

INSTITUTO TECNOLOGICO DE COSTA RICA

ASAMBLEA INSTITUCIONAL REPRESENTATIVA (A.I.R.)

**ACUERDOS DE LA ASAMBLEA PLENARIA
DEL III CONGRESO INSTITUCIONAL**

“Hacia una Reforma Académica”

5, 6, 7 DE JUNIO 2007

**GIMNASIO ARMANDO VASQUEZ
SEDE CENTRAL**

ACUERDO NO.

14

***COMUNICACIÓN EFECTIVA PARA EL
DESARROLLO INTEGRAL DEL ITCR***

Comunicación efectiva para el desarrollo integral del ITCR

**Acuerdo aprobado por la Asamblea Institucional Representativa,
en Sesión Ampliada del III Congreso Institucional
celebrada los días 5, 6 y 7 de junio del 2007,
en el Gimnasio Armando Vásquez del ITCR**

Considerando que:

- a. Al igual o más que cualquier proceso, la comunicación está expuesta a las leyes de causalidad y efecto, en el tanto que involucra a diversos actores en torno a un mismo mensaje. La respuesta a este mensaje, diseccionado y tal vez manipulado, desencadena una serie de reacciones regidas por las leyes mencionadas que podrían variar o modificar el orden existente en determinado medio.
- b. Bajo este entorno, la comunicación deber ser planteada dentro de la Institución como una herramienta de desarrollo y como parte del accionar que permite el cumplimiento de sus fines y principios.
- c. Actualmente, la Oficina de Prensa se limita a un papel meramente divulgativo y periodístico, donde no se toman en cuenta otros aspectos importantes para lograr una comunicación efectiva, a saber, relaciones públicas, mercadeo, periodismo.
- d. Las razones por las cuales estas otras funciones no se realizan obedecen a limitaciones presupuestarias, falta de personal, capacitación continua en los temas mencionados, entre otros.
- e. En la actualidad la Oficina cuenta con tres periodistas. Dos a tiempo completo y uno medio tiempo. Uno de ellos se desempeña como director de la dependencia. Este director es nombrado cada cuatro años por el rector de turno.
- f. Es imperativo, entonces, que desde el Estatuto Orgánico se tome la comunicación como factor clave para el desarrollo de esta casa de estudios.
- g. Se entiende como comunicación efectiva la transferencia de un mensaje adecuado a un perceptor determinado, en un tiempo pertinente, mediante un canal idóneo y que este mensaje logre el resultado deseado. El esquema de comunicación que ha seguido el ITCR debe ser replanteado y encaminado a lograr los propósitos que se esbozarán en esta propuesta.

La Asamblea Institucional Representativa acuerda:

1. Autorizar al Directorio de la AIR trasladar a conocimiento de la comisión(es) que conformará para proponer las reformas al Estatuto Orgánico y relativas a funciones específicas (gestión y operación) que se demandarán a oficinas institucionales, una propuesta o recomendación sobre una posible transformación de la Oficina de Prensa en una oficina de comunicación con funciones más amplias a las actuales.
2. Esta propuesta será considerada como un insumo de trabajo para esta(s) comisión(es), para su análisis y valoración de la posible viabilidad o no dentro del marco de las reformas que se plantearán a la estructura organizacional del ITCR, acorde con el modelo académico del ITCR.
3. La recomendación sugerida que se solicita trasladar a conocimiento de la comisión(es) que conformará para proponer las reformas al Estatuto Orgánico, en el marco de reformas académicas, es la siguiente:

I. EN UN PLAZO DE UN AÑO, REESTRUCTURAR ORGANIZACIONALMENTE A LA OFICINA DE PRENSA DE TAL FORMA QUE:

1. “Pase a llamarse oficina de información y comunicación

En el plazo de un año se incorpore la figura de la Oficina de Información y Comunicación en el respectivo reglamento o Estatuto Orgánico.

Responsable: Oficina de Información y Comunicación.

2. Continuar y mejorar la divulgación del quehacer institucional dentro y fuera del ITCR por medio de los medios de comunicación existentes y a través de la creación de otros.

Metas:

- a. En un plazo de seis meses analizar el contenido del InformaTEC, e incorporar al menos un reportaje de investigación en todas las ediciones. Asimismo, evaluar a fondo cuál es el público al que está llegando el periódico y por medio de la actualización de la base de datos de lectores, conocer si verdaderamente reciben el impreso. Si es necesario, se reorientará la distribución.

En cuanto a los tiempos de publicación y distribución, establecer, con el Taller de Publicaciones y el Departamento de Archivo y Comunicaciones, una estrategia para que el periódico esté en las escuelas y departamentos del TEC en la tercera semana de cada mes y a nivel externo, en la cuarta semana.

- b. En un plazo de seis meses, establecer una estrategia mercadotécnica para promocionar en forma más efectiva el periódico InformaTEC: pizarras

informativas, afiches que anuncien los temas de la edición, quioscos con un diseño novedoso y con facilidades para el usuario, nuevos puntos de distribución, tener avances informativos por medio de Internet.

