



**Universidad Nacional de Asunción**  
**Facultad de Ciencias Químicas**

**ACTA N° 1255 (C.D.F.C.Q.U.N.A. N° 1255/01/12/2020)**

**Resolución N° 7498-00-2020**

**“POR LA CUAL SE APRUEBA EL MANUAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, DE LA FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS DE LA UNA”**

**VISTO Y CONSIDERANDO:** El segundo punto del Orden del Día, informe de Comisiones Asesoras, ítem 2.2.1;

El Memorándum DEP N° 44/2020, de fecha 21 de octubre de 2020, con referencia de la Mesa de Entrada de la Facultad de Ciencias Químicas de la UNA número 4035, de fecha 21 de octubre de 2020, mediante el cual la Directora Interina de Planificación, Econ. Paola González, eleva a consideración la propuesta de Manual de Comunicación Institucional y Manual de Buenas Prácticas en Redes Sociales, la cual ha sido revisada y modificada por el Comité de Autoevaluación Institucional;

La Resolución del Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Químicas de la UNA N° 7458-00-2020, Acta N° 1253 (C.D.F.C.Q.U.N.A. N° 1253/10/11/2020), por la cual se remite a la Comisión Asesora de Asuntos Administrativos, la propuesta del Manual de Comunicación Institucional y Manual de Buenas Prácticas en Redes Sociales, elaborada por la Dirección de Planificación, de la Facultad de Ciencias Químicas de la UNA, para su estudio correspondiente;

El Dictamen favorable N° 03/2020, de fecha 01 de diciembre de 2020 de 2020, de la Comisión Asesora de Asuntos Administrativos, sobre la propuesta del Manual de Comunicación Institucional, sugiriendo su aprobación por parte del Consejo Directivo;

**POR TANTO, EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN, en uso de sus atribuciones que le confiere el Estatuto de la UNA, en vigencia (Cap. IV, Art. 56, inc. t.)**

**RESUELVE:**

**Art. 1°.- APROBAR** el Manual de Comunicación Institucional, de la Facultad de Ciencias Químicas de la UNA, cuyo documento se anexa y forma parte de la presente Resolución.

**Art. 2°.- COMUNICAR** a quienes corresponda y cumplida, archivar.

Lic. Abg. **JUAN DIOS NEL CORVALÁN AGÜERO**

SECRETARIO

CD/SFCQ/CSSS/JDCA/cscf

Prof. Lic. **CYNTHIA SUSANA SAUCEDO DE SCHUPMANN**

DECANA Y PRESIDENTA

Página 8 de 28





Universidad Nacional de Asunción  
Facultad de Ciencias Químicas

# Manual de Comunicación Institucional



Tel: (021) 729 0030

Email: comunicacion@qui.una.py

[www.qui.una.py](http://www.qui.una.py)

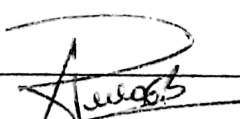
Facebook: @QuiUNA.py

Instagram: @fcquna

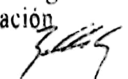
Egon, Paz González Burgos  
Directora de Planificación  
FCQ - UNA

<b>Contenido</b>	
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	3
<b>COMUNICACIÓN Y MARKETING INSTITUCIONAL</b> .....	4
Objetivo general.....	4
Misión.....	5
Visión.....	5
Objetivos específicos.....	6
Alcance.....	6
Documentos de Referencia.....	6
<b>GLOSARIO</b> .....	7
<b>PROPÓSITOS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN LA FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS - UNA</b> .....	8
<b>POLITICA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS - UNA</b> .....	8
Aspectos Generales.....	8
Canales de Comunicación de los lineamientos estratégicos.....	9
<b>POLITICA DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS - UNA</b> .....	10
Aspectos Generales.....	10
<b>EVALUACIÓN DEL MANUAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b> .....	12
Aspectos Generales.....	12
Metodología de evaluación.....	12
<b>ACCESO A LA INFORMACIÓN</b> .....	13



  
Econ. Paola González Burgos  
Directora de Planificación  
FCQ - UNA

Pág. 2

 gm. -

## INTRODUCCIÓN

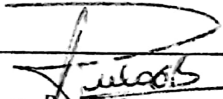
Este manual es una herramienta de consulta y referencia permanente para todos los miembros de la comunidad educativa, en lo que se refiera a lineamientos generales de la Comunicación Institucional de la Facultad.

Dicho documento responde a la necesidad de construir una imagen e identidad institucional única, para lo cual se necesita establecer unidad y coherencia en la comunicación y visibilidad en todas las áreas. Por lo mismo, un manual de Comunicación Institucional es de vital importancia, ya que logra establecer las pautas que permiten que los diferentes públicos, tanto el interno como el externo, puedan distinguir a la institución de las demás, posicionando la cultura institucional que nos identifica, caracteriza y diferencia, así como difundir nuestros valores y principios.

Este Manual de Comunicación Interna y Externa se presenta como un documento base y un insumo importante que responde directamente a los requerimientos estipulados en el MECIP.

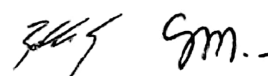
Ajustarse a las recomendaciones de este material permitirá desarrollar y consolidar la imagen e identidad institucional, construyendo así el posicionamiento deseado.

---

  
Econ. Patricia González Burgos  
Directora de Planificación  
FCQ - UNA

Pág. 3





## COMUNICACIÓN Y MARKETING INSTITUCIONAL

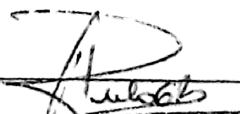
### Objetivo general

Coordinar y gestionar la información interna y externa, en lo que respecta a las actividades y servicios que la facultad realice y lograr que el proceso de la comunicación verbal, visual, escrita y digital sea uniforme, efectiva y eficaz, llegando así en forma óptima al público interno y externo.

El eje fundamental de esta dependencia es seguir posicionando a la Facultad de Ciencias Químicas – UNA, como una institución universitaria pública, ética, innovadora, respetuosa y comprometida con la comunidad educativa y la sociedad.

A través de la concreción del objetivo general se espera fomentar los flujos que dinamicen la comunicación y que comprometan a las personas con su institución de tal manera que:

1. Tanto el público interno como el externo, conozcan la historia de la Facultad de Ciencias Químicas - UNA, su Misión y Visión, cuáles son sus proyectos y resultados, así como el Plan Estratégico vigente.
2. Conseguir el empoderamiento y por ende una mayor participación de todos los miembros de la comunidad educativa y administrativa respecto a la misión y valores de la institución.
3. Favorecer la comunicación eficaz, agradable y responsable entre todas las direcciones, departamentos y áreas que conforman a la institución.
4. Instaurar y fortalecer una cultura institucional de calidad.

  
Econ, Paola González Burgos  
Directora de Planificación  
FCQ - UNA





## Misión

Establecer estrategias y mecanismos para difundir de manera uniforme, efectiva y oportuna todo lo que realiza la Facultad de Ciencias Químicas - UNA con el objetivo de posicionarla como una institución universitaria pública, ética, innovadora, respetuosa y comprometida.

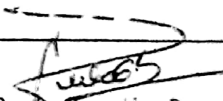
## Visión

Ser referentes en el área de Comunicación Institucional y Marketing Educativo, gestionando de manera eficiente toda la información que concierne a la Facultad de Ciencias Químicas- UNA, su visibilidad y posicionamiento.


**"Lo que no se comunica no existe" Gabriel García Márquez.**

---



  
Econ, Paola González Burgos  
Directora de Planificación  
FCQ-UNA

Pág. 5

 G.M.

### Objetivos específicos

- Establecer directrices y parámetros que permitan orientar y gestionar adecuadamente el accionar comunicacional e informativo de la Facultad de Ciencias Químicas - UNA, tanto con el público interno como externo a través de los medios institucionales de comunicación masiva y las plataformas digitales.
- Construir, promover y fortalecer una comunicación institucional pertinente, adecuada y fluida.

