



PLAN DE COMUNICACIÓN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	PO-02
	Edición: 00
	Hoja: 1 de 19

PLAN DE COMUNICACIÓN

PO-02 PLAN DE COMUNICACIÓN DEL PLAN PCASUS

Elaborado: Grupo de trabajo Fecha: Abr-06	Revisado: Equipo Director Plan PCASUS Fecha: Jun-06	Aprobado: Director de Recursos Humanos de la Universidad de Sevilla Fecha: Jul-06			
EDICIÓN	00				
FECHA	01.04.2006				



PLAN DE COMUNICACIÓN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	PO-03
	Edición: 00
	Hoja: 2 de 19

ÍNDICE

	Pág.
1.- OBJETO	3
2.- ALCANCE	3
3.- DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA	4
4.- AREAS INVOLUCRADAS	6
5.- DESARROLLO	6
6.- METODOLOGIA	10
7.- EL PLAN DE COMUNICACIÓN PACASUS	11
8.- MEDICION	17
9.- HISTORICO DE CAMBIOS	19



PLAN DE COMUNICACIÓN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	PO-02
	Edición: 00
	Hoja: 3 de 19

1. OBJETO

Este Plan tiene como finalidad dotar al PCASUS de un sistema de comunicación que le permita difundir sus principios y valores, sus contenidos y sus avances de manera sistemática con el objeto de facilitar y favorecer la aceptación y la interiorización de los mismos, contribuyendo, de este modo, a aumentar la motivación, la cohesión y el desarrollo personal en aras de una gestión más ágil, eficiente y eficaz.

Como herramienta de comunicación del PCASUS, y en lógica concordancia con sus principios y contenidos, debe estar al servicio de los distintos grupos de mejora constituidos para su despliegue, convirtiéndose en un sistema abierto a la participación, al diálogo y a la transparencia y, en consecuencia, generando la credibilidad y la confianza necesarias para alcanzar el fin último de todo Plan de Calidad: la mejora continua.

Propietario del Plan: Emilio Veas López

Revisión del Plan: Este procedimiento será revisado por primera vez a la conclusión del taller formativo que se impartirá por especialistas en septiembre de 2006, con las aportaciones que realicen los asistentes al mismo y en todo caso anualmente o cuando concurren circunstancias que así lo aconsejen.

2. ALCANCE

El procedimiento sirve como guía para desarrollar todas las tareas necesarias para asegurar el máximo alcance de la información relevante sobre el Plan PCASUS. Asimismo puede servir de apoyo para que los grupos de mejora constituidos en la Administración y Servicios de la Universidad de Sevilla implementen a su vez las tareas necesarias para garantizar la difusión de sus propios planes de mejora.

Está incluido en el Plan de Calidad de la Administración y Servicios de la Universidad de Sevilla (PCASUS) y aunque su uso no es obligatorio, si se considera recomendable.

3. DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA



PLAN DE COMUNICACIÓN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	PO-02
	Edición: 00
	Hoja: 4 de 19

- Material relativo a los siguientes cursos y talleres impartidos en cursos de formación para el PAS:
 - CALIDAD Y GESTIÓN
 - HABILIDADES EN LA GESTIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO
 - CURSO PRÁCTICO SOBRE CALIDAD DE LA ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS UNIVERSITARIOS
- Documentos:
 - Documento PCASUS
 - PO de Implantación y Gestión de Sistemas de Indicadores
 - *PO de diseño y elaboración de encuestas (en fase de elaboración)*
- Vocabulario:
 - **Canales o soportes:** Instrumento a través del cual se transmite el mensaje.
 - **Códigos** el lenguaje que se emplea en la comunicación
 - **Comunicación:** Proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes.
 - **Comunicación ascendente:** Esta comunicación fluye desde los subordinados a los superiores y continúa ascendiendo por la jerarquía organizativa.
 - **Comunicación cruzada:** La comunicación cruzada incluye el flujo horizontal de información entre personas de niveles organizativos iguales o similares, y el flujo diagonal entre personas en diferentes niveles que no tienen relaciones de dependencia directa.
 - **Comunicación descendente:** Este tipo de comunicación fluye de las personas situadas en los niveles más altos de la jerarquía organizativa hacia las que se encuentran en los niveles inferiores.
 - **Comunicación formal:** es toda aquella comunicación fomentada por la dirección de la empresa y que fluye por los canales formalmente establecidos.
 - **Comunicación informal:** es la comunicación que surge de forma espontánea en las organizaciones debido a la interacción social entre sus miembros, por lo que es tan variada, dinámica e inconstante como las personas. Dentro de ésta se incluye al rumor.
 - **Cuadro de mando:** Herramienta de gestión que facilita la toma de decisiones, y que recoge un conjunto coherente de indicadores que proporcionan a la alta dirección y a las funciones responsables una



PLAN DE COMUNICACIÓN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	PO-02
	Edición: 00
	Hoja: 5 de 19

visión comprensible del negocio o de su área de responsabilidad. La información aportada por el cuadro de mando, permite enfocar y alinear los equipos directivos, las unidades de negocio, los recursos y los procesos con las estrategias de la organización.

- **Documento de mejora:** Documento que contiene la información relativa al Plan de mejora existente en una entidad.
- **Emisor:** la persona (o grupo de personas) que trata de hacer partícipe a otros de lo que él posee.
- **Entidad:** Entiéndase por entidad un Centro, un Departamento, un Servicio o cualquier unidad administrativa o de servicios, organizada de forma que tenga competencias directas sobre planes o procesos.
- **Estrategia:** Plan estructurado para lograr objetivos.
- **Grupo de Mejora:** Conjunto de personas que pretenden alcanzar propósitos u objetivos comunes (profesionales), tienen un sentido de identidad compartido, ofrecen oportunidades de participación e interacción entre sus miembros; están dotados de cohesión interna; tienen una estructura de funcionamiento y una duración limitada y medible en el tiempo.
- **Indicador:** Según la norma UNE 66.175 (2003): “Dato o conjunto de datos que ayudan a medir objetivamente la evolución de un proceso o de una actividad.”
- **Mensaje:** la expresión del contenido de la comunicación.
- **Misión:** Objeto de ser de una entidad. Lo que la diferencia de otra de la misma naturaleza.
- **PCASUS:** Plan de calidad y mejora continúa de la Administración y Servicios de la Universidad de Sevilla.
- **Plan de Comunicación:** Estrategias de comunicación que permiten a través de los medios y soportes adecuados cubrir las necesidades de comunicación que presentan los individuos y grupos que componen una organización.
- **Procedimiento:** conjunto de fases sucesivas de un fenómeno u operación artificial y que se caracteriza por estar definido explícita y documentalmente. Se trata de aquellos documentos que establecen las responsabilidades y los criterios seguidos en las actuaciones relacionadas con la standarización y la racionalización de tareas realizadas en la gestión y prestación de servicios. Son objeto de procedimiento aquellas facetas o conjunto de actividades que sean consideradas relevantes para una determinada área funcional en función de: el consumo de recursos, el impacto en la satisfacción de los usuarios, objetivos directivos u otro criterio previamente establecido.
- **Proceso:** conjunto de actuaciones, decisiones, actividades y tareas que



PLAN DE COMUNICACIÓN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	PO-02
	Edición: 00
	Hoja: 6 de 19

se encadenan de forma secuencial y ordenada para conseguir un resultado que satisfaga plenamente los requerimientos del cliente al que va dirigido.

- **Propietario del objetivo:** Persona responsable de la realización de las acciones y recursos necesarios, para garantizar la consecución del mismo.
- **Propietario del proceso:** Persona responsable de la gestión del proceso asignado y por tanto de sus resultados, de su rentabilidad, y de la organización necesaria para el óptimo funcionamiento del proceso.
- **Receptor:** la persona o grupo de personas a quién se dirige el mensaje en un proceso de comunicación.
- **Retroalimentación:** el feedback, momento en el que el emisor se convierte en receptor para captar la comprensión, o la respuesta a su mensaje. La retroalimentación nos permite conocer el éxito de la comunicación.
- **Ruido:** entendemos cualquier tipo de interferencia producida durante el proceso de comunicación, que dificulta la circulación de los mensajes, o los desvirtúa.

4. AREAS INVOLUCRADAS

El presente Plan afecta a los responsables de la comunicación de Plan PCASUS y a todos aquellos Servicios, Centros y Unidades administrativas (en adelante entidades) que se encuentren involucrados en proyectos de mejora continua al amparo del Plan PCASUS y que lo utilicen como herramienta para dinamizar la comunicación de sus propios planes de mejora.