- c. En un plazo de seis meses, establecer una base de datos de los contactos que reciben el InformaTEC Digital y enviarles personalmente el periódico. Asimismo, optimizar a través de los medios tecnológicos, los diferentes servicios que se ofrecen a través del InformaTEC digital, a saber: archivo de ediciones anteriores y el fotográfico con facilidades de búsqueda para el usuario.
- d. Cada año se hará una evaluación macro del InformaTEC digital para determinar cuáles son las nuevas necesidades que debe tener.
- e. Semestralmente, realizar una evaluación de forma y fondo de los comunicados de prensa.
- f. En un plazo de un año buscar alguna alianza con medios de comunicación nacional (radiofónico, televisivo, escrito) para contar con un espacio semanal de divulgación sobre el quehacer del ITCR.

Responsable:

Oficina de Información y Comunicación.

3. En un plazo de un año, mejorar las relaciones públicas internas y externas de los funcionarios.

Metas:

- a. En un plazo de seis meses, tener un programa de capacitación de servicio al cliente, en primera instancia a las personas que tienen un primer contacto con el público externo, como guardas y secretarías. Luego este programa se extendería a otros departamentos de servicio.
- b. Establecer un programa de evaluación anual que mida los resultados de dichas capacitaciones.
- c. En seis meses, buscar una alianza con un centro de capacitación que permita mejorar el trabajo en equipo, fomentar el liderazgo y otras competencias de los funcionarios.
- d. Realizar anualmente un programa que incentive la administración por valores. El programa consiste en fortalecer, por medio de dinámicas, los valores en los funcionarios como puntualidad, honestidad, compromiso, entre otros.
- e. Incentivar en un plazo de seis meses, el programa de funcionarios del mes en cada uno de los departamentos.

- f. En un plazo de un año, realizar campañas en conjunto con otras escuelas, para reconocer y así motivar a los funcionarios y estudiantes en temas relevantes para Institución. Por ejemplo, reconocer a la Oficina que hace más uso del reciclaje.

Responsable:

Oficina de Información y Comunicación.

4. En un plazo de un año, mantener y mejorar la imagen de la institución.

- a. Establecer en tres meses una estrategia conjunta con la Comisión de Imagen Institucional para:

Unificar los signos externos de la Institución para brindar una imagen más consolidada.

Dar mantenimiento a los rótulos externos y toda la señalización existente en el TEC.

Determinar el papel que juegan las agencias de publicidad y su trabajo en conjunto con la Comisión, es decir, que las funciones de la agencia escogida no se limiten únicamente a trámites de anuncios.

Sistematizar el proceso de publicación de anuncios pagados de manera que, por medio del conocimiento anticipado de aquellos que se deben publicar en el año, se establezca una fecha de cierre, así se evitarán contratiempos y errores.

- b. En un plazo de seis meses, establecer una estrategia de envío de al menos dos notas por semana a la prensa y llevar un control de cuáles son los artículos publicados donde se divulguen investigaciones y otros temas del ITCR. Esto tomando en cuenta que se trata de notas “no pagadas” (publicity).
- c. En un plazo de tres meses, centralizar las asesorías de protocolo en la Oficina de Información y Comunicación. De esta manera se unificarán signos externos utilizados.

Responsable:

Oficina de Información y Comunicación.

II. EN UN PLAZO DE SEIS MESES, REORDENAR LOS PROCESOS INTERNOS DE PRODUCCIÓN DE LA OFICINA DE INFORMACION Y COMUNICACIÓN.

Sobre el personal:

- a. En un plazo de seis meses contar con un plan de capacitación continua para el personal de la Oficina en el área profesional (periodismo, publicidad, administración, relaciones públicas, protocolo), de desarrollo de

competencias y motivacional que conduzca a una mayor identificación con los valores de la Institución e incluir a los colaboradores del Taller de Publicaciones. Cada año se evaluará las necesidades requeridas. Además, incluir el tema de mejoramiento continuo.

- b. Fomentar la administración por valores, donde se fortalezca, por medio de dinámicas, los valores en los funcionarios como puntualidad, honestidad, compromiso, entre otros. El programa se implementará en un plazo de tres meses.
- c. En un plazo de tres meses, desarrollar un sistema que fomente el liderazgo y el desarrollo de competencias para así maximizar el rendimiento de los colaboradores, se medirá por medio de test en colaboración con el Departamento de Recursos Humanos. Establecer índices de medición que se superen año a año en todas las funciones de los colaboradores de la Oficina.
- d. Hacer una encerrona anualmente, con el Taller de Publicaciones, el Departamento de Archivo y Comunicación, para motivar y así optimizar los procesos de publicación y entrega. Aquí se tratará el tema de identificación con el producto (InformaTEC, InformaTEC Digital) a todos los niveles de colaboradores.

