

TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

Gestión de la identidad institucional en la Universidad Nacional del Chaco Austral

Camila Pugacz

Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales

Universidad Empresarial Siglo 21

Octubre 2012



*Agradezco infinitamente a mis
padres por enseñarme a cultivar
la curiosidad y por brindarme su
incondicional apoyo.*

*A mi hermana Catalina por
encontrarle soluciones lógicas a
todos los problemas.*

*A mi segunda familia: Ercilia por su
inmensurable paz, compañía y
ayuda; Alejandro y Sabrina por
salvarme de tantas, por último, a
Matías ¡Gracias por tantos
recuerdos!*

Resumen


El principal objetivo del trabajo es analizar la identidad institucional de la Universidad Nacional del Chaco Austral, para luego confeccionar un plan que actúe sobre la imagen y fortalezca en consecuencia la identidad. Con este propósito es que se establece un estudio sobre la imagen intencional, la percepción del público de esa imagen (que no es más que la transmisión al exterior de los atributos de la identidad institucional) y de los mensajes que la Universidad emite. Teniendo en cuenta esas variables se realizaron estudios exploratorios utilizando como instrumento de investigación entrevistas y observaciones; en este caso, la población estaba compuesta por el secretariado de la institución. Además, en una segunda fase, se llevaron a cabo estudios de tipo descriptivo donde la técnica de recolección de datos fueron encuestas realizadas a los alumnos de la Universidad y potenciales alumnos. Por lo tanto, una vez obtenidos los resultados de la investigación, se desarrolló un plan de Relaciones Públicas e Institucionales que asume como principal objetivo fomentar los valores institucionales a través del refuerzo de una imagen positiva de la Universidad.

Palabras claves: identidad institucional, imagen intencional, función de los mensajes, Universidad Nacional, plan de acción.

Abstract

The main objective of this study is to analyze the institutional identity of the Universidad Nacional del Chaco Austral, and then make a plan to act on the image and consequently strengthen the identity. With this purpose is establishing an intentional image study, the public perception of that image (which is just outside transmission of institutional identity attributes) and the messages emitted by the University. In light of these variables were conducted exploratory studies as a research instrument using interviews and observations, in this case, the population was composed by the secretary of the institution. Furthermore, in a second phase, conducted descriptive studies where data collection technique were surveys of students and potential students University. Therefore, once we obtain the results of the investigation, we developed a plan of Public Relations and Institutional assuming main objective to promote institutional values through the reinforcement of a positive image of the University.

Keywords: corporate identity, intentional image, function of the messages, National University of action plan.

|  <i>Índice</i> | <i>Página</i> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1) Introducción | 5 |
| 2) Tema | 7 |
| 3) Justificación del tema | 8 |
| 4) Objetivos de indagación | 10 |
| 5) Marco de referencia institucional | 11 |
| 6) Marco Teórico | 18 |
| 7) Diseño metodológico | 30 |
| 8) Ficha técnica | 34 |
| 9) Operacionalización de las variables de estudio | 35 |
| 10) Análisis e interpretación de datos | 37 |
| 11) Conclusiones de trabajo de campo | 60 |
| Plan de Intervención de Relaciones Públicas e Institucionales | 62 |
| 12) Análisis de factibilidad | 63 |
| 13) Objetivos de intervención | 65 |
| 14) Tácticas | 66 |
| 15) Cronograma de actividades | 114 |
| 16) Presupuesto | 116 |
| 17) Evaluación global | 119 |
| 18) Beneficios esperados del plan | 120 |
| 19) Conclusión | 122 |
| 20) Bibliografía | 124 |
| ANEXOS | |

En el año 2006 el diario Página 12 publicó un artículo titulado “ En la imagen de las instituciones, las universidades siguen en punta”¹ destacando dentro del artículo que son estas, las instituciones, las que tienen el prestigio más alto según 1100 personas encuestadas en todo el país, quienes las consideran como la institución más confiable. Ahora bien, ¿Cómo desde la disciplina de las Relaciones Públicas e Institucionales podemos intervenir en este fenómeno?, ¿Cómo desde la gestión de la imagen podríamos inferir para que una institución de reciente creación visualice como perspectiva alcanzar este prestigio? En el marco del trabajo final de graduación se abordó a estos interrogantes brindando componentes estratégicos para el desarrollo de una imagen positiva en un ámbito universitario en construcción.

Las instituciones públicas cumplen con un papel fundamental dentro de la sociedad, más aún en el caso de las instituciones educativas, las que están orientadas principalmente a la transmisión de conocimientos y formación de individuos brindándole herramientas para desarrollarse en los campos laboral y profesional. Consideramos esencial este aspecto para que las universidades sean consideradas por las personas como las instituciones de mayor prestigio dentro del campo cultural educativo.

En el presente trabajo se presenta un análisis de la imagen de la institución desde la perspectiva de la identidad, y tomando como punto de partida el desarrollo cultural que esta institución muestra.

Para poder realizar este análisis nos situamos bajo dos fases o etapas de investigación, la primera de tipo exploratoria utilizando como técnica para el posterior análisis de datos observaciones y entrevistas; la segunda fase es de carácter descriptivo y tiende a analizar las variables que se presentan más adelante independientemente. Para completar este análisis utilizaremos como método de recolección de datos las encuestas. Esta investigación nos llevará a concluir sobre la intervención que sentará las bases para poder diagramar y

¹ Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-61483-2006-01-09.html> , consultado: 18/06/10

estructurar un plan de Relaciones Públicas e Institucionales al interior y exterior de la UNCAus.

Gestión de la identidad institucional en la Universidad Nacional del Chaco Austral

3- *Justificación del tema*

Partiendo de un análisis y planificación de la identidad de la institución, es posible generar un mejor vínculo y entendimiento con las personas que consumen los servicios que la universidad presta, y por el mismo camino se puede forjar un sentido de pertenencia con la comunidad en la que ésta está inserta.

No podemos concebir conformar una imagen en las mentes de los públicos sin antes considerar la historia de la UNCAus. Esta imagen debe fundarse en el contexto social, destacando de la institución sus puntos fuertes, es decir amalgamar las normas y políticas funcionales para gestionarlas dentro de un todo comunicativo, contemplando para su armonización y ejecución los actores que intervienen.

Además de la creación de valor como es la generación de nuevos profesionales, comunicando correctamente la identidad se logra que la UNCAus esté instalada de manera más sólida en la vida de las personas, creando espacios de debates e investigaciones y de integración cultural que le dan un valor agregado tanto a la vida de la sociedad como a la imagen de la institución.

La mejor manera de comunicar la vitalidad que esta intuición propone, es crear a partir de la transición que ha existido una imagen acorde a ella y la planificación estratégica para comunicarla hacia el exterior, también es a partir de acciones de interés intrínseco para las Relaciones Públicas e Institucionales donde el profesional de la comunicación establece aportes persuasivos y de acción directa, ayudando de esta forma a crear vínculos duraderos y a largo plazo.

Es indudable la contribución que las Relaciones Públicas e Institucionales hacen a las instituciones públicas, ya que la planeación de las comunicaciones es vital para que aquellas puedan cumplir sus objetivos. De igual forma, para que estas organizaciones sean reconocidas y aceptadas en la comunidad en la que están insertas es preciso contar con lazos duraderos que acompañen al incipiente desarrollo de esta institución.

Las relaciones externas que la institución realiza son la parte visible de las acciones internas de sus actores; por tanto para que exista armonía entre los mensajes enviados es necesaria la concordancia de las comunicaciones externas e internas. La suma de los mensajes emitidos hacen a la identificación de la universidad, creando así distintas percepciones en los públicos receptores y por ende diversas respuestas. Estas respuestas dependen en gran medida de cómo es abordado cada grupo de interés, es decir, dependen de que los estímulos emanados de la institución sean concordantes con las apreciaciones de cada vínculo en particular. La suma de la identidad manifiesta de la institución en la mente de los públicos y su posterior interpretación, es lo que va a configurar su imagen.

La imagen de una institución puede derivar en varias interpretaciones o apreciaciones por parte del público que está expuesto a ella, que la consume; algunas veces esta imagen puede resultar en confusiones acerca de la seriedad que la institución posee, es por ello que para que esta imagen sea sólida en todos sus aspectos, es necesario analizar su identidad para, de esta, forma poder desglosar aquellos componentes que la hacen única.

La identidad de la universidad es plasmada por medio de símbolos visuales (como puede ser un logotipo) que causa un gran impacto imprimando en la memorización, por lo que, a la hora de elegir una propuesta académica, ante la gran gama de ofertas, resulta ventajoso contar con una imagen visual clara y bien planificada.

Desde la disciplina de las Relaciones Públicas e Institucionales se debe planificar las acciones que se llevan a cabo para comunicar las funciones que la UNCAus realiza como así también aquellas tareas que están implícitas y que son inherentes dentro de ella; es decir, la imagen que la universidad transmite debe ser un reflejo de sus políticas, sus rasgos funcionales y de la manera en que son llevadas las acciones de forma interna, dicho de otro modo, son aquellos rasgos los que van a conformar su identidad.

4- Objetivos de indagación.

General

Analizar la relación entre la identidad institucional y la imagen intencional en la Universidad Nacional del Chaco Austral.

Específicos:

- Identificar los atributos de la identidad institucional.
- Analizar la imagen intencional de la Universidad Nacional del Chaco Austral.
- Estudiar los sistemas de acciones institucionales para la comunicación externa.
- Analizar la percepción de los públicos sobre la universidad.

El siguiente apartado forma parte de un extracto del Proyecto Educativo Institucional (P.E.I). Este proyecto es el estatuto general de la universidad, el cual marca las acciones a seguir a lo largo de la vida de la institución. “Así como la identidad de las personas puede deducirse de una marca única como lo son las huellas digitales, el proyecto institucional es un rasgo de identidad específico de cada establecimiento y da cuenta, en consecuencia, de su personalidad” (Frigeiro-Poggi, 1992:32)

ANTECEDENTES HISTÓRICOS E INSTITUCIONALES

La Universidad Nacional del Nordeste (UNNE) fue creada el 14 de diciembre de 1956, la UNNE fue planeada como una nueva entidad universitaria cuyo objetivo se dirigía a satisfacer las "exigencias de cultura superior de las provincias de Corrientes, Chaco, Formosa y Misiones", bajo el régimen de autonomía establecido en la Nación.

Los principios del movimiento de promoción difundido en las cuatro provincias se precisaban claramente al expresar que la UNNE "tiene por fin primordial la investigación científica y la formación moral, estética, cultural, técnica y profesional de la juventud del nordeste argentino, así como contribuir al estudio de los problemas y necesidades de la región, todo ello en función de la persona humana, la universalidad de la cultura y la unidad de la conciencia nacional".

En 1960 se sancionó el primer Estatuto de la UNNE, mediante el cual se otorgaba la jerarquía de "Facultad" a cada una de las unidades administrativas, de enseñanza y de gobierno que resultaron confirmadas. Se introdujeron así modificaciones en la estructura de los departamentos e institutos que con anterioridad gozaban de autonomía. La nueva planta incluía cuatro facultades: una en Corrientes, una en Resistencia, una en Posadas y una en Formosa.

En 1987 se crearon en la Facultad de Agroindustrias (localizada en Pcia. Roque Sáenz Peña) las carreras de Ingeniería en Alimentos, Farmacia, Profesorado de Matemática

y Cosmografía, y Óptica Técnica. En 1999 se inició en esta misma Facultad la Tecnicatura Forestal organizada como carrera corta y a término.

La propuesta de creación de la Universidad Nacional del Chaco Austral, impulsada en el Congreso Nacional por el Senador Jorge Capitanich, tiene como antecedente inmediato y de origen la Facultad de Agroindustrias de la UNNE, cuya misión promueve desde su creación, en 1974, la generación y comunicación de conocimientos del más alto nivel, y la formación ética, cultural, técnica y profesional, contribuyendo al esclarecimiento de los problemas y necesidades de todo orden en la región.

POLÍTICAS

- De inserción social y comunicación externa

Esta institución establecerá una política de comunicación social para proyectar su razón de ser y favorecer la relación con la comunidad y con otras instituciones universitarias, articulando y proyectándose desde las actividades que desarrollará la misma en las áreas de docencia, investigación, extensión y servicios a la comunidad.

- De servicios:

En la Universidad Nacional del Chaco Austral, los servicios están orientados a:

- Proporcionar respuesta a demandas concretas de la comunidad, considerando las capacidades de los Departamentos;
- Ser la consecuencia de la comunicación e interrelación innovadora entre la Universidad y la sociedad.

La Universidad favorecerá el vínculo entre investigación y servicios, formación y servicios, o entre las tres actividades, teniendo como marco la relación con la zona de influencia y con énfasis en:

- Sistema educativo secundario, institutos de educación superior y de formación continua;
- Sectores productivos;
- Gobierno local y organizaciones de la sociedad civil local;
- Promoción del desarrollo cultural.

Los servicios que brindará la Universidad podrán asumir la forma de:

- Servicios a la comunidad;
- Servicios rentados a terceros.

Desde la óptica de los receptores, los servicios a la comunidad podrán adoptar dos tipos de modalidades: los gratuitos y los arancelados.

- De recursos humanos:

La gestión de recursos humanos de la Universidad es la forma en que la institución deberá conseguir al personal adecuado, docente, investigador-docente y no docente, para ocupar los lugares de trabajo necesarios en la estructura organizativa.

La gestión de recursos humanos deberá regirse por los siguientes lineamientos estratégicos:

- Respuesta a las necesidades del funcionamiento organizativo;
- Desarrollo de las competencias y potencialidades de la planta docente y no docente;
- Reconocimiento y premio al mérito;
- Reglas de juego claras.

Los lugares de trabajo deberán cubrirse en función de las necesidades académicas e institucionales y la disponibilidad de recursos presupuestarios, evaluándose las aptitudes a través de concursos y procedimientos imparciales de selección, así como de la apreciación objetiva del currículum personal y de antecedentes laborales. Estos criterios serán tenidos en cuenta ya sea para las incorporaciones a la institución como para las promociones

escalafonarias y, en todos los casos, los requerimientos se adaptarán de acuerdo al perfil del puesto a ser cubierto.

Todo el personal de la Universidad tendrá garantizada la posibilidad de realizar su carrera docente y administrativa en el marco de los Programas de Formación y Capacitación a fin de que los mismos puedan desarrollar el perfeccionamiento requerido por la institución y optimizar sus capacidades, consolidando asimismo el sentido de pertenencia a la entidad.

La Universidad propiciará todas aquellas acciones que permitan realizar la articulación entre la investigación, formación y servicios. Se deberá contar con una masa crítica relevante de docentes investigadores para que se constituya un ámbito propicio y así la articulación pueda realizarse en forma precisa.

- De planificación y evaluación institucional

Los Departamentos y unidades de la Universidad deberán anualmente presentar su planificación de trabajo y necesidades presupuestarias para ser aprobadas por el Consejo Superior. Los planes de trabajos deberán estar enmarcados en las normativas vigentes y la política institucional definida por la Universidad.

La Universidad deberá utilizar un sistema de gestión de la calidad y mejora continua, a fin de establecer las fortalezas y debilidades en las áreas de docencia, investigación, servicios y gestión. Esto permitirá corregir errores y reconocer la calidad de las tareas que se realicen en las áreas mencionadas. La vinculación entre la evaluación interna y externa de los pares será una característica del modelo institucional.

- De vinculación:

Las políticas de vinculación y cooperación interinstitucional han sido uno de los aspectos destacables de la gestión desarrollada por la Facultad de Agroindustrias de la UNNE, habiendo logrado relacionar armónicamente las áreas y sectores de la institución que producen conocimiento y los organismos públicos o privados que lo demandan,

favoreciendo específicamente la divulgación educativa, la vinculación tecnológica, la transferencia de tecnología y la generación de servicios. Por tal motivo, se aspira a profundizar este modelo exitoso en la Universidad Nacional del Chaco Austral.

En este sentido, se propiciará la conformación de equipos de trabajo para brindar servicios a terceros en una estrecha relación entre las actividades de transferencia y/o vinculación y las tareas de investigación y extensión, estimulando la firma de acuerdos marco de colaboración recíproca con instituciones del medio y de la región, a efectos de definir proyectos de mutuo interés.

Las acciones más importantes llevadas adelante en este marco se refieren a:

- Mantener estrecha vinculación con el sector productivo y de servicios.
- Prestar servicios a terceros y actividades establecidas en acuerdos rubricados
- Generar ingresos extra a las fuentes presupuestarias clásicas, que habiliten a obtener recursos propios destinados a financiar tareas de investigación y desarrollo tecnológico, adquisición de equipamiento, etc.
- Atender demandas sociales, de salud y medio ambiente, relacionadas con las temáticas de las disciplinas de la Universidad.
- Autorizar pasantías por parte de los alumnos que le permitan ampliar su capacidad y destreza.
- Difundir el conocimiento a través de cursos de capacitación y carreras de pregrado en diferentes niveles de la sociedad.
- Mantener estrecho vínculo con instituciones gubernamentales, ya sean nacionales, provinciales o municipales.

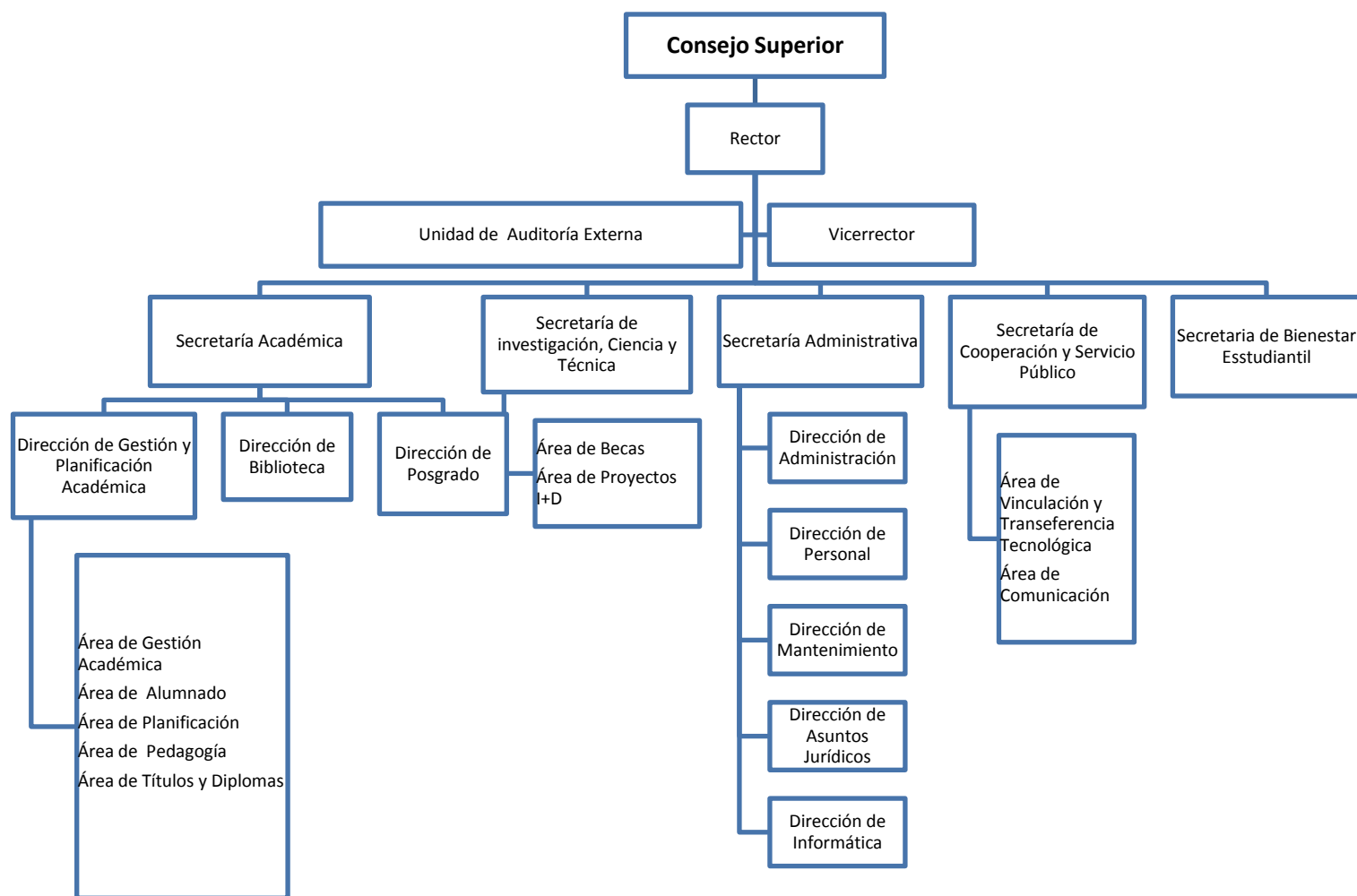
MISIÓN

La Universidad se propone como misión contribuir, a través de la producción y distribución de conocimiento y de innovaciones científico-tecnológicas, al desarrollo económico, social y cultural de la región, a fin de mejorar su calidad de vida y fortalecer los

valores democráticos en el conjunto de la sociedad, articulando el conocimiento universal con los saberes producidos por nuestra comunidad.

ESTRUCTURA ORGÁNICA

El siguiente organigrama ha sido confeccionado y facilitado por el Secretario Administrativo de la universidad.



REPERTORIO DE PÚBLICOS:

El repertorio de públicos es una herramienta de la cual se valen los Relacionistas Públicos para categorizar a los diferentes grupos de interés que forman parte de la

institución; esta herramienta también es útil para definir cómo abordar a cada grupo dependiendo de su interrelación con la institución y su importancia para ella y de esta forma planificar una estrategia comunicativa de la imagen institucional. El siguiente grafico muestra los públicos que interactúan con la universidad:

| <u>Internos</u> | <u>Externos</u> | <u>Mixtos</u> | |
|------------------|----------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| | | Semiinternos | Semiexternos |
| Consejo superior | Periodismo | Alumnos | Banco Patagonia ² |
| Rectorado | Medios de comunicación local | Unidad de auditoría externa | Colegios secundarios |
| Secretarías | Futuros alumnos | Proveedores por Concurso | Institutos de nivel terciario |
| | Científicos | Integrantes del coro | Colectividades locales |
| | Escritores | Convenios interinstitucionales | Universidades Nacionales |
| | Artistas locales | Miembros de la U.N.N.E | Universidades internacionales |
| | Municipalidad | Grupos estudiantiles | Comercios e industrias que participan en el programa de pasantías |
| | Ministerio Provincial de Cultura | Profesores visitantes/pasantes | O.N.G e instituciones benéficas |
| | Poder Ejecutivo Provincial | Docentes | |
| | Partidos Políticos | Personal no docente | |
| | Asociaciones Rurales Provincial | | |
| | I.N.T.A | | |
| | Comercios Locales | | |
| | Industrias del sector. | | |

Fuente: elaboración propia.

² Entidad financiera encargada de la liquidación de sueldos del personal.

La institución como ente generador de valor

Las instituciones educativas universitarias desempeñan un papel fundamental dentro de la sociedad brindando un servicio de interés público abocado a la enseñanza, a la docencia y a la investigación. Cumplen la función de proporcionar recursos y generar nuevos profesionales que sirvan para el progreso y desarrollo de la sociedad.

“Las instituciones constituyen un nivel intermedio entre los territorios social e individual. (...) de modo que no pueden existir instituciones fuera del campo social ni instituciones sin individuos que las conformen y les den cuerpo (...)” (Frigerio-Poggi, 1992:19). En este apartado podemos tomar en cuenta la influencia que brindan las instituciones educativas en la sociedad; habida cuenta que no se pueden considerar como entes totalmente dispersos y distintos sino que ambos campos (institución y sociedad) se complementan para definirse mutuamente y generar participaciones mutuas donde existe una retroalimentación; las instituciones se alimentan de una sociedad que resulta necesaria para su funcionamiento y la sociedad adquiere conocimiento de la institución educativa. Las universidades constituyen un gran espacio común para la construcción del conocimiento y enriquecimiento humanos.

De lo mencionado anteriormente arribamos al concepto que “la organización es un ser vivo, tiene un “cuerpo”, tiene una historia, evoluciona y cambia, vive en un entorno determinado con el cual se relaciona” (Capriotti, 1992:15). Es así que podemos llegar a la noción de que ella es un sistema abierto, que se alimenta y comunica con el entorno en el cual está inserta; la vida institucional se desarrolla dentro de un espacio de comunidad, en el marco de un sistema donde la retroalimentación de las acciones de la universidad son fundamentales para su funcionamiento, es decir, la respuesta de la sociedad ante los estímulos de la institución conforman la actividad de la misma. Es aquí donde vemos fundamental la tarea de un Relacionista Público como especialista para generar vínculos

afianzadores que incrementen e incentiven la participación comunitaria en el desarrollo técnico y profesional de la institución educativa. El profesional de la comunicación tendrá como tarea consolidar las relaciones con la comunidad para, de esta forma, afianzar las actividades intelectuales y científicas que cualifiquen a la sociedad, siendo éste el fin fundamental de la existencia de la universidad.

Lo mencionado anteriormente desprende implícitamente la definición de comunicación institucional sabiendo que ésta es “un sistema coordinador entre la institución y sus públicos que actúa para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y, a través de ello, contribuir al desarrollo nacional”. (Muriel y Rota, 1980: 31). Así, se genera una interdependencia entre los actores, es decir que tanto los estímulos de la institución como los de los públicos receptores van a estar determinados y afectados entre sí constituyendo a la comunicación como un todo interrelacionado.

La tarea de las Relaciones Públicas e Institucionales en este contexto consiste en establecer un corpus comunicativo definiendo mensajes según las necesidades de los públicos; los mismos deben contribuir al crecimiento de la comunidad y la institución como centro científico generador de conocimiento; es decir coordinar e integrar la comunicación entre las áreas de la institución, los alumnos y docentes (públicos internos) con los medios de comunicación y por ende con la sociedad (públicos externos).

De esta forma a través de la comunicación institucional se establece un sistema de programas comunicacionales para crear valores comunes entre los integrantes de la institución y la comunidad.

Los aportes teóricos presentados hasta ahora nos permiten concluir en una reflexión: La institución es un organismo de interés público que para servir como medio de aprehensión y formador de conocimiento, necesita mantener una comunicación coordinada y poseer relaciones con los profesionales, estudiantes y profesores como con su público externo para, de este modo, crear programas comunicativos de valor para el cumplimiento conjunto de objetivos. Dicho de otra manera, los fines institucionales deben estar coordinados con las necesidades del entorno para así contribuir al crecimiento social.

Los públicos como participantes y receptores de las acciones de Relaciones Públicas e Institucionales

Las Relaciones Públicas al tener como objetivo principal fortalecer los vínculos de la institución, requiere que todos aquellos que formen parte de la organización sean objeto de un análisis para poder desglosar sus necesidades y preferencias, lo que permite la implementación de técnicas y tácticas acordes a determinadas características que hacen único a cada público. Este análisis permite también que dichas acciones al ser dirigidas a cada grupo de interés, sean aceptadas de manera correcta ya que evalúa las actitudes de recepción de cada grupo.

En este caso la institución tiene que satisfacer las necesidades de aprendizaje y superación de los públicos colaborando de esta forma en el desarrollo poblacional y nacional. El impacto de los mensajes para dicha consecución de objetivos estará determinado por la capacidad de abordar a cada grupo de interés en particular.

Avilia Lammertyn(1997) define y menciona a los públicos como *grupos de interés* pudiendo estos ,dentro de la disciplina de las Relaciones Públicas, ser “reunidos según su proximidad, pertinencia o intereses para con el objetivo final (misión) de la organización o institución en internos, mixtos y externos”

Internos: llamaremos internos a los “grupos de interés que están estrechamente vinculados a los designios de la organización, que se encuentran compenetrados fuertemente con su misión específica y que integran su plantilla de colaboradores permanentes” (Avilia Lammertyn, 1997: 130). Dentro de la vida institucional se los puede subdividir en: rectorado, secretarías, etc. o también otra subcategoría factible sería horizontalmente por áreas o especialidades. En estos grupos se establece una alta dependencia ya que son los encargados de cumplir los propósitos de la institución.

Mixtos: “son grupos de interés que si bien no están estrechamente vinculados con los designios de la organización, tienen cercana relación con su misión específica, aunque no integran su plantilla de colaboradores permanentes.” (Avilia Lammertyn, 1997: 130).

En general se los subdivide según su cercanía con la vida organizacional en:

Semiinternos: son aquellos que “sin pertenecer a la organización tienen estrecha relación con ella y coadyuvan fuertemente a la consecución de sus objetivos.” (Avilia Lammertyn, 1997: 130).

Semiexternos: son aquellos que “sin pertenecer a la organización tienen una relación cercana, pero no tan estrecha como los semiinternos, aunque mayor que la que poseen los públicos externos.” (Avilia Lammertyn, 1997: 130)

Externos: “aquellos que influyen en la vida organizacional desde una posición de interés relativo”. (Avilia Lammertyn, 1997: 131), y que de la misma manera no están involucrados en las tareas de la organización específicamente, no trabajan en ella sino que están relacionados a la institución porque están afectados por las decisiones que ella toma; a su vez los públicos externos también influyen con su respuesta, sabiendo que, es a través de este tipo de público donde la institución plasma su accionar satisfaciendo la necesidad del bien común nacional.

Identidad Institucional: facilitadora de la comunicación e imagen

“La identidad incluye el historial de la organización, su creencias y su filosofía, el tipo de tecnología que utiliza, sus propietarios, la gente que en ella trabaja, la personalidad de sus dirigentes, sus valores éticos y culturales y sus estrategias”(Ind, 1992:3)

El concepto anterior nos permite deducir que la estructura que la organización monta para poder lograr un buen desempeño en la prestación de servicios es también la que determina su impronta y esa impronta es lo que se debe comunicarse hacia el exterior a través de programas de identidad e imagen.

La identidad “constituye el verdadero eje en torno al que gira la propia existencia de la organización” (Ind, 1992:4). Este eje es el que determina los planes de comunicación empleados por la institución. Tanto las políticas y reglas que se establecen dentro de una institución como así también el comportamiento y los mecanismos que realiza el personal

la hacen única; estos comportamientos son los que hay que destacar y los que van a prevalecer a la hora de comunicar, manteniendo desde luego aquellos rasgos que la configuran a una institución como un sistema único.

La identidad es la base de una posterior imagen que es la que se comunica; la identidad funciona como cimiento para poder construir una sólida y duradera imagen en la mente de los públicos; es la personalidad de la institución y está compuesta por su historia, normas y valores. La manera en que el personal modela y configura esta personalidad es lo que va a determinar la comunicación de la institución, ésta se proyecta en los diversos grupos de interés a través de los mensajes que la misma envía y de los signos o símbolos que la representan. Estos dos componentes comunicacionales son los que van a conformar una imagen de la institución en la mente de los públicos.

La identidad institucional se expresa en todos y cada uno de los mensajes y actos comunicativos, aún cuando su objetivo no sea el de transmitir directamente el discurso identificadorio. (Costa, 1992) Como estrategia comunicacional global es fundamental la identificación de los perfiles comunicativos que esa identidad transmite, es decir divisar cuáles son las funciones de transmisión de la personalidad, cuáles son las cualidades de la organización a destacar y de qué manera cumplen con la función comunicacional. A estas funciones las podemos teorizar y según el aporte de Fernández Collado (1995) dividir de la siguiente manera:

Función de producción: la comunicación organizacional se preocupa de la eficiencia, racionalidad y cuidadosa programación de actividades de los bienes y servicios; se orienta hacia la producción, (...) es aquella que informa a los empleados cómo realizar sus trabajos; incluye actividades como capacitación, orientación, establecimiento de objetivos, resolución de problemas, etc.

Función de innovación: una innovación es una idea, una práctica o un objeto que se percibe como nuevo dentro de la organización. (...) Se distinguen dos tipos generales de innovaciones organizacionales:

- Las innovaciones de la organización: son las innovaciones que se adoptan como resultado de una decisión organizacional; (...) la organización en general cambia, no así las personas que laboran en ella.
- Las innovaciones en la organización: las innovaciones en la organización son aquellas que requieren un cambio en el comportamiento del personal; la innovación incluye a toda la organización, pues requiere de un cambio en la actitud de los individuos, desde los directivos hasta los obreros y hacia ella para lograr nuevas metas organizacionales.

Función de mantenimiento:(...) Aquella que afecta el mantenimiento de la autoestima de los individuos, de las relaciones interpersonales con otros miembros de la organización. (...) Está dedicada a la socialización de la gente y no hacia el material con el que se trabaja.

Estas funciones pretenden actuar sobre el receptor para satisfacer necesidades comunicativas de cada grupo de interés en particular. Para que esto se lleve a cabo la organización (que actúa como emisor) produce diversos mensajes que van a estar determinados por el contexto situacional de la institución y por los diversos atributos que la institución posee y reconoce como propios. Una vez definida la información contenida en el mensaje, el emisor elige el medio por el cual será dirigido esta información, es decir, el canal y medio a utilizar; esta elección va a estar condicionada por el mismo soporte pues cada medio posee características distintivas y únicas que van a determinar su eficiencia de difusión. Es así como el emisor tiene el poder de focalizar las informaciones, esto es, planear tanto la información que va a ser transmitida como los medios y canales por donde dicha información circulará culminando con el consumo por parte del receptor pretendiendo de esta forma cumplir con los propósitos comunicativos de producción, innovación y mantenimiento.

El propósito de la identidad dentro de la institución educativa es el de cohesionar las acciones de los grupos para manejar de manera conjunta la prestación de servicios; el público interno al sentirse identificado con las metas y propósitos generales crea un

sentimiento de pertenencia que fortalece el compromiso del logro de objetivos institucionales.

Imagen Institucional: la intención de comunicarse.

Al hablar de imagen institucional estamos haciendo referencia a aquellos rasgos organizacionales captados por los grupos de interés que se convierten en rasgos identificatorios. La tarea aquí, como comunicadores, es dotar de atributos identificadores y reconocibles a los mensajes para que estos sean claramente distintivos para los públicos, “la imagen no es más que lo que un determinado público percibe sobre una organización a través de la acumulación de todos los mensajes que haya recibido.” (Ind, 1992:4)

Entonces es imprescindible en el estudio del proceso de formación de la imagen el análisis de los públicos; indagar sobre la apreciación hacia la organización de los grupos de interés. “La percepción de una organización es el proceso mediante el cual un sujeto conoce a una organización, y llega a concebir sus características y cualidades.” (Capriotti, 1992: 50) para ello el receptor busca información, de esta forma califica y clasifica a la institución a partir de rasgos organizadores de la percepción. “Estos rasgos organizadores son una serie de dicotomías de calificativos que se aplicarán a la organización por conocer.” (Capriotti, 1992: 50). Los mismos van a ocupar un lugar central de acuerdo a las características personales del receptor y de la relación que existe entre el sujeto con la institución; son estos calificativos los que van a actuar como influenciadores para categorizar los atributos de la institución.

La gestión de la imagen nos va a permitir realzar la historia de la institución mejorando las distintas maneras que tiene la organización para enviar mensajes tomando en cuenta que estos mensajes pueden ser involuntarios o conscientes, y que puede influir en esta transmisión también el comportamiento de las personas que trabajan dentro de ella.

Para el presente estudio es pertinente analizar el sistema de acciones institucionales que la universidad realiza hacia el exterior tomando como base la personalidad de la organización y el aporte teórico que se encuadra con este objetivo es el de la imagen

intencional. “La imagen intencional es la manifestación de la personalidad...” (Villafañe, 1998: 69), esta personalidad es configurada por las políticas, normas e historia de la institución. En el siguiente apartado Villafañe señala que la difusión que una institución pretende realizar debe estar inducida e influenciada por la identidad:

“La imagen de una organización no se crea sino en la mente de los públicos; desde dicha empresa sólo se puede incluir, en mayor o menor grado, dicha imagen a partir de acciones estrictamente comunicativas y de difusión de lo que podríamos llamar su identidad comunicable. Es decir, podemos incluir una cierta imagen -la intencional- a partir de la manifestación de su personalidad corporativa.” (Villafañe, 1998: 70).

Esta imagen intencional se determina a partir de las relaciones que tiene la institución hacia el exterior, pero la organización no tiene la capacidad de controlar esta imagen ya que es el público el que se encarga de decodificar los estímulos que la organización envía; desde la institución se puede planear estratégicamente la comunicación de sus acciones y con ello inducir una imagen positiva contrarrestando la incertidumbre, la desinformación y la mala percepción de los grupos de interés. Entonces en el presente trabajo se pretende entender de qué manera se realizan las acciones institucionales comunicativas y cómo se utilizan los recursos comunicacionales para generar en la mente de los públicos una imagen positiva.

En suma lo que va a componer la formulación de la imagen en la mente de los públicos es el conjunto de acciones que la universidad implementa para interactuar con los diversos grupos de interés. La institución planificando el sistema de acciones institucionales actúa sobre el público transmitiendo los valores y atributos que la desea que permanezcan en la mente del público como rasgos organizadores centrales.

A continuación se expondrán las bases teóricas para el estudio de la identidad visual.

Identidad Visual: ¿Cómo me ven?

Capriotti (1992:118) define a la identidad visual como “un sistema o conjunto de características físicas reconocibles perceptiblemente por el individuo como unidad identificadora de la organización”.

Al hablar de “características físicas” nos referimos a todo aquello palpable, que se puede plasmar fácilmente en los medios que utiliza la organización para transmitir los mensajes; tales medios pueden ser tanto la papelería como la cartelería externa. A través de la coordinación de las herramientas y los medios de comunicación el relacionista público busca proyectar los valores de la organización en símbolos para contribuir al reconocimiento visual de los públicos.

Esta identidad visual es de suma importancia porque es un retrato tanto de la identidad como de la imagen de la institución. La característica básica de ella es que es identificable fácilmente, dota de atributos y personaliza las virtudes que la organización posee como esenciales y desea que el público interiorice y recuerde. Una identidad visual al resaltar los rasgos institucionales más significativos refuerza los mensajes de la institución creando así un todo comunicativo en el público, es decir el individuo asimila y armoniza el discurso de la institución con el símbolo.

Los elementos fundamentales de la identidad visual de una organización son:

Símbolo

Desde el punto organizacional la imagen que esté representada en el símbolo debe ser un claro reflejo de los rasgos de ella, por consiguiente su personalidad, “es una figura icónica que representa a la organización, que la identifica e individualiza con respecto a las demás.” (Capriotti, 1992: 119). El símbolo es una marca visual que representa físicamente la idea de presencia en la mente de los públicos, lo que genera una cercanía e identificación. Esta representación debe ser reconocida por el público que la percibe.

Logotipo

En el logotipo se le otorga al nombre alguna característica que lo hace especial, fácil de recordar y es lo que lo distingue de todos los demás. “Es el nombre de la organización (o su nombre comunicativo) escrito de una manera especial, con una determinada tipografía.”

(Capriotti, 1992:122). Es la identificación gráfica más apreciada y reconocible; junto con el símbolo configuran la representación más distintiva de la identidad institucional.

Colores identificatorios.

“Son el conjunto de colores, o gama cromática, que identifican a la organización”. (Capriotti, 1992: 123): Cuando hay una coordinación entre todos los medios a través de los que la universidad transmite los mensajes, es necesario que esté presente también en los colores que utiliza; usar varios colores y más aun cuando son muy distintos entre sí puede crear confusión al recibir los diversos mensajes. La unificación de distintos sistemas de comunicación es una herramienta básica para que el contenido, o sea el mensaje logre un entendimiento acorde entre todos los medios. El color siempre va a aportar un carácter distintivo a la identidad visual; ahora bien, cada color transmite distintas percepciones y sensaciones inconscientes, lo que permite que cada color se asocie directamente con espectros significativos en la mente de los públicos. A continuación haremos una breve exposición al respecto³:

- Blanco: Se le considera el color de la perfección, significa seguridad, pureza y limpieza, se le asocia con la frescura y la limpieza, puede utilizarse para comunicar simplicidad.
- Amarillo: Representa la alegría, la felicidad, la inteligencia y la energía. Sugiere el efecto de entrar en calor, provoca alegría, estimula la actividad mental y genera energía muscular. Por su eficacia para atraer la atención, es muy útil para destacar los aspectos más importantes de una página web.
- Naranja: Se le asocia a la alegría, el sol brillante y el trópico. Representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo. Da sensación de calor, representa la fortaleza y la resistencia.
- Rojo: se le asocia al peligro, la guerra, la energía, la fortaleza, la determinación, así como a la pasión, al deseo y al amor, muy intenso a nivel emocional, tiene una visibilidad muy alta. Trae el texto o las imágenes con este color a primer plano resaltándolas sobre el resto de colores. En publicidad se utiliza el rojo para

³ Disponible en: www.webusable.com/coloursMean.htm Consultado: 26/05/11

provocar sentimientos eróticos, está muy relacionado con la energía. Simboliza valor y coraje.

- Púrpura: Se asocia a la realeza y simboliza poder, nobleza, lujo y ambición. Sugiere riqueza y extravagancia, está asociado con la sabiduría, la creatividad, la independencia, la dignidad, representa la magia y el misterio.
- Azul: se suele asociar con la estabilidad y la profundidad. Retarda el metabolismo y produce un efecto relajante. Es un color fuertemente ligado a la tranquilidad y la calma. Simboliza la sinceridad y la piedad, el azul es un color frío ligado a la inteligencia y la consciencia.
- Verde: es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura. Tiene una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad, el color verde tiene un gran poder de curación. Es el color más relajante para el ojo humano y puede ayudar a mejorar la vista, sugiere estabilidad y resistencia, representa el crecimiento y la esperanza.
- Negro: representa el poder, la elegancia, la formalidad, la muerte y el misterio. Representa también autoridad, fortaleza, intransigencia. También se asocia al prestigio y la seriedad, puede dar imagen de elegancia, y aumenta la sensación de profundidad y perspectiva.

Tipografía

Dentro de la unificación de los distintos sistemas que componen la identidad visual corporativa encontramos otro componente, la tipografía que “es el alfabeto diseñado o elegido por la organización como signo de identidad tipográfica de la misma.” Implantando un sistema coordinado de tipografías o familias tipográficas se crea en la identidad visual un elemento de distinción que al estar unificada en todas las herramientas comunicativas favorece la memorización en el sujeto receptor.

Todos los factores enumerados anteriormente se aglomeran para formar un solo elemento coordinado de identificación y memorización, que no sólo atribuye condiciones de estilo al nombre de la institución educativa sino que también permite que ella sea entendida como un todo organizacional.

Concluimos en que la identidad va a actuar como facilitador de las comunicaciones emitidas por la institución, dicho de otro modo, los atributos organizacionales al estar plasmados en los mensajes y la identidad visual crean un corpus comunicativo que se plasma en la percepción de los públicos con respecto a dicha institución. La cohesión de todos los elementos y herramientas comunicativas hacen al entendimiento de los grupos de interés, generando con ello vínculos afianzadores que coadyuvan al cumplimiento de objetivos.

FASE 1:

Esta fase es exploratoria porque el fin principal de esta etapa no ha sido aun explorado ya que nos encontramos frente a una evolución, a un cambio en la UNCAus; no existen antecedentes de que haya sido estudiada, por lo que debemos identificar dimensiones y categorías de análisis. Del mismo modo se pretende estudiar y detectar la existencia de relación entre la identidad que está implícita en toda organización y la imagen que transmite hacia el exterior. Estos tipos de estudios “responden a la necesidad de lograr claridad sobre la naturaleza del problema o de alguna de las variables o aspectos en él implicados, buscando lo nuevo por sobre la confirmación de lo que ya sabemos” (Vieytes, 2004:90)

El enfoque utilizado en esta fase está intrínsecamente relacionado con el tipo de estudio ya que la metodología cualitativa, expone una “orientación hacia el descubrimiento (...) busca generar teorías desde los datos guiada por conceptos sensibilizadores” (Vieytes, 2004:72); resaltamos nuevamente en este punto que no existen antecedentes acerca del estudio de la identidad e imagen en la UNCAus.

Utilizaremos como técnicas entrevistas y observaciones; en cuanto a la entrevista aparece como pertinente ya que “aborda algo (lo profundo) que está por debajo de la superficie” (Merlino, 2009: 113) al ser un tema que no ha sido investigado con anterioridad es necesario recolectar datos de manera exhaustiva para no dejar ninguna característica librada al azar por lo que también se utilizará como instrumento una guía de pautas que contemplará todos aquellos detalles pertinentes a cada tema en particular, ya sea identidad o imagen, teniendo en cuenta también las características personales de los individuos involucrados en cada caso.

En cuanto a la observación nos servirá para “estudiar a las personas en sus comportamientos manifiestos y públicos, como lo son las prácticas sociales o laborales” (Vieytes, 2004:314) teniendo en cuenta también que en este caso el observador no

participa en la situación observada definiremos a la observación dentro de la modalidad simple. Para poder observar de manera más precisa se utilizará una guía de observación como instrumento, lo que nos permitirá estar atentos a todos los detalles del comportamiento, actividades y actitudes; también nos permitirá observar de manera exacta aquellos detalles que hacen a la imagen institucional ya sea en la cartelería, la limpieza del edificio, su infraestructura, entre otros aspectos.

Como unidades de análisis u objeto de estudio tomaremos al personal de la universidad contemplándolos bajo el concepto de población, más específicamente a los secretarios (niveles superiores) y al rector de la misma, los cuales formarían parte de la muestra por ser un subconjunto que comparte características similares. Eso quiere decir que estas personas seleccionadas representan al resto de la población. (Bologna, 2001). Para definir la muestra utilizamos el criterio no probabilístico intencional, por ser el investigador quien decide cuáles son los individuos más adecuados para aportar riqueza de contenidos a la investigación. (Bologna, 2001)

FASE 2:

En esta fase buscaremos obtener un “perfil del objeto analizado” (Vieytes, 2004:93) que llevará a que la investigación se torne de tipo descriptiva. Sampieri (1994) expresa que “en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así -y valga la redundancia- describir lo que se investiga.” (Sampieri, 1994: 60). Lo que se pretende lograr en esta etapa es analizar los atributos de la identidad de la institución como así también detallar los medios que la universidad utiliza para posteriormente presentar un análisis al respecto.

En este segmento utilizaremos como enfoque metodológico el enfoque cuantitativo ya que “procura la explicación de los fenómenos y eventos del mundo natural y el social y la generalización de las conclusiones” (Vieytes, 2004:42). En este punto es de especial importancia describir detalladamente aquellos componentes que hacen a la imagen como así también sus públicos y mensajes.

Para el trabajo recurriremos a encuestas como técnica de recolección de datos fundándonos en cuestionarios como instrumento; utilizaremos este método ya que este tipo en particular tiene como objetivo central “la medición precisa de una o más variables dependientes, en alguna población definida o en una muestra de dicha población” (Vieytes, 2004:329), ello nos permitirá desglosar analíticamente cada variable para su posterior estudio teniendo en cuenta todos los detalles.

Para realizar las encuestas tomaremos como población a los alumnos de la universidad, seleccionando la muestra a través del criterio no probabilístico estratificado: separaremos a los individuos en estratos homogéneos en su interior, tomando como referencia alguna categoría que los diferencie (Bologna, 2001); en la presente investigación tomaremos en cuenta la carrera que se encuentra cursando el alumno como así también los años de cursado que lleva dentro de la institución.

Funciones de los mensajes

Aquí se determinará a través de un instrumento evaluativo si los mensajes emitidos por parte de la organización son aptos para que la comunicación fluya con éxito, es decir que llegue de una manera clara y comprensible al conjunto de destinatarios internos. Dentro de cada función se evaluará:

- Emisor
 - Número de personas a cargo de la emisión: todo personal que tiene la capacidad y autoridad (para los receptores) para comunicar dentro de la universidad.
 - Criterio de emisión: es la idea organizativa sobre qué función cumple el mensaje, este criterio puede ser funcional (expresa las maneras en que el emisor debe cumplir con su servicio dentro de la institución) y normativo (las actividades de carácter formal que estén establecidas en algún instrumento normativo)

- Composición de la fuente: está afectada por dos tendencias: la heterogeneidad (hay multiplicidad de sujetos emisores quienes cumplen funciones disimiles entre sí dentro de la escala organizativa) y la homogeneidad (los emisores pertenecen a un rango similar dentro de la estructura jerárquica)
- Mensaje
 - Contenido: presencia de los rasgos de la identidad institucional dentro del mensaje.
 - Soporte: manera en que se produce el mensaje en su aspecto “físico”. Puede ser: gráfica, textual, verbal o visual.
- Medio
 - Características y descripción: es la manera en que se transporta el discurso organizacional, es decir a través de qué medio el mensaje llega al receptor; a éstos los dividimos en mass media (son unidireccionales e impersonales, dirigen la información a una gran cantidad de receptores, pueden ser la radio, televisión e internet), micro media (medios selectivos de contacto directo que permiten una relación entre interlocutores, es decir son bidireccionales, un ejemplo de éstos puede ser el teléfono, correo electrónico, entre otros) y contacto personal (contacto directo del emisor con el receptor, cara a cara. Por ejemplo reuniones.)
- Receptor:

Personal involucrado: receptores internos, están contempladas todas las áreas de la universidad como así también su personal.

8- Ficha Técnica.

Ficha técnica:

FASE 1:

| | |
|-------------------|-------------------------------|
| Tipo | Exploratoria |
| Metodología | Cualitativa |
| Técnica | Entrevista Observación |
| Instrumentos | Guía de pautas |
| | Guía de observación |
| Población | Personal de la universidad |
| Criterio Muestral | No probabilístico intencional |
| Muestra | 5 |

FASE 2:

| | |
|-------------------|---------------------------------------|
| Tipo | Descriptivo |
| Metodología | Cuantitativo |
| Técnica | Encuestas |
| Instrumentos | Cuestionarios |
| Población | Alumnos de la universidad |
| | Potenciales alumnos de la universidad |
| Criterio Muestral | No probabilístico, estratificado |
| Muestra | 60 |

9- Operacionalización de las variables de estudio

| | VARIABLE | DIMENSIÓN | INDICADORES | TÉCNICA |
|-------------------------|----------------------------|-------------------------------------------|---------------------------|-----------------------------|
| Identidad Institucional | Identidad institucional. | Atributos de la Identidad Organizacional. | Normas organizacionales | Entrevistas en profundidad. |
| | | | Políticas | |
| | | | Misión de la Universidad | |
| | | | Estructura Organizativa | |
| | Funciones comunicacionales | Función de producción | Emisor | Entrevistas en profundidad. |
| | | | Canal | |
| | | Función de innovación | Mensaje | |
| | | | Receptor | |
| | | Función de mantenimiento | | |
| | | | | |
| | Identidad visual | Símbolo | Relación con la actividad | Observación |
| | | | Abstracción | |
| | | | Simplificación | |
| | | | Impacto visual | |
| | | Logotipo | Pregnancia | Observación |
| | | | Legibilidad | |
| | | | Equilibrio | |
| | | Colores | Gama Cromática | Observación |
| | | | Visibilidad | |
| | | | Combinaciones | |

| | | | | |
|--------------------|--------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------|
| Imagen Intencional | | | Usos alternativos | |
| | | Tipografía Corporativa | Legibilidad | Observación |
| | | | Usos adecuados | |
| | | | Grosor | |
| | | | Inclinación | |
| | Comunicación de la institución | Sistemas de acciones institucionales | Servicio al público | Entrevistas en profundidad |
| | | | Relación con los medios de comunicación | |
| | | | Organización de actividades | |
| | | | Participación de actividades | Encuestas |
| | | | Acciones de responsabilidad social | |
| | | Percepción de la institución | Formación del personal | Observación |
| | | | Gestión de Reclamos | |

Fuente: elaboración propia.

A continuación se expondrán las consideraciones que se desprenden de las investigaciones realizadas, las que responden al objeto central de estudio.⁴

⁴ Los resultados totales de las encuestas y entrevistas se encuentran en el Anexo.

Identificación de los atributos de la identidad institucional

Los valores de la identidad institucional identificados son los siguientes:

- Innovación
- Tecnología avanzada
- Autonomía
- Desarrollo sustentable
- Prestigio
- Integración con la sociedad chaqueña
- Integración con la comunidad universitaria

Análisis de la imagen intencional

- Funciones de los mensajes

A continuación expondremos los resultados concluyentes del análisis de las funciones de los mensajes utilizando los indicadores señalados anteriormente.

• Función de Producción

| | Mensajes | | | | | |
|--|-------------------------|-----------------|---------|---------|--------|--------|
| | Contenido | | | Soporte | | |
| | Objetivo comunicacional | Atributos de la | Gráfica | Textual | Visual | Verbal |

| | | | | | | |
|----------------|--------------------------------------|--------------------------------------------|---|---|--|---|
| | | identidad | | | | |
| 1 ⁵ | Capacitación docente | Integración con la comunidad universitaria | X | | | X |
| 2 | Asignación de tareas | Tecnología avanzada | | X | | X |
| 3 | Resolución de problemas | No aparece | | X | | X |
| 4 | Planeación de actividades académicas | Innovación | | X | | X |
| 5 | Informes técnicos | No aparecen | | X | | |
| 6 | Asignación de recursos | Autonomía | | X | | |

| Emisor | | | |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Personas a cargo de la emisión | Composición de la fuente | Criterio de emisión |
| | | Homogénea | Funcionales |
| | Reducida, es decir hay cinco personas a cargo de la emisión de mensajes un nombre universidad. Ellos son los responsables de cada secretaría y el rector quienes por su estructura jerárquica son los encargados de orientar a los empleados sobre el cumplimiento de objetivos. | Estas fuentes pertenecen al mismo nivel funcional y tienen la misma autoridad para tomar decisiones. | Los secretarios en este caso brindan información a sus subordinados para contribuir al desempeño de su trabajo. Contempla aquellas acciones técnicas y tácticas para el cumplimiento de objetivos a corto plazo, vienen a cumplir la |

⁵ Se utilizará la misma nominación cardinal para estudiar los posteriores apartados.

| | | | |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------------------------------------------|
| | | | función de instructivo ante un problema de procedimiento. |
| 1 | Secretario académico conjuntamente con la Secretaria de cooperación. | | |
| 2 | Rector de la institución. | | |
| 3 | Rector de la institución. | | |
| 4 | Tutores de cada carrera conjuntamente con el Secretario académico | | |
| 5 | Todas las secretarías dependiendo de sus necesidades. | | |
| 6 | Tutores. Secretarías: Académica De bienestar estudiantil Cooperación y extensión educativa. | | |

| | Medio | | |
|---|----------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| | Características y descripción. | | |
| | Mass media | Micro media | Contacto Personal |
| 1 | Radiodifusión en FM UNCAus (101.9Mhz.) | Por medio de carteleras y afiches. | Charlas y conferencias de capacitación. |
| 2 | | Teléfono fijo, celular y mailing | Encuentros personales del rector en la oficina de cada secretario |

| | | | |
|---|--|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 3 | | Teléfono fijo, cartas formales y correo electrónico. | Visitas espontáneas en casos urgentes por parte del rector de la institución. |
| 4 | | Organización vía mail de la reunión posteriormente; se redacta un acta con los temas tratados. | Reuniones |
| 5 | | Redacción de proyectos formales. | |
| 6 | | Pedidos presupuestarios de recursos para laboratorios y aulas. | |

| | Receptor | | |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------|
| | Personal involucrado | | |
| | Secretarías | Docentes | No docentes |
| 1 | | De todas las áreas y carreras incluidas los tutores. | |
| 2 | Académica De bienestar estudiantil Administrativa Cooperación y extensión educativa. | Tutores de carreras | |
| 3 | Académica De bienestar estudiantil Administrativa Cooperación y extensión educativa. | | |

| | | | |
|---|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 4 | | Tutores y docentes de cada carrera en particular siendo de manera distinta y separada en cada disciplina | |
| 5 | Rectorado conjuntamente con la secretaría administrativa. | | |
| 6 | Secretario administrativo quien aprueba o rechaza los pedidos de suministro. | | |

En los cuadros sistematizados anteriormente es posible percibir que los rasgos identificatorios de la universidad no están contemplados en la totalidad de los mensajes, más aún, estos rasgos se presentan de manera aislada en cada mensaje, es decir, no hay una unificación que regle y coordine la información a transmitir. La universidad aspira que la reconozcan por una gran cantidad de cualidades, lo que no se percibe en los mensajes que ésta envía, por lo tanto, se torna evidente que esos valores no están presentes en los grupos internos, lo que sugiere un debilitamiento en el sentido de pertenencia y una pérdida del compromiso para con el cumplimiento de objetivos institucionales.

En segundo lugar podemos observar que se utilizan mayormente los soportes textuales y verbales sin tener en cuenta la multiplicidad de formas que puede tomar un mensaje, es así como la comunicación se vuelve aislada y controlada solo por un sector del público interno sin llegar a todo el conjunto, provocando de esta forma, la fragmentación de la información, diversificando las impresiones de los grupos internos con respecto a la identidad institucional.

Siguiendo con nuestro estudio podemos inferir en que los integrantes de las secretarías son los sujetos autorizados para hablar en nombre de la universidad; el nivel funcional que cumplen estos sujetos dentro de la institución deriva en la idea de autoridad por parte del resto del personal, esto los ubica en una posición de emisores capacitados.

Otro emisor es el rector quien es el responsable y normativamente la máxima figura de la institución, éste es el encargado ante cualquier circunstancia de la comunicación interna, es decir, se canaliza en su figura la responsabilidad de brindar información haciendo cumplir con los objetivos organizacionales. La comunicación que es impartida por esta figura se da en todos los ámbitos y sectores organizacionales sin la intervención de ningún intermedio, es así como el rector tiene el mismo trato con todos los integrantes de la universidad siendo estos responsables de área, estudiantes o docentes.

Lo mencionado demuestra que la composición de la fuente es homogénea, los diversos sujetos a cargo de la emisión están dentro del mismo nivel de decisiones y funciones, lo que consideramos una ventaja, ya que, evita la dispersión de la información y permite que solo las personas adecuadas y capacitadas para la composición y construcción de los mensajes sean las que comuniquen.

En esta universidad los emisores son solo aquellas autoridades que dentro de un contexto definido de acción emiten información a nombre de la institución, favoreciendo de esta manera a la funcionalidad de la entidad. Al ser autoridades tienen como principal propósito comunicar, de manera clara y reconocible las tareas y acciones a los diversos niveles para contribuir al desempeño del personal. La comunicación en este caso se orienta a la funcionalidad de la prestación de servicios, es decir, a la coordinación a través de técnicas y tácticas específicas de las tareas del personal docente y no docente, para de esta manera integrar coherentemente las tareas y ofrecer una calidad educativa superior.

Con respecto a los medios utilizados vemos que prima la utilización de los micro media y dentro de ellos el teléfono, el correo electrónico y cartas formales (estas cartas son las previstas por norma para la realización de tareas regladas por el estatuto). Según los dichos de los emisores estos medios son los preferidos por ser selectivos y porque presentan una rapidez de respuesta, esta rapidez se torna necesaria, ya que, los secretarios manifiestan estar siempre tratando de apagar incendios, es decir, de resolver problemas de manera urgente, esta condición hace que también sea de suma importancia el contacto personal. A través de visitas espontaneas por parte del rector éste imparte las ordenes necesarias para el cumplimiento de las tareas administrativas correspondientes de cada secretaria. Es importante señalar que estas visitas hacen que los objetivos sean individuales

y que no exista una coordinación conjunta en el cumplimiento de las metas institucionales, cada secretaría labora a título individual respondiendo sólo a las necesidades expresas particulares, sin pensar en la contribución a la estructura institucional en su conjunto.

La falta de institucionalización de medios de comunicación hace que la coordinación inter área sea deficiente, lo que perjudica al transporte de la información siendo el discurso final perceptible solamente a un grupo estratificado de personal, decimos estratificado porque sólo el personal perteneciente a un nivel alto de decisión es el individuo informado, entonces, se tiene en cuenta sólo los niveles dentro de la estructura administrativa para brindar la información necesaria para hacer efectivo el desempeño institucional. De esta forma el personal no docente es desestimado del proceso de comunicación, por ende no percibe ninguna directiva que le brinde orientación en el desempeño de sus funciones.

En vista de los datos expuestos se puede apreciar que es necesario el diseño e implantación de un plan de comunicación que defina la estructura comunicativa interna para articular y coordinar la interacción de los elementos del proceso comunicativo. En la actualidad la transmisión de los mensajes es articulada respondiendo a los objetivos sectoriales a corto plazo sin que intervenga una estructura comunicación permanente, general y planificada. Esto hace que los mensajes no sean instrumentos estructuradores de los valores institucionales, lo que dificulta la realización del trabajo dentro de la organización porque no existe identificación del personal con los objetivos institucionales, es decir, no hay un camino marcado para cumplimentar con el ideal institucional. La eficiencia de la universidad se ve afectada ya que el personal desconoce los valores motores que sirven como impulsores de sus actividades. En consecuencia, las actividades laborales y la consecuente producción de servicios se ve afectada por las deficiencias de la estructura comunicativa: la falta de transmisión del sentido institucional conjuntamente con la falta de medios que armonicen y transporten la información de manera que sea percibida por todos los sectores implicados.

- **Función de innovación**

| | Mensajes | | | | | |
|---|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------|---------|--------|--------|
| | Contenido | | Soporte | | | |
| | Objetivo comunicacional | Atributos de la identidad | Gráfica | Textual | Visual | Verbal |
| 1 | Transición UNNE-UNCAus: -Nuevas carreras -Nuevo presupuesto. | Autonomía Innovación | X | X | | X |
| 2 | Creación Multimedio UNCAus | Tecnología Avanzada Integración con la comunidad chaqueña | | X | | X |

| | Emisor | | |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Personas a cargo de la emisión | Composición de la fuente | Criterio de emisión |
| | | Heterogénea | Normativo |
| 1 | Representante de la Universidad Nacional del Nordeste Representante de la Secretaría Política Universitaria Nacional. | En este caso en particular hay una pluralidad de emisores de distinta posición todas ellas representan a esferas de autoridad similares dentro del área de educación. En este caso la fuente se encuentra dispersa y no hay ningún representante de la universidad. | El fin principal es establecer las directivas a partir de normas establecidas en el estatuto, es decir, regla el comportamiento a partir de las normas institucionales, en este caso con el fin de |

| | | | |
|---|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | explicar los nuevos modos de actuar en el marco de la transición. |
| 2 | Rector Secretario administrativo | Homogénea | Funcional |
| | | Ambos sujetos emisores son pertenecientes al mismo ámbito de decisión, con la misma autoridad. | El planteamiento informativo se dirige a explicar la funcionalidad de los medios comunicacionales de reciente creación y la manera de utilizarlo en pos del desarrollo de las políticas comunicacionales. |

| | | | |
|---|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| | Medio | | |
| | Características y descripción. | | |
| | Mass media | Micro media | Contacto Personal |
| 1 | | -Nota certificada por una autoridad jurídica donde se especificaban las características de una nueva relación contractual. -Instructivos en forma de afiche colocados en las carteleras. | Reunión programada exigida por el estatuto |
| 2 | | Mailing a todos los usuarios de la universidad. | Reuniones informales con cada sujeto en particular |

| | Receptor | | |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| | Personal involucrado | | |
| | Secretarías | Docentes | Co-docentes |
| 1 | Todas las áreas, quienes también colaboraron con la redacción del proyecto | -Aquellos que formaban parte de la planta permanente. -Nuevos contratados a partir de diciembre del 2009. | |
| 2 | <p>- El mailing contempla a todo el público interno de la universidad entre los cuales se encuentran las secretarías de:</p> <p>De Bienestar Estudiantil</p> <p>Académica</p> <p>De cooperación y extensión universitaria</p> <p>Con estas secretarías también se mantuvo charlas y reuniones informales.</p> <p>-Todo el personal docente y no docente:</p> <p>Alumnos becados trabajando actualmente en la universidad.</p> <p>Encargados de biblioteca.</p> <p>Personal de investigación y tecnología del área de laboratorios.</p> | | |

La innovación que se da en una organización requiere de cambios actitudinales en el personal para que ésta se implemente con éxito, lo que se logra con la creación de programas de comunicación interna. Con lo expresado en los cuadros anteriores podemos apreciar que el principal cometido de la comunicación fue enunciar y explicar a los públicos internos la idea de autonomía institucional, mostrar el desapego con la UNNE y la aparición de la nueva UNCAus, para ello se recurrió a una sola reunión donde días antes de empezar un nuevo ciclo lectivo, autoridades nacionales y provinciales informaron a los docentes acerca de su nueva condición, pero siempre desde el lugar empleador, sin una previa planeación ni una correcta gestión del cambio.

Esto prestó a malos entendidos y confusiones por parte del personal involucrado. En este caso, la comunicación implantada por la institución hace referencia al sueldo y la nueva condición contractual.

Los sistemas de comunicación deben actuar para informar, formar, motivar e integrar a los implicados en el cambio, además de motivar a la aprehensión de las nuevas normas y valores culturales como pilares que establezcan la conjunción de las metas institucionales.

Con respecto a los medios utilizados para informar sobre la transición, nos encontramos frente al uso de recursos formales; en primer lugar, una reunión la cual es establecida por estatuto y, segundo, la firma de una nueva relación contractual. No se ha registrado el uso de otro medio que aporte a la adaptación del personal, más aún en el caso de los docentes los cuales no fueron partícipes de la transición en ninguna instancia del proceso, esto generó desconfianza y, sumado a ello, la desinformación, hizo que circulen en el ámbito informal diversas versiones sobre las consecuencias de la transformación. Por el contrario los secretarios participaron en el proceso de creación de políticas para el proyecto institucional por lo que se enfrentan al cambio positivamente, pero desde su lugar de autoridad como sujetos emisores representantes de la institución no nuclea esa vinculación con el proyecto en los demás integrantes de la universidad.

En cuanto a la creación del multimedia, vemos que los creadores del proyecto son los encargados de comunicarlo; su autoridad como sujetos emisores viene dada por este motivo. La información con respecto al nuevo medio se brindó de manera funcional a todo el personal de alto rango de la institución, esto quiere decir que, el principal criterio de emisión consistió en sugerir los usos adecuados para cada medio en particular y así cumplir las metas comunicacionales de cada área, esto conlleva a que la información esté fragmentada y al mismo tiempo que no se transmitan hacia el exterior los atributos de la identidad. La falta de un plan de comunicación institucional que canalice y unifique los mensajes emitidos hace que cada secretario, al dirigirse a título de la universidad, (sin una sistematización), establezca una brecha entre la composición

de vínculos y en la interacción con ellos; esto se debe principalmente a la construcción de objetivos comunicacionales sectoriales sin tener en cuenta el entorno institucional.

En el presente estudio también analizamos el uso del correo electrónico para la comunicación a los distintos niveles institucionales, es decir, al personal docente y no docente. La información destinada a estos grupos tiene como fin principal la de informar de la creación de la nueva radio y el próximo canal televisivo sin incluir en los comunicados ningún rasgo identificativo de la institución. La universidad al tener como fin fundamental el desarrollo social comunitario, es necesario que aplique un programa de comunicación que incluya a los distintos grupos de interés como participantes activos de los medios de comunicación desarrollando propuestas creativas para la realización de programas radiales por ejemplo.

La innovación si no va acompañada de planes de comunicación que brinden lineamientos para informar y motivar a la adaptación de los nuevos procedimientos, crea en el personal un distanciamiento con la institución, contradiciendo, de esta forma, al fin principal de la comunicación que es el de establecer vínculos duraderos que coadyuven al logro de los objetivos planteados para su funcionamiento.

- **Función de Mantenimiento**

La universidad no realiza acciones comunicacionales que fortalezcan las relaciones interpersonales, por lo que el personal no se encuentra comprometido con los objetivos y las metas institucionales. Tampoco abre espacios para que existan acciones de trabajo en equipo o que incentiven la creatividad de los diversos grupos de interés internos, lo mencionado anteriormente hace que la comunicación no esté al servicio de la motivación de los empleados sino que la información que le es brindada se dirija exclusivamente al cumplimiento de sus tareas laborales.

La importancia de la motivación consiste en estimular a los individuos a través del reforzamiento de los valores institucionales, favoreciendo con ello los intereses de la universidad y de los mismos empleados. La motivación se da como resultado de la

interacción del público interno con los sistemas de comunicación que la universidad plantea; la inexistencia de programas de información para este cometido hace que el personal pierda la identificación con el fin institucional y con ello pueden surgir conflictos relacionados con la falta de entendimiento y el desinterés por prestar un servicio acorde con el prestigio que la institución plantea.

- **Identidad visual**



Símbolo:

- Relación con la actividad: este isologotipo responde a la abreviatura del nombre de la universidad, además de agregar en el pie el nombre del mismo
- Abstracción: al isologotipo podemos dividirlo en dos partes, una tipográfica y otra simbólica. En la primera se recurre a tipografía “Arial” de palo seco, en mayúscula, de terminación extra gruesa en distintos tamaños. La parte simbólica remite a una escarapela vista en perspectiva, la misma está muy mal lograda y sin tener en consideración la simetría y la alineación de los distintos objetos.
- Simplificación: no presenta.

- Impacto visual: El impacto visual que posee no es por su calidad gráfica, sino por sus detalles descuidados como lo es el símbolo que posee arriba de las siglas “US”. Es clara en esta identidad la ausencia de una retícula que organice los elementos.

Logotipo

- Pregnancia: no genera pregnancia, ni simpatía, no posee un equilibrio visual o estabilidad estructural, la simplificación de los símbolos está mal lograda.
- Legibilidad: si bien utiliza una tipografía de palo seco altamente legible, al utilizar todo en mayúsculas y versalitas se dificulta la lectura.
- Equilibrio: sin dudas este logo carece de equilibrio, las Siglas UNCA se llevan el protagonismo, siendo estas el punto de atracción más fuerte del isologotipo

Colores

- Gama Cromática: Negro para la tipografía, azul y blanco para la parte grafica.
- Visibilidad: al ser una tipografía tan gruesa, llama la atención al instante, pero el símbolo gráfico pasa desapercibido
- Combinaciones: no presenta
- Usos alternativos: no presenta ni existe manual de marca.

Tipografía Corporativa

- Legibilidad: óptima a media y corta distancia, a larga distancia es difícil identificar las siglas y sobre todo el pie del logo.
- Usos adecuados: no presenta manual
- Grosor: Black
- Inclinación: no presenta

El análisis previo demuestra que es necesario la creación e implementación de un manual de identidad visual que rijan las normas operativas para las aplicaciones visuales, estandarizando las propiedades de los sistemas de identificación visual para facilitar la aplicación del logotipo en los diferentes soportes. Particularmente los elementos que componen la imagen visual deberían de estar conjugados para representar simbólicamente a la institución.

El símbolo tiene que desarrollarse a partir de las características institucionales como: el perfil institucional, el sector de actividades, el entorno, la identidad e historia entre otros, y de esta forma, construirse a semejanza de la realidad institucional. El logotipo ayuda al público a identificar a la universidad de manera más clara, pero en este caso esta representación de la institución está mal lograda lo que provoca ruidos en la percepción y dificulta la memorización; estos aspectos hacen que falle el principal cometido del logotipo que es la identificación. La utilización del color en los logotipos cumple con una función distintiva, pero en este caso la inestabilidad de los distintos componentes del símbolo hace que la conjugación final sea inconsistente, esta inconsistencia se repite en la tipografía, donde la exageración en el tamaño una parte de la sigla (UNCA) distrae la atención por la falta de equilibrio y coordinación

Estudio de los sistemas de acciones institucionales para la comunicación externa

Para el estudio de la comunicación que la universidad realiza hacia el exterior nos ocuparemos de analizar el sistema de acciones comunicacionales para así determinar si esta actuación es eficiente a la hora de transmitir valores institucionales. La realización de programas sistematizados permitirá a la institución entablar relaciones con sus públicos generando vínculos de cooperación, la gestión de las comunicaciones externas permitirá armonizar objetivos conjuntos entre universidad y grupos de interés, es decir, creará un medio para transmitir los valores institucionales centrales e influir de esta manera en la imagen.

- Servicio al público:

Al ser una institución dedicada a brindar un servicio deben desempeñar una estructura comunicativa capaz de satisfacer las necesidades de información del público que interactúa con ella cotidianamente, a continuación estudiaremos las distintas acciones que realiza la universidad para cumplir este cometido.

- Atención al público

Los encargados de responder a todas las inquietudes que los alumnos manifiestan son el centro de estudiantes y la Secretaria de Bienestar Estudiantil; es por ello que nos centraremos en estos dos agentes de la universidad para estudiar de qué manera la universidad atiende a los estudiantes.

Desde los altos mandos administrativos existe un reconocimiento de que la atención al público es deficiente, a pesar de ello, no hay implementaciones de programas formales de comunicación que intenten revertir la situación, sin embargo, consideran a las relaciones informales como reemplazante de acciones a título de la institución, es decir intentan suplir las deficiencias en la comunicación formal con encuentros que surgen ocasionalmente entre alumnos y directivos.

Esto hace que los estudiantes al tratarse de una situación que requiera de contacto personal no sepan a donde recurrir nucleando sus dudas e inquietudes en el departamento de bienestar estudiantil y el centro de estudiantes. Al respecto más del 36%⁶ de los estudiantes consideran que la ayuda prestada por el departamento de bienestar estudiantil es entre buena y muy buena respectivamente, cabe destacar que institucionalmente es el departamento encargado de satisfacer las necesidades de los estudiantes, es decir, la principal función de esta área es la atención y resolución de problemas de aquellos que cursan sus estudios universitarios en la UNCAus. Asimismo vemos que la mayoría de los estudiantes encuestados consideran a la capacidad de este departamento como buena (36,67%). De modo similar los alumnos actuales de la institución (el 40% de ellos) consideraron que la atención del centro de estudiantes es buena, con la contradicción de que creen que la capacidad para ayudarlos es baja (46,67%).

⁶ Resultado extraído de las encuestas realizadas a los alumnos actuales. Los resultados totales se encuentran en el Anexo.

Estos datos demuestran que el alumno recurre a estos departamentos cuando necesita cooperación con algún inconveniente, a pesar de ello quedan disconformes con la asistencia del personal de estas áreas. Es importante señalar que los alumnos han manifestado que la mayoría de los problemas que surgen están relacionados con las inscripciones, por lo tanto sería pertinente capacitar a la plantilla de trabajadores sobre la mecánica y técnicas para efectivizar el sistema de inscripciones con miras a favorecer la atención al público.

Ahora bien, además de la atención al público que se da a través del contacto personal, existen canales que soporten la comunicación cara a cara, su utilidad se da en la medida de que sirvan como apoyo a las acciones de comunicación verbal y personal. La administración de la universidad manifiesta que el 99% de las relaciones se deben atender a partir de medios electrónicos, dejando solo para circunstancias especiales la atención al público, estos medios son; el correo electrónico y el SIU guaraní. Consideramos que el primero de ellos cumple su función como canal en la medida en que sea controlado de manera de que verdaderamente exista una rápida respuesta, es decir, que se cree una bidireccionalidad en el mensaje generando un intercambio de información que resulte en la satisfacción de la necesidad comunicativa del emisor. En cuanto al SIU Guarani⁷, creemos que no es más que un sistema de gestión que no remite a una respuesta por parte de la universidad, pues, no hay una interacción entre los interlocutores; más bien brinda un servicio de administración académica.

- Servicios de informes

A partir de la noción de la deficiencia del personal y por iniciativa de la Secretaría de cooperación y extensión educativa; se instaló en la entrada principal de la universidad un puesto de información, para que, las personas que ingresasen a la institución tengan un referente directo quien resuelva sus dudas y oriente dentro de la misma. De acuerdo a las observaciones realizadas se comprobó: que la infraestructura del puesto no es la adecuada, los carteles que indican “informes” están muy deteriorados, no hay personal encargado de atenderlo y se encuentra ubicado en un lugar en donde pasa por desapercibido. Por ende, aparte de ser un recurso comunicativo mal utilizado, el mismo no cumple con las funciones

⁷ Disponible en: <http://www.siu.edu.ar/soluciones/guarani/acercade/presentacion/> consultado: 20/06/11

para las que ha sido creado, además, se contradice a los valores de prestigio y tecnología de avanzada que la institución quiere transmitir. En consecuencia, aparte de no servir como medio que canalice la incertidumbre del público externo, daña la imagen de la institución.

- Relación con los medios de comunicación

“...con los medios de Sáenz Peña, la relación, desde la universidad es mala.”, esta cita es un extracto de la entrevista realizada a uno de los secretarios de la universidad, por consiguiente, inicialmente existe un problema en el tráfico de la información. Al tener mala relación con la prensa local el discurso de la universidad sufre distorsiones, haciendo que no llegue de la manera adecuada a los emisores, es decir, es muy probable que, esta mala relación implique la no transmisión de los valores institucionales identificatorios. Al mismo tiempo, esta manifestación de enemistad perjudica directamente las acciones comunicativas institucionales, es decir, existe una paradoja: por un lado los emisores de la universidad desean que la información sea publicada y difundida, pero por otro lado, no desean enviar la información a los medios de comunicación local. Por ende, la información que se le suministra a los medios es escasa y sólo cuando es necesario, no mantienen un vínculo de cooperación, más aún, consideran que la relación con los medios de comunicación conllevan costos que no están a la vista.

Es por eso que la nueva creación del multimedia UNCAus surge como alternativa para independizarse de los medios locales; generando noticias propias, por sus propios escritores y manteniendo sus propias políticas de comunicación.

La iniciativa de la creación de un grupo multimedial nació en el año 2007 en donde el secretario administrativo en compañía del rector de la universidad comenzaron con las gestiones de licencias y la organización para la compra de los equipos necesarios, y así, en principio, empezar a armar la radio F.M.

Es así como en junio del 2010 comenzó a funcionar la radio F.M en el dial 102.9 MHz donde inicialmente incursionó con formatos pregrabados y un programa periodístico por la mañana en el horario de 10am a 12am. La radio capta un área de 80km a la redonda llegando a más de 300.000 personas de la zona.

Actualmente el multimedia UNCAus cuenta con una página de noticias la cual se actualiza de manera diaria, un canal de aire en la TV digital (canal 3) donde se transmiten

contenidos pregrabados suministrados por el canal Encuentro, como así también, las conferencias de prensa de la universidad y actos importantes.

El equipo de trabajo con el que cuenta el paquete multimedial consta de 20 personas: un encargado de contenidos, que dirige toda la actividad tanto en radio como en televisión; 10 personas a cargo de subir las noticias a la página web dirigidas por un periodista el cual cumple la función de encargado de prensa; 6 personas trabajando en la radio donde las funciones se dividen en 2 locutores y 4 programadores que van rotando para que la radio funcione todo el día. Por último son 4 las personas encargadas de TV las cuales se encargan de monitorear la programación.

Como instrumento de comunicación en palabras de los secretarios, pretenden utilizar el multimedia como “canalizador de la información”, y para hacer más independiente y lejana la relación con los distintos medios de comunicación locales.

Ahora bien, desde el punto de vista de institucional, este multimedia responde al desarrollo de las políticas de comunicación, resaltando así distintos atributos institucionales como lo son: la innovación, tecnología avanzada, autonomía e integración con la sociedad chaqueña.

De esta forma, la expansión de los sistemas de comunicación institucional representan una oportunidad para la sociedad chaqueña, destacando, de la función comunicativa institucional, su rasgo más importante: ser transmisora de cultura a la sociedad a través de su función educativa, respondiendo a la demanda social de conocimiento.

- Organización de actividades

Los eventos de la institución son organizados por la Secretaría de cooperación y extensión educativa, todos ellos son de carácter cultural con el fin de incentivar la participación comunitaria. De esta forma la universidad se abre como espacio de enriquecimiento humano y desarrollo social. La realización de actividades que incentiven el movimiento y desarrollo cultural influyen positivamente en la formación de la imagen en los públicos, transmitiendo los rasgos institucionales de manera adecuada. Las actividades que organiza y realiza la universidad son las siguientes:

Recitales del coro polifónico: en el coro de la UNCAus intervienen un importante número de alumnos, docentes y miembros de la comunidad en general

Visitas a los colegios secundarios locales: son realizados por becarios del centro de estudiantes, donde se brinda información a posibles ingresantes y se responden a las preguntas de los participantes.

Peña folclórica: son realizadas con el fin de fomentar la identificación con la cultura argentina, en ella participan bandas folclóricas de la ciudad, son realizadas en el comedor universitario y son abiertas a todo público.

Cine móvil: cuenta con la participación de docentes y estudiantes. Tiene como objetivo principal la inclusión social, a través de la proyección de películas y cortos educativos se pretende cultivar el conocimiento y la cultura en la comunidad.

Teatro universitario: destinado tanto a alumnos como a la comunidad en general.

Clases de baile: la universidad a partir de la contratación de profesores externos dicta clases de folclore, ritmos caribeños y tango a las cuales pueden asistir tanto alumnos como público en general.

Ahora bien, la fortaleza de la realización de actividades radica en la interacción que se produce con la comunidad, más aún, universidad y sociedad comparten experiencias que hace que la implicación de los grupos de interés sea más fuerte y duradera. También, La difusión antes y después del evento son acciones comunicativas de interés intrínseco para la institución, en estos casos la institución invita a la comunidad a asistir a la actividad utilizando como medios: la radio universitaria, el blog institucional, afiches dentro de la institución e invitaciones a autoridades. A continuación analizaremos cada medio:

Invitaciones: se entregan personalmente, su relevancia radica en que tiene como destinatarios a personas influyentes en la sociedad o autoridades de las distintas instituciones de la localidad, no obstante, no hay un formato estándar para su realización lo que conlleva errores protocolares, es decir desobedece las reglas establecidas de trato social, lo que es fundamental para el desarrollo de una relación interinstitucional como así también para dirigirse a autoridades. La correcta diagramación y construcción de las

invitaciones da una imagen de prestigio, valor por el cual la universidad desea ser reconocida.

Radio UNCAus: este medio solo se utiliza para informar las características básicas de la actividad; días, horarios y a quien va dirigida, no se toma en cuenta la promoción del evento, es decir, no se realizan acciones comunicativas que fomenten el interés del público ni incentiven su participación.

Blog institucional: es el único medio que se utiliza como post evento, donde se muestran las fotografías del mismo, las personas que asistieron entre otras; es decir, se comunica el balance de la actividad.

Afiches: la información que contienen es a modo de convocatorias a asistir al evento o a realizar alguna actividad extracurricular. Estos carteles están mal logrados, son de difícil lectura y no tiene relación con el resto del sistema de comunicaciones visuales, esto se debe fundamentalmente a la falta de un manual de norma de la identidad visual.

- Participación en actividades

Participaciones en congresos: todo el personal de la institución participa en congresos en la marco del valor de la universidad de mejora continua. La participación en ellos son de carácter inter institucional educativos, como así también congresos nacionales, provinciales e internacionales. La participación de las autoridades a los distintos congresos se publica en el blog de la universidad comentando en el artículo el tema central del congreso, los acuerdos logrados con otras instituciones y la nomina de autoridades que asistieron.

- Acciones de Responsabilidad Social.

La universidad cuenta con un programa llamado “Responsabilidad Social Universitaria” donde se realizan distintas acciones de bien social para la comunidad entre ellas se han podido constatar las siguientes:

Viviendas y Chagas: estado de la situación en las Comunidades Aborígenes del Departamento Quitilipi de la Provincia del Chaco, Programa de Promoción de la

Universidad Argentina: este programa tiene como objetivo realizar un relevamiento de la zona teniendo como resultado datos demográficos y determinar cuántas personas pertenecientes a comunidades originarias de la zona poseen el mal de chagas. Como objetivo secundario se pretende capacitar a las personas para que no contraigan la enfermedad y brindarle la medicación necesaria para aquellos que la poseen.

Comedores Municipales: Asistencia, Prevención y Promoción para la Salud; se realizara este programa con el fin de generar una concientización en asistencia sanitaria para los niños que asisten a estos comedores de la localidad y además realizar relevamientos de los parámetros nutricionales de estos niños.

Fabricación de anteojos a sectores carenciados de la Provincia del Chaco: donde se plantea como objetivo principal brindar desde la carrera de técnico óptico anteojos de aumento a personas carenciadas que no cuentan con obras sociales.

Campañas de vacunación: se trata de una campaña gratuita de Hepatitis, Tétano y Triple viral. La campaña se llevo a cabo el pasado mes de junio y participaron alumnos y personal de la universidad, en la misma se entregaron certificados de vacunación.

Análisis de la percepción del público objetivo

Desde el punto de vista de los alumnos actuales, le hemos preguntado que calificación le daría a la universidad en su conjunto, para identificar si la imagen que tienen de la institución es positiva o negativa, al respecto el 63, 33% de los alumnos calificó a la universidad como buena, lo mismo sucedió con respecto a la consideración que tiene este grupo sobre la orientación que le es brindada por la institución donde el 50% la califico también como buena.

Con respecto a los alumnos futuros nos hemos centrado principalmente en cómo se ocupa la institución de brindarle información a este grupo, ya que, éstos no consumen los servicios actualmente sino que son potenciales consumidores por ende la información que recibe es fundamental para que el público pueda tomar una decisión y confiar en la UNCAus para estudiar una carrera universitaria.

Hemos advertido que el 84% del público conoce poco a la universidad, es decir, la reconocen por las acciones culturales que realizan en la comunidad pero no cuentan con

información válida que les permita satisfacer la incertidumbre de elegir una institución educativa universitaria. Esto demuestra que existen fallas en el proceso comunicativo institucional hacia el exterior, principalmente con los grupos de interés que desean en un futuro formar parte de la universidad académicamente.

Analizamos a través de qué canal han recibido información sobre la universidad con el fin de conocer qué medio consume más este público en particular para una posterior implementar acciones de Relaciones Públicas. Entre las opciones que podían seleccionar se encontraban: radio, televisión, web de la institución o por un amigo un familiar; el 67,57% ha contestado que la información que recibió fue a través de esta última calificando esta opción como el medio más utilizado por los estudiantes a la hora de informarse. Aquí vemos que sigue primando la utilización de las comunicaciones informales sobre las formales, creemos que esto sucede ya que la universidad no posee mecanismos sistematizados de comunicación, por lo tanto, en la búsqueda de información los posibles consumidores recurren a otra fuente de información, las cuales, al no hablar a título de la universidad no se estiman como emisores validos que contribuyan al fortalecimiento de la institución. Este resultado también marca la importancia de desarrollar en los estudiantes el sentido de pertenencia con la institución para que estos también sean los encargados de transmitir los valores institucionales.

Sumado a lo anterior añadimos información acerca de que es lo que prefieren de la universidad, es decir, que es lo perciben como mayor valor para elegir a esta institución, donde el 49% contestaron que erigirían a la UNCAus por la ubicación, aprecian en gran medida (53,13%) la oferta académica de la institución; lo que surge aquí es una fortaleza de la gestión, es decir, la ubicación no conforma el grupo de rasgos identificatorios de la imagen pero es una fortaleza que debe desarrollarse a través de programa de comunicación externa para contribuir a la percepción de la imagen positiva; de la misma manera deben desarrollarse acciones que promocionen las carreras universitarias atrayendo de esta manera a los públicos externos.

Luego de haber analizado los datos obtenidos de la investigación podemos afirmar que la imagen intencional de la institución cuenta con ciertas deficiencias, lo que se refleja consecuentemente con la identidad.

En primer lugar, se han podido identificar diversas falencias en funciones de la comunicación interna por lo que es necesario implementar sistemas y formas comunicacionales para que el discurso transmita y distribuya los valores centrales de la identidad, contribuyendo a la formación de la imagen sin interferencias. Es sumamente necesario para la institución generar en su público interno un sentido de pertenencia que conjugue las metas organizativas para contribuir al desarrollo conjunto de objetivos.

Entonces es necesario que el público interno desarrolle la identidad institucional para que refleje un compromiso con los ideales de la institución manteniendo los valores que propone la institución como lineamientos de actuación conjunta. La identidad debe atravesar a todos y cada uno de los agentes de la universidad forjando de esta forma vínculos de pertenencia hacia la institución y entre los actores.

En segundo lugar, partiendo de los pilares de este estudio podríamos decir que la identidad se comunica, a partir de la identidad visual de la institución y el comportamiento organizacional que realizando acciones de Relaciones Públicas se manifiestan hacia sus públicos. La primera, la identidad visual, es fundamental para crear en la mente de los públicos una identificación directa, es la manera en que la organización se presenta, se luce y se muestra. Esta identidad plasmada en símbolos es claramente deficiente en la UNCAus ya que no representa su personalidad, su objetivo, su razón de ser. La conjunción de componentes mal logrados en el isologotipo no hace más que crear ruidos en la comunicación influyendo negativamente en todo el proceso, es decir, en su aplicabilidad en las herramientas comunicativas, en la transmisión de la imagen y en la formación de los rasgos organizadores de la percepción de los públicos. Es imprescindible que para que la imagen transmita valores exista un manual sistematizado donde se especifiquen las cualidades de la identidad para su aplicabilidad, lo que sirve de guía para la aplicación de los sistemas visuales institucionales, facilitando la tarea del emisor y que de esta manera sea más coherente y esté más conjugado e unificado el mensaje.

Ahora bien, los sistemas de actuación institucionales deben estar conformados de tal manera que formulen conjuntamente un todo comunicativo que interfiera positivamente en la creación de valor para la comunicación. Los sistemas de atención al público carecen de canales formales que actúen en nombre de la institución, haciendo que los altos mandos lo reemplacen con comunicaciones informales prestando mayor a éstas últimas, perdiendo así la representación social que tiene la universidad, es decir, se tergiversa el fin fundamental de contribuir a la sociedad desde su lugar de educadores y comunicadores de cultura. Por otro lado es necesario establecer políticas de comunicación informativa para la prensa generando vínculos que conlleven a la cooperación entre estos dos agentes sociales, haciendo que, la información que la universidad valora circule de manera fluida hacia la comunidad aportando conocimiento, cultura y desarrollo a la sociedad.

Lo mencionado hasta ahora demuestra que no hay una correcta transmisión de la imagen intencional, es decir los valores no están representados en los mensajes que la universidad transmite, más aun, su personalidad no está referenciada en la identidad visual, tampoco en los sistemas acciones institucionales, es decir, las acciones comunicativas conscientes o inconscientes que realiza la universidad no generan en la mente de los públicos relación con los rasgos y valores que ella asume como propios.

Las Relaciones Públicas e Institucionales tiene como objetivo cohesionar internamente los valores culturales para que externamente sean entendidos y aprehendidos por la comunidad en que la universidad está inserta. Es indispensable el desarrollo de sistemas comunicacionales para que esta institución cree vínculos con todos los actores con los que se relaciona y de esta manera coordinar las necesidades de la comunidad con los valores institucionales para contribuir al crecimiento y desarrollo social.

Es de vital interés para nuestra disciplina la creación de valor en los públicos a partir de la realización de acciones comunicativas internas y externas generando así referentes simbólicos identificatorios de la identidad de la universidad.

Plan de intervención de Relaciones Públicas e Institucionales

12- Análisis de factibilidad

| | Alta | Media | Baja |
|-----------|------|-------|------|
| Política | X | | |
| Económica | X | | |
| Humana | X | | |
| Técnica | | X | |
| Material | | X | |

En primer lugar, en el presente análisis de factibilidad podemos observar que la factibilidad política es alta, ya que los altos mandos institucionales consideran importante la realización de un plan de comunicación y brindan el apoyo necesario para la ejecución del mismo. Con respecto al sustento económico, se aprecia que la universidad cuenta con los recursos financieros para costear las distintas etapas de un plan de Relaciones Públicas e Institucionales. En tercer lugar, y haciendo referencia a la factibilidad humana la Universidad puede afrontar los problemas comunicacionales con asesoría externa especializada en Relaciones Publicas e Institucionales.

En cuanto a la factibilidad técnica, la universidad dispone de recursos tecnológicos de avanzada que servirán para la realización y aplicación de un plan de comunicación. Finalmente, y con respecto a la perspectiva material, la institución posee un espacio propio, destinado a realizar sus actividades, el mismo resulta propicio para realizar programas de comunicación; sin embargo no posee un departamento de Relaciones Públicas e Institucionales que respalden la realización de actividades comunicacionales.

En resumidas cuentas y a partir de lo formulado anteriormente, vemos que es factible realizar un plan de intervención de Relaciones Públicas e Institucionales, puesto que la viabilidad de los programas estará afectada por los factores analizados anteriormente, así pues, desde el punto de vista político, la institución cuenta con el apoyo del rector y los secretarios para la aplicación de programas comunicacionales que contribuyan a mejorar la imagen institucional y consecuentemente al desarrollo institucional y local. Con respecto al factor económico, la universidad está dispuesta a financiar las acciones que sean pertinentes para el éxito total del plan comunicacional. Ahora bien, a pesar de que la institución no cuenta con personal capacitado en comunicación, la misma dispone de estudiantes becados que servirán como apoyo para la realización de las acciones específicas, sumado a ello, la institución contratará capital humano especializado para poder llevar a cabo las tácticas planificadas. Por último, desde el punto de vista de los factores material y técnico, la institución cuenta con los recursos adecuados para cumplir los objetivos del plan comunicacional.

13- Objetivos de intervención

Generales

- Fomentar y cohesionar los valores institucionales en el público objetivo de la Universidad Nacional del Chaco Austral
- Consolidar una imagen positiva de la Universidad Nacional del Chaco Austral en la comunidad local.

Específicos

- Renovar y desarrollar la identidad visual de la institución.
- Generar una mayor notoriedad de la institución en la vida comunitaria de Presidencia Roque Sáenz Peña.
- Fortalecer los vínculos de cooperación con los medios de comunicación local.
- Estructurar y coordinar los mensajes institucionales para que sean transmisores de valores institucionales.
- Contribuir a la identificación del personal docente y no docente con la institución.
- Formalizar las herramientas y canales de comunicación actuales.

Con el fin de consolidar y mejorar las relaciones de la Universidad Nacional del Chaco Austral con estudiantes, profesores, personal no docente y la sociedad en general; y respondiendo a los objetivos de intervención planteados, se ha creado un plan de comunicación acorde a las filosofías institucionales y tomando como lineamiento los objetivos de Relaciones Públicas e Institucionales como así también el análisis de factibilidad.

El plan está diseñado a partir de tácticas específicas donde se detalla los objetivos que responde cada acción en particular además de exponer los detalles propios de la ejecución, como lo son: destinatarios (público al que va dirigida la táctica), tiempos (lapso de tiempo para cumplimentar y ejecutar las acciones) y recursos (bienes y medios necesarios para la realización de la táctica).

- **Táctica 1: Renovación de la identidad visual**

Esta táctica tiene como fin principal renovar e innovar sobre la imagen de la institución a través de la creación de un nuevo isologo que tenga relación con la filosofía institucional, es decir destacar los valores institucionales para que estos sean aprehendidos y memorizados con facilidad. Del mismo modo se establecerá un manual de normas de la identidad visual donde se describe en detalle las aplicaciones del isologo, lo que va a permitir generar una homogeneidad en las representaciones visuales.



El isologo de la UNCAus representa abstractamente a las Américas, entendiendo con él la integración de culturas a lo largo del continente. Sus colores distintivos son el azul, el verde y el negro. El color azul, es un color frío ligado a la inteligencia y la consciencia lo que denota la calidad de alta casa de estudios, a la vez que simboliza a los ríos que abrazan y recorren el territorio chaqueño que a su vez se encuentran representados en la franja que recorre el centro del isotipo; aquí el color blanco hace referencia al recurso productivo y económico más importante de la región: el algodón. El color verde de la parte inferior equivale al utilizado en nuestra bandera provincial, afianzando con ello el compromiso con el crecimiento de la comunidad chaqueña, impartiendo saberes científicos y culturales para alzar el desarrollo de la región. Éste también es el color de la naturaleza por excelencia lo que alude a los campos productivos de la Provincia del Chaco; a la vez que simboliza el autóctono monte chaqueño, de incalculable valor ecológico para la región. El color negro enmarcado en la tipografía representa la fortaleza asociada al prestigio, lo que denota la

integridad para la prestación de servicios, la responsabilidad para con los estudiantes, también la seriedad científica, y conjuga una implacable enseñanza académica.

La tipografía utilizada en las diversas reproducciones institucionales es la familia de *segoe ui regular*. Se trata de una tipología de letra optimizada para su legibilidad. Se utilizará distintas versiones de la misma en los diferentes soportes y medios de comunicación con el fin de expresar diversidad cultural y étnica sin que esto suponga perder la identidad.

