



POR LA CUAL SE APRUEBA EL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL VERSIÓN 01 DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN, EN EL MARCO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN Y LA NORMA MECIP: 2015.-

San Lorenzo, 17 de setiembre de 2024
Acta N° 29 – Sesión Ordinaria – Consejo Directivo

VISTO: El Expediente N° 9234 de fecha 16/09/2024 del Lic. Gustavo Gómez, Jefe de Departamento TIC, por el cual el Departamento de Tecnologías de la Información y Comunicación presenta la propuesta de Plan de Comunicación Institucional, Versión 01 de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Arte.

CONSIDERANDO: Que, por Resolución N° 0935/2021 de fecha 30 de diciembre de 2021 se actualiza la adopción de la Norma de Requisitos Mínimos y la Matriz de Evaluación para un Sistema de Control Interno del Modelo Estándar de Control Interno para instituciones públicas del Paraguay – NRM MECIP: 2015, en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Arte de la Universidad Nacional de Asunción.-

Que, por Resolución N° 500/13/2022 de fecha 7 de junio de 2022 se aprueba el Plan Estratégico Institucional 2022 – 2027 de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Arte de la Universidad Nacional de Asunción. -

Que, por Resolución N° 1.199/2023 de fecha 12 de diciembre de 2023 se aprueba la Política de Control Interno Versión 02 de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Arte de la Universidad Nacional de Asunción. -

Que, por Resolución N° 692/22/2024 de fecha 9 de julio de 2024 se resuelve aprobar el Plan Operativo Anual (POA) de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Arte de la Universidad Nacional de Asunción, correspondiente al año 2024. -

Que, por Resolución N° 591/19/2024 de fecha 11 de junio de 2024 se aprueba el Organigrama de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Arte de la Universidad Nacional de Asunción. -

Que, el PEI FADA UNA (2022 - 2027), establece las Líneas de acción específicas para la Comunicación y Transparencia, que son: a) Fortalecer la comunicación interna y reestructurar la respuesta efectiva y oportuna para la gran cantidad de alumnos; b) Diseñar e implementar un plan de MKT que permita posicionar a la FADA y a su oferta educativa y de extensión social; c) Desarrollar mecanismos de transparencia del accionar institucional en el marco de su planificación estratégica; d) Fortalecer la imagen institucional y presencia en las redes sociales; e) Establecer mecanismos de comunicación sistemática con los estudiantes por carrera y en general de la FADA, con énfasis en lo virtual; f) Implementar una comunicación visual en las instalaciones de la FADA relativa a la comunicación, incluyendo cartelera y espacios de expresión creativa de los alumnos; y, g) Implementar merchandising que apunte a la generación de ingresos y desarrollo del sentido de pertenencia.-

Que, la Facultad de Arquitectura, Diseño y Arte de la Universidad Nacional de Asunción ha desarrollado un Plan de Comunicación Institucional con el objetivo de mejorar la gestión y eficacia de la comunicación interna y externa, en coherencia con las nuevas políticas de comunicación e información aprobadas.-

Que, el Plan de Comunicación Institucional Versión 01 ha sido elaborado en alineación con los principios establecidos por la Norma MECIP: 2015 para garantizar la transparencia, eficiencia y calidad en la comunicación.-

POR TANTO: EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN EN USO DE SUS ATRIBUCIONES LEGALES, RESUELVE:



POR LA CUAL SE APRUEBA EL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL VERSIÓN 01 DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN, EN EL MARCO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN Y LA NORMA MECIP: 2015.-

- Art. 1°:** **APROBAR** el Plan de Comunicación Institucional Versión 01 de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Arte de la Universidad Nacional de Asunción, conforme al documento anexo que forma parte integral de esta resolución.
- Art. 2°:** **ENCARGAR** a la Comisión de Comunicación Institucional la implementación del Plan de Comunicación Institucional, asegurando su correcta ejecución y seguimiento de acuerdo con las políticas de comunicación e información y la Norma MECIP: 2015.
- Art. 3°:** **DESIGNAR** a la Comisión de Comunicación Institucional para la elaboración de un cronograma detallado de actividades y estrategias para la implementación del Plan, así como para la elaboración de un informe de avances trimestral que será presentado a los órganos de gobierno de la Facultad.
- Art. 4°:** **ORDENAR** la capacitación de todos los miembros de la comunidad académica sobre las directrices y procedimientos establecidos en el Plan de Comunicación Institucional, con el fin de asegurar una adecuada comprensión y aplicación de las nuevas políticas y estrategias.
- Art. 5*-°:** **ESTABLECER** un mecanismo de evaluación y revisión periódica del Plan de Comunicación Institucional para garantizar su adaptación continua a las necesidades cambiantes de la Facultad y a los requisitos de la Norma MECIP: 2015. La primera revisión se realizará en un plazo de seis meses a partir de la implementación del Plan.
- Art. 6°:** **PUBLICAR** el Plan de Comunicación Institucional Versión 01 en los canales oficiales de la Facultad, incluyendo la página web institucional y otros medios de comunicación internos, para garantizar el acceso y la transparencia de la información.
- Art. 7°:** **NOTIFICAR** la presente resolución a todos los departamentos y unidades de la Facultad para su conocimiento y cumplimiento, y a los miembros de la Comisión de Comunicación Institucional para la ejecución efectiva del Plan.
- Art. 8°:** **ENCOMENDAR** al Departamento de Tecnologías de la Información y Comunicación, dependiente del Decanato, publicar el texto actualizado de las políticas de comunicación e información en los canales oficiales de la Facultad, incluyendo la página web institucional y los medios de comunicación internos, para garantizar el acceso y la transparencia de la información.
- Art. 9°:** **ENCOMENDAR** al Departamento de Tecnologías de la Información y Comunicación, dependiente del Decanato, la socialización interna de la presente Resolución para todos los miembros de la comunidad académica con el fin de asegurar el conocimiento y la correcta aplicación de las nuevas políticas.
- Art. 10°:** **ENCOMENDAR** al Departamento de Tecnologías de la Información y Comunicación, dependiente del Decanato, la presentación de un informe de evaluación de las políticas de comunicación e información, al cierre de cada Ejercicio Fiscal, con el objetivo de adaptarlas a los cambios tecnológicos y necesidades emergentes.
- Art. 11°:** **COMUNICAR** a quienes corresponda y cumplido archivar.-


PROF. LIC. NANCY CHROMEY
Secretaria de la Facultad




PROF. ARQ. JOSÉ GREGORIO INSFRAN G.
Presidente del Consejo Directivo



POR LA CUAL SE APRUEBA EL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL VERSIÓN 01 DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN, EN EL MARCO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN Y LA NORMA MECIP: 2015.-

ANEXO 1

**Plan de Comunicación Institucional
Periodo Setiembre 2024 a Diciembre 2025.**

**Departamento de Tecnologías de la Información y Comunicación
Coordinación de Comunicación Institucional**

I. Introducción

La comunicación efectiva es esencial para cualquier institución educativa, especialmente en una facultad que abarca disciplinas tan diversas como la arquitectura, el diseño y el arte. Este plan de comunicación tiene como objetivo principal establecer estrategias y acciones concretas que permitan proyectar una imagen sólida y coherente de la FADA UNA. A través de este plan, se busca resaltar la misión, visión y valores de la facultad, así como difundir sus actividades académicas, investigativas y culturales. Además, se pretende fomentar la participación activa de egresados, estudiantes y funcionarios, creando un sentido de pertenencia y compromiso con la institución. En última instancia, el plan de comunicación aspira a posicionar a la FADA UNA como un referente en el ámbito de la arquitectura, el diseño y el arte a nivel nacional e internacional.

