NEBRIJA UNIVERSIDAD

Nebrija Universidad

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

Funciones y competencias del comunicador interno institucional universitario.

Investigadores

Miriam Pacheco Rodríguez
Arturo Gómez Quijano
Lelia Fabiola Zapata Palacios

Madrid, Mayo 2016

Funciones y competencias del comunicador interno institucional universitario.

Ponencia
Funciones y competencias del comunicador interno institucional

La comunicación interna avanza

Las instituciones demandan comunicadores cualificados que diagnostiquen, planifiquen, ejecuten y evalúen las comunicaciones internas que se generan dentro de la organización.

Funciones del comunicador interno en las universidades: 3 áreas

Proyecto institucional

- Una buena comunicación externa tiene **como soporte una sólida comunicación interna**

Marca e Imagen interna

- Fortalecer el **posicionamiento** de la universidad. La imagen se construye con toda la comunidad universitaria (comportamientos, actitudes…)

Reputación interna

- Consecuencia **de la imagen** (principios y valores)
- Todas las universidades **tienen una reputación** para beneficio o perjuicio de su identidad.

Funciones y competencias del comunicador interno institucional universitario.

FICHA TÉCNICA

Universo: 14 universidades en la Comunidad de Madrid: 6 públicas 8 privadas

- **Universidades Públicas:** Alcalá, Autónoma de Madrid, Carlos III de Madrid, Politécnica de Madrid, Rey Juan Carlos.
- **Universidades Privadas**: Alfonso X el Sabio, Antonio de Nebrija, Camilo José Cela, CEU San Pablo, Europea de Madrid, Francisco de Vitoria, Pontificia Comillas, UDIMA.

Ficha técnica

- **Cuestionario:** estructurado 20 preguntas. Anónimo.
- **Fecha de trabajo de campo** : L 18 de enero a L 1° de febrero del 2016
- **Dirigido**: responsables de Comunicación Interna de las Universidades Madrileñas (Plazo 3 semanas)
- **Tecnología**: google link formulario
- **Envío:** por correo electrónico con confirmación
- **Cuota de representatividad obtenida**: 80% respuestas

Materiales y métodos

Objetivos y fines de la investigación

Conocer:

quién es el responsable de la CI y cómo es.

Definir:

Funciones

Rol

Competencias

Procedimiento

Documentación

Investigación

Análisis

Conclusiones

Funciones y competencias del comunicador
interno institucional universitario.

RESPUESTAS OBTENIDAS: 12 UNIVERSIDADES
TRABAJA EN UNA UNIVERSIDAD

El PERFIL DEL COMUNICADOR INTERNO

Funciones y competencias del comunicador
interno institucional universitario.