ISOLOGOTIPO

* NOTA



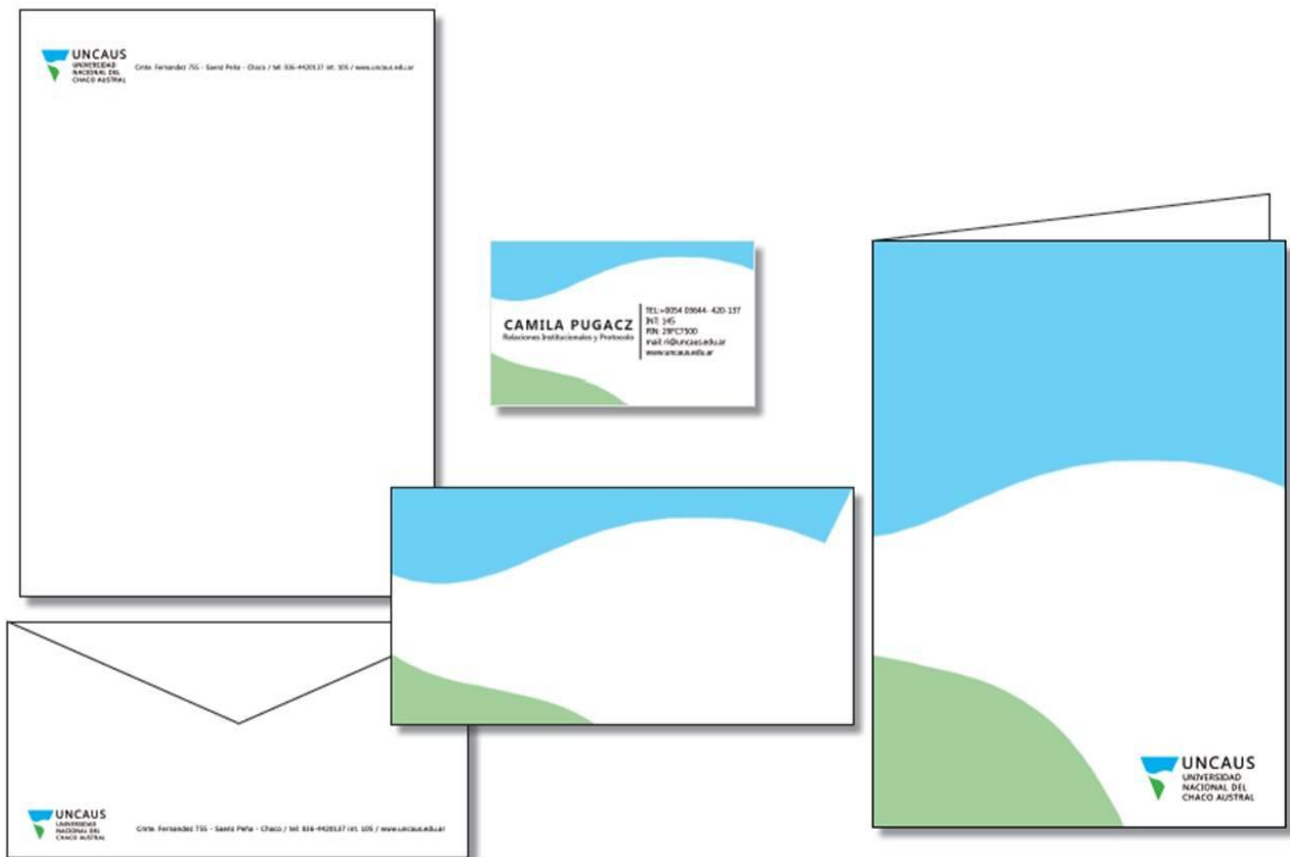
VARIABLE



El signo marcario funcionará siempre sobre fondo blanco, cuando pise sobre alguna imagen o sobre un fondo de color.



PAPELERIA INSTITUCIONAL



Objetivos: Crear una identidad visual que transmita los valores institucionales además de conjugarlo en las herramientas de comunicación institucional.

Destinatarios: público interno y externo de la institución.

Tiempo: segunda y tercera semana de febrero.

Recursos: diseñador gráfico.

Evaluación: índice de notoriedad asistida.

- **Táctica 2: Revista académica *Actualidad UNCAus***

Este medio tiene como principal ventaja la de proveer información detallada, además de ofrecer una alta calidad visual en cuanto a imágenes, gráficos, diseño y el tipo de papel; es

un medio sumamente eficaz para la generación de valor en el público. La revista contendrá las últimas investigaciones científicas que fueron realizadas por alumnos y por el grupo de investigadores de la universidad, como así también noticias del sector industrial de la zona y noticias de actualidad.

De la misma forma se propondrá a los profesores de distintas carreras y áreas realizar artículos informativos de actualidad relacionados con su actividad.

Secciones:

- **Actualidad:** aquí se desarrollan temas de la vida institucional que requieren mayor extensión o que sean sumamente importantes para el desarrollo de actividades. Pueden ser: firmas de convenios, presentaciones oficiales, resultados de reuniones del consejo superior, nombramiento de honoris causa, acto de colación, etc.
- **Investigación nacional:** conforme desarrollo institucional y a la idea de integración con todas las universidades nacionales, se extraen de la página web <http://infouniversidades.siu.edu.ar/> investigaciones de las Universidades Nacionales de todo el país. Éstas son relacionadas con las áreas de investigación de la UNCAus y con las carreras que dicta.
- **Investigación UNCAus:** a manera de difusión se exponen los resultados de investigaciones realizadas en la institución. También aquellas investigaciones que hayan ganado el concurso *Actualidad UNCAus*.
- **Cultura:** se trata de promocionar y exponer las diversas actividades culturales que realiza la universidad, como las actuaciones de la orquesta, el coro polifónico y obras de teatro. También aquellas capacitaciones que sean de interés general y que sean extensivas a toda la comunidad.
- **Info carreras:** aprovechando el espacio y la ventaja de poder profundizar en la información se plantea la realizar entrevistas a profesionales relacionados con la carrera o graduados además de artículos informativos que muestren relación con las materias fundamentales de cada carrera.



| | |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| actualidad | 4 La UNCAUS firmó Convenio para la construcción de un Edificio Tecnológico Se construyó en la sede de la UNCAUS y que tendrá costo superior a los 22 millones de pesos. |
| investigación nacional | 5 La UNCAUS presentó su Equipo de Búsqueda que participó del Torneo Federal La Uncaus presentó el primer que desde el viernes pondrá en marcha su nuevo desafío en el Torneo Federal de Búsqueda. |
| investigación uncaus | 6 Antibióticos: los animales los prefieren dulces Continuará Al fuerte sabor amargo y la baja solubilidad de ampicilina de la familia de las fluoroquinolonas fue el resultado de una investigación llevada a cabo en Córdoba. |
| cultura | 8 El dinero falso perdió protagonismo Los resultados del estudio permitirán elaborar propuestas para los Agentes del mercado monetario en relación a futuras implementaciones. |
| info carreras | 9 Capacitación sobre Lenguaje de Señas en la UNCAUS Esta capacitación de carácter no presencial, se extendió a durante ocho clases, los días martes de 9:00 a 11:00 hs. |
| | 11 El Teatro Vera recibió a los Coros Universitarios del Norte Grande El evento que reunió a coros del Norte Grande mediante la actividad artística se realizó en la noche del domingo. |
| | 12 Ciencias Económicas Entrevista con Juan Pérez, egresado de la Facultad de la Carrera de Ciencias Económicas. |
| | 13 Estudiantes de Ciencias Económicas en Jornada Internacional de Recursos Humanos Participaron de este evento, estudiantes de la carrera de Contador Público y Licenciatura en Administración de la Universidad Nacional del Chaco Austral. |

Objetivos: estructurar los mensajes de la institución para que permitan difundir sus fortalezas, exhibiendo notas informativas sobre las actividades, investigaciones y vinculación académica.

Destinatarios:

Públicos internos y semiinternos: personal docente y no docente, secretarías, rectorado, alumnos, pasantes, proveedores.

Públicos externos y Semiexternos: líderes de opinión que sean referentes en áreas de cultura (arte, escultura e investigación), gerente general del Banco Patagonia, Cámara de comercio municipal, Municipalidad, I.N.T.A, industrias de la localidad y bibliotecas.

Tiempo: primera semana de marzo.

Recursos: imprenta, recursos financieros, recursos informáticos, diseñador gráfico.

Evaluación: la repercusión de este instrumento se medirá a través de encuestas de interés.

- **Táctica 3: Boletín informativo digital .edu**

Esta herramienta de comunicación se desarrolla en complemento de la revista académica, con el fin de generar entre los grupos de interés una interacción distendida a título de la universidad, es decir, que la institución genere un vínculo de confianza a través de la transmisión de información de interés general. El boletín se centrará en la idea de interactividad compartiendo acontecimientos importantes de la vida universitaria. En cuanto a las características principales podemos destacar que: el formato digital permitirá entregarlo de manera rápida y a bajo costo a través de correo electrónico, la estructura estará basada en informaciones breves de gran impacto y su periodicidad semanal.



.edu
Actualidad Universitaria

www.noticiasuncaus.com.ar facebook.com/HipermediosUncaus [YouTube www.youtube.com/user/UNCAusUniversidad](https://www.youtube.com/user/UNCAusUniversidad)

Se estrenó el
Noticiero de
la
Universidad



VIVA LA VIDA

Comer frutas y vegetales de color **amarillo o naranja** es excelente para tener buena visión, prevenir el cáncer y mantenernos saludables.





Cuándo:
De Lunes a
Viernes
Hora:
13:00 a 13:30
hs.
Dónde:
TV CANAL 3

Informate **más** sobre la
Licenciatura en Nutrición en
www.uncaus.edu.ar



UNCAUS
UNIVERSIDAD
NACIONAL DEL
CHACO AUSTRAL

Objetivos: crear identificación de los grupos de interés con la vida académica y difundir las actividades de la institución.

Destinatarios: Rectorado, secretarías, personal docente y no docente, profesores visitantes, medios de comunicación de la provincia del Chaco.

Tiempo: primera semana de febrero.

Recursos: recursos informáticos y diseñador web.

Evaluación: encuesta virtual al día después de la entrega del boletín con el fin de conocer cuáles fueron los artículos que generaron más impacto.

- **Táctica 4: Desayuno de trabajo**

A través de esta táctica se puede influir en el clima laboral, creando un espacio distendido para la discusión e intercambio de ideas. Se realizará cada tres meses donde los profesores de las distintas carreras tendrán la posibilidad de tener un trato cercano y relajado con las autoridades y tutores. Establecer un espacio a nombre de la universidad que sea exclusivo para los docentes donde puedan expresar sus ideas contribuye a crear un sentido de pertenencia al mismo tiempo que los motiva.

Metodología: se trabajará bajo la técnica de mesa redonda proponiendo la lluvia de ideas como metodología principal para el intercambio de opiniones.

Agenda de trabajo:

| Horario | Actividad |
|---------|---------------------------------------------------|
| 9:00 | Palabras de bienvenida del Rector |
| 9: 15 | Palabras de bienvenida Secretario Académico |
| 9:30 | Presentación de propuestas de Tutores y debate |
| 10:30 | Presentación de propuestas de Profesores y debate |
| 11:30 | Cierre |

Carta de invitación del Vicerrector:

De mi mayor consideración:

invito a los tutores y profesores a compartir un desayuno de trabajo con los Secretarios y Rector, que se llevará a cabo el día 16 de marzo a las 9:00 hs. En la sala de consejo de nuestra Universidad.

Pretendemos crear un espacio para debatir sobre el desarrollo de las carreras, los recursos con lo que cuenta cada profesor e informarnos sobre las necesidades de cada área. Los invitamos a crear propuestas de trabajo y mejora.

Esperamos puedan concurrir.
Saludos Cordiales



Ing. Walter Gustavo López
Vicerrector a/c de Rectorado

Por favor confirme su asistencia a:
extension@uncaus.edu.ar

Objetivos: generar en el personal docente de la institución un sentido de pertenencia y hacerlos partícipes de las decisiones académicas.

Destinatarios: personal docente, tutores, secretarios

Tiempo: tercera semana de marzo.

Recursos: catering, sala de consejo, papelería.

Evaluación: se suministrará una hoja de evaluación al final de la reunión.

- **Táctica 5: Capacitación en atención al público**

Esta acción tiene como fin instruir a los alumnos becados del área de bienestar estudiantil para la solución de problemas administrativos y de autogestión, de igual manera se impartirán consejos sobre trato y modales. La capacitación tendrá como apoyo material didáctico y tutoriales on line, se plantea establecer un canal activo para el alumno capaz de brindar un control, resolver problemas y responder a las consultas.

Para la capacitación del sistema de autogestión SUI Guaraní se contará con la presencia de un delegado de esta empresa informática, un representante de Relaciones Públicas e Institucionales para la enseñanza de modales y finalmente un representante de la secretaría administrativa. La capacitación se llevará a cabo el día sábado por la mañana para no interrumpir el funcionamiento normal de la institución.

| Temas | Objetivos | Metodología | Materiales | Tiempo | Capacitador |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------------------------|--------|------------------|
| Gestión SIU GUARANI: - Inscripciones (exámenes y semestre) - Fechas de examen - Consultas varias: planes de estudio, notas de parciales, horarios. - Regularidades - Admisiones - Asistencia al docente - FAQs. | Que los participantes sepan asistir a los alumnos en la gestión de actividades administrativas universitarias. | Explicativa con soporte visual | Notebook Cañón Fibras Pizarrón Papelería | 80 min | Doc. Garro Oscar |

| Receso | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------|----------------------|
| Atención al público: - Trato cordial - La vestimenta - Saber escuchar - La comunicación no verbal - La comunicación telefónica | Hacer más eficiente la comunicación de los representantes y mejorar la calidad de la atención al público. | Explicativa y participativa con soporte visual. | Notebook Cañón Fibras Pizarrón Papelería | 40 min. | Lic. Pugacz Camila |
| Mejorando la comunicación: - Lenguaje de señas | Capacitar en lenguajes alternativos a los participantes para mejorar la inclusión | Interactiva, explicativa con soporte visual | Notebook Cañón Fibras Pizarrón Papelería Cartulinas | 80 min | Prof. Verónica Mallo |

Objetivos: Aumentar la eficiencia en la atención al público generando un enfoque al usuario. Mejorar la calidad de servicio y consecuentemente la imagen de la institución.

Destinatarios: becados del área de bienestar estudiantil

Tiempo: segunda semana de marzo.

Recursos: papelería, recursos informáticos, asistente contratado del SIU Guaraní.

Evaluación: encuestas a los alumnos.

• **Táctica 6: Reuniones con los tutores**

Desde las tutorías de carreras se propondrán horarios de consultas para suplir las dudas que surjan de carácter académico, esta acción será reforzada con recordatorios vía correo electrónico y también se arreglarán las citas a través de este medio. Además se colocarán afiches en cartelera.

Afiche:

| CARRERA | TUTOR | HORARIOS | E-MAIL |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| Contador Público Profesorado en matemática Licenciatura en Administración | Mgtr. Miguel Ángel Pelozo | Lunes y Jueves De 14:30 a 17:30 | mapelozo@uncaus.edu.ar |
| Profesorado en Ciencias Químicas y del Ambiente Ingeniería Química Licenciatura en Biotecnología Ingeniería Zootecnista | Ing. Juan Pablo Hernández Quiroga | Miércoles y Viernes De 18:00 a 20:00 | jphernandezq@uncaus.edu.ar |
| Ingeniería en Alimentos Licenciatura en Nutrición | Ing. Carla Constanza Salto | Martes y Jueves De 10:00 a 12:00 | csalto@uncaus.edu.ar |
| Farmacia | Mgtr. Mabel Gruzinsky | Lunes y Viernes De 17:00 a 19:00 | mgruzinsky@uncaus.edu.ar |
| Ingeniería en Sistemas de Información | Doc. Oscar Garro | Martes y Miércoles De 9:00 a 11:00 | ogarro@uncaus.edu.ar |
| Ingeniería Industrial | Ing. Hugo Atanasoff | Viernes De 18:00 a 20:00 | hatanasoff@uncaus.edu.ar |
| Óptico Técnico | Mgtr. Lucas Lucca | Lunes y Jueves De 13:00 a 15:00 | llucca@uncaus.edu.ar |
| Profesorado en Física | Prof. Evangelina Domínguez Zenique | Martes y Miércoles 17:00 a 19:00 | edominguez@uncaus.edu.ar |

Objetivos: crear un espacio formal a nombre de la institución que fortalezca la identificación con los grupos de interés.

Destinatarios: tutores de carrera y alumnos actuales.

Tiempo: el inicio de las actividades será dentro de la cuarta semana de marzo y se desarrollara durante todo el mes de abril.

Recursos: recursos informáticos, afiches.

Evaluación: se medirá la eficacia de la información del programa por medio de encuestas.

- **Táctica 7: Concurso *Revista Actualidad Universitaria***

Se llevará a cabo un concurso destinado a publicar los trabajos de los alumnos en la revista académica *Actualidad UNCAus*. La convocatoria será a través de los profesores de materias específicas siendo ellos los evaluadores de cada trabajo.

Normas de presentación de los trabajos de investigación:

1-. Interlineado: se debe establecer un espacio entre líneas de un párrafo de 1.5.

2-. Tamaño de letra: para los títulos de los capítulos se recomienda utilizar el tamaño 16, mientras que para los subtítulos se recomienda utilizar 14. El resto del documento debe ir en tamaño 12.

3-. Las citas

Cuando escribo textual lo que dice el autor: Si es breve (menos de 40 palabras), va dentro del párrafo entre comillas, seguidas por el apellido del autor, el año de la publicación y la página, todo entre paréntesis

Si la Cita textual es más extensa (mayor a 40 palabras): deben colocarse en un párrafo aparte, sin comillas, con un tabulador en el margen izquierdo y un tabulador en el margen derecho.

Citas no textuales: debe colocarse el apellido del autor y el año de publicación, después del texto.

Trabajos que provienen de una organización: se debe colocar en la primera cita el nombre completo de la misma seguido de sus siglas entre paréntesis y el año de publicación. En las citas siguientes solamente se colocan las siglas de la institución y el año de publicación de la obra.

Evaluación:

La evaluación de los trabajos en primera instancia estará a cargo del profesor designado de cada cátedra, teniendo en cuenta:

- La pertinencia académica con la materia en la que fue desarrollada la investigación
- Su aporte a la ciencia
- El criterio de novedad y atracción (que se pueda resumir en artículos atractivos para el público y tengan criterio periodístico)

Luego el Secretario Académico evaluará: bibliografía, gramática y presentación formal.

Objetivos: fomentar el sentido de pertenencia de los alumnos e incentivar su participación en la vida institucional

Destinatarios: alumnos actuales, profesores, equipo de investigación.

Tiempo: primera semana de febrero.

Recursos: elementos de papelería e imprenta.

Evaluación: encuesta virtual.

- **Táctica 8: Campaña de inclusión en el deporte ¡Sumate!**

Bajo el lema ¡Sumate! Se realizará una campaña para incentivar a los alumnos a concurrir a actividades deportivas que la universidad propone. Se realizarán banners que serán instalados en los lugares con mayor tránsito de la institución, esta campaña se promocionará en el programa radial conexión UNCAus por medio de Publinotas informativas, las cuales expondrán temas relacionados con la actividad deportiva y los beneficios del deporte; también a través de artículos el boletín .edu. Como refuerzo de la convocatoria se creará una dirección de correo electrónico para facilitar el acceso a la información y las inscripciones a las actividades.

Publinota Radial:

Pcia. Roque Sáenz Peña- Chaco
Lic. Juan Manuel Gómez
Conexión UNCAus

PUBLINOTA

El deporte: Una ayuda en la carrera

¿ Porqué el deporte puede ayudar a desarrollarte mejor en la facu?

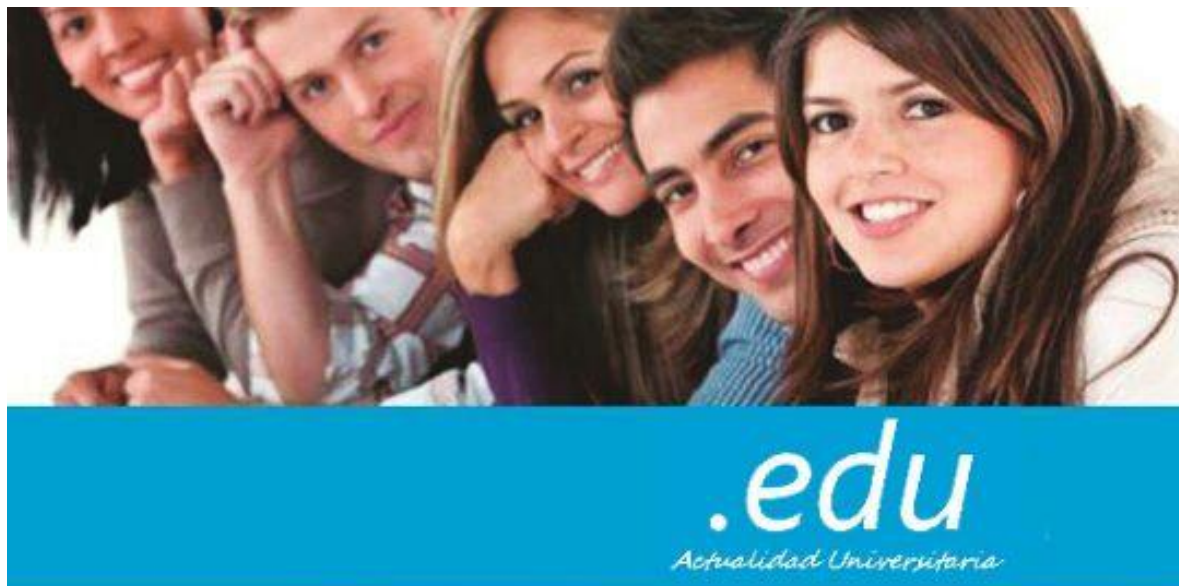
Aumenta la capacidad de concentración. Uno de los beneficios del deporte es que ayuda a mejorar la capacidad de mantener la atención en una cosa durante un mayor tiempo.

Te ayuda a tolerar el estrés. Hoy en día el estrés ataca a la mayoría de los adultos e incluso niños, uno de los beneficios del deporte es que te relaja y evita que te estreses en exceso.

Se amplía la capacidad de trabajo en equipo. Dentro de la vasta variedad de deportes que hay, muchos son en equipo, por lo que uno de los beneficios del deporte es aprender a trabajar en equipo.

Aumenta la Responsabilidad. Uno de los beneficios del deporte es que enseña responsabilidad y compromiso para ir a los entrenamientos y competencias

Fuente: <http://www.1001consejos.com/deportes/8033-12-beneficios-del-deporte/>



www.noticiasuncaus.com.ar

facebook.com/HipermediosUncaus

YouTube www.youtube.com/user/UNCAusUniversidad

DEPORTES EN LA UNCAUS



El **hockey de la Uncaus** y una importante presentación de local

<http://www.noticiasuncaus.com.ar/index.php/uncaus/4505-el-hockey-de-la-uncaus-y-una-importante-presentacion-de-local>



La UNCAus presentó su **Equipo de Basquet** que participará del **Torneo Federal**

<http://www.noticiasuncaus.com.ar/index.php/uncaus/4513-basquet>

¡HOY NO TE PIERDAS!

La Universidad Nacional del Chaco Austral debutará en Posadas, Misiones ante el Club Tokio por la primera fecha del Torneo Federal de Básquetbol categoría A la que accedió luego de ganar el año pasado el Argentino de Clubes.

Escuchalo en una edición especial de Puntos de Vista

Por F.M 101.9 MHz a partir de las 20: 00 o en



www.noticiasuncaus.com.ar

UNCAUS
UNIVERSIDAD
NACIONAL DEL
CHACO AUSTRAL

A continuación se exhiben los modelos de banners que serán ubicados a los laterales de la entrada al aula magna.



INVITA:

SECRETARÍA DE BIENESTAR ESTUDIANTIL
EMAIL: ESTUDIANTEL@UNCAUS.EDU.AR
TEL: 4420137 INT. 111



SUMATE

GIMNASIO UNIVERSITARIO



INVITA:

SECRETARÍA DE BIENESTAR ESTUDIANTEL

EMAIL: ESTUDIANTEL@UNCAUS.EDU.AR

TEL: 4420137 INT. 111



UNCAUS
UNIVERSIDAD
NACIONAL DEL
CHACO AUSTRAL

SUMATE

VOLEY FEMENINO



INVITA:

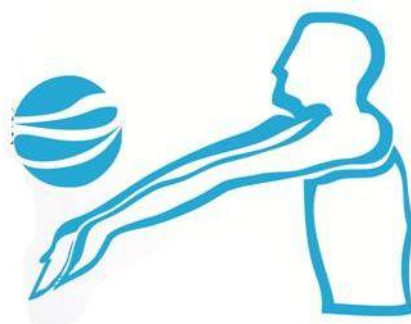
SECRETARÍA DE BIENESTAR ESTUDIANTEL
EMAIL: ESTUDIANTEL@UNCAUS.EDU.AR
TEL: 4420137 INT. 111



UNCAUS
UNIVERSIDAD
NACIONAL DEL
CHACO AUSTRAL

SUMATE

VOLEY MASCULINO



INVITA:

SECRETARÍA DE BIENESTAR ESTUDIANTEL
EMAIL: ESTUDIANTEL@UNCAUS.EDU.AR
TEL: 4420137 INT. 111



UNCAUS
UNIVERSIDAD
NACIONAL DEL
CHACO AUSTRAL

Objetivos: generar una mayor participación del alumnado en las actividades extracurriculares de la universidad, difundiendo así la actividad deportiva.

Destinatarios: alumnos actuales de la institución.

Tiempo: segunda semana de marzo.

Recursos: imprenta, banners, diseñador gráfico, elementos de librería, recursos informáticos, afiches.

Evaluación: la repercusión se medirá según el índice de asistencia e inscripciones.

- **Táctica 9: Visitas informativas a colegios secundarios locales**

Generar a partir de la política de vinculación instancias informativas con los alumnos futuros de la institución o que se encuentran en incertidumbre con respecto a la elección del futuro universitario. Las visitas se centran en brindar charlas informativas a los alumnos de los últimos años de los colegios secundarios de la localidad, los encargados de las visitas serán los encargados de tutorías y apoyará el discurso con material de promoción informativa. Se crearán folletos de la oferta académica de la universidad el cual contendrá las fechas de inscripción y el detalle de los cursos de nivelación para el ingreso

Con el fin de unificar y coordinar la imagen de la institución, los encargados de dictar las charlas llevarán chombas con el isologo de la UNCAus en manera de uniforme.

Agenda:

| Fecha/horarios | Colegio | Convocatoria | Representantes | Referentes de la institución |
|------------------------------------------------|------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| SEPTIEMBRE | | | | |
| Día: 15 Horario: a partir de las 10: 05 hs. | Don Orione | 3 cursos de 30 alumnos cada uno. (90 alumnos) | - Mgtr. Fabiana Maguna - Ing. Criztian | Directora: Adriana Aguirre de Vicente Teléfono: |

| | | | | |
|----------------------------------------------|--------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| | | | Vizgarra | 4420138 |
| Día: 18 Horario: a partir de las 8:45 | C.E.P N° 34 | 4 cursos con 28 alumnos cada uno (112 alumnos) | - Prof. Analía Almirón - Mgtr. Fabiana Maguna | Director: José Darío Cuevas Teléfono: 4425783 |
| Día: 26 Horario: a partir de las 10:05 | E.N.N.E.T N° 60 | 3 cursos con 25 alumnos cada uno (75 alumnos) | - Prof. Analía Almirón - Ing. Cristian Vizgarra | Director: José Ceriani 4423698 |

Folleto:

CURSOS DE NIVELACIÓN

| CARRERA | CURSOS DE NIVELACIÓN ÁREA | | | |
|--------------------------------------------|---------------------------|------------|------------|-----------------------------|
| | química | matemática | ingeniería | comunicación oral y escrita |
| INGENIERÍA EN ALIMENTOS | | | | |
| INGENIERÍA INDUSTRIAL | | | | |
| INGENIERÍA QUÍMICA | | | | |
| INGENIERÍA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN | | | | |
| INGENIERÍA ZOOTECNISTA | | | | |
| FARMACIA | | | | |
| LICENCIATURA EN NUTRICIÓN | | | | |
| LICENCIATURA EN BIOTECNOLOGÍA | | | | |
| ÓPTICO TÉCNICO | | | | |
| LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN | | | | |
| CONTADOR PÚBLICO | | | | |
| PROFESORADO EN MATEMÁTICA | | | | |
| PROFESORADO EN FÍSICA | | | | |
| PROFESORADO EN CS. QUÍMICAS Y DEL AMBIENTE | | | | |

**elegí tu
carrera y
estudiá en la
universidad
de todos**



MÁS INFO

COMANDANTE FERNÁNDEZ N° 755
Pcia. Roque Sáenz Peña - CHACO
TEL: 54364-4420437
WWW.UNCAUS.EDU.AR
WWW.NOTICIASUNCAUS.COM.AR



Perfil de los egresados

Ingeniería en alimentos

Es un profesional con una amplia formación científica y tecnológica capaz de desarrollar y dirigir los procesos involucrados en el diseño, la fabricación y la comercialización de productos alimenticios. Su formación integral le permitirá abordar los desafíos del desarrollo de nuevos productos alimenticios considerando las normativas sanitarias nacionales e internacionales y procurando la preservación del medio ambiente.

Ingeniería industrial

El egresado posee una formación interdisciplinaria que le permite integrar los conocimientos especializados, las habilidades propias y los métodos de análisis y del diseño de la Ingeniería junto con los métodos de las Ciencias Matemáticas, Ciencias Físicas, los Fundamentos de Informática, y la técnica para formular y construir modelos para el diseño, proyecto, análisis, evaluación, predicción, selección, explotación, automatización, control, mantenimiento y optimización de partes o sistemas del área empresarial e industrial, con buen criterio productivo, de eficiencia, de calidad, de funcionalidad, de economía y fundamentalmente preservando el medio ambiente.

Ingeniería química

Es un sólido profesional cuya competencia le permite abordar los diversos campos propios de su disciplina en relación con otras ramas del saber como la biotecnología, la tecnología de alimentos, los nuevos materiales, el diseño y control de procesos asistidos por computadora, la protección ambiental y la gestión de residuos, entre otros. Su formación le brindará las herramientas y habilidades básicas para el asesoramiento técnico específico de la actividad productiva regional orientada a la industria forestal, textil, curtiembre e industrias químicas en general cuya incidencia en la economía regional es relevante.

Ingeniería en sistemas de información

El egresado será un especialista en la investigación, el diseño y la implementación de sistemas de información, capaz de resolver problemas inherentes a la sistematización, poniendo énfasis en la administración de los recursos informáticos, y, fundando su intervención en la capacidad de evaluar, seleccionar, instalar y auditar hardware y software.

Ingeniería zootecnista

Es una rama de las Ciencias Agrarias que se dedica al estudio de la producción de animales, tanto de las especies tradicionales como alternativas, y cuya finalidad es la obtención de un máximo rendimiento administrando los recursos disponibles bajo criterios de sostenibilidad. En la formación académica más cercana se encuentra la Ingeniería Agrónoma y la Veterinaria. Los egresados podrán dedicarse a una amplia gama de actividades enmarcadas en la organización, dirección y asesoramiento de establecimientos dedicados a la producción pecuaria, como así también en la investigación y extensión desde instituciones estatales o privadas.

Farmacia

El rol del profesional farmacéutico tiene una amplia diversificación de sus funciones y podrá desempeñarse como: Director Técnico responsable del funcionamiento en la oficina farmacéutica, personal técnico de control científico de Farmacias, Laboratorios o Institutos relacionados o vinculados con la industria farmacéutica, Investigador de principios activos, fármacos y nutrientes de origen natural o sintético, destinados a la prevención, diagnóstico, alivio y curación de las enfermedades de los seres vivos, etc.

Lic. en nutrición

Está capacitado para participar en la formulación, el desarrollo y la evaluación de programas de educación alimentaria-nutricional, tendientes

a mejorar los hábitos alimentarios, fomentar un estado nutricional normal y utilizar en forma óptima los alimentos. Su formación integral lo habilitará para planificar y desarrollar la prescripción dietética y dieta terapéutica y participar multidisciplinariamente en la definición de las políticas y formulación de planes y programas de nutrición y alimentación en todas sus etapas biológicas, en los distintos niveles y áreas. Además, podrá desempeñarse en los Servicios de Alimentación Institucional, ejerciendo la planificación, organización, dirección y control o evaluación técnica y económica, como también la supervisión y control de la producción de raciones y fórmulas en todas las etapas relacionadas con la alimentación.

Lic. en biotecnología

El egresado es un profesional especializado en los procesos biotecnológicos para la elaboración y obtención de productos y servicios de alto valor agregado en diferentes sectores industriales, tales como el área biomédica, la industria farmacéutica, la agroindustria, la industria alimentaria, y el medio ambiente. El avance científico en genética y técnicas biológicas constituyen el campo en el que desempeñará el futuro egresado.

Óptico técnico

El egresado es por excelencia un profesional habilitado para gestionar ópticas o empresas que fabriquen y comercialicen productos afines (lentes de contacto, prótesis). Sus competencias le permitirán tanto la adaptación, diseño y construcción de lentes oftálmicas como el gerenciamento de industrias o comercios de elementos de óptica.

Lic. en administración

es un profesional capacitado para asesorar y asistir técnicamente las funciones directivas en organizaciones de cualquier finalidad; diseñar e implementar estructuras de organización y de sus sistemas de información; estudiar, definir, implementar y evaluar distintas políticas de administración en cuanto a las siguientes funciones básicas: Personal, Comercialización, Producción, Logística, Finanzas, Pa-

neamiento el Control; elaborar y evaluar proyectos de inversión; diseñar y desarrollar proyectos de investigación inherentes a su campo profesional, en forma individual o formando equipos interdisciplinarios.

Contador público

Es un profesional con amplios conocimientos en Contabilidad, Impuestos, Derecho Societario y Laboral, con la aptitud necesaria en Economía, Administración, Derecho y Matemática que lo lleven a desenvolverse eficaz y eficientemente en ese campo profesional.

Profesorado en matemática

Podrá ejercer la enseñanza de la Matemática en todos los niveles del sistema educativo nacional y está capacitado para manejar los conocimientos matemáticos tanto en los niveles de formalización y estructuración propios de la disciplina como en otros más apropiados para concretar la construcción de significados matemáticos en contextos educativos.

Profesorado en física

El egresado tendrá un amplio conocimiento de los saberes propios de su disciplina que le permitirán la comprensión de los fenómenos físicos. Su formación le permitirá desempeñarse en el ejercicio de la docencia en todos los niveles del sistema educativo relacionados con la enseñanza de la física.

Profesorado en cs. químicas y del ambiente

Tendrá un profundo conocimiento tanto del objetivo de estudio de su ciencia en general como de los marcos teórico-metodológicos necesarios para la conducción del proceso de enseñanza y aprendizaje, que le permitirá orientar a los alumnos en la interpretación cualitativa y cuantitativa de los procesos, los fenómenos, los conceptos, los principios y las generalizaciones que sustentan el desarrollo de la Química

Afiche:

elegí tu carrera...

| CARRERAS | TÍTULO DE GRADO <small>DURACIÓN: 5 años</small> | TÍTULO INTERMEDIO <small>DURACIÓN: 3 años</small> |
|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| INGENIERÍA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN | INGENIERO EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN | ANALISTA UNIVERSITARIO EN SISTEMAS |
| LICENCIATURA EN BIOTECNOLOGÍA | LICENCIADO EN BIOTECNOLOGÍA | TÉCNICO LABORATORISTA UNIVERSITARIO |
| INGENIERÍA EN ALIMENTOS | INGENIERO EN ALIMENTOS | TÉCNICO QUÍMICO LABORATORISTA |
| LICENCIATURA EN NUTRICIÓN | LICENCIADO EN NUTRICIÓN | |
| INGENIERÍA INDUSTRIAL | INGENIERO INDUSTRIAL | TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES |
| INGENIERÍA QUÍMICA | INGENIERO QUÍMICO | TÉCNICO QUÍMICO LABORATORISTA |
| INGENIERÍA ZOOTECNISTA | INGENIERO ZOOTECNISTA | |
| FARMACIA | FARMACÉUTICO | TÉCNICO QUÍMICO |
| CONTADOR PÚBLICO | CONTADOR PÚBLICO | TÉCNICO UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN |
| LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN | LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN | TÉCNICO UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN |
| DURACIÓN: 4 años | | |
| PROFESORADO EN MATEMÁTICA | PROFESOR EN MATEMÁTICA | |
| PROFESORADO EN FÍSICA | PROFESORADO EN FÍSICA | |
| PROFESORADO EN CIENCIAS QUÍMICAS Y DEL AMBIENTE | PROFESOR EN CIENCIAS QUÍMICAS Y DEL AMBIENTE | |
| ÓPTICO TÉCNICO | ÓPTICO TÉCNICO CONTACTÓLOGO (3 años) | |

y estudiará en la universidad de todos!

Período de inscripción

Desde lunes **3 de diciembre** al viernes **28 de diciembre** de 2012

Requisito de inscripción

- 1 DNI (deberá acompañar fotocopia).
Pasaporte para los extranjeros (deberá acompañar fotocopia).
- 2 Título o certificado original debidamente legalizado, o constancia de estudios completos (con leyenda "no adeuda materias")
- 3 Certificado de salud expendido por un organismo público competente
- 4 Constancia de grupo sanguíneo
- 5 Tres (3) fotografías 4x4 cm. (fondo blanco)
- 6 Formulario de preinscripción impreso, debidamente cumplimentado, con todos los datos completos y firmado por el interesado.

📌

más info
 COMANDANTE FERNÁNDEZ N° 755
 PCIA. ROQUE SAENZ PEÑA - CHACO
 TEL.+54364-4420137
www.uncaus.edu.ar
www.noticiasuncaus.com.ar

UNCAUS
UNIVERSIDAD
NACIONAL DEL
CHACO AUSTRAL

Uniforme:



Objetivos: tener mayor presencia en la comunidad Saenzpeñense y reducir la incertidumbre de los alumnos potenciales con información adecuada y brindada por representantes de la institución.

Destinatarios: alumnos de los últimos años de la educación secundaria y personal de bienestar estudiantil.

Tiempo: se planea llevar a cabo esta actividad entre los meses de septiembre y octubre dependiendo de la disponibilidad de los colegios secundarios.

Recursos: imprenta, folletos, hojas membretadas, remeras institucionales.

Evaluación: se suministraran encuestas evaluativas durante las charlas.

- **Táctica 10: Feria de ciencias**

Evento que se articulará entre las carreras de ingeniería y alumnos del último año de colegios secundarios. Donde se expondrán proyectos referentes a un tema planteado por la institución. La feria se realizará en el patio de la universidad, y será de carácter anual. La convocatoria se realizará a través de comunicados de prensa a los medios locales donde también se los invitará a participar del evento; la difusión central canalizará en la estación radial de la universidad. De la misma manera se realizarán afiches promocionales con la información referente a inscripción, los mismos serán colocados en las carteleras internas de la universidad y en los colegios secundarios de la localidad.

Comunicado de prensa:



De: Secretaría de Extensión UNCAus

Fecha: 15 de agosto

COMUNICADO DE PRENSA

“1° Feria de Ciencias de la UNCAus”

La Universidad de todos realizará su primera feria de ciencias donde participarán todos los colegios secundarios de la Ciudad Termal

Del 25 al 27 de agosto, en el patio del campus universitario la UNCAus organiza la primera feria de ciencias de la ciudad. Habrá exposiciones de experimentos e investigaciones agrotécnicas, químicas y tecnológicas.

Los proyectos fueron presentados por alumnos de quinto año de los colegios secundarios de la ciudad y fueron evaluados por el comité investigador de la Universidad. Este evento se suma al proyecto de la RedBIEN (Red de Bienestar Estudiantil), pudiendo los ganadores competir con Universidades de todo el país.

La cita es en Comandante Fernández 755 a partir de las 17:30 hs con entrada libre y gratuita. La Universidad de Todos te espera.

Contacto de Prensa: Camila Pugacz- 3644635959 - camilapugacz@gmail.com



Objetivos: conjugar la propuesta académica de la institución con las actividades culturales y compartirlo con la Comunidad de Presidencia Roque Sáenz Peña y de esta forma contribuir a la notoriedad y participación de la Universidad en la comunidad..

Destinatarios: medios de comunicación local, alumnos de los colegios secundarios, alumnos de la universidad, comunidad local, autoridades institucionales y líderes de opinión.

Tiempo: cuarta semana de agosto.

Recursos: materiales de librería, hojas membretadas, invitaciones, afiches promocionales, stands, diseñador gráfico.

Evaluación: conteo de asistencias a través de inscripciones, clipping de medios.

- **Táctica 11: Expo carreras**

La organización de este evento propone exponer la oferta académica de la institución compartiendo experiencias con futuros alumnos, su familia y la comunidad en general. En el evento se planearán charlas con los tutores de carreras y capacitaciones sobre temas de la actualidad además de presentar folletos con información específica de cada carrera. Se planea promocionarla en radio UNCAus a través de pautas publicitarias.

Comisiones:

| Comisión de Relaciones Públicas e Institucionales | | |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| Responsable y auxiliar | Tareas | Imprevistos: Responsable/ Teléfono |
| Lic. Camila Pugacz Auxiliar: Juan Manuel Gómez López | Difusión: -Envío de gacetillas -Invitación a los medios de comunicación. -Prensa post evento Invitaciones: -Diseño -Envío | Lic. Camila Pugacz Tel: 3644 535959 |

| | | |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| | <p>Material de Promoción:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Distribución y colocación de afiches y folletos -Disposición del material de promoción <p>Protocolo</p> <ul style="list-style-type: none"> -Palabras del Recrtor: discurso y vestimenta <p>Feria:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Control de estética de los stands -Personal para Promoción | |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

| Comisión de Primeros Auxilios | | |
|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------------------------|
| Responsable y auxiliar | Tareas | Improvistos: Responsable/ Teléfono |
| Dra. Gabriela Parra conjuntamente con el servicio de ambulancia | Asistencia médica en el predio | Enfermería: Soledad Hernández Tel: 3644 636767 |

| Comisión de Recursos Humanos | | |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Responsable y auxiliar | Tareas | Improvistos: Responsable/ Teléfono |
| Mgtr. Fabiana Maguna Auxiliar: Maria A. Judis | <p>Coordinación del personal docente y representantes de las 14 carreras en el predio</p> <p>Contenido académico y</p> | <p>Mgtr. Fabiana Maguna Tel: 3644 6034567</p> |

| | | |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| | exposiciones de cada stand Charlas de tutores: -Contenido -Horarios -Personal a cargo | |
| Comisión de Infraestructura | | |
| Responsable y auxiliar | Tareas | Imprevistos: Responsable/ Teléfono |
| Ing. Sergio Vivas Auxiliar: Andrés Vergara | Infraestructura del stand: -Armado -Acondicionamiento -Mantenimiento Limpieza -Organización -Elementos de Limpieza Seguridad: -Plan de Evacuación -Seguridad del Predio -Prevención de incendios y accidentes. Control y acondicionamiento: -Electricidad y luces | Ing. Sergio Vivas Tel: 3644 4000345 |

Afiche Promocional:

expo carreras

charlas con los tutores
Test vocacionales
Experiencias

15
de octubre




17 hs.


espacio
cultural
centro
chaqueño

Veni con tu familia y consultá todo loque te
ofrece la UNCAUS

¡Te esperamos!

Entrada libre y gratuita

 **UNCAUS**
UNIVERSIDAD
NACIONAL DEL
CHACO AUSTRAL

Folletos:

PRIMER AÑO

01. SISTEMAS CONTABLES I
02. MATEMÁTICA I
03. ADMINISTRACIÓN GENERAL
04. ANÁLISIS ECONÓMICO
05. INFORMÁTICA
06. MATEMÁTICA II
07. ANÁLISIS MICROECONÓMICO

CUARTO AÑO

20. SOCIEDADES COMERCIALES
21. CONTABILIDAD ESPECIAL
22. CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
23. ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
24. LEGISLACIÓN Y TÉCNICA LABORAL Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL
25. LEGISLACIÓN Y TÉCNICA TRIBUTARIA I
26. ANÁLISIS DE ESTADOS CONTABLES

SEGUNDO AÑO

08. SISTEMAS CONTABLES II
09. SISTEMAS ADMINISTRATIVOS
10. INGLÉS
11. ANÁLISIS MACROECONÓMICO
12. DERECHO CONSTITUCIONAL Y DERECHO ADMINISTRATIVO
13. PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA

QUINTO AÑO

27. LEGISLACIÓN Y TÉCNICA TRIBUTARIA II
28. ORGANIZACIÓN DE LA PROFESIÓN Y CÓDIGO DE ÉTICA
29. AUDITORIA
30. CONCURSOS Y QUIEBRAS
31. LEGISLACIÓN Y TÉCNICA TRIBUTARIA III
32. TALLER DE INTEGRACIÓN PROFESIONAL PRÁCTICA PROFESIONAL

TERCER AÑO

14. COSTOS
15. DERECHO CIVIL
16. MATEMÁTICA FINANCIERA
17. DERECHO COMERCIAL
18. FINANZAS PÚBLICAS
19. INVESTIGACIÓN OPERATIVA

Más info:
Comandante Fernández N° 755
Pcia. Roque Sáenz Peña - Chaco
Tel.+54384-4420137
www.uncaus.edu.ar
www.noticiasuncaus.com.ar





CONTADOR PÚBLICO



UNCAUS
UNIVERSIDAD
NACIONAL DEL
CHACO AUSTRAL

CONTADOR PÚBLICO

PERFIL DE LOS GRADUADOS

Se espera que el egresado de la carrera de **Contador Público** sea un profesional con amplios conocimientos de contabilidad, impuestos, derecho societario y laboral, con la apoyatura necesaria en economía, administración, derecho y matemática que lo lleven a desenvolverse eficaz y eficientemente en ese campo de actuación. La honestidad intelectual y su accionar ético lo identificarán como un profesional responsable de aportar claridad y lucidez a los problemas del mundo y de su tiempo

El título de **Técnico Universitario en Administración** acredita los siguientes conocimientos y capacidades:

- Capacidad de asistir al nivel gerencial mediante la generación de información para la toma de decisiones.
- Capacidad de comprender e intervenir en la realidad socio-cultural con sentido ético, dando respuesta a las necesidades sociales y económicas de la comunidad en la que esté inserto.
- Capacidad de mejorar su calidad de vida, desarrollando sus propias potencialidades.

- Capacidad de transferir los conocimientos técnicos de la ciencia administrativa a las realidades concretas de los distintos entes.
- Capacidad para colaborar en la formulación y ejecución de estrategias y políticas organizacionales.
- Capacidad para colaborar en el diseño proyectos administrativos.
- Capacidad para ejecutar planes y controles a nivel operativo.

ALCANCES DE LOS TÍTULOS

Los alcances profesionales para el **CONTADOR PÚBLICO** son:

1. Diseño de estructuras de organización administrativo - contable y de sus sistemas de información, relativos a:
 - estructura de la organización
 - sistema contable
 - participación en la implementación de sistemas de procesamiento de datos.
2. Concepción, análisis, proyección y dictámenes de estados contables.
3. Análisis e informes sobre costos y gestión.

4. Auditorías contables y operativas.
5. Análisis económico y financiero de empresas:
 - estudios sobre la situación financiera y patrimonial
 - participación en análisis de proyectos de inversión.
6. Asesoramiento a sociedades y otros entes:
 - actuación en las distintas etapas de la vida del ente;
 - actuación como síndico societario;
 - transmisión de fondos de comercio.
7. Asesoramiento en materia laboral y de seguridad social:
 - operatoria administrativo - contable;
 - actuación en recursos administrativos;
 - actuación como funcionario en organismos de recaudación y fiscalización previsional.
8. Asesoramiento impositivo:
 - análisis de la situación del ente frente a los distintos tributos;
 - operatoria administrativo - contable;
 - actuación en recursos administrativos;
 - asesoramiento sobre regímenes de promoción;
 - actuación como funcionario en organismos de recaudación y fiscalización tributaria.
9. Actuación judicial:
 - como síndico en concursos y quiebras;
 - liquidación de averías y siniestros;
 - estados de cuentas en disolución y liquidación de sociedades;
 - dictámenes e informes contables en administraciones e intervenciones judiciales.

• Título de Grado:
CONTADOR PÚBLICO
Duración:
5 años

• Título Intermedio:
TÉCNICO UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN
Duración:
3 años

Los alcances del **TÉCNICO LABORATORISTA UNIVERSITARIO** son:

- Efectuar análisis físicos y químicos de:**
- Colaboración en el asesoramiento y asistencia técnica a las funciones directivas en organizaciones de cualquier finalidad.
 - Colaboración en el diseño e implementación de estructuras de organización y de sus sistemas de información.
 - Operar y supervisar sistemas contables de crédito, de stocks, y sistemas informáticos de uso habitual en la administración organizacional y diversos instrumentos públicos y privados.

El egresado de la carrera de **CONTADOR PÚBLICO** es un profesional con amplios conocimientos en Contabilidad, impuestos, Derecho Societario y Laboral, con la apoyatura necesaria en Economía, Administración, Derecho y Matemática que lo lleven a desenvolverse eficaz y eficientemente en ese campo profesional.

PRIMER AÑO

01. QUÍMICA GENERAL
02. MATEMÁTICA I
03. BIOLOGÍA GENERAL
04. MATEMÁTICA II
05. QUÍMICA INORGÁNICA
06. FÍSICA

SEGUNDO AÑO

07. QUÍMICA ORGÁNICA I
08. ANATOMÍA Y FISIOLÓGIA
09. INGLÉS
10. EPISTEMOLOGÍA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA
11. INFORMÁTICA
12. QUÍMICA ORGÁNICA II
13. BIOESTADÍSTICA

TERCER AÑO

14. QUÍMICA ANALÍTICA I
15. QUÍMICA BIOLÓGICA
16. FISIOLOGÍA
17. FISIOQUÍMICA
18. QUÍMICA ANALÍTICA II
19. FARMACOBOTÁNICA

Más info:
Comandante Fernández N° 755
Pcia. Roque Sáenz Peña - Chaco
Tel. +54364-4420137
www.uncaus.edu.ar
www.noticiasuncaus.com.ar



CUARTO AÑO

20. FARMACOLOGÍA
21. FARMACOGNOSIA
22. MICROBIOLOGÍA E INMUNOLOGÍA
23. NUTRICIÓN Y BROMATOLOGÍA
24. FARMACOTECNIA I
25. QUÍMICA MEDICINAL
26. ELECTIVA I

QUINTO AÑO

27. LEGISLACIÓN FARMACÉUTICA
28. FARMACIA CLÍNICA Y ASISTENCIAL
29. FARMACOTECNIA II
30. TOXICOLOGÍA
31. GARANTÍA DE CALIDAD DE MEDICAMENTOS
32. HIGIENE Y SANIDAD
33. ELECTIVA II
- PRÁCTICA PROFESIONAL

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

1. DNI, Libreta de Enrolamiento o Libreta Cívica (deberá acompañar fotocopia). Pasaporte para los extranjeros (acompañando fotocopia).
2. Título o certificado original debidamente legalizado, o constancia de estudios completos (con la leyenda "no adeuda materias").
3. Certificado de buena salud expedido por un organismo público competente.
4. Constancia de grupo sanguíneo.
5. Tres (3) fotografías 4x4 cm. (fondo blanco)
6. Formulario de preinscripción impreso, debidamente cumplimentado, con todos los datos completos y firmado por el interesado

FARMACIA



FARMACIA

PERFIL DE LOS GRADUADOS

El **Farmacéutico** formado en nuestra Institución con este plan de estudios se espera que:

- Posea una formación científica y técnica amplia, constituyéndose en el referente de información sobre medicamentos y otros productos farmacéuticos relacionados con la salud, para responder a las demandas de la comunidad.
- Adquiera habilidades personales que le permitan analizar y aplicar criterio profesional para resolver problemas propios del área farmacéutica.
- Incorpore habilidades instrumentales para el ejercicio de la profesión en diversos ámbitos vinculados con la investigación, elaboración, control y dispensación de medicamentos y otros productos farmacéuticos.
- Desarrolle actitudes personales favorables al trabajo en equipos interdisciplinarios.
- Desarrolle inquietudes y competencias intelectuales que le permitan continuar con su formación, adquiriendo nuevos conocimientos a lo largo de su desempeño profesional.

El **Técnico Químico** formado en nues-

tra Institución con este plan de estudios se espera que:

- Posea una formación científica y técnica amplia, constituyéndose en un profesional técnico de referencia para el medio, capaz de responder a las demandas de la comunidad.
- Desarrolle trabajos de laboratorio, mostrando habilidad en el manejo de distintas técnicas analíticas.
- Desarrolle actitudes personales favorables al trabajo en equipos interdisciplinarios.
- Desarrolle inquietudes y competencias intelectuales que le permitan continuar con su formación, adquiriendo nuevos conocimientos a lo largo de su desempeño profesional.
- Mantenga y conservación del patrimonio genético.

ALCANCES DE LOS TÍTULOS

Algunas de las actividades Profesionales reservadas al Título de **FARMACÉUTICO** son:

Desarrollar en forma exclusiva las siguientes actividades:

- a. Ejercer la dirección técnica de farmacias privadas, farmacias de establecimientos asistenciales públicos, privados, y de las fuerzas armadas; ser-

vicios de esterilización de establecimientos productivos o asistenciales, públicos, privados y de las fuerzas armadas; droguerías; distribuidoras; laboratorios o plantas industriales que realicen: investigación, diseño, síntesis, desarrollo, producción, control de calidad, fraccionamiento, envasado, esterilización, almacenamiento, conservación, distribución, importación, exportación y transporte de medicamentos y productos para la salud del ser humano y otros seres vivos. Ejercer la supervisión del personal técnico a su cargo.

- b. Preparar formulaciones farmacéuticas y medicamentos magistrales y oficinales, dispensar medicamentos de origen industrial en farmacias de atención directa al público (privadas, comunitarias, de obras sociales, etc.) o en servicios de atención de la salud (hospitales, sanatorios, centros de salud, dispensarios, etc.) ejerciendo la dirección técnica o función similar y/o las funciones paramédicas, de acuerdo a la legislación y reglamentaciones vigentes en cada jurisdicción.
- c. Intervenir en la investigación y diseño, desarrollo, producción, control de calidad, envasado, almacenamiento y distribución de medicamentos fabricados en serie por la industria farmacéutica.

El título de **TÉCNICO QUÍMICO** habilita para:

1. Efectuar según normas especificadas por escrito, distintas determinaciones de rutinas, en laboratorios químicos de diversas industrias.

• Título de Grado:
FARMACÉUTICO
Duración:
5 años

• Título Intermedio:
TÉCNICO QUÍMICO
Duración:
3 años

2. Intervenir en la preparación, redacción y actualización en conjunto con profesionales del medio, en la redacción de normas técnicas legales relacionadas con la actividad química de la comunidad.

3. Colaborar con profesionales del medio en la confección de normas, patrones de tipografía, evaluación y certificación para materias primas y drogas importadas o para exportar, relacionadas con medicamentos, alimentos, cosméticos y otros productos para la salud.

En la actualidad el rol del **PROFESIONAL FARMACÉUTICO** con formación en el conocimiento del medicamento y otros productos farmacéuticos tiene una amplia diversificación de sus funciones y podrá desempeñarse como: Director Técnico responsable del funcionamiento en la oficina farmacéutica; personal técnico de control científico en Farmacias, Laboratorios o Institutos relacionados o vinculados con la industria farmacéutica. Investigador de principios activos, fármacos y nutrientes de origen natural o sintético, destinados a la prevención, diagnóstico, alivio y curación de las enfermedades de los seres vivos, etc.

PRIMER AÑO

01. CÁLCULO I
02. QUÍMICA GENERAL
03. INTRODUCCIÓN A LA INGENIERÍA
04. FUNDAMENTOS DE INFORMÁTICA
05. ÁLGEBRA LINEAL Y GEOMETRÍA ANALÍTICA
06. QUÍMICA INORGÁNICA
07. FÍSICA I
08. SISTEMAS DE REPRESENTACIÓN

SEGUNDO AÑO

09. QUÍMICA ORGÁNICA I
10. CÁLCULO II
11. INGLÉS TÉCNICO
12. PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA
13. FÍSICA II
14. QUÍMICA ORGÁNICA II
15. ECONOMÍA

TERCER AÑO

16. ANÁLISIS NUMÉRICO
17. TERMODINÁMICA
18. QUÍMICA ANALÍTICA I
19. MICROBIOLOGÍA GENERAL
20. QUÍMICA ANALÍTICA II
21. FISICOQUÍMICA
22. OPERACIONES UNITARIAS I

Más info:
Comandante Fernández N° 755
Pcia. Roque Sáenz Peña - Chaco
Tel.+54364-4420137
www.uncaus.edu.ar
www.noticiasuncaus.com.ar



CUARTO AÑO

23. OPERACIONES UNITARIAS II
24. INGENIERÍA AMBIENTAL
25. SERVICIOS INDUSTRIALES
26. QUÍMICA BIOLÓGICA
27. MICROBIOLOGÍA DE ALIMENTOS Y BIOTECNOLOGÍA
28. BIOQ. DE ALIMENTOS Y NUTRICIÓN
29. INGENIERÍA LEGAL

QUINTO AÑO

30. PRESERVACIÓN DE ALIMENTOS Y ENVASADO
31. CONTROL DE CALIDAD DE ALIMENTOS
32. PROYECTO INDUSTRIAL
33. ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL
34. INDUSTRIAS ALIMENTARIAS I
35. INDUSTRIAS ALIMENTARIAS II
- PRÁCTICA PROFESIONAL
- TRABAJO FINAL DE ING. EN ALIMENTOS

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

1. DNI, Libreta de Enrolamiento o Libreta Cívica (deberá acompañar fotocopia). Pasaporte para los extranjeros (acompañando fotocopia).
2. Título o certificado original debidamente legalizado, o constancia de estudios completos (con la leyenda "no adeuda materias").
3. Certificado de buena salud expedido por un organismo público competente.
4. Constancia de grupo sanguíneo.
5. Tres (3) fotografías 4x4 cm. (fondo blanco)
6. Formulario de preinscripción impreso, debidamente cumplimentado, con todos los datos completos y firmado por el interesado



INGENIERÍA EN ALIMENTOS



INGENIERÍA EN ALIMENTOS

PERFIL DE LOS GRADUADOS

El **Ingeniero en Alimentos** es un profesional con una amplia formación científica y tecnológica que le permitirá desarrollar actividades relacionadas con: los procesos involucrados en el diseño, la fabricación y comercialización de los productos derivados del sector alimentario, y la relación de esos procesos con el medio ambiente. Asimismo se le brindarán las herramientas necesarias para ejercer su profesión con responsabilidad y adoptando un compromiso de formación continua y permanente. La adquisición de las habilidades antes nombradas se logrará a través de una sólida formación en matemática, física, química y en tecnologías básicas (Termodinámica, Fisicoquímica, Química Biológica), complementarias (Gestión de Servicios, Ambiental, Económica y Social) y específicas (Operaciones y Procesos, Calidad, Conservas y Elaboración).

El **Técnico Químico Laboratorista** tendrá una adecuada formación química, tanto teórica como práctica, con instrucción en las áreas físico-matemáticas. Desarrollará trabajos de laboratorio, mostrando habilidad en el manejo de técnicas analíticas.

ALCANCES DE LOS TÍTULOS

El título de INGENIERO EN ALIMENTOS habilita para:

- A. Proyectar, planificar, calcular y controlar las instalaciones, maquinarias e instrumentos de establecimientos industriales y/o comerciales en los que se involucre fabricación, transformación y/o fraccionamiento y envasado de los productos alimenticios contemplados en la legislación vigente.
- B. Controlar todas las operaciones intervinientes en los procesos industriales de fabricación, transformación y/o fraccionamiento y envasado de los productos alimenticios contemplados en la legislación vigente.
- C. Diseñar, implementar y controlar sistemas de procesamiento industrial de alimentos.
- D. Investigar y desarrollar técnicas de fabricación, transformación y/o fraccionamiento y envasado de alimentos, destinadas al mejor aprovechamiento de los recursos naturales y materias primas.
- E. Proyectar, calcular, controlar y optimizar todas las operaciones intervinientes en los procesos industriales de fabricación, transformación y fraccionamiento y envasado de los productos alimenticios contemplados en la legislación y normativa vigente.

F. Supervisar todas las operaciones correspondientes al control de calidad de las materias primas a procesar, los productos en elaboración y los productos elaborados, en la industria alimentaria.

G. Establecer las normas operativas correspondientes a las diferentes etapas del proceso de fabricación, conservación, almacenamiento y comercialización de los productos alimenticios contemplados en la legislación vigente.

H. Participar en la realización de estudios relativos a saneamiento ambiental, seguridad e higiene, en la industria alimentaria.

I. Realizar estudios de factibilidad para la utilización de sistemas de procesamiento y de instalaciones, maquinarias e instrumentos destinados a la industria alimentaria.

J. Participar en la realización de estudios de factibilidad relacionados con la radicación de establecimientos industriales destinados a la fabricación, transformación y/o fraccionamiento y envasado de los productos alimenticios contemplados en la legislación vigente.

K. Realizar asesoramientos, peritajes y arbitrajes relacionados con las instalaciones, maquinarias e instrumentos y con los procesos de fabricación, transformación y/o fraccionamiento y envasado utilizados en la industria alimentaria.

• Título de Grado:
INGENIERO EN ALIMENTOS
Duración:
5 años

• Título Intermedio:
TÉCNICO QUÍMICO LABORATORISTA
Duración:
3 años

El título de TÉCNICO QUÍMICO LABORATORISTA habilita para:

Efectuar análisis físicos y químicos de:

- a. Materias primas, productos intermedios y productos elaborados por industrias en base química.
- b. En agua, suelo, aire.
- c. Intervenir en el establecimiento de normas
- d. Estudiar y realizar procesos químicos de transformación y de síntesis en escala de laboratorio.

El **INGENIERO EN ALIMENTOS** es un profesional con una amplia formación científica y tecnológica capaz de desarrollar y dirigir los procesos involucrados en el diseño, la fabricación y la comercialización de productos alimenticios. Su formación integral le permitirá abordar los desafíos del desarrollo de nuevos productos alimenticios considerando las normativas sanitarias nacionales e internacionales y procurando la preservación del medio ambiente.

PRIMER AÑO

01. CÁLCULO I
02. QUÍMICA
03. MATEMÁTICA DISCRETA
04. INTRODUCCIÓN A LA INGENIERÍA
05. ÁLGEBRA LINEAL Y GEOMETRÍA ANALÍTICA
06. SISTEMAS Y ORGANIZACIONES
- FÍSICA I
07. ALGORITMOS Y ESTRUCTURAS DE DATOS

SEGUNDO AÑO

08. ANÁLISIS DE SISTEMAS
09. ARQUITECTURA DE COMPUTADORAS
10. CÁLCULO II
11. SISTEMAS DE REPRESENTACIÓN
12. PARADIGMAS DE PROGRAMACIÓN
13. PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA
- FÍSICA II

TERCER AÑO

14. DISEÑO DE SISTEMAS
15. MATEMÁTICA SUPERIOR
16. SINTAXIS Y SEMÁNTICA DE LOS LENGUAJES
17. ECONOMÍA
18. SISTEMAS OPERATIVOS
19. INGLÉS TÉCNICO
20. INVESTIGACIÓN OPERATIVA

Más info:
Comandante Fernández N° 755
Pcia. Roque Sáenz Peña - Chaco
Tel.+54364-4420137
www.uncaus.edu.ar
www.noticiasuncaus.com.ar



CUARTO AÑO

21. ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS
22. GESTIÓN DE DATOS
23. TEORÍA DE CONTROL
24. COMUNICACIONES
25. INGENIERÍA EN SOFTWARE
26. REDES DE INFORMACIÓN
27. SIMULACIÓN

QUINTO AÑO

28. PROYECTO FINAL
29. INGENIERÍA LEGAL
30. INTELIGENCIA ARTIFICIAL
31. ADMINISTRACIÓN GERENCIAL
32. SISTEMAS DE GESTIÓN
- PRACTICA PROFESIONAL
- TRABAJO FINAL

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

1. DNI, Libreta de Enrolamiento o Libreta Cívica (deberá acompañar fotocopia). Pasaporte para los extranjeros (acompañando fotocopia).
2. Título o certificado original debidamente legalizado, o constancia de estudios completos (con la leyenda "no adeuda materias").
3. Certificado de buena salud expedido por un organismo público competente).
4. Constancia de grupo sanguíneo.
5. Tres (3) fotografías 4x4 cm. (fondo blanco)
6. Formulario de preinscripción impreso, debidamente cumplimentado, con todos los datos completos y firmado por el interesado

INGENIERÍA EN SISTEMAS, DE INFORMACIÓN



INGENIERÍA EN SISTEMAS, DE INFORMACIÓN

PERFIL DE LOS GRADUADOS

El **Ingeniero en Sistemas de Información** es un profesional de sólida formación analítica que le permite la interpretación y resolución de problemas mediante el empleo de metodologías de sistemas y tecnologías de procesamiento de información.

Por su preparación resulta especialmente apto para integrar la información proveniente de distintos campos disciplinarios concurrentes a un proyecto común.

La capacidad adquirida en la carrera le permite afrontar con solvencia el planeamiento, desarrollo, dirección y control de los sistemas de información.

Posee conocimientos que le permiten administrar los recursos humanos, físicos y de aplicación que intervienen en el desarrollo de proyectos de sistemas de información.

Adquiere capacidades que lo habilitan para el desempeño de funciones gerenciales acordes con su formación profesional.

Está capacitado para abordar proyectos de investigación y desarrollo, integrando a tal efecto equipos interdisciplinarios en cooperación, o asumiendo el liderazgo efectivo en la coordinación

técnica y metodológica de los mismos. La enseñanza recibida lo habilita para una eficiente transmisión de conocimientos.

Resumiendo, la preparación integral recibida en materias técnicas y humanísticas, lo ubican en una posición relevante en un medio donde la sociedad demandará cada vez más al ingeniero un gran compromiso con la preservación del medio ambiente, el mejoramiento de la calidad de vida en general y una gran responsabilidad social en el quehacer profesional.

ALCANCES DE LOS TÍTULOS

El **ANALISTA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN** responde a las incumbencias profesionales vigentes de acuerdo con la Ordenanza N° 622/88 (Resolución Ministerial N° 593/91).

A. Participar en la toma de decisiones estratégicas de una organización y asesorar, en concordancia con las mismas acerca de las políticas de desarrollo de sistemas de información.

B. Evaluar, clasificar y seleccionar proyectos de sistemas de información y evaluar y seleccionar alternativas de asistencia interna.

C. Planificar, efectuar y evaluar los estudios de factibilidad inherentes a todo proyecto de diseño de sistemas de información y de modificación o reemplazo de los mismos, así como los sistemas de computación asociados.

D. Planificar, dirigir, ejecutar y controlar el relevamiento, análisis, diseño, desarrollo, implementación y prueba de sistemas de información.

E. Evaluar y seleccionar los sistemas de programación disponibles con miras a su utilización en sistemas de información.

F. Evaluar y seleccionar, desde el punto de vista de los sistemas de información, los equipos de procesamiento y comunicación y los sistemas de base.

G. Organizar y dirigir el área de sistemas; determinar el perfil de los recursos humanos necesarios y contribuir a su selección y formación. Participar en la elaboración de programas de capacitación para la utilización de sistemas de información.

H. Determinar y controlar el cumplimiento de las pautas técnicas que rigen el funcionamiento y la utilización de recursos informáticos en cada organización.

I. Elaborar métodos y normas a seguir en cuestión de salvaguardia y control, de los recursos físicos y lógicos, de un sistema de computación.

• Título de Grado:
INGENIERO EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN
Duración:
5 años

• Título Intermedio:
ANALISTA UNIVERSITARIO DE SISTEMAS
Duración:
3 años

EL **ANALISTA UNIVERSITARIO DE SISTEMAS** responde a las incumbencias profesionales vigentes de acuerdo con la Ordenanza N° 622 (Res. Ministerial N° 593/1991).

a. Realizar el diagnóstico de necesidades, de información, diseñar nuevos Sistemas y/o modificar los existentes.

b. Realizar el relevamiento, análisis, diseño, implementación y prueba de los Sistemas de información. Colaborar en la evaluación y selección desde el punto de vista de los sistemas de información, de los equipos de procesamiento y comunicación y de los sistemas de base.

c. Participar en la confección del estudio de factibilidad de proyectos de sistemas de información. Determinar el perfil de los recursos humanos auxiliares necesarios para el desarrollo del sistema de información; contribuir a la selección y formación de los mismos.

d. Realizar arbitrajes, pericias y tasaciones relacionadas con los medios de procesamiento de datos.

PRIMER AÑO

01. CÁLCULO I
02. QUÍMICA GENERAL
03. INTRODUCCIÓN A LA INGENIERÍA
04. FUNDAMENTOS DE INFORMÁTICA
05. ÁLGEBRA LINEAL Y GEOMETRÍA ANALÍTICA
06. FÍSICA I
07. SISTEMAS DE REPRESENTACIÓN

SEGUNDO AÑO

07. HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL
08. CÁLCULO II
09. INGLÉS TÉCNICO
10. CONOCIMIENTO DE MATERIALES
11. PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA
12. FÍSICA II
13. ECONOMÍA

TERCER AÑO

14. CONTABILIDAD Y COSTOS
15. ANÁLISIS NUMÉRICO
16. TERMODINÁMICA
17. ESTABILIDAD Y RESISTENCIA DE MATERIALES
18. ADMINISTRACIÓN EMPRESARIAL
19. INVESTIGACIÓN OPERATIVA
20. ELECTROTÉCNICA Y MÁQUINAS ELÉCTRICAS
21. MÁQUINAS TÉRMICAS

Más info:
Comandante Fernández N° 755
Pcia. Roque Sáenz Peña - Chaco
Tel. +54364-4420137
www.uncaus.edu.ar
www.noticiasuncaus.com.ar



CUARTO AÑO

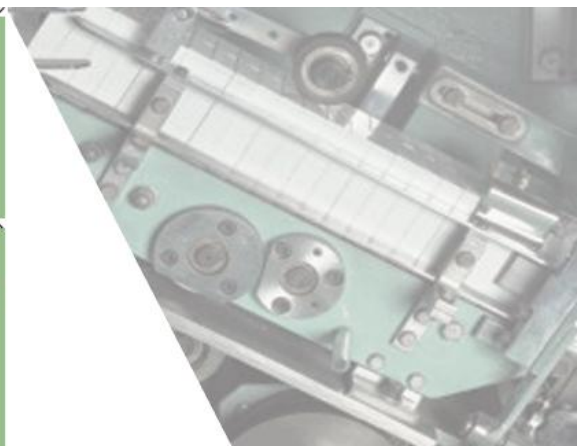
22. GESTIÓN DE LA CALIDAD
23. INGENIERÍA AMBIENTAL
24. MECÁNICA DE LOS FLUIDOS
25. MECÁNICA Y ELEMENTOS DE MÁQUINAS
26. SISTEMAS DE PRODUCCIÓN
27. INSTRUMENTACIÓN Y CONTROL
28. INSTALACIONES ELECTROMECÁNICAS
29. SISTEMAS INFORMÁTICOS
30. OPTIMIZACIÓN Y CONTROL
31. INGENIERÍA LEGAL

QUINTO AÑO

32. INSTALACIONES Y CONSTRUCCIONES INDUSTRIALES
33. MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADO
34. TECNOLOGÍA DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN
35. PROYECTO INDUSTRIAL
36. PRÁCTICA PROFESIONAL
- TRABAJO FINAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

1. DNI, Libreta de Enrolamiento o Libreta Cívica (deberá acompañar fotocopia). Pasaporte para los extranjeros (acompañando fotocopia).
2. Título o certificado original debidamente legalizado, o constancia de estudios completos (con la leyenda "no adeuda materias").
3. Certificado de buena salud expedido por un organismo público competente).
4. Constancia de grupo sanguíneo.
5. Tres (3) fotografías 4x4 cm. (fondo blanco)
6. Formulario de preinscripción impreso, debidamente cumplimentado, con todos los datos completos y firmado por el interesado



INGENIERÍA INDUSTRIAL



INGENIERÍA INDUSTRIAL

PERFIL DE LOS GRADUADOS

El **Ingeniero Industrial** posee los conocimientos para resolver problemas profesionales relacionados con partes o sistemas del área empresarial e industrial, entendiendo a esta última como aquella integrada por sistemas integrales constituidos por personas, recursos financieros, materiales, equipamientos industriales, información y energía, destinados a producir un producto o un servicio.

La estructura de su formación interdisciplinaria le permite integrar los conocimientos especializados, las habilidades propias y los principios y métodos del análisis y del diseño de la ingeniería junto con los métodos de las ciencias matemáticas, las ciencias físicas, los Fundamentos de Informática, y la técnica para formular y construir modelos para el diseño, proyecto, análisis, evaluación, predicción, selección, explotación, automatización, control, mantenimiento y optimización de partes o sistemas del área empresarial e industrial, con buen criterio productivo, de eficiencia, de calidad, de funcionalidad, de economía, y fundamentalmente preservando el medio ambiente.

El **Técnico en Administración de Empresas Industriales** tendrá una adecuada formación en Administración de Empresas Industriales con conocimientos en administración que le permitan desarrollar una capacidad integradora, trabajo en equipo, aplicando herramientas, técnicas y criterios de finanzas, recursos humanos y elementos básicos de economía en la solución de problemas en su organización.

ALCANCES DE LOS TÍTULOS

El **INGENIERO INDUSTRIAL** resulta competente para las siguientes actividades de acuerdo a la Resolución 1054/2002 MECyT

- A. Realizar estudios de factibilidad, proyectar, dirigir, implementar, operar y evaluar el proceso de producción de bienes industrializados y la administración de los recursos destinados a la producción de dichos bienes.
- B. Planificar y organizar plantas industriales y plantas de transformación de recursos naturales de bienes industrializados y servicios.
- C. Proyectar las instalaciones necesarias para el desarrollo de procesos productivos destinados a la producción de bienes industrializados y dirigir su ejecución y mantenimiento.

- D. Proyectar, implementar y evaluar el proceso destinado a la producción de bienes industrializados.
- E. Determinar las especificaciones técnicas y evaluar la factibilidad tecnológica de los dispositivos, aparatos y equipos necesarios para el funcionamiento del proceso destinado a la producción de bienes industrializados.
- F. Programar y organizar el movimiento y almacenamiento de materiales para el desarrollo del proceso productivo y de los bienes industrializados resultantes.
- G. Participar en el diseño de productos en lo relativo a la determinación de la factibilidad de su elaboración industrial.
- H. Realizar la planificación, organización, conducción y control de gestión del conjunto de operaciones necesarias para la producción y distribución de bienes industrializados.
- I. Determinar la calidad y cantidad de los recursos humanos para la implementación y funcionamiento del conjunto de operaciones necesarias para la producción de bienes industrializados; evaluar su desempeño y establecer los requerimientos de capacitación.
- J. Efectuar la programación de los requerimientos financieros para la producción de bienes industrializados.

- Título de Grado:
INGENIERO INDUSTRIAL
Duración:
5 años
- Título Intermedio:
TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES
Duración:
3 años

K. Asesorar en lo relativo al proceso de producción de bienes industrializados y la administración de los recursos destinados a la producción de dichos bienes.

El **egresado con el TÍTULO DE TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES** estará capacitado para:

- Ejecutar funciones de apoyo a la labor administrativa de la empresa industrial en el cumplimiento de las metas cuantitativas y cualitativas determinadas por la empresa.
- Trabajar en empresas industriales, asistiendo en diversas actividades a profesionales que se encuentren relacionados con el accionar del emprendimiento.
- Organizar prácticas de gestión interna y externa a la empresa, colaborando en la realización y control del proyecto diseñado.
- Integrar grupos técnicos que provengan de distintas disciplinas, bajo la supervisión de un profesional del área, con el fin de efectuar diagnósticos, estudios de mercado, planeamiento productivo y comercial relacionado con el sector agropecuario e industrial, tanto del ámbito público como privado.

PRIMER AÑO

01. CÁLCULO I
02. QUÍMICA GENERAL
03. INTRODUCCIÓN A LA INGENIERÍA
04. FUNDAMENTOS DE INFORMÁTICA
05. ÁLGEBRA LINEAL Y GEOMETRÍA ANALÍTICA
06. QUÍMICA INORGÁNICA
07. FÍSICA I
08. SISTEMAS DE REPRESENTACIÓN

SEGUNDO AÑO

10. QUÍMICA ORGÁNICA I
11. CÁLCULO II
12. INGLÉS TÉCNICO
13. PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA
14. FÍSICA II
15. QUÍMICA ORGÁNICA II
16. ECONOMÍA

TERCER AÑO

17. ANÁLISIS NUMÉRICO
18. TERMODINÁMICA
19. QUÍMICA ANALÍTICA I
20. MICROBIOLOGÍA GENERAL
21. QUÍMICA ANALÍTICA II
22. FISICOQUÍMICA
23. OPERACIONES UNITARIAS I

Más info:
Comandante Fernández N° 755
Pcia. Roque Sáenz Peña - Chaco
Tel. +54364-4420137
www.uncaus.edu.ar
www.noticiasuncaus.com.ar



CUARTO AÑO

24. OPERACIONES UNITARIAS II
25. INGENIERÍA AMBIENTAL
26. SERVICIOS INDUSTRIALES
27. INGENIERÍA DE LAS REACCIONES QUÍMICAS
28. OPERACIONES UNITARIAS III
29. INSTRUMENTACIÓN Y CONTROL
30. INGENIERÍA LEGAL

QUINTO AÑO

31. BIOTECNOLOGÍA
32. INDUSTRIAS DE PROCESOS
33. PROYECTO INDUSTRIAL
34. ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL
- PRÁCTICA PROFESIONAL
- TRABAJO FINAL DE INGENIERÍA QUÍMICA

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

1. DNI, Libreta de Enrolamiento o Libreta Cívica (deberá acompañar fotocopia). Pasaporte para los extranjeros (acompañando fotocopia).
2. Título o certificado original debidamente legalizado, o constancia de estudios completos (con la leyenda "no adeuda materias").
3. Certificado de buena salud expedido por un organismo público competente).
4. Constancia de grupo sanguíneo.
5. Tres (3) fotografías 4x4 cm. (fondo blanco)
6. Formulario de preinscripción impreso, debidamente cumplimentado, con todos los datos completos y firmado por el interesado



INGENIERÍA QUÍMICA



INGENIERÍA QUÍMICA

PERFIL DE LOS GRADUADOS

Se espera que el Ingeniero Químico que se forme en nuestra Universidad de acuerdo con el presente plan de estudios:

- Posea una sólida formación científica y tecnológica global, equivalente en lo sustancial a la requerida por las empresas e instituciones que exigen este nivel de formación en el país y en el mundo contemporáneo.
- Desarrolle inquietudes y competencias intelectuales que lo orienten hacia la educación permanente.
- Desarrolle habilidades personales que le permitan analizar y resolver problemas propios del campo profesional.
- Desarrolle condiciones básicas de creatividad, creatividad y flexibilidad personal para adecuarse y desempeñarse productivamente en situaciones cambiantes y diversas.
- Desarrolle habilidades instrumentales para la toma de decisiones en relación con problemas y escenarios diversos.
- Desarrolle actitudes personales favorables al trabajo en equipos interdisciplinarios.

El Técnico Químico Laboratorista tendrá una adecuada formación química, tanto teórica como práctica, con instrucción en las áreas físico-matemáticas.

Desarrollará trabajos de laboratorio, mostrando habilidad en el manejo de técnicas analíticas. Realizará análisis fisicoquímicos de materias primas, productos intermedios o productos elaborados en industrias de base química y de su relación con el medio ambiente.

ALCANCES DE LOS TÍTULOS

El título de INGENIERO QUÍMICO habilita para:

- A. Estudio, factibilidad, proyecto, dirección, construcción, instalación, inspección, operación y mantenimiento (excepto obras civiles e industriales).
1. Industrias que involucren procesos químicos, físico-químico y de bioingeniería y sus instalaciones complementarias.
2. Instalaciones donde intervengan operaciones unitarias y/o procesos industriales unitarios.
3. Instalaciones destinadas a evitar la contaminación

nación ambiental por efluentes de todo tipo originada por las industrias y/o sus servicios.

4. Equipos, maquinarias, aparatos e instrumentos para las industrias indicadas en los incisos anteriores.

B. Estudios, tareas y asesoramientos relaciones con:

1. Aspecto funcional de las construcciones industriales y de servicio indicado en el párrafo A y sus obras e instalaciones complementarias.
2. Factibilidad del aprovechamiento e industrialización de los recursos naturales y materias primas que sufran transformación y elaboración de nuevos productos.
3. Planificación, programación, dirección, organización, racionalización, control y optimización de los procesos industriales de las industrias citadas en la párrafo A.
4. Asuntos de Ingeniería Legal, Económica y Financiera relacionados con los incisos anteriores.
5. Arbitrajes, pericias y tasaciones relacionados con los incisos anteriores.
6. Higiene, seguridad y contaminación ambiental relacionados con los incisos anteriores.

El título de TÉCNICO QUÍMICO LABORATORISTA habilita para efectuar análisis físicos y químicos de:

- a. Materias primas, productos intermedios y productos elaborados por industrias en base química.

• Título de Grado:
INGENIERO QUÍMICO
Duración:
5 años

• Título Intermedio:
TÉCNICO QUÍMICO LABORATORISTA
Duración:
3 años

b. En agua, suelo, aire.

c. Intervenir en el establecimiento de normas.

d. Estudiar y realizar procesos químicos de transformación y de síntesis en escala de laboratorio

El INGENIERO QUÍMICO es un sólido profesional cuya competencia le permite abordar los diversos campos propios de su disciplina en relación con otras ramas del saber como la biotecnología, la tecnología de alimentos, los nuevos materiales, el diseño y control de procesos asistidos por computadora, la protección ambiental y la gestión de residuos, entre otros. Su formación le brindará las herramientas y habilidades básicas para el asesoramiento técnico específico de la actividad productiva regional orientada a la industria forestal, textil, curtiembre e industrias químicas en general cuya incidencia en la economía regional es relevante.

PRIMER AÑO

01. MATEMÁTICA I
02. QUÍMICA GENERAL
03. INTRODUCCIÓN A LA INGENIERÍA ZOOTECNISTA
04. FUNDAMENTOS DE INFORMÁTICA
05. MATEMÁTICA II
06. FÍSICA
07. QUÍMICA ORGÁNICA Y BIOLÓGICA
08. BOTÁNICA

SEGUNDO AÑO

09. GENÉTICA Y MEJORAMIENTO
10. MANEJO DE SUELOS
11. FISIOLOGÍA VEGETAL
12. ZOOLOGÍA Y MANEJO INTEGRADO DE PLAGAS
13. EPISTEMOLOGÍA
14. HIDROLOGÍA
15. CLIMATOLOGÍA
16. ANATOMÍA ANIMAL
17. ESTADÍSTICA Y DISEÑO EXPERIMENTAL

TERCER AÑO

18. NUTRICIÓN ANIMAL
19. MICROBIOLOGÍA
20. ECOLOGÍA
21. FENOLOGÍA ANIMAL
22. ECONOMÍA
23. FORRAJECULTURA
24. REPRODUCCIÓN ANIMAL
25. INGLÉS TÉCNICO

Más info:
Comandante Fernández N° 755
Pcia. Roque Sáenz Peña - Chaco
Tel. +54 364-4420137
www.uncaus.edu.ar
www.oficiassncaus.com.ar



CUARTO AÑO

26. SANIDAD ANIMAL
27. LEGISLACIÓN AGROPECUARIA
28. TESIS DE LA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA
29. PRODUCCIÓN DE BOVINOS PARA CARNE
30. PORCINOTECNIA
31. ADMINISTRACIÓN AGROPECUARIA
32. MAQUINARIA AGROPECUARIA
33. OPTATIVA
34. AVICULTURA
35. OVINOPECNIA Y CAPRINOPECNIA

QUINTO AÑO

36. PRODUCCIÓN DE ANIMALES DE GRANJA Y FAUNA
37. EQUINOTECNIA
38. SOCIOLOGÍA Y EXTENSIÓN
39. ACUICULTURA
40. PRODUCCIÓN LECHEIRA
- PRACTICA PROFESIONAL
- TRABAJO FINAL

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

1. DNI, Libreta de Enrolamiento o Libreta Cívica (deberá acompañar fotocopia). Pasaporte para los extranjeros (acompañando fotocopia).
2. Título o certificado original debidamente legalizado, o constancia de estudios completos (con la leyenda "no adeuda materias").
3. Certificado de buena salud expedido por un organismo público competente).
4. Constancia de grupo sanguíneo.
5. Tres (3) fotografías 4x4 cm. (fondo blanco)
6. Formulario de preinscripción impreso, debidamente cumplimentado, con todos los datos completos y firmado por el interesado



INGENIERÍA ZOOTECNISTA



INGENIERÍA ZOOTECNISTA

PERFIL DE LOS GRADUADOS

El Ingeniero Zootecnista es un profesional con sólida formación teórica, metodológica y técnica para abordar las cuestiones relativas a la producción agropecuaria, incluyendo los aspectos de la producción de alimentos y de otros productos y subproductos, en consideración a las posibilidades y limitaciones que le son propias en cada región y circunstancia, adecuando sus intervenciones profesionales a cada realidad, en un contexto donde se relacionan en forma constante factores sociales, económicos y culturales convergentes y los dispositivos de carácter metodológico y técnico para la toma de decisiones y el asesoramiento relativo a los problemas en cuestión.

Para ello, este graduado deberá poseer:

- Conocimientos sobre la anatomía y fisiología de las distintas especies animales de interés productivo, así como todo lo concerniente a su desarrollo y evolución.
- Conocimientos sobre la estructura genética de las especies de interés productivo y el manejo de los procesos para su mejoramiento.
- Conocimiento de los procesos para la preservación de la biodiversidad y con-

servación del patrimonio genético.

- Conocimiento de los factores biológicos que afectan las producciones animales con el objeto de su estudio, prevención y control.
- Conocimiento sobre la morfo - fisiología de las distintas especies vegetales y los aspectos que de las mismas interesan a la producción animal.
- Conocimiento sobre los requerimientos, factores y limitaciones bióticos y abióticos de las distintas producciones de origen agropecuario.
- Conocimiento sobre las tecnologías de intervención directa destinadas al manejo de las diferentes producciones agroindustriales de origen agropecuario.
- Conocimientos sobre el control, manejo y comercialización de los productos y subproductos de origen agropecuario. Y distintas capacidades.

ALCANCES DE LOS TÍTULOS

Algunas de las actividades Profesionales Reservadas al Título de Ingeniero Zootecnista (Resol. N° 738/09 ME)

1. Desarrollar actividades de docencia, investigación, experimentación y extensión de ciencias y tecnologías agropecuarias y vinculadas a las disciplinas básicas y auxiliares de la producción animal.

2. Planificar, dirigir y evaluar acciones de información, difusión y transferencia de tecnologías destinadas a la producción agropecuaria.
3. Participar en la realización de estudios e investigaciones destinadas a la producción y adaptación de nuevas especies animales a los efectos del mejoramiento de la producción agropecuaria.
4. Participar en la realización de estudios referidos al impacto ambiental de obras y acciones que impliquen modificaciones en el medio.
5. Realizar estudios, diagnósticos, evaluaciones y predicciones referidas a la producción animal y a la relación recursos animales-recursos vegetales, con fines productivos.
6. Programar, efectuar y evaluar la multiplicación, introducción, mejoramiento, adaptación y conservación de especies animales con fines productivos, experimentales, recreativos y cinegéticos.
7. Determinar, clasificar, inventariar y evaluar los recursos animales a los efectos de su aprovechamiento, reproducción y conservación.
8. Programar, ejecutar y evaluar la producción, mantenimiento, conservación y utilización de recursos forrajeros en función de la producción animal.
9. Realizar, interpretar y evaluar estudios y análisis

de suelos y aguas con fines agropecuarios, aspectos relacionados con el almacenamiento, conservación y transporte de gametas y en la aplicación de biotécnicas reproductivas en esindustriales de fabricación, transformación y fraccionamiento y envasado de los productos alimenticios contemplados en la legislación y normativa vigente.

10. Realizar relevamiento de suelos y programar, ejecutar y evaluar métodos de conservación, manejo, recuperación y habilitación de los mismos con fines agropecuarios

La **ZOOTECNIA** es una rama de las Ciencias Agrarias que se dedica al estudio de la producción de animales, tanto de las especies tradicionales como alternativas, y cuya finalidad es la obtención de un máximo rendimiento administrando los recursos disponibles bajo criterios de sostenibilidad. En la formación académica más cercana se encuentra la Ingeniería Agrónoma -para la producción vegetal- y la Veterinaria -para la sanidad animal.

Los egresados de la Carrera podrán dedicarse a una amplia gama de actividades enmarcadas en la organización, dirección y asesoramiento de establecimientos dedicados a la producción pecuaria, como así también en la investigación y la extensión desde instituciones estatales o privadas

PRIMER AÑO

01. SISTEMAS CONTABLES I
02. MATEMÁTICA I
03. ADMINISTRACIÓN GENERAL
04. ANÁLISIS ECONÓMICO
05. INFORMÁTICA
06. MATEMÁTICA II
07. ANÁLISIS MICROECONÓMICO

SEGUNDO AÑO

08. SISTEMAS CONTABLES II
09. SISTEMAS ADMINISTRATIVOS
10. INGLÉS
11. ANÁLISIS MACROECONÓMICO
12. DERECHO CONSTITUCIONAL Y DERECHO ADMINISTRATIVO
13. PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA

TERCER AÑO

14. COSTOS
15. DERECHO CIVIL
16. MATEMÁTICA FINANCIERA
17. DERECHO COMERCIAL
18. FINANZAS PÚBLICAS
19. INVESTIGACIÓN OPERATIVA
20. TEORÍAS DE LA ADMINISTRACIÓN

Más info:
Comandante Fernández N° 755
Pcia. Roque Sáenz Peña - Chaco
Tel. +54364-4420137
www.uncaus.edu.ar
www.oficialsincaus.com.ar



CUARTO AÑO

21. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
22. RÉGIMEN TRIBUTARIO PARA ADMINISTRADORES
23. COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL
24. ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS
25. ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
26. COMERCIALIZACIÓN
27. DERECHO LABORAL
28. ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA Y PLANEAMIENTO ADMINISTRATIVO
29. ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES
30. FORMAS JURÍDICAS DE LAS ORGANIZACIONES

QUINTO AÑO

31. TALLER DE APOYO AL TRABAJO FINAL
32. ADMINISTRACIÓN DEL SECTOR PÚBLICO
33. DIRECCIÓN DE ORGANIZACIONES
- PRÁCTICA PROFESIONAL
- TRABAJO FINAL

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

1. DNI, Libreta de Enrolamiento o Libreta Cívica (deberá acompañar fotocopia). Pasaporte para los extranjeros (acompañando fotocopia).
2. Título o certificado original debidamente legalizado, o constancia de estudios completos (con la leyenda "no adeuda materias").
3. Certificado de buena salud expedido por un organismo público competente).
4. Constancia de grupo sanguíneo.
5. Tres (3) fotografías 4x4 cm. (fondo blanco)
6. Formulario de preinscripción impreso, debidamente cumplimentado, con todos los datos completos y firmado por el interesado



LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN



LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

PERFIL DE LOS GRADUADOS

El título de **Licenciado en Administración** acredita los siguientes conocimientos y capacidades:

- Conocimientos y capacidades para comprender e intervenir en la realidad socio-cultural con sentido ético, dando respuesta a las necesidades sociales y económicas de la comunidad en la que esté inserto.
- Conocimientos y capacidades para mejorar su calidad de vida, desarrollando sus propias potencialidades.
- Conocimientos y capacidades para asesorar técnica y científicamente a los estamentos directivos de las distintas organizaciones en las áreas de su competencia.
- Conocimientos y capacidades para comprender y aplicar los conocimientos teóricos de la ciencia administrativa a las realidades concretas de los distintos organismos generando, a su vez, los mecanismos de información correspondientes.
- Conocimientos y capacidades para formular y ejecutar políticas y estrategias organizacionales.

- Conocimientos y capacidades para diseñar y conducir proyectos, determinando las acciones a desarrollar inherentes a su campo profesional relacionados con los recursos humanos, la comercialización, la producción, las finanzas, el planeamiento y el control.
- Conocimientos y capacidades para elaborar y evaluar proyectos de inversión.
- Conocimientos y capacidades para intervenir en el ámbito judicial como liquidador de sociedades, perito o administrador.
- Conocimientos y capacidades para desarrollar investigaciones inherentes a su campo profesional, en forma individual o formando equipos interdisciplinarios.

El título de **Técnico Universitario en Administración** acredita los siguientes conocimientos y capacidades:

- Capacidad de asistir al nivel gerencial mediante la generación de información para la toma de decisiones.
- Capacidad de comprender e intervenir en la realidad socio-cultural con sentido ético, dando respuesta a las necesidades

des sociales y económicas de la comunidad en la que esté inserto.

- Capacidad de mejorar su calidad de vida, desarrollando sus propias potencialidades.
- Capacidad de transferir los conocimientos técnicos de la ciencia administrativa a las realidades concretas de los distintos entes.
- Capacidad para colaborar en la formulación y ejecución de estrategias y políticas organizacionales.
- Capacidad para colaborar en el diseño proyectos administrativos.
- Capacidad para ejecutar planes y controles a nivel operativo.
- Capacidad para operar y supervisar sistemas contables de crédito, de stocks, y sistemas informáticos de uso habitual en la administración organizacional y diversos instrumentos públicos y privados.

ALCANCES DE LOS TÍTULOS

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN:

- A. Asesorar y asistir técnicamente las funciones directivas en organizaciones de cualquier finalidad.

• Título de Grado:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
Duración:
5 años

• Título Intermedio:
TÉCNICO UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN
Duración:
3 años

B. Diseñar e implementar estructuras de organización y de sus sistemas de información.

C. Estudiar, definir, implementar y evaluar distintas políticas de administración, en cuanto a las siguientes funciones básicas: Personal, Comercialización, Producción, Logística, Finanzas, Planeamiento y control. Elaborar y evaluar proyectos de inversión. Intervenir en actuaciones judiciales como: Administrador en intervenciones judiciales y Liquidador de sociedades y asociaciones.

D. Perito en los demás alcances señalados.

E. Diseñar y desarrollar proyectos de investigación inherentes a su campo profesional, en forma individual o formando equipos interdisciplinarios.

TÉCNICO UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN:

- Colaboración en el asesoramiento y asistencia técnica a las funciones directivas en organizaciones de cualquier finalidad.

- Colaboración en el diseño e implementación de estructuras de organización y de sus sistemas de información.

PRIMER AÑO

01. QUÍMICA GENERAL
02. CÁLCULO I
03. BIOLOGÍA GENERAL
04. ALGEBRA Y GEOMETRÍA ANALÍTICA
05. FÍSICA I
06. BIOTECNOLOGÍA Y SOCIEDAD

CUARTO AÑO

22. BIOTECNIA
23. INGENIERÍA GENÉTICA APLICADA
24. FISIOLÓGIA HUMANA
25. BIOTECNOLOGÍA VEGETAL
26. BIOQUÍMICA I
27. BIOINFORMÁTICA

SEGUNDO AÑO

07. QUÍMICA ORGÁNICA I
08. HIGIENE Y SEGURIDAD
09. CÁLCULO II
10. INGLÉS TÉCNICO
11. QUÍMICA ORGÁNICA II
12. PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA
13. FÍSICA II

QUINTO AÑO

28. FARMACOLOGÍA
29. BIOQUÍMICA II
30. GESTIÓN DE LA CALIDAD
31. INMUNOLOGÍA
32. BIOTECNOLOGÍA ANIMAL
33. BIOTECNOLOGÍA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS
- TRABAJO FINAL

TERCER AÑO

14. ANÁLISIS NUMÉRICO
15. QUÍMICA ANALÍTICA I
16. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
17. MICROBIOLOGÍA GENERAL
18. BIOLOGÍA MOLECULAR Y CELULAR
19. QUÍMICA ANALÍTICA II
20. FISICOQUÍMICA
21. QUÍMICA DE LOS ALIMENTOS

Más info:
Comandante Fernández N° 755
Pcia. Roque Sáenz Peña - Chaco
Tel. +54364-4420137
www.uncaus.edu.ar
www.notificiamcaus.com.ar



LICENCIATURA EN BIOTECNOLOGÍA



LICENCIATURA EN BIOTECNOLOGÍA

PERFIL DE LOS GRADUADOS

El **Licenciado en Biotecnología** es un graduado universitario que posee un conocimiento profundo de las materias de formación básica, a saber Química, Física, Matemática, Computación y Biología, y en particular las directamente aplicables a Biotecnología, como Química Biológica, Biología Molecular, Biología Celular, Genética y Microbiología. Además posee una buena formación teórico-práctica en Biotecnología Médica, Biotecnología Animal, Vegetal y de Medicamentos y Alimentos, y una sólida formación en la investigación científica, adquirida a través de un año de trabajo de investigación a tiempo completo en algún área de la Biotecnología, que resultará en la presentación de su Trabajo Final de Licenciatura.

El **Técnico Laboratorista Universitario** es un graduado universitario con título intermedio, con un conocimiento profundo de las materias de formación básica, Química, Física, Matemática y Biología.

Posee destrezas para el manejo de materiales, instrumental y equipos adecuados para lograr una apoyatura técnica acorde con el estado actual de la

especialidad y conforme a las normas de seguridad biológica y físico-química. Es capaz de ejecutar bajo supervisión tareas del laboratorio biotecnológico. Posee formación para la búsqueda bibliográfica de técnicas, procedimientos, patentes, etc., que lo habilitan para participar en la evaluación de prefactibilidad de proyectos. Posee capacidad para interpretar, ejecutar, modificar y/o desarrollar metodologías de trabajo en el Área Biotecnológica, incluyendo la extracción, purificación, modificación y conservación de macromoléculas de importancia biológica, como proteínas y ácidos nucleicos; métodos generales de microbiología, incluyendo cultivo y modificación genética de microorganismos; cultivos de células animales y vegetales; manipulación de genes y obtención de organismos transgénicos.

ALCANCES DE LOS TÍTULOS

El **LICENCIADO EN BIOTECNOLOGÍA** es capaz de:

1. Desarrollar productos generados por manipulación genética de células pro y eucariotas y por fermentación industrial.

2. Planificar, desarrollar y controlar procesos biotecnológicos en escala de laboratorio, planta piloto e industrial.

3. Realizar y supervisar el control de calidad de insumos y productos en industrias biotecnológicas.

4. Desarrollar y producir microorganismos y/o sus derivados.

5. Desarrollar los sistemas de diagnóstico de laboratorio en el ámbito de la sanidad humana, animal y vegetal, basado en el análisis de material genético o la utilización de reactivos producidos por manipulación genética y fusión de células y microorganismos.

6. Realizar asesoramiento y peritaje en la biología y genética molecular, la biología celular y la microbiología.

7. Organizar la obtención, preparación y conservación de muestras.

8. Organizar, implementar y controlar operaciones generales y técnicas instrumentales de laboratorio.

9. Organizar, implementar y controlar operaciones generales y técnicas instrumentales de laboratorio.

Los alcances del **TÉCNICO LABORATORISTA UNIVERSITARIO** son:

• Organizar la obtención, preparación y conservación

• Título de Grado:
LICENCIADO EN BIOTECNOLOGÍA
Duración:
5 años

• Título Intermedio:
TÉCNICO LABORATORISTA UNIVERSITARIO
Duración:
3 años

ción de muestras.

• Organizar y controlar el material, instrumental y preparados para análisis.

• Organizar, implementar y controlar operaciones generales y técnicas instrumentales de laboratorio.

• Diseñar metodologías de obtención, purificación y análisis de sustancias químicas y/o productos biológicos, sujetos a la aprobación por los organismos pertinentes.

El **LICENCIADO EN BIOTECNOLOGÍA** es un profesional especializado en los procesos biotecnológicos para la elaboración y obtención de productos y servicios de alto valor agregado en diferentes sectores industriales, tales como el área biomédica (vacunas, métodos de diagnóstico, etc.), la industria farmacéutica (desarrollo de biofarmacos), la agroindustria (mejoramiento de la producción pecuaria, desarrollo de bioinsecticidas, etc.), la industria alimenticia (procesos de producción donde intervienen bacterias, hongos, enzimas), y, el medio ambiente (la utilización de agentes biológicos para el control y saneamiento ambiental, el tratamiento de efluentes, etc.).

PRIMER AÑO

01. MATEMÁTICA
02. BIOLOGÍA
03. QUÍMICA BÁSICA
04. INFORMÁTICA
05. FÍSICA
06. ANATOMÍA Y FISIOLOGÍA
07. QUÍMICA BIOLÓGICA
08. SOCIOLOGÍA Y ANTROPOLOGÍA

SEGUNDO AÑO

09. TÉCNICA DIETÉTICA
10. NUTRICIÓN HUMANA
11. BROMATOLOGÍA
12. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
13. INGLÉS
14. MICROBIOLOGÍA Y PARASITOLOGÍA
15. ESTADÍSTICA

TERCER AÑO

16. TÉCNICA DIETOTERAPÉUTICA
17. NUTRICIÓN MATERNO INFANTIL
18. FISIOPATOLOGÍA
19. EPIDEMIOLOGÍA NUTRICIONAL
20. EDUCACIÓN ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL
21. DIETOTERAPIA DEL ADULTO
22. ECONOMÍA ALIMENTARIA
23. DIETOTERAPIA DEL NIÑO

Más info:
Comandante Fernández N° 755
Pcia. Roque Sáenz Peña - Chaco
Tel.+54364-4420137
www.uncaus.edu.ar
www.oficiasmuncaus.com.ar



CUARTO AÑO

24. EVALUACIÓN NUTRICIONAL
25. NUTRICIÓN EN SALUD PÚBLICA
26. PSICOLOGÍA
27. COMUNICACIÓN SOCIAL
28. FARMACOLOGÍA Y NUTRICIÓN
29. ÉTICA
30. GESTIÓN DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN
31. ELECTIVA I

QUINTO AÑO

32. POLÍTICAS ALIMENTARIAS Y NUTRICIONALES
33. TECNOLOGÍA ALIMENTARIA
34. ELECTIVA II
- PRÁCTICAS PROFESIONALES
- TESINA

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

1. DNI, Libreta de Enrolamiento o Libreta Cívica (deberá acompañar fotocopia). Pasaporte para los extranjeros (acompañando fotocopia).
2. Título o certificado original debidamente legalizado, o constancia de estudios completos (con la leyenda "no adeudada materias").
3. Certificado de buena salud expedido por un organismo público competente).
4. Constancia de grupo sanguíneo.
5. Tres (3) fotografías 4x4 cm. (fondo blanco)
6. Formulario de preinscripción impreso, debidamente cumplimentado, con todos los datos completos y firmado por el interesado



LICENCIATURA EN NUTRICIÓN



LICENCIATURA EN NUTRICIÓN

• Título de Grado:
LICENCIADO EN NUTRICIÓN
Duración:
5 años

PERFIL DE LOS GRADUADOS

El **Licenciado en Nutrición** es el profesional universitario que, con una formación humanística y principios éticos, posee capacidades, conocimientos, habilidades y aptitudes que le permiten desempeñarse con responsabilidad social, en el campo de la ciencia de la nutrición.

Posee una sólida base científico-tecnológica para actuar individualmente o como integrante de un equipo interdisciplinario en los servicios de salud, públicos y privados, comprometiendo su accionar en la solución de los problemas nutricionales de las personas y poblaciones.

ALCANCES DE LOS TÍTULOS

Se deja forma expresa que la responsabilidad primaria y la toma de decisiones, en los siguientes alcances, la ejerce en forma individual y exclusiva el poseedor del título de **Licenciado en Nutrición** y/o quien corresponda cuyo título tenga competencia reservada según el régimen del art. 43 de la Ley de Educación Superior N° 24.521.

1. Realizar el proceso de cuidado nutricional que abarca el diagnóstico, la determinación de las necesidades, el diseño del plan de alimentación y el

monitoreo del tratamiento en individuos y colectividades enfermas, según la prescripción y/o diagnóstico médico. El proceso comprende las siguientes actividades:

- 1.1. Evaluar y certificar el estado nutricional de personas y colectividades sanas y enfermas, a partir de la aplicación de métodos antropométricos y alimentarios e interpretación de los resultados de otros métodos diagnósticos.
- 1.2. Diseñar los protocolos para la prevención, diagnóstico y tratamiento nutricional de diversas patologías.
- 1.3. Registrar en la historia clínica del paciente, la anamnesis alimentaria y/o historia nutricional, las intervenciones realizadas, progresiones y controles.
- 1.4. Participar en la indicación del Soporte nutricional, selección de fórmulas, elección de la vía de acceso (oral, enteral, parenteral), la técnica de administración, la transición de una a otra forma de alimentación y su seguimiento.
2. Programar, formular, monitorear y evaluar planes alimentarios para individuos y colectividades, sanos y enfermos, con finalidad preventiva.
3. Planificar, organizar, ejecutar, supervisar y evaluar servicios de alimentación y nutrición en instituciones de salud, de la seguridad social y de la sociedad civil, en diferentes ámbitos.
4. Brindar educación al paciente y la familia acerca del tratamiento nutricional de las patologías, y há-

bitos alimentarios.

5. Participar en Programas de Capacitación en Alimentación y Nutrición y prevención de enfermedades, donde el componente alimentario sea causa y/o tratamiento, destinado a profesionales, técnicos y auxiliares, en instituciones de salud, según protocolos, normas, y procedimientos institucionales.
6. Participar en Programas de: promoción de la salud, prevención de enfermedades, control de problemas de salud pública, vinculados a la seguridad alimentaria y nutricional de la población.
7. Realizar valoración y diagnóstico nutricional de poblaciones y comunidades.
8. Formular guías alimentarias para poblaciones sanas y enfermas, en cada uno de los estados biológicos.
9. Asesorar en el costo de la alimentación, a nivel macro y micro económico, que garantice la seguridad alimentaria nutricional de la población, para optimizar el impacto de las intervenciones.
10. Planificar, organizar, ejecutar, monitorear y evaluar programas de emergencia alimentaria en situaciones de catástrofe.
11. Participar en investigaciones referidas a alimentación y nutrición y en todo lo relacionado a la actividad profesional.

El **LICENCIADO EN NUTRICIÓN** está capacitado para participar en la formulación, el desarrollo y la evaluación de programas de educación alimentaria-nutricional, tendientes a mejorar los hábitos alimentarios, fomentar un estado nutricional normal y utilizar en forma óptima los alimentos. Su formación integral lo habilitará para planificar y desarrollar la prescripción dietética y dieto-terapéutica y participar multidisciplinariamente en la definición de las políticas y formulación de planes y programas de nutrición y alimentación en todas sus etapas biológicas, en los distintos niveles y áreas. Además, podrá desempeñarse en los Servicios de Alimentación Institucional, ejerciendo la planificación, organización, dirección y control o evaluación técnica y económica, como también la supervisión y control de la producción de raciones y fórmulas en todas las etapas relacionadas con la alimentación.

PRIMER AÑO

01. INTRODUCCIÓN A LAS CIENCIAS ÓPTICAS
02. MATEMÁTICA I
03. QUÍMICA
04. ÓPTICA GEOMÉTRICA
05. MATEMÁTICA II
06. ÓPTICA FÍSICA
07. TALLER DE ÓPTICA OFTÁLMICA, MANTENIMIENTO Y MANEJO DE EQUIPOS

SEGUNDO AÑO

08. TECNOLOGÍA DE LOS MATERIALES ÓPTICOS
09. ÓPTICA OFTÁLMICA I
10. ÓPTICA INSTRUMENTAL
11. ANATOMÍA, HISTOLOGÍA Y FISIOLÓGIA DEL OJO HUMANO.

TERCER AÑO

12. PATOLOGÍA DEL OJO HUMANO
13. ÓPTICA OFTÁLMICA II
14. CONTACTOLOGÍA I
15. CONTACTOLOGÍA II

Más info:
Comandante Fernández N° 755
Pcia. Roque Sáenz Peña - Chaco
Tel. +54364-4420137
www.uncaus.edu.ar
www.noticiasuncaus.com.ar



REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

1. DNI, Libreta de Enrolamiento o Libreta Cívica (deberá acompañar fotocopia). Pasaporte para los extranjeros (acompañando fotocopia).
2. Título o certificado original debidamente legalizado, o constancia de estudios completos (con la leyenda "no adeuda materias").
3. Certificado de buena salud expedido por un organismo público competente).
4. Constancia de grupo sanguíneo.
5. Tres (3) fotografías 4x4 cm. (fondo blanco)
6. Formulario de preinscripción impreso, debidamente cumplimentado, con todos los datos completos y firmado por el interesado

ÓPTICO TÉCNICO



ÓPTICO TÉCNICO

• Título de Grado:
ÓPTICO TÉCNICO CONTACTÓLOGO
Duración:
3 años

PERFIL DE LOS GRADUADOS

El **Óptico Técnico Contactólogo** es el profesional de la salud capacitado para la interpretación y ejecución de recetas, adaptación, control de calidad, reparación, investigación, asepsia y esterilización de medios ópticos prescriptos por el médico oftalmólogo; realización de refracción ocular para la adaptación de lentes de contacto; tallado, pulido y medición de cristales correctores y/o protectores; fabricación de armazones para anteojos; reparación y mantenimiento de instrumental óptico de medición y observación que se interpone en el campo de la visión; asesoramiento técnico sobre cristales, armazones, anteojos protectores y/o correctores y control de calidad en industrias de fabricación de medios ópticos.

En el ejercicio de su actividad profesional interactúa con el médico oftalmólogo y el paciente, brindando una serie de servicios que comprenden: prevención, consejo, información, instrucción y recomendación sobre el cuidado de la salud ocular. Además el **Óptico Técnico Contactólogo** asegura que el paciente reciba la adecuada corrección y/o protección y entienda cómo usar ante-

ojos y/o lentes de contacto.

El perfil está relacionado con el manejo de dos campos del saber:

ÓPTICO:

Permite resolver el sistema formado por los anteojos, los lentes de contacto y el ojo humano, considerando los diversos factores que intervienen en la adaptación de cada uno de ellos.

BIOLÓGICO:

Permite detectar anomalías congénitas, y patologías y prever posibles alteraciones del ojo humano, derivando nuevamente al paciente al médico oftalmólogo.

ALCANCES DE LOS TÍTULOS

El título de **Óptico Técnico Contactólogo** habilita para)

1. Interpretar y ejecutar recetas prescriptas por médicos oftalmólogos.
2. Medir los parámetros corneales y convertir la fórmula de la refracción aérea prescripta por el oftalmólogo, para la adaptación de lentes de contacto.

3. Tallar, pulir, medir, cortar y montar cristales protectores y correctores.

4. Adaptar medios ópticos interpuestos en el campo de la visión, tales como anteojos, lentes de contacto.

5. Fabricar y adaptar prótesis y cápsulas oculares.

6. Analizar, controlar, conservar, esterilizar, distribuir y dispensar medios ópticos y/o productos farmacéuticos destinados a la limpieza y conservación de los lentes de contacto.

7. Realizar asesoramiento técnico respecto de cristales, armazones, anteojos protectores y/o correctores y control de calidad en industrias de fabricación de medios ópticos.

8. Fabricar armazones para anteojos.

9. Reparar y mantener instrumental óptico de medición y observación que se interpone en el campo de la visión, como así también cristales y armazones.

10. Realizar asesoramiento sobre el correcto uso y mantenimiento de medios ópticos correctores, protectores y estéticos.
alimenticios contemplados en la legislación y normativa vigente.

El egresado de esta carrera es por excelencia un profesional habilitado para gestionar ópticas o empresas que fabriquen y comercialicen productos afines (lentes, lentes de contacto, prótesis o cápsulas oculares). Sus competencias le permitirán tanto la adaptación, diseño y construcción de lentes oftálmicas como el gerenciamento de industrias o comercios de elementos de óptica.

PRIMER AÑO

01. ÁLGEBRA Y GEOMETRÍA ANALÍTICA
02. QUÍMICA GENERAL
03. COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA
04. CÁLCULO DIFERENCIAL E INTEGRAL
05. QUÍMICA INORGÁNICA
06. PROBLEMÁTICA FILOSÓFICA CONTEMPORÁNEA

SEGUNDO AÑO

07. MECÁNICA, CALOR Y TERMODINÁMICA
08. QUÍMICA ORGÁNICA I
09. PEDAGOGÍA
10. ELECTRICIDAD, MAGNETISMO, ÓPTICA Y SONIDO
11. QUÍMICA ORGÁNICA II
12. PSICOLOGÍA DEL APRENDIZAJE Y DEL DESARROLLO

TERCER AÑO

13. BIOLOGÍA GENERAL Y CELULAR
14. QUÍMICA ANALÍTICA I
15. EPISTEMOLOGÍA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
16. CIENCIA, TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD
17. QUÍMICA FÍSICA
18. QUÍMICA ANALÍTICA II
19. DIDÁCTICA

Más info:
Comandante Fernández N° 755
Pcia. Roque Sáenz Peña - Chaco
Tel.+54364-4420137
www.uncaus.edu.ar
www.noticiasuncaus.com.ar



CUARTO AÑO

20. TALLER DE TECNOLOGÍA EDUCATIVA
21. QUÍMICA BIOLÓGICA
22. ECOLOGÍA
23. DIDÁCTICA DE LA QUÍMICA Y PRÁCTICA DE RESIDENCIA
24. MEDIO AMBIENTE

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

1. DNI, Libreta de Enrolamiento o Libreta Cívica (deberá acompañar fotocopia). Pasaporte para los extranjeros (acompañando fotocopia).
2. Título o certificado original debidamente legalizado, o constancia de estudios completos (con la leyenda "no adeuda materias").
3. Certificado de buena salud expedido por un organismo público competente).
4. Constancia de grupo sanguíneo.
5. Tres (3) fotografías 4x4 cm. (fondo blanco)
6. Formulario de preinscripción impreso, debidamente cumplimentado, con todos los datos completos y firmado por el interesado

PROFESORADO EN CIENCIAS QUÍMICAS Y DEL AMBIENTE



PROFESORADO EN CIENCIAS QUÍMICAS Y DEL AMBIENTE

PERFIL DE LOS GRADUADOS

El **Profesor en Ciencias Químicas y del Ambiente** será un graduado universitario con un profundo conocimiento tanto del objeto de estudio de su ciencia en general, y de sus diversas ramas: (químicas: Inorgánica, Orgánicas, Analítica. Físico-Química, Tecnología y Ecología como de los marcos teórico-metodológicos necesarios para la conducción del proceso enseñanza - aprendizaje, que le permitirá orientar a los alumnos en la interpretación cuali y cuantitativa de los procesos, fenómenos, conceptos, principios y generalizaciones que sustentan el desarrollo de la Química.

- Poseerá los conocimientos matemáticos, físicos y estadísticos que le permitirán contar con los instrumentos necesarios para una mayor fundamentación en la comprensión y formalización de los procesos físico - químicos.
- Tendrá los conocimientos biológicos suficientes para interpretar los procesos biológicos que involucran procesos físico-químicos.
- Conocerá acerca del grado de desarrollo científico-tecnológico de su tiempo y de su entorno.

- Será capaz de elaborar, implementar y evaluar diseños curriculares y estrategias didácticas, así como de colaborar en proyectos institucionales para desempeñar su función docente con idoneidad.
- Tendrá capacidad para articular las metodologías de abordaje de su ciencia con teorías de aprendizajes, lo que le permitirá investigar y desarrollar metodologías y estrategias de enseñanza, tanto en el ámbito de la enseñanza media como en la universitaria.
- Poseerá una actitud flexible y cooperativa que le posibilitará el trabajo interdisciplinario, respetando los diferentes lenguajes y marcos teóricos de otras ciencias, y un espíritu crítico y reflexivo que lo llevará a encarar su tarea en la concepción de que el conocimiento consiste en una continua construcción.
- Poseerá una actitud de compromiso con su realidad social y cultural, nacional, regional e institucional que involucra en las problemáticas de la educación, la salud, la alimentación y la protección del medio ambiente, tendiendo al mejoramiento de la calidad de vida.

ALCANCES DE LOS TÍTULOS

EL PROFESOR EN CIENCIAS QUÍMICAS Y DEL AMBIENTE estará habilitado para:

- A.Coordinar, dirigir, supervisar los procedimientos de enseñanza y aprendizaje de los CBC relativos a las disciplinas químicas, tecnológicas, y los procedimientos de investigación e interpretación de la problemática ecológica y ambiental, presentados en los CBC de la EGB 3.
- B.Coordinar, dirigir, supervisar los procedimientos de enseñanza y aprendizaje de los CBC relativos a las disciplinas químicas, tecnológicas, y los procedimientos de investigación e interpretación de la problemática ecológica y ambiental, presentados en los CBC de la formación general de fundamento, en los CBO de la formación Orientada y en los CD de la formación diferenciada de la Educación Polimodal.
- C.Coordinar, dirigir, supervisar los procedimientos de enseñanza y aprendizaje de los CBC relativos a las disciplinas químicas, tecnológicas, y los procedimientos de investigación e interpretación de la problemática ecológica y ambiental, presentados en los currículos de las carreras de Formador de Formadores que involucren contenidos de las disciplinas mencionadas, incluyendo todos los niveles y ámbitos.
- D.Asesorar a Instituciones y Jurisdicciones en las

reformulaciones y ajustes curriculares y en proyectos institucionales, en el área de su competencia.

E.Diseñar, ejecutar y dirigir Programas de investigación escolar de campo y de laboratorio

F.Integrar equipos interdisciplinarios para trabajos de evaluación o investigación en la didáctica de las Ciencias Naturales.

G.Dictar cursos de perfeccionamiento docente.

H.Dictar asignaturas disciplinares en la Universidad.

El Profesor en Ciencias Químicas y del Ambiente será un graduado universitario con un profundo conocimiento tanto del objeto de estudio de su ciencia en general como de los marcos teórico-metodológicos necesarios para la conducción del proceso enseñanza y aprendizaje, que le permitirá orientar a los alumnos en la interpretación cualitativa y cuantitativa de los procesos, los fenómenos, los conceptos, los principios y las generalizaciones que sustentan el desarrollo de la Química

• Título de Grado:
PROFESOR EN CIENCIAS QUÍMICAS Y DEL AMBIENTE
Duración:
4 años

PRIMER AÑO

01. ÁLGEBRA Y GEOMETRÍA ANALÍTICA
02. CÁLCULO DIFERENCIAL E INTEGRAL I
03. COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA
04. CÁLCULO DIFERENCIAL E INTEGRAL II
05. PROBLEMÁTICA FILOSÓFICA CONTEMPORÁNEA
06. ESTADÍSTICA Y ANÁLISIS DE DATOS
07. GEOLOGÍA

SEGUNDO AÑO

08. MECÁNICA CLÁSICA
09. PEDAGOGÍA
10. FÍSICA MATEMÁTICA I
11. CALOR Y TERMODINÁMICA
12. PSICOLOGÍA DEL APRENDIZAJE Y DEL DESARROLLO
13. FÍSICA MATEMÁTICA II

TERCER AÑO

16. ANÁLISIS NUMÉRICO
17. TERMODINÁMICA
18. QUÍMICA ANALÍTICA I
19. MICROBIOLOGÍA GENERAL
20. QUÍMICA ANALÍTICA II
21. FÍSICOQUÍMICA
22. OPERACIONES UNITARIAS I (ÁNICA I)

Más info:
Comandante Fernández N° 755
Pcia. Roque Sáenz Peña - Chaco
Tel.+54364-4420137
www.uncaus.edu.ar
www.noticiasuncaus.com.ar

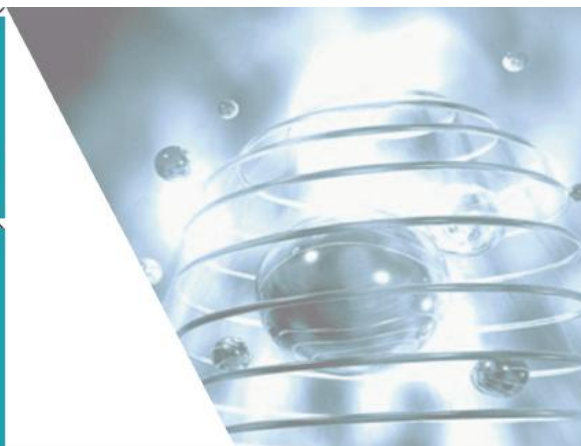


CUARTO AÑO

22. QUÍMICA GENERAL
23. ELECTRICIDAD Y MAGNETISMO
24. EPISTEMOLOGÍA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
25. ÓPTICA Y SONIDO
26. DIDÁCTICA
27. INSTRUMENTACIÓN Y MEDICIONES ELECTRÓNICAS

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

1. DNI, Libreta de Enrolamiento o Libreta Cívica (deberá acompañar fotocopia). Pasaporte para los extranjeros (acompañando fotocopia).
2. Título o certificado original debidamente legalizado, o constancia de estudios completos (con la leyenda "no adeuda materias").
3. Certificado de buena salud expedido por un organismo público competente).
4. Constancia de grupo sanguíneo.
5. Tres (3) fotografías 4x4 cm. (fondo blanco)
6. Formulario de preinscripción impreso, debidamente cumplimentado, con todos los datos completos y firmado por el interesado



PROFESORADO EN FÍSICA



PROFESORADO EN FÍSICA

PERFIL DE LOS GRADUADOS

El campo profesional para los egresados del **Profesorado en Física**, comprende el ejercicio de la docencia en todos los niveles del Sistema Educativo formal y no formal, presencial y a distancia. Asesoramiento pedagógico, profesional y técnico en estas especialidades en instituciones educativas estatales y privadas.

- Guiar a las organizaciones educativas sobre las políticas y estrategias de la enseñanza de la Física y de las Ciencias Naturales. Planificación, realización y control de la implementación de proyectos educativos e investigación educativa.

- Organización del Área de Ciencias Naturales en las instituciones educativas, definiendo el perfil de los recursos humanos necesarios y contribuyendo a su selección y formación.

- Participación en la elaboración de planes y programas de formación para profesionales de otras disciplinas propiciando y participando de acciones interdisciplinarias.

ALCANCES DE LOS TÍTULOS

EL PROFESOR EN FÍSICA podrá:

A. Proyectar, planificar, calcular y controlarlas.

B. Realizar la enseñanza de la especialidad en todos los niveles del Sistema Educativo, formal y no formal, presencial y a distancia.

C. Coordinar ciclos del sistema educativo.

E. Integrar equipos para la elaboración de diseños curriculares de los diferentes ciclos del sistema educativo en el área de Física y/o ciencias naturales.

F. Evaluar programas y/o proyectos relacionados con la enseñanza de la Física

o de la Ciencias Naturales en todos sus ciclos o niveles.

F. Planificar, conducir y evaluar procesos de enseñanza y aprendizaje en todos los niveles educativos en las áreas de Física y de Ciencias Naturales.

G. Asesorar en la didáctica de la Física y de las Ciencias Naturales a instituciones educativas y organizaciones estatales o privadas para la educación formal y no formal, presencial y a distancia

H. Realizar tareas de investigación educativa dentro del área de la didáctica de la Física y de las Ciencias Naturales.

J. Dictar cursos de actualización y perfeccionamiento docente en Física y/o en las Ciencias Naturales.

K. Participar, coordinar, supervisar proyectos interdisciplinarios para afrontar la solución de situaciones problemáticas referidas a la disciplina Física y/o a las Ciencias Naturales.

El PROFESOR EN FÍSICA tendrá un amplio conocimiento de los saberes propios de su disciplina que le permitirán la comprensión de los fenómenos físicos. Su formación le permitirá desempeñarse en el ejercicio de la docencia en todos los niveles del sistema educativo relacionados con la enseñanza de la Física.

• Título de Grado:
PROFESOR EN FÍSICA
Duración:
4 años

PRIMER AÑO

01. ALGEBRA I
02. COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA
03. ELEMENTOS DE COMPUTACIÓN
04. ALGEBRA LINEAL Y GEOMETRÍA
05. ANALISIS MATEMÁTICO I
06. TALLER DE INICIACIÓN A LA PRÁCTICA DOCENTE

SEGUNDO AÑO

07. ALGEBRA II
08. ANALISIS MATEMÁTICO II
09. PEDAGOGÍA
10. GEOMETRÍA MÉTRICA Y TRIGONOMETRÍA
11. ALGEBRA III
12. PSICOLOGÍA DEL APRENDIZAJE Y DEL DESARROLLO
13. INSTITUCIONES EDUCATIVAS

TERCER AÑO

14. PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA
15. FÍSICA (MECÁNICA)
16. TALLER DE PROBLEMAS MATEMÁTICOS
17. DIDÁCTICA
18. ANALISIS MATEMÁTICO III
19. OPTATIVA (*)
20. MATEMÁTICA FINANCIERA

Más info:
Comandante Fernández N° 755
Pcia. Roque Sáenz Peña - Chaco
Tel.+54364-4420137
www.uncaus.edu.ar
www.noticiasuncaus.com.ar



CUARTO AÑO

21. DIDÁCTICA DE LA MATEMÁTICA Y PRÁCTICA DE LA ENSEÑANZA
22. TALLER DE TECNOLOGÍA EDUCATIVA
23. CÁLCULO NUMÉRICO
24. EPISTEMOLOGÍA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
25. HISTORIA DE LA MATEMÁTICA PASANTÍA

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

1. DNI, Libreta de Enrolamiento o Libreta Cívica (deberá acompañar fotocopia). Pasaporte para los extranjeros (acompañando fotocopia).
2. Título o certificado original debidamente legalizado, o constancia de estudios completos (con la leyenda "no adeuda materias").
3. Certificado de buena salud expedido por un organismo público competente.
4. Constancia de grupo sanguíneo.
5. Tres (3) fotografías 4x4 cm. (fondo blanco)
6. Formulario de preinscripción impreso, debidamente cumplimentado, con todos los datos completos y firmado por el interesado



PROFESORADO EN, MATEMÁTICA



PROFESORADO EN, MATEMÁTICA

• Título de Grado:
PROFESOR EN MATEMÁTICA
Duración:
4 años

PERFIL DE LOS GRADUADOS

El Profesor en Matemática es un profesional que:

- Posee sólidos conocimientos teóricos y prácticos sobre la Ciencia Matemática y las disciplinas que componen su campo del saber.
- Está preparado para establecer relaciones con otros campos con los que se vincula la Matemática.
- Efectúa interacciones con otras ciencias, desde la perspectiva de su formación para resolver problemas interdisciplinarios que demanden su intervención.
- Desarrolla conocimientos mediante su participación en la realización de estudios y en proyectos de investigación aplicando el método científico.
- Aplica y recrea conocimientos para resolver problemas teórico - prácticos en los que se requiera

la metodología de la Ciencia Matemática

- Contribuye a la transmisión del conocimiento mediante el ejercicio de la docencia en todos los niveles del Sistema Educativo.

ALCANCES DE LOS TÍTULOS

El Título de Profesor en Matemática que otorga la carrera del Profesorado en Matemática habilita al egresado para:

- Planificar, conducir y evaluar la enseñanza y aprendizaje de la Matemática en todos los ciclos del Sistema Educativo Nacional y Provinciales, público y privado; formales, no formales e informales; presenciales y a distancia.
- Planificar, dirigir y evaluar Proyectos Educativos en el Área Matemática.
- Investigar y realizar estudios sobre la transmisión de conocimientos de su

ciencia, sus vinculaciones y sus aplicaciones desde la perspectiva: científica, tecnológica y pedagógica.

D. Asesorar en lo pedagógico, metodológico, profesional y técnico de la especialidad en instituciones educativas.

E. Elaborar, dirigir, coordinar, controlar y evaluar estudios e investigaciones educativas del área matemática.

F. Participar en equipos interdisciplinarios responsables de la elaboración, ejecución y evaluación de programas y proyectos en los que se encuentre involucrada la problemática de la enseñanza y del aprendizaje de la matemática.

G. Acceder y continuar estudios y carreras de Postgrado en áreas afines.

El egresado de esta Carrera podrá ejercer la enseñanza de la Matemática en todos los niveles del sistema educativo nacional y está capacitado para manejar los conocimientos matemáticos tanto en los niveles de formalización y estructuración propios de la disciplina como en otros más apropiados para concretar la construcción de significados matemáticos en contextos educativos.

Material de Promoción:





Objetivos: crear nuevos canales de comunicación formal que permita difundir la oferta académica y fortalecer la relación con los grupos de interés.

Destinatarios: medios de comunicación local, comunidad local, futuros alumnos, autoridades, líderes de opinión, representantes de las industrias y comercios de la zona, alumnos y graduados de la institución.

Tiempo: tercera semana de octubre.

Recursos: stands, material promocional: bolsas, carpetas, lapiceras, banners, folletos, uniformes; recursos tecnológicos, imprenta, medio de transporte, artículos de librería.

Evaluación: contabilización de asistencia del público.

- **Táctica 12: Alta calidad para la prensa**

Esta táctica consiste en incorporar material de alta definición al canal de Youtube y fotos de gran calidad a la página web de noticias, además crear una dirección de correo electrónico exclusivo para la prensa: prensa@uncaus.edu.ar . Esta acción tiene como fin principal brindar a los medios de comunicación acceso rápido a la información.

Objetivos: ofrecer a los miembros de la prensa mayor comodidad para obtener información además de acelerar los tiempos de respuesta y colaboración.

Destinatarios: medios de comunicación locales y provinciales.

Tiempo: primera semana de febrero.

Recursos: diseñador web, folletos, hojas membretadas, recursos informáticos, imprenta.

Evaluación: Google Analytics.

Las tácticas mencionadas anteriormente están plasmadas en una grafica de Gantt, dichas actividades se desarrollaran en un periodo de diez meces para que el plan repercuta de manera adecuada y las acciones sean claramente distinguibles. La gestión de los procesos de creación y aplicación son manejados según los tiempos académicos y teniendo en cuenta los recesos y vacaciones. El calendario de actividades está dividido en 4 semanas por mes de esta forma es más fácil y dinámica la visualización de los proyectos.

Referencias:



Receso



Implementación cuando se requiera



Creación de las tácticas



Implementación de las acciones

16- Presupuesto

| ELEMENTO | DETALLE | CANTIDAD | PRECIO |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------------|
| IMPRESA | Carpetas Papel Ilustración de 300grs. Con Una solapa troquelada, con portatarjeta. Impresión full color. | 1.000 | \$2900 |
| | Hojas membretadas de 90 gr. Full color | 5.000 | \$1.675 |
| | Banners con porta banner, de 1,90 x 0,90 | 6 | \$1.597,20 |
| | Folletos | 5.000 | \$1.700 |
| | Revista: Papel ilustración brillante, con cubierta de 115gr e interior de 90gr de encuadernación acaballada. De 36 páginas. | 500 | \$5.665 |
| | Afiches: medida A3, full color y de 120gr | 300 | \$1.030,92 |
| | Remeras: chombas con cuello y estampa de dos colores. | 50 | \$2.497,5 |
| | Bolsas: Medidas: 45x30x20 cm. (Ancho, Alto, Fuelle) de cartulina Duplex 250 grs. En papel laminado Brillante y tiras de tela. | 1000 | \$2.800 |
| | Lapiceras con estampado laser. (precio por unidad \$1, 45) | 1.000 | \$1.450 |

| | | | |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|
| ELEMENTOS DE LIBRERÍA | Papelería y elementos | - | \$ 600 |
| CATERING | Desayuno estándar con vajilla y servicio, precio por persona \$23 | 100 personas | \$2.300 |
| PROFESOR VISITANTE | Honorarios \$2.000 Pasajes \$1.400 Estadía \$600 Viáticos \$600 | 1 | \$4.600 |
| DISEÑADOR GRÁFICO | Contrato por 3 meses en carácter de asesoría externa, por mes el mínimo es de \$2.300. | 3 meses | \$6.900 |
| DISEÑADOR WEB | \$500 por diseño | 2 | \$1.000 |
| HONORARIOS | \$ 3.600 x mes | 10 meses | \$ 36.000 |
| | | TOTAL | \$ 72.715,62 |

17- Evaluación global

| Objetivos | Objetivos esperados | Resultados logrados | Resultados inesperados | Técnica |
|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------------------------|-----------|
| Fomentar y cohesionar los valores institucionales en el público objetivo | Generar un sistema de comunicación eficaz que refleje los valores institucionales y de esta forma contribuir a la identificación de los públicos con la institución. | | | Encuestas |
| Consolidar una imagen positiva | Dar a conocer la oferta académica y hacer partícipe a la comunidad de las acciones específicas que la universidad realiza. | | | Encuestas |

A través de la ejecución de un programa integral de Relaciones Públicas e Institucionales se logra mantener un vínculo entre la institución y sus públicos de la misma manera que proporciona instrumentos para el desarrollo del potencial humano interno además la correcta gestión de las comunicaciones brinda herramientas para la difusión de las actividades que la institución realiza.

Este programa plantea fortalecer los valores institucionales en los docentes y alumnos, quienes son la principal fuente veraz de información para el público externo de la institución, es decir, ellos son los principales transmisores del ser institucional, la moral en (el caso del personal) y la calidad educativa (en el caso de los alumnos) son factores que moldean e influyen de manera directa en la imagen pública de la institución, en su reputación. En otras palabras la reputación de la institución depende en gran medida de la percepción del público semiinterno. Es por ello que es necesaria la aplicación de un plan de Relaciones Públicas e Institucionales, ya que, es a través de la comunicación que se establecen los valores institucionales como guía de acción metodológica, es decir, la filosofía institucional se convierte en el eje central en torno al cual gira toda la acción institucional, reduciendo de esta forma la percepción errónea de la misión, objetivos y metas. El crear una identificación del personal con las metas institucionales se convierte en un elemento estratégico para la gestión porque deriva en mayor productividad y eficiencia en la labor. Asimismo, el sistema de información y apoyo que se establece en torno al alumno va a determinar su actitud frente a la universidad, es importante involucrarlos en la vida institucional de tal manera que se sientan respaldados por la universidad. La actitud de este grupo de interés es determinante para la institución, ya que son ellos los que consumen los servicios de la institución, va a ser en ellos que se refleje la calidad educativa de la universidad. A través de la ejecución de un programa integral de Relaciones Públicas e Institucionales se logra mantener un vínculo entre la institución y los alumnos, haciendo que este grupo este aferrado a las ideas institucionales y posea una actitud positiva hacia las acciones de la institución.

Finalmente el carácter social de la universidad hace que sea necesario mantener una estrecha relación con la comunidad en la que está inserta, respondiendo principalmente a su deber social impartiendo conocimiento y cultura a la sociedad, las Relaciones Públicas e Institucionales brindan canales que favorezcan la interacción entre los grupos. A partir de la creación de espacios para compartir experiencias se logra reforzar las actitudes del público hacia la universidad, es decir, con la organización de los eventos que se plantean en este plan es posible satisfacer las necesidades de información de la sociedad y a su vez dar a conocer la razón de ser, la oferta académica y los proyectos institucionales. Para que los grupos de interés respondan de manera adecuada a los designios institucionales es necesario plantear toda relación comunicativa desde la filosofía institucional, es decir, resaltar en cada táctica los valores motores de la institución. Al crear y difundir mensajes que contengan las virtudes de la organización se reduce el margen de error para las malas interpretaciones, haciendo que el público actúe en función del mensaje y responda positivamente o de la manera en que la institución lo desea.

El objetivo principal de la investigación fue comprobar la importancia de la gestión de la identidad en la institución educativa y su repercusión en la imagen de la misma. Al respecto hemos podido comprobar que es partir de la manera en que se integran los valores institucionales al modelo de comunicación que se genera la imagen el público. Es por ello que hemos creado un plan de comunicación que estructure la difusión del sentido institucional. Se crearon nuevos canales de comunicación que permitirán la apertura de la intuición hacia la sociedad tomando a la impartición conocimiento como principal fortaleza. Para ello se tomó en cuenta a los grupos de interés que antes eran desestimados del proceso comunicativo, haciendo que el mensaje institucional llegue a los destinatarios y sea creado en pos de las necesidades de cada público, satisfaciendo principalmente la necesidad de información.

Este programa permite hacer de la comunicación una herramienta estratégica para la gestión, creando una estructura para la difusión de la identidad optimizando el logro de objetivos institucionales. Los nuevos canales de comunicación permiten disipar las dudas del público que interactúa directamente con la institución generando la reducción de costos y tiempo; esto se debe a que se creó una estructura formal para la resolución de problemas y apoyo para el alumnado. Se estableció un mecanismo de consulta que divide a los temas administrativos de los académicos, es decir, se centralizaron las dudas que surjan de problemas administrativos en el departamento de bienestar estudiantil con apoyo académico desde las tutorías. A su vez, se establecieron programas que contribuyan a la función de mantenimiento de los mensajes, es decir aquella que favorece a las relaciones interpersonales que se dan en el seno de la universidad. Para ello se crearon herramientas de comunicación que actúen para favorecer la interacción entre el público interno y semiinterno, desde el punto de vista productivo y desde el punto de vista social. Dicho de otro modo, se crearon acciones de sociabilización que se integren con la producción de servicios.

Por otro lado el programa de comunicación se centra en la imagen de la institución, creando tácticas que favorezcan la integración de la universidad y la comunidad. El objetivo principal es motivar a la sociedad a formar parte de la institución compartiendo experiencias en eventos educativos y académicos. Con ello se pretende crear un lazo con la comunidad promoviendo las fortalezas de la gestión institucional y motivando a que este grupo de interés se sienta parte de la institución. Las acciones de comunicación externa se complementan con la incorporación de los medios de comunicación de la localidad a la vida universitaria, es decir, fortalecer la relación con los medios de comunicación local compartiendo las acciones comunicativas permitiendo así la interacción de los representantes de diarios, revistas, radios y canales locales con la universidad.

Finalmente resaltamos la necesidad imperiosa de generar de la comunicación institucional un hábito haciendo partícipes a todos los públicos en el proceso, teniendo como principal instrumento la educación. La planificación de las acciones permite generar una comunicación que se centre en las fortalezas de la institución haciendo que el público objetivo perciba los valores más importantes de ella. La disciplina de las Relaciones Públicas e Institucionales brinda las herramientas para hacer que desde la identidad institucional se genere una imagen positiva en el público objetivo, es decir, la estructuración y coordinación de los mensajes, acciones y tácticas internas se planifican a partir de la filosofía institucional para ser emitida de manera de que sean perceptibles por el público objetivo.

- AVILIA LAMMERTYN Roberto E. (1997), *RR.PP. Estrategias y Tácticas de Comunicación Integradora*, 2º edición. Argentina.
- BLACK Sam (2001), *ABC de las Relaciones Públicas*, Ed. Gestión 2000.
- BOLOGNA, Eduardo (2001) *Investigación en ciencias sociales: métodos y procedimientos*, Triunfar, Córdoba, Argentina.
- CAPRIOTTI, Paul (1992) *La Imagen de Empresa. Estrategia para una comunicación integrada*, El Ateneo, Barcelona.
- CHAVES, Norberto (1998) *La imagen corporativa*, Editorial: Gustavo Gili, Barcelona 1998.
- COSTA, Joan (1989) *La comunicación en acción: informe sobre la nueva cultura de gestión* Paidós, Barcelona.
- CUTLIP-CENTER (1961), *Relaciones Públicas*, Editorial: Rialp, Madrid.
- FERNANDEZ COLLADO C. (2002) *La comunicación en las organizaciones*. Trillas Editorial S.A, México.
- FRIGEIRO, G- POGGI, M (1992) *Las instituciones educativas Cara y Ceca: Elementos para su gestión*. Troquel, Buenos Aires, Argentina.
- GRUNIG, J., HUNT, T. (2000) *Dirección de Relaciones Públicas*, Gestión 2000, Barcelona.
- HERNANDEZ SAMPIERI, R. (1991) *Metodología de la investigación*, MCGRAW-HILL, México.
- IND, Nicholas (1992) *La imagen corporativa: estrategia para desarrollar programas de identidad eficaces*, Editorial: Díaz de santos.

- ILLESCAS, Washington (1995) *Cómo planear las relaciones públicas: ingresando en el siglo XXI*, Editorial: Macchi, Buenos Aires.
- MERLINO, Aldo (2009) *Investigación cualitativa en ciencias sociales: temas, problemas y aplicaciones*, América lee, Buenos Aires, Argentina.
- MURIEL María Luisa, Rota Gilda (1983) *Comunicación Institucional, Enfoque Social de Relaciones Humanas*. Editorial Andina, Quito.
- SABINO, Carlos A. (1993) *El proceso de investigación*, Humanitas, Buenos Aires, Argentina.
- SCHEINSOHN, Daniel (1993) *Comunicación estratégica: managment y fundamentos de la imagen corporativa*, Ediciones Macchi, Buenos Aires, Argentina
- VIEYTES, Rut (2004) *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemología y técnicas*, De las Ciencias, Buenos Aires, Argentina
- VILLAFAÑE, Justo (1998) *Imagen positiva: gestión estratégica de la imagen de la empresa*. Editorial Pirámide: Humanes de Madrid
- WILCOX-CAMERON (2006) *Relaciones Públicas: estrategias y tácticas, octava edición* Editorial: Pearson educación, Madrid
- XIFRA, J. (2003) *Teoría y estructura de las relaciones Públicas*, Editorial: Mc Grow- Hill, España

Páginas web consultadas:

- <http://aufop.com/aufop/revistas/lista/digital>
- <http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=Comunicacion&td=TES&i=101>
- <http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=5653>
- <http://eprints.ucm.es/tesis/19972000/S/3/S3025001.pdf>
- <http://www.rrppnet.com.ar/comunicacion%20institucional.htm>

- <http://www.rrppnet.com.ar/programadecomunicaciondecrisis.htm>
- <http://www.tdx.cesca.es/TDX-0611104-162622/>
- <http://www.tesisenxarxa.net/TDX-1005107-171349/>
- <http://www.webusable.com/coloursMean.htm>

ANEXOS

- Encuesta: alumnos actuales
- Encuesta: alumnos futuros
- Guía de pautas
- Guía de observación
- Modelo de evaluación de Tácticas
- Recursos fotográficos
- Desgravaciones de las entrevistas
- Análisis comparativo de las entrevistas
- Resultados totales de las encuestas

- Edad:
- Carrera:
- Año de ingreso:

Gracias por participar en la encuesta, la misma se realiza con el fin de conocer su opinión acerca de la atención de la universidad.

Por favor complete los espacios en blanco del 1 a 10 tomando 1 como la puntuación más baja y 10 las mas alta.

La encuesta es totalmente confidencial

Desde ya muchas gracias

1. ¿Con que frecuencia te encontrás ante problemas administrativos?

| Baja | | | | Media | | | Alta | | |
|------|---|---|---|-------|---|---|------|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |

2. Estos problemas son en su mayoría por:

- Inscripción
- Problemas relacionados a una materia
- Cursado
- Problemas con los profesores
- Problemas con el material de estudio/laboratorio.
- Otros (por favor especifique cual)

| |
|---|
| . |
|---|

3. ¿Te presta ayuda el Centro de Estudiantes? ¿Cómo la calificarías?

| Baja | | | | Media | | | Alta | | |
|------|---|---|---|-------|---|---|------|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |

4. ¿Te presta ayuda la Secretaria de Bienestar Estudiantil? ¿Cómo la calificarías?

| Baja | | | | Media | | | Alta | | |
|------|---|---|---|-------|---|---|------|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |

5. ¿Sentís que el personal de Bienestar Estudiantil esta capacitado para resolver problemas?

| Baja | | | | Media | | | Alta | | |
|------|---|---|---|-------|---|---|------|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |

6. ...¿Y quiénes forman parte del Centro de Estudiantes?

| Baja | | | | Media | | | Alta | | |
|------|---|---|---|-------|---|---|------|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |

7. ¿Crees que es buena la orientación al estudiante que brinda la Universidad?

| Baja | | | | Media | | | Alta | | |
|------|---|---|---|-------|---|---|------|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |

8. ¿Te sentís acompañado en el proceso de aprendizaje por el departamento de Bienestar Estudiantil?

| Baja | | | | Media | | | Alta | | |
|------|---|---|---|-------|---|---|------|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |

9. ¿Cómo calificarías a la asistencia que te es prestada por los profesores?

| Baja | | | | Media | | | Alta | | |
|------|---|---|---|-------|---|---|------|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |

10. Por último ¿Qué te gustaría mejorar de la atención UNCAus?

| |
|------------------------------------------|
| |
|------------------------------------------|

¡Muchas Gracias!

- Edad:
- Colegio:

Por favor completa las siguientes preguntas de acuerdo a lo que consideres más importante o más acertado.

Desde ya muchas gracias por participar.

1- ¿Cuánto sabes de la UNCAus?

- Mucho
- Poco
- Nada
- No me interesa

2- ¿Por dónde le llegó la información?

- Pagina web de la UNCAus
- Por un amigo/familiar
- Radio
- Televisión
- Otros (por favor especifique cual)

3- ¿Por qué elegirías a la UNCAus para estudiar una carrera universitaria?

- Porque es donde van todos mis compañeros
- Porque esta la carrera que a mí me gusta
- Por el prestigio que tiene
- La ubicación (es mi ciudad)
- Otros (por favor especifique cual)

4- ¿Qué es lo que más te gusta de la UNCAus?

- La oferta académica (carreras)
- Los horarios que ofrece para cursar las carreras
- El edificio (su infraestructura, limpieza, comodidad)
- Los profesores
- Otros (por favor especifique cual)

| |
|--|
| |
|--|

5- ¿Conoce las actividades extracurriculares que realiza la Universidad (coro, teatro, deporte)?

- Mucho
- Poco
- Nada

6- Si fuera alumno de la UNCAus ¿Le gustaría realizar alguna de esas actividades?

- Mucho
- Poco
- Nada
- No me interesa

7- ¿Cómo calificaría del 1 al 10 a la Universidad?

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

8- Su opinión nos interesa, por favor si tiene alguna sugerencia para mejorar a la Universidad por favor escríbalo en el espacio debajo.

| |
|--|
| |
|--|

¡Muchas Gracias!

Área 1: Contexto comunicativo.

1.1- Descripción de la historia de la institución y su evolución.

1.1.1- Identificar la reacción que tuvo el entrevistado frente a la transición. (Profundizar si es necesario)

1.2- Qué importancia tiene la comunicación para el desarrollo de las actividades de la institución. Descripción y consideraciones personales.

1.2.1- Describir que sabe de la comunicación y la implicación que tiene el entrevistado en el proceso.

1.2.2- Profundizar con que departamentos el entrevistado se comunica más.

Área 2: Identidad Institucional.

2.1- Describir los componentes de la misión.

2.1.1- Enumerar de propósitos, metas y objetivos. (Ver si el entrevistado los diferencia).

2.1.2- Manifestación de lo anterior (objetivos, metas y propósitos) en actividades, de que manera se cumplen y realizan.

2.2- Enumeración de las políticas corporativas.

2.2.1- Identificar si el entrevistado considera que existe una estrategia directiva para cumplirlas y quien es/son los encargados de realizarlo.

2.3- Evaluación de las relaciones con el entorno laboral (usar este término): como lo considera, cuan importante lo cree para su labor diaria.

2.3.1- Análisis de la trato del entrevistado con sus superiores: delegación de tareas, apoyo en el desarrollo del trabajo.

2.3.2- Formación profesional: nivel de formación, correlación de es formación con sus pares.

2.3.3- Comunicación que mantiene con los superiores: cantidad de información que le es brindada, (valoración de ella) y periodicidad, analizar si se relaciona con la tarea para la que le fue brindada.

Área 3: Análisis de la imagen intencional.

3.1- Detallar cuáles son (según el criterio del entrevistado) los medios de comunicación internos con los que cuenta la universidad (revista de la empresa, boletines informativos, reuniones de trabajo, cartelera)

3.1.1- Destacar si los considera eficientes (en caso contrario pedir que enumere las modificación que realizaría en cada caso)

3.2- Descripción de los medios de comunicación externos que utiliza la universidad.

3.2.1- De qué manera se facilita la información a cada medio, con que periodicidad, cual es el tipo de información que se les brinda.

3.3- Análisis de la atención al público: como la considera el entrevistado (eficiente-ineficiente)

3.3.1- Detallar si existe: norma de regulación del trato de los docentes con los empleados, capacitación, gestión de quejas/problemas.

3.4- Gestión de crisis: consideraciones generales (conceptualización de crisis), tipos de crisis que han enfrentado frente a ese puesto.

3.4.1- Identificación de una crisis y la manera de solucionarlo. (Afrontamiento y de que manera participa)

| | Criterios e indicadores a evaluar | Registro de cumplimiento |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | 1 Herramientas de comunicación externa | |
| A | Papelería institucional | |
| | <p>Formatos de papelería:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sobres - Cartas - Fax - Comunicados - Folletos - Trípticos - Carpetas - Otros (aclarar cuáles) | <p>No cuenta con papelería institucional definida.</p> <p>Tampoco cuentan con:</p> <p>Trípticos</p> <p>Folletos</p> <p>Carpetas</p> <p>Comunicados</p> <p>Sólo los que son enviados por el Ministerio de Educación de la Nación.</p> |
| | <p>Morfología del logo en la papelería:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pregnancia - Legibilidad X - Equilibrio | <p>En general mala. La legibilidad es buena (fuente: arial o times new roman en tamaño 12 o más) pero no respetan un sistema.</p> |

| | | |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Existencia del manual de normas. | No, además usan simultáneamente 3 isologotipos diferentes. |
| B | Gacetilla de prensa | No cuentan con un modelo. Nunca hicieron |
| | Base de datos: <ul style="list-style-type: none"> - Actualizada X - Obsoleta - Listado de mails/teléfono X - Cantidad de medios de comunicación. | Está en constante actualización pero envían información al azar. Sólo se comunican por teléfono buscando los números en una libretita muy descuida o en la guía telefónica |
| | Existencia de una periodicidad de envío. | |
| | Canal por el cual es enviado: <ul style="list-style-type: none"> - Correo - Mail X | Por e-mail o personalmente aunque la mayoría de las veces se acercan los periodistas |

| | | |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Personalmente X - Otros (aclarar cuáles) | |
| | <p>Formato estándar de gacetilla, cuenta con:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Membrete - Pie de pagina - Relación con los otros medios de comunicación. | No |
| C | Contacto con la prensa | |
| | <p>El contacto con la prensa es:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Permanente - Aislado X - Solo con unos pocos X - Solo cuando es necesario X | Es sumamente aislado sólo cuando es el acto de colación o algún acto considerado importante. |
| | <p>Información que suministra:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Solo lo más relevante X - Lo que la situación amerite X - Lo que la prensa crea pertinente | Sólo si la prensa llama. Se acercan y preguntan |
| | Personas encargadas de la prensa (ej.: staff) | “el primero que esté disponible” |

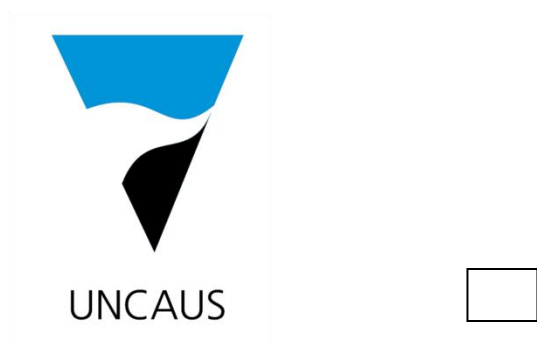
| | | |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | |
| 2 | Herramientas de comunicación interna | |
| | <p>Existencia de una forma de comunicación formal entre distintos niveles jerárquicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Boletín interno - Circulares - Intranet | NO EXISTEN |
| | <p>Características, Boletín interno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Información bien distribuida - Información pertinente - Manera de envío (internet- Carta) - Identificable (ej. Membrete) - Relación con los otros medios de comunicación interna. | |
| | <p>Características, Intranet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fácil acceso X - Pagina web ordenada - Relación con la imagen institucional en general. | |
| B | Fachada de la universidad | |
| | <p>Carteleras: (especificar la cantidad)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Información pertinente - Información desactualizada X - Información desordenada (difícil de leer) X | <p>De 2 a 3 por pasillo.</p> <p>El logotipo sólo está presente en el centro de estudiantes pero</p> |

| | | |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Esta el logotipo presente X - Relación con los otros medios de comunicación | es ilegible. |
| | <p>Centro de estudiantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acceso fácil - Organización de los ayudantes - Está presente el logo en las oficinas | Presente en toda la institución pero mal ubicados dañando la estética total de la universidad |
| | <p>Comodidad de las aulas/laboratorios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Condiciones de higiene - Cantidad de pupitres por alumno - Condiciones de los materiales | Bueno en general: buena limpieza, cantidad adecuada |
| 3 | Atributos de la Identidad visual. | |
| | <p>Símbolo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relación con la actividad. - Relación con las políticas - Abstracción - Simplificación - Impacto visual | Muy precario |
| | <p>Logotipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pregnancia - Legibilidad - Equilibrio | |
| | <p>Colores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gama cromática | Azul y negro. |

| | | |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Visibilidad - Combinaciones - Usos alternativos | |
| | <p>Tipografía Corporativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Legibilidad X - Usos adecuados - Grosor - Inclinación - Ancho | No tienen una tipografía en particular |
| | <p>Simbología gráfica:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Signos de identidad - Función estética - Capacidad de impacto - Integración con el logotipo - Integración con el nombre | Mala, no posee. |

Evaluación: Táctica 1

1. Indique cual es el isologo utilizado actualmente por la Universidad Nacional Del Chaco Austral. Marque la respuesta que crea correcta con una cruz.



Evaluación: táctica 1 - Papelería

Guía de pautas para la entrevista:

- Se realizaran las siguientes preguntas a las personas que se encuentran a cargo de la emisión en la UNCAus
-
1. ¿Ha utilizado los formatos precargados?
 2. ¿Le sirvió las especificaciones que el manual detalla?
 3. ¿Considera que facilitó su tarea? ¿De qué forma?
 4. ¿Considera que favoreció a las herramientas? ¿De qué forma?
 5. ¿Tiene alguna sugerencia?
 6. ¿Le gustaría modificarlo en algún aspecto?
 7. ¿Cree como integrante de la universidad que el público recibió los cambios positivamente?

Evaluación: Táctica 2

Gracias por participar en la encuesta, la misma se realiza con el fin de conocer su opinión acerca de información suministrada. Pedimos que completen los espacios en blanco de acuerdo a lo que usted crea correcto.

La encuesta es totalmente confidencial

Desde ya muchas gracias

1. ¿Qué opinión tiene acerca de *Actualidad UNCAus*?

| | | |
|-------|------|---------|
| Buena | Mala | Regular |
|-------|------|---------|

2. ¿Considera atractivas las historias allí relatadas?

| | | |
|-------|------|------|
| Mucho | Poco | Nada |
|-------|------|------|

3. ¿Estaría dispuesto a participar y ser parte de la revista?

| | | |
|----|----|---------|
| SI | NO | TAL VEZ |
|----|----|---------|

4. ¿Ha recibido correctamente las publicaciones?

| | | |
|----|----|---------|
| SI | NO | TAL VEZ |
|----|----|---------|

SUGERENCIAS

| |
|--|
| |
|--|

¡Muchas gracias por participar!

Evaluación: táctica 3

¡Contanos que te pareció!

En la siguiente tabla marca la respuesta que te parezca correcta.

| Preguntas | 1(malo) | 2(reglar) | 3(bueno) | 4 (muy bueno) |
|------------------------------------------------------------|---------|-----------|----------|---------------|
| ¿La información que presenta te parece importante? | | | | |
| ¿Qué piensa acerca de cómo está organizada la información? | | | | |
| ¿Qué piensa de los colores usados? | | | | |
| ¿Cree usted que fue recibida correctamente? | | | | |
| ¿Qué piensa acerca de la interactividad que presenta? | | | | |
| ¿La información que contiene está acorde a la actualidad? | | | | |
| ¿Cómo calificaría a la nueva imagen de la UNCAUS? | | | | |

¡Muchas gracias por participar!

Evaluación: táctica 4

¡Contanos que te pareció!

En la siguiente tabla marca la respuesta que te parezca correcta.

| Preguntas | 1(malo) | 2(reglar) | 3(bueno) | 4 (muy bueno) |
|------------------------------------------------------------------|---------|-----------|----------|---------------|
| ¿Cómo calificarías al lugar en donde se realizó el desayuno? | | | | |
| ¿Como calificarías al clima laboral del desayuno? | | | | |
| ¿Cómo calificarías al material de apoyo? | | | | |
| ¿Cómo calificaría a la información suministrada? | | | | |
| ¿Cómo consideras al horario de la reunión? | | | | |
| ¿Como consideras la periodicidad del desayuno (cada tres meces)? | | | | |
| SUGERENCIAS | | | | |

¡Muchas gracias por participar!

Evaluación: táctica 5 Y 6

En la siguiente tabla marca la respuesta que te parezca correcta.

| | 1(malo) | 2(reglar) | 3(bueno) | 4 (muy bueno) |
|--------------------------------------------------------------|---------|-----------|----------|---------------|
| ¿Cómo calificarías la atención de bienestar estudiantil? | | | | |
| ¿Te sirvió la información adecuada? | | | | |
| ¿Cómo calificarías al trato y los modales? | | | | |
| ¿Sentís que tu Tutor te brinda apoyo? ¿Cómo lo calificarías? | | | | |
| ¿Cómo calificarías a la información que te brinda tu tutor? | | | | |

¡Muchas gracias por participar!

Evaluación: táctica 9

Gracias por formar parte de las charlas al finalizar la misma por favor complete la siguiente encuesta.

1. ¿Sintió que le fue útil la información brindada?

2. ¿Los encargados de las charlas resolvieron todas tus preguntas?

3. ¿Tiene alguna sugerencia para hacernos?

¡Muchas gracias por participar!

- Puesto de informes



- SIU Guarani

Guarani2w - SIU - Guarani x

← → guarani.uncaus.edu.ar/uncaus/

SIU Guarani2w: Sistema de Gestión de Alumnos en Internet

Universidad Nacional del Chaco Austral

Domingo 03/07/2011

SIU - Guarani

Menú

- Iniciar sesión
- Ver mensajes
- Fechas de examen

Documentación

- Normas de Convivencia
- Cambio de Clave
- Inscripción a Cursos
- Datos Censales
- Readmisiones

Información y Comentarios

IMPORTANTE:
Alumnos, MODIFIQUEN SU CLAVE DE USUARIO ESTABLECIDA POR DEFECTO, eviten que otras personas gestionen sus datos en el SIU. Para cambiar su clave inicie sesión y luego vaya a MI SESIÓN - CAMBIAR CLAVE

Para ingresar al sistema podés hacer click en el botón "Iniciar sesión". Recordá: Tus trámites terminan cuando cerrás tu sesión. Para esto, usá la opción "MI SESIÓN - SALIR".

No olvide revisar sus mensajes en "ANUNCIOS - VER MENSAJES" Revise TODAS las pestañas de mensajes.

Señor docente para establecer las fechas de examen de una materia [HAGA CLICK AQUI](#)

Para ver los horarios de Cursadas [HAGA CLICK AQUI](#)

- Blog



- Página web de noticias



- Afiches de actividades extracurriculares



Entrevistado 1

He tomado tres grandes divisiones para realizar la investigación una en la comunicación interna que hay entre ustedes los niveles más bajos o se da con los alumnos y otra la comunicación del directivo envían al exterior.

- Está bien.

Primero que nada me gustaría saber si vos en especial tenés algún conocimiento de la transición que hubo.

- Si, yo, cuando comenzó la transición yo estaba como secretario académico de lo que era la facultad de agroindustrias y pase a la (...). Cuando se comenzó a trabajar con el proyecto yo ya estaba como secretario académico y bueno colaboré en toda la información académica para ayudar en este proyecto.

O sea que vos, podríamos decir, que te sentís identificado con esa transición.

- Sí, sí, sí... exactamente, formamos parte del equipo que promovió toda la creación de la Universidad nacional del Chaco austral.

Y para vos ¿Benefició de alguna forma a la Universidad, o hubiera sido mejor que siga como UNNE?

- No, no, no el salto fue cuantitativo y cualitativo positivamente desde diferentes aspectos: desde la apertura de nuevas carreras, desde el presupuesto, desde... es decir pasar de facultad que dependíamos de una universidad cuyo rectorado está en la ciudad Corrientes a ser ya Universidad tener la sede acá en la región y poder dar respuesta a la demanda que hay en el medio realmente fue muy positivo y bueno toda creación de Universidad en cualquier contexto ya sea como nueva Universidad o como el desprendimiento de otra siempre tiene un alto a corto y a largo plazo por supuesto tiene un beneficio que es muy positivo.

Sí, y en este proceso, ¿Hubo otro departamento que colaboró o fue solamente el tuyo?

- No, no, no en este proceso de transición colaboraron no sólo todos los departamentos sino todos los agentes de la Universidad y asimismo se sienten identificados en cuanto cuando

se tuvo que salir a buscar firmas, desde el primer momento que se habló del proyecto y justificábamos el porqué de la apertura de la Universidad nacional del Chaco austral y en desprendimiento de la UNNE los distintos agentes tanto como docentes, alumnos y los diferentes sectores colaboraron para llevar adelante este proyecto.

Y ahora una vez que ya está formada la UNCAus como institución, en el proceso, ustedes: ¿Cuentan con algún proceso de declaración de misión, propósito, objetivos?

- Está, eso está formulado en el proyecto institucional específicamente del modelo estatuto en estos momentos todavía están revisión, digamos que en estos días ya se va aprobar pero si están definidas las misiones, las funciones de la institución.

Y ustedes ¿Tuvieron algo que ver en el desarrollo de esto, se les consultó?

- Si, si, si exactamente es decir, toda la propuesta esta salida desde las bases, las bases son las autoridades, los docentes y la realidad de nuestra institución. A partir de ahí se formó, se formularon los fines, la misión y los distintos objetivos que van abarcar al desarrollo institucional.

¿Vos crees que se cumplen, o sea, la misión, los propósitos, los objetivos están cumpliendo?

- si, si yo he...

O, ¿Creés que se toman los lineamientos como para cumplirlo? O, ¿Se está queriendo hacer algo?.... Como así decirlo.

- No, (e) explícita e implícitamente se están cumpliendo con todos los objetivos y en las diferentes áreas no sólo en la académica, sino también en el área de bienestar estudiantil, en el área..., en el sector administrativo, cooperación y servicios públicos. Nuestra gran misión es aportar desde la Universidad no sólo conocimiento, investigación sino hacer transferencia y desarrollo cultural y social de la región. Eso se está cumpliendo en algunas áreas en mayor o menor medida pero se está, objetivamente se cumple con la misión institucional.

Y ahora, con los otros departamentos, ¿Tu departamento tiene comunicación?, ¿Creés que esto es importante para el desarrollo de esas metas que mencionas?

- Sí, en mi caso en particular tenemos un, es decir, a través del diálogo con los diferentes sectores o con los diferentes secretarios particularmente el área académica es un área que nuclea a diferentes secretarías o diferentes dependencias entonces constantemente estamos en comunicación y tenemos proyectos en conjunto. Hay actividades académicas que involucran al sector estudiantil o al bienestar estudiantil; hay actividades académicas que tienen que ver con la cooperación o el área de extensión gran parte de la actividad académica tiene que ver con las actividades que se realizan en investigación y también los diferentes proyectos y demás cuando viene financiamiento viene por el área administrativa en todo momento hay comunicación y bueno también está centralizado en la figura del rector. Siempre está, no sólo la comunicación horizontal o sea con nuestros pares secretarios sino también con nuestra autoridad que es el rector.

¿El clima que hay cuando están todos es bueno o hay ciertas...?

- No, no, no (eee) es decir siempre se busca el consenso y cada uno dentro de nuestro punto de vista tratamos de fundamentar una propuesta imponerla a consideración generalmente hay conciencia la mayoría de las decisiones o de las propuestas llevan adelante.

¿Y vos recibís órdenes del rector?

- Exacto.

Ahora te pregunto: de tu departamento sobre tu tarea y responsabilidad; ¿Siempre crees que son justas o crees que es también asignadas las tareas que te baja, que te delega?

- Sí, sí, sí... particularmente porque bueno el que está actualmente, que se desempeña como rector tuvo actividades y funciones de la Secretaría académica por lo tanto conoce la realidad del sector y siempre las propuestas o las actividades asignadas son en el marco de las posibilidades que se puede llevar a delante dentro de la Secretaría que eso es una ventaja no es cierto. Al tener conocimiento y al haber estado ocho años en la Secretaría académica conoce como es el funcionamiento, como es la estructura, conoce las limitaciones, conoce

cuáles son las fortalezas por lo tanto no, no, no si generalmente siempre son acertadas las actividades.

Y la información que te brinda, en este caso el rector, para poder cumplir las distintas tareas. ¿Es periódica, es buena?

- Si constantemente estamos nosotros en mi caso es un área donde, bueno en todas las áreas no es cierto, pero cuando se tiene que tomar decisiones siempre se consulta al rector, lo mismo para realizar cualquier actividad y que tiene que ver con la cuestión académica también el rector hace previamente las consultas para ver si éstas se pueden desarrollar o no y ver la posibilidad para que se lleven a cabo.

Claro, ¿Vos dirías que es un trabajo en equipo?

- Exactamente, en este y en más... en esta área de toma de decisiones estamos constantemente comunicados sí.

Ahora te pregunto, uno de los otros pilares que quiero investigar es acerca de la comunicación externa, por ejemplo los logos, la limpieza... ¿Vos tenés algún comentario respecto a esto, te gusta, ves alguna posibilidad mejora?

- En cuanto al mantenimiento y al estado de la institución conociendo cómo se trabaja, cómo se trabaja acá aparte conozco otras realidades por ahí las universidades privadas tienen otras características pero comparando con otras universidades tenemos un sistema y una limpieza, un ordenamiento que es muy bueno y tratamos de cuidar también no sólo, es decir por ahí no nos corresponda nuestra área el área académica pero siempre tratamos de velar y comunicarnos con...

Sí, pero desde tu punto de vista no desde tu área, ¿Vos crees...?

- (el entrevistado interrumpe) sí, sí, sí... no, no realmente, todavía somos, una realidad es que somos una institución chica y todavía podemos controlar el funcionamiento de un ventilador, la limpieza de un aula, todas las cuestiones la podemos controlar y creo que cada uno de los secretarios lo hacemos no es cierto y personalmente lo mismo que los docentes también siempre tratan de velar por el cuidado de la institución, la limpieza.

¿Y vos tenés algún tipo de contacto con los medios de comunicación: con la radio, algún cable? ¿Podes enviar información? ¿Suelen pedirte información?

- Ellos generalmente cuando publican una información o sale una información desde la Universidad que generalmente es a través del blog y ahora que tenemos la radio y la televisión, cuando necesitan los medios se informan a través de esto, de los medios que te mencionaba anteriormente, necesitan ampliar algún tipo de información si, llaman al área académica y bueno yo trato de brindarle la información.

Claro, entonces sólo cuando es necesario....

- Exactamente si si si. Por ahí en algunos casos cuando hay una información relevante de alguna actividad que consideramos que tiene que llegar al alcance de la mayoría de los ciudadanos si tenemos una base de datos de radio y llamamos; así sea para un curso de nivelación, para comunicar periodos de inscripción.

Pero ¿Sos vos el encargado de hacer esto?

- En algunos casos, es decir cuando es un curso de nivelación, o sea, cuando es mi área sí. Bueno ahora que tenemos la radio ya la información se va canalizando a partir de ahí pero cuando queremos llegar al interior por ejemplo yo solicito que me comuniquen con las radios del interior, de las ciudades y bueno tratamos de salir al aire, o de pasar los comunicados.

Internamente, ¿Consideras que existen medios de comunicación internos? o sea, ¿Algún tipo de formalización de comunicación entre ustedes? Por ejemplo, un teléfono es considerado un medio de comunicación, pero más allá de eso, ¿Tienen algún tipo de comunicación?

- Entre quién y quién.

Entre las áreas, ustedes y los alumnos...

- Nosotros es decir, como te decía, conservamos la estructura de una institución chica lo que implica que esto va creciendo: cada vez hay más nuevas carreras, cada vez tenemos más alumnos pero nos identificamos todos, en mi caso que conozco a todos, a los docentes,

los alumnos también saben dónde me encuentran y generalmente los recibo aquí en mi oficina es decir que es si no es por medio.... a veces recibo consultas por e-mail o bien directamente vienen a hacer la consulta acá pero en ese sentido si, mantenemos todavía esa relación tanto con los alumnos, con los docentes; cuando hay alguna problemática o alguna situación vienen directamente acá a la oficina.

¿Le tocó vivir alguna crisis aquí académica?

- No no no no no, no sé si en el sentido de crisis. Nosotros tenemos muchas actividades, por ahí estamos superados de trabajo pero no es llamarlo crisis sino siempre hay metas, hay objetivos y a medida que los vamos superando se van cumpliendo pero no, no, no.

¿Qué considerarías una crisis por ejemplo?

- No lo sé, por ahí, no se alguna...

A ver, para vos, ¿Qué elementos tendría que tener una situación para ser considerado crisis?

- Por ahí, no sé, te diría, algún tipo de falsificación de documentación de cuestiones muy delicadas que tienen que ver con el resguardo institucional de ya sea: un diploma, una nota en eso si, en mi parecer es una cuestión muy delicada. Eso tratamos de resguardar y hasta el momento no tuvimos ningún inconveniente. El resto de las cuestiones creo que son cuestiones que se pueden superar o se puede resolver pero uno a veces escucha situaciones de otras instituciones lo que pasa en otra universidad duplicación de diploma, falsificación de documentación bueno eso nosotros tratamos de resguardar. Eso por ahí sería un elemento negativo si llegase a pasar, pero generalmente como te digo, tenemos controladas las diferentes áreas que podría llegar a causar una crisis pero como te digo no, no.

Bueno, eso es todo muchísimas gracias.

Entrevistado 2

Bueno, primero vamos a empezar con lo más general.

Quiero que me digas, que me cuentes cómo fue para vos la transición de la UNNE a la UNCAus y como formaste parte de ese proceso.

- Bueno, para mí la transición, yo la conocí de mi parte por mi viejo que trabajaba acá, no estaba trabajando yo, simplemente era ayudante alumno de un curso de una materia así que prácticamente no viví la transición si la conocí por la gente que trabajaba acá.

¿Y vos pensás que esto es beneficioso o de que manera beneficio a la comunidad, a la misma institución...?

- Totalmente beneficioso para Sáenz Peña, para la facultad, cuando se convirtió en universidad creció tanto presupuestariamente, como en cantidad de alumnos, cantidad de carreras así que fue beneficioso para la zona, trae todos los beneficios la concentración de gente en Sáenz Peña, pero como te digo el cambio en sí yo no viví pero si se me tocó trabajar en la parte de UNCAus. Lo que sí se ahí esto no estaba muy formado, no había muchos (ni creo que hay) muchos protocolos por lo menos acá donde a mí me tocó arrancar en la UNCAus, no hay muchos protocolos formados de procedimiento.

¿Vos me querés decir que no están bien formadas las metas y propósitos para poder cumplir con los objetivos?

- No sólo metas y objetivos sino procesos que se dificultan en cada área es lo único que me tocó vivir en esa transición.

¿Y creés que se comunicó bien, lo nuevo esta novedad?

- ¿Comunicación en la sociedad, o a quien?

Claro, a todos: los alumnos, docentes, comunicación en general.

- Creo que, lo que tengo entendido es que existieron charlas tanto internas como externas o sea hubo un sistema de comunicación no sé si estuvo bien hecho, o mal hecho porque no lo conocí.

A claro, o sea que vos no estuviste...

- Claro, yo arranqué este año, la facultad cumple años de diciembre, yo arranqué, la Universidad perdón, cuando ya tenía un año acá la Secretaría. Pero yo estaba la cátedra de marketing de ingeniería industrial como ayudante alumno porque yo vivía en resistencia cuando acá salió en la...

Claro, ¿Cuántos años cumple en diciembre?

- Ahora en diciembre cumple dos años.

Ahora, con respecto a las políticas ¿Vos creés que están bien? ¿Hay una declaración de misión, y por supuesto las políticas, las metas, los objetivos; están declarados?

- ¿Detallados?

¿Existen?

- Si si existen, como en toda estructura yo tengo mis políticas, mis metas por parte de mi viejo, por parte de Luis, las que formamos nosotros digamos no sé si toda la estructura jerárquica de la Universidad está en la misma visión...

...Como que están pero nadie sabe para qué están...

- Se supone que sí, exactamente pero no están bien, o sea yo no las tengo bien definidas si vos me preguntas que pretende la facultad de mí, la parte de arriba no informa nada. Si están claras algunas cosas, algunas condiciones que sí hay que llevarlas a cabo, cumplir con algunas condiciones sobre todo mantener el orden dentro de cada área eso sí está clarísimo, no los objetivos sólo eso.

¿Y hay algún procedimiento para cumplir eso o no?...establecido.

- No hay ningún procedimiento establecido para cumplirlos.

¿A vos te dirige rector? ¿Recibís órdenes de él?

- Exactamente sobre mi está el rector.

Ahora, ¿Qué papel tendría él en este caso que no hay una política clara y que no hay un objetivo para seguir y que tampoco hay un plan de acción para poder lo poco que hay? ¿Cuál crees que sería su papel aparte de dirigir obviamente?

- Me parece que tendría que organizar un poco nomas y aclarar cuales serían los objetivos a seguir, que se decida cómo comunicar, reunirse, ponerse de acuerdo y comunicar los objetivos.

Y de acuerdo con tu superior ¿Te delega algo, te manda información?

- Si, tenemos un sistema de información vía e-mail en donde, todas las actividades que yo realizo acá las comunicó vía mail a todos los usuarios de Universidad, lo mismo se hace en cada Secretaría después las órdenes del rector me las da por teléfono fijo o celular o viene el hasta acá o me pide que vaya y me las da directamente.

¿Hay otra forma de comunicarse a parte de mail o por teléfono?

- Si, cuando se genera una visita nada más.

Claro, es obvio que en toda institución se comuniquen por e-mail o teléfono, puntualmente lo que yo quiero saber es si hay reuniones periódicas, y arman proyectos en conjunto por ejemplo.

- No, por eso, las reuniones, a comienzo de año se armaron un par de reuniones semanalmente y después se cortó eso, creo que es porque cada uno tiene que realizar acciones de última hora en su área lo que lleva a delegar, siempre cada uno tiene algún problema y no puede asistir a la reunión. El tema es ir apagando los incendios, cada persona tiene un problema, se complican las reuniones y se fue diluyendo hasta que se diluyó totalmente o sea se tomó como hábito no hacer reuniones. Eso está, es muy perjudicial porque cada uno empieza a tirar para su lado, a ir a diferentes sectores.

Y ahora que hablaste de eso, de apagar incendios, ¿Qué considera una crisis?

- ¿Una crisis?

Si, hubo un ejemplo de una bastante...

- Si, si considero justamente eso una crisis. Considero justamente una crisis cuando dentro de la Universidad ocurre un acontecimiento que puede conllevar a que seamos noticia en los medios locales o regionales o nacionales si se quiere (risas) y que perjudican la imagen de Universidad en donde hay que salir a tapar, a apagar el incendio por así decirlo en caso de que el problema no tengo una repercusión mediática o sea que ni siquiera se conozca internamente ahora esa clase de crisis me parece mucho más fácil de solucionar porque tienen otra clase de tiempo.

¿Tienen algo establecido, algún procedimiento para resolver esta clase de problema?

- Por ejemplo en base a ese problema, ese acontecimiento histórico (risas) se creó un código de convivencia dentro de la Universidad. Te recuerdo que nosotros somos una universidad intervenida entonces no hay estatutos bien articulados, se hizo una continuidad del estatuto de la UNNE pero en realidad ahora nosotros nos manejamos con decretos del rector que interviene nada mas no tenemos ningún protocolo, que eso se crea cuando se crea el... lo que facilita rector, se crea el estatuto.

Si, si con respecto a la crisis, si hay algo: ¿Lo solucionan solos, se reúnen...?

- En mi caso yo lo soluciono solo, lo que sí consulto siempre con alguna autoridad o sea analizo el problema, busco alguna solución que yo creo pertinente y consulto en todo caso con las soluciones que tengo en mano cuál es la que voy a tomar a ver qué me dicen.

Bueno, ahora, ¿Tu relación con los medios de acá de Sáenz Peña o del interior te comunicas?

- No. (Risas)

¿No?, ¿Nada?

- No, mi relación con los medios es mala. Si hicimos por ejemplo conferencias de prensa, comunicamos las actividades que hacemos sobre todo las de interés general.

Pero ¿Vos las comunicas?

- Si, últimamente sí, no era el mecanismo que yo venía trayendo pero si últimamente si yo la comunico... pero la relación con los medios en general, con los medios de Sáenz Peña, la relación Desde la Universidad es mala. Ahora tenemos medio aquí en la Universidad que cuando queremos informar algo bajamos lo decimos ahí y si es algo importante hacemos un llamado a los canales.

Pero a ver, o sea que, dentro de cada área cuando consideren que tienen una información importante levanta el teléfono y llama algún medio por ejemplo ¿Eso es lo que hacen?

- Si, es eso pero no se hace tan seguido en realidad cuando la información crees que tiene un interés en la sociedad porque generalmente las informaciones que surgen son de propio interés, interno entonces la comunicación se hace internamente vía e-mail a todos los usuarios responsables, por cartelaria, o sea de pegan afiches por toda la universidad o como es nuestro caso, ir curso por curso si queremos que le llegue realmente al alumno para informar el curso, eso internamente. Externamente se genera noticia, lo que se hace es una conferencia de prensa, se llama a los medios y vienen algunos medios...por lo menos vinieron dos el otro día (risas).

Claro, o sea, que hay solo una relación de necesidad.

- Exactamente pero lo que esta permitiendo el plan de medios que tenemos nosotros en la Universidad es que nosotros nos vamos a independizar de los medios de Sáenz Peña, todo el pack multimedia que hay, vamos a hacer todos los planes desde acá entonces si algún medio de afuera tiene interés de alguna noticia simplemente nos la pide y nosotros se la mandamos.

¿Mientras más lejana la relación mejor? ¿Es eso lo que me querés decir?

- Más independiente mejor porque la dependencia que vos generas con los medios tiene un costo que no se ve, que no... es como un iceberg, entonces mientras más dependiente seas de los medios mas costos tenés.

Bueno ahora contame que pensás de la eficiencia del personal.

- ¿Deficiencia del personal?

Bueno, como vos lo prefieras. Como te expliqué anteriormente una de las cosas que yo quiero analizar es el servicio al cliente, en este caso el cliente sería el alumno y el servicio que ustedes están prestando, en este caso, que serían los que tienen más contacto directo y el centro de estudiantes o alumnado.

- En este caso y del centro de estudiantes es voluntario por lo que no creo que tengan un buen servicio.

Entonces ¿Quedó deficiente después de todo?

- No, desde acá dentro nosotros tenemos cuatro chicos cada uno tiene una tarea asignada ósea ya saben lo que tienen que hacer y cómo lo tienen que hacer, hay un chico encargado de becas, al chico encargado de deportes, hay otro chico encargado de prácticas profesionales, otros pasantías y otro encargado en informática entonces problema en cumplir las acciones no tenemos de hecho somos bastantes eficientes en resolver los problemas porque es lo que se generó acá en la Secretaría y dentro del grupo de trabajo que tenemos acá tenemos la filosofía de resolver los problemas rápido no de patearlos, no dejar, lo que intento yo reflejar...posponer, posponer que se hace interminable. Lo que sí falta acá adentro es información en la atención al cliente seguro: modales, gestos, formas de hablar básicamente lo que falta es formar al personal después tenemos problemas dentro de la secretaría que no lo resolvemos nosotros sino que sea depende del ministerio de educación provincial en donde nosotros resolvemos o sea es decir recibimos la queja nosotros de la resolución de los problemas de los demás ellos sí manejan tiempos más largos eso sí es imposible acortar entonces habría que buscar una forma de explicar a la gente, por más que se le explique hacerle ver que esos tiempos no los podemos acortar.

Y bueno eso van a lograr en la capacitación donde se les explique, que se les enseñe a los que transmiten de qué manera transmitirlo para que ese lenguaje sea entendible.

- Entonces se podría ir curso por curso haciendo una explicación de los tiempos que tienen algunos mecanismos, por ejemplo tenemos más problemas de... imagínate cada problema del ministerio educación tiene dos meses como mínimo, los alumnos no entienden eso.

¿Ustedes tienen una base de datos actualizada de los alumnos?

- Sí, yo tengo pero la parte alumnado no en la Secretaría. Yo tengo terminales, o sea puedo acceder a una base de datos de la terminal.

Pero, ¿Con qué datos cuenta? Por ejemplo dirección de mail ¿Tienen?

- Si pero es en realidad son datos optativos que rellenan ellos... los alumnos más recientes si tenemos esos datos los alumnos viejos no. Creo que recién ahora se está exigiendo como contacto obligatorio. Pero antes no.

Primero que nada quiero saber qué pensar de la transición si vos formaste parte, como te hizo sentir...

- Si, yo formé parte de la transición, yo primero estoy en la facultad de industrias desde alumna así que tengo buena parte de la historia de la institución encima, si fui parte de la transición y bueno la creación de la Universidad implicó una serie de cambios y también beneficios en el futuro y en el presente

Y vos como lo vez aparte de generar un cambio institucionalmente, para fuera, para la sociedad ¿Vos crees que hubo un cambio?

- Sí creo, estoy convencida de que hubo un cambio.

Y la manera en que ustedes lo comunicaron hacia afuera: ¿Cómo fue desde tu lugar?

- Si, hubo comunicaciones hacia afuera por los medios, por las acciones que se realizaron, el incremento de cursos de esta Secretaría, otras acciones como por ejemplo el coro universitario que fue uno de los primeros que salió desde la institución a nivel cultural y que eso marco digamos el primer año de la creación de la UNCAus...ya salió como una entidad que llevó el nombre directamente de UNCAus y que no pertenecía a la facultad de agro industrias o sea que fue una de nuestras primeras acciones que realizamos y otras cosas en la parte cultural si la parte danza, teatro y una serie de cursos que se implementaron y salieron como parte de la Universidad. Y hay una orquesta que está en formación está constituida por alumnos de la Universidad y por gente de la comunidad lo mismo que el coro.

La parte de la transición formal, o sea de la misión, la visión, objetivo vos: ¿Ayudaste a la redacción?, ¿Tenés idea...?

- Sí, o sea... desde... en algunos aspectos, en algunos aspectos no en todos pero si en muchas de las tareas que se realizaron como las funciones propias de la Secretaría en esos aspectos se ayudó a la redacción de los objetivos.

¿Vos creés que se están cumpliendo ahora, que hay acciones que lo hacen cumplir?

- Lo que pasa es que ahora estamos en proceso de o sea esto se va ir cumpliendo paulatinamente y estamos justamente los primeros períodos entonces es lógico pensar que esto a futuro se va ir incrementando.

O sea que están pero todavía no hacen nada como para poder cumplirlo....

- No bueno ¡estamos haciendo!

Si claro te entiendo.... ¿Tu superior, sería...?

- El rector, aquí hay secretarías que dependen del rectorado.

Claro, ¿Y de parte de él llegó alguna directiva para poder cumplir eso?

Si permanentemente (risas) si permanentemente (risas).

¿Con los otros departamentos realizan acciones en común, con otras secretarías?

- Con todas las secretarías.

¿Y cómo en la comunicación con ellos?

- Buena, o sea tenemos proyectos y planes que involucran todas las secretarías por ejemplo te nombro una, el programa de voluntariado universitario, desde esta Secretaría nosotros tenemos la función de difundir, de enviar los informes técnicos; desde la Secretaría administrativa todo lo que equivale a rendición de cuentas; desde la Secretaría de bienestar estudiantil también la comunicación hacia los alumnos, hacia los alumnos voluntarios; desde la Secretaría académica muchos de los voluntariados están orientados hacia... el año pasado salió una convocatoria de articulación con el nivel medio donde desde académica también se trabaja con la gente que trabajan con tutoría y con la gente que está interesada en ese aspecto. Entonces sí o sí todas las secretarías se tienen que comunicar, están intercomunicadas sino es imposible funcionar.

¿Y de qué manera se comunican?, o sea, como existen medios de comunicación externos como la radio, la televisión existen también internos que son por ejemplo el teléfono el e-mail...

- Por teléfono, por e-mail, por nota o sea los aspectos formales hay que dirigirnos por nota a través de mesa de entrada ósea que nos tenemos que... si hay algo que incumba a otra Secretaría y que dependa de éstas se hace una nota pasa por mesa de entrada y se dirige a quién corresponde.

¿Tienen reuniones, charlas entre ustedes como para cohesionar todas las acciones?

- Lo que pasa es que dentro de todos somos pocos en la Secretaría entonces estamos abocados permanentemente los temas propios de cada uno y mandamos notas por e-mail o por teléfono lo que corresponde lo que tiene que hacer otro. Esto es chico todavía nosotros no tenemos facultades externas en otro lugar en otra sede como para... nos vemos acá nos cruzamos. En otra universidades no se da eso prácticamente en ningún lado se da eso por qué vos tenés estructuras de rectorados y de facultades y a su vez de secretarías entonces imposible acá la comunicación es acá tenemos un pasillo que nos divide. Entonces nos vemos permanente. Tenemos las comunicaciones formales e informales estamos todo el tiempo comunicados todo el tiempo interrelacionados.

¿Y con los medios externos con la radio con la televisión con los diarios...?

- Bueno acá hay una radio y la televisión....

¿Y vos te comunicas con ellos?

- A veces hay conferencias de prensa realiza en conferencia de prensa generalmente cuando es alguna invitación al lanzamiento o algo se convoca a conferencia de prensa si no se publica, tenemos el sistema del blog entonces los medios acceden tenemos una página los medios accedan a la página y todas las novedades se comunican en la página.

O sea, ¿Tu tarea dentro de lo comunicar al exterior es publicar en el blog y ser parte de la conferencia?

- Exacto, si, si, si.

¿Y con actividades de coro y demás, lo haces en el blog también?

- Sí y aparte se hace difusión hacia afuera con invitaciones nosotros desde acá invitamos, mandamos invitaciones formales, también invitaciones, afiches, vamos personalmente... muchas veces incluso vamos personalmente a invitar si hacemos un evento en que está relacionada directamente con alguna entidad que está... es del medio hacemos visitas y en donde se invita directamente a los directivos o a las instituciones directamente, se hace eso también.

Ahora, últimamente con las encuestas que les hice a los chicos vi que había problemas con la atención al público, ¿Cómo la vez desde tu área?

- Bueno eso se trató de solucionar, es algo que siempre... hay muchas cosas que uno tiene que ir solucionando a medida... es un tema por eso ahora no se si te diste cuenta ahora en la entrada hay un puesto que dice informes para que la gente cuando llegue tenga a quién preguntar igualmente los chicos todavía no lo registran, quizá ahora que lo pienso debería cambiar de lugar los chicos, quizás piensan que es de ese sector.

Si puede ser, encima el cartel es muy chiquito.

- El cartel encima quizás piensan que el informe es de ese sector quizás ahí está el error de que esté sentado en ese sector podría estar sentado delante, frente. Pero bueno es una cuestión que por ahí uno se da cuenta y lo hace...

Existe algún un tipo de norma o estamento de trato ustedes con los docentes o con el distinto personal.

- Si bueno, de comunicación, nos comunicamos por mail con los docentes, una de las formas cuando queremos llegar con alguna información a todos los docentes es la forma más rápida, el medio o sea todos tienen una cuenta que corresponde a la universidad y entonces no comunicamos si no se convoca, y ahí se convoca reunión entonces después de las reuniones se se desarrolla el temario en las reuniones que se le propone inicialmente por medio.

Y sólo con esta Secretaría o depende...

- No eso es específicamente del área académica lo que pasa que en mi caso particular soy directora de una carrera ahí la forma de comunicarse como directora de carrera es con los docentes que pertenecen a la mía, le mando un mail los convoco reuniones y ahí se desarrollan temario de la reunión y después ya se hace constar en actas y todo tema formal.

Pasando a otro tema, ¿Alguna vez tuviste algún tipo de crisis en tu área?

- No, una crisis o sea las crisis en realidad, si algún problema nos afectan a todos los que estamos, eso es indudable y es así.

Y la manera de solucionarlo, ¿Es como se pueda o hay algún procedimiento?

- Se trata de hacer un procedimiento, se trata de hacer un diagnóstico de la situación que lo que pasó y tratar de aplicar el reglamento sino hay por eso de normas de convivencia por ejemplo después bueno el sistema de expansión, se trata de seguir un procedimiento.

Primero que nada yo te quería preguntar acerca de la de la transición que sufrió la facultad de pasar de ser UNNE a ser UNCAus.

¿Cómo influiste vos en el proceso?, ¿Tuviste alguna participación?

- Posterior a la creación en la misma resolución la misma ley establece que debe haber un sistema, una comisión especial para tratar el sistema de la transición, esto está conformado por un representante de la Universidad nacional del nordeste, uno de la UNCAus, y uno de la secretaria política universitaria en el caso de la UNCAus como representante. Además cuando comenzó esta Comisión era la única persona junto con el secretario administrativo, no sólo tenemos un sistema donde está la transición establecida que éramos los docentes; y los estudiantes eran todavía de la facultad UNNE porque todavía no había comenzado a funcionar la Universidad Nacional Chaco austral pero sí estaba en la etapa de organización. Esta Comisión se reunió varias veces en el cual se fue delineando cual iban a ser los pasos para esa transición, lo que sí se estableció es que los docentes, todos, iban a pasar a la Universidad nacional de Chaco austral así como los no docentes y para eso la universidad tendría que tener un presupuesto para empezar a pagar todo lo que tenía que ver con sus sueldos. Eso se logró en el año 2009 y a partir del 2010 pasaron todos a ser parte de la Universidad de Chaco austral. Con respecto a los estudiantes lo que se logró es hacer que la Facultad de Agroindustrias que dependía de la UNNE y a partir del año 2009 también se suprimió pero los estudiantes que formaban parte de la facultad de agroindustrias seguían recibiendo la información a partir de la UNCAus ósea que no hubo inconveniente con los estudiantes y aquel estudiante que se inscribió en la Universidad Nacional de Nordeste si es que sigue bien la evaluación teórica se va recibir con el título de la Universidad Nacional del Noroeste; aquel que por algún motivo la duración teórica de su carrera sea mayor... en el 2015 es el plazo donde se recibirían todos... se pasaría a la Universidad nacional de Chaco Austral porque las carreras y las materias a las mismas y además existe un plan de equivalencias. De esta manera logramos que el alumno sienta que ha sido alcanzado por alguna de estas medidas que tome el Congreso de la nación. Con respecto a lo que es bien hay equipos se pasó a lo que es la Universidad Nacional de Chaco austral por lo que se

podría decir que todavía nos queda algunos temas pero un 95% ya se ha realizado en la transferencia y ha sido un proceso bastante... que ha dejado muy buenos resultados. Por lo general este tipo de procedimientos son traumáticos y es una cosa que todos pudimos subsanar porque todas las partes pusieron buena discusión para poder terminar esto.

¿Y cómo se lo comunicaron los profesores el cambio, hubo reuniones, comunicados?

- Sí, se explicó. Para eso estuvo presente de representante de la Universidad Nacional del Nordeste, estuvo presente el representante de la Secretaría Política Universitaria que vino de Buenos Aires tuvieron una reunión con los profesores y le explicamos cómo iba a ser y se le hizo una notificación explicándole que a partir de tal fecha dejaba de ser personal de la Universidad Nordeste pero de ninguna manera perdía lo que era su categoría, su salario, que continúa de la misma manera que venían lo único de cambiaba era la jurisdicción, digamos de donde pertenecían, que ahora pertenecen a una Universidad que en el caso este de Chaco austral y está era la Universidad que le iba a pagar los salarios. En el caso de los estudiantes también se les informó y ellos saben que existe un plan de equivalencias y ósea que mayor inconveniente no tenemos.

Entonces, ¿El primer recibido de la UNCAus va a ser en el 2015?

-Y... el primer recibido de la UNCAus no, esto el primero, si la va bien en el 2009 comenzamos a inscribir o sea que eso depende de quién sea porque los alumnos de, tenemos carrera de tres, cuatro y cinco años; lo lógico es que el de tres años es una carrera de óptico técnico contactólogo que es una carrera de pregrado o sea es el primero que pueda llegar teóricamente hacer un egresado, pero también es cierto que tenemos otro tipo de carreras que son la del ciclo y complemento que son las licenciaturas que lleva año y medio, dos años para aquellos que son profesores de terciario del área química o matemática que lo están haciendo y también es posible que se reciban antes, y también es cierto que existe algún posgrado como la especialización en gestión ambiental que duró un año, es posible también que la gente de posgrado egrese con diploma de la UNCAus, a los alumnos les llevar un poco más de tiempo.

¿Y vos tenés comunicación con todas las secretarías?

- Si, nosotros tenemos cinco secretarías la administrativa, la académica, de bienestar estudiantil, investigación ciencia y tecnología, cooperación de servicios públicos esos son sobre cuál el andamiaje funciona. Nosotros tenemos un sistema de organización que no tiene facultades sino que tiene dos departamentos y directores de carreras entonces lo que nosotros hacemos periódicamente es.... se reúnen con el secretario para ver cómo está funcionando el sistema, y para que todos puedan saber que lo que está pasando y de esta manera poder ayudar en caso de ser necesario y poder hacer más eficiente la tarea que llevamos adelante.

¿Cada cuándo se hace estas reuniones? ¿Son periódicas?

- Depende, muchas veces, estas reuniones son las reuniones plenarias pero constantemente tenemos reuniones por la dinámica de tener este tipo de organización, es decir, el rector y secretarios... con algunos secretarios se tomó forma diaria. Todo depende un poco... pero las plenarias hacemos cada 15 días, una vez por mes, pero la relación es constante en forma individual; lo demás son reuniones que son plenarias para poner sobre la mesa que lo que está haciendo y que es lo que se piensa hacer en adelante.

Con respecto a la parte de la transición pero la más formal. La declaración de la misión, objetivos, de las metas... ¿Vos tuviste algo que ver en todo eso?

- Si, nosotros lo que establecemos... es decir como Universidad lo que se tiene que hacer para empezar a funcionar es, tenemos, de hecho ya lo hicimos conformar un proyecto institucional por un lado y también diseñar un estatuto universitario. Bueno en el estatuto universitario está establecido la misión la visión de los que en la Universidad y bueno y esto sí ha sido conformado en cierta manera por la gente que estuvo trabajando para tratar de, en función de la cultura que teníamos que lo que queremos para la Universidad, que es lo que queríamos y qué es lo que queremos llevar para adelante en los próximos años.

Sí, pero más allá de que esté en el papel, ¿Vos creés que se cumplen, que sirven como directivas y como lineamientos básicos para llevar adelante la función?

- Si, si, si porque lo que hicimos en el papel es lo que veníamos haciendo, nosotros tenemos una ventaja con respecto a universidades nuevas nuestra comunidad universitaria tiene 35

años, al papel en la forma literaria es el trabajo que venía haciendo la comunidad universitaria y además al transformarnos en Universidad se abren muchos más... una gran cantidad de canales que antes no teníamos, entonces en función de eso es que nosotros no solamente la cultura es lo que traíamos sino en lo que queremos para más adelante, que es lo que queremos de investigación, que es lo que queremos en cultura. Se abrió todo un espacio de cultura que antes no teníamos, es decir estamos llevando adelante las misiones sustantivas de la Universidad y eso genera que tengamos que cubrir mucho más lugares y eso el tema de lo que es la visión de la Universidad.

O sea, no hay como un plan estratégico. ¿Tienen un plan estratégico para cumplir las políticas o es como va surgiendo?... me refiero en la práctica.

- En la práctica tenemos definido cuál es la planificación anual, por eso está el proyecto institucional, el proyecto institucional está marcado más o menos a 10 años y más o menos es solo lineamiento. Después tenemos los planes anuales que uno tiene grandes metas y después tenemos los planes que van en tiempos muchos más cortos en el cual hay que ir solucionando los problemas que son muchas veces diarios pero la planificación y los ejes están en el proyecto institucional.

Ahora vos... Ya hablamos más menos lo que es internamente. Ahora, con el exterior, con la comunicación ¿Te manejas bien con los medios? salís por ejemplo a las radios, a dar notas en televisión.

- Bueno eso es una fortaleza de la gestión, con respecto a medio de comunicación nosotros hace unos años nos dimos cuenta que era necesario que todo lo que hacíamos en la facultad en lo que somos la Universidad tiene que ser comunicado de alguna manera, es por eso que nosotros hemos tenido sistema de comunicación por ahí no sistematizado, pero cierta presencia en los medios locales y los medios provinciales y parte de la prensa. En este sentido como política de comunicación, es que ahora tenemos un canal de aire una radio FM que vamos a tornar en radio AM, la idea de tener un portal de Internet... es decir conformar un sistema de multimedios comunitario pero también para que la población pueda saber que se esta haciendo dentro de la universidad pública.

¿Cómo identificas una crisis en un aspecto comunicacional? ¿Vos crees que se existió alguna?, ¿Como podrías llegar a solucionarlo?

- A ver, en qué sentido a ver si yo puedo...

Por ejemplo, una crisis comunicacional que yo vi que pasó acá fue lo que pasó el día del estudiante de la vez pasada.

- Sí, no fue crisis comunicacional fue problema que pasó la comunicación funcionó bien digamos....

Ósea partir de esa crisis yo lo que tengo que ver es si tienen alguna formalidad o un instrumento para saber dónde están parados o que hacer con respecto a eso.

- Sí, no nosotros no estábamos preparados para ese tipo de situación que son la comunicación en tiempo de crisis lo que tuvimos que hacer es dar la cara y tratar de explicar lo que nosotros.... es decir... la verdad, lo que había pasado; pero también hay que estar preparado porque con ese tipo de situación viene emparentado no solamente con el hecho en sí sino con que nosotros tratamos de cumplir con un medio, que ese medio tiene intereses comunicacionales, políticos, personales y muchas veces se magnifican sobre todo según el momento que sucede y aprendimos mucho para poder muchas veces estar adelante de la situación cuando puede suceder algún tipo de situaciones como paso, en realidad la situación no tiene que pasar pero cuando hay que salir a comunicar bueno uno trata de, no hay nada que esté sistematizado pasa esto y nosotros tenemos que salir a solucionarlos.

Pero hay alguien que dice que no tiene que salir.... o bueno en el momento salgo yo...

- Bueno no, eso está establecido en todos los casos cuando hay que dar respuesta: el rector, la máxima figura, porque el que tiene que manifestarse ante este tipo de cosas también es cierto que pueda haber del exterior que por medio de comunicación algún tipo de apreciaciones que hacen y que existen dos opciones o salir a contestar o dejar pasar; eso de dejar pasar es en función del grupo de trabajo que estamos haciendo hace una evaluación: si vemos que tiene algún tipo interés, que va mucho más allá de lo que tenga que ver con lo académico, con lo institucional, lo dejamos porque sabemos que al otro día se terminó. En

caso de comenzar a dar respuesta encima que lo por lo general no existen denuncias no existen nada sino que son como comentarios y comentarios y comentarios.

¿Son como cosas que no competen a la Universidad específicamente?

- No sólo eso, puede haber algo del tema de la Universidad por ejemplo hoy estaba en un reportaje y me decían: es cierto que le faltan libros a los estudiantes de tal carrera y en realidad es muy difícil notar eso entonces yo digo “no” pero el que está del otro lado ya dice...pero por lo menos yo estoy del otro lado para dar una respuesta en este caso pero si toman el micrófono y la gente habla y habla sobre el tema la gente puede llegar a creer entonces eso que estoy diciendo, la gente puede llegar a decir si ya dijo. Entonces mucho esta en la forma que se dice y el tono que se dice... porque a veces lo hacen como comentario al paso y a veces empiezan hacer hincapié para tratar de crear un problema por eso la valuación tiene que ver con eso: quien lo dice, desde qué lugar lo dice y cuál es la gravedad de lo que dice. Por lo general no encontramos gravedad porque son muchas veces expresiones subjetivas, son personas que están... como cualquiera tiene connotaciones que no tienen nada que ver... nada más con que con la información.

Bueno eso es todo...

- (el entrevistado interrumpe) el tema ese de lo que dicen los chicos siempre importante escucharlos, nosotros estamos tratando de buscar canales para que ellos se vayan expresando así que estamos evaluando eso y algunos tienen facebook, eso siempre es bueno.

Si, es que los chicos armaron su facebook, por lo menos yo se que los chicos de ciencias económicas tienen...

- En ese caso nosotros fuimos identificando por ejemplo ciencias económicas había un grupo de chicos que tratarán de encontrar alguna manera de tener actividad. Ellos vinieron, algunos me conocían, entonces hicieron hasta hace poco un evento que fue un encuentro de estudiantes de ciencia económicas o sea su energía la pusieron en la algo que lo único que estaban buscando un canal de participación. Lo mismo pasó con algunos chicos de informática

También está bueno en vez de quejarse y no hacer nada también hayan tomado las riendas de algo...

- Sí, lo que pasa es que también es cierto que no hay dónde quejarse, nosotros tenemos una estructura todavía en la etapa organizativa donde no hay elecciones, entonces eso que es grande en verdad no es centro de estudiantes y sino es una representación de un grupo de alumnos y que no se pelean por atender tampoco porque todavía no hay elecciones, después cuando tengan elecciones, gane uno, ellos se van a preocupar por atender porque después vienen elección otra vez ósea por un lado eso puede ser bueno por otro lado para el caso de lo estudiantes no están bueno de todas maneras nosotros como es chico se puede escuchar a los estudiantes demás por la estructura que tenemos bajamos acá cualquier chico me encuentra acá abajo nos encuentran en cualquier lado y me pueden comentar lo que puede pasar.

Si, aparte de ser chico todavía están a tiempo de hacer ciertas cosas para que esta situación no se agrave o se agrande la situación... recién están empezando...

- Si ya vamos a encontrar una solución.

Bueno muchísimas gracias por atenderme.

Empieza contándome un poco que sabes de la transición y de la historia que tuvo la Universidad para llegar a ser Universidad.

- Esto nace de un proyecto del senador Milton Capitanich en el año 2007. Dentro de su plataforma como candidato a gobernador presentó en primera fase a la Universidad nacional del Chaco ya que era una de las pocas provincias del país que no tenía Universidad, luego como fue resistido por sectores de la capital de la provincia presentó otro proyecto que era la Universidad Nacional del Chaco Austral con sede en la ciudad de Presidencia Roque Sáenz Peña y con base de la facultad que existía con la Facultad de Agroindustrias. Ese proyecto fue aprobado el 10 diciembre 2007 por lo unanimidad en ambas cámaras y a partir de ahí comenzó a funcionar lo que hoy llamamos la Universidad Nacional de Chaco Austral.

¿Tuviste algo que ver en este proceso de transición?

- ¡Por supuesto! desde la elaboración del proyecto fue llevado a cabo por un grupo de cinco visionarios que vieron la posibilidad de generar una universidad de esta ciudad y las llevaron a cabo, entre esos estaba yo y otros cuatro que actualmente siguen trabajando en esta Universidad.

Con respecto a la parte de este proyecto, ¿Tuviste algo que ver en la elaboración de la misión, visión, de los propósitos, de las metas?

- Eso se hace lo que se llama un proyecto institucional que lo hacen personas especializadas, nosotros lo que llamamos dentro de universidades nacionales, se llaman PEI y que debe ser presentado ante la CONEAU, ese proyecto fue presentado y elaborado por un grupo multidisciplinario de muchas personas o sea no sólo yo, sino lo elaboró todo un equipo completo porque fue un trabajo bastante arduo y fue presentado con absoluto, digamos es cierto que ya fue aprobado y esta en vigencia.

Pero, vos específicamente ¿Presentaste propuestas para el desarrollo de una política, de alguna meta...?

- Yo trabajé en la parte de organización administrativa de la Universidad ósea toda la parte administrativa, de la organización, de estructuras y de organigrama.

¿Vos crees que las políticas y metas que hay en este momento se cumplen?

- Nosotros estamos en un proceso de transición, llevamos dos años por lo cual todavía no es conveniente evaluar ninguna de esas políticas hasta tanto no tengamos conformados la totalidad de las carreras, la totalidad de los objetivos que nos planteamos en principio.

¿A qué tiempos tan planeadas las políticas y metas?

- Cinco años.

¿Tienen un plan para cumplirlas?

- Si, se están cumpliendo todo paso por paso.

Pero, ¿Tienen un plan?

- Si, están en lo que se llama el proyecto institucional.

¿Quién el responsable de dirigir ese plan?

- El rector, organizador del ingeniero Walter López.

¿Y vos crees que cuenta con los lineamientos y la estructura básica para poder cumplir esos planes, para poder dirigir ese plan?

- Si, hasta ahora los estamos cumpliendo inclusive superamos las metas.

¿Creés que existe buena comunicación entre las Secretarías?

- Nosotros estamos totalmente comunicados permanentemente ya que contamos con medios electrónicos y de forma personal nos vemos prácticamente todos los días.

Y en cuanto al entorno laboral: no sólo con el secretario particular, sino todo aquello que rodea tu tarea diaria. ¿Consideradas que la comunicación es importante para que se mantenga (si es que se mantiene)?

- La organización de universidades incluye sectores totalmente definidos, los académicos, la secretaria de extensión universitaria, Secretaría de asuntos estudiantiles mi Secretaría administrativa. La Secretaría administrativa engloba toda la organización de la Universidad, pero cada uno de los secretarios tiene funciones totalmente distinta a la mía ósea funcionalmente cada uno tiene un trabajo especialmente distinto.

¿Y tu superior vendría hacer el rector de la Universidad?

- El rector es el superior de todos los secretarios.

Con respecto a la delegación de tareas y el apoyo que tenés por parte de él: ¿Qué me podrías decir?

- Todas las tareas administrativas el rector delegó en mi persona, o sea todo lo que respecta a las parte administrativa está elevado convenientemente por resoluciones por la cual me permítame trabajar en forma independiente del rectorado trabajando en función de metas y objetivos que me plantea mismo rector.

¿Cómo en la comunicación que mantenés con su superior?

- Permanente y diaria, nosotros tenemos una reunión diaria todos los días.

¿Se reúnen alguna vez todos los secretarios?

- Periódicamente nos reunimos todos los secretarios.

Definime periódicamente.

- Una vez por semana.

Bien, ¿Creés que existen algunos medios de comunicación internos? Dame ejemplos.

- Sí, nosotros tenemos el medio interno de la Universidad para cada empleado, cada secretario, cada alumno y cada docente tiene un medio determinado por la Universidad por lo cual toda la información es volcada y entregada periódicamente a dichos usuarios también tenemos una página de noticias internas que se actualiza diariamente y también ahora contamos con radio y televisión que próximamente también va a estar en Internet y

está en el aire por lo cual tenemos abundancia medios de comunicación internos por lo cual podemos llegar a todos los usuarios de la comunidad académica en forma conveniente con la información.

¿Consideras que todos esos medios son eficientes, o descartarías alguno?

- Yo creo que cada medio cumple una función para un segmento determinado independientemente no funcionarían. De un conjunto constituyen una herramienta muy poderosa para la comunicación audiovisual y comunicación de todo tipo entre la comunidad académica de la UNCAus.

Bueno, estamos hablando de los medios internos ahora te voy a preguntar sobre los externos, ¿Vos con qué frecuencia tenés comunicación o trato con los periodistas o con los medios de comunicación locales?

- Mi trato con los medios de comunicación es diario habida cuenta estoy en la organización de todos los medios comunicación de la Universidad como sea radio televisión, revistas, página de noticias y página web de radio y televisión por lo cual permanentemente en forma diaria estoy comunicando con los distintos medios de comunicación para tratar de coordinar tareas en pos de la información y las noticias que tengan Universidad.

¿Tu función específica sería brindarle información a los medios?

No, es coordinar con ellos la información que necesitan.

¿Cómo es la atención al público dentro de la Universidad para vos?

- Nosotros tenemos la atención al público que es únicamente para la parte de los alumnos, la parte está el 99% es electrónica y mediante el uso del SUI GUARANÍ por lo cual atención al público se debe limitar a casos puntuales por lo cual eso representa la mayor tarea que debe hacer la gente que está en el área de alumnado.

¿O sea para vos el 1% del total de las relaciones que se dan dentro la Universidad son cara a cara eso me quieres decir?

- No, lo que yo dije es que casi el 99% de operaciones que se tiene que realizar en forma...los alumnos se puede hacer vía web o vía electrónica.

¿Cuáles son tus consideraciones acerca de una crisis, que consideras una crisis en cuanto al aspecto comunicativo?

- Las crisis diríamos en el aspecto de la Universidad están ya relevadas y previamente estipulada, nosotros lo que tenemos es lo que se llama los roles de crisis dentro de la Universidad y donde están planteados en la parte comunicacional los roles que pueden pasar ante un accidente un incendio, un tumulto como una explosión, o cualquier otro tipo de elemento diríamos que pueda ser catastrófico en este caso nosotros tenemos un sistema de roles el cual incluye el tema de la información adecuada de los sistemas de seguridad de los sistemas de accidentes uno no sólo puede recorrer la Universidad y se puede dar cuenta que hay carteles con respecto a accidentes a quien tiene que dirigirse al carteles marcando qué sectores se tienen que dirigir en caso de no estar algo y también contamos con un televisor en el centro de la entrada que distribuye información de esa característica como por ejemplo las aulas están disponibles para los distintos cursos y los temas más último que están ocurriendo en la Universidad están en la información en la explanada central de la Universidad aparte estamos planteando un sistema de información en el hall de ingreso que se está estructurando y está avanzando en el cual vamos a tener la posibilidad de que cualquier persona que no sea de esta universidad y que ingresa por primera vez se va a encontrar con una persona que va a guiar en el desarrollo de su desplazamiento dentro la Universidad.

¿Creés que es eficiente sistema información de la Universidad?

- Todavía lo estamos implementando así que no te puedo decir no lo puedo evaluarlo cuando funcione plenamente podemos determinar si es eficiente.

| Entrevistado | Áreas/Pautas |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Descripción de la transición. Consideraciones personales y participación del área en el proceso. |
| E1 | <p>“...Colaboré en toda la información académica para ayudar en este proyecto.”</p> <p>“...formamos parte del equipo que promovió toda la creación de la Universidad nacional del Chaco austral.”</p> <p>“...el salto fue cuantitativo y cualitativo positivamente desde diferentes aspectos...”</p> <p>“...en este proceso de transición colaboraron no sólo todos los departamentos sino todos los agentes de la Universidad y asimismo se sienten identificados...”</p> |
| E2 | <p>“...prácticamente no viví la transición si la conocí por la gente que trabajaba acá.”</p> <p>“...totalmente beneficioso para Sáenz Peña para la facultad (...) creció tanto presupuestariamente, como en cantidad de alumnos, cantidad de carreras así que fue beneficioso para la zona, trae todos los beneficios la concentración de gente en Sáenz Peña...”</p> <p>“Lo que sí se ahí esto no estaba muy formado, no había muchos (ni creo que hay) muchos protocolos por lo menos acá donde a mí me tocó arrancar en la UNCAus, no hay muchos protocolos formados de procedimiento.”</p> |
| E3 | <p>“...la creación de la Universidad implicó una serie de cambios y y también beneficios en el futuro y en el presente.”</p> <p>“...estoy convencida de que hubo un cambio.”</p> |
| E4 | <p>“...la ley establece que debe haber un sistema, una comisión especial (...) en el caso de la UNCAus era la única persona junto con el secretario administrativo...”</p> <p>“...se podría decir que todavía nos queda algunos temas pero un 95% ya se ha realizado en la transferencia y ha sido un proceso bastante...”</p> |
| E5 | <p>“...desde la elaboración del proyecto fue llevado a cabo por un grupo de</p> |

| | |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | cinco visionarios que vieron la posibilidad de generar una universidad de esta ciudad y las llevaron a cabo..." |
| | Comunicación de la transición. |
| E1 | |
| E2 | "...lo que tengo entendido es que existieron charlas tanto internas como externas o sea hubo un sistema de comunicación no sé si estuvo bien hecho, o mal hecho porque no lo conocí." |
| E3 | "...hubo comunicaciones hacia afuera por los medios, por las acciones que se realizaron, el incremento de cursos, de esta Secretaría, otras acciones(...) el coro universitario que fue uno de los primeros que salió desde la institución a nivel cultural" "...danza, teatro y una serie de cursos que se implementaron y salieron como parte de la Universidad." |
| E4 | "...se explicó para eso estuvo presente de representante de la Universidad nacional del noroeste, estuvo presente el representante de la Secretaría política universitaria (...) tuvieron una reunión con los profesores (...) se le hizo una notificación explicándole que a partir de tal fecha dejaba de ser personal de la Universidad nordeste..." "los estudiantes también se les informó y ellos saben que existe un plan de equivalencias..." |
| E5 | |
| | Proyecto institucional: proceso formal. Declaración de misión, visión, objetivos y metas. Cumplimiento y lineamiento para el desarrollo. |
| E1 | "...está formulado en el proyecto institucional específicamente (...) todavía están revisión (...) pero si están definidas las misiones, las funciones de la institución." "...toda la propuesta salida desde las bases (...) A partir de ahí se formó, se formularon los fines, la misión y los distintos objetivos que van abarcar al desarrollo institucional (...) explícita e implícitamente se están cumpliendo con todos los objetivos y en las diferentes áreas" "...nuestra gran misión es aportar desde la Universidad no sólo |

| | |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>conocimiento, investigación sino hacer transferencia y desarrollo cultural y social de la región. Eso se está cumpliendo en algunas áreas en mayor o menor medida pero se está, objetivamente se cumple con la misión institucional”</p> |
| E2 | <p>“...como en toda estructura yo tengo mis políticas, mis metas, las que formamos nosotros digamos no sé si toda la estructura jerárquica de la Universidad está en la misma visión...”</p> <p>“...yo no las tengo bien definidas si vos me preguntas que pretende la facultad de mí, la parte de arriba no informa nada. Si están claras algunas cosas, algunas condiciones que sí hay que llevarlas a cabo, cumplir con algunas condiciones sobre todo mantener el orden dentro de cada área eso sí está clarísimo, no los objetivos sólo eso.”</p> <p>“...no hay ningún procedimiento establecido para cumplirlos.”</p> |
| E3 | <p>“...en muchas de las tareas que se realizaron como las funciones propias de la Secretaría en esos aspectos se ayudó a la redacción de los objetivos.</p> <p>“...ahora estamos en proceso de o sea esto se va ir cumpliendo paulatinamente y estamos justamente los primeros períodos entonces es lógico pensar que esto a futuro se va ir incrementando.” (con respecto a los lineamientos y dirección de las políticas)</p> |
| E4 | <p>“...en el estatuto universitario está establecido la misión la visión que en la Universidad””...y esto sí ha sido conformado por la gente que estuvo trabajando para tratar de, en función de la cultura que teníamos que es lo que queremos para la Universidad, que es lo que queríamos y qué es lo que queremos llevar para adelante en los próximos años.”</p> <p>“...estamos llevando adelante las misiones sustantivas de la Universidad y eso genera que tengamos que cubrir mucho más lugares y eso el tema de lo que es la visión de la Universidad.”</p> <p>“...en la práctica tenemos definido cuál es la planificación anual, por eso está el proyecto institucional, el proyecto institucional está marcado más o menos a 10 años y más o menos solo lineamento. Después tenemos los planes anuales que uno tiene grandes metas y después tenemos los planes</p> |

| | |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | que van en tiempos muchos más cortos en el cual hay que ir solucionando los problemas que son muchas veces diarios pero la planificación y los ejes están en el proyecto institucional.” |
| E5 | <p>“...se hace (...) un proyecto institucional que lo hacen personas especializadas”</p> <p>“...ese proyecto fue presentado y elaborado por un grupo multidisciplinario de muchas personas o sea no sólo yo sino lo elaboró todo un equipo completo”</p> <p>“yo trabajé en toda la parte administrativa, de la organización, de estructuras y de organigrama.”</p> <p>“...todavía no es conveniente evaluar ninguna de esas políticas hasta tanto no tengamos conformados la totalidad de las carreras, la totalidad de de los objetivos que nos planteamos en principio.”</p> <p>“...hasta ahora los estamos cumpliendo inclusive superamos las metas.”</p> |
| | <p>Comunicación con las otras secretarías:</p> <p>Clima laboral.</p> <p>Delegación de tareas.</p> <p>Medios de comunicación internos existentes.</p> |
| E1 | <p>“...a través del diálogo constantemente estamos en comunicación y tenemos proyectos en conjunto”</p> <p>“...está centralizado en la figura del rector.”</p> <p>“...está no sólo la comunicación horizontal o sea con nuestros pares secretarios sino también con nuestra autoridad que es el rector.”</p> <p>“...constantemente estamos nosotros en todas las áreas” (cuando nos referimos a la periodicidad de las reuniones)</p> <p>“...cuando se tiene que tomar decisiones siempre se consulta al rector”</p> <p>“... en este área de toma de decisiones estamos constantemente comunicados sí. (cuando le preguntamos si lo considera como un trabajo en equipo a la labor diaria con los otros secretarios)</p> |
| E2 | “...tenemos un sistema de información vía e-mail en donde, todas las actividades que yo realizo acá las comunicó vía mail a todos los usuarios de |

| | |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>Universidad (...) se genera una visita nada más. (con respecto a la comunicación que mantiene con su superior)”</p> <p>“...a comienzo de año se armaron un par de reuniones semanalmente y después se cortó (...). El tema es ir apagando los incendios, cada persona tiene un problema, se complican las reuniones y se fue diluyendo hasta que se diluyó totalmente o sea se tomó como hábito no hacer reuniones. Eso está, es muy perjudicial porque cada uno empieza a tirar para su lado, a ir a diferentes sectores.”</p> |
| E3 | <p>“...tenemos proyectos y planes que involucran todas las secretarías” “...sí o sí todas las secretarías se tienen que comunicar, están intercomunicadas sino es imposible funcionar.”</p> <p>“...por teléfono, por e-mail, por nota o sea los aspectos formales hay que dirigirnos por nota a través de mesa de entrada”</p> <p>“Tenemos las comunicaciones formales e informales estamos todo el tiempo comunicados todo el tiempo interrelacionados.”</p> |
| E4 | <p>“...estas reuniones son las reuniones plenarias pero constantemente tenemos reuniones por la dinámica de tener este tipo de organización, con algunos secretarios torno de forma diaria”</p> <p>“...las plenarias hacemos cada 15 días</p> <p>pero las relación es constantes en forma individual”</p> |
| E5 | <p>“...por resoluciones por la cual me permite trabajar en forma independiente del rectorado trabajando en función de metas y objetivos que me plantea el mismo rector.” “...nosotros tenemos una reunión diaria todos los días.” (en lo que respecta a la comunicación con su superior)</p> <p>“...periódicamente nos reunimos todos los secretarios (...) una vez por semana.”</p> <p>“...cada empleado, cada secretario, cada alumno y cada docente tiene un medio determinado por la Universidad por lo cual toda la información es volcada y entregada periódicamente a dichos usuarios también tenemos una página de noticias internas que se actualiza diariamente (...) tenemos abundancia medios de comunicación internos por lo cual podemos llegar a</p> |

| | |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>todos los usuarios de la comunidad académica en forma conveniente con la información.”</p> <p>“...cada medio cumple una función para un segmento determinado (...) constituyen una herramienta muy poderosa para la comunicación audiovisual y comunicación de todo tipo entre la comunidad académica de la UNCAus.”</p> |
| | Atención al público |
| E1 | <p>“...cuando hay alguna problemática o alguna situación vienen directamente acá a la oficina.” (haciendo referencia a los alumnos de la institución)</p> <p>“...a veces recibo consultas por e-mail o bien directamente vienen a hacer la consulta acá...”</p> |
| E2 | <p>“¿Deficiencia del personal?” (al preguntarle cómo calificaría a la eficiencia del personal)</p> <p>“...en este caso y del centro de estudiantes es voluntario por lo que no creo que tengan un buen servicio.”</p> <p>“Lo que sí falta acá adentro es información en la atención al cliente seguro: modales, gestos, formas de hablar (...) básicamente lo que falta es formar al personal...”</p> |
| E3 | <p>“...bueno eso se trató de solucionar...” (al preguntarle sobre la atención al público)</p> <p>“...ahora en la entrada hay un puesto que dice informes para que la gente cuando llegue tenga a quién preguntar igualmente los chicos todavía no lo registran....”</p> |
| E4 | <p>“...nosotros como es chico se puede escuchar a los estudiantes, además por la estructura que tenemos bajamos acá cualquier chico me encuentra acá abajo nos encuentran en cualquier lado y me pueden comentar lo que puede pasar.”</p> <p>“...de lo que dicen los chicos siempre importante escucharlos, nosotros estamos tratando de buscar canales para que ellos se basan expresando su energía lo pusieron en la algo que lo único que estaban buscando un canal de participación...”</p> |

| | |
|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>“... en verdad no es centro de estudiantes y si no es una representación de un grupo de alumnos y que no se pelean por atender tampoco porque todavía no hay elecciones, después cuando tengan elecciones, gane uno, ellos se van a preocupar por atender...”</p> |
| E5 | <p>“... casi el 99% de operaciones que se tiene que realizar en forma, los alumnos se puede hacer vía web o vía electrónica.”</p> <p>“... la atención al público se debe limitar a casos puntuales por lo cual eso representa la mayor tarea que debe hacer la gente que está en el área de alumnado.”</p> |
| Relación con los medios de comunicación locales | |
| E1 | <p>“... cuando necesitan ampliar algún tipo de información si, llaman al área académica y bueno yo trato de brindarle la información.”</p> <p>“...cuando hay una información relevante de alguna actividad que consideramos que tiene que llegar al alcance de la mayoría de los ciudadanos si tenemos una base de datos de radio y llamamos.”</p> <p>“...cuando queremos llegar al interior por ejemplo yo solicito que me comuniquen con las radios del interior, de las ciudades y bueno tratamos de salir al aire, o de pasar los comunicados.”</p> |
| E2 | <p>“...más independiente mejor (la relación con los medios de comunicación) porque la dependencia que vos generas con los medios tiene un costo que no se ve, que no... es como un iceberg...”</p> <p>“...mi relación con los medios es mala. Si hicimos por ejemplo conferencias de prensa, comunicamos las actividades que hacemos sobre todo las de interés general.”</p> <p>“...últimamente si yo la comunico pero la relación con los medios en general, con los medios de Sáenz Peña, la relación Desde la Universidad es mala.”</p> <p>“Externamente se genera noticia, lo que se hace es una conferencia de prensa, se llama a los medios y vienen algunos medios...”</p> |
| E3 | <p>“...mandamos invitaciones formales, también invitaciones, afiches, vamos personalmente... muchas veces incluso vamos personalmente a invitar (...)</p> |

| | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | cuando es alguna invitación al lanzamiento o algo se convoca a conferencia de prensa si no se publica, tenemos el sistema del blog entonces los medios acceden...” |
| E4 | <p>“...hace unos años nos dimos cuenta que era necesario que todo lo que hacíamos en la facultad en lo que somos la Universidad tiene que ser comunicado de alguna manera...”</p> <p>“...nosotros hemos tenido sistema de comunicación por ahí no sistematizado, pero cierta presencia en los medios locales y los medios provinciales y parte de la prensa la prensa escrita...”</p> |
| E5 | <p>“...mi trato con los medios de comunicación es diario”</p> <p>“mi función es coordinar con ellos la información que necesitan.”</p> |
| | Medios de comunicación propios: creación del multimedia institucional |
| E1 | <p>“...ahora que tenemos la radio ya la información se va canalizando a partir de ahí...”</p> <p>“...ahora que tenemos la radio y la televisión, cuando necesitan los medios que se informan a través de esto...”</p> |
| E2 | <p>“...lo que está permitiendo el plan de medios que tenemos nosotros en la Universidad es que nosotros nos vamos a independizar de los medios de Sáenz Peña, todo el pack multimedia que hay (...) vamos a hacer todos los planes desde acá entonces si algún medio de afuera tiene interés de alguna noticia simplemente nos la pide y nosotros se la mandamos.”</p> <p>“Ahora tenemos medio aquí en la Universidad que cuando queremos informar algo bajamos lo decimos ahí ...”</p> |
| E3 | |
| E4 | <p>“...como política de comunicación es que ahora tenemos un canal de aire una radio FM vamos atronar radio AM la idea de tener un portal de Internet es decir conformar un sistema de multimedia comunitario pero también para que la población pueda saber que se está haciendo dentro de la universidad pública”</p> <p>“...eso es una fortaleza de la gestión...”</p> |
| E5 | “...también ahora contamos con radio y televisión que próximamente |

| | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>también va a estar en Internet y está en el aire...”</p> <p>“...estoy en la organización de todos los medios comunicación de la Universidad como sea radio televisión, revistas, página de noticias y página web de radio y televisión...”</p> |
| | Comunicación de crisis. |
| E1 | “...tenemos controladas las diferentes áreas que podría llegar a causar una crisis...” |
| E2 | <p>“Considero justamente una crisis cuando dentro de la Universidad ocurre un acontecimiento que puede conllevar a que seamos noticia en los medios locales o regionales o nacionales (...) perjudican la imagen de Universidad en donde hay que salir a tapar...”</p> <p>“...ahora nosotros nos manejamos con decretos del rector que interviene nada mas no tenemos ningún protocolo (...) en mi caso yo lo soluciono solo lo que sí consulto siempre con alguna autoridad o sea analizo el problema, busco alguna solución que yo creo pertinente y consulto en todo caso con las soluciones que tengo en mano cuál es la que voy a tomar a ver qué me dicen.”</p> |
| E3 | “...se trata de hacer un diagnóstico de la situación que lo que pasó y tratar de aplicar el reglamento sino hay por eso de normas de convivencia por ejemplo después bueno el sistema de expansión, se trata de seguir un procedimiento.” |
| E4 | <p>“...a veces empiezan hacer hincapié para tratar de crear un problema por eso la valuación tiene que ver con eso quien lo dice, desde qué lugar lo dice y cuál es la gravedad de lo que dice por lo general no encontramos gravedad porque son muchas veces expresiones subjetivas, son personas que están como cualquiera tiene connotaciones que no tienen nada que ver nada más con que con la información.”</p> <p>“...nosotros no estábamos preparados para ese tipo de situación que son la comunicación en tiempo de crisis lo que tuvimos que hacer es dar la cara y tratar de explicar...”</p> <p>“...también hay que estar preparado porque ese tipo de situación viene</p> |

| | |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>emparentado no solamente con el hecho en sí sino con que nosotros tratamos de cumplir con un medio, que ese medio tiene intereses comunicacionales, políticos, personales y muchas veces se magnifican sobre todo según el momento que sucede y aprendimos mucho para poder muchas veces estar adelante de la situación...”</p> <p>“...no hay nada que esté sistematizado pasa esto y nosotros tenemos que salir a solucionarlos.”</p> <p>“...eso está establecido en todos los casos cuando hay que dar respuesta el rector, la máxima figura...”</p> <p>“...existen dos opciones o salir a contestar o dejar pasar eso dejar pasar es en función del grupo de trabajo que estamos haciendo hace una evaluación, si vemos que tiene algún tipo enteré que va mucho más allá de lo que tenga que ver con lo académico, con lo institucional lo dejamos porque sabemos que al otro día se terminó en caso de comenzar a dar respuesta encima de lo por lo general no existen denuncias no existen nada sino que son como comentarios y comentarios y comentarios.”</p> |
| E5 | <p>“....no sólo puede recorrer la Universidad y se puede dar cuenta que hay carteles con respecto a accidentes a quien tiene que dirigirse al carteles marcando qué sectores se tienen que dirigir en caso de no estar algo y también contamos con un televisor en el centro de la entrada que distribuye información de esa característica”</p> <p>“...tenemos un sistema de roles el cual incluye el tema de la información adecuada (...) las crisis diríamos en el aspecto de la Universidad están ya relevadas y previamente estipulada, nosotros lo que tenemos lo que se llama los roles de crisis dentro de la Universidad y donde están planteados en la parte comunicacional...”</p> |

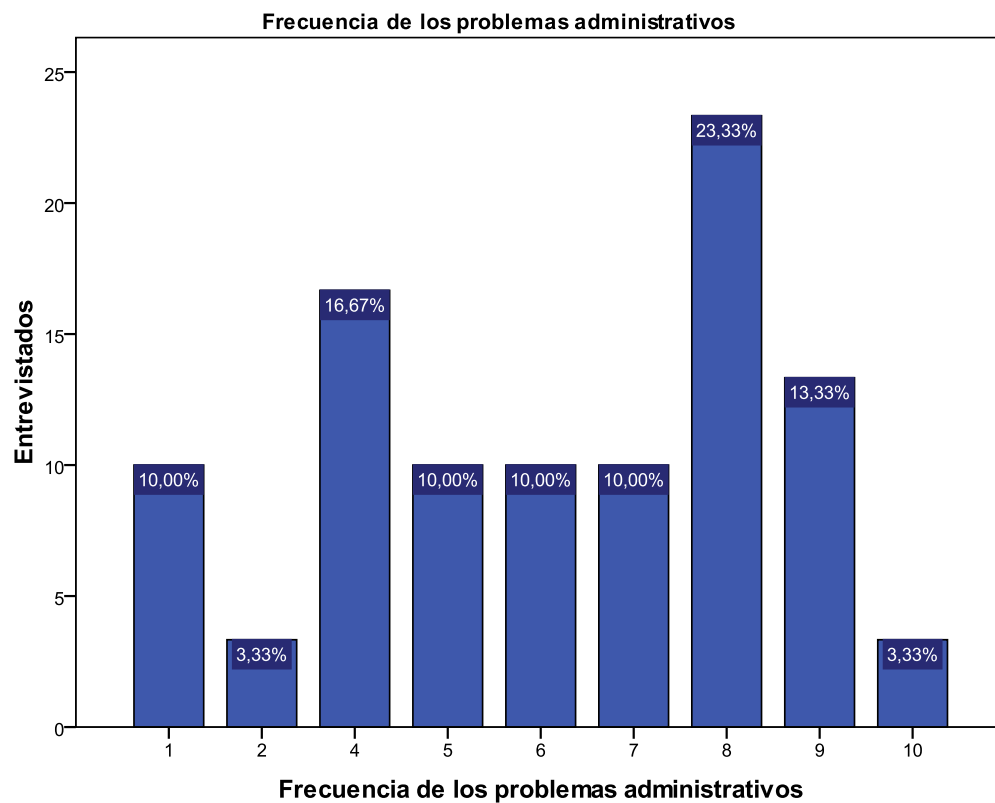
Encuestas

A continuación se expondrán los resultados de las encuestas realizadas a los alumnos actuales de la universidad.

¿Con que frecuencia se encuentra frente a problemas administrativos?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 3 | 10,0 | 10,0 | 10,0 |
| 2 | 1 | 3,3 | 3,3 | 13,3 |
| 4 | 5 | 16,7 | 16,7 | 30,0 |
| 5 | 3 | 10,0 | 10,0 | 40,0 |
| 6 | 3 | 10,0 | 10,0 | 50,0 |
| 7 | 3 | 10,0 | 10,0 | 60,0 |
| 8 | 7 | 23,3 | 23,3 | 83,3 |
| 9 | 4 | 13,3 | 13,3 | 96,7 |
| 10 | 1 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Aquí podemos apreciar que más del 23% de los alumnos se encontraron con alta frecuencia frente a problemas administrativos, (considerando de ocho a diez como alta). Este porcentaje está representado por 7 de los 30. Cabe destacar en esta instancia que todos los encuestados han señalado haber sufrido alguna vez algún percance administrativo. En segundo lugar nos encontramos frente a más del 16% con una frecuencia de 4, el tercer lugar representativo lo ocupa la frecuencia de 9 con un poco más del 13%. Por último comparten el 10% las calificaciones 1, 5, 6 y 7. Gráficamente la tabla anterior quedaría representada de la siguiente manera:

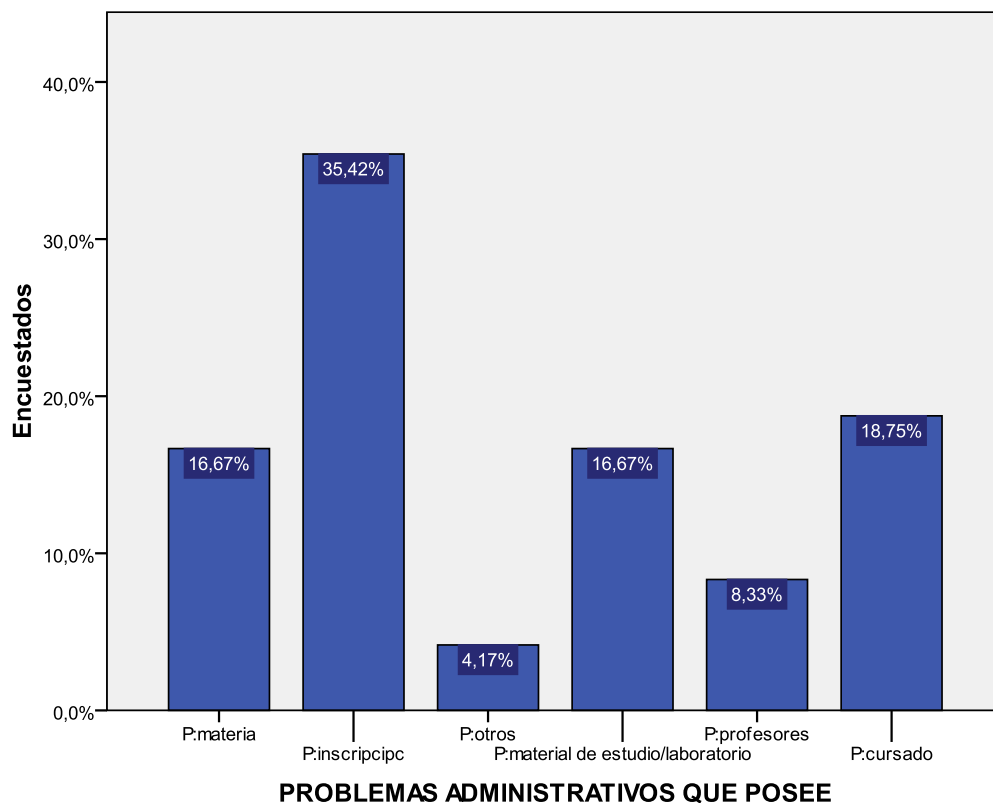


| | | |
|------|-------|------|
| Baja | Media | Alta |
| 30% | 30% | 40% |

Estos problemas son en su mayoría por:

| | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|----------------------------------------|------------|------------|---------------------|
| | Nº | Porcentaje | |
| Estos problemas son en su mayoría por: | 17 | 35,4% | 56,7% |
| P:inscripción | 8 | 16,7% | 26,7% |
| P:materia | 9 | 18,8% | 30,0% |
| P:cursado | 4 | 8,3% | 13,3% |
| P:profesores | 8 | 16,7% | 26,7% |
| P:material de estudio/laboratorio | 2 | 4,2% | 6,7% |
| P:otros | 48 | 100,0% | 160,0% |
| Total | | | |

Al preguntar a los alumnos cuales eran los problemas más distintivos estos respondieron en alto margen la inscripción (ya sea a exámenes finales o materias) representando más del 35% de los encuestados, el cual simboliza a 17 alumnos de los 30 encuestados. En segundo lugar como problema más recurrente nos encontramos frente a problemas en lo que respecta al cursado con un poco más del 18% luego los alumnos han categorizado con más del 16% a problemas referentes a alguna materia y al material de estudio o laboratorio. En última instancia con porcentajes altamente distanciados nos encontramos con problemas con los profesores (8, 33%). En lo que respecta a la categoría otros fueron 2 encuestados los que han contestado en esta categoría donde un alumno especifica atención general ante pedidos de estudiantes y el segundo encuestado manifiesta tener problemas con un profesor en particular. El cuadro anterior queda representado gráficamente de la siguiente manera:



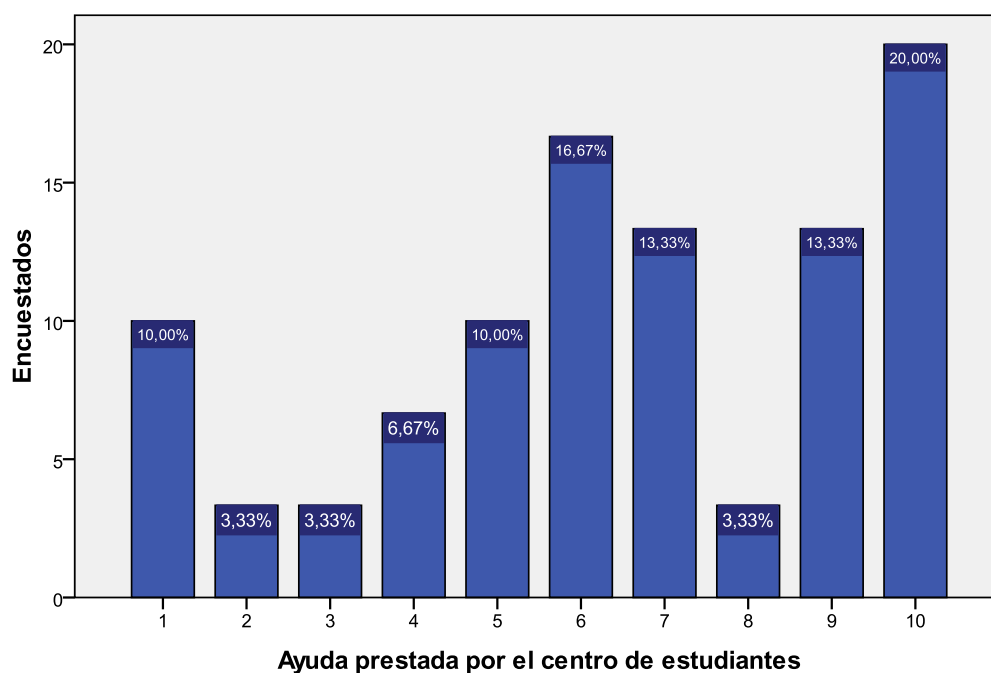
¿Te presta ayuda el centro de estudiantes? ¿Cómo la calificarías?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 1 | 3 | 10,0 | 10,0 | 10,0 |
| | 2 | 1 | 3,3 | 3,3 | 13,3 |
| | 3 | 1 | 3,3 | 3,3 | 16,7 |
| | 4 | 2 | 6,7 | 6,7 | 23,3 |
| | 5 | 3 | 10,0 | 10,0 | 33,3 |
| | 6 | 5 | 16,7 | 16,7 | 50,0 |
| | 7 | 4 | 13,3 | 13,3 | 63,3 |

| | | | | |
|-------|----|-------|-------|-------|
| 8 | 1 | 3,3 | 3,3 | 66,7 |
| 9 | 4 | 13,3 | 13,3 | 80,0 |
| 10 | 6 | 20,0 | 20,0 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

En el cuadro anterior se puede apreciar que la mayoría de los encuestados califican con 10 a la ayuda que le es prestada por el centro de estudiantes de la Universidad (20%) las siguientes calificaciones más altas rondan entre 6 (16,7%) 7 y 9 con el 13,3%. Luego con 10% se encuentran las calificaciones 1 y 5. Por último podemos ver con 6,7% a la calificación de 4 y en menor medida podemos ver las calificaciones 2, 3 y 8 con un poco más del 3%. Gráficamente el cuadro anterior queda representado de la siguiente manera:

Ayuda prestada por el centro de estudiantes



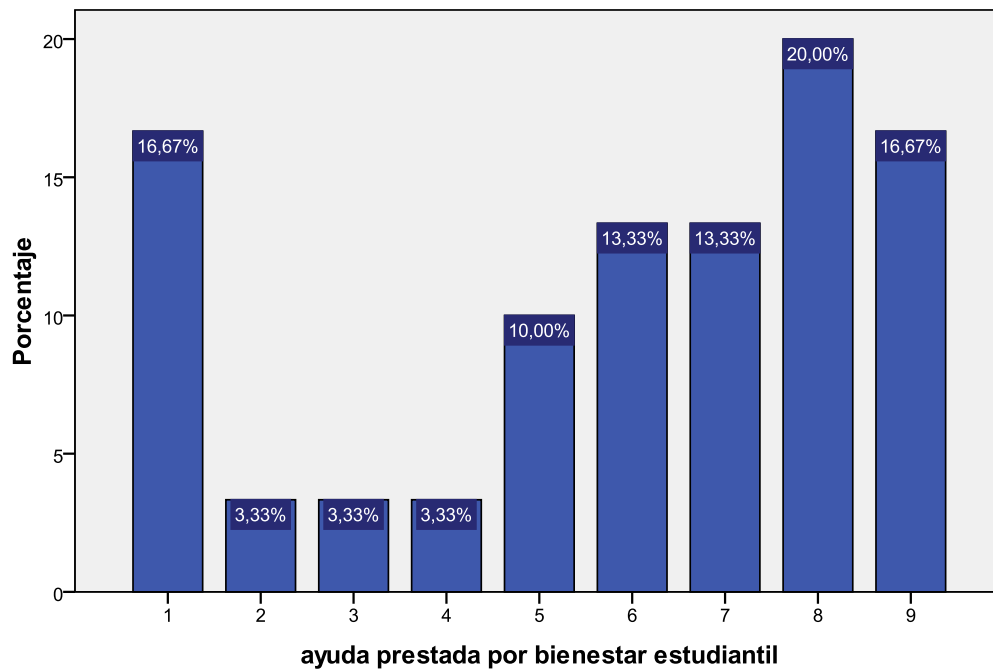
| | | |
|--------|-------|--------|
| Baja | Media | Alta |
| 23,33% | 40% | 36,66% |

¿Te presta ayuda la Secretaria de bienestar estudiantil? ¿Cómo la calificarías?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 1 | 5 | 16,7 | 16,7 | 16,7 |
| 2 | 1 | 3,3 | 3,3 | 20,0 |
| 3 | 1 | 3,3 | 3,3 | 23,3 |
| 4 | 1 | 3,3 | 3,3 | 26,7 |
| 5 | 3 | 10,0 | 10,0 | 36,7 |
| 6 | 4 | 13,3 | 13,3 | 50,0 |
| 7 | 4 | 13,3 | 13,3 | 63,3 |
| 8 | 6 | 20,0 | 20,0 | 83,3 |
| 9 | 5 | 16,7 | 16,7 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

En este cuadro se puede apreciar que el 20% de los encuestados han contestado que la calidad de la atención de la secretaria de bienestar estudiantil es alta, lo que numéricamente está representado con 8. De todas maneras en el segundo porcentaje más representativo del total se ve una clara contradicción, de esta manera podemos apreciar que más de un 16% de los alumnos han calificado a la calidad de la atención como baja (1) y en la misma cuantía con 9 (alta). Luego el 13,3% de los encuestados han calificado a la atención como media (con las puntuaciones 6 y 7) siguiendo con 10% con una puntuación de 5 y por último con 3,3% vemos las puntuaciones 2, 3 y 4 respectivamente. Lo mencionado anteriormente queda representado gráficamente de la siguiente manera:

ayuda prestada por bienestar estudiantil



| | | |
|--------|--------|--------|
| Baja | Media | Alta |
| 26,66% | 36,66% | 36,67% |

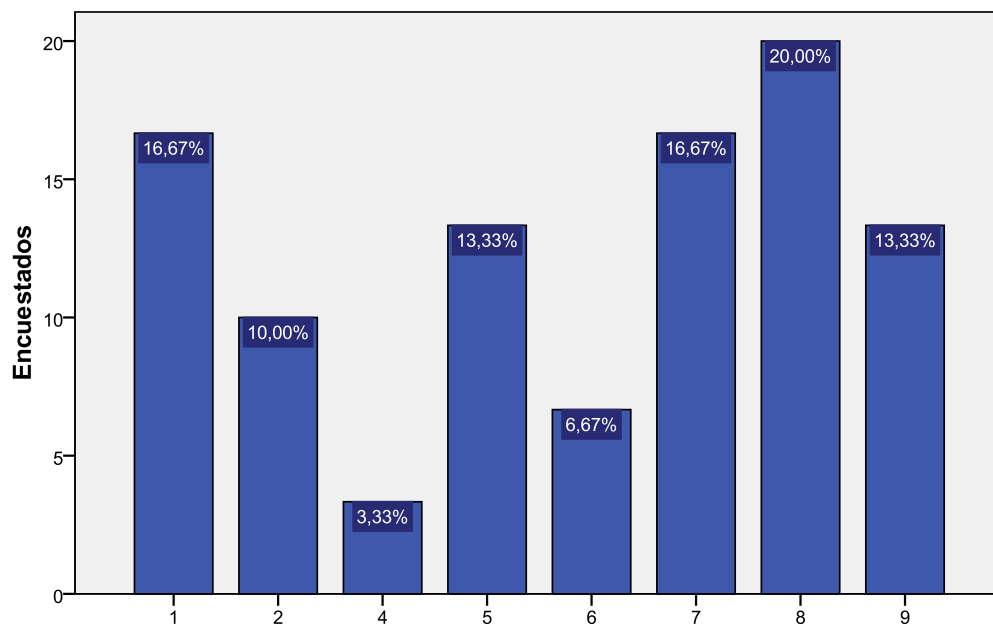
¿Sentís que el personal de bienestar estudiantil está capacitado para resolver problemas?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 1 | 5 | 16,7 | 16,7 | 16,7 |
| | 2 | 3 | 10,0 | 10,0 | 26,7 |
| | 4 | 1 | 3,3 | 3,3 | 30,0 |
| | 5 | 4 | 13,3 | 13,3 | 43,3 |

| | | | | |
|-------|----|-------|-------|-------|
| 6 | 2 | 6,7 | 6,7 | 50,0 |
| 7 | 5 | 16,7 | 16,7 | 66,7 |
| 8 | 6 | 20,0 | 20,0 | 86,7 |
| 9 | 4 | 13,3 | 13,3 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

