

# **ANEXO I:**

## **Cuestionario de análisis**



## CUESTIONARIO SOBRE LA GESTIÓN DE LA NUEVA COMUNICACIÓN INTERNA

Sabemos que tenéis muchas obligaciones y falta de tiempo para atender este tipo de demandas, pero vuestra respuesta será muy útil a los efectos de la investigación, y nos darán pistas firmes sobre el modelo que estamos estableciendo. Así, nos comprometemos a haceros llegar los resultados de esta investigación una vez la misma haya finalizado.

0. Universidad

1. Nombre del entrevistado.
2. Cargo que ocupa en la institución.
3. Cargo que ocupa en organigrama comunicacional.

### I) Datos generales

- 01) Breve reseña histórica de la entidad (fecha de creación, principales características, momentos más destacados, etc.) (a excepción de aquellos datos que se consideren de mayor interés, el principal nivel de detalle debe centrarse únicamente en los últimos 20 años)
- 02) Cantidad actual de alumnos, PAS y PDI. Otros miembros de la comunidad universitaria.
- 03) ¿Cuenta la Universidad con un plan estratégico?
- 04) ¿Qué principios de acción (orientaciones estratégicas) se recogen en el mismo e inspiran la gestión de la Universidad?

### II) Datos sobre comunicación interna

- 01) ¿De quién depende la comunicación interna en la organización? ¿y la externa?
- 02) Número de personas que integran el departamento encargado de la comunicación en la Universidad y sus funciones. Categoría dentro de la plantilla general de la organización.
- 03) Dependencia orgánica del departamento encargado de la comunicación en la entidad.
- 04) ¿Cuenta el Departamento de Comunicación con un área específica de comunicación interna? ¿Hay personal encargado específicamente para este fin?
- 05) ¿Cuenta la Universidad con un plan de comunicación? ¿y con un plan de comunicación interna?
- 06) ¿Tiene diseñado un mapa de públicos internos?
- 07) ¿Se ha formulado el perfil de imagen que sería deseable para la entidad? ¿Qué atributos definen dicho perfil de imagen intencional?

### III) Datos sobre información operativa

- 01) ¿Qué mecanismos de comunicación tiene la Universidad para hacer llegar a sus miembros los acuerdos y decisiones de sus órganos de gobierno (Consejo de Gobierno, Claustro, Consejo Social, Comisiones, Juntas de Facultad, Consejos de Departamento...)
- 02) ¿Qué sistemas de distribución de la información operativa (información para el ejercicio del desarrollo de la actividad) existen dentro de un mismo departamento o unidad funcional?
- 04) ¿Qué sistemas de distribución de la información operativa (información para el ejercicio del desarrollo de la actividad) existen entre diferentes departamentos o unidades funcionales?
- 05) ¿Cuenta la empresa con grupos adhocráticos? ¿Cuántos, qué aspectos tratan y con qué periodicidad se reúnen?

### IV) Datos sobre identidad y cultura corporativa

- 01) ¿Cuenta la entidad con algún documento o texto corporativo que exprese la identidad de la Universidad y que constituya una referencia inequívoca para sus miembros? ¿Cómo se define en sus Estatutos y en otros textos oficiales?

- 02) ¿Cuáles son los atributos permanentes de la identidad de la Universidad?
- 03) ¿Existe alguna declaración o texto escrito que enuncie la visión y la misión de su Universidad?
- 04) ¿Cuáles son los valores corporativos de la organización?
- 05) ¿Existe algún estudio o investigación sobre la cultura corporativa de la Universidad?
- 06) ¿Se perciben valores compartidos por el conjunto de la comunidad que forma el profesorado y el personal de administración y servicios? ¿y entre éstos y los alumnos, de forma que se sientan partícipes de una misma comunidad académica?
- 07) ¿Cuenta la Universidad con un plan de acogida? ¿En qué consiste?
- 08) ¿Cuenta con mecanismos para mantener la vinculación del personal más allá del fin de su actividad laboral (planes para jubilados)?

#### **V) Datos sobre comunicación interna-externa**

- 01) ¿Tiene la Universidad un mapa de públicos externos?
- 02) ¿Tiene una mapa de relaciones entre sus públicos internos y externos?
- 03) ¿Existe alguna investigación sobre la imagen pública de la entidad?
- 04) ¿Se ha formulado el perfil de imagen pública que sería deseable para la entidad? ¿Qué atributos definen dicho perfil de imagen intencional? ¿Es coincidente este perfil con el que se ha formulado para los públicos internos?

#### **VI) Datos sobre canales de comunicación interna**

- 01) ¿Cuenta la entidad con una publicación impresa propia? Número de ejemplares, distribución, periodicidad, tamaño, número de páginas.
- 02) ¿Realiza la Universidad una memoria anual? Número de ejemplares y distribución.
- 03) ¿Realiza algún vídeo corporativo? ¿Cada cuanto se actualiza? Procedimientos de difusión.
- 04) ¿Cuenta con tableros físicos? Número, temática, distribución, mantenimiento.
- 05) ¿Cuenta la Universidad con radio, televisión u otros medios de comunicación masiva de carácter interno?

#### **VII) Datos sobre tecnologías de la información**

- 01) Número de ordenadores. Ratio ordenadores/trabajadores y ratio ordenadores acceso público/alumnos
- 02) ¿Todos los trabajadores y alumnos tienen una cuenta de correo electrónico propia? En caso negativo, porcentaje que la tienen respecto a la totalidad y por colectivos. ¿Existen estudios sobre su nivel de uso?
- 03) ¿Cuenta la Universidad con listas de distribución masiva de correo electrónico? ¿A quienes agrupa? ¿Las listas son moderadas? En caso afirmativo, ¿quién ejerce de moderador? ¿Cuentan las listas con criterios de uso formalmente establecidos y conocidos? Temática, acceso y número de mensajes distribuidos por estas listas.
- 04) ¿Cuenta la web de la Universidad con espacios para foros o chats? Número, categorías, moderados/no moderados, acceso.
- 05) ¿Cuenta la Universidad con otros sistemas de comunicación electrónica como la mensajería instantánea, el SMS o similares?
- 06) ¿Ofrece la Universidad conexión gratuita a Internet desde el domicilio o algún tipo de ventaja para el acceso a la Red?
- 07) ¿Cuenta la intranet corporativa con sistemas de vídeo y audio digital? En caso afirmativo, temática, duración, número, accesibilidad.
- 08) ¿Desarrolla sistemas de videoconferencia? ¿Con qué periodicidad y a quiénes son sus usuarios?

09) ¿Cuenta con quioscos interactivos de uso público por parte del personal de la entidad o de monitores que emulen tableros de anuncios electrónicos?

### **VIII) Datos sