



**Universidad de Concepción**

## PLAN DE TRABAJO

### FASE 1



Dirección General Campus Chillán  
Universidad de Concepción

Abril 2021

## Índice

1.	Introducción .....	4
2.	Antecedentes generales: inicios .....	5
2.1.	Forjando la historia junto a la Región de Ñuble.....	6
2.2.	Ubicación estratégica del Campus .....	7
2.2.1.	Estrategia Regional de Desarrollo de la Región de Ñuble .....	8
3.	Marco General Plan Maestro .....	9
3.1.	Equipos de gestión .....	10
3.1.1.	Equipo Coordinador:.....	10
3.1.2.	Equipo Asesor:.....	10
3.1.3.	Equipo Ejecutor:.....	10
4.	Desarrollo del Plan de Trabajo.....	11
5.	Objetivos de la Fase 1 .....	12
5.1.	Objetivo General Fase 1.....	12
5.2.	Objetivos Específicos Fase 1 .....	12
6.	Subetapas de la Fase 1.....	12
6.1.	Desarrollo Metodológico .....	13
6.1.1.	Enfoque .....	13
6.1.2.	Diseño .....	13
6.1.3.	Técnicas de producción de datos.....	14
6.1.4.	Muestreo.....	14
6.1.5.	Análisis de datos .....	15
6.1.6.	Validación de la información .....	16
6.1.7.	Difusión de la información.....	16
6.1.8.	Actividades de finalización de subetapas.....	17
6.1.9.	Respaldos del levantamiento de información.....	17
6.2.	Subetapa: Sensibilización.....	17
6.2.1.	Objetivo:.....	17
6.2.2.	Descripción de las actividades: .....	17
6.2.3.	Actividades de Difusión .....	18
6.3.	Subetapa: Nuestro Futuro.....	19
6.3.1.	Objetivo.....	19
6.3.2.	Descripción de las actividades .....	19
6.3.3.	Productos.....	19
6.3.4.	Actividades de Difusión.....	19

6.4.	Subetapa: Identificación de Brechas .....	20
6.4.1.	Objetivo.....	20
6.4.2.	Descripción de las actividades .....	20
6.4.3.	Productos.....	20
6.4.4.	Actividades de Difusión.....	21
6.5.	Subetapa: Formulación Estratégica.....	21
6.5.1.	Objetivo.....	21
6.5.2.	Escenarios .....	21
6.5.3.	Visión de Campus .....	22
6.5.4.	Descripción de las actividades .....	22
6.5.5.	Productos.....	22
6.5.6.	Actividades de Difusión.....	22
7.	Plan comunicacional .....	23
7.1.	Objetivos .....	23
7.1.1.	Objetivo General .....	23
7.1.2.	Objetivos Específicos.....	23
7.2.	Canales comunicacionales .....	23
7.2.1.	Productos a elaborar .....	24
7.3.	Estrategia comunicacional .....	25
8.	Bibliografía: .....	26

## 1. Introducción

El presente documento se enmarca en la Fase 1 de elaboración del Plan Maestro del Campus Chillán, de la Universidad de Concepción (en adelante UdeC) año 2021 y tiene como objetivo presentar la propuesta del plan de trabajo elaborada por la Dirección General del Campus Chillán. El plan de trabajo tiene una duración de ocho meses: un mes de preparación, que dio como resultado esta propuesta, seis meses de ejecución a partir de su aprobación y un mes de cierre.

Esta iniciativa corresponde a una de las cinco ideas de progreso expresadas por el Rector Carlos Saavedra Rubilar en su discurso con motivo del centenario de la Universidad. En dicha oportunidad, destacó que el Plan Maestro permitirá definir el crecimiento académico y de infraestructura requeridos para las próximas décadas, proyectando a nuestra Universidad hacia el futuro, contribuyendo con ello, además, al desarrollo de la naciente región de Ñuble. Asimismo, irá en la línea de reducir brechas de infraestructura en los Campus, señaladas en la resolución de la Comisión Nacional de Acreditación (CNA) en el último proceso de acreditación institucional.

Consiguientemente, esta propuesta se enmarca en el Plan Estratégico Institucional (PEI), cuya visión establece *que la UdeC debe convertirse en una universidad inclusiva y de excelencia, reconocida internacionalmente, que proporcione a sus integrantes una formación ética, valórica, intelectual y socialmente transformadora; y que, gracias al desarrollo armónico, colaborativo y sinérgico de las ciencias, las tecnologías, las humanidades y las artes, esté capacitada para abordar eficientemente los desafíos que plantea la sociedad* (Decreto UdeC PEI Institucional, 2021).

Cabe considerar que, según estas directrices transversales, la UdeC aspira a ser una institución interdisciplinaria de impacto nacional con proyección internacional, poniendo énfasis en su carácter innovador para la excelencia, con una comunidad comprometida con la inclusión y la equidad de género, promotora del desarrollo sustentable de la institución (Decreto UdeC PEI Institucional, 2021). Por lo tanto, el Campus Chillán debe alinearse con esta política institucional.

## **2. Antecedentes generales: inicios**

En el gobierno de Domingo Santa María se creó la “Escuela Técnica Superior de Agricultura” (1885), cuyo objetivo fue otorgarles opciones laborales a los hijos de los soldados del Regimiento de Chillán que participaron en la Guerra del Pacífico. Esta Escuela se estableció en el predio “Quinta Agrícola” (actual Campus Chillán) y estuvo vigente durante sesenta años, convirtiéndose en el paseo dominical de los chillanejos, similar a la Quinta Normal de Santiago (Facultad de Agronomía, 2016).

