

ANEXO III

ANEXO III: PLAN DE COMUNICACIÓN

El Plan de Comunicación de Andalucía TECH se engloba dentro del Plan Estratégico del proyecto común de Campus de Excelencia Internacional impulsado por las Universidades de Sevilla y Málaga. Asimismo, se inspira en los principios de la iniciativa de modernización de los campus universitarios españoles 'Estrategia Universidad 2015'.

En esta línea, el Plan de Comunicación de Andalucía TECH persigue como objetivo prioritario impulsar un Campus Tecnológico único en el ámbito internacional, que difunda sus proyectos y sus avances científicos, consiguiendo la atracción de talento, tanto de estudiantes como profesores e investigadores.

Del mismo modo, se pretende potenciar la imagen positiva de la Universidad en la opinión pública, como institución que genera desarrollo, progreso y bienestar colectivos así como facilitar un mayor reconocimiento social del investigador con el fin de que resulte más atractiva la carrera científica para los jóvenes universitarios.

En términos comunicacionales, el objetivo es contribuir a satisfacer la Misión y la Visión atribuidas al proyecto. Lo que, más en concreto, comprende actuaciones destinadas a lanzar la Imagen de Marca Andalucía TECH en los ámbitos nacional e internacional, de manera que se vaya fijando en sus distintos públicos. Es necesario asociar dicha imagen a los valores e ideas fuerza de Andalucía TECH, e ir dotándola así de la debida reputación que, entre otras cosas, permita captar los recursos humanos y económicos que harán posible el mejor desarrollo del proyecto.

Además, las acciones de comunicación facilitarán el desarrollo de sentimientos de vinculación y pertenencia hacia Andalucía TECH entre las personas de las dos comunidades universitarias implicadas y las de los organismos agregados. Por otro lado, incluye acciones dirigidas al establecimiento de los mecanismos necesarios para optimizar los flujos de comunicación horizontales y verticales entre los agentes implicados, así como la circulación de información entre los públicos internos y hacia los externos, basándose en principios tales como la transparencia, construcción colectiva de la acción y eficacia organizativa.

Así, el Plan de Comunicación de Andalucía TECH se orienta tanto a la comunidad universitaria de las instituciones promotoras (profesores, investigadores, estudiantes, personal de administración y servicios, y egresados y jubilados), como a la comunidad científica internacional y a la sociedad en su conjunto. Por lo tanto, el Mapa de Públicos (Grupos de Interés) a los que se dirige de forma preferente los mensajes sobre los proyectos y logros de Andalucía TECH, contempla **destinatarios internos y externos**.

Para la gestión del Plan de Comunicación, Andalucía TECH dispondrá de una Dirección de Comunicación especializada, dependiente de la Dirección General del Campus, que junto con las Direcciones de Comunicación de ambas Universidades actuará siempre de forma coordinada desarrollando una política informativa integrada.

1. IDEAS FUERZA

Todos los mensajes que se emitan desde la Dirección de Comunicación contribuirán a la difusión internacional de Andalucía TECH, presentándolo como un campus altamente especializado en el sector tecnológico, único por su naturaleza en el Sur de Europa y con una potentísima capacidad de agregación de agentes del conocimiento y de la producción.

Las acciones de comunicación irán encaminadas a subrayar los atractivos del Campus de Excelencia Andalucía TECH como fuente de atracción de estudiantes, profesores, investigadores y empresas internacionales. El Campus de Excelencia conjunto de las Universidades de Sevilla y Málaga constituye un ecosistema innovador único, que cuenta, además, con la capacidad organizativa de dos de las ciudades con mayor proyección internacional de Europa.

2. PROGRAMAS

Entre los programas comunicativos inicialmente se proponen tres:

- **Externo**, orientado a la difusión internacional del Campus Andalucía TECH, que podría contar con el apoyo de las administraciones públicas.
- **Interno**, centrado en motivar y entusiasmar a los públicos internos.
- Dirigido de forma exclusiva a la atracción del talento, donde se subraye la excelencia de las instalaciones del campus Andalucía TECH, la calidad de vida en Sevilla y Málaga (aeropuertos y puertos internacionales) y el prestigio internacional de los agentes agregados.

3. ACCIONES PROPUESTAS

La puesta en marcha del Campus de Excelencia Internacional Andalucía TECH implica el reforzamiento de las líneas de comunicación actuales y la puesta en marcha de nuevos proyectos comunicativos, de forma especial aquellos dedicados a difundir nuestras actividades en Europa, América, Asia y Norte de África, zonas de interés prioritario.

De acuerdo con la filosofía agregadora que inspira la convocatoria del programa Campus de Excelencia, el Plan de Comunicación de Andalucía Tech trata de galvanizar la acción de diversas instituciones y medios, tanto autonómicos como nacionales, públicos y privados.

- Puesta en marcha de un **canal multimedia de TV** a través de la Web y de dispositivos móviles.
El proyecto Web TV y Web TV Mobile de Andalucía TECH integra las experiencias en televisión por Internet y de enseñanza virtual de las Universidades de Sevilla y Málaga. Ambas instituciones llevan años trabajando en este campo desde el Servicio de Informática y Comunicaciones (SIC) y Servicio Audiovisual (SAV) de Sevilla y el Centro de Tecnología de la Imagen y Recursos Didácticos (CTI) de Málaga. Además, ambas universidades pertenecen al Consorcio OCW (Open Course Ware).

El objetivo fundamental del canal multimedia de Web TV y Web TV Mobile de Andalucía TECH es contribuir a la divulgación de los avances científicos que se generen en el Campus de Excelencia Internacional y a facilitar la transferencia de resultados al tejido productivo. Se pondrá en marcha con una auténtica vocación de difundir el conocimiento y la cultura tecnológica.

Pero también este portal de televisión a través de Internet y de los dispositivos móviles de última generación contribuirá al logro de los objetivos docentes e investigadores del proyecto CEI, colaborando activamente en cometidos como la teleformación (e-learning) y el aprendizaje continuo. Asimismo, será una herramienta valiosa para la atracción de estudiantes y profesores internacionales.

Considerando el nuevo canal multimedia como una herramienta imprescindible para la internacionalización del Campus Andalucía TECH, se configura sobre estos seis servicios básicos:

1. Emisión por Internet de programas de televisión, informativos y divulgativos.
2. Retransmisiones en directo de actividades y actos de interés para la comunidad científica.
3. Emisión para dispositivos móviles de programas de televisión.
4. Vídeo bajo demanda, con un amplio repositorio sobre cuestiones relacionadas con los Polos de Excelencia Docente e Investigadora de Andalucía TECH.
5. Emisión por Web TV y Web TV Mobile de programas adaptados a personas con discapacidad.
6. Plataforma de teleformación y cursos OCW.

- Acciones de Presentación de Andalucía TECH, entre las que destacan:
 - en Madrid ante la Asociación de Corresponsales de Prensa Extranjera (ACPE). Podría organizarse un desayuno de trabajo en el que participaran representantes de los agentes agregados como el CSIC, Abengoa, EADS-CASA.
 - en Bruselas, con la colaboración de la Delegación de la Junta de Andalucía en la capital comunitaria.
- Participación de Andalucía TECH en eventos internacionales:
 - las dos grandes Ferias Internacionales de Educación Superior: la norteamericana NAFSA y la europea EAIE.
 - Otros certámenes y foros internacionales.
- Apoyo comunicacional a las actuaciones sobre proyectos y programas ya existentes en la US o UMA:
 - Ampliación de los proyectos Study Abroad in Seville y Visit US, con carácter conjunto.
 - Reforzamiento de los programas Erasmus-Mundus, de forma especial los realizados con países emergentes como India (Will Power) y Brasil (Eubranex).
 - Programa con la Empresa Pública de Turismo de Andalucía para facilitar la llegada y movilidad por la comunidad andaluza tanto de profesores y estudiantes extranjeros, como de sus familiares.
 - Diseño de la tarjeta Andalucía TECH para profesores y estudiantes extranjeros con descuentos en transportes, hoteles, museos, centros culturales, etc...
- Acciones de difusión, presencia digital y virtual:
 - Fuerte presencia en Internet con web institucional en español, inglés, francés, alemán y chino-mandarín.
 - Web 2.0 también en cinco idiomas.
 - Canal propio en YouTube (sólo inglés).
 - Página propia en Facebook (inglés y español), además de presencia en otras redes como Twitter (inglés).
 - Acuerdos de distribución de videomensajes con la agencia Efe.
 - Boletín interno digital de noticias dirigido a las dos comunidades universitarias.
 - Creación y lanzamiento de una revista informativa bilingüe en PDF.
 - Folleto institucional en varios idiomas (incluido el chino mandarín), subrayándose las ventajas y facilidades para la estancia en Andalucía TECH de estudiantes y profesores internacionales. Difusión de vídeos y productos audiovisuales a través de ATEI (Asociación de Televisiones Educativas Iberoamericanas).
- Diseño y lanzamiento de nuevas líneas de trabajo:
 - Puesta en marcha de una Asociación Internacional de Estudiantes Erasmus que estudien o hayan cursado estudios en las Universidades de Sevilla y Málaga. Todos los miembros recibirían de forma regular noticias y ofertas de cursos y seminarios.
 - Exposición conjunta de todos los Campus de Excelencia Internacional españoles en alguna de las sedes del Parlamento Europeo (Bruselas o Estrasburgo).
 - Celebración en Sevilla/Málaga de un congreso o foro de Campus Europeos de Excelencia Internacional, germen de un organismo activo con sede o subsede en alguna de las dos capitales andaluzas.
 - Realización periódica de estudios externos e internos (encuestas de clima) para medir el impacto de nuestras actividades en la imagen institucional de Andalucía Tech y de las Universidades de Sevilla y Málaga.

4. COMUNICACIÓN INTERNA

Si la comunicación externa es fundamental, también lo constituye la interna, que es la auténtica fuerza que aglutina y coordina las diversas esferas institucionales. No hay mejor mecanismo para conseguir el máximo compromiso de todos los miembros de una comunidad universitaria que la existencia de un alto grado de motivación colectiva. Y este interés de grupo sólo se logra con una eficiente comunicación interna.

La comunicación interna es una necesidad estratégica y una condición básica para que el CEI Andalucía TECH afronte con garantías su funcionamiento. Esta comunicación mejora la gestión del Campus conjunto US-UMA, potencia la calidad de los procesos investigadores y favorece el clima de innovación. La auténtica comunicación engloba el conjunto de las actividades encaminadas hacia la obtención del éxito institucional.

La incomunicación o un cierto déficit de comunicación suele ser la responsable de la fractura interna de muchas organizaciones y de la existencia de barreras jerárquicas, funcionales y geográficas. El público interno es, sin duda, el que requiere de una atención preferente y de una acción comunicadora mucho más intensa.

Sin embargo, no hay una clara barrera que separe la comunicación interna de la externa y resulta muy difícil establecer con precisión una frontera entre ambas esferas. No hay mejor comunicación interna que una comunicación externa que genere una imagen positiva que enorgullezca a los propios componentes de una institución. Y viceversa: no existe comunicación externa más potente que la que pivota sobre unas relaciones de gestión fluidas y una comunidad motivada, donde la información circula de forma vertical y horizontal.

En los procesos de cambio —y en cierta forma Andalucía TECH supone un cambio en la gestión ordinaria de las dos universidades promotoras— la comunicación interna tiene una gran influencia en la imagen externa, ya que tanto profesores, investigadores, estudiantes y personal de administración y servicios suelen convertirse en emisores o portavoces cualificados. La comunicación interna debe ser coherente con la externa y debe ir por delante de ella, especialmente cuando se producen procesos de cambio o reestructuración que afectan a una comunidad humana.

Por lo tanto, la Comunicación Interna de Andalucía TECH es una parte esencial del Plan Global de Comunicación del CEI y responde a las líneas estratégicas del proyecto común de Campus de Excelencia Internacional impulsado por las Universidades de Sevilla y Málaga. Asimismo, se inspira en los principios de la iniciativa de modernización de los campus universitarios españoles ‘Estrategia Universidad 2015’.

La comunicación interna persigue el éxito institucional, incentivando el talento y promoviendo el conocimiento dentro de una organización. La complejidad y variabilidad de los asuntos a comunicar, más las características de los públicos, implica el desarrollo de distintas herramientas de comunicación, que varían según la tipología de los públicos internos y los niveles de implicación en el CEI Andalucía TECH.

En este sentido se ha diseñado un catálogo de herramientas o soportes de comunicación interna en base a tres niveles de públicos internos:

1. En un plano más próximo se encuentran los docentes e investigadores (también los estudiantes) de las áreas de especialización del CEI US-UMA.
2. En un segundo plano, pero no menos importante, se hallan todos los miembros restantes de las dos comunidades universitarias. El objetivo es que la totalidad de los integrantes de las dos Universidades promotoras se sientan partícipes y alineados con los fines de Andalucía TECH.
3. El tercer escalón lo ocupan los públicos internos de las instituciones y empresas agregadas al Campus de Excelencia Internacional.

Andalucía TECH apuesta desde el primer momento por el uso de las más modernas e innovadoras formas de comunicación bidireccional con sus públicos internos, sin que ello signifique renunciar a los tradicionales canales de comunicación interna.

A continuación se detallan estas herramientas, ampliables en función de las necesidades de los diferentes públicos internos y del desarrollo tecnológico.

| Herramientas o soportes de Comunicación Interna | | | |
|---|--|--|--|
| Soportes CI | Nivel A PDI A-TECH | Nivel B Comunidades US-UMA | Nivel C Instituciones Agregadas |
| Intranet | Portal del Investigador con acceso mediante contraseña | Apartado Andalucía TECH en intranets US-UMA | Noticias Andalucía TECH en intranets |
| Publicaciones digitales | Newsletter quincenal por suscripción gratuita | Boletín Digital mensual a listas de correo | Newsletter + Boletín Digital, para uso discrecional |
| Revista on line | Revista bimensual en PDF | Revista bimensual en PDF | Revista bimensual en PDF |
| Web TV | Canal propio con acceso mediante clave | Canal Andalucía TECH en abierto | Producciones para televisiones IP |
| Puertas Abiertas | Plan de Visitas a centros US-UMA y entidades agregadas | Plan de Visitas a centros US-UMA | Plan de Visitas a centros US-UMA |
| Folleto Andalucía TECH | Folleto interno Andalucía Tech | Folleto interno Andalucía Tech | Folleto interno Andalucía Tech, personalizado según agregados |
| Programas vestibulares | Manual de Acogida nuevos investigadores | Inclusión apartado Andalucía TECH en guías convencionales | Inclusión cita Andalucía TECH en manuales de acogida |
| Canales existentes | Lista específica de Correo electrónico | Uso canales, herramientas y soportes Comunicación Interna existentes | Uso canales, herramientas y soportes Comunicación Interna existentes |
| Web 2.0 | Red social específica | Presencia Andalucía TECH en webs 2.0 US-UMA | Posibilidad de incorporación a red social A-Tech |
| Reuniones | | Reuniones mensuales responsables CI | Reuniones trimestrales con responsables CI |
| Sociedad | Organización del Día anual del CEI | Organización del Día anual del CEI | Participación en actos Día CEI |
| Tablones digitales y convencionales | Tablón específico | Uso tablones convencionales | Noticias para tablones convencionales |

Herramientas o soportes de Comunicación Interna

Para lograr el éxito, este Plan debe ser sostenible en el tiempo. En este sentido el Plan de Comunicación además de un calendario de acciones anteriormente expuesto, contemplará el mantenimiento de los programas que se pongan en marcha, así como actividades puntuales de refresco y consolidación y una evaluación anual de impactos y logro de objetivos.