### Alcance

Las pautas contenidas en este Manual aplican para todos los colaboradores que cumplen funciones en las dependencias de la Facultad de Ciencias Químicas - UNA y que intervienen en los procesos comunicativos institucionales.

### Documentos de Referencia

- Plan Estratégico de la Facultad de Ciencias Químicas - UNA. 2015- 2020. Aprobado por Resolución N° 5894-00-2015, Acta N° 1110. (C.D.F.C.Q.U.N.A. N° 1110/03/09/2015).
- Código de Ética de la Facultad de Ciencias Químicas - UNA. Aprobado por Resolución N° 7080-00-2019, Acta N° 1226. (C.D.F.C.Q.U.N.A. N° 1226/12/11/2019).
- Intranet Institucional. Aprobado por Resolución N° 0771/2020.

## GLOSARIO

- **Información:** Datos ordenados que constituyen el mensaje que requiere ser transmitido para crear o cambiar el conocimiento que se tiene sobre algún hecho o fenómeno.
- **Comunicación:** Proceso mediante el cual se transmiten o intercambian ideas, información o significados mediante un código común que comparten el emisor y el receptor.
- **Comunicación interna:** Conjunto de procesos, acciones, medios y canales de comunicación que están orientados al **público interno** de la Facultad de Ciencias Químicas - UNA: estudiantes, docentes, administrativos, egresados.
- **Comunicación externa:** Conjunto de procesos, acciones, medios y canales de comunicación que están orientados al **público externo** de la Facultad de Ciencias Químicas - UNA: medios de comunicación, comunidad científico-académica, entidades estatales, sector empresarial, colegios, ciudadanía en general, entre otros.
- **Público interno:** Grupo de personas que forman parte del organigrama de la Institución y tienen una relación directa con ella.
- **Público externo:** Grupos sociales que interactúan con la Institución, pero no pertenecen a ella.
- **Medio de comunicación:** Mecanismo o herramienta a través de la cual se transmite la información institucional: correo electrónico, página web, periódico, radio, redes sociales, etc.
- **Producto comunicativo:** Pieza de comunicación que es difundida a través de los distintos medios: noticia, vídeo, fotografía, afiche, etc.
- **Imagen institucional:** Es el concepto que el público (interno/externo) tiene sobre la Facultad de Ciencias Químicas - UNA, será adquirido a través de toda la información que perciba al respecto.
- **Visibilidad:** Consiste en hacer visible la gestión, informar lo que se está haciendo. Esto genera confianza, transparencia y construye el posicionamiento
- **Posicionamiento:** La imagen que deseamos se perciba.



## PROPÓSITOS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN LA FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS - UNA

La comunicación institucional está orientada hacia los lineamientos estratégicos, los principios y valores institucionales, servicios ofrecidos, Plan Operativo Anual y toda información generada en la institución y que requiera ser comunicada.

La comunicación institucional no es un evento, es un proceso permanente y persistente, una tarea y construcción diaria.

La Comunicación institucional comprende dos subprocesos:

- COMUNICACIÓN INTERNA
- COMUNICACIÓN EXTERNA

## POLITICA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS - UNA

### Aspectos Generales

1. La Facultad de Ciencias Químicas – UNA trabaja por la construcción de la cultura organizacional entre todos los miembros de la Comunidad Educativa para, de esta forma, fortalecer a la institución y al clima organizacional.
2. La socialización de información para el público interno y o externo, debe ser generada y remitida con toda la información necesaria, a la dependencia encargada de la comunicación para su procesamiento, diseño y difusión en los diferentes canales de comunicación de la Institución.
3. Todo canal utilizado como medio de comunicación o fidelización (materiales impresos, adaptaciones digitales o merchandising) no debe emplear logos que no estén aprobados por Resolución del Decanato y Consejo Superior.