5.- DESARROLLO

5.1 Introducción:

Comunicar de puertas adentro es desarrollar en las relaciones de trabajo un ambiente de sinceridad, de escucha y de circulación de la información. Si no se estimula la habilidad de la escucha al otro, no hay retroalimentación y se pierde el sentido. Si no se sabe escuchar, se corre el riesgo de comunicar muy bien la información que no le interesa a nadie y además se trunca otra vía de intercambio para generar creatividad y espíritu de equipo.

La comunicación interna sirve a que la **misión** y la historia de la organización sean compartidas por todos. Ignorar los planes generales de trabajo suele conducir a la fragmentación y al desconocimiento del sentido de las propias acciones en una



PLAN DE COMUNICACIÓN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	PO-02
	Edición: 00
	Hoja: 7 de 19

organización.

Gestionar la comunicación implica definir un conjunto de acciones y procedimientos mediante los cuales se despliegan una variedad de recursos de comunicación para apoyar la labor de las organizaciones.

A través de la gestión de la Comunicación se facilita el despliegue de todo el aparato de comunicación destinado al personal con el objeto de:

- Promover la comunicación entre los miembros
- Facilitar la integración entre las realizaciones personales y las institucionales
- Reducir los focos de conflicto interno a partir del fortalecimiento de la cohesión de los miembros
- Contribuir a la creación de espacios de información, participación y opinión

Los procesos de comunicación, desde una perspectiva sistémica, permiten a la organización mantener la coordinación entre sus distintas partes y alcanzar así su característica esencial: la de ser un sistema (Katz y Kahn, 1986)

La comunicación interna permite la introducción, difusión, aceptación e interiorización de los nuevos valores y pautas de gestión que acompañan el desarrollo de una organización.

Por otro lado, uno de los objetivos que toda organización persigue es que sus trabajadores estén motivados, identificados con los objetivos organizacionales. Los trabajadores a su vez necesitan estar informados para sentirse parte activa de la organización y que la participación reciba el adecuado reconocimiento. De este modo, la comunicación al incrementar la posibilidad de participación, favorecer las iniciativas y movilizar la creatividad, se convierte en un factor de integración, motivación y desarrollo personal.

Por tanto los directivos juegan un papel fundamental para alcanzar los objetivos que se plantean. Tomar conciencia de su importancia, facilitará el establecimiento y puesta en práctica de estrategias orientadas en ese sentido y su participación activa será determinante para el logro pretendido. Establecer un ambiente comunicativo reducirá el nivel de ruido, las relaciones interpersonales que se desarrollan sobre rumores y suposiciones y un ambiente de incertidumbre que bloquee todo intento de comunicación; porque así se desvirtúa el cumplimiento de la misión de la organización. Algunos de



PLAN DE COMUNICACIÓN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	PO-02
	Edición: 00
	Hoja: 8 de 19

estos problemas se presentan debido a la ausencia de un ambiente comunicativo que propicie un clima laboral agradable y permita generar y poner en marcha los cambios que se requieren para responder con eficacia a las exigencias actuales y futuras.

5.2 TIPOS DE COMUNICACIÓN:

- **Descendente:** fluye desde la dirección hacia los empleados. Se utiliza para dirigir, coordinar, informar al trabajador sobre las tareas a realizar, los objetivos y la política empresarial, la evaluación del desempeño, las actividades, los servicios, los beneficios que ofrecen la empresa, la situación económica, etc. Entre sus fines está fundamentalmente la motivación.
- **Ascendente:** fluye desde los empleados hacia la dirección a través de los canales que se prevean para ello.
- **Horizontal:** Los grupos de trabajo. Consiste en la transmisión de información entre personas que están en un mismo nivel jerárquico, o la que se produce entre personas que están en un nivel distinto, con o sin dependencia directa y se encuentran o no en diferentes entidades.
- **Informal:** el rumor
- **Formal:** es la que se produce dentro de una organización de forma estructurada, de acuerdo con la jerarquía establecida y respetando determinadas normas y reglas.

5.3. HERRAMIENTAS DE GESTION

Es importante la generación de distintos Soportes de Comunicación Interna para que sea más rica la comunicación. Los mismos pueden ser orales, escritos, audiovisuales, digitales etc. Las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) abren el abanico de posibilidades e integran distintas modalidades generando soportes Multimedia e Hipermedia.

Carta al Personal: Las cartas deben ser breves y legibles. Se utilizan para difundir información importante tales como resultados, cambios en la organización, etc. Su ventaja radica en la rapidez de su llegada y el impacto que provoca el remitente. Por ello, se aconseja realizarlas de forma personalizada y no en forma múltiple con un destinatario común.

Carteleras: Este ancestral pero efectivo medio de comunicación se debe colocar en un lugar de tránsito seguro del personal. Puede contener información general, normativas institucionales e informaciones que intercambia el personal. Es necesario que su contenido esté ordenado para que visualmente sea de rápida lectura y notorio el cambio periódico de su información. Es necesario, para evitar malos entendidos,



PLAN DE COMUNICACIÓN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	PO-02
	Edición: 00
	Hoja: 9 de 19

consignar en cada mensaje los remitentes y su fecha.

Cuadernillo de Bienvenida: Cualquier persona que ingresa a una Institución nueva necesita saber a dónde se ha incorporado. Para ello se diseña este material que tentativamente puede incluir: una síntesis histórica, las normas internas, su organigrama, sus integrantes, etc. *Ver Procedimiento Operativo de Información y Atención en primera línea.*

Manuales de estilo: Son guías sistematizadas de procedimientos institucionales que reúnen la información técnica, organizativa, histórica, etc. Ayudan a organizar y coordinar las actividades. Además, como la dimensión de la comunicación es amplia, colabora indirectamente en la imagen creando una sinergia de discursos no necesariamente verbales; evitando contradicciones.

Folleto: Sobre temas particulares, por ejemplo ¿Qué hacer frente a un accidente laboral? se pueden diseñar sencillos y prácticos trípticos para el personal en el contexto de campañas de concienciación.

Publicación Institucional: Una revista interna informa, motiva y cohesiona al personal. Su importancia es que en ella confluyen informaciones de diferentes áreas. Así, se produce una comunicación ascendente, descendente y lateral. Además, la identificación de los integrantes con su contenido conlleva, por un lado, la valoración como persona y, por otro, un sentimiento de pertenencia. Estas publicaciones se adecuan a los hábitos de lectura de cada cual y crea una cita periódica entre la redacción y el personal.

Reuniones: Las reuniones son un espacio de comunicación para: informar, capacitar, reflexionar, tomar decisiones, etc. Lo importante es contar con espacio acorde y convocar a los participantes con la debida antelación.

Línea abierta o Línea directa: Es una línea telefónica donde todos pueden llamar y dejar sus preguntas, sugerencias, temores, etc., en un contestador. Pueden utilizarlo todos los integrantes de la organización y es obligatorio que, junto al mensaje, dejen su nombre y Servicio. Los mensajes serán revisados por el responsable y cuanto antes deben ser contestados.

Buzón de Quejas y sugerencias: Permiten que todos los integrantes de la organización se expresen con libertad y puedan transmitir a los niveles superiores de la organización sus inquietudes y expectativas. No deben tenerse en cuenta los mensajes anónimos.

Medios electrónicos:

E-mail: sus ventajas son: rapidez, interactividad, difusión, facilidad de fijación del destinatario.

Listas de distribución y foros de discusión por internet: pueden servir para motivar a los integrantes de las mismas en el uso de estas herramientas y estimular su pertenencia. Los temas pertinentes serían institucionales.



PLAN DE COMUNICACIÓN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	PO-02
	Edición: 00
	Hoja: 10 de 19

En la página Web institucional se puede prever un área restringida sólo para los integrantes de la institución e implementar los foros.

6. METODOLOGIA

6.1. Auditoria de Comunicación Interna

Análisis de los canales de comunicación existentes y propuestas de mejora

Sugerencias sobre nuevos canales

Valoración sobre el papel de los responsables y directivos en la comunicación interna; informe de recomendaciones para la mejora de sus competencias.

6.2. Potenciación de las Entidades en la gestión de la comunicación interna

Análisis de puntos críticos y propuestas de mejora

Determinar destinatarios de la comunicación

6.3. Diseño del Plan de Comunicación Interna de la entidad.

Definición de los objetivos de comunicación

Propuesta de los canales mas eficaces

Designación de los gestores de cada canal

Aplicación de Manuales de Uso y Gestión de los canales

Diseño de un boletín de comunicación interna (opcional)

Posible diseño de herramientas de comunicación interna/externa vía Intranet

6.4. Talleres de formación y entrenamiento para miembros de la entidad sobre gestión de la comunicación interna



PLAN DE COMUNICACIÓN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	PO-02
	Edición: 00
	Hoja: 11 de 19

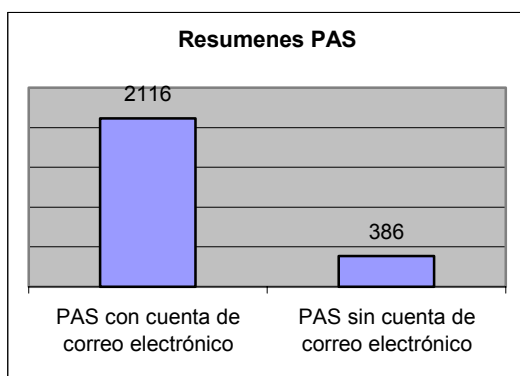
7.- EL PLAN DE COMUNICACIÓN PCASUS

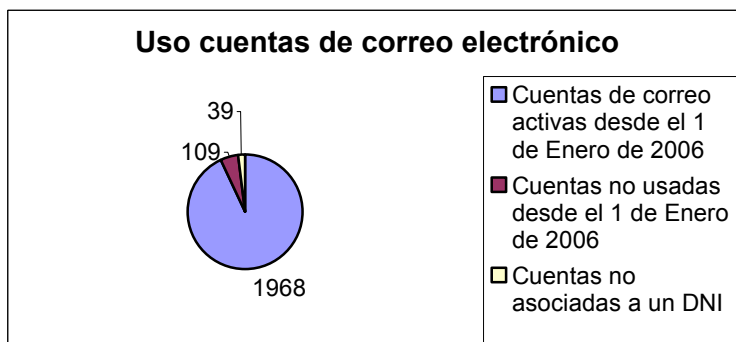
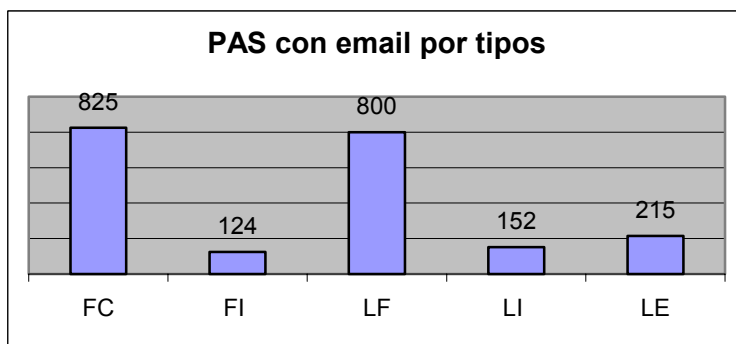
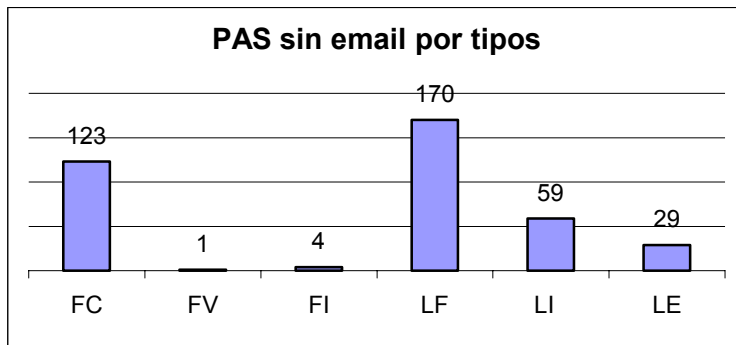
7.1 Auditoria:

Como resultado del análisis de la situación actual en nuestra Universidad, en referencia a las herramientas utilizadas en la comunicación interna y basándonos en el conocimiento de nuestra organización, en las dimensiones de la misma y en los medios técnicos de los que se dispone, deducimos que el correo electrónico es el principal medio utilizado para la comunicación descendente e institucional, así como una eficaz herramienta para la comunicación horizontal. Veamos los datos existentes al objeto de valorar el alcance de este canal:

Todos los miembros de la comunidad universitaria disponen de una cuenta de correo electrónico, previa solicitud por parte del interesado. El número total de cuentas de correo en los buzones de la Universidad es 17.058, de las cuales 2.785 son las referidas al Personal de Administración y Servicios. Estas cuentas son de dos tipos: cuentas personales, asociadas a un DNI (antgarcia@us.es), y cuentas ligadas a un puesto de trabajo, no asociadas a un DNI (paslab@us.es)

En la actualidad el uso del correo electrónico en el sector del PAS se puede resumir en los siguientes gráficos:





De estos datos cabe destacar:

- El número de PAS sin cuenta de correo es de: 386
- El número de PAS que no usan su cuenta de correo es de: 109

Esto significa que aproximadamente un 20 % del PAS no utiliza una cuenta de correo personal de la Universidad.



PLAN DE COMUNICACIÓN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	PO-02
	Edición: 00
	Hoja: 13 de 19

Además, los usuarios de correo electrónico de la US, pueden hacer uso del servicio de listas de distribución. Hay varios tipos de listas:

- **institucionales:** Para la emisión de mensajes institucionales. Suscritos de oficio por ser miembro de la comunidad universitaria, Ejemplo: pas@us.es.
- **generales:** Para intercambio de información de interés entre los diferentes sectores. Son listas no moderadas y de alta y baja voluntaria. Ejemplos:
 - debates@us.es
 - debatespas@us.es
 - anunciosacademicos@us.es
 - anunciosacademicospas@us.es
 - otrosanuncios@us.es
 - otrosanunciospas@us.es
- **temáticas:** Para que servicios y unidades de la US puedan informar a sus suscriptores. La moderación es opcional y la creación es a demanda de los servicios administrativos. El alta y la baja son voluntarias. Ejemplo: sic@us.es
- **específicas autogestionables:** Se ofrece a Servicios de la Universidad de Sevilla, Centros, Departamentos, Grupos de Investigación, etc. la posibilidad de creación de listas de distribución autogestionables.

Los datos de uso de las listas son:

<i>Lista de distribución</i>	<i>Usuarios de la lista</i>
pas@us.es	2.800
debatespas@us.es	1.659



PLAN DE COMUNICACIÓN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	PO-02
	Edición: 00
	Hoja: 14 de 19

anunciosacademicos@us.es	4.556
anunciosacademicospas@us.es	1.780
otrosanuncios@us.es	4.582
otrosanunciospas@us.es	1.782

<i>Mes del Año 2006</i>	<i>Número de listas específicas</i>	<i>Mensajes a las listas</i>
Enero	322	8.444
Febrero	355	8.892
Marzo	366	11.253
Abril	367	7.638
Mayo	370	10.631

El tráfico de correo en los buzones de PDI y PAS de la US en los últimos meses del año 2.006 ha sido el siguiente:

Mes del 2006	Número de correos
Enero	2.834.406
Febrero	2.336.720
Marzo	2.301.982
Abril	2.505.363
Mayo	2.812.466



PLAN DE COMUNICACIÓN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	PO-02
	Edición: 00
	Hoja: 15 de 19

A la vista de esta situación se determina que optar principalmente por el uso de este canal como medio para la comunicación descendente, parece adecuado. Además y ya que pueden identificarse claramente aquellas personas que no tienen o no usan esta vía, cabría realizar acciones encaminadas a propiciar su uso entre éstos y establecer procedimientos para que, mientras tanto este objetivo no se alcanza, toda la información que se difunda vía correo electrónico también se difunda en soporte papel, exclusivamente para aquellas personas ya identificadas como no usuarias del correo electrónico.

No hay que obviar el uso de otro tipo de medios cuando por la naturaleza de la información o el objetivo pretendido por la misma así lo aconsejen.

En definitiva, fomentar el uso del correo electrónico entre las personas que no lo hacen y establecer una sistemática de comunicación sobre el Plan PCASUS o los distintos Planes de Mejora por parte de sus responsables son los principales factores críticos de éxito del Plan.

En cuanto a la comunicación ascendente fomentar el uso de los buzones de sugerencias, quejas, etc. favorecerá en gran medida la retroalimentación del sistema.