II. Contenido.

- Presentación
- Objetivo General Estratégico de la FADA UNA
- Líneas de acción para la implementación del Plan Estratégico Institucional FADA UNA 2024-2025
- Líneas de acción específicas para la Comunicación y Transparencia
- FODA
- Objetivo general
- Objetivos específicos
- Públicos
- Mensajes clave
- Acciones transversales o hitos de comunicación
- Acciones para público prioritario
- Mensaje clave, canal de comunicación, herramientas de comunicación a utilizar por cada acción, indicadores de resultados por cada acción de comunicación sugerida
- Revisión del Plan
- Recomendaciones finales

III. Presentación.

El 26 de abril de 1957 se firma el Acta de creación de la Facultad de Arquitectura. La iniciativa surgió de un grupo de jóvenes arquitectos que estudiaron en el extranjero, quienes decidieron crear una institución para que los que quisieran estudiar la carrera lo pudieran hacer sin necesidad de salir del país.



POR LA CUAL SE APRUEBA EL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL VERSIÓN 01 DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN, EN EL MARCO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN Y LA NORMA MECIP: 2015.-

No será hasta el 10 de febrero de 1990, cuando la facultad se traslada a su local propio en el Campus Universitario de San Lorenzo, dejando como anécdotas todo lo que tuvo que pasar para poder consolidarse en la institución emblemática que es hoy.

En la actualidad, la FADA, Facultad de Arquitectura, Diseño y Arte, de la Universidad Nacional de Asunción (FADA /UNA), cuenta con seis carreras universitarias: Arquitectura y Urbanismo, Diseño Industrial, Diseño de Indumentaria Escénica y Urbana, Artes Visuales, Música y Danza y se define como una Unidad Académica comprometida con el desarrollo armónico de las funciones de Docencia, Investigación y Servicios.

IV. Plan Estratégico Institucional FADA UNA 2022-2027

Resolución N° 500/13/2022.

Se han extraído del Plan Estratégico Institucional algunos puntos clave como, Misión, Visión, Valores, y las líneas de acción para la implementación del Plan Estratégico Institucional, con el fin de contextualizar al presente plan de comunicación, y de entender su relación con las líneas de acción específicas de la comunicación.

1. Misión

Somos una institución universitaria pública que desarrolla, promueve y difunde el conocimiento científico, tecnológico y humanístico; la creatividad, innovación, ética y el espíritu crítico; en los campos de las artes, el diseño, la arquitectura y el urbanismo; brindando experiencias de enseñanza – aprendizaje y de investigación, formando profesionales competentes, aportando al desarrollo sostenible de la sociedad.

2. Visión

Ser líder nacional y referente regional como institución de educación superior pública en el campo del diseño, la arquitectura, el urbanismo y las artes, formando profesionales de excelencia, con una gestión eficiente y transparente, satisfaciendo las necesidades de la sociedad, y sirviendo de instrumento para el bien público.

3. Valores.

Plan Estratégico Institucional FADA UNA 2022-2027.

3.1 Compromiso:

Orientar nuestras capacidades para llevar adelante las funciones y actividades a desempeñar en el marco de sus objetivos institucionales y la puesta en marcha de sus valores y principios, fomentando una institución con proyección social, coherente y pertinente. Esto implica el compromiso con: estudiantes, docentes y funcionarios, el país, el ambiente.

3.2 Ética:

Valorar el conjunto de preceptos de moral, deber y virtud que guían el comportamiento humano hacia la libertad y la justicia. Conjunto de estándares sobre conducta aplicables al ámbito del



POR LA CUAL SE APRUEBA EL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL VERSIÓN 01 DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN, EN EL MARCO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN Y LA NORMA MECIP: 2015.-

gobierno, las empresas y la sociedad basados en valores centrales que orientan las decisiones, elecciones y acciones.

3.3 Excelencia:

Orientar permanentemente los esfuerzos hacia el resultado óptimo y el cumplimiento de la misión de la Universidad, respecto a la formación calificada para el desempeño profesional en el marco del servicio y compromiso con la sociedad.

