicha inversión supondría para la organización generar coherencia, identidad, unidad, participación y lucha por un proyecto común (Herranz, 2009)¹⁰

Según Sáenz Blanco (2000)¹¹, la comunicación interna se centra en tres objetivos:

- a. Transmitir la información y asegurar su difusión a todo el personal de la organización, sobre todo aquella que les pueda afectar.
- b. Proporcionar los medios y la estructura necesarios para canalizar las propuestas y sugerencias de todo el personal.
- c. Crear imagen corporativa.

Del mismo modo, y como afirma Fernández Beltrán (2007)¹², “la comunicación interna es un instrumento al servicio de la gestión, en tanto en cuanto funciona como vehículo de cultura corporativa, herramienta de dirección y administración e instrumento de la comunicación externa”. (Ver el cuadro siguiente)

⁹ Sánchez Valle, M. (2005): “Comunicación interna en la universidad: el reto de conseguir la participación de los universitarios”. En De Salas, I.; Fernández, A.B. y Martínez, F., La universidad en la comunicación, la comunicación en la universidad. (pp. 165-172). Madrid, Colección Comunicación 2000.

¹⁰ Herranz et al (2009). “La comunicación interna en la universidad. Investigar para conocer a nuestros públicos”. Revista Latina de Comunicación Social, 64, pp. 262-74. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna.

¹¹ <http://www.camaravalencia.com/colecciondirectivos/fichaArticulo.asp?intArticulo=19>

¹² Fernández Beltrán, F. (2007). *La gestión de la nueva comunicación interna. Análisis de la aplicación de las tecnologías de la información en los procesos de comunicación interna de las universidades de la Comunidad Valenciana*. Universitat Jaume I.



En este sentido, y siguiendo las ideas de Arras (2008)¹³ y Rogers (1980)¹⁴ el presente programa de comunicación interna debería ser un eslabón que integrara a las partes del sistema universitario, favoreciendo la armonía del sistema y la interdependencia de sus partes, como un elemento vital para la institución. Pretendería ser un instrumento aglutinador de la comunidad universitaria en torno al planteamiento estratégico de la institución educativa en la que se integrase; favoreciendo la identidad UPM y contrarrestando aspectos deficitarios para una institución, como la descoordinación y deslocalización.

No obstante, con estas medidas no se pretendería desarrollar toda la política de comunicación interna de la universidad ni referenciar todos los instrumentos y medios que viene utilizando la UPM, sino desarrollar una serie de medidas concretas destinadas a fortalecer algunas debilidades específicas de la UPM en estos temas.

¹³ Arras Vota, A.M. et al. (2008): "Comunicación y cambio organizacional", publicado en *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, pp. 418-434. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna

¹⁴ Rogers, E. Rogers, R. (1980). *La comunicación en las organizaciones* (A. Vasseur, Trad.). México: McGraw Hill.

El presente programa remarcaría también la importancia de las TIC's en la comunicación interna de la Universidad, como principal mecanismo para la circulación de la información. Las TIC's, que han transformado el panorama comunicacional en los últimos años aplicadas a la comunicación interna, favorecen la actualización y la accesibilidad a la información y permiten la comunicación bidireccional.

El presente programa pretendería cumplir con uno de los objetivos básicos del Plan de Comunicación, que es el de informar. Las medidas aquí dispuestas buscarían reforzar las acciones que la UPM está llevando a cabo en los últimos años, detectando posibles desajustes y haciendo un importante énfasis en el papel de las TIC.

Medida 155

Diagnóstico del estado de la comunicación interna

Descripción

Antes de poner en marcha cambios en la comunicación interna de una institución convendría realizar un diagnóstico previo de la misma, así como identificar los valores que se pretendieran transmitir desde la Universidad.

Este diagnóstico sería coordinado por los responsables de la comunicación interna de la Universidad, y tendría diferentes fases y metodologías (grupos de trabajo, cuestionarios, entre otros).

En primer lugar, se analizaría a través de un grupo de expertos la posición en la que se encuentra la UPM y los principios con los que se identifica su comunidad universitaria. Igualmente se deberían analizar en detalle sus interlocutores, canales, costes y usuarios, así como su efectividad en la difusión de mensajes.

