

# Plan de Comunicaciones y Difusión

## Estudios AUS 1995

---

2021

---

Centro de Estudios Regionales  
Universidad Austral de Chile



Universidad Austral de Chile  
Centro de Estudios Regionales

---

# Introducción

En marco de la ejecución del proyecto AUS 1995 vinculación socio institucional y productiva. Fortaleciendo la gestión de vinculación con el medio y ampliando su cobertura y contribución regional. El presente documento desarrollado por el Centro de Estudios Regionales de la Universidad Austral de Chile busca desarrollar estrategias planificadas de comunicación fundamentales para la promoción de vinculación con el medio socio productivo y contribuir a la difusión del conocimiento Cultural, científico y técnico.

Como Centro y su pertenencia a la Dirección de vinculación el Medio de la Universidad Austral de Chile, se asume que a comunicación es una herramienta tanto de vinculación como de rendición de cuentas con este conjunto de grupos de interés. Además, la Responsabilidad Social Universitaria implica que los valores de la institución sean compartidos entre los distintos grupos de interés, aspecto en el que la comunicación también juega un papel fundamental. Por último, para que la Centro de Estudios Regionales pueda cumplir con sus funciones, se requiere que su capacidad técnica sea la mejor posible.

Para estos propósitos, el presente plan de comunicación se enmarca dentro de las siguientes funciones instrumentales, esta es, posicionar a la universidad como institución vinculada a los actores territoriales y grupos de interés, tanto internos (estudiantes, Docentes e investigadores) como externos (cooperativas, actores socio productivos, asociaciones gremiales, etc.).

El Plan de Comunicación, se ajusta al Objetivo del Proyecto, esta es, contribuir a la generación de conocimiento sobre las dinámicas sociales y productivas del sur austral que permitan vincular de manera más pertinente a la Universidad con las demandas de los actores territoriales, especialmente en el contexto de implementación del nuevo proceso de descentralización que se encuentra viviendo el país. De esta forma, se espera realizar estudios y aportes que respondan a las definiciones estratégicas realizadas por la institucionalidad pública regional/ local y organizaciones sociales y productivas.

---

De esta manera, el Plan de Comunicación consolida los componentes del Proyecto:

- Fortalecimiento de la base de información y análisis del sector socio productivo de las regiones de Los Ríos, Los Lagos y Aysén
- Fortalecimiento institucional para la Vinculación con los sectores prioritarios
- Implementación de medidas piloto de vinculación
- Gestión del Proyecto

## Justificación

- En las regiones consideradas en el proyecto, las estrategias de comunicación social destinadas a la concientización son aún escasas y, si bien existen esfuerzos aislados de comunicadores, éstos no ayudan a generar cambios de comportamiento y actitudes, deseables en los actores socio productivos.
- El plan de comunicaciones permitirá que todas las acciones comunicativas que se han detectado en las regiones de Los Ríos, Los Lagos y Aysén, se puedan articular y organizar dentro de una misma estrategia comunicacional. Esto permitirá direccionar de forma óptima todos los mensajes que se necesita comunicar a todos los sectores de la población, adaptándolos a cada segmento de la sociedad y cada realidad socio productiva.
- Se ha captado que los niveles de penetración del tema es desigual en los distintos territorios y que es preciso ofrecer: más difusión y una actualizada y permanente colaboración técnica.
- El impacto de la información pública y la comunicación sobre desarrollo regional es limitada y no alcanza significativamente a los distintos grupos de la sociedad.
- Existe una falta de capacitación en el tema y desconocimiento del cooperativismo, en los comunicadores sociales. Se carece de estudios de investigación, evaluación de procesos, literatura, inventarios regionales actualizados, sobre la situación de la región en materia de comunicación para la aCC.

- 
- Las fuentes confiables no son dominadas aún por los comunicadores, lo cual suele crear un clima de desinformación.

## Objetivos

- Fortalecer los objetivos del proyecto AUS1995, diseñando estrategias de comunicación, adaptadas al público-meta.
- Optimizar el flujo de la información, entre los actores socio productivos del proyecto y organizar una comunicación eficiente, entre las instituciones participantes en el proyecto.
- Facilitar la comprensión de cada uno de los aspectos que propician los objetivos del PARG1003.

## Destinatarios

Es preciso identificar los beneficiarios inmediatos o directos y los finales o indirectos. Los públicos-meta deben ser categorizados, según sus principales características socioculturales. El Mapa de Públicos dará mayores datos sobre relaciones, vínculos, campos semánticos y demás aspectos a tener en cuenta, para direccionar mejor la producción de mensajes y la selección de canales.

Antes de comunicar, el público debe ser caracterizado, diferenciado; es preciso tener una base de datos que nos indique cómo podemos adaptar los mensajes a todos los sectores, para tratar de informarlos y facilitar la comprensión de la temática.

---

Las actividades de comunicación y difusión del proyecto, tienen como objetivo transmitir una serie de mensajes e informaciones a unos grupos de destinatarios, claramente identificados. Se trata de los siguientes grupos:

#### DESTINATARIOS DIRECTOS INTERNOS:

- Los Actores socio productivos definidos dentro del Proyecto AUS1995, y cuyas residencias estén dentro de las regiones de Los Ríos, Los Lagos y Aysén
- Responsables de la gestión y coordinación del AUS1995

#### DESTINATARIOS DIRECTOS EXTERNOS:

- Asociaciones de productores, cámaras empresariales. Otros.
- Docentes universitarios, investigadores, científicos.
- Alumnos de la educación formal en niveles superior.
- Comunicadores sociales y de medios masivos.
- Sector Privado.
- Políticos, funcionarios y otros tomadores de decisión.
- Otros

Si bien los límites de alcance del Proyecto son más o menos visibles, es difícil establecer con certeza quiénes pueden ser los beneficiarios indirectos. Hacia ellos irán dirigidas acciones especiales de difusión y divulgación.