3.4 Transparencia:

Actuar en todas las actividades desarrolladas como procesos, acciones, planes, divulgación de información en base a un conjunto de normas, procedimientos que aseguran una gestión clara y franca.

3.5 Innovación:

Fomentar el cambio dinámico y transformador en la educación superior, impactando en el accionar institucional, en lo científico, tecnológico y humanístico, involucrando los contenidos, métodos, prácticas y medición de transmisión del saber, transforma la gestión de la docencia, la formación docente y la organización institucional, con el propósito de atender con calidad y pertinencia a la creciente población estudiantil.

3.6 Equidad:

Aplicar la imparcialidad para reconocer el derecho de cada uno, por mérito, capacidad o atributo de cada persona, orientado con ecuanimidad en cuanto a los deberes.

V. Objetivo General Estratégico de la FADA/UNA.

Plan Estratégico Institucional FADA UNA 2022-2027.

Consolidar a la FADA como una institución sólida, innovadora, de excelencia, que aporta al desarrollo del país con una formación educativa que impulsa la creatividad, el conocimiento científico y ético, incorpora la tecnología y da respuestas efectivas a las necesidades de la sociedad, logrando el posicionamiento nacional y regional.

1. Líneas de acción para la implementación del Plan Estratégico Institucional FADA UNA 2022-2027.

1.1 Fortalecimiento Institucional:

Contar con los recursos financieros, tecnología, infraestructura y equipamiento necesarios, así como una gestión estratégica eficiente, transparente y acorde a los tiempos e identidad institucional.

1.2 Capital Humano:

Adecuar la organización y promover la cultura de excelencia del capital humano en todos los sectores, incluyendo a docentes, funcionarios y estudiantes de todas las carreras, capacitados y comprometidos.

1.3 Comunicación y Transparencia:

POR LA CUAL SE APRUEBA EL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL VERSIÓN 01 DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN, EN EL MARCO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN Y LA NORMA MECIP: 2015.-

Implementar una comunicación eficaz y transparente, al interior y al exterior de la FADA, incrementando la sinergia y sentido de pertenencia interna, las alianzas estratégicas, así como su impacto y reconocimiento social.

1.4 Oferta Educativa, Innovación:

Impulsar la innovación y la mejora continua de la formación académica de calidad, a estándares internacionales, que permita la inserción laboral efectiva de los profesionales egresados.

1.5 Calidad del servicio, Innovación:

Potenciar la calidad y pertinencia de la extensión universitaria, así como de los servicios que se prestan a las instituciones asociadas en función a las necesidades del país.

VI. Líneas de acción específicas para la Comunicación y Transparencia:

Plan Estratégico Institucional FADA UNA 2022-2027.

- Fortalecer la comunicación interna y reestructurar la respuesta efectiva y oportuna para la gran cantidad de alumnos.
- Diseñar e implementar un plan de MKT que permita posicionar a la FADA y a su oferta educativa y de extensión social.
- Desarrollar mecanismos de transparencia del accionar institucional en el marco de su planificación estratégica.
- Fortalecer la imagen institucional y presencia en las redes sociales.
- Establecer mecanismos de comunicación sistemática con los estudiantes por carrera y en general de la FADA, con énfasis en lo virtual.
- Implementar una comunicación visual en las instalaciones de la FADA relativa a la comunicación, incluyendo cartelería y espacios de expresión creativa de los alumnos.
- Implementar una nueva política de imagen institucional y desarrollo del sentido de pertenencia.

VII. FODA (de la Comunicación)

1. Fortalezas:

- Conformación del equipo de trabajo de Comunicación Institucional, dependiente del Departamento de TIC.
- Se cuenta con profesionales en el área del diseño gráfico, comunicación y tecnologías.
- Se han adquirido equipos profesionales para la generación de materiales audiovisuales.
- Estrategias establecidas para la difusión de información académica.
- Canales de difusión o comunicación establecidos.