Los orígenes del Campus Chillán de la UdeC están directamente ligados a la consecución del Plan Chillán (1953), estrategia definida por el gobierno del presidente Carlos Ibáñez del Campo, con el fin de aumentar la producción de alimentos y facilitar el desarrollo de las zonas rurales, uniendo el fomento agrícola y económico con los programas de salubridad pública e higiene rural, bajo el alero del punto cuarto del Plan Marshall. Este plan con sus recursos humanos, infraestructura y equipamiento se estableció en el fundo el Nogal (Quinta Agrícola). La Universidad de Concepción y la Universidad de California participaron en los trabajos del Plan Chillán, junto a la FAO, UNICEF, la Fundación Rockefeller y la Organización de Estados Americanos.

El 15 de noviembre de 1954 se sugiere al honorable Consejo Académico de la UdeC aceptar el proyecto de convenio básico que proponía el Ministerio de Agricultura para la creación y funcionamiento de la “Escuela de Agronomía” dependiente de la Universidad de Concepción, con el apoyo del Instituto de Asuntos Interamericanos y el Plan Chillán. El 1 de enero de 1955 el Ministerio de Agricultura dispuso que los edificios, las instalaciones, el inventario y el predio de 96,76 hectáreas de la Escuela Agrícola de Chillán, pasara a constituir parte del Centro Nacional de Capacitación y Entrenamiento Agrícola, estructura en la cual también, funcionaría la Escuela de Agronomía de la Universidad de Concepción. Finalmente, la ley N°13.490 del 24 de septiembre de 1959 autoriza al presidente de la República (Jorge Alessandri Rodríguez) a transferir el predio antes mencionado con su infraestructura a la Universidad de Concepción.

Con el pasar de los años, el desarrollo de la provincia de Ñuble hizo necesaria la creación de nuevas carreras universitarias, lo que finalmente se consolida en la oferta académica actual de las siguientes carreras: Agronomía, Medicina Veterinaria, Ingeniería Civil Agrícola, Ingeniería Comercial, Derecho, Ingeniería Ambiental y Enfermería.

Actualmente, el Campus Chillán posee una población aproximada de 2400 estudiantes

de pregrado, sumado a los estudiantes de postgrado y a los 150 docentes y 300 funcionarios en diversos cargos.

**Tabla 1: Oferta Académica Campus Chillán**

Facultades y escuelas (6)	Carreras (7)	Año de Creación
Agronomía	Agronomía	1954
Ciencias Veterinarias	Medicina Veterinaria	1973
Ingeniería Agrícola	Ingeniería Ambiental	2010
	Ingeniería Civil Agrícola	1988
Ciencias Jurídicas y Sociales	Derecho	2005
Enfermería	Enfermería	2013
Escuela de Administración y Negocios	Ingeniería Comercial	2005

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en el sitio web del Campus Chillán UdeC.

## **2.1. Forjando la historia junto a la Región de Ñuble**

El 6 de septiembre de 2018, se constituye la nueva región del Ñuble, dando origen a una nueva división sociopolítica, vinculada al fomento y desarrollo de una zona históricamente ligada al ámbito agrícola.

Según datos del último censo, la nueva región cuenta con una población de 480.609 habitantes, con una distribución de tres provincias y 21 comunas. La ciudad de Chillán se convirtió en capital regional, asumiendo el gran reto de convertirse en referente dentro de la localidad en todo ámbito.

**Tabla 2:** Distribución política Región de Ñuble

Provincias (3)	Comunas (21)
ITATA	Quirihue*
	Coelemu
	Ninhue
	Portezuelo
	Ránquil
	Trehuaco
	Cobquecura
PUNILLA	San Carlos*
	Coihueco
	Ñiquén
	San Fabián
	San Nicolás
DIGUILLIN	Pinto
	Quillón
	San Ignacio
	Yungay
	Chillán**
	Bulnes*
	Chillán Viejo
	El Carmen
	Pemuco

Fuente: Elaboración propia según datos de la ley 21.033, Ministerio del Interior y Seguridad Pública. | \* Capitales provinciales | \*\* Capital Regional.

## 2.2. Ubicación estratégica del Campus

El territorio nacional está configurado a través de redes viales. Entre ellas, una de las más extensas es la denominada Ruta 5 Norte-Sur, la cual articula los accesos entre las ciudades del valle central de Chile con mayor importancia demográfica, productiva o administrativa.

La ciudad de Chillán, actualmente capital de la Región de Ñuble, forma parte de este entramado, ejerciendo una gran influencia sobre su entorno territorial. De esta forma, Chillán se convierte en un polo de atracción para las ciudades y poblados aledaños, permitiendo el acceso a los servicios de mayor jerarquía nacional, entre ellos centros comerciales y universidades.

En este contexto, conectar el Campus Chillán de la UdeC con la disposición territorial de la ciudad se convierte en un proyecto atractivo a futuro, particularmente si se considera que es colindante con las avenidas Vicente Méndez (al este) y Andrés Bello (al oeste), lo cual expone su potencial como lugar estratégico de desarrollo.

Considerando lo anterior, la realización de un Plan Maestro en el Campus tendría el potencial para desarrollar la zona como un “articulador urbano” entre el centro de Chillán y las

zonas residenciales y comerciales aledañas al Campus.

### 2.2.1. Estrategia Regional de Desarrollo de la Región de Ñuble

La Estrategia Regional de Desarrollo (ERD), aprobada por el Consejo Regional, está conformada por tres ejes y seis lineamientos. Tiene como propósito orientar a los diversos actores hacia un proyecto de desarrollo a largo plazo, considerando una guía para todas las acciones e inversiones que se realicen en la región (Gobierno Regional Ñuble, 2020).

