

MEMORIA DE COMPROMISOS Y RESULTADOS

Actuaciones Avaladas para la Mejora Docente / Mejora Docente Consolidada

2023/2024

Identificación del proyecto	
Código	202300256578
Título	Propuesta de un plan de comunicación integrado y 360º para la mejora de las estrategias de comunicación interna y externa de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Responsable	María Teresa Fernández Alles

1. Describa los resultados obtenidos a la luz de los objetivos y compromisos que adquirió en la solicitud de su proyecto. Copie en las dos primeras filas de cada tabla el título del objetivo y la descripción que incluyó en el apartado 2 de dicha solicitud e incluya tantas tablas como objetivos contempló.

Objetivo nº 1	Realizar un diagnóstico de las estrategias y canales de comunicación de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales para detectar las principales fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas del entorno.
Título:	Diagnóstico de las estrategias de comunicación de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Actividades previstas:	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas con sujetos clave al objeto de llevar a cabo el análisis situacional de los medios y canales de comunicación empleados actualmente por la facultad. Encuestas de opinión en el alumnado y profesorado.
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<p><i>Se han realizado las siguientes actividades para la consecución de esta objetivo:</i></p> <p>Calendario de Actividades - Actuación Avalada</p> <p>Fase 1: Diagnóstico de las estrategias de comunicación de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (Octubre - Diciembre 2023)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo: Realización de un diagnóstico de las estrategias y canales de comunicación de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales para detectar las principales fortalezas y debilidades, así como oportunidades y amenazas del entorno. Comprensión de las necesidades, preocupaciones y perspectivas de los actores clave involucrados. • Actividades: Entrevistas y Recopilación de Información <ul style="list-style-type: none"> ○ Octubre 2023: Identificación de sujetos clave y programación de entrevistas. ○ Noviembre 2023: Realización de entrevistas cualitativas con sujetos clave (representantes de la comunidad, expertos en la materia, partes interesadas).

- **Diciembre 2023:** Análisis preliminar de los resultados de las entrevistas para identificar temas recurrentes y necesidades prioritarias.

Fase 2: Diagnóstico y Elaboración de Instrumentos de Recolección de Datos (Febrero 2024)

- **Objetivo:** Profundización en la comprensión del contexto a través de un diagnóstico basado en información recopilada y preparar instrumentos de evaluación.
- **Actividades:**
 - **Febrero 2024:**
 - Recopilación y análisis detallado de información obtenida de entrevistas.
 - Elaboración de un diagnóstico preliminar para identificar desafíos, oportunidades y áreas críticas para la intervención.
 - Diseño y elaboración de una encuesta de opinión para obtener datos cuantitativos complementarios.

Fase 3: Aplicación de la Encuesta de Opinión (Marzo – Abril 2024)

- **Objetivo:** Obtención de información cuantitativa de una muestra más amplia de interesados para validar o refutar hallazgos preliminares del alumnado, profesorado y personal técnico, de administración y servicios de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y sus dos sedes, Jerez y Algeciras.
- **Actividades:**
 - **Marzo - Abril 2024:**
 - Diseño del cuestionario a través de la plataforma Google Form.
 - Distribución de la encuesta de opinión a los grupos de interés identificados.
 - Monitoreo del proceso de recolección de datos para garantizar una alta tasa de respuesta.
 - Atención a consultas y soporte técnico para los encuestados.

Fase 4: Análisis de Resultados y Elaboración de Conclusiones (Mayo - Junio 2024)

- **Objetivo:** Análisis de los resultados de la encuesta y elaboración del informe de conclusiones para informar sobre los siguientes pasos a seguir.
- **Actividades:**
 - **Mayo-Julio 2024:**
 - Revisión y procesamiento de datos obtenidos de las encuestas.
 - Análisis estadístico de los resultados para identificar patrones y tendencias.
 - **Septiembre 2024:**

- Redacción de un informe con conclusiones clave y recomendaciones basadas en los datos recopilados.
- Presentación del informe a los actores clave para validar los hallazgos.

La actuación avalada contó con la colaboración de un grupo diverso de expertos y profesionales de distintas áreas académicas, quienes aportaron sus conocimientos y experiencia para asegurar el éxito del proyecto. A continuación, se detallan los participantes involucrados:

- **Fernández Alles, María Teresa.** Responsable de la Actuación Avalada. Profesora en el Departamento de Marketing y Comunicación. contribuyó con su experiencia en estrategias de comunicación y difusión.
- **López García, Rafael.** Vicedecano de Prácticas de Empresas, TFG y Comunicación Institucional de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- **Araujo Pinzón, Pedro.** Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- **Peinado Calero, Antonio Gregorio.** Secretario Académico de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- **Martín Prius, Antonio.** Vicedecano de Ordenación Académica. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- **Contero Urgal, Candela.** Vicedecana de Relaciones Internacionales. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- **Marín Muñoz, María del Rosario.** Directora de la Sede del Campus de Jerez.
- **Moreno Rodríguez, Pedro Jesús.** Directora de la Sede del Campus Bahía de Algeciras.
- **Martínez Martínez, Domingo.** Coordinador del Grado en Finanzas y Contabilidad.
- **Fernández Pérez de la Lastra, Susana.** Coordinadora del Grado en Administración y Dirección de Empresas.
- **Capelo Bernal, María Dolores.** Coordinadora del Máster en Contabilidad y Auditoría.
- **Díanez González, Juan Pablo.** Coordinadora del Máster Universitario en Creación de Empresas, Nuevos Negocios y Proyectos Innovadores.
- **López Fernández, Macarena.** Coordinadora del Máster Universitario de los Recursos Humanos.
- **Lorenzo Gómez, José Daniel.** Coordinadora del Máster Universitario en Dirección de Empresas.
- **Andrades Peña, Francisco Javier.** Coordinadora del PROA.
- **Sanz Clavijo, Alfonso.** Secretario Académico.

Cada uno de estos participantes aportó su conocimiento específico y su experiencia profesional, lo cual fue clave para desarrollar una actuación

integral y multidisciplinaria que atendiera todas las dimensiones del proyecto.

RESULTADOS OBTENIDOS:

En el marco de la actuación avalada y como parte del proceso de recopilación de datos cuantitativos, se llevó a cabo una encuesta de opinión dirigida a diversos actores clave de la institución. Esta encuesta tuvo como objetivo captar una amplia gama de perspectivas sobre las dinámicas actuales y recoger opiniones que contribuyan a la elaboración de un plan de comunicación efectivo. Los participantes se distribuyeron en tres grupos principales:

1. **Profesores y Profesoras:** Se encuestó a un total de **50 docentes** de diferentes departamentos y disciplinas. Este grupo incluyó a profesores de los tres campus en los que la Facultad imparte docencia, Cádiz, Jerez y Algeciras. La participación de los profesores fue fundamental para entender las necesidades, preocupaciones, y sugerencias del personal académico respecto a los procesos comunicativos y su impacto en la enseñanza.
2. **Estudiantes:** La encuesta alcanzó a un total de **359 estudiantes** de distintos cursos y titulaciones académicos (ADE, FYCO, ADE-FYCO, ADE-Derecho, FYCO-RLL), asegurando una representación inclusiva de todas las facultades y cursos. Se buscó involucrar a estudiantes de primer ingreso, así como a aquellos próximos a graduarse, para obtener una visión integral de la experiencia estudiantil en la institución. Este grupo brindó información crucial sobre sus expectativas, preferencias de comunicación y percepción de las iniciativas institucionales.
3. **Personal Técnico, de Administración y Servicios (PAS):** También se consideró en la encuesta a 7 miembros del personal técnico, de administración y servicios (PAS), cuyo rol es vital para el funcionamiento diario de la institución. Este grupo incluyó a profesionales de distintas áreas como administración, mantenimiento, soporte técnico, entre otros. Su participación permitió identificar oportunidades de mejora en los flujos de comunicación interna y en la coordinación de actividades que afectan directamente su labor.

En conjunto, la participación de estos **416 encuestados** proporcionó una valiosa diversidad de perspectivas que contribuirán significativamente a la formulación de estrategias de comunicación adaptadas a las necesidades de todos los grupos involucrados.

2. Incluya un informe que resuma la valoración promedia realizada por el conjunto de los participantes en la actuación avalada.