POR LA CUAL SE APRUEBA EL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL VERSIÓN 01 DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN, EN EL MARCO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN Y LA NORMA MECIP: 2015.-

- Utilización de recursos tecnológicos que aseguren las informaciones y resguardo de evidencias de los trabajos en el área de comunicación y dependencias de la FADA.

2. Debilidades:

- Desconocimiento de procedimientos internos.
- Falta de integración de las informaciones actualizadas con las Página web.
- Desconocimiento del público externo ante ofertas académicas de la FADA.
- Desconocimiento del público externo ante eventos, seminarios y cursos académicos de la FADA.

3. Oportunidades:

- Realización de campañas digitales más complejas para difundir información.
- Presencia de la FADA en medios masivos de comunicación.
- Planificación de visitas a colegios.
- Recursos Tecnológicos para nuevas implementaciones
- Actividades de extensión para reflejar la retribución de la academia a la sociedad

4. Amenazas:

- Interés del público externo hacia ofertas académicas de otras universidades.
- No mantener y/o seguir acreditando otras carreras de la FADA

VIII. Objetivo General de la comunicación.

Consolidar de manera eficaz y transparente la comunicación en la FADA UNA hacia los diferentes grupos de interés, y el sentido de pertenencia hacia la Institución.

IX. Objetivos Específicos.

- 1. Identificar grupos de interés**
- 2. Establecimiento de una Línea Comunicacional Unificada**
- 3. Establecimiento de canales oficiales de comunicación por grupo de interés.**
- 4. Coordinación Eficiente entre Direcciones**
- 5. Fortalecimiento de la Identidad Institucional en Redes Sociales**
- 6. Centralización y Coordinación de la Publicación de Contenidos Web**
- 7. Identificar a los responsables de las actividades vinculadas a la comunicación y la identidad visual**



POR LA CUAL SE APRUEBA EL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL VERSIÓN 01 DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN, EN EL MARCO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN Y LA NORMA MECIP: 2015.-

1. Grupos de interés.

Se detectan grupos de interés internos y externos a la FADA/UNA, al mismo tiempo que se establecen cuáles son los grupos prioritarios.



1.1 Prioritarios

1.1.1 Internos:

Estudiantes: Estudiantes de grado y de postgrado de todas las unidades organizacionales .

Docentes: de todas las carreras de grado y postgrado.

Funcionarios: funcionarios/as de todas las unidades organizacionales.

1.1.2 Externos:

Egresados: egresados/as de la FADA/UNA, con la posibilidad de acceder a cursos de postgrado.

Rectorado UNA: Evaluador del rendimiento de las facultades de la UNA, así como de informar sobre su trabajo a los organismos del Estado Pertinentes, como la Contraloría de la Nación, la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior (ANEAES), entre otros.

Organismos Gubernamentales: Vinculados a la Educación Superior o a las áreas de la FADA como el MEC, la ANEAES, el CONES, Secretaría Nacional de Cultura, Congreso Nacional, Ministerio de Economía y Finanzas, Contraloría General de la República (CGR), entre otros relacionados a la misión y naturaleza de la institución..



POR LA CUAL SE APRUEBA EL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL VERSIÓN 01 DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN, EN EL MARCO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN Y LA NORMA MECIP: 2015.-

Estudiantes de la Educación Media: Grupo de personas que forman parte de la comunidad como posibles futuros estudiantes de la Academia, a través de ofertas de carreras.

Profesionales en áreas vinculadas: Profesionales en general, de las áreas de: Arquitectura y Urbanismo, Diseño Industrial, Diseño Gráfico, Artes, Música, Danza, Educación universitaria, interesados en licitaciones, concursos públicos para cargos o proyectos, etc.

Proveedores y otras organizaciones con las que se hayan suscrito convenios específicos (ej. universidades, empresas proveedoras de determinados servicios, municipios, gobernaciones, etc.);

Prensa: Encargada de dar a conocer ofertas, acontecimientos, logros de la FADA/UNA.