A continuación, se presenta una tabla los tres ejes y los seis lineamientos de la ERD:

**Tabla 3:** Ejes y Lineamientos Estrategia Regional de Desarrollo Ñuble

Eje	Objetivo	Lineamientos
Desarrollo Territorial y Ambiental	En este eje el desafío es avanzar en conectividad, y disponibilidad y uso del recurso hídrico	Promover el desarrollo territorial de Ñuble, de manera integrada y equitativa
		Fortalecer la sustentabilidad ambiental de la región
Desarrollo Económico y Capital Humano	En este eje, el énfasis estará en la diversificación de la economía, en agregar valor a las actividades productivas principales; y en fortalecer la formación de capital humano	Consolidar en la región un sistema educativo que permita avanzar en la formación de capital humano innovador orientado al ámbito productivo y al desarrollo integral de las personas
		Aumentar el dinamismo de la economía promoviendo la diversificación y la sustentabilidad de la producción
Desarrollo Social	En este eje, se busca reducir la vulnerabilidad social y poner en valor el patrimonio material e inmaterial	Mejorar las condiciones regionales para un mayor bienestar de sus habitantes
		Fortalecer e impulsar las distintas expresiones culturales y/o identitarias en la región

Fuente: elaboración propia en base a datos públicos entregados por el Gobierno Regional de Nuble.

En este contexto y, revisando los ejes de la ERD, se puede observar que la ejecución e implementación del Plan Maestro del Campus Chillán, se abre como una oportunidad de desarrollo colaborativo y participativo, en virtud del propósito regional.

### 3. Marco General Plan Maestro

A continuación, se presentan las fases del Plan Maestro Campus Chillán:



**Diagrama 1:** Fases Plan Maestro (Fuente: Elaboración propia).

Como se puede observar en el diagrama anterior, el Plan Maestro consta de 3 grandes fases: Fase 1: *Diagnóstico Participativo*; Fase 2: *Desarrollo de Alternativas de Plan Maestro y Selección Propuesta Final Consensuada*; y Fase 3: *Desarrollo Plan Maestro Final*.

La primera fase de este Plan Maestro está compuesta por 4 subetapas: *Sensibilización, Nuestro Futuro, Identificación de Brechas y Formulación Estratégica*. Todas estas serán detalladas en el presente plan de trabajo.

En la segunda fase del Plan Maestro el trabajo estará guiado por las siguientes actividades: 1) Concurso público en donde se recibirán propuestas de diseño de acuerdo con los criterios creados durante la fase anterior; 2) Desarrollo técnico de dos alternativas de diseño; y 3) Exposición de los resultados a la comunidad y recepción de su retroalimentación.

Finalmente, la fase tres del Plan Maestro contendrá las siguientes actividades: 1) Desarrollo de la versión final del Plan Maestro seleccionado en la fase anterior; y 2) Desarrollo de guía de diseño final del Campus y su correspondiente plan económico.

Cabe destacar que el presente plan de trabajo considera *solo las actividades propuestas a realizar durante la Fase 1*. Adicionalmente, en virtud de los resultados y análisis de la Fase 1, se definirá la pertinencia de desarrollar las fases siguientes.

En el marco de esta iniciativa, al Consejo de Campus, según lo estipulado en el Decreto UdeC N° 2013-094, le corresponde *elaborar las políticas generales del Campus en*

*concordancia con el PEI, y aprobar los planes de desarrollo. Por consiguiente, se constituye en un importante cuerpo colegiado que impulsa el crecimiento del Campus.*

Considerando lo anterior, la Dirección General presenta el plan de trabajo de la fase 1 del Plan Maestro a las Consejeras y los Consejeros del Campus para su aprobación.

### **3.1. Equipos de gestión**

Con el fin de organizar el trabajo del Plan Maestro y sus respectivas fases, se establecieron tres equipos: Equipo Coordinador, Equipo Asesor y Equipo Ejecutor.

#### **3.1.1. Equipo Coordinador:**

Entendido como el equipo de control de gestión central, tiene el objetivo de realizar el seguimiento permanente de las actividades contempladas en el Plan Maestro. Además, presentar propuestas, correcciones, lineamientos entre otros al equipo ejecutor. Los integrantes del equipo coordinador se presentan en el diagrama 2.

#### **3.1.2. Equipo Asesor:**

Equipo cuyo rol es velar por el buen funcionamiento de los procesos, además de gestionar la participación de sus representados, asesorando el avance de las fases y actividades en la ejecución del Plan Maestro. Tiene la función de sugerir, colaborar y complementar las propuestas del equipo ejecutor. Adicionalmente, podrán colaborar en algunas de las actividades de las fases del Plan Maestro, siendo además un canal de comunicación y difusión hacia sus representados. Este equipo se reunirá mensualmente.

Como se mencionó anteriormente, posterior a la aprobación del plan de trabajo, la Dirección General del Campus Chillán convocará para constituir el Equipo Asesor.

#### **3.1.3. Equipo Ejecutor:**

Equipo cuyo rol es planificar, realizar y ejecutar todas las actividades propuestas en el Plan de Trabajo de la Fase 1 del plan maestro. Este equipo se coordina colaborativamente con los otros equipos de gestión.

Los productos que se elaboren son entregados al Equipo Coordinador para posteriormente ser presentados al Consejo del Campus.

A continuación, se presenta el organigrama de los equipos de trabajo de la Fase 1:



**Diagrama 2:** Organigrama Equipos de Trabajo (Fuente: Elaboración propia en base a datos entregados por Dirección General Campus Chillán Universidad de Concepción).