A continuación, se procederá al análisis detallado de los resultados de la encuesta de opinión realizada entre el alumnado, el profesorado y el Personal Técnico de Gestión y Apoyo (PTGAS). Este análisis tiene como objetivo examinar las percepciones y valoraciones de cada grupo respecto a diversos aspectos de la comunicación y la información proporcionada por la facultad. Se evaluarán las respuestas sobre la frecuencia de uso de distintos canales de comunicación, la efectividad de estos canales, y la claridad y accesibilidad de la información, entre otros factores. Este enfoque permitirá obtener una visión comprensiva de las áreas de fortaleza y las oportunidades de mejora en la comunicación institucional.

Pregunta 1 ¿Qué redes sociales utiliza habitualmente?

	Insta-gram	Face- - book	TikT ok	X (Tw)	Wha ts app	Link	Bere al	Youtu be	Pintere st	Telegra m	Disco rd	Ningu na
Alu mna do	93.3%	13.4 %	69.5 %	42.5 %	87.7 %	10.6 %	26.8 %	46%	11.4%	3.8%	15.4%	-
Prof esor ado	46%	46%	4%	14%		26%	8%	-	-	-	-	-
PT GA S	42.8%	42.8 %	14.3 %	14.3 %	71.4 %	-	-	-	-	14.3%	-	28.5%

1. **Alumnado:** Los resultados muestran una marcada preferencia por el uso de Instagram entre el alumnado, alcanzando un 93.3%. WhatsApp es igualmente popular, con un 87.7% de los estudiantes utilizándolo como medio de comunicación, mientras que TikTok es también una opción destacada con un 69.5% de aceptación. Otras plataformas, como YouTube (46%), Twitter (X) (42.5%), y BeReal (26.8%), son usadas con menor frecuencia, mientras que aplicaciones como Discord (15.4%), Facebook (13.4%), Pinterest (11.4%), LinkedIn (10.6%), y Telegram (3.8%) tienen una adopción limitada.
2. **Profesorado:** Entre el profesorado, Facebook e Instagram son las plataformas más utilizadas, ambas con un 46% de usuarios. WhatsApp sigue en popularidad con un 26%, mientras que Twitter (X) es usado por el 14% de los docentes. TikTok tiene una adopción mínima con un 4%, y otras plataformas no muestran un uso significativo en este grupo.
3. **Personal Técnico de Gestión y Apoyo (PTGAS):** Para el personal técnico de gestión y apoyo, WhatsApp es la plataforma más utilizada, con un 71.4% de usuarios. Tanto Instagram como Facebook comparten una adopción del 42.8%, mientras que TikTok y Twitter (X) son utilizados por un 14.3% del personal. Telegram también registra un 14.3% de uso, y un 28.5% del grupo indica no utilizar ninguna plataforma.

Pregunta 2 ¿De qué redes sociales de la facultad tenía conocimiento?

	Instagram	YouTube	LinkedIn	Ninguna
Alumnado	80.4%	13.4%	15.9%	15.1%
Profesorado	40%	24%	44%	32%
PTGAS	28.5%	14.3%	14.3%	71.4%

1. **Alumnado:** Entre el alumnado, un 80.4% está al tanto de la presencia de la facultad en Instagram, siendo esta la red social más conocida. En contraste, un 15.9% conoce el uso de LinkedIn y un 13.4% está al tanto del canal de YouTube de la facultad. Un 15.1% de los estudiantes afirma no tener conocimiento de ninguna de las redes sociales oficiales de la facultad.
2. **Profesorado:** En cuanto al profesorado, el conocimiento se distribuye de manera más equitativa: un 44% conoce la presencia de la facultad en LinkedIn, seguido por Instagram con un 40%. YouTube es reconocido por un 24% del profesorado, mientras que un 32% no tiene conocimiento de ninguna de las redes sociales de la facultad.
3. **Personal Técnico de Gestión y Apoyo (PTGAS):** En el grupo de personal técnico de gestión y apoyo, solo un 28.5% conoce la presencia de la facultad en Instagram, mientras que LinkedIn y YouTube son reconocidos cada uno por un 14.3%. Una mayoría significativa del 71.4% indica no tener conocimiento de ninguna de las redes sociales oficiales de la facultad.

Pregunta 3 ¿Cuál de estas redes sigue con asiduidad?

	Instagram	YouTube	LinkedIn	Ninguna
Alumnado	54.5%	1.7%	42%	44.7%
Profesorado				
PTGAS	-	14.3%	-	85.7%

1. **Alumnado:** En el caso del alumnado, el 54.5% sigue con asiduidad la cuenta de Instagram de la facultad, mientras que el 42% sigue LinkedIn de manera frecuente. Sin embargo, solo un 1.7% de los estudiantes sigue el canal de YouTube, y un 44.7% indica no seguir ninguna de las redes sociales oficiales de la facultad.

2. **Profesorado:** No se han registrado datos específicos sobre el seguimiento de redes sociales por parte del profesorado en esta consulta.

3. **Personal Técnico de Gestión y Apoyo (PTGAS):** Para el personal técnico de gestión y apoyo, un 14.3% sigue el canal de YouTube de la facultad, mientras que el 85.7% no sigue ninguna de las redes sociales oficiales de la facultad.

Pregunta 4 ¿Con qué frecuencia revisa las publicaciones de la Facultad en las redes sociales?

	1 Nunca	2	3	4	5 Siempre
Alumnado	41.1%	28.2%	22.1%	7.3%	1.4%
Profesorado	54%	20%	14%	4%	8%
PTGAS	71.4%	14.3%	14.3%	-	-

1. **Alumnado:** En el caso del alumnado, el 41.1% indica que nunca revisa las publicaciones de la facultad en las redes sociales, mientras que un 28.2% lo hace de vez en cuando. Un 22.1% revisa las publicaciones con una frecuencia media, seguido por un 7.3% que lo hace regularmente y un 1.4% que afirma revisarlas siempre.
2. **Profesorado:** Entre el profesorado, el 54% menciona que nunca revisa las publicaciones de la facultad en redes sociales. Un 20% lo hace ocasionalmente, mientras que un 14% las revisa con una frecuencia media. Solo un 4% las consulta regularmente, y un 8% afirma hacerlo siempre.
3. **Personal Técnico de Gestión y Apoyo (PTGAS):** Para el personal técnico de gestión y apoyo, el 71.4% nunca revisa las publicaciones de la facultad en las redes sociales, un 14.3% lo hace ocasionalmente y otro 14.3% con una frecuencia media. No se registran respuestas para quienes las revisan regularmente o siempre.

Pregunta 5. Evalúe la utilidad de las redes sociales de la Facultad para mantenerse informado.

	1 Muy baja	2	3	4	5 Muy alta
Alumnado	12.8%	20.7%	36.6%	22.1%	7.8%
Profesorado	20%	24%	14%	22%	20%
PTGAS	57.1%	14.3%	-	14.3%	14.3%

1. **Alumnado:** Entre el alumnado, un 12.8% considera que la utilidad de las redes sociales de la facultad es muy baja, mientras que un 20.7% le otorga una calificación baja. La mayoría, un 36.6%, evalúa la utilidad de estas redes como media, seguido de un 22.1% que la considera alta. Solo un 7.8% del alumnado valora la utilidad como muy alta.

2. **Profesorado:** En el profesorado, un 20% percibe la utilidad de las redes sociales de la facultad como muy baja, y un 24% la califica como baja. Un 14% las considera de utilidad media, mientras que un 22% las encuentra bastante útiles y un 20% las valora como muy útiles.

3. **Personal Técnico de Gestión y Apoyo (PTGAS):** Para el personal técnico de gestión y apoyo, el 57.1% califica la utilidad de las redes sociales de la facultad como muy baja. Un 14.3% las valora con una utilidad baja, mientras que otro 14.3% considera que tienen una utilidad alta. Otro 14.3% opina que su utilidad es muy alta.

Pregunta 6 ¿Con qué frecuencia revisa los correos electrónicos que recibe de la facultad?

	1 Nunca	2	3	4	5 Siempre
Alumnado	5.3%	14.8%	24.3%	30.4%	25.1%
Profesorado	-	2%	6%	12%	80%
PTGAS	-	-	-	28.6%	71.4%

1. **Alumnado:** Entre el alumnado, el 5.3% nunca revisa los correos electrónicos enviados por la facultad, mientras que un 14.8% lo hace con poca frecuencia. Un 24.3% de los estudiantes los revisa con una frecuencia media, un 30.4% los consulta regularmente, y un 25.1% afirma revisarlos siempre.

2. **Profesorado:** En el profesorado, el 80% revisa siempre los correos electrónicos de la facultad. Un 12% los revisa con regularidad, un 6% lo hace con una frecuencia media, y solo un 2% lo hace ocasionalmente. No se registran casos de profesorado que nunca revisen los correos.

3. **Personal Técnico de Gestión y Apoyo (PTGAS):** Para el personal técnico de gestión y apoyo, un 71.4% indica que siempre revisa los correos electrónicos de la facultad, mientras que un 28.6% lo hace regularmente. No se registran respuestas para las frecuencias más bajas.

Pregunta 7. Evalúe la efectividad del correo electrónico (TAVIRA) como canal de comunicación para estar informado.

	1 Muy baja	2	3	4	5 Muy alta
Alumnado	14%	20.4%	32.4%	24.3%	8.9%
Profesorado	-	-	4%	28%	68%
PTGAS	-	-	-	28.6%	71.4%

1. **Alumnado:** Entre el alumnado, un 14% considera que la efectividad del correo electrónico (TAVIRA) como canal de comunicación es muy baja, mientras que un 20.4% la califica como baja. Un 32.4% evalúa su efectividad como media, mientras que un 24.3% la considera alta. Solo un 8.9% de los estudiantes opina que es muy alta.
2. **Profesorado:** En el caso del profesorado, la mayoría (68%) considera que el correo electrónico (TAVIRA) es un canal de comunicación muy efectivo, mientras que un 28% lo valora como altamente efectivo. Solo un 4% lo percibe con una efectividad media, y no se registran opiniones de efectividad baja o muy baja.
3. **Personal Técnico de Gestión y Apoyo (PTGAS):** Para el personal técnico de gestión y apoyo, el 71.4% califica la efectividad del correo electrónico (TAVIRA) como muy alta, mientras que un 28.6% la considera alta. No se registran opiniones de efectividad media, baja o muy baja.

Pregunta 8 ¿Con qué frecuencia consulta la página web de la facultad?

	1	2	3	4	5
	Nunca			Siempre	
Alumnado	13.7%	23.7%	25.1%	26.8%	10.6%
Profesorado	4%	10%	32%	36%	18%
PTGAS	-	-	28.6%	14.3%	57.1%

1. **Alumnado:** Entre el alumnado, un 13.7% nunca consulta la página web de la facultad, mientras que un 23.7% lo hace con poca frecuencia. Un 25.1% la consulta con una frecuencia media, un 26.8% la revisa regularmente, y un 10.6% la consulta siempre.
2. **Profesorado:** En el profesorado, un 4% nunca consulta la página web de la facultad, y un 10% lo hace con poca frecuencia. Un 32% la consulta con una frecuencia media, un 36% la revisa regularmente, y un 18% la consulta siempre.
3. **Personal Técnico de Gestión y Apoyo (PTGAS):** Para el personal técnico de gestión y apoyo, un 57.1% consulta la página web de la facultad siempre, mientras que un 28.6% lo hace con una frecuencia media. Un 14.3% la revisa regularmente, y no se registran respuestas para las frecuencias más bajas.

Pregunta 9 ¿Considera que la página web proporciona información de manera clara y accesible?

	1	2	3	4	5
	Muy baja			Muy alta	
Alumnado	5%	17%	39.7%	27.4%	10.9%
Profesorado	2%	4%	18%	42%	34%
PTGAS	-	-	-	71.4%	28.6%

1. **Alumnado:** Entre el alumnado, un 5% considera que la página web proporciona información de manera muy baja en términos de claridad y accesibilidad. Un 17% opina que es baja. La mayoría, un 39.7%, evalúa la claridad y accesibilidad de la información como media. Un 27.4% la considera alta, y un 10.9% cree que es muy alta.

2. **Profesorado:** En el profesorado, un 2% califica la claridad y accesibilidad de la información en la página web como muy baja, mientras que un 4% lo considera bajo. Un 18% la evalúa como media, un 42% la encuentra alta y un 34% opina que es muy alta.

3. **Personal Técnico de Gestión y Apoyo (PTGAS):** Para el personal técnico de gestión y apoyo, un 71.4% considera que la página web proporciona información de manera clara y accesible, calificando su calidad como alta. Un 28.6% opina que la información es muy alta en claridad y accesibilidad. No se registran opiniones para calificaciones más bajas.

Pregunta 10 ¿Considera que hay aspectos específicos de la página web que podrían mejorarse?