Sociedad Paraguaya en General: Como parte de la comunidad, a través de las actividades de extensión, la Universidad Pública debe dar a conocer las actividades que retribuyen a la ciudadanía, el aporte de sus impuestos para el funcionamiento de las instituciones del Estado.

2. Establecimiento de una Línea Comunicacional Unificada

La nueva área buscará implementar una estrategia comunicacional centralizada que permita a todas las Direcciones de Carrera alinearse bajo una misma línea editorial y estilo comunicacional, asegurando que el mensaje institucional sea coherente y efectivo.

3. Canales

Se citan a continuación los medios oficiales utilizados para la transmisión de información y para facilitar la comunicación entre la FADA/UNA y sus grupos de interés.

1. Tipos de Canales

1.1. Canales de comunicación unidireccionales: Página web oficial, e-alu, e-prof, e-person, buzón de sugerencias, notas y memos, grupos de difusión vía WhatsApp, paneles físicos de novedades, monitor de TV.

1.2. Canales de Comunicación bidireccionales: Espacios para fomentar el diálogo y la participación activa de las partes involucradas. Algunos de ellos son: números habilitados para llamadas, internos, correo electrónico institucional, Whatsapp Business, atención presencial en horario de oficina, sistema G-doc, redes sociales.

Grupo de interés		CANALES																
		INFORMACIÓN										COMUNICACIÓN						
Tipo	Grupo	Prioritario	Página web	e-alu	e-prof	e-person	Buzón	Notas y Memos	Grupo de WhatsApp	Paneles	Monitor TV	FADA Virtual	Correo Institucional	Llamada telefónica	GDoc	WhatsApp página web	Atención presencial	Redes Sociales
INT	Estudiantes	X	X	X			X	X		X	X	X		X		X	X	X
	Docentes	X	X		X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	
	Funcionarios	X	X			X		X	X	X	X		X	X	X		X	

POR LA CUAL SE APRUEBA EL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL VERSIÓN 01 DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN, EN EL MARCO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN Y LA NORMA MECIP: 2015.-

E X T	Egresados	X	X				X	X		X	X			X		X	X	X	
	Rectorado		X			X		X				X	X	X		X			
	ORGs.		X					X				X	X				X		
	Estudiantes de la E.M.		X					X		X	X			X		X	X	X	
	Profesionales		X					X		X	X			X		X	X	X	
	Sociedad		X					X						X		X	X	X	
	Prensa		X					X						X			X	X	
	Empresarial		X					X						X			X	X	

I. Acciones para público prioritario

1. Estudiantes.

Canales: Página web, redes sociales, paneles de novedades.

Acciones de comunicación

1. Difusión del calendario académico.
2. Implementar la campaña “Estudiante Verificado FADA”, para incentivar a estudiantes a que completen el proceso de matriculación a asignaturas.
3. Difusión de ofertas de asignaturas optativas y complementarias.
4. Desarrollo de un plan de publicaciones en redes sociales para la difusión de mensajes en días conmemorativos importantes a nivel nacional y/o vinculados a las áreas de interés del público de la FADA/UNA.
5. Desarrollo y difusión del Informe de Gestión Anual.
6. Evaluación y ajuste de la señalética actual en la Institución.
7. Evaluación de las estrategias implementadas.
8. Actualización constante de información en la página web para estudiantes

Herramientas de medición de resultados:

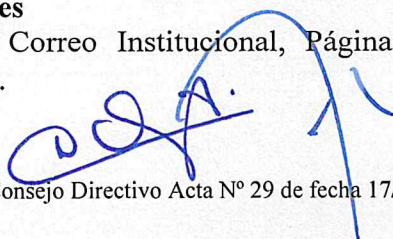
1. Informe de alcance en redes sociales.
2. Control y seguimiento de la difusión en la página web.
3. Encuesta de satisfacción.