ASPECTOS INVESTIGADOS DEL PERFIL

ANTIGÜEDAD

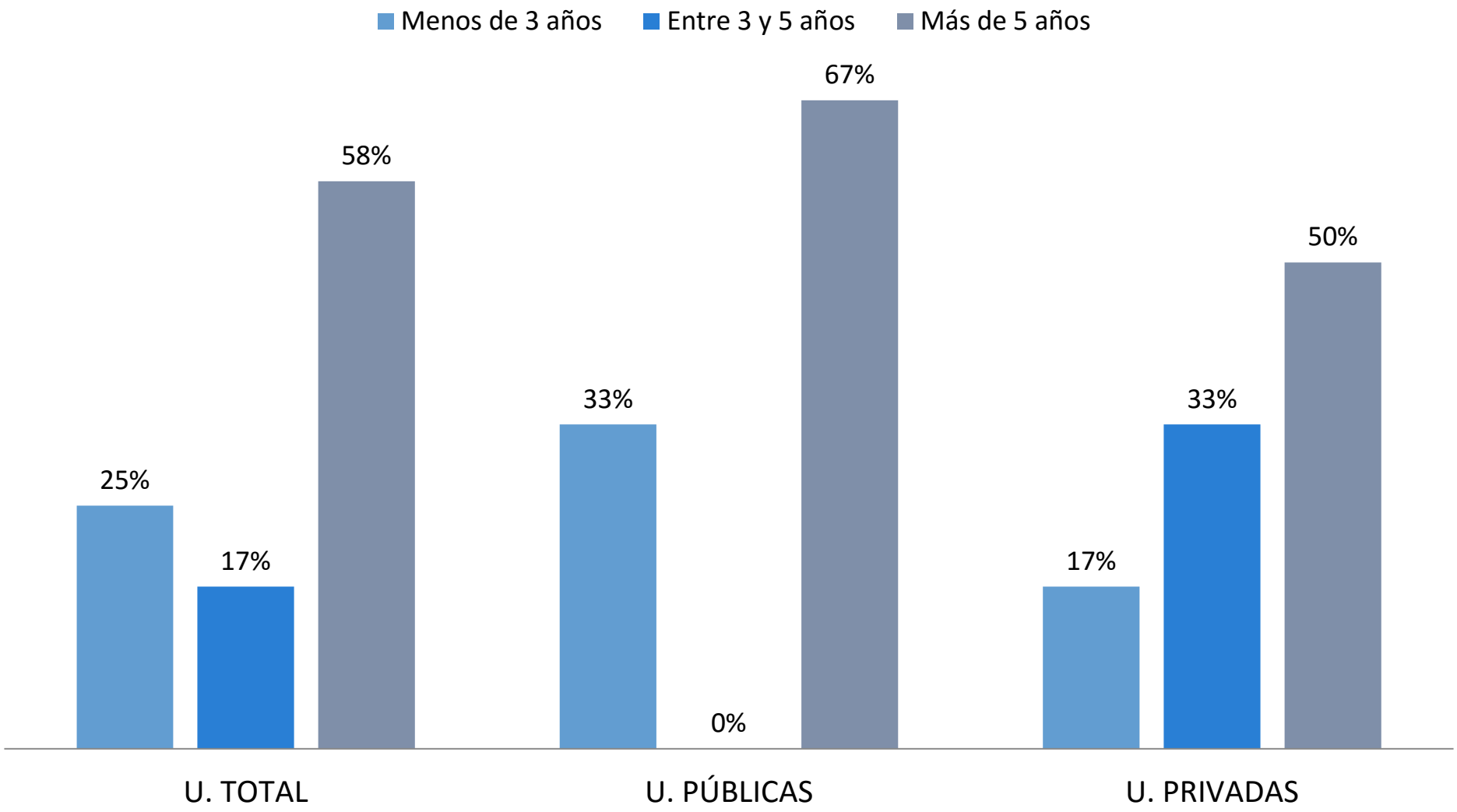
EDAD

TITULACIÓN

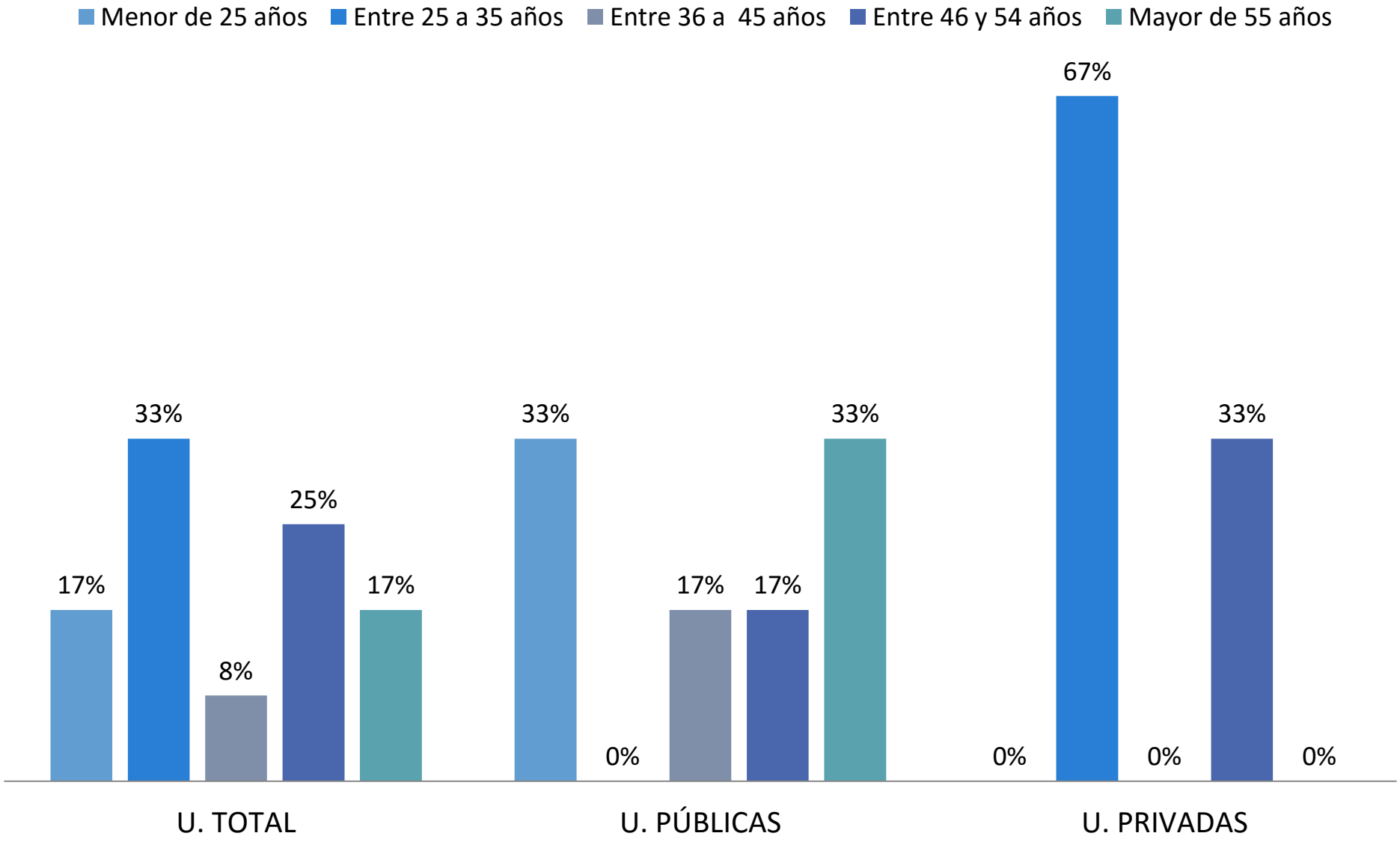
VINCULACIÓN

DEDICACIÓN

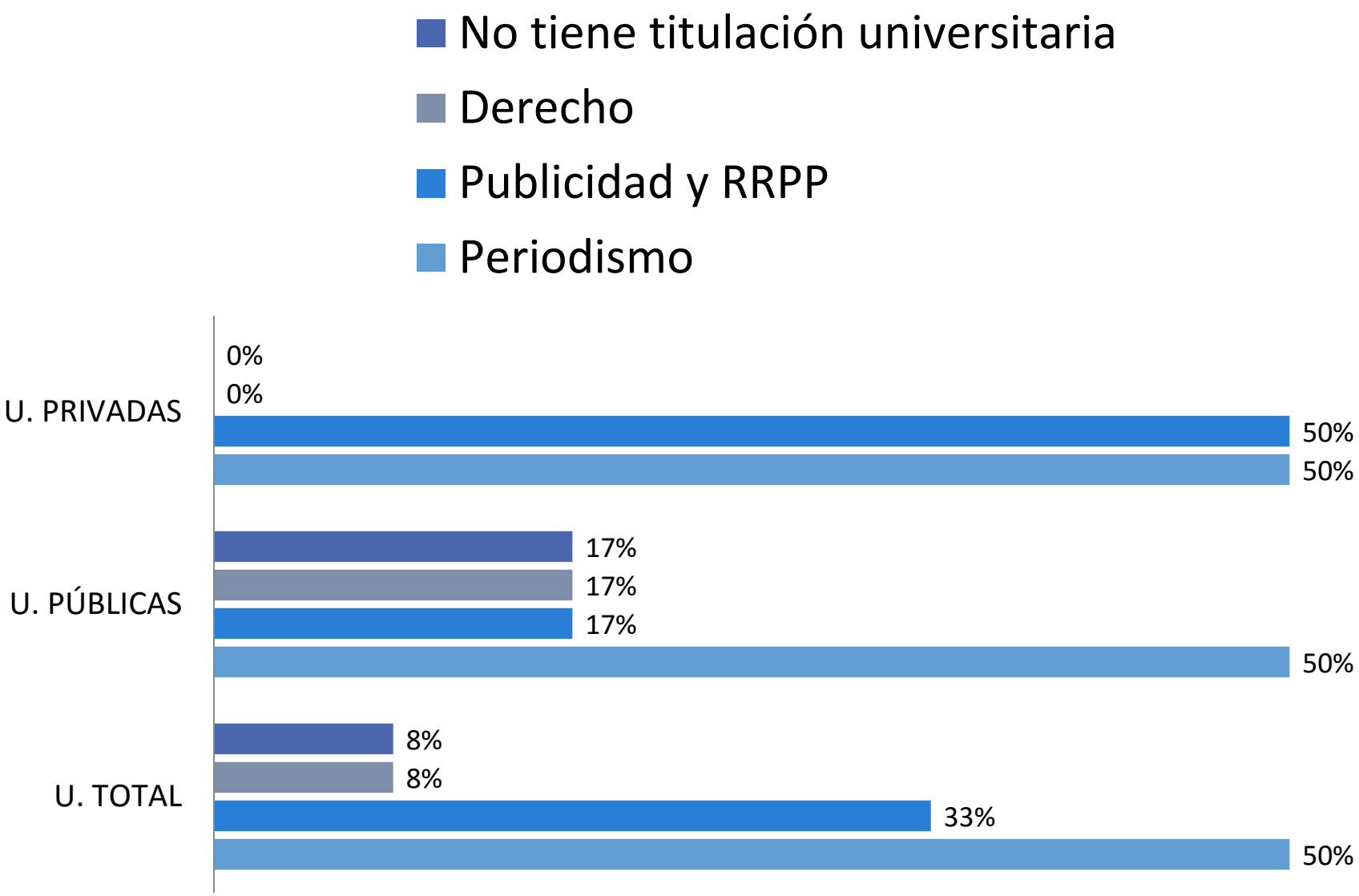
¿Cuántos años lleva trabajando en el área de comunicación interna?



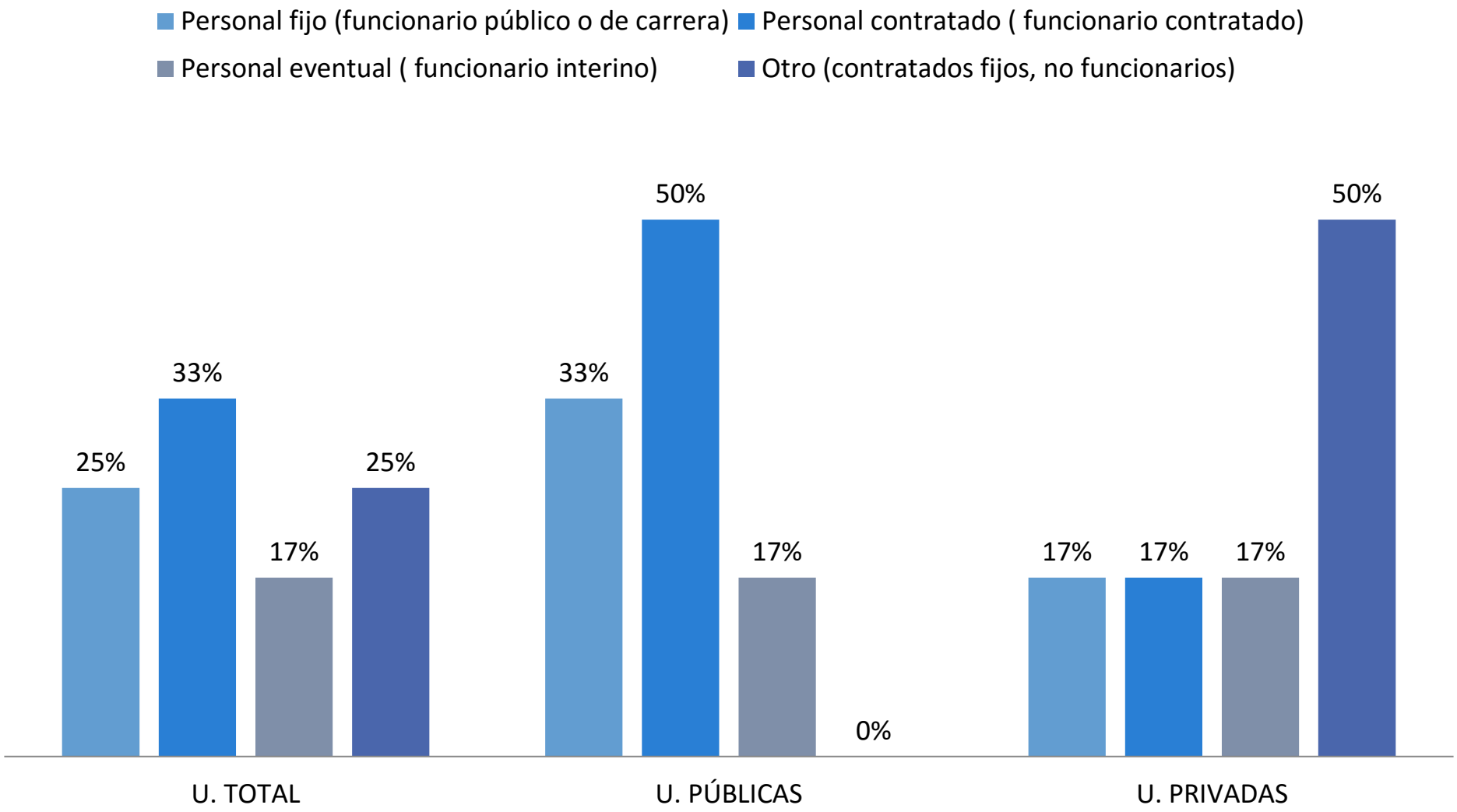
¿Cuál es su rango de edad?