	1	2	3	4	5
	Muy poco de acuerdo			Completamente de acuerdo	
Alumnado	2.2%	8.4%	33.8%	33.5%	22.1%
Profesorado	18%	18%	28%	26%	10%
PTGAS	-	42.9%	14.3%	42.9%	-

1. **Alumnado:** Entre el alumnado, un 2.2% está muy poco de acuerdo en que hay aspectos específicos de la página web que podrían mejorarse, mientras que un 8.4% está en desacuerdo. Un 33.8% mantiene una opinión neutral, un 33.5% está de acuerdo y un 22.1% está completamente de acuerdo en que se podrían mejorar aspectos específicos de la página web.
2. **Profesorado:** En el profesorado, un 18% está muy poco de acuerdo en que hay aspectos específicos de la página web que podrían mejorarse, y otro 18% está en desacuerdo. Un 28% mantiene una posición neutral, un 26% está de acuerdo y un 10% está completamente de acuerdo en que se pueden hacer mejoras específicas en la página web.
3. **Personal Técnico de Gestión y Apoyo (PTGAS):** Para el personal técnico de gestión y apoyo, un 42.9% está en desacuerdo en que hay aspectos específicos de la página web que podrían mejorarse, mientras que otro 42.9% está de acuerdo. Un 14.3% mantiene una posición neutral, y no se registran opiniones para las calificaciones más bajas o la total conformidad.

Pregunta 11 ¿Con qué frecuencia consulta los tabloneros físicos de la facultad?

	1	2	3	4	5
	Nunca			Siempre	
Alumnado	50.8%	26%	14.2%	6.7%	2.2%
Profesorado	54%	30%	6%	8%	2%

PTGAS	28.6%	28.6%	28.6%	14.3%	-
-------	-------	-------	-------	-------	---

1. **Alumnado:** Entre el alumnado, un 50.8% nunca consulta los tabloneros físicos de la facultad, mientras que un 26% lo hace con poca frecuencia. Un 14.2% consulta los tabloneros con una frecuencia media, un 6.7% lo hace regularmente, y solo un 2.2% afirma consultarlos siempre.

2. **Profesorado:** En el profesorado, un 54% nunca consulta los tabloneros físicos de la facultad, y un 30% lo hace con poca frecuencia. Un 6% los consulta con una frecuencia media, un 8% lo hace regularmente, y solo un 2% los revisa siempre.

3. **Personal Técnico de Gestión y Apoyo (PTGAS):** Para el personal técnico de gestión y apoyo, un 28.6% nunca consulta los tabloneros físicos, y otro 28.6% lo hace con poca frecuencia. Un 28.6% los revisa con una frecuencia media, y un 14.3% los consulta regularmente. No se registran respuestas para la consulta siempre.

Pregunta 12 ¿Considera que la facultad debería explorar nuevos medios o canales de comunicación?

	1 Muy poco de acuerdo	2	3	4	5 Completamente de acuerdo
Alumnado	8.7%	12%	31%	27.1%	21.2%
Profesorado	20%	8%	30%	30%	12%
PTGAS	14.3%	-	71.4%	-	14.3%

1. **Alumnado:** Entre el alumnado, un 8.7% está muy poco de acuerdo en que la facultad debería explorar nuevos medios o canales de comunicación, mientras que un 12% está en desacuerdo. Un 31% mantiene una opinión neutral, un 27.1% está de acuerdo y un 21.2% está completamente de acuerdo con la necesidad de explorar nuevas opciones de comunicación.
2. **Profesorado:** En el profesorado, un 20% está muy poco de acuerdo en que se deberían explorar nuevos medios o canales de comunicación, y un 8% está en desacuerdo. Un 30% tiene una opinión neutral, un 30% está de acuerdo, y un 12% está completamente de acuerdo con la necesidad de adoptar nuevas estrategias de comunicación.
3. **Personal Técnico de Gestión y Apoyo (PTGAS):** Para el personal técnico de gestión y apoyo, un 71.4% está de acuerdo en que la facultad debería explorar nuevos medios o canales de comunicación, mientras que un 14.3% está completamente de acuerdo. Un 14.3% mantiene una posición neutral, y no se registran respuestas para los niveles más bajos de acuerdo.

Pregunta 13 ¿Considera que la información llega eficientemente al alumnado?