Sobre los procesos:

- a. En un plazo de tres meses, establecer alianzas con universidades que impartan la carrera de comunicación (periodismo, publicidad, relaciones públicas) para que envíen estudiantes a realizar sus prácticas profesionales y así colaboren en el funcionamiento de la Oficina. Esta colaboración será ad honorem.
- b. En un plazo de seis meses, contar con tres estudiantes asistentes con formación en computación y electrónica para que automaticen los procesos de la Oficina: el archivo fotográfico, archivo de publicaciones anteriores, la producción de la guía borrador del InformaTEC, archivo de publicaciones sobre el ITCR en la prensa nacional.
- c. En un plazo de tres meses, medir la trascendencia de los informes de prensa (recortes de notas importantes de los medios) que se envían a las diferentes autoridades. Esto se realizará por medio de un análisis exhaustivo de estos informes.
- d. Mejorar el monitoreo de notas sobre el ITCR en radio, televisión y prensa escrita, por medio de la formación de una videoteca y de una o dos personas encargadas específicamente de realizar dicho monitoreo. Esta función se realizará en un plazo de tres meses.
- e. Actualizar semestralmente la lista de periodistas, tanto números telefónicos, como fax y correos electrónicos. Responsable: Oficina de Prensa.

III. DOTAR A LA OFICINA DE INFORMACION Y COMUNICACIÓN DE LOS RECURSOS NECESARIOS PARA SU NUEVO FUNCIONAMIENTO

- a. En un plazo de seis meses, contar con un medio tiempo más.
- b. En un plazo de 18 meses, contar con una persona más cuya formación sea administración de empresas con énfasis en mercadeo.
- c. En un plazo de un año, contar con un cuerpo de asesores de la misma Institución que evalúen anualmente las funciones de comunicación de la Oficina. Estas personas pueden ser de áreas como administración de empresas, producción industrial, entre otras.
- d. Que el nombramiento del director(a) tome en cuenta no solamente criterios de confianza, sino la capacidad técnica del colaborador, a saber, visión gerencial, actualización tecnológica, experiencia entre otros. Además, buen trato con el personal en el aspecto motivacional y humano.
- e. En plazo de un año, se evalúe cuáles son los rubros financieros que necesitan ser inyectados de presupuesto y cuáles no.
- f. En un plazo, de seis meses, se evalúe cuál es el departamento que requiere más presupuesto para la publicación de anuncios y este sea inyectado de manera individual, siempre centrado en la Oficina de Información y Comunicación, a saber, el Departamento de Recursos Humanos.

Responsable:

Oficina de Información y Comunicación”.

La entrada en vigencia de estos acuerdos rige a partir del día 26 de setiembre del 2007, tal como lo establece el artículo 92 y 92 Bis, del Estatuto Orgánico, que literalmente establecen:

“Artículo 92

Los acuerdos del Congreso Institucional entrarán en vigencia tres meses después de realizada la Asamblea Plenaria correspondiente y tendrán carácter vinculante.

Estos acuerdos no podrán ser derogados o modificados por ninguna instancia institucional sino hasta transcurridos dos años de su entrada en vigencia, salvo por la Asamblea Institucional Representativa, que podrá derogarlos o modificarlos según los procedimientos establecidos en su reglamento.

Artículo modificado por la Asamblea Institucional Representativa en la Sesión AIR-051-03, del 25 de setiembre del 2002. (Gaceta 137)”

“Artículo 92 BIS

La Asamblea Institucional Representativa fiscalizará anualmente el avance y los logros de los acuerdos del Congreso Institucional y llamará a rendir cuentas cuando los resultados no se ajusten a lo programado, siguiendo los mecanismos establecidos al efecto.

ARTÍCULO aprobado por la Asamblea Institucional Representativa en la Sesión AIR-051-03, del 25 de setiembre del 2002. (Gaceta 137)”.

Acuerdos vinculantes tomados por la Asamblea Plenaria Institucional Representativa, celebrada los días 5, 6 y 7 de junio del 2007, en el Gimnasio Armando Vásquez, en el Campus del Instituto Tecnológico de Costa Rica, con la finalidad de implementar y consolidar el Modelo Académico del ITCR. Su entrada en vigencia rige a partir del día 26 de setiembre del 2007, tal como lo establece el artículo 92 y 92 Bis, del Estatuto Orgánico.

Cartago, 26 de setiembre del 2007.

Ing. Warner Chaves Vargas
Coordinador de la Comisión Organizadora del III Congreso Institucional
2002-2207

M.Sc. Xinia Alfaro Espinoza
Integrante Comisión Organizadora
2002-2007

M. Sc. Brauny Bogantes Arias
Integrante Comisión Organizadora
2002-2004

Lic. Roberto Gallardo Loría
Integrante Comisión Organizadora
2002-2007

Ing. Guido Hernández Marín
Integrante Comisión Organizadora
2002-2004

Sr. Randall Chaves
Representante Estudiantil
2002-2004
Integrante Comisión Organizadora

Ing. Elías Rosales Escalante
Integrante Comisión Organizadora
2005-2007

M.B.A. Ronald Mora Esquivel
Asesor de la Comisión
2002-2007

Prof. Nuria Chacón Meza
Comité de Logística
2002-2007

Br. Rita Eugenia Morales G.
Comité de Logística
2006-2007