Para la evaluación del sistema se establecerán los indicadores que quedan definidos en el apartado 8. Medición.

7.2 Acciones a emprender



PLAN DE COMUNICACIÓN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	PO-02
	Edición: 00
	Hoja: 16 de 19

Objetivo: Asegurar el alcance de la información emitida sobre el plan PCASUS al Personal de Administración y Servicios de la US.

Propietario del Objetivo: Juan Ramón Campos Vega

ACCIONES	RESPONSABLE	INDICADORES	RECURSOS	OBSERVACIONES
1. Identificar información relevante para su comunicación a la totalidad de la Plantilla del PAS. 2. Emitir la información determinada y asegurar el alcance a la plantilla, cuando sea necesario y al menos una vez al mes. 3. Identificar a las personas que no usan o no tienen correo electrónico para establecer estrategias alternativas de comunicación.	Dirección de RRHH Dirección de Recursos Humanos Jesús M ^a Hidalgo Ortiz	I1. N ^o de comunicaciones emitidas sobre el plan PCASUS. Se medirá semestralmente. I2. N ^o de personas que no se comunican por email / total de la plantilla	Direcciones de la totalidad de la plantilla. Determinación de los no usuarios de correo electrónico para establecer otros canales.	Se pretende fomentar el uso del correo electrónico como canal principal de comunicación en la Administración y Servicios.

Objetivo: Asegurar que la totalidad de los miembros de la entidad estén informados de la evolución del Plan de mejora continua de "entidad"



PLAN DE COMUNICACIÓN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	PO-02
	Edición: 00
	Hoja: 17 de 19

Propietario del Objetivo: <i>Persona A (Determinar una persona para cada entidad)</i>				
ACCIONES	RESPONSABLE	INDICADORES	RECURSOS	OBSERVACIONES
4. Identificar a la totalidad de los miembros de la entidad y determinar los canales adecuados para llegar a todos (e-mail, cartas personalizadas, por teléfono, etc.)	Responsable 1	Indicador 1	Recursos necesarios	
5. Determinar la información a emitir y diseñar el formato más adecuado para la misma, así como su periodicidad.	Responsable 2	Indicador 2		

8.- MEDICIÓN

Se establecen los siguientes indicadores en relación con el Plan de Comunicación, así como con la mejora de la comunicación interna en la Administración y Servicios de la Universidad de Sevilla.

Indicador 1. “Comunicaciones emitidas”.

Definición: “*número de comunicaciones emitidas en relación al plan PCASUS*”.

Fuente de obtención de datos: Recuento del número de comunicaciones emitidas en relación al plan PCASUS, de cualquier naturaleza.

Forma de medición:

- ✓ Recuento de comunicaciones emitidas.

Ámbito temporal: bimensual.

Toma de datos:

- ✓ Primera muestra: A la publicación del Plan.

Umbral: Al menos una cada mes, a excepción del mes de agosto.



PLAN DE COMUNICACIÓN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	PO-02
	Edición: 00
	Hoja: 18 de 19

Responsable de la medición: Director de Recursos Humanos

Indicador 2. “Acciones de mejora de la comunicación interna/externa generadas”.

Definición: *“número de acciones realizadas en relación con la mejora de la comunicación interna en las distintas entidades”.*

Fuente de obtención de datos: Recuento del número de acciones realizadas en relación con la mejora de la comunicación interna/externa en las distintas entidades de la Administración y Servicios a la luz de los distintos planes de mejora contenidas en los documentos de mejora elaborados o en los indicadores diseñados para ello, si los hubiere.

Forma de medición:

✓ Recuento de acciones de mejora realizadas en las distintas entidades en relación con la mejora de la comunicación interna/externa.

Ámbito temporal: semestral.

Toma de datos:

✓ Primera muestra: A la publicación del Plan.

Umbral: 50% de las entidades con planes de mejora en ejecución realizan al menos una acción en relación a la mejora de la comunicación interna/externa.

Responsable de la medición: M^a José Jiménez Arroyo

9.- HISTORICO DE CAMBIOS



**PLAN DE
COMUNICACIÓN**
DIRECCIÓN DE RECURSOS
HUMANOS

PO-02

Edición: 00

Hoja: 19 de 19

Edición	Fecha	Resumen de cambios
00	Junio de 2006	Creación del plan