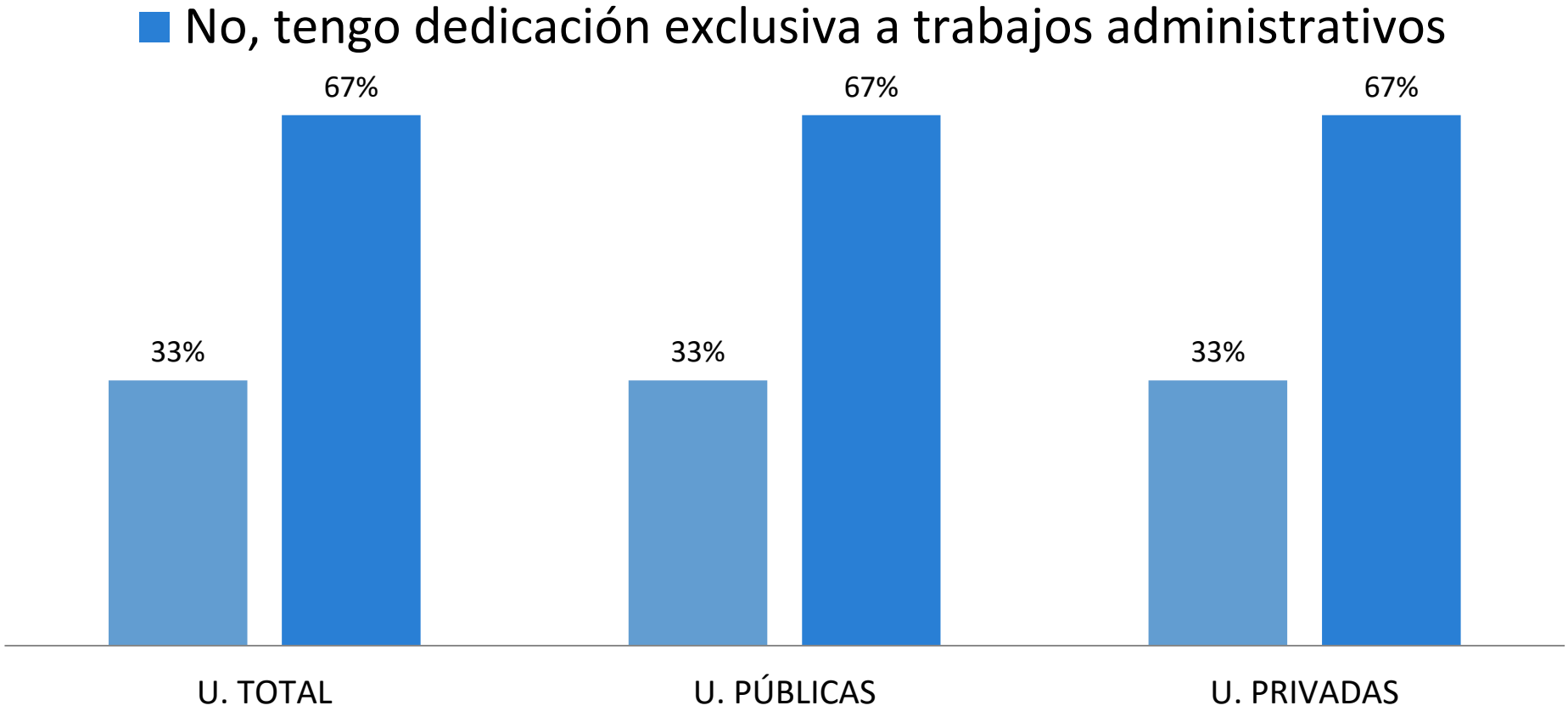
¿Cuál es su titulación universitaria?



¿Qué tipo de vinculación tiene con la universidad?



Además de responsable de comunicación interna, ¿trabaja como docente en la universidad?



FUNCIONES DEL ÁREA DE COMUNICACIÓN INTERNA

Funciones y competencias del comunicador interno institucional universitario.

¿CÓMO TRABAJA?

CARACTERÍSTICAS

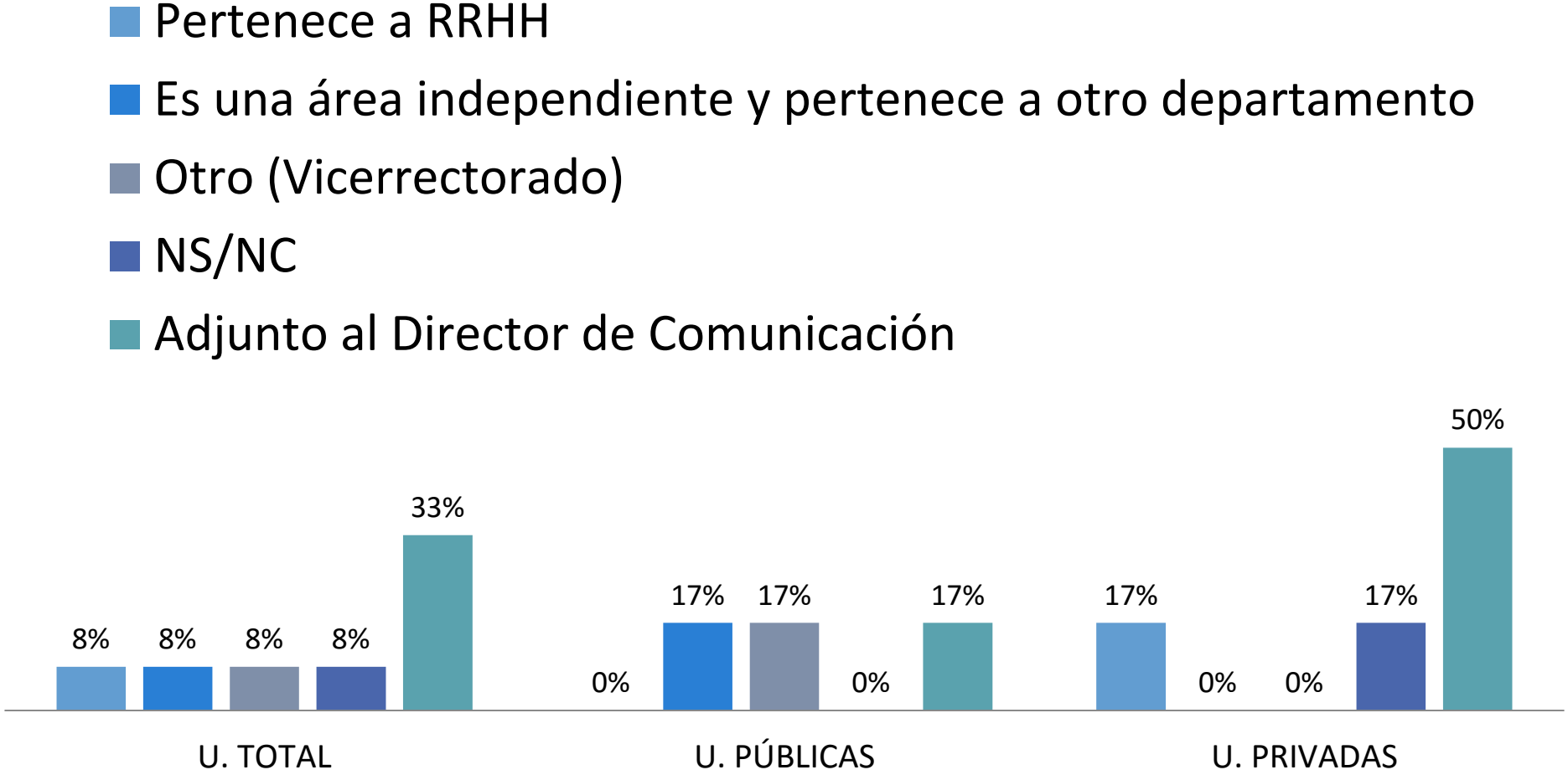
¿Dependencia o autonomía?