#### 4. Desarrollo del Plan de Trabajo

El Plan Maestro desde sus orígenes debe construirse como un proyecto de participación colectiva, que recoja las necesidades de las facultades y escuelas, estudiantado y personal funcionario para garantizar la elaboración y materialización de un anhelo que represente a todos y todas ante las aspiraciones reales de quienes hoy desarrollan sus actividades en el Campus, y que también permita la proyección de la Universidad en el largo plazo.

Cabe destacar, que para lograr el carácter participativo de la Fase 1 se considerará lo establecido por el Art. 2 Letra G de la Ley 21.091 Ley de Educación Superior (2018), que menciona que las instituciones de educación superior deben promover y respetar la participación de todos sus estamentos en su quehacer institucional, con el propósito de fomentar la convivencia democrática al interior de aquellas y el ejercicio de una ciudadanía crítica, responsable y solidaria.

En línea con este propósito se presentan los objetivos de la Fase 1 del Plan Maestro:

## 5. Objetivos de la Fase 1

### 5.1. Objetivo General Fase 1

Co-construir una proyección del Campus Chillán, a través de un proceso participativo, con el fin de desarrollar una visión a futuro que permita idear su crecimiento, en concordancia con las proyecciones de la Universidad de Concepción en su conjunto.

### 5.2. Objetivos Específicos Fase 1

1. Informar sobre el proceso y motivar la participación de los públicos internos en las actividades propuestas para la Fase 1.
2. Generar ideas fuerzas de la visión de futuro que tiene la Comunidad Universitaria respecto al Campus.
3. Identificar las brechas existentes entre la visión de futuro y la situación actual del Campus.
4. Formular las directrices estratégicas que van a dirigir las siguientes fases del Plan Maestro.

## 6. Subetapas de la Fase 1

En el siguiente apartado se describe el diseño metodológico general de la fase 1 y, los objetivos, actividades y productos esperados.

A continuación, se presenta un diagrama de la fase 1 de diagnóstico participativo que incluye una etapa de preparación inicial y una de reporte final:



**Diagrama 3:** Subetapas Fase 1 (Fuente: Elaboración propia).

## **6.1. Desarrollo Metodológico**

### **6.1.1. Enfoque**

Será mixto, ya que el desarrollo del proceso participativo de la Fase 1 estará guiado por los lineamientos de la metodología de planificación estratégica con abordaje participativo, lo que implica la utilización de técnicas de recolección de información cualitativa y cuantitativa.

El propósito de la elección de este enfoque es crear un consenso en torno al modelo futuro del territorio, que se adapte a los cambios que se producen en el entorno y que busque una mayor cohesión e integración del territorio, promoviendo la concertación entre los actores sociales y económicos (FAUG-DIPRUS, 2015).

En concordancia, cabe mencionar que las metodologías participativas surgen como herramientas prácticas para generar transformaciones sociales desde y por los procesos comunitarios. Estas, conciben a los individuos como agentes activos en la (re)construcción del conocimiento y no como agentes pasivos y receptores (Vargas et al, 2010).

Ahora bien, esta forma de levantar información tiene ciertas características que permite diferenciarla claramente de otras técnicas de investigación. Entre sus principales características están que corresponde a una técnica lúdica, interactiva, creativa y flexible, fomenta la conciencia grupal, establece el flujo práctica-teoría-práctica, es formativa, procesal, comprometida y comprometedora (Agrelo, 2011). Además, el establecer un proceso participativo conlleva a una devolución de la información (esta característica la distingue de otras metodologías cualitativas) a la misma población que la otorgó (CIMAS, 2009).

### **6.1.2. Diseño**

El propósito de la primera fase es realizar un diagnóstico participativo como insumo primordial para las siguientes fases del Plan Maestro. El diseño metodológico será de carácter descriptivo, ya que la información que se pretende levantar surge desde los agentes sociales (Comunidad Universitaria y Externa del Campus Chillán), con la intención de abrirse a escuchar, para que la comunidad completa pueda sumarse al proyecto si así lo desea.

### **6.1.3. Técnicas de producción de datos**

En relación con las técnicas de producción de datos, estas serán cuatro:

1) Entrevistas semiestructuradas, entendidas como un evento dialógico donde se vinculan subjetividades a través de la palabra permitiendo que afloren representaciones, recuerdos, emociones y racionalidades pertenecientes a la historia personal, a la memoria colectiva y a la realidad sociocultural (Vélez, 2002). Estas técnicas de recolección de información se realizarán por medio de las plataformas teams y/o zoom y llamada telefónica, dada la contingencia sanitaria actual. Se utilizarán durante las subetapas de Nuestro Futuro e Identificación de Brechas.

2) Talleres participativos, entendidos como un proceso grupal en el que cada persona, desde sus particularidades, aporta para construir conocimientos, planteamientos, propuestas, respuestas, preguntas e inquietudes respecto a un tema (Ghiso, 2001). Estas técnicas de recolección de información se realizarán por medio de las plataformas teams y/o zoom, dada la contingencia sanitaria actual. Se utilizarán durante las subetapas de Nuestro Futuro e Identificación de Brechas.

3) Encuestas, entendida como un conjunto de preguntas respecto de una o más variables (Chasteauneuf, 2009 en Hernandez, Fernandez & Baptista, 2014). Esta técnica se utilizará durante la subetapa de Identificación de Brechas.

4) Jornadas de trabajo online, las cuales corresponderán a instancias de tres horas con un intermedio, en las cuales, Representantes de la Comunidad Universitaria del Campus Chillán UdeC, utilizando la información recogida durante las etapas de Nuestro Futuro e Identificación de Brechas, redactarán los productos de la subetapa de Formulación Estratégica. Esta técnica solo se utilizará en la subetapa de Formulación Estratégica.