Es positivo que se tenga en cuenta que los públicos tienen una predisposición, elección y percepción selectiva, sobre todo con los mensajes que pueden conmover sus creencias e ideas, acerca de peligros y riesgos. Todo lo concerniente al cambio climático y a la reducción de vulnerabilidades, tiene cierta resistencia en conductas y actitudes. Debemos tener en cuenta que estamos frente a emisores no tan potentes; en la actualidad el público es más activo y singular. La información sigue un proceso muy ágil, llegando a espacios sociales que son, al mismo tiempo, receptores y emisores. Entonces, debemos tener presente que es conveniente promover que los públicos sean difusores de mensajes claros y actualizados, sobre la problemática que aborda el AUS1995.

Es importante destacar que, en este tipo de proyectos, pueden surgir nuevos públicos durante las diferentes fases de implementación. Esto responde siempre a la aparición de nuevas demandas y necesidades en torno a los objetivos del AUS1995.

---

## Objetivos Específicos

EL Centro de Estudios Regionales ha desarrollado objetivos específicos que desarrollan los objetivos generales, en los que se ha tenido en cuenta las características diferenciadas de cada uno de estos grupos de interés. Estos objetivos específicos se presentan a continuación:

OE1: Proyectar la Imagen de Centro de Estudios Regionales a través del Proyecto AUS1995

OE2: Integración en la comunidad Universitaria

OE3: Facilitar que el Centro de Estudios regionales se involucre en el desarrollo económico, social, cultural de las regiones de Los Ríos, Los Lagos y Aysén.

OE4: Facilitar vías de comunicación bidireccional y de opinión con actores socio productivos.

OE5: Recoger información de Redes.

OE6: Mejorar la comunicación vertical y horizontal.

# Plan de Acción

OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN	PRIORIDAD	CRONOGRAMA				RESPONSABLE
			2º sem. 2020	1º sem. 2021	2º sem. 2021	1º sem. 2022	
<b>OE1. Proyectar la imagen del CER a través del proyecto AUS 1995</b>	Desarrollo de información que implique a toda la comunidad universitaria	1		Junio			Comunicaciones CER
	Desarrollo de programa de formación integral. Que incluya programas radiales, seminarios, escuela de formación, Diplomados.	1		Julio			Comunicaciones CER
	Estrategia común en redes sociales (Facebook e Instagram)	1	TODO EL PERIODO				Comunicaciones CER
	Mejora WEB	1	TODO EL PERIODO				Comunicaciones CER
	Creación de una figura que coordine la relación con orientadores y centros	2		EN	DIC		Profesionales CER y Dirección de Vinculación con el medio

OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN	PRIORIDAD	CRONOGRAMA				RESPONSABLE
			2º sem. 2020	1º sem. 2021	2º sem. 2021	1º sem. 2022	
<b>OE2. Integración en la Comunidad Universitaria</b>	Visibilización de proyecto de Gobernanza Interna	1					Profesionales CER
	Promoción de programas de grados y posgrados en los ámbitos regional, nacional e internacional	1	TODO EL PERIODO				Profesionales CER
	Mapa de relación con los centros y análisis de datos	2					Profesionales CER
	Difusión de Estudios AUS 1995				Diciembre		Profesionales CER
	Jornadas específicas para orientadores, que incluya formación de una figura relevante en el campo (externa)	2			ENERO	DICIEMBRE	Profesionales CER

OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN	PRIORIDAD	CRONOGRAMA				RESPONSABLE
			2º sem. 2020	1º sem. 2021	2º sem. 2021	1º sem. 2022	
<b>OE3. Facilitar que las entidades se involucren en el desarrollo económico, social, cultural, de transferencia y formación.</b>	Mapa de todos los convenios y protocolos de colaboración	1				Marzo	Profesionales CER
	Mapa de relaciones del CER con su entorno	1		Marzo			Profesionales CER
	Política de alianzas	2	Todo el Periodo				Profesionales CER
	Coordinación de la oferta global a entidades y empresas	3				Abril	Profesionales CER
<b>OE4. Facilitar vías de comunicación bidireccional y de opinión con entidades</b>	Programas de acompañamiento a entidades socio productivas	1	EN MARCHA				Profesionales CER

OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN	PRIORIDAD	2º sem. 2020	1º sem. 2021	2º sem. 2021	1º sem. 2022	RESPONSABLE
<b>OE5. Facilitar la creación de redes</b>	Desarrollar las comisiones comunicación	1	TODO EL PERIODO				Comunicaciones CER
	Continuar con la difusión del programa	3	TODO EL PERIODO				Comunicaciones CER



OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN	PRIORIDAD	CRONOGRAMA				RESPONSABLE
			2º sem. 2020	1º sem. 2021	2º sem. 2021	1º sem. 2022	
<b>OE6 . Mejorar la comunicación vertical y horizontal</b>	Protocolizar respuestas a las reuniones del Rector con la comunidad universitaria	2				Marzo	Equipo CER
	Plan de mejora de la gestión	2				Marzo	Equipo CER
	Reuniones transversales "¿qué hace el otro?"	2				Marzo	Equipo CER
	Plan de formación en comunicación para responsables	2			Diciembre		Equipo CER
	Reuniones de equipo (qué se comunica de lo tratado, a quiénes y cómo)	2				Abril	Equipo CER