Nombre del área

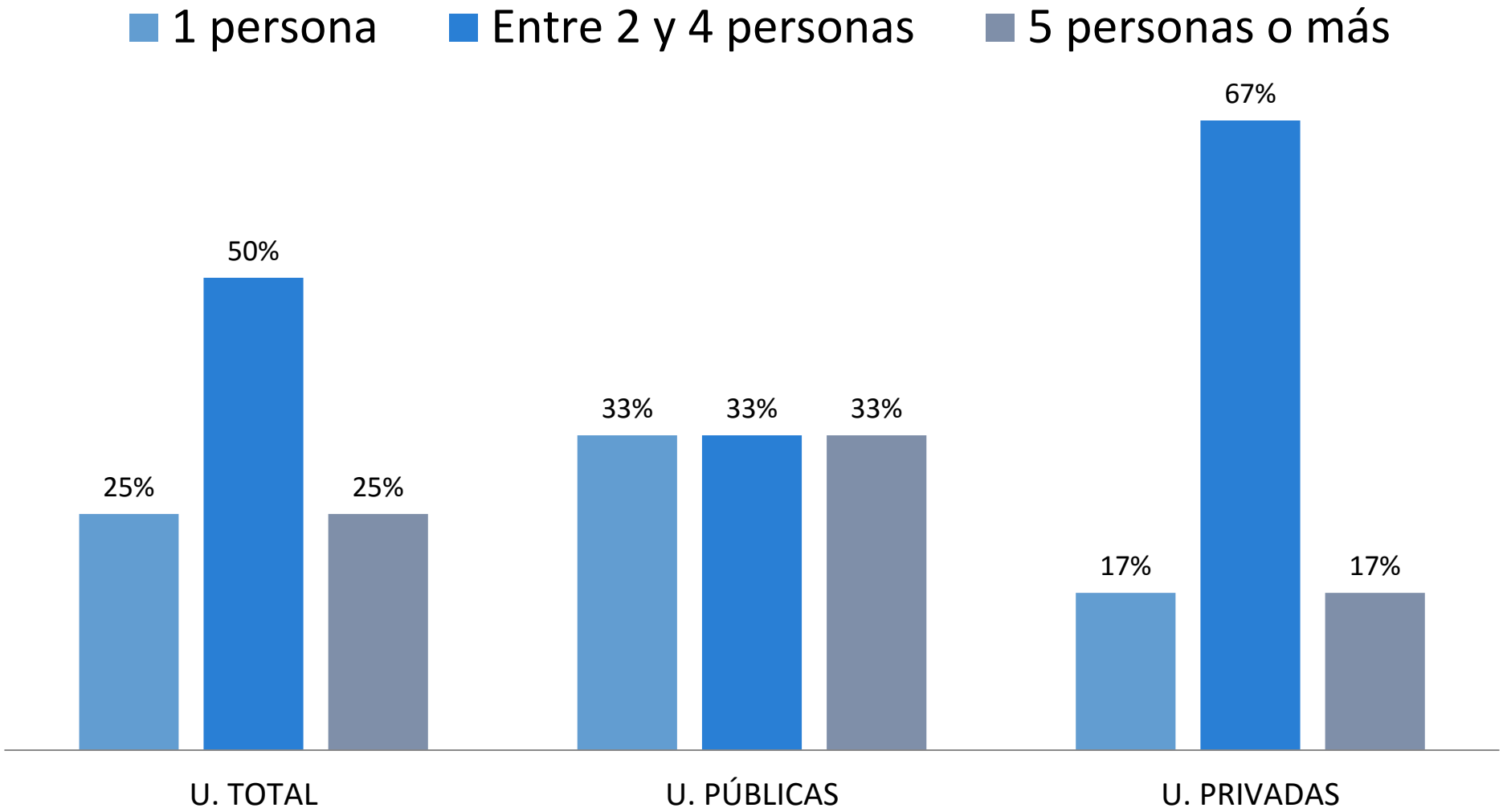
¿Grado de autoridad, ubicación en el organigrama?

Personal de apoyo

El área de comunicación interna en la que usted trabaja está ubicada respecto al organigrama …



¿Cuántas personas integran el área de comunicación interna?



Funciones y competencias del comunicador interno institucional universitario.

Política y Gestión de la Comunicación interna
Aspectos a indagar:

¿Está alineada con comunicación externa?

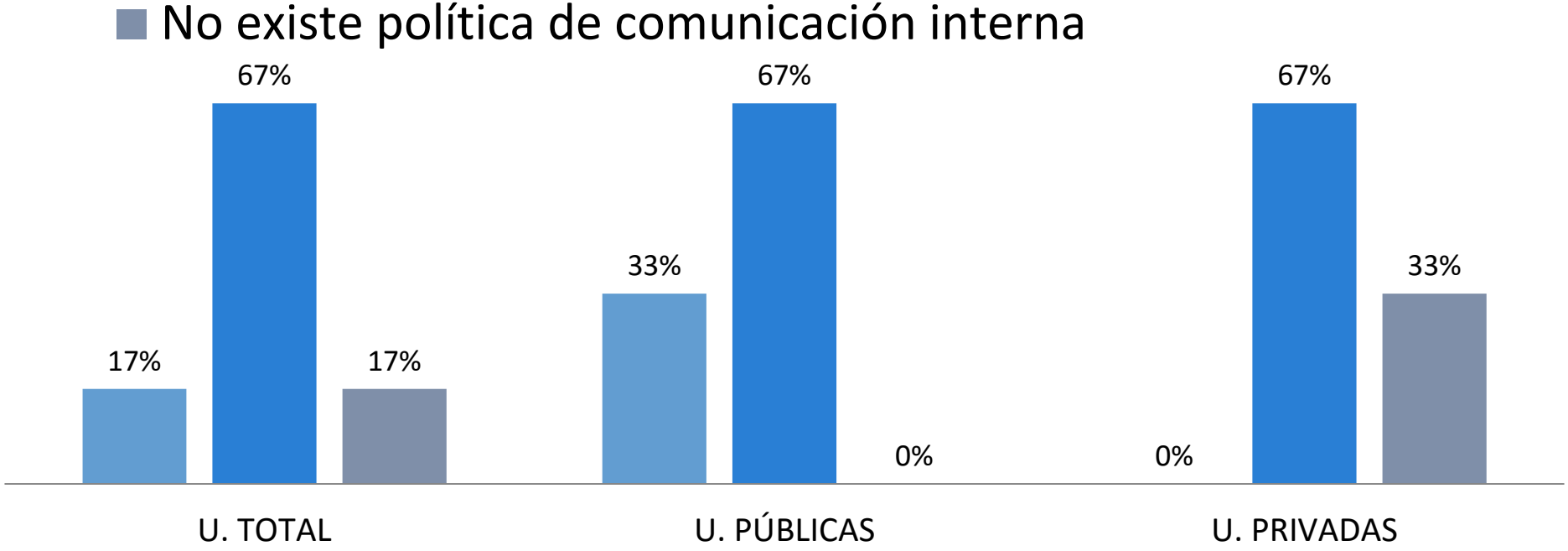
¿Se trabaja con un plan?

¿Cuál es el objetivo prioritario?