### **6.1.4. Muestreo**

El tipo de muestreo que se utilizará para estas actividades variará según la técnica. Para los talleres participativos, entrevistas y encuestas se utilizará un muestreo no probabilístico de tipo estructural y por conveniencia. Que sea no probabilístico, quiere decir que no se obtendrá una muestra estadísticamente representativa. Que sea de tipo estructural quiere decir que se intentará que los participantes pertenezcan a los diferentes estamentos de la Comunidad

Universitaria, para así poder obtener variedad en las opiniones. Que sea por conveniencia, quiere decir que los actores que participen en la producción de datos serán seleccionados según cuan accesibles sean y según su disposición a participar (Otzen y Manterola, 2017).

En el caso de la técnica de jornadas de trabajo online, el muestreo será de tipo no probabilístico intencional (Otzen y Manterola, 2017), lo que quiere decir que se seleccionarán participantes específicos de la Comunidad Universitaria. Estos participantes serán representantes de la Comunidad Universitaria del Campus Chillán. La razón de este tipo de muestreo tiene relación con que las actividades que se realizarán dentro de estas jornadas de trabajo online serán de redacción de los productos de la subetapa de Formulación Estratégica.

#### **6.1.5. Análisis de datos**

Los datos obtenidos en los talleres participativos serán traspasados a las correspondientes pautas tipo de las técnicas implementadas, para generar una transcripción parcial de los registros y de esta forma realizar un análisis interpretativo descriptivo, en el software Atlas.ti. Al incorporar programas para análisis de datos, aumenta la calidad de la investigación educativa, puesto que fortalece la coherencia y el rigor de los procedimientos analíticos (Weitzman, 1995; Seale, 1999). Además, se reconocen como ventajas la rapidez que otorga a procesos mecánicos como: segmentación, recuperación y codificación de información (Amezcuca y Gálvez, 2002).

En cuanto a los datos obtenido en las entrevistas, estos serán transcritos de manera parcial, tomando como guía los objetivos correspondientes. Posterior a esto, los datos también serán ingresados al software de análisis Atlas.ti. Se utilizará la estrategia de análisis de contenido temático, la cual consiste en buscar patrones o temas dentro de los datos (Braun y Clarke, 2006). Se seguirán los seis pasos del análisis temático, a saber: 1) familiarización con los datos: transcripción, lectura, anotar ideas iniciales; 2) codificación inicial; 3) agrupación de los códigos en temas potenciales; 4) revisión de los temas; 5) definición de los temas; y 6) producción del reporte.

Respecto a los datos cuantitativos obtenidos a través de la encuesta, estos serán tabulados y codificados en el software de análisis cuantitativo Rstudio y/o SPSS, para ser analizados mediante estadística descriptiva y de esta forma complementar el análisis cualitativo.

### **6.1.6. Validación de la información**

En cuanto a la validación de los datos cualitativos, esta se logrará teniendo en cuenta los siguientes criterios de rigurosidad:

1) Densidad: este criterio hace alusión a la incorporación de descripciones densas y detalladas de los datos obtenidos (Krause, 1995), lo cual aseguraremos por medio de: a) toma de apuntes en cada taller y entrevista, almacenamiento de imágenes de las actividades realizadas; b) realización de suficientes instancias de producción de datos; y c) análisis de los datos obtenidos.

2) Profundidad: Este criterio se refiere a la triangulación de métodos, investigadores y fuentes de datos sobre los resultados (Krause, 1995). Esto se logra a través de la presencia de 3 personas en el análisis (coordinadora, periodista y gestor del proceso participativo del equipo ejecutor).

3) Transparencia: este criterio permite que las personas que lean el informe final puedan comprender la manera en la que se llegó a los resultados (Krause, 1995). Esto se logra por medio de una descripción detallada, robusta y debidamente referenciada de la metodología utilizada y de todos los pasos seguidos para obtener los resultados.

4) Contexto: este criterio de rigor apunta a la descripción y toma en cuenta durante el análisis y producción de datos del contexto en el cual estos se producen (Krause, 1995). Esto se consigue por medio del análisis y mapeo de actores, lo que se realizó previo al comienzo del proceso de producción de datos

Respecto a la metodología cuantitativa, la validación de los datos se logrará haciendo uso del criterio de rigurosidad cuantitativo de objetividad, el cual consiste en generar un instrumento que sea lo menos sensible posible al sesgo de las personas que investigan (Hernández, et. al., 2014).

### **6.1.7. Difusión de la información**

Para todas las subetapas de la Fase 1 del Plan Maestro, se contemplan materiales de difusión para las instancias participativas (afiches, noticias, mails y newsletter), además de la realización de entrevistas periodísticas, videos corporativos (tipo nota de prensa/reportaje), notas de prensa y publicaciones en redes sociales que permitirán mantener informada a la Comunidad

Universitaria sobre el avance del proyecto. Cabe considerar, que cada subetapa contará con productos comunicacionales específicos según los requerimientos de los públicos.

Además, en cada apartado se mostrará una tabla con las acciones comunicacionales tentativas.

#### **6.1.8. Actividades de finalización de subetapas**

Se finalizará con una sesión de devolución dirigida a la Comunidad Universitaria y con la difusión de resúmenes ejecutivos e infografías del reporte final por medio de correo electrónico y redes sociales. Esto servirá como puntapié inicial para la subetapa siguiente.

#### **6.1.9. Respaldos del levantamiento de información**

Toda información que se levante en las jornadas participativas durante la Fase 1 se respaldará mediante la evidencia del registro de inscripción, captura de pantalla de los asistentes, registro de comentarios y respuestas, más la grabación de la actividad.