Productos de comunicación:

Videos para redes sociales, afiches digitales e impresos, señalética impresa, rediseño del formato del calendario académico y otras piezas gráficas, informe anual.

2. Docentes

Canales: Correo Institucional, Página web, redes sociales, paneles de novedades, grupos de Whatsapp.





POR LA CUAL SE APRUEBA EL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL VERSIÓN 01 DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN, EN EL MARCO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN Y LA NORMA MECIP: 2015.-

Acciones de comunicación

1. Difusión del calendario académico.
2. Difusión de ofertas de formación continua y especializaciones.
3. Desarrollo de un plan de publicaciones en redes sociales para la difusión de mensajes en días conmemorativos importantes a nivel nacional y/o vinculados a las áreas de interés del público de la FADA/UNA.
4. Desarrollo y difusión del Informe de Gestión Anual.
5. Evaluación y ajuste de la señalética actual en la Institución.
6. Evaluación de las estrategias implementadas.
7. Implementación de herramientas tecnológicas y plataformas.
8. Desarrollo de materiales para la capacitación del uso de plataformas de gestión.
9. Actualización constante de información en la página web para docentes.

Herramientas de medición de resultados:

1. Informe de alcance en redes sociales.
2. Control y seguimiento de la difusión en la página web.
3. Encuesta de satisfacción, grupos focales.

Productos de comunicación:

Videos para redes sociales, afiches digitales e impresos, señalética impresa, rediseño del formato del calendario académico y otras piezas gráficas, informe anual.

Acciones para público prioritario

3. Funcionarios.

Canales: Correo Institucional, Página web, grupos de Whatsapp.

Acciones de comunicación.

1. Difusión de mecanismos de comunicación interna.
2. Desarrollo y difusión de papelería institucional.
3. Desarrollo y difusión del Informe de Gestión Anual.
4. Evaluación y ajuste de la señalética actual en la Institución.
5. Evaluación de las estrategias implementadas.
6. Implementación de herramientas tecnológicas y plataformas.
7. Desarrollo de materiales para la capacitación del uso de plataformas de gestión.
8. Actualización constante de información en la página web para funcionarios.

Herramientas de medición de resultados:

1. Conteo de recepciones.
2. Observación, informe sobre la implementación.
3. Control y seguimiento de la difusión en la página web.
4. Encuesta de satisfacción.



POR LA CUAL SE APRUEBA EL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL VERSIÓN 01 DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN, EN EL MARCO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN Y LA NORMA MECIP: 2015.-

Productos de comunicación:

Elaboración de tutoriales y otras piezas gráficas, informe anual.

4. Egresados.

Canales: Página web, correo electrónico, redes sociales.

Acciones de comunicación.

1. Difusión de ofertas de asignaturas optativas y complementarias.
2. Difusión de ofertas de cursos de postgrado.
3. Desarrollo de un plan de publicaciones en redes sociales para la difusión de mensajes en días conmemorativos importantes a nivel nacional y/o vinculados a las áreas de interés del público de la FADA/UNA.
4. Desarrollo y difusión del Informe de Gestión Anual.
5. Evaluación de las estrategias implementadas.
6. Actualización constante de información en la página web para egresados.

Herramientas de medición de resultados:

1. Informe de alcance en redes sociales.
2. Control y seguimiento de la difusión en la página web.

Productos de comunicación:

Videos para redes sociales, afiches digitales e impresos.

4. Coordinación Eficiente entre Direcciones

Se implementarán procesos y flujos de trabajo claros para la recepción, revisión y divulgación de la información proveniente de las distintas Direcciones de Carrera y Direcciones y Coordinaciones de Gestión Administrativa. Esto asegurará que la comunicación sea oportuna y alineada con los objetivos institucionales.

Reuniones periódicas entre direcciones de carrera: Para una comunicación fluida y ordenada, se llevarán a cabo reuniones entre el equipo de TIC y las respectivas direcciones de carrera, para implementar un calendario de actividades, así programar acciones tales como difusión, cobertura, etc. optimizando la gestión del departamento.