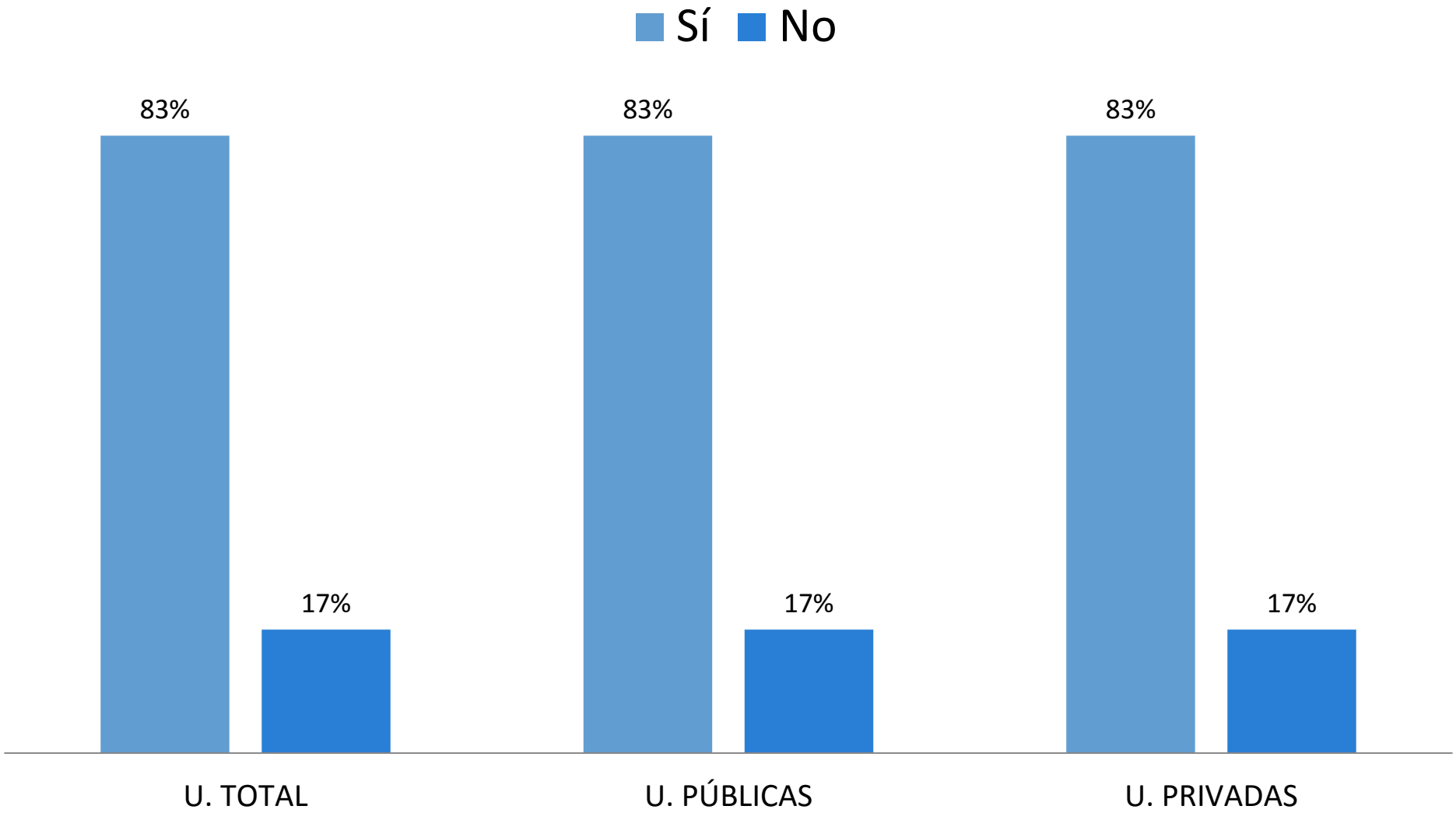
¿Cuál es el rol más importante?

¿Se trabaja con segmentación de públicos?

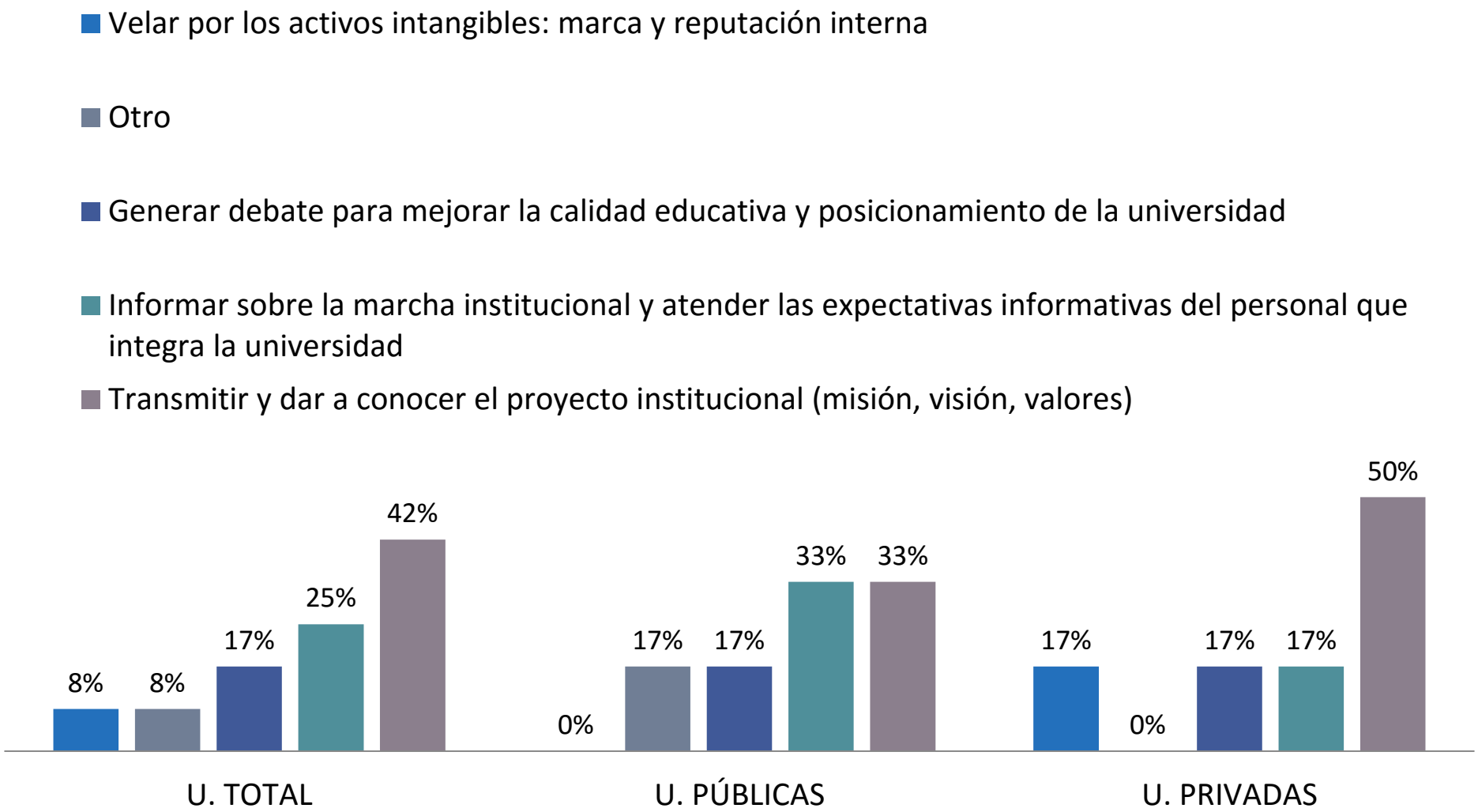
¿Existe una política de comunicación interna?
¿Está alineada con la comunicación externa?



¿Trabajan la comunicación interna desde un plan de comunicación interna?

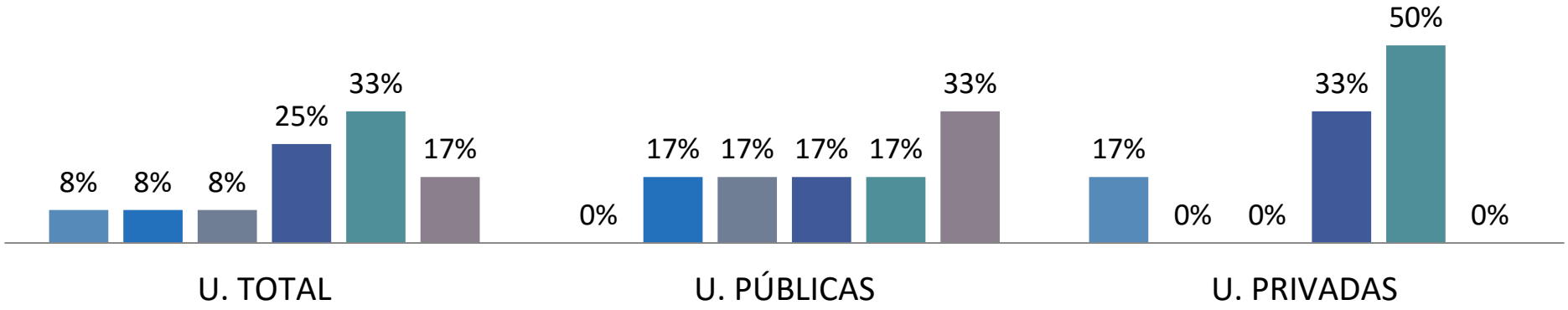


En su institución, ¿cuál es el objetivo prioritario en comunicación interna?