A continuación, se describirá cada subetapa de la Fase 1 del Plan Maestro:

### **6.2. Subetapa: Sensibilización**

#### **6.2.1. Objetivo:**

Informar sobre el proceso y motivar la participación de la Comunidad Universitaria en las actividades propuestas para la Fase 1 del proyecto de Plan Maestro Campus Chillán.

#### **6.2.2. Descripción de las actividades:**

En el campo de la acción social, la sensibilización ha sido tradicionalmente una de las estrategias clave para promover el cambio social, tanto a nivel actitudinal como comportamental. Para producir un cambio social significativo en una comunidad o entorno social determinado, es necesario que las personas se movilicen en pos del cambio, y para ello suele ser imprescindible una sensibilización social previa frente a la situación-problema que se pretende afrontar, solucionar o cambiar (Buraschi y Aguilar, 2019).

Con el fin de lograr este objetivo, se focalizarán los esfuerzos en responder a las interrogantes: *¿Qué es un Plan Maestro y en qué nos beneficiaría implementarlo? ¿Cómo podemos participar de la primera fase del Plan Maestro del Campus Chillán? ¿Cuál es la importancia de la participación de la Comunidad Universitaria en el proceso?*

El público objetivo al cual estará dirigida la Sensibilización será la Comunidad Universitaria UdeC del Campus, integrada por todos los estamentos y organizaciones reconocidas formalmente.

### 6.2.3. Actividades de Difusión

A continuación, adjuntamos el *calendario tentativo* de acciones de difusión:

Subetapa	Acciones comunicacionales	Productos a elaborar
Sensibilización 21 de abril (2 semanas)	PREPARACIÓN	INTERNO
	19 de abril   Presentación a Consejo de Campus	Invitación del Rector Cápsulas audiovisuales
	SENSIBILIZACIÓN	Nota en sitio web
	20 de abril   Invitación a participar del Plan Maestro del Rector a la Comunidad UdeC	Invitaciones a talleres
	20 de abril (nota) Aprobación del Plan de Trabajo	Afiches Talleres
		Post de redes sociales (conceptos claves – porcentajes)
		Newsletter
		EXTERNO
	22 de abril   Correo para invitar a formar parte del equipo asesor	Comunicado de prensa
		Nota de prensa
	23 de abril (nota) Constitución Equipo Asesor	
	04 de mayo   Constitución del Equipo Asesor	
	05 de mayo   Correo del Director Campus (invitando a participar)	
	05 de mayo   Entrevista Rector – Director de Campus	
05 de mayo   Inicio de difusión interna (redes sociales)		
05 de mayo al 20 de mayo Difusión Talleres		
19 de mayo   Hito de Lanzamiento		
Desde el 19 de mayo al 20 de mayo - Difusión de talleres y actividades		
(Se acompañará con comunicación externa)		

**Cuadro 1:** Actividades de Difusión subetapa Sensibilización (Fuente: Elaboración propia).

### 6.3. Subetapa: Nuestro Futuro

#### 6.3.1. Objetivo

Generar ideas fuerza de la visión de futuro que tiene la Comunidad Universitaria del Campus Chillán UdeC.

#### 6.3.2. Descripción de las actividades

Se realizarán talleres y entrevistas semiestructuradas, actividades que estarán dirigidas a la Comunidad del Campus Chillán. Para efecto de los talleres y entrevistas la comunidad será distribuida de la siguiente manera:

Talleres se realizarán con: las carreras del Campus, la Dirección General del Campus Chillán y con los representantes de federación de estudiantes y centros de alumnos.

Entrevistas estas se realizarán con: representantes de la asociación de jubilados, representantes de los sindicatos y funcionarios de personal de servicios no alfabetizados digitalmente que no hayan podido participar de los talleres y quieran sumarse a esta instancia.

#### 6.3.3. Productos

El producto será un informe con las ideas fuerza respecto a las visiones de futuro del Campus Chillán, así como también la orientación que deberá seguir parte de la subetapa de Identificación de Brechas.

#### 6.3.4. Actividades de Difusión

A continuación, adjuntamos el *calendario tentativo* de acciones de difusión:

Subetapa	Acciones comunicacionales	Productos a elaborar
Nuestro futuro 24 de mayo (1 mes)	24 de mayo   Inicio Talleres Participativos 31 de mayo   Inicio entrevistas periodísticas actores externos	INTERNO
		Invitaciones Talleres Afiches Talleres Nota en sitio web Newsletter Infografías
		EXTERNO
		Cápsula audiovisual Notas de prensa Comunicados de prensa

**Cuadro 2:** Actividades de Difusión subetapa Nuestro Futuro (Fuente: Elaboración propia).

## **6.4. Subetapa: Identificación de Brechas**

### **6.4.1. Objetivo**

Desarrollar un diagnóstico que permita identificar y dimensionar las brechas entre la visión de futuro y la situación actual del Campus Chillán.

### **6.4.2. Descripción de las actividades**

Se realizará un levantamiento técnico a cargo de profesionales de la FAUG que incluirá la realización de talleres prospectivos con representantes del Campus Chillán, los que aportarán complementariamente a la elaboración de la *Visión de Campus* de la subetapa Formulación Estratégica. También, para la realización de esta *Identificación de Brechas* se considerarán otros indicadores oficiales que se sumarán según pertinencia.

La actividad inicial será un conversatorio informativo, al que se invitarán distintos actores de la Comunidad Universitaria del Campus Chillán. Luego, se desarrollarán las instancias participativas online: talleres participativos, entrevistas y encuestas, destinadas a la Comunidad Universitaria y Comunidad Externa.

La Comunidad Externa está compuesta por: Autoridades Comunales y Regionales, Organizaciones Territoriales y Funcionales de la Comuna de Chillán, Instituciones Privadas e Instituciones Educativas.