En esta tabla podemos apreciar que 8 encuestados (20%) ha contestado que la capacidad para resolver problemas de bienestar estudiantil es alta con una calificación de 8, la segunda calificación más representativa está dada por categorías muy disimiles entre sí por un lado más del 16% ha contestado que el personal de esta secretaria tiene una baja capacidad para resolver problemas calificándolo con 1, y en la misma cuantía han calificado al personal como medio con una puntuación de 7. Habría que decir también que el 13,3% por ciento del total de los encuestados han calificado a la atención como alta con una calificación de 9. Por último 10% de los encuestados han calificado al personal como bajo con puntaje de 2 como referencia y en menor medida con 6,7% con una puntuación de 6 (media). La representación grafica del cuadro es la siguiente:

Capacidad para resolver problemas: Bienestar estudiantil



Capacidad para resolver problemas: Bienestar estudiantil

| | | |
|------|--------|--------|
| Baja | Media | Alta |
| 30% | 36,67% | 33,33% |

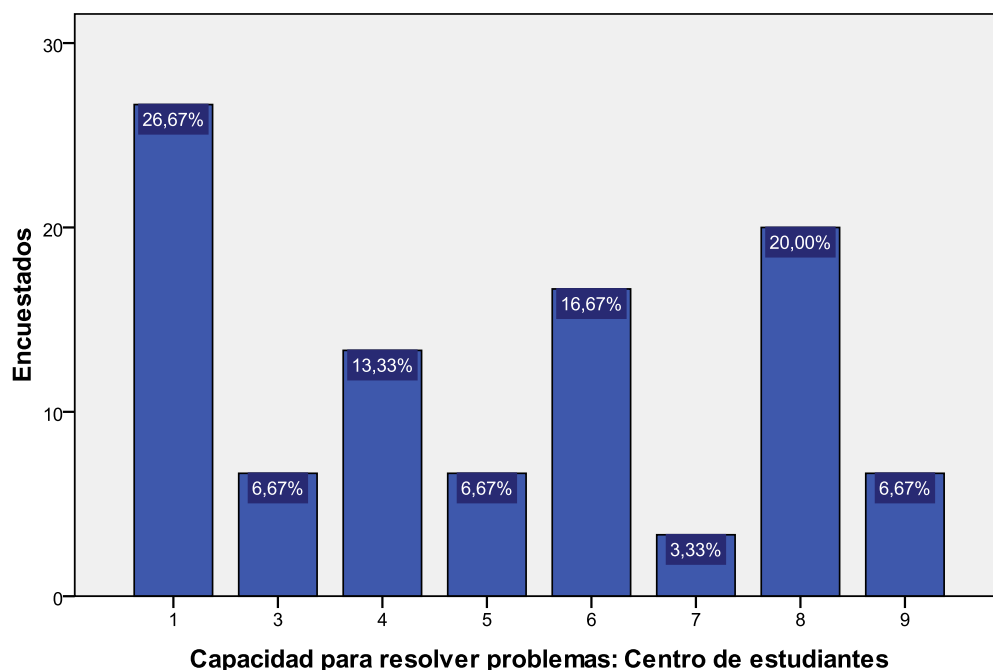
...¿Y quiénes forman parte del Centro de Estudiantes?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 1 | 8 | 26,7 | 26,7 | 26,7 |
| | 3 | 2 | 6,7 | 6,7 | 33,3 |
| | 4 | 4 | 13,3 | 13,3 | 46,7 |
| | 5 | 2 | 6,7 | 6,7 | 53,3 |

| | | | | |
|-------|----|-------|-------|-------|
| 6 | 5 | 16,7 | 16,7 | 70,0 |
| 7 | 1 | 3,3 | 3,3 | 73,3 |
| 8 | 6 | 20,0 | 20,0 | 93,3 |
| 9 | 2 | 6,7 | 6,7 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Este cuadro expresa que el 26,7 % de los encuestados considera baja a la capacidad del personal del centro de estudiantes para resolver problemas (1) en segundo lugar nos encontramos contradictoriamente ante 20% en la categoría de alta con un puntaje de 8. El resto de los encuestados respondió que la capacitación del centro de estudiantes es media, la cual está representada por el 16,7% con 6; 6,7% con 5 y finalmente con 3,3% para el 7 donde esta categoría finaliza. Por último con un porcentaje del 6,7 % nos vemos frente a las puntuaciones de 3 y 9 además de un 13,3 % para 4. Esta tabla está representada gráficamente de la siguiente manera:

Capacidad para resolver problemas: Centro de estudiantes



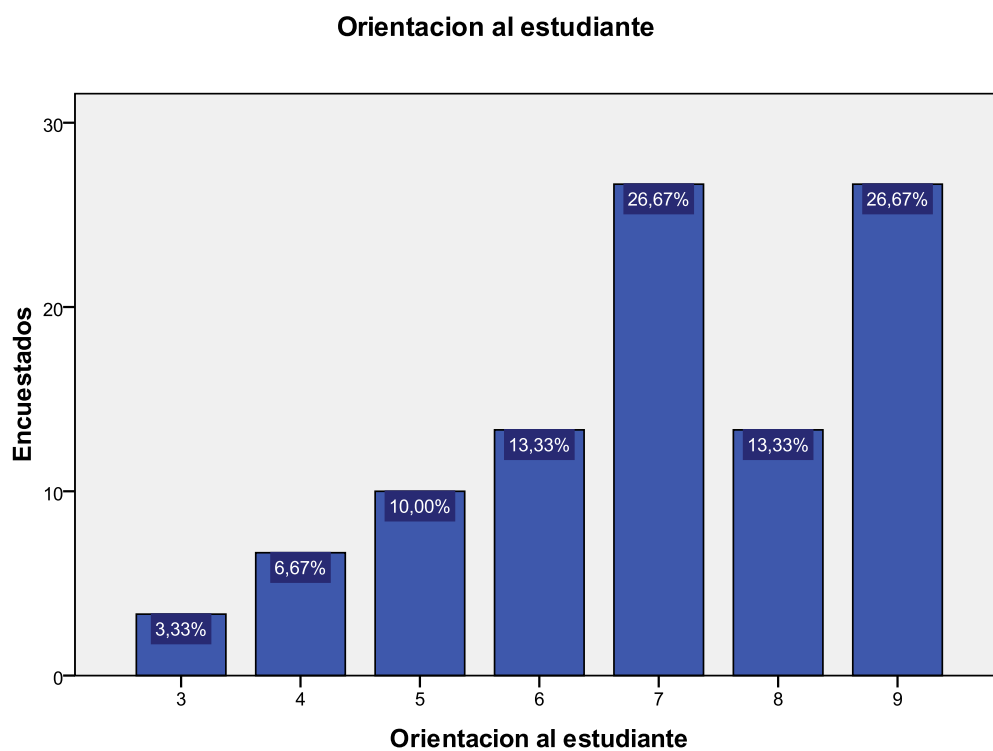
| | | |
|---------|--------|--------|
| Baja | Media | Alta |
| 46, 67% | 26,67% | 26,67% |

¿Crees que es buena la orientación al estudiante que brinda la universidad?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 3 | 1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| | 4 | 2 | 6,7 | 6,7 | 10,0 |
| | 5 | 3 | 10,0 | 10,0 | 20,0 |
| | 6 | 4 | 13,3 | 13,3 | 33,3 |
| | 7 | 8 | 26,7 | 26,7 | 60,0 |

| | | | | |
|-------|----|-------|-------|-------|
| 8 | 4 | 13,3 | 13,3 | 73,3 |
| 9 | 8 | 26,7 | 26,7 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Esta tabla muestra que las puntuaciones más significativas de los estudiantes a la orientación que brinda la universidad es 9 y 7 ambas con 26, 7% en segundo lugar 6 con 13, 3 % porcentaje que comparte con la categoría 8, esto seguido de 5 con 10%, 4 con el 6,7% y finalmente 3 con el 3,3%. Lo enunciado en la tabla se puede representar gráficamente de la siguiente manera:



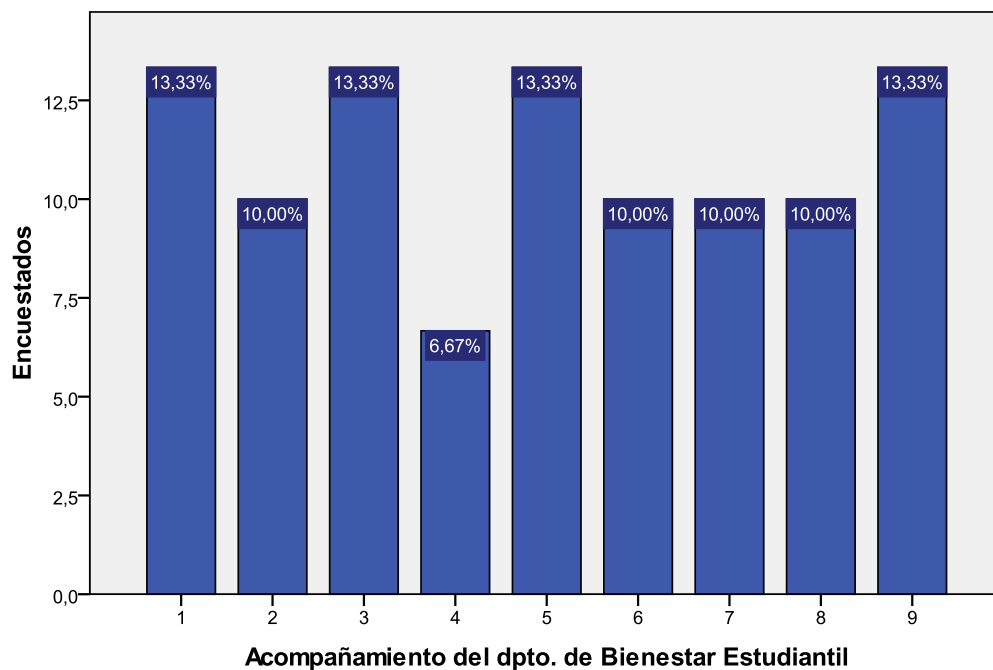
| | | |
|------|-------|------|
| Baja | Media | Alta |
| 10% | 50% | 40% |

¿Te sentís acompañado en el proceso de aprendizaje por el departamento de Bienestar Estudiantil?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 1 | 4 | 13,3 | 13,3 | 13,3 |
| | 2 | 3 | 10,0 | 10,0 | 23,3 |
| | 3 | 4 | 13,3 | 13,3 | 36,7 |
| | 4 | 2 | 6,7 | 6,7 | 43,3 |
| | 5 | 4 | 13,3 | 13,3 | 56,7 |
| | 6 | 3 | 10,0 | 10,0 | 66,7 |
| | 7 | 3 | 10,0 | 10,0 | 76,7 |
| | 8 | 3 | 10,0 | 10,0 | 86,7 |
| | 9 | 4 | 13,3 | 13,3 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Aquí se puede apreciar que las calificaciones 1, 3, 5 y 9 comparten el 13,3 % del total de los encuestados de la misma manera nos encontramos con coincidencias en las calificaciones de 2, 6, 7 y 8 con el 10% del total. Finalmente el 6,67% de los encuestados a calificado al acompañamiento en el proceso de aprendizaje por la secretaria de bienestar estudiantil con 4. Esta tabla puede ser representada gráficamente de la siguiente forma:

Acompañamiento del dpto. de Bienestar Estudiantil



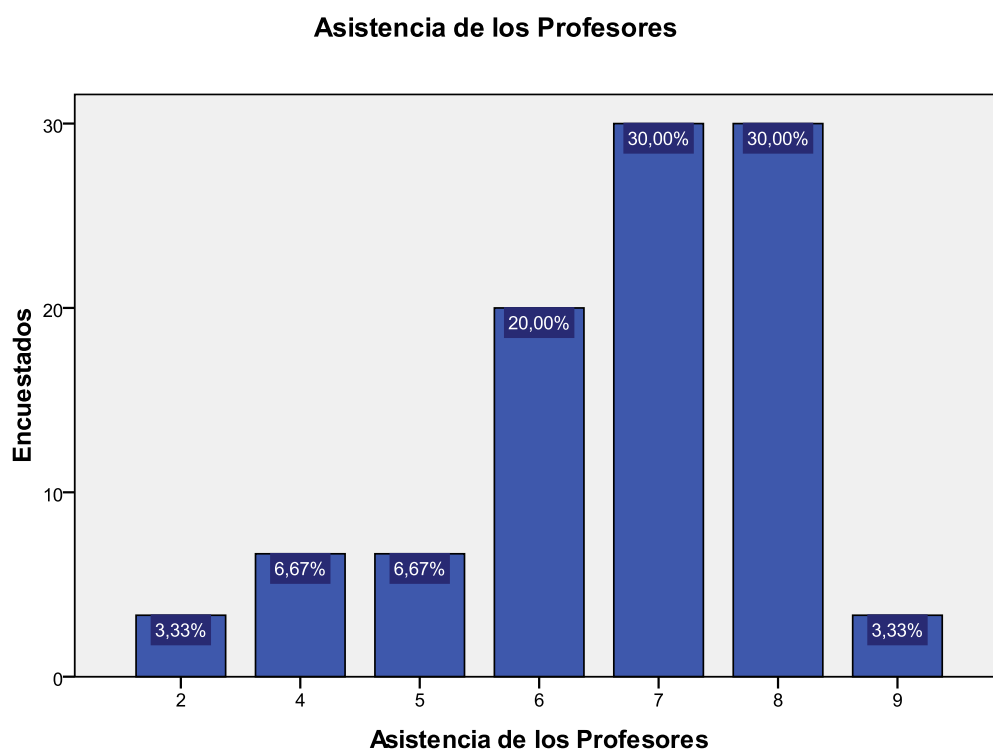
| | | |
|--------|--------|--------|
| Baja | Media | Alta |
| 34,33% | 33,33% | 23,33% |

¿Cómo calificarías a la asistencia que te es prestada por los profesores?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 2 | 1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| | 4 | 2 | 6,7 | 6,7 | 10,0 |
| | 5 | 2 | 6,7 | 6,7 | 16,7 |
| | 6 | 6 | 20,0 | 20,0 | 36,7 |
| | 7 | 9 | 30,0 | 30,0 | 66,7 |

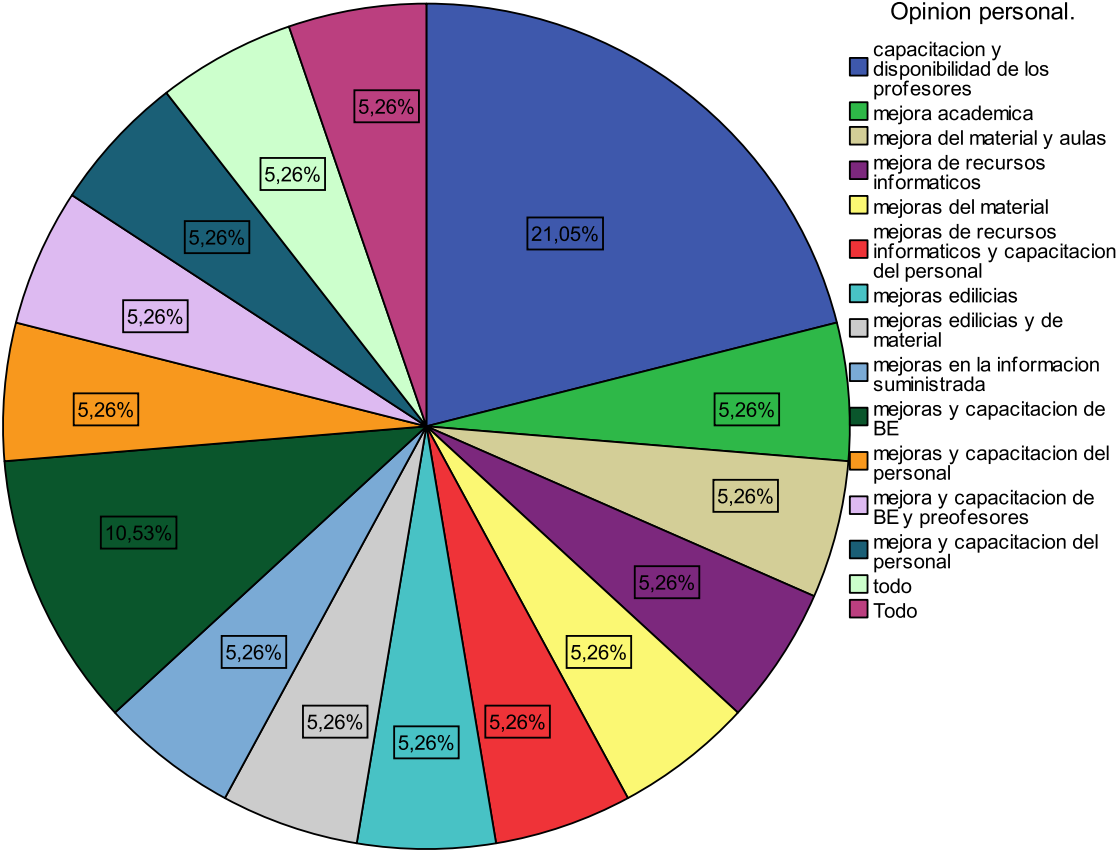
| | | | | |
|-------|----|-------|-------|-------|
| 8 | 9 | 30,0 | 30,0 | 96,7 |
| 9 | 1 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

En esta tabla podemos apreciar que el 30% de los encuestados han calificado a la asistencia de los profesores entre media y alta con las puntuaciones de 7 y 8 respectivamente. Luego con el 20% como media representada por el valor 6 además los valores 4 y 5 están representados por el 6,7% del total de los encuestados, finalmente, de la misma manera comparten el 3,3% los puntajes 2 y 9. Lo aquí expresado puede representarse gráficamente en el siguiente grafico de barras:



| | | |
|------|--------|--------|
| Baja | Media | Alta |
| 10% | 56,67% | 33,33% |

Por último, ¿Qué te gustaría mejorar de la UNCAus?

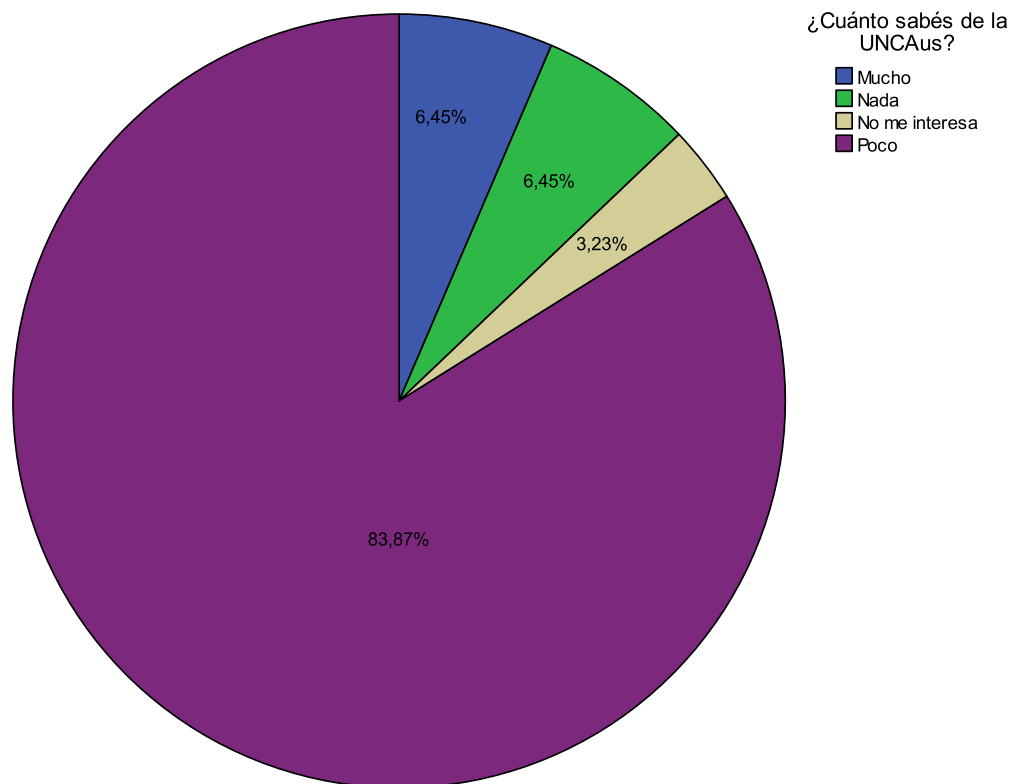


Por otro lado se exhiben los resultados obtenidos de las encuestas teniendo como unidad de análisis a los alumnos futuros de la universidad.

¿Cuánto sabes de la UNCAus?

| | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|-----------------------------|------------|------------|---------------------|
| | Nº | Porcentaje | |
| ¿Cuánto sabes de la UNCAus? | | | |
| Mucho | 2 | 6,5% | 6,7% |
| Poco | 26 | 83,9% | 86,7% |
| Nada | 2 | 6,5% | 6,7% |
| No me interesa | 1 | 3,2% | 3,3% |
| Total | 31 | 100,0% | 103,3% |

En el cuadro anterior se puede apreciar claramente que solo dos de los treinta encuestados tenían un alto conocimiento de la universidad, en contradicción el más del ochenta y tres por ciento declara conocer poco a la Universidad de su ciudad. Gráficamente la tabla anterior queda representada de la siguiente manera:

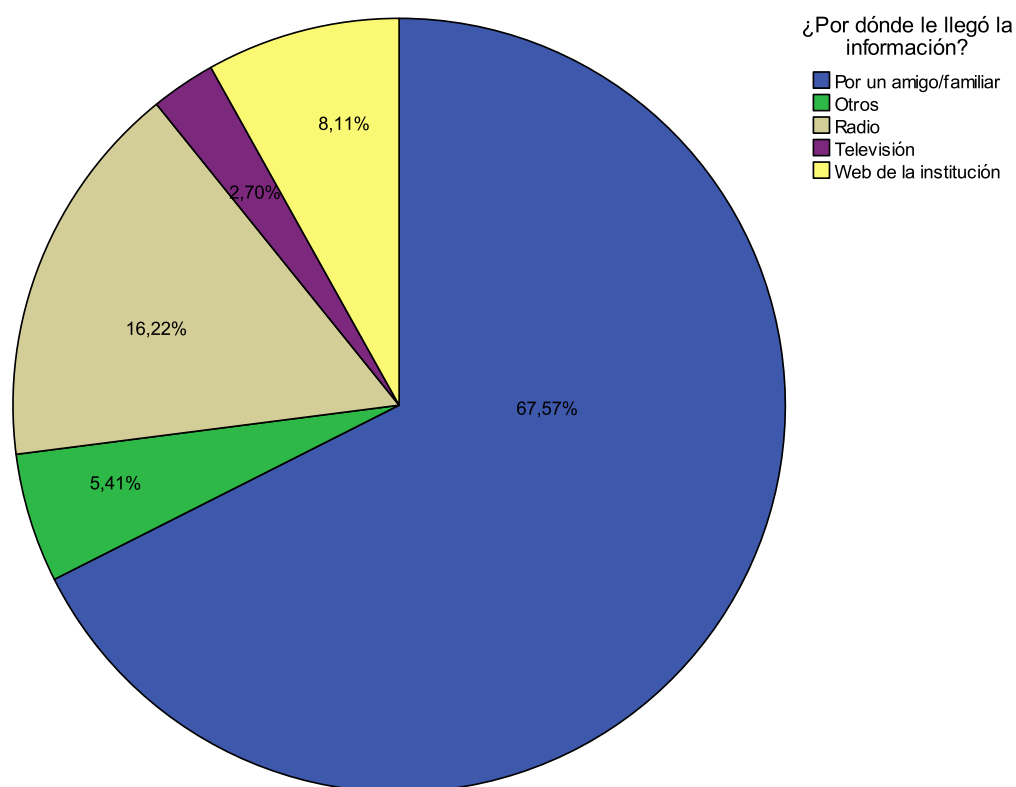


¿Por dónde le llegó la información?

| | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|-------------------------------------|------------|------------|---------------------|
| | Nº | Porcentaje | |
| ¿Por dónde le llegó la información? | | | |
| Página web de la UNCAus | 3 | 8,1% | 10,0% |
| Por un amigo/familiar | 25 | 67,6% | 83,3% |
| Radio | 6 | 16,2% | 20,0% |
| Televisión | 1 | 2,7% | 3,3% |
| Otros | 2 | 5,4% | 6,7% |
| Total | 37 | 100,0% | 123,3% |

A la hora de preguntarle a los futuros alumnos de qué manera se enteraron de la existencia de la universidad estos respondieron notablemente (con más del sesenta y siete por ciento) que fue a través de un amigo o familiar el resto de las opciones ocupan el ocho por ciento para pagina web de la UNCAus, dieciséis por ciento para radio, mas del dos por ciento televisión y solo el cinco coma cuatro por ciento (dos encuestados) especifico haberse enterado de la existencia de la universidad por otros medios uno de los cuales expresa haberse dirigido a la institución para pedir por información de la misma manera el segundo encuestado manifiesta haberse informado a través de visitas que realizan los miembros de la UNCAus a los colegios secundarios de la ciudad.

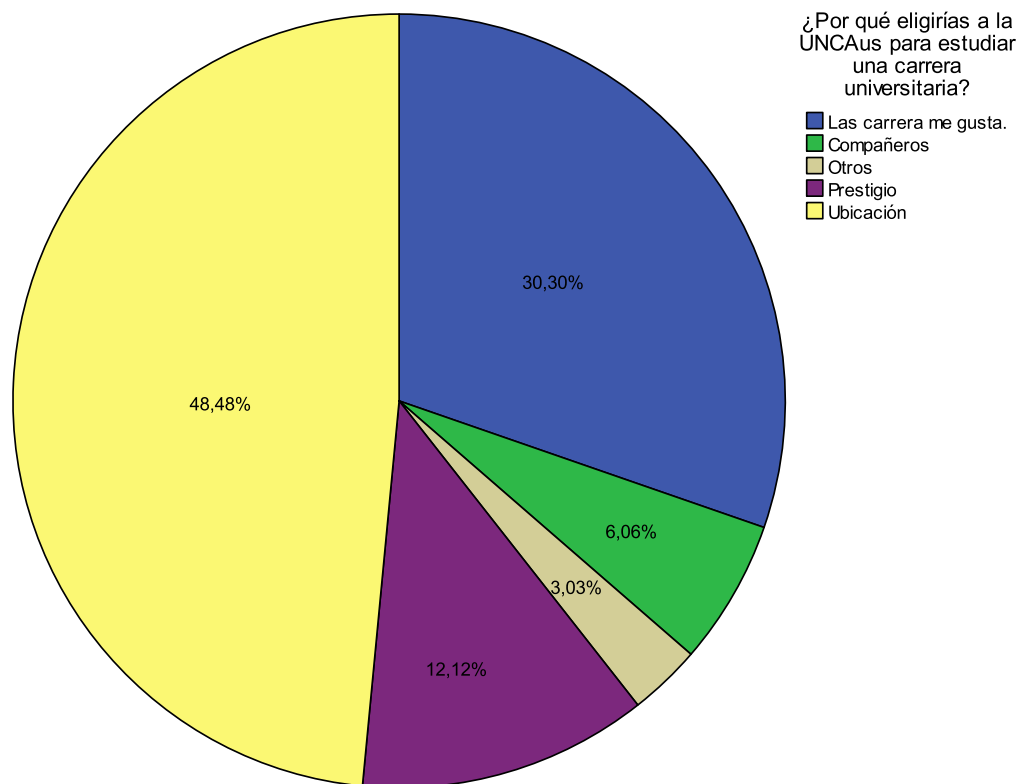
La tabla anterior queda representada gráficamente de la siguiente manera:



¿Por qué erigirías a la UNCAus para estudiar una carrera universitaria?

| | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|-------------------------------------------------------------------------|------------|------------|---------------------|
| | Nº | Porcentaje | |
| ¿Por qué elegirías a la UNCAus para estudiar una carrera universitaria? | 2 | 6,1% | 6,7% |
| Van todos mis compañeros. | 4 | 12,1% | 13,3% |
| Prestigio | 16 | 48,5% | 53,3% |
| Ubicación | 1 | 3,0% | 3,3% |
| Otros | 10 | 30,3% | 33,3% |
| La carrera me gusta. | 33 | 100,0% | 110,0% |
| Total | | | |

En el cuadro se destaca que más del cuarenta y ocho por ciento de los encuestados han eligió la ubicación como preferencia de elección, en segundo lugar con más del treinta por ciento ha seleccionado la carrera me gusta, seguido del prestigio con un doce por ciento luego prosigue van todos mis compañeros con un seis por ciento, y finalmente en la categoría otros un encuestado ha contestado como opción la imposibilidad económica de dirigirse a otra universidad. Lo expresado anteriormente queda expresado gráficamente de la siguiente manera:

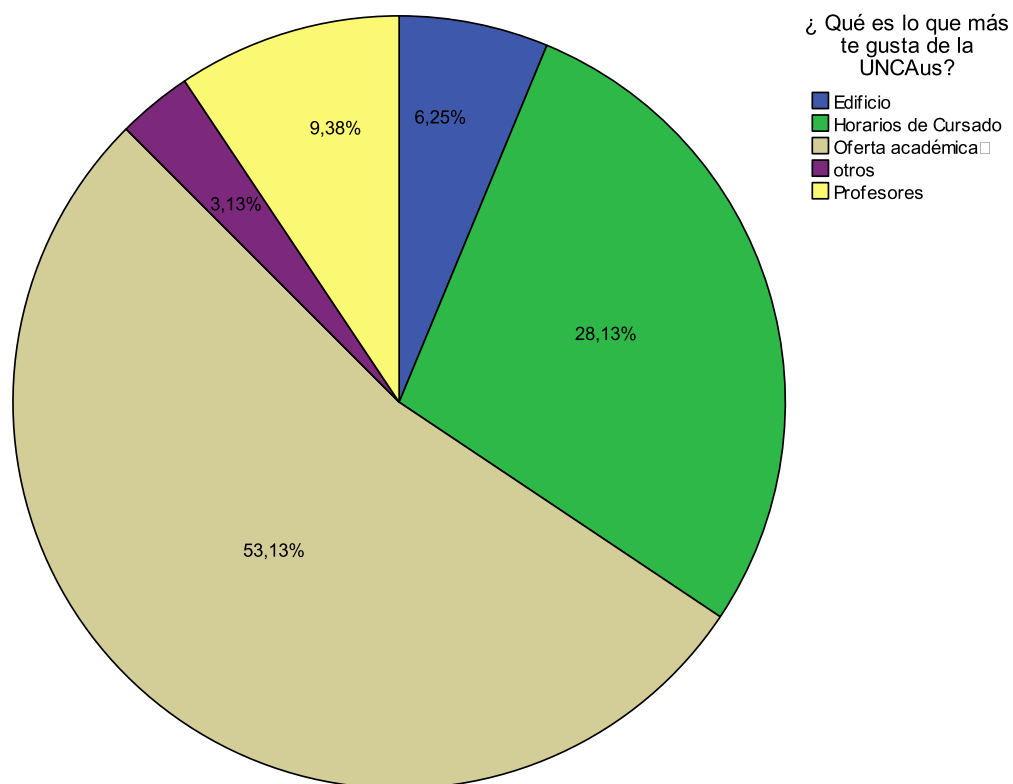


¿Qué es lo que más te gusta de la UNCAus?

| | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|-------------------------------------------|------------|------------|---------------------|
| | Nº | Porcentaje | |
| ¿Qué es lo que más te gusta de la UNCAus? | 17 | 53,1% | 58,6% |
| Oferta académica | 9 | 28,1% | 31,0% |
| Horarios de Cursado | 2 | 6,3% | 6,9% |
| Edificio | 3 | 9,4% | 10,3% |
| Profesores | 1 | 3,1% | 3,4% |
| otros | 32 | 100,0% | 110,3% |
| Total | | | |

Este cuadro expresa que el cincuenta y tres por ciento de los encuestados considera a la oferta académica como preferencia de gustos, seguido de los horarios de cursado

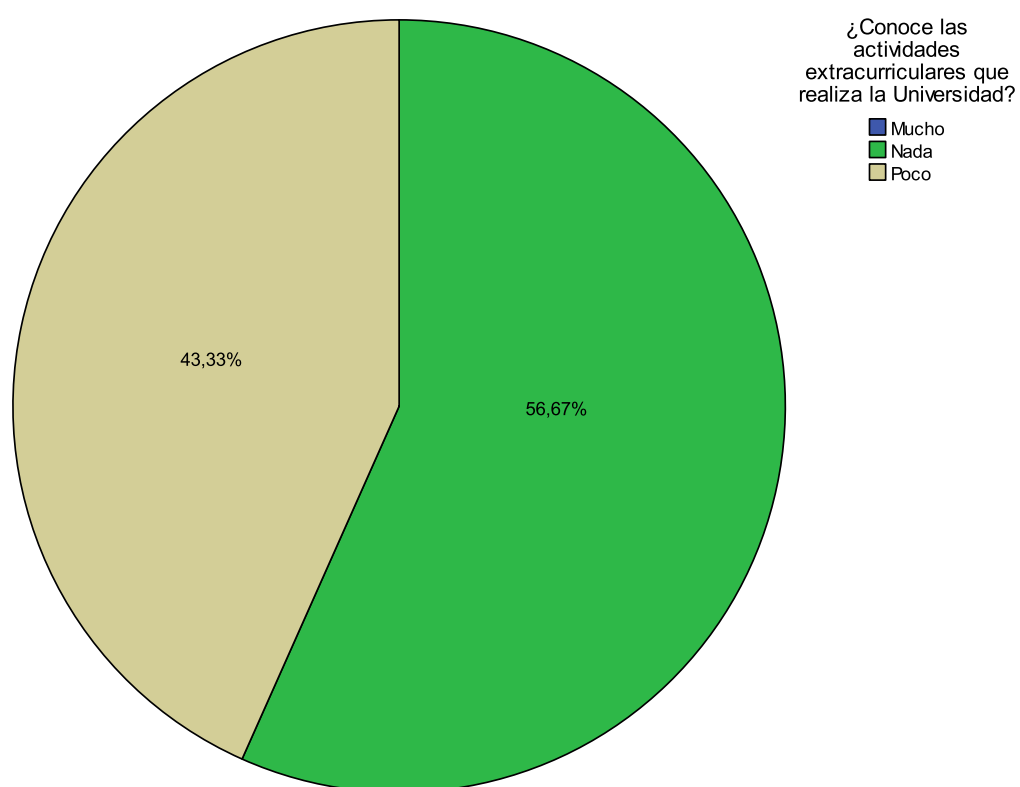
(veintiocho por ciento), profesores (más del nueve por ciento), edificio (seis por ciento) respectivamente. Al mismo tiempo un encuestado ha especificado bajo el concepto de otros, como no me gusta mucho. Gráficamente queda representado de la siguiente manera:



¿Conoce las actividades extracurriculares que realiza la Universidad (coro, teatro, deporte)?

| | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|-----------------------------------------------------------------------|------------|------------|---------------------|
| | Nº | Porcentaje | |
| ¿Conoce las actividades extracurriculares que realiza la Universidad? | 13 | 43,3% | 43,3% |
| Poco | 17 | 56,7% | 56,7% |
| Nada | | | |
| Total | 30 | 100,0% | 100,0% |

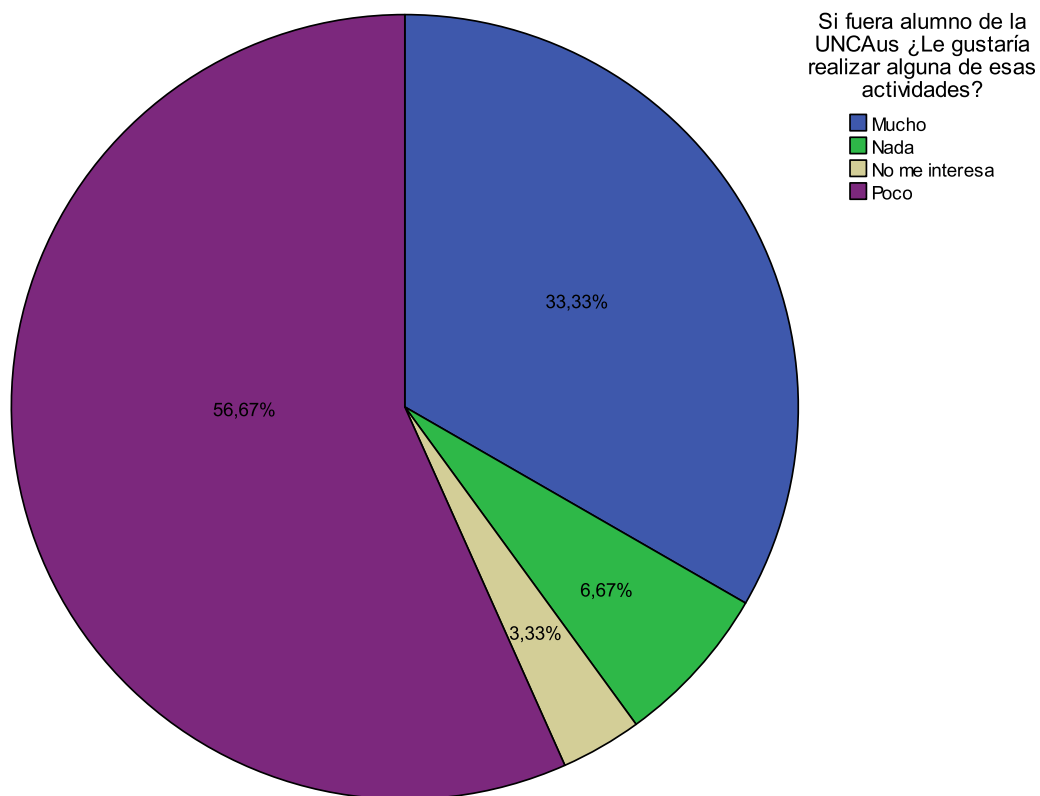
Este cuadro expresa que más del cincuenta y seis por ciento de los alumnos futuros no conoce nada acerca de las actividades extracurriculares con las que cuenta la universidad, de la misma forma más del cuarenta y tres por ciento manifiesta conocer poco dichas actividades formando así el total de los entrevistados excluyendo así de los resultados a la categoría mucho. Lo expresado anteriormente queda representado gráficamente de la siguiente manera:



Si fuera alumno de la UNCAus ¿Le gustaría realizar alguna de esas actividades?

| | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|------------------------------------------|------------|------------|---------------------|
| | Nº | Porcentaje | |
| ¿Le gustaría realizar estas actividades? | 10 | 33,3% | 33,3% |
| Mucho | | | |
| Poco | 17 | 56,7% | 56,7% |
| Nada | 2 | 6,7% | 6,7% |
| No me interesa | 1 | 3,3% | 3,3% |
| Total | 30 | 100,0% | 100,0% |

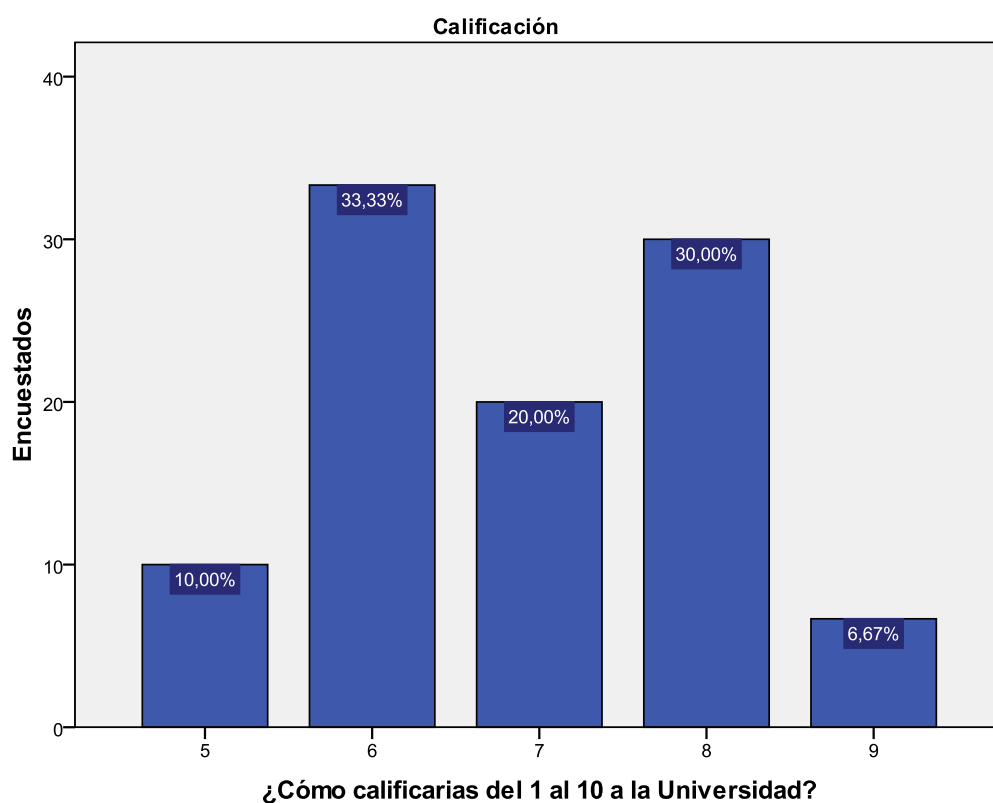
Aquí se puede apreciar que mas del cincuenta y seis por ciento ha manifestado tener poco interes para realizar las actividades extracurriculares que ofrece la Universidad, mas del treinta y tres por ciento manifesto tener mucho interes y por ultimo dos encuestados manifestaron tener nada de interes y no me interesa fue seleccionado por un encuestado. La lectura de la tabla se complementa con el siguiente grafico:



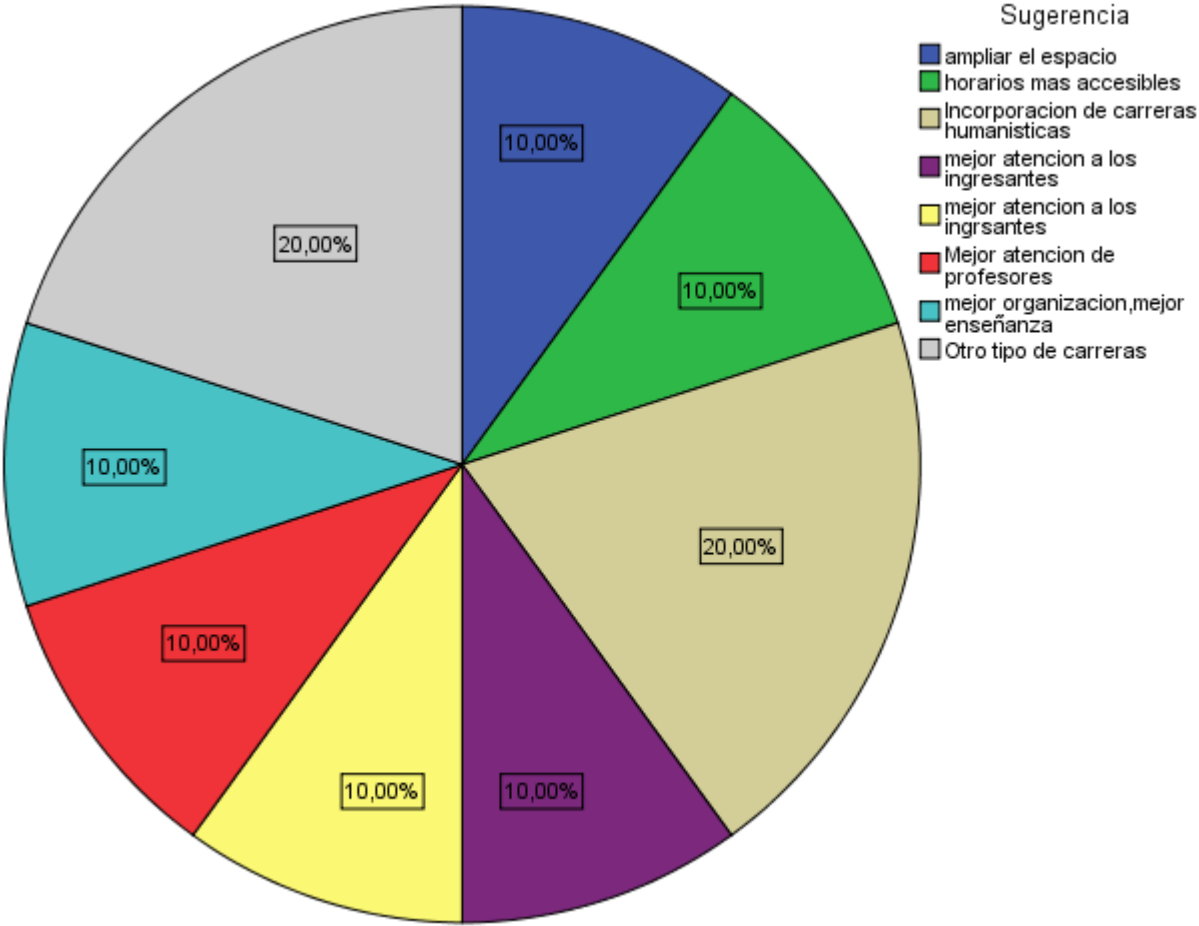
¿Cómo calificaría del 1 al 10 a la Universidad?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 5 | 3 | 10,0 | 10,0 | 10,0 |
| | 6 | 10 | 33,3 | 33,3 | 43,3 |
| | 7 | 6 | 20,0 | 20,0 | 63,3 |
| | 8 | 9 | 30,0 | 30,0 | 93,3 |
| | 9 | 2 | 6,7 | 6,7 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

En la tabla se puede apreciar que la mayoría de los encuestados califican con seis a la Universidad (treinta y tres por ciento), en segundo lugar la han calificado con ocho (treinta por ciento) seguido con una calificación de siete (veinte por ciento) luego podemos encontrar con un diez por ciento la calificación de cinco y nueve con más del seis por ciento. Gráficamente la calificación elegida por los alumnos futuros es la siguiente:



Sugerencias de mejora.



Formulario descriptivo del Trabajo Final de Graduación

Este formulario estará completo sólo si se acompaña de la presentación de un resumen en castellano y un abstract en inglés del TFG

El mismo deberá incorporarse a las versiones impresas del TFG, previa aprobación del resumen en castellano por parte de la CAE evaluadora.

Recomendaciones para la generación del "resumen" o "abstract" (inglés)

“Constituye una anticipación condensada del problema que se desarrollará en forma más extensa en el trabajo escrito. Su objetivo es orientar al lector a identificar el contenido básico del texto en forma rápida y a determinar su relevancia. Su extensión varía entre 150/350 palabras. Incluye en forma clara y breve: los objetivos y alcances del estudio, los procedimientos básicos, los contenidos y los resultados. Escrito en un solo párrafo, en tercera persona, contiene únicamente ideas centrales; no tiene citas, abreviaturas, ni referencias bibliográficas. En general el autor debe asegurar que el resumen refleje correctamente el propósito y el contenido, sin incluir información que no esté presente en el cuerpo del escrito.

Debe ser conciso y específico”. Deberá contener seis palabras clave.

Identificación del Autor

| | |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Apellido y nombre del autor: | Pugacz Tania Camila |
| E-mail: | camilapugacz@gmail.com |
| Título de grado que obtiene: | Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales |

Identificación del Trabajo Final de Graduación

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| Título del TFG en español | Gestión de la identidad institucional en la Universidad Nacional del Chaco Austral |
| Título del TFG en inglés | Institutional identity management at the National University of the Chaco Austral |
| Tipo de TFG (PAP, PIA, IDC) | PAP |
| Integrantes de la CAE | Salas Osvaldo, Utrera Ramos Roberto |
| Fecha de último coloquio con la CAE | 04 de noviembre, 2011 |
| Versión digital del TFG: contenido y tipo de archivo en el que fue guardado | TFG- GUARDADO EN PDF |

Autorización de publicación en formato electrónico

Autorizo por la presente, a la Biblioteca de la Universidad Empresarial Siglo 21 a publicar la versión electrónica de mi tesis. (marcar con una cruz lo que corresponda)

Autorización de Publicación electrónica:

☐ **Si, inmediatamente**

☒ **Si, después de 12 meses**

☐ **No autorizo**

Firma del alumno