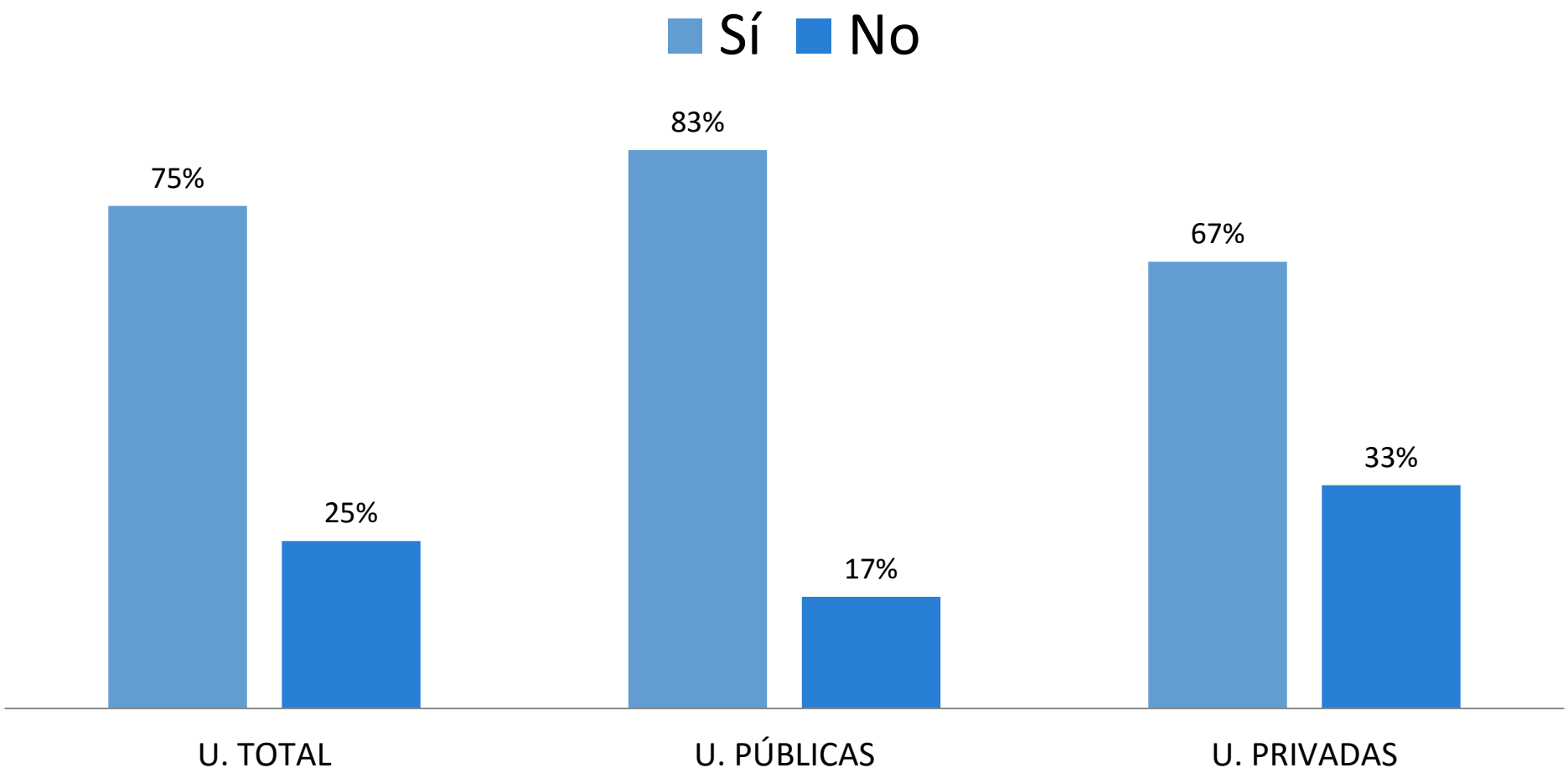


¿Cuál es el rol más importante que cumple la comunicación interna en su institución?

- Gestionar el sentimiento de orgullo de pertenencia
- La mejora de la calidad docente e innovación
- Desarrollar una cultura participativa
- Fomentar la transparencia y confianza
- La gestión del cambio y transformación institucional
- Otro



¿Trabajan en comunicación interna con estudios de segmentación de públicos internos?



Herramientas y canales institucionalizados
Aspectos a indagar:

Clima laboral

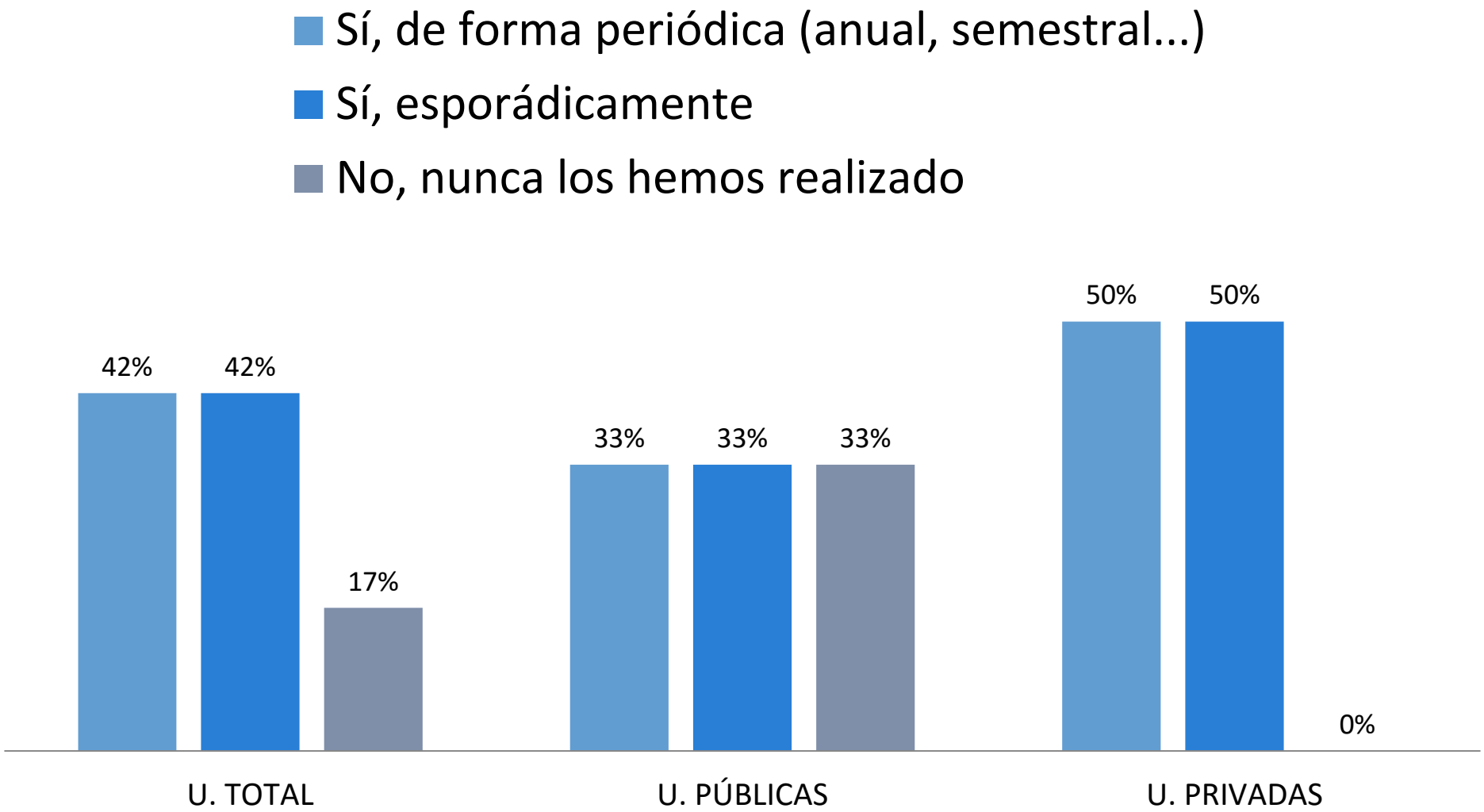
Auditorías

Tipo de canales

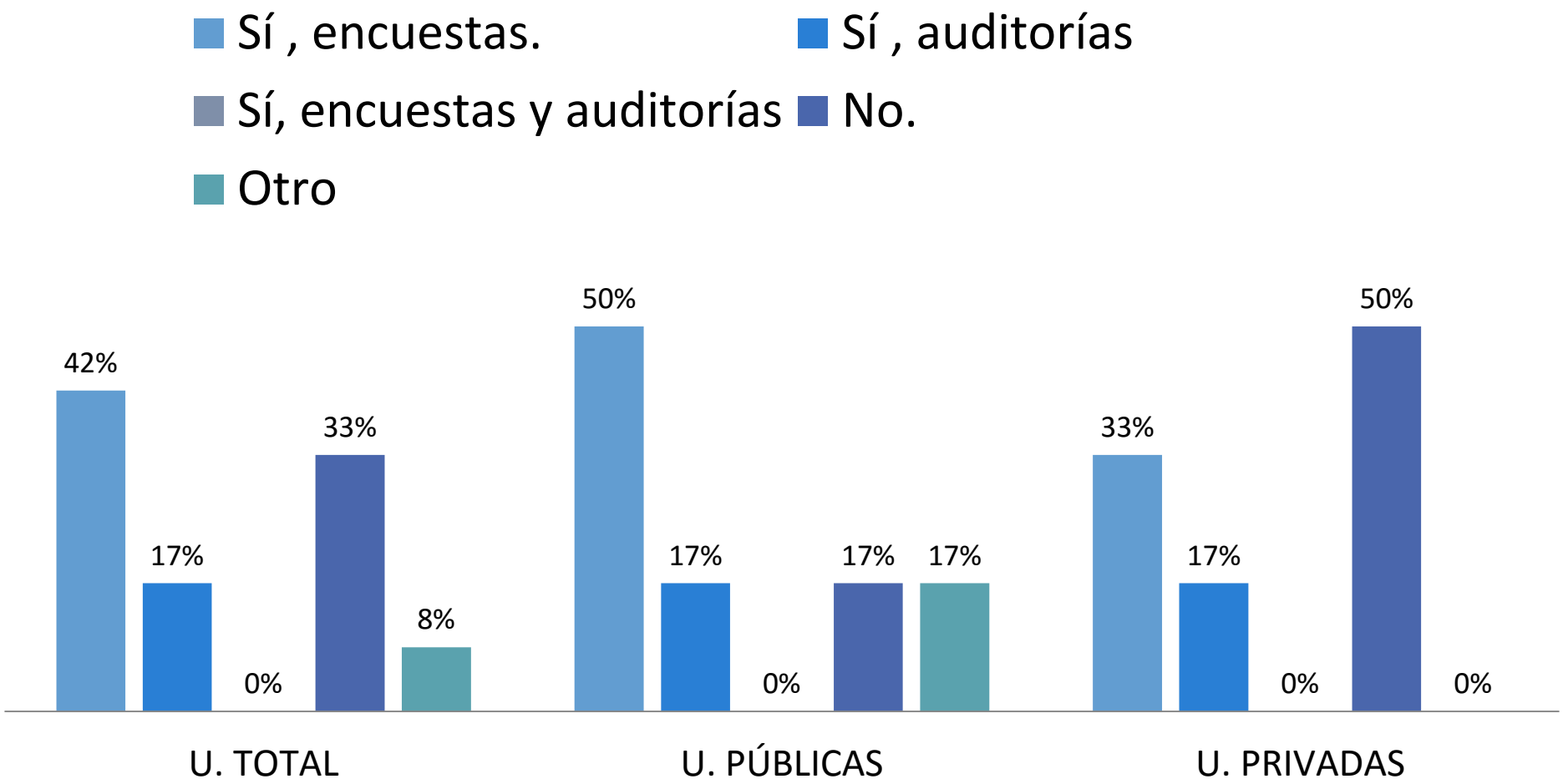
Programas más importantes

Tipo de comunicación

¿Realiza su institución estudios de diagnóstico de Clima interno?

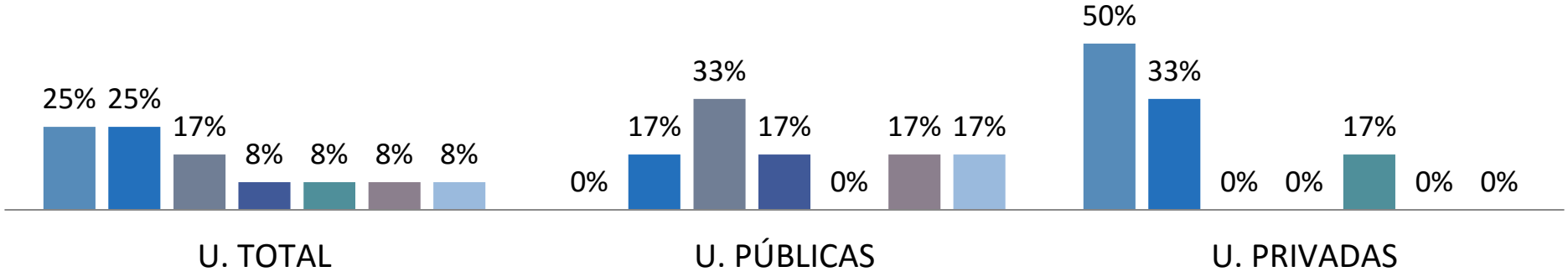


¿Realizan alguna actividad para evaluar y medir la eficacia de la comunicación interna?

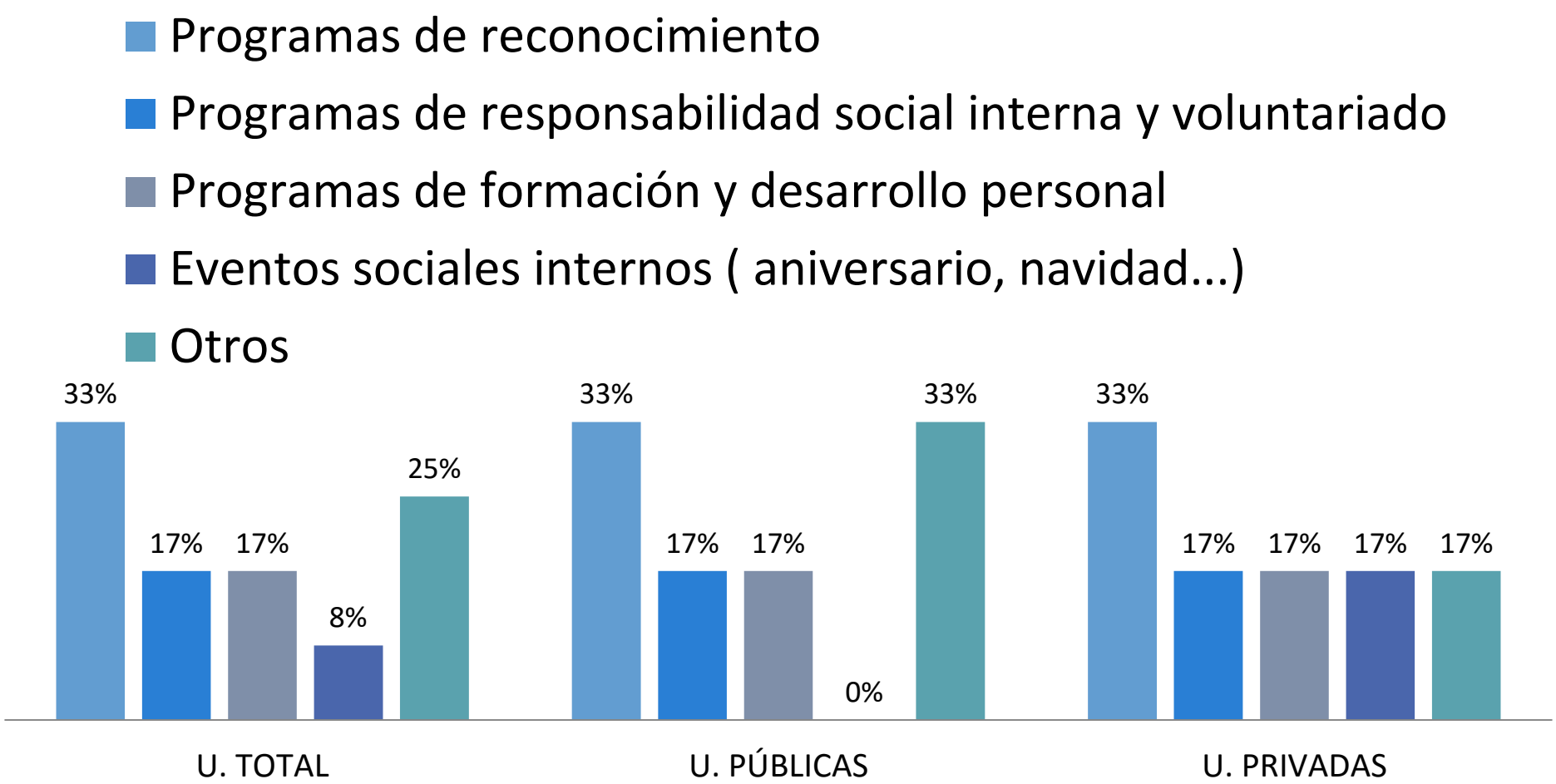


¿Qué canales de comunicación interna tienen más importancia en su universidad?