### **6.4.3. Productos**

Corresponderá a un informe realizado por la FAUG compuesto por el diagnóstico de brechas y el levantamiento técnico.

#### 6.4.4. Actividades de Difusión

A continuación, adjuntamos el *calendario tentativo* de acciones de difusión de la subetapa:

Subetapa	Acciones comunicacionales	Productos a elaborar
Diagnóstico 28 junio (1 mes y medio)	28 de junio   Inicio Talleres participativos 5 de julio   Encuestas	INTERNO
		Invitaciones Talleres Afiches Talleres Nota en sitio web Difusión encuestas Newsletter Infografías
		EXTERNO
		Nota de prensa Invitaciones Talleres Afiches Talleres Difusión encuestas

**Cuadro 3:** Actividades de Difusión subetapa Diagnóstico (Fuente: Elaboración propia).

### 6.5. Subetapa: Formulación Estratégica

#### 6.5.1. Objetivo

Formular las directrices estratégicas que van a orientar las siguientes fases del Plan Maestro.

Para alcanzar este objetivo, se articulan dos acciones secuenciales: la construcción de *Escenarios* y luego la elaboración de *Visión de Campus*.

#### 6.5.2. Escenarios

El objetivo es construir el escenario ideal, tendencial y consensuado. El insumo directo para la construcción del escenario ideal, es el levantamiento de ideas fuerzas de *Nuestro Futuro*. Para la construcción del escenario tendencial el insumo es la información levantada en *Identificación de Brechas*. Luego de esto, se pasará a la construcción del escenario consensuado.

### 6.5.3. Visión de Campus

El objetivo es elaborar la visión y focos prioritarios que orientarán las fases siguientes del Plan Maestro.

### 6.5.4. Descripción de las actividades

Se iniciarán con un conversatorio al que se invitará a distintos actores de la Comunidad Universitaria del Campus Chillán, para informar y explicar en qué consiste la actividad. Luego, se desarrollarán las jornadas de trabajo para la construcción de los Escenarios.

### 6.5.5. Productos

Los productos serán dos informes: uno de escenarios tendencial, ideal y consensuado, y otro de visión y focos prioritarios.

### 6.5.6. Actividades de Difusión

*A continuación, se presenta el calendario tentativo de acciones de difusión:*

Subetapa	Acciones comunicacionales	Productos a elaborar
Formulación estratégica 16 de agosto (3 semanas)	16 de agosto   Inicio Jornadas de Trabajo	INTERNO
		Invitaciones Talleres
		Afiches Talleres
		Nota de Prensa
		Newsletter
		Infografías
		EXTERNO
		Comunicado de prensa
		Nota de prensa

**Cuadro 4:** Actividades de Difusión Subetapa Formulación Estratégica (Fuente: Elaboración propia).

## **7. Plan comunicacional**

Según lo expresado por Tironi y Cavallo (2007), la comunicación estratégica corresponde a la práctica que tiene como objetivo convertir el vínculo de las organizaciones con su entorno cultural, social y político en una relación armoniosa y positiva desde el punto de vista de sus intereses objetivos.

Ahora bien, entendemos como plan comunicacional al documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones comunicacionales, tanto internas como externas, que se propone realizar una organización (Sierra, 2014). En términos generales, la implementación de un plan comunicacional permite trazar las líneas operacionales adecuadas para transmitir un mensaje preciso y coherente, diseñando el método para llegar a los públicos objetivos de forma ordenada y estratégica.

A continuación, se presentan los objetivos del Plan Comunicacional:

### **7.1. Objetivos**

#### **7.1.1. Objetivo General**

Motivar la participación de la Comunidad Universitaria y Comunidad Externa del Campus en las distintas actividades propuestas para la primera fase del Plan Maestro.

#### **7.1.2. Objetivos Específicos**

Para lograr estos objetivos a las comunidades mencionadas anteriormente se debe:

1. Mantener informada respecto al desarrollo de la propuesta de Plan Maestro y sus subetapas.
2. Afianzar respecto a la relevancia de ser parte del proceso participativo.
3. Generar sentido de identidad y pertenencia respecto a la propuesta del Plan Maestro.

### **7.2. Canales comunicacionales**

De igual forma, se definieron los siguientes medios de comunicación a utilizar durante el proceso participativo:

Canales Comunidad Universitaria	Canales Comunidad Externa
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mailings (Mail Institucional)</li> <li>• Redes Sociales Institucionales</li> <li>• Páginas web Institucionales UdeC</li> <li>• Página web del proyecto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicados de prensa (radio y escrito, televisión)</li> <li>• Sitios Web de los medios de comunicación de la Región de Ñuble</li> <li>• Redes sociales medios de comunicación de la Región de Ñuble</li> </ul>

**Cuadro 5:** Canales de Comunicación (Fuente: Elaboración propia).

### 7.2.1. Productos a elaborar

Finalmente, se definieron los principales productos comunicacionales a desarrollar durante la implementación de la primera etapa del plan:

Comunidad Universitaria	Comunidad Externa
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Videos corporativos</li> <li>• Infografías</li> <li>• Material audiovisual para difundir en redes (fotografías, videos)</li> <li>• Entrevistas de tipo audiovisuales y escritas a actores clave</li> <li>• Newsletter</li> <li>• Invitaciones y afiches</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicados de prensa</li> <li>• Entrevistas radiales en los medios de comunicación presentes en Chillán.</li> <li>• Publicación de artículos en medios de comunicación locales sobre el proyecto.</li> <li>• Invitaciones y afiches</li> </ul>

**Cuadro 6:** Productos Comunicacionales (Fuente: Elaboración propia).

### 7.3. Estrategia comunicacional

Se contemplan tres momentos comunicacionales a lo largo del plan, los que se detallan en el siguiente diagrama:



**Diagrama 4:** Estrategia Comunicacional (Fuente: Elaboración propia).

En conclusión, el presente documento busca transmitir la inigualable oportunidad que posee el Campus en el nuevo siglo de la Universidad. Se dan los primeros pasos para un desarrollo futuro que plasme los anhelos y sueños de la comunidad en su conjunto, constituyéndose en un legado enriquecedor para las nuevas generaciones. El rol que cumplirá el Honorable Consejo lo posicionará, como visionario e innovador, en un lugar privilegiado de la historia universitaria, regional y nacional.