En segundo lugar, se llevaría a cabo una reflexión pormenorizada, en la que participarían los órganos de dirección de la Universidad junto con expertos en comunicación, para determinar los valores estratégicos que la UPM desea difundir internamente entre estudiantes, PDI y PAS.

Incidencia en el programa

La presente medida contribuiría a la mejora del diseño del plan de comunicación interna en la medida en que propondría un análisis y reflexión previa acerca de los elementos más relevantes que se pretendieran subrayar en la estrategia de información, así como de los canales y destinatarios a los que iría dirigido. La importancia de este paso previo a la puesta en marcha del programa radicaría en la pretensión de que con ello se evitarían incongruencias entre mensajes o duplicación de canales de forma innecesaria. Todo ello conllevaría un aumento de la eficacia del programa, así como un ajuste a los costes establecidos para tal fin.

Objetivos específicos

1. Identificar las fortalezas y debilidades de la comunicación de la UPM según las necesidades a las que responde.

2. Definir una política general de comunicación bajo criterios estratégicos y de eficiencia.

Responsabilidad

Este programa debiera ser responsabilidad del Gabinete del Rector.

Planificación

Previsiblemente, las acciones que debieran tenerse en cuenta para su puesta en marcha son:

- a.1. Creación de un grupo de trabajo y asignación de un responsable.
- a.2. Diseñar la estructura del informe y asignar tareas
- a.3. Elaborar el diagnóstico.

Las anteriores acciones podrían planificarse de acuerdo con el siguiente cronograma:

Acción	Mes	0 1	0 2	0 3	0 4	0 5	0 6	0 7	0 8	0 9	1 0	1 1	1 2
a.1. Creación de un grupo de trabajo y asignación...													
a.2. Diseñar la estructura del informe y asignar tareas													
a.3. Elaborar el diagnóstico													

Indicadores de cumplimiento

- i.1. Elaboración y publicación del informe cuantitativo sobre la comunicación interna de la UPM.
- i.2. Elaboración y publicación del informe cualitativo sobre la comunicación interna de la UPM.

Indicador	Periodicidad	Medición
i.1. Elaboración y publicación del informe cuantitativo...	Única	Dicotómica
i.2. Elaboración y publicación del informe cualitativo...	Única	Dicotómica

Medida 156

Sistema de alertas UPM

Descripción

Las nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación y a la información dan lugar a nuevos canales y medios para llegar a la comunidad universitaria.

Además de estos nuevos canales, las TIC permiten un acceso personalizado a la información, pudiendo obtenerla de forma rápida y sencilla para el usuario.

Con la presente medida se pretendería continuar mejorando los sistemas de comunicación interna UPM, integrando un sistema de alertas UPM. Este sistema permitiría al usuario suscribirse a la información que más le interesara, y recibirlo a través del medio que más le conviniera.

Para ello, a través del portal web de la UPM, el usuario elegiría el tipo de información que desearía recibir y el medio de comunicación para ello.

Tipo de información:

- Información relativa a convocatorias y resoluciones de becas y ayudas.
- Notas de exámenes, fechas de entrega de trabajos, etc.
- Convocatorias de reuniones y acuerdos de los órganos de gobierno.
- Congresos y seminarios.
- Ofertas laborales para estudiantes, y plazas para PDI y PAS.
- Medio de comunicación

Medio de comunicación:

- Mensajes de texto o SMS (Short Message Service)
- Canales UPM en las redes sociales más populares: Twitter, Facebook, etc.
- Mensaje vía e-mail.
- Canales específicos RSS (sindicación de contenidos).

Incidencia en el programa

La presente medida reforzaría directamente la comunicación interna de la Universidad, añadiendo nuevas herramientas tecnológicas para la información.

Objetivos específicos

1. Establecer nuevos canales de comunicación que sean eficaces y personalizables por el usuario.
2. Mejorar ciertos procesos de gestión y administración de la universidad con nuevas herramientas tecnológicas de comunicación.

Responsabilidad

Esta medida debería recaer en el Gabinete del Rector y del Vicerrectorado de Tecnologías de la Información y Servicios en Red.