- Canales propios de TV, radio, prensa
- Herramientas digitales (intranet, foros, blogs, wikis,)
- Herramientas de escucha (encuestas, auditorías de comunicación interna)
- Canales tradicionales (reuniones, tablones de anuncios, buzón de sugerencias, revistas impresas)

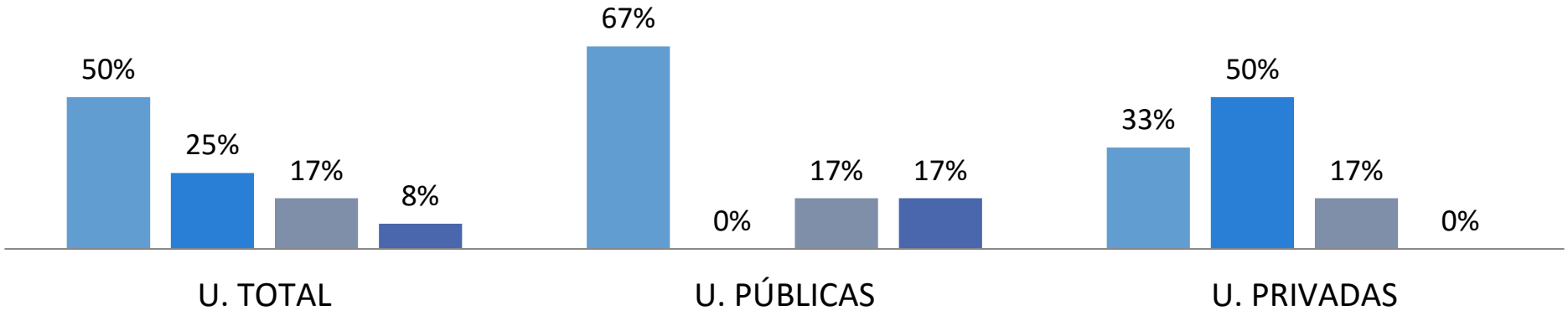


En su actividad o plan de comunicación interna, ¿qué acciones son las más importantes?



En su universidad, ¿a qué tipo de comunicación se le concede mayor importancia?

- Comunicación directa al personal a través de los canales institucionalizados (entrevistas, correo electrónico, revistas,etc.)
- Comunicación interpersonal y grupal (entre jefes y equipo de colaboradores)



Conclusiones

Perfil y retrato del comunicador interno

Funciones y competencias del comunicador interno institucional universitario.

Perfil del CI

- **Experto**. El perfil de comunicador está polarizado: **o tiene poca experiencia, o tiene mucha.**
- **Joven** entre 25-35 años. El perfil de edades **es muy variado**
- **Periodista.** El 50% de los perfiles tiene **formación en periodismo**, el resto variado
- Contrato larga duración. El 50% de los responsables **son contratados fijos**

Perfil del CI

- **Profesor.** El 33% **mantiene docencia**
- **Comunicador**. Solo la mitad de ellos **dependen del Dircom**
    - La mitad de las unidades no tiene nombre
    - El 67% de las unidades no tiene partida asignada

RETRATO DEL CI

- Tiene una antigüedad en el **puesto superior a los 5 años**.
- Forma parte de **la Dirección de Comunicación**.
- Trabaja a un **nivel staff, adjunto al Rector.**
- Es mayoritariamente, **un funcionario fijo**

RETRATO

- El rango de edad es de **25 a 35 años**. Este puesto también lo ocupan mayores de 55 años.
- La titulación preferida para ocupar el puesto **es periodismo, seguida de publicidad y RRPP**
- Su equipo de trabajo está integrado entre **2, 4 y 5 personas**

El perfil del comunicador interno:
conocimientos

- Diseñar políticas de CCI y alinearlas con la externa
- Gestionar mapa de públicos y diseñar perfil audiencias
- Formular la estrategia y el plan de CI
- Planificar canales y programar acciones de interés para las distintas audiencias internas

-

Rol del CI

- **INVESTIGADOR, COMUNICADOR DIGITAL** Las universidades madrileñas diagnostican y **usan herramientas digitales:** foros, blogs internos, wikis, correos electrónicos y canales propios de TV; radio y prensa.

- **MOTIVADOR** Implementan **programas de reconocimiento, responsabilidad social interna y voluntariado**, entre otros**.**

ROL

COMUNICADOR

Los tipos de comunicación que **más utiliza son:**
la comunicación directa, los canales oficiales y
las comunicaciones grupales

EVALUADOR DE PROCESOS Y GASTOS

MIDE Y EVALUA a partir de **auditorías y encuestas.**
GESTIÓN DE PRESUPUESTOS. La gran mayoría no dispone de **presupuesto de comunicación interna.**

Conocimientos

Conocimientos básicos necesarios:

Conocimientos sobre:

- **El sistema universitario**, (organización y estructura) entorno
- **Diseño, procesos** para el diagnóstico de clima interno. Manejo de r**ecursos online**
- Diseño de planes y proyectos de comunicación estratégicos**. Proceso de implantación, diseño de campañas**
- Evaluación. **Métricas y monitoreo de nuevos canales digitales**

Competencias directivas

Capacidad para PLANIFICAR

- a. **Habilidades de pensamiento** capacidad de entender y desglosar una situación, identificando sus implicaciones. Analizar información e identificar datos relevantes y relaciones causa efecto.
- b. **Visión estratégica** Capacidad de identificar oportunidades a largo plazo y definir planes de acción para convertirlas en ventajas competitivas
- c. **Establecer prioridades** capacidad de descomponer las situaciones en diferentes partes e identificar elementos clave .
- **Tolerancia al estrés + flexibilidad**

Competencias

Gestionar el cambio

- a. **Motivar a otros** actitud y capacidad para inspirar, influir y promover la participación de los demás. Generar entusiasmo en los demás y saber transmitir los aspectos más positivos de las situaciones, fomentando la consecución de los objetivos.
- b. **Dirigir al equipo** Organizar a las personas del equipo, consiguiendo que cumplan los objetivos y realizando un control y seguimiento de la evolución de los mismos.
- c. **Liderar el cambio** capacidad de promover y/o asumir cambio, e incluso liderar su implantación.

Competencias

Conocimiento digital

a. Utilizar de forma **eficiente recursos digitales**
b. Comprender **los nuevos medios digitales**
c. Usar herramientas digitales con creatividad e innovación
d. Gestionar la **identidad digital corporativa interna**
e. **Intervenir responsable** y ética en entornos digitales.
f. **Evaluar críticamente** prácticas sociales de la sociedad del conocimiento

Competencias

Gestionar la información

- **Saber localizar la información de calidad.**
- Realizar **búsquedas eficientes** para obtener información relevante para sus objetivos.
- Saber **suscribirse a contenidos relevantes**.
- Guardar, **almacenar y localizar información** de manera organizada.
- Evaluar **la calidad, la fiabilidad**, la pertinencia, la exactitud y la utilidad de la información.
- Sistematizar y utilizar la información y conocimiento adquirido, añadiendo valor a los resultados obtenidos

Conocimientos

Comunicación digital

- **Participar activamente** en conversaciones y debates online realizando aportaciones de valor
- **Generar contenido de valor** y tener opiniones que ayudan a generar debate
- **Crear sinergias** en entornos digitales, redes sociales y espacios colaborativos online.
- **Establecer relaciones y contactos** profesionales con medios digitales

Conocimientos

Visión estratégica

- Conocer **las tendencias** del fenómeno digital
- Manejar **indicadores de reputación digital** de su organización y su competencia
- Promover acciones concretas para promover la **circulación de la información**
- Tener una **visión general de la información** y el conocimiento necesario para lograr los objetivos estratégicos de su organización y generar acciones concretas para obtenerlo.

Conocimientos

Liderazgo

- Fomentar **el uso de herramientas digitales.**
- Promover la **circulación del conocimiento**
- Generar **confianza** y conseguir el compromiso de su equipo de forma no presencial
- Liderar escuchando y fomentando **la participación**.
- Comprender las interacciones en los grupos virtuales, gestionar los conflictos.
- Fomentar **la colaboración.**

?

Muchas Gracias!