Esta idea de progreso es un compromiso y desafío que sin duda persistirá en el tiempo, porque en la esencia de académicos y académicas está el *deseo* inagotable de creación y transformación, *deseo* que traspasan a sus estudiantes y se consolida con el apoyo de todas y todos.

## 8. Bibliografía:

- Acuña, H. & Konow, I. (1990). Métodos y técnicas de investigación prospectiva para la toma de decisiones. FUNTURO: Chile.
- Agrelo, A. (2011). Metodología participativa. Universidad de Mendoza. Recuperado el 10 de diciembre de 2015 de <http://es.slideshare.net/andreagrelo/metodologa-participativa>
- Amezcu, M. y Gálvez, A. (2002). Los modos de análisis en investigación cualitativa en salud: perspectiva crítica y reflexiones en voz alta. *Revista Española de Salud Pública*, 76, 423-436.
- Armijo, M. (2011). *Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público*. Santiago de Chile: Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES).
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3, 77-101.
- Buraschi, D. y Aguilar, M. (2019) *Más allá de las campañas de sensibilización: el empoderamiento comunicacional como estrategia de intervención social*. ATPS. 16, 77-94.
- Cook, T.D., Reichardt, Ch.S. (1986). Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa. Morata: Madrid.
- Dirección de Desarrollo Estratégico UdeC. (2020). Plan Estratégico Institucional 2021-2030. recuperado a partir de: <http://pei.udec.cl/pei-2021-2030/>
- Facultad de Arquitectura Urbanismo (FAUG) y Geografía, Diplomado en Diseño y Gestión de Proyectos Urbanos Sostenibles (DIPRUS), (2015). Estrategias para la reactivación del centro de Concepción. Bases teóricas y metodológicas para un plan estratégico de desarrollo urbano y proyectos urbanos sostenibles. Registro propiedad intelectual ISBN 978-956-358-760-9.
- Facultad de Agronomía de la Universidad de Concepción Chillán (2015) Sesenta años y algo más. Recuperado a partir de: <http://www.agronomiaudec.cl/wp-content/uploads/2018/03/Libro-60-Aos-y-algo-ms.pdf>
- Ghiso, A. (1993). Cuando el saber rompe el silencio... Diálogo de saberes en el proceso de educación popular". En La Piragua No 7, Santiago, Ceaal, 1er Semestre de 1993.
- Gobierno Regional de Ñuble. (2020) Estrategia Regional de Desarrollo Región de Ñuble 2020 - 2028. Recuperado a partir de:

<https://www.goredenuble.cl/sites/default/files/documentos/ERD%C3%91UBLE%202020%20-%202028.pdf>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M.P. (2006). Metodología de la Investigación. México: McGraw Hill.

Krause, J. (1995). La investigación cualitativa: un campo de posibilidades y desafíos. *Revista Temas de Educación*, 0(7), 19-40.

Mella, O. (2003). Metodologías cualitativas en ciencias sociales y educación. Editorial Primus: Santiago de Chile.

Ministerio de Educación. (29 de mayo de 2018). Ley sobre Educación Superior. Ley 21091. Recuperado a partir de: <http://bcn.cl/2fcks>

Ministerio del Interior y Seguridad Pública (19 de agosto de 2017) Ley 21033: Crea la XVI Región de Ñuble y las Provincias de Diguillín, Punilla e Itata. Recuperado a partir de: <http://bcn.cl/2oaim>

Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible (CIMAS). (2009). Manual metodologías participativas. Madrid: España.

Otzen, T. y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol.*, 35(1):227-232.

Perez, G. (2014). El Plan Maestro como instrumento de diseño urbano: potencialidades y limitantes. El caso de la ciudad de Antofagasta. *Revista AUS [Arquitectura / Urbanismo / Sustentabilidad]* (15): 16-21.

Ramírez, A., Maxula y Gouveia, E. y Lozada, J. (2011). El trabajo de campo estrategia metodológica para estudiar las comunidades. *Omnia*, 17 (3), 9-22. [Fecha de Consulta 4 de febrero de 2021]. ISSN: 1315-8856. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=737/73720790002>

Riaño, P. (1998). Recuerdos metodológicos, Medellín, Región (doc. sineditar).

Seale, C. (1999). *The quality of qualitative research*. Londres: Sage.

- Sierra, F. (2014). *Elaboración de un plan de comunicación*.
- Tironi, E. & Cavallo, A. (2004). *Comunicación Estratégica, vivir en un mundo de señales. Taurus: Santiago.*
- Universidad de Concepción Dirección General Campus Chillán. (2013). Decreto UdeC N° 2013-094.
- Vargas, S., Güitrón de los Reyes, A. y Hernández, C. (2010). Guía para la construcción de consensos en la gestión integrada del agua. Capítulo 6. Herramientas para el consenso y la participación de los grupos de interés. Instituto Mexicano de Tecnología del Agua. Comité Mexicano del Programa Hidrológico Internacional.
- Weitzman, E. y Miles, M. (1995). *Computer programs for qualitative data analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.