Planificación

Previsiblemente, las acciones que debieran tenerse en cuenta para su puesta en marcha son:

- a.1. Nombrar un coordinador y un equipo de trabajo
- a.2. Diseñar el sistema: servicios disponibles, medios de información, contenidos posibles, etcétera.
- a.3. Elaborar la plataforma tecnológica.
- a.5. Poner a prueba la plataforma.
- a.6. Iniciar actividades.

Las anteriores acciones podrían planificarse de acuerdo con el siguiente cronograma:

Acción	Mes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2
a.1. Nombrar un coordinador...													
a.2. Diseñar el sistema													
a.3. Elaborar la plataforma													
a.4. Poner a prueba la plataforma													
a.5. Iniciar actividades													

Indicadores de cumplimiento

- i.1. Servicios informativos adscritos al sistema integral de alertas.
- i.2. Usuarios del sistema integral de alertas.

Indicador	Periodicidad	Medición
i.1. Servicios informativos adscritos...	Anual	Cuantitativa
i.2. Usuarios del sistema integral de alertas	Anual	Cuantitativa

Medida 157

Canal interno UPM

Descripción

Como veíamos en la descripción del programa, las TIC han revolucionado en los últimos años la forma de comunicarse y acceder a la información. Del mismo modo, la UPM ha transformado, en los últimos años, los canales de información y comunicación, adaptándose a los nuevos medios.

El nuevo portal web de la UPM, con sus diferentes canales de noticias UPM, la agenda, el boletín on-line “e-Politécnica” y sus suplementos (investigación y educación), entre otros., ofrecerían un buen abanico de opciones informativas para la comunidad universitaria. Además, “Politécnica Virtual” permitiría el acceso a los miembros de la comunidad universitaria a diferentes recursos y servicios de la UPM.

Toda esta información, accesible a través de la web se debería potenciar, replanteando nuevos canales para llegar a la comunidad universitaria.

Con la presente medida se plantearía la necesidad de explorar nuevos canales que permitieran la comunicación interna de noticias y eventos, utilizando los medios de comunicación. Algunos de los medios propuestos son :

- a. Pantallas de televisión informativas distribuidas en los diferentes centros. En éstas se proyectaría, de manera continua, noticias de la UPM, mediante imágenes y vídeo.
- b. Aplicaciones UPM para los teléfonos móvil de última generación (iPhone, Android, entre otras) con toda la información relativa a los servicios de la universidad, estudios, noticias y demás.

Incidencia en el programa

La presente medida reforzaría directamente la comunicación interna de la Universidad, añadiendo nuevas herramientas tecnológicas para la información.

Objetivos específicos

1. Crear nuevos canales de comunicación que sean eficaces.

2. Impulsar la cultura corporativa de la UPM, transmitiendo contenidos relacionados con la UPM.

Responsabilidad

Esta medida debería recaer en el Gabinete del Rector y en el Vicerrectorado de Tecnologías de la Información y Servicios en Red.

Planificación

Previsiblemente, las acciones que debieran tenerse en cuenta para su puesta en marcha son:

- a.1. Nombrar un coordinador y un equipo de trabajo
- a.2. Diseñar los sistemas de comunicación interna (el canal y las aplicaciones para móviles) así como sus contenidos.
- a.3. Producir y poner a prueba los diferentes sistemas.
- a.4. Difundir su uso.

Las anteriores acciones podrían planificarse de acuerdo con el siguiente cronograma:

Acción	Mes	0 1	0 2	0 3	0 4	0 5	0 6	0 7	0 8	0 9	1 0	1 1	1 2
a.1. Nombrar un coordinador...													
a.2. Diseñar el sistema...													
a.3. Producir y poner a prueba...													
a.4. Difundir su uso.													

Indicadores de cumplimiento

- i.1. Creación del canal informativo UPM.
- i.2. Usuarios del sistema de aplicaciones móvil.

Indicador	Periodicidad	Medición
i.1. Creación del canal...	Única	Dicotómica
i.2. Usuarios del sistema de aplicaciones...	Anual	Cuantitativa