	1	2	3	4	5
	Muy poco de acuerdo			Completamente de acuerdo	
Alumnado	7%	20.1%	42.2%	25.1%	5.6%
Profesorado	4%	26%	30%	26%	14%

1. **Alumnado:** Entre el alumnado, un 7% está muy poco de acuerdo en que la información llega eficientemente, mientras que un 20.1% está en desacuerdo. Un 42.2% mantiene una opinión neutral respecto a la eficiencia en la llegada de la información, un 25.1% está de acuerdo y un 5.6% está completamente de acuerdo en que la información llega de manera eficiente.

2. **Profesorado:** En el profesorado, un 4% está muy poco de acuerdo en que la información llega eficientemente al alumnado, mientras que un 26% está en desacuerdo. Un 30% tiene una opinión neutral, un 26% está de acuerdo, y un 14% está completamente de acuerdo con la eficiencia en la transmisión de la información.

Pregunta 14. Valore la comunicación entre la facultad y el alumnado

	1	2	3	4	5
	Muy mala			Muy buena	
Alumnado	8.4%	20.4%	39.4%	27.7%	4.2%

Alumnado: Entre el alumnado, un 8.4% valora la comunicación entre la facultad y el alumnado como muy mala, mientras que un 20.4% la califica como mala. La mayoría, un 39.4%, considera que la comunicación es de calidad media. Un 27.7% la valora como buena, y un 4.2% la considera muy buena.

Pregunta 15 ¿Considera que la información llega eficientemente al PTGAS?

	1	2	3	4	5
	Muy poco de acuerdo			Completamente de acuerdo	
PTGAS	-	-	28.6%	57.1%	14.3%
Profesorado	%	%	%	%	%

Personal Técnico de Gestión y Apoyo (PTGAS): Para el personal técnico de gestión y apoyo, un 28.6% tiene una opinión neutral sobre si la información llega eficientemente. La mayoría, un 57.1%, está de acuerdo con que la información llega de manera eficiente, mientras que un 14.3% está completamente de acuerdo con esta afirmación. No se registran respuestas para las calificaciones de muy poco de acuerdo o en desacuerdo.

Pregunta 16. Valore la comunicación entre la facultad y el PTGAS

	1	2	3	4	5
	Muy mala				Muy buena
PTGAS	-	-	42.9%	42.9%	14.3%

Para el personal técnico de gestión y apoyo, un 42.9% valora la comunicación entre la facultad y el PTGAS como de calidad media. La misma proporción, un 42.9%, la considera buena, y un 14.3% la califica como muy buena. No se registran respuestas para las calificaciones de muy mala o mala.

Objetivo nº 2	Solicitar al órgano competente de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales la creación de un equipo de trabajo para la elaboración, puesta en marcha y seguimiento de propuestas estratégicas y objetivos de comunicación de la facultad.
Título:	Solicitud de la creación de un equipo de trabajo para la creación de una propuesta de Plan de comunicación integrado y 360º para la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Actividades previstas:	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los objetivos perseguidos con la creación del equipo de trabajo para la realización de un plan de comunicación en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. - Delimitación de las tareas y responsabilidades de los miembros que integren el equipo de trabajo encargado de la realización de la propuesta de un plan de comunicación de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<p>Fase 5: Creación del Equipo de Trabajo y Definición de Roles (Septiembre 2024)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo: Formar un equipo multidisciplinario para el desarrollo de una propuesta de plan de comunicación. • Actividades: <ul style="list-style-type: none"> ○ Septiembre 2024: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Selección de miembros del equipo basados en habilidades y experiencia relevante. ▪ Establecimiento de roles y responsabilidades dentro del equipo para asegurar una colaboración efectiva. ▪ Realización de la primera reunión del equipo para alinear objetivos y metas. <p>Fase 6: Delimitación de Tareas y Planificación Operativa (Octubre- Noviembre 2024)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo: Clarificar y distribuir las tareas específicas del equipo para la ejecución del plan.

	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades: <ul style="list-style-type: none"> ○ Octubre 2024: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definición detallada de las tareas a realizar por cada miembro del equipo. ▪ Creación de un calendario interno de trabajo con hitos clave y fechas límite. ○ Noviembre 2024: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Alineación del equipo con respecto a los métodos de comunicación y colaboración. ▪ Preparación para la fase de diseño del plan de comunicación.
--	--