5. Fortalecimiento de la Identidad Institucional en Redes Sociales

Bajo la supervisión del área de TIC, se desarrollará un plan estratégico para unificar los perfiles sociales y asegurar que todos los canales de comunicación digital proyecten una imagen coherente y profesional.

- I. **Utilización e implementación de plan de posteos semanales:** Con el fin de optimizar la difusión, semanalmente se socializará en el equipo de TIC un plan de posteos semanales, modificándose según la necesidad, especificando los posteos en redes sociales que se llevarán a cabo cada semana.

POR LA CUAL SE APRUEBA EL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL VERSIÓN 01 DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN, EN EL MARCO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN Y LA NORMA MECIP: 2015.-

- II. **Enlazamiento de la página web a las redes sociales:** Para lograr que la página web de la FADA/UNA sea la fuente principal de información, se utilizará a las redes sociales como difusora de datos que se pueden encontrar en la web. Esto se llevará a cabo con el enriquecimiento en la sección de noticias, actualizándola, manteniendo la pestaña en constante actividad.
- III. **Organización armónica en la imagen de RRSS:** no solo para aportar estética, sino también para ordenar la información compartida tanto por la cuenta de FADA/UNA como por las demás cuentas dependientes de la institución. Así como también la coordinación entre las dependencias de la facultad.

6. Centralización y Coordinación de la Publicación de Contenidos Web

La página web de la FADA/UNA se optimizará, uno de los principales objetivos el seguimiento SEO, con el fin de fortalecer la interacción entre la página web y redes sociales, y evidenciar procesos académicos para mejorar la coherencia institucional, maximizar el alcance de la comunicación y asegurar la transparencia necesaria para procesos de acreditación en la FADA.

Así también mejorar la coherencia, el alcance y la transparencia de la comunicación institucional mediante la interacción estratégica entre los nuevos mecanismos de comunicación y la página web de FADA (fada.una.py).

7. Identificar a los responsables de las actividades vinculadas a la comunicación y la identidad visual

Los diseñadores gráficos del equipo tendrán la tarea de crear y mantener un banco de recursos visuales (logotipos, paletas de colores, tipografías, etc.) accesibles a través de Google Drive, que podrán ser utilizados por todas las Direcciones. Esto facilitará la creación de contenido alineado con la identidad visual institucional. Por otra parte, se establecerá un protocolo donde cada Dirección de Carrera deberá remitir borradores de comunicados y anuncios a la comunicadora del área de TIC para su revisión y adaptación a la línea comunicacional unificada antes de su publicación.

X. Aprobación, Revisión y Evaluación del Plan de Comunicación Institucional FADA UNA_V01

El Plan de Comunicación Institucional será aprobado por Resolución de la Máxima Autoridad Institucional; de conformidad a la Norma MECIP:2015 será revisado periódicamente para asegurar su pertinencia y adecuación constante y será evaluado al menos una vez al año.

Recomendaciones finales.

- Revisión del Plan Estratégico Institucional de la FADA UNA 2022 - 2027 como guía para la toma de decisiones.



POR LA CUAL SE APRUEBA EL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL VERSIÓN 01 DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN, EN EL MARCO DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN Y LA NORMA MECIP: 2015.-

- Poner a disposición todos los documentos vinculados a la comunicación de manera sencilla y accesible, tales como: Resoluciones, Procedimientos, Planificaciones, Mecanismos, Manual de Identidad Institucional, etc.
- Hacer énfasis en la consolidación de una Identidad Institucional distintiva, profesional, versátil e identitaria para los/as paraguayos/as.
- Realizar capacitaciones sobre la comunicación y la Identidad Visual.
- Dar seguimiento a la implementación de estrategias.
- Dar seguimiento al alcance de las estrategias implementadas.
- Realizar evaluaciones de la efectividad de la comunicación.