4. Los canales de Comunicación que involucren a la Facultad de Ciencias Químicas – UNA deberán contar indefectiblemente con la aprobación del Decanato, Consejo Superior y seguir las pautas y normativas de este manual, y en caso de que sean redes sociales, deberán ceñirse a las reglas de buen uso de redes sociales de la institución.
5. La información difundida por los canales de comunicación interna aprobados por la Institución (QuiBook, Red Interna de Comunicación – Whatsapp), no deben ser divulgados a personas ajenas a la Institución.


### **Canales de Comunicación de los lineamientos estratégicos**

Serán preparados instrumentos que faciliten a los funcionarios de la institución el acceso de las informaciones sobre la gestión del Talento Humano de la Facultad de Ciencias Químicas - UNA:

- Folletos
- Trípticos
- Murales
- Revistas
- Gacetillas
- Página web de la FCQ-UNA
- Página oficial en Facebook de la FCQ-UNA
- Intranet de la FCQ – UNA (QuiBook)
- Otras redes sociales (deben contar con aprobación de creación según Resolución).




---



Econ, Paula González Burgos  
Directora de Planificación  
FCQ - UNA

Pág. 9



## POLITICA DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS - UNA

Esta estrategia gestiona la comunicación con la ciudadanía, a través de la sistematización, integración y consolidación, respecto al cumplimiento de los objetivos de la Facultad de Ciencias Químicas – UNA.

### Aspectos Generales

#### 1. MANEJO DE LA INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

La información identificada, clasificada, consolidada, sistematizada y establecida como pública, se dará a conocer en forma oportuna y servirá como base para elaborar materiales informativos, educativos y de investigación.

#### 2. RELACIONAMIENTO CON GRUPOS DE INTERÉS

La relación de la Facultad de Ciencias Químicas- UNA con los grupos de interés se basará en la imparcialidad y equidad con el manejo y la difusión de información, salvo en aquellos casos que se considere de carácter reservado, atendiendo a las características específicas de cada grupo con el marco de la confianza y la colaboración.

- a. La Información destinada a los grupos de interés se canalizará a través de la dependencia encargada de la comunicación.
- b. La información será difundida de manera oportuna, considerando el interés colectivo y respetando la confidencialidad y fuente.
- c. Las diferentes dependencias de la Facultad de Ciencias Químicas - UNA, proveerán a la dependencia encargada de la comunicación, la información que deba difundirse, utilizando y respetando los procedimientos correspondientes.

#### 3. ELABORACIÓN DE MATERIALES INFORMATIVOS Y EDUCATIVOS

Se elaborarán materiales informativos y educativos para ser provistos a la ciudadanía y a los diferentes grupos de interés.


#### 4. LA COMUNICACIÓN CON LA SOCIEDAD

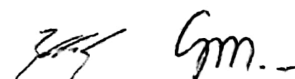
La dependencia encargada de la comunicación y marketing, establecerá y gestionará un buen relacionamiento con los medios de comunicación de manera a posicionar a la Facultad de Ciencias Químicas- UNA, como una institución universitaria pública, ética, innovadora, respetuosa y comprometida.

#### 5. MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Se efectuará el seguimiento de toda la información que involucre a la Facultad de Ciencias Químicas - UNA, emitida por y para los medios de prensa, a los efectos de garantizar que la difusión se realice conforme al sentido y lenguaje establecido por las Políticas de Comunicación de la Institución.



  
Econ, Paola González Burgos  
Directora de Planificación  
FCQ - UNA



## EVALUACIÓN DEL MANUAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Motivado a la mejora y actualización de los procesos de comunicación interna y externa, adquiridos a través de la experiencia y la utilización del presente documento, se establece a la dependencia encargada de la comunicación la evaluación anual del presente manual para la revisión de su contenido y realizar las modificaciones y adiciones pertinentes.

### Aspectos Generales

- Evaluación anual, desde la aprobación del presente manual por resolución
- Recolección de datos cuantitativos y cualitativos pertinentes para la revisión del documento.
- Aplicación de la metodología de la evaluación.
- Implementación, difusión y seguimiento.

### Metodología de evaluación

#### 1. Revisión y Diagnóstico

Se procede a la revisión del manual, realizando un contraste con los datos cuantitativos y cualitativos recabados, a fin de evaluar la efectividad y el cumplimiento de los objetivos y políticas del documento. Se determinan las debilidades, falencias y reformas a considerar para el informe diagnóstico a ser presentado para la aprobación de la evaluación del manual.

#### 2. Redacción de las modificaciones

Se redactan las modificaciones y adiciones o se genera el nuevo contenido que formará parte del manual que respondan de forma pertinente a las observaciones descritas en el informe diagnóstico.

#### 3. Comentarios y conformación

Se expone a los colaboradores de la Institución, encargados del control interno, la planificación y/o el control interno, la evaluación desarrollada del manual y se establecen las observaciones y recomendaciones para la conformación de la evaluación y su posterior aprobación.

#### 4. Aprobación

Se hace presentación del documento confeccionado en conjunto con el informe diagnóstico para su aprobación por las autoridades de la Institución.

## ACCESO A LA INFORMACIÓN

Todas las instituciones públicas se encuentran obligadas a divulgar la información dentro del marco de transparencia activa a través de sus sitios web de acuerdo a lo reglamentado con las leyes: N° 5189 “Que establece la obligatoriedad de la provisión de información en el uso de los recursos públicos sobre remuneraciones y otras retribuciones asignadas al servidor público de la República del Paraguay” y la N° 5282 “De libre acceso ciudadano a la información pública y transparencia gubernamental”.

La ley establece como principio que la información debe estar sistematizada y disponible con el fin de que sea difundida en forma permanente a los efectos de asegurar el más amplio y fácil acceso a la ciudadanía.

Según el artículo 3° de la Ley N° 5282, la información publicada debe contener:

- a) Estructura orgánica y funciones de cada una de las dependencias.
- b) Dirección y teléfono de la entidad y de todas las dependencias que la conformen.
- c) Nómina completa de los funcionarios permanentes, contratados y de elección popular, incluyendo número de Cédula de Identidad, año de ingreso, salarios, dieta o sueldos que corresponden a cada cargo, gastos de representación, bonificaciones discriminadas por cada uno de los conceptos establecidos por las normas respectivas, premios y gratificaciones especiales.
- d) Presupuesto de ingresos, gastos asignados y anexo de personal para cada ejercicio fiscal con su ejecución mensual.
- e) Detalles de viajes nacionales e internacionales, que sean financiados con fondos públicos, incluyendo beneficiario, destino, objetivos del viaje, fecha de realización y montos asignados para viáticos, incluyendo un informe final de la misión.
- f) Inventario de bienes muebles, inmuebles y vehículos con que cuentan cada una de las instituciones.
- g) Listado completo de funcionarios comisionados a prestar servicios en otras instituciones, periodo de comisión y entidad de destino.
- h) Listado completo de funcionarios comisionados de otras instituciones, fecha de inicio y finalización de la comisión, entidad de origen y funciones que desempeñan.
- i) Cualquier otra información que la entidad considere necesaria para dar a conocer el cumplimiento de su misión y objetivos institucionales.

Según el artículo 7° de la Ley N° 5282, todas las instituciones y dependencias citadas en el artículo 2° deberán publicar cada fin de ejercicio, un resumen total de los ingresos de cada uno de los funcionarios incluyendo, los montos de remuneraciones básicas, adicionales, complementarias, otros gastos de personal y viáticos por cada funcionario o empleado, permanente, contratado o de elección popular. Estos resúmenes deben ser publicados a más tardar para el último día hábil del mes de enero de cada año.



Universidad Nacional de Asunción  
Facultad de Ciencias Químicas

[www.qui.una.py](http://www.qui.una.py)

Facebook: @QuiUNAPy

Instagram: @fcquna

YouTube: Comunicación FCQ-UNA