Objetivo nº 3	Diseñar propuestas estratégicas de actuación en materia de comunicación destinadas a los públicos internos y externos, así como a los stakeholders, de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales para lograr una mayor notoriedad del centro, una mayor eficiencia de sus estrategias de comunicación, así como la apertura a otros públicos-objetivo.
Título:	Diseño de una propuesta de Plan de Comunicación integrado y 360º de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Actividades previstas:	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de una propuesta de plan de comunicación para la facultad y sus sedes de Jerez y Algeciras. - Asignación de las tareas. - Diseño del cronograma de acciones. - Pilotaje de las primeras acciones de comunicación para el curso 2023/24.
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<p>Fase 7: Diseño del Plan de Comunicación y Cronograma de Implementación (Curso 2024/2025)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo: Crear una propuesta de plan de comunicación detallada y un cronograma de acciones que respondan a las necesidades identificadas. • Actividades: <ul style="list-style-type: none"> ○ Diciembre-Marzo 2024: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseño del plan de comunicación con estrategias, mensajes clave, canales, y públicos objetivos. ▪ Elaboración del cronograma detallado para la implementación del plan. ○ Abril-Junio 2025: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollo de materiales de comunicación (contenido, recursos gráficos, campañas digitales, etc.). ▪ Coordinación de la logística para el pilotaje de las primeras acciones. <p>Fase 8: Pilotaje y Evaluación de las Acciones de Comunicación (Curso 2025/2026)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo: Ejecutar una fase piloto de las primeras acciones de comunicación para evaluar su efectividad y realizar ajustes. • Actividades: <ul style="list-style-type: none"> ○ Julio-Septiembre 2025:

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implementación de las primeras acciones de comunicación en contextos seleccionados. ▪ Recopilación de feedback y métricas de desempeño para medir la efectividad. <p>Realización de ajustes y mejoras en el plan basados en los resultados del pilotaje.</p> <p>Se han llevado a cabo algunas actuaciones de pilotaje, llevando a cabo actuaciones de comunicación en función de los resultados obtenidos del análisis DAFO, como se puede comprobar en las noticias de la web del centro: <u>Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales – Económicas Cádiz (uca.es)</u> y en sus redes sociales.</p>
--	--

3. Describa las medidas de difusión a las que se comprometió en la solicitud y las que ha llevado a cabo¹.

Descripción de las medidas comprometidas
<p>Impartición de un seminario/taller dirigido al profesorado de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Cádiz, Jerez y Algeciras.</p> <p>Se impartirá en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y en sus dos sedes de Jerez y Algeciras una vez concluida la elaboración de la propuesta de plan de comunicación que recoge esta actuación avalada aproximadamente en el mes de junio de 2024.</p> <p>Programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Análisis DAFO de la comunicación de la facultad. - Objetivos del plan de comunicación. - Propuestas del plan de comunicación. - Estrategias y acciones del plan de comunicación.
Descripción de las medidas que se han llevado a cabo
<p>En el curso 2023/24 se ha llevado a cabo en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales una actuación avalada basada en la propuesta de un plan de comunicación para la mejora de las estrategias de comunicación en este centro con sus agentes internos y externos. El objetivo ha sido realizar un diagnóstico de las estrategias y actuaciones de comunicación que se llevan a cabo actualmente en esta Facultad, al objeto de detectar las principales debilidades para así emprender acciones de mejora que contribuyan a mejorar el intercambio y comunicación de valor con su personal docente, investigador, técnico, de administración, gestión y servicios, alumnado, egresados, empresas, instituciones oficiales, medios de comunicación y sociedad, en general.</p> <p>De esta manera, se ha llevado a cabo una revisión de los canales de comunicación que utiliza la Facultad, de la efectividad de cada uno de ellos y de su idoneidad. Con esta actuación avalada se ha pretendido dar respuesta, además, a los objetivos 7 y 8 del III Plan Estratégico de la Universidad de Cádiz, así como a las recomendaciones de la Agencia de Evaluación de la Calidad para la renovación de la acreditación de los títulos oficiales del centro.</p>

¹ Si en la solicitud no indicó ningún compromiso de difusión resultados este criterio no se tendrá en cuenta en la evaluación

Dado que era precisa la colaboración de todo el profesorado, alumnado y PTGAS, se cumplieron las primeras medidas comprometidas, en el sentido de que se dio a conocer a todos los públicos el contenido de la actuación avalada, así como los resultados del análisis DAFO.

Las dos últimas medidas comprometidas se llevarán a cabo en las fichas fijadas en el cronograma de elaboración del plan de comunicación, como se ha indicado anteriormente.