

RESUMEN EJECUTIVO

1. Plan de Trabajo | Dirección General Campus Chillán

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.

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.

2. Objetivos

2.1. Objetivos de la Fase 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.

Objetivos específicos Fase 1

1. Informar sobre el proceso participativo 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.

3. Fase

3.1. Desarrollo metodológico

El enfoque metodológico 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.

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.

Consiguientemente, la Fase 1 del Plan Maestro contempla las siguientes subetapas: Sensibilización, Nuestro Futuro, Identificación de Brechas, Formulación Estratégica.

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 1: Subetapas Fase 1 Plan Maestro (Fuente: Elaboración propia).

A medida que las subetapas se encuentren en marcha, se aplicaran las siguientes instancias participativas contenidas en el plan de trabajo:

Etapas	Técnica	Comunidad
Nuestro Futuro	Talleres participativos	Comunidad Universitaria
	Entrevistas semiestructuradas	
Identificación de Brechas	Talleres participativos	Comunidad Universitaria y Comunidad Externa
	Entrevistas semiestructuradas	
	Encuestas	
Formulación estratégica	Jornadas de trabajo	Representantes Comunidad Universitaria

Cuadro 1: Instancias Participativas (Fuente: Elaboración propia).

3.2. Cuadro Resumen Fase 1

El siguiente cuadro muestra el proceso y actividades de las etapas contenidas en la Fase 1 del Plan Maestro:

Método	Subetapa	Técnica Metodológica	Formas de Registro	Actores	Productos	Aprobación
Participativo descriptivo	Sensibilización	Estrategia de sensibilización	No aplica.	Comunidad Universitaria	No aplica.	Consejo de Campus
	Nuestro Futuro	Talleres Participativos	Registros de inscripción, grabación de la jornada, registro de plataformas virtuales y transcripción de entrevistas	Comunidad Universitaria	Informe Visión de Futuro	
		Entrevistas semiestructuradas				
	Identificación de Brechas	Talleres Participativos		Comunidad Universitaria Comunidad Externa	Informe Identificación de Brechas	
		Entrevistas semiestructuradas				
		Encuestas				
	Formulación Estratégica	Jornadas trabajo		Representantes Clave Comunidad Universitaria	Informe Escenarios Informe Visión de Campus	
		Talleres participativos				

Cuadro 2: Resumen Fase 1 (Fuente: Elaboración propia).

4. 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.

4.1. 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.

4.2. 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.

4.3. 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:

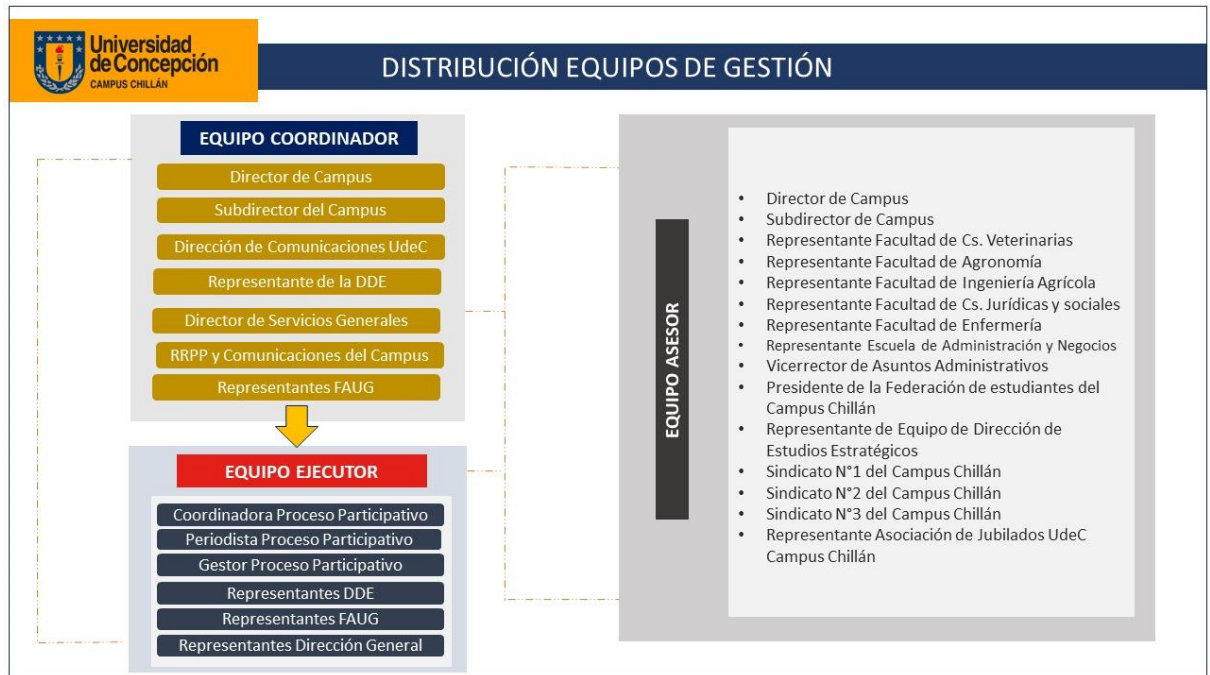


Diagrama 2: Organigrama Equipos de Trabajo (Fuente: Elaboración propia en base a datos entregados por Dirección General Campus Chillán Universidad de Concepción).

5. Plan Comunicacional | Dirección General Campus Chillán

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.

5.1. Objetivos:

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.

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.

5.2. Canales comunicacionales

Se definieron los siguientes medios de comunicación a utilizar durante el proceso participativo:

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

Cuadro 3: Canales de Comunicación (Fuente: Elaboración propia).

5.3. Productos a elaborar

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

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

Cuadro 4: Productos (Fuente: Elaboración propia).

5.4. Estrategia Comunicacional

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



Diagrama 3: Estrategia Comunicacional (Fuente: Elaboración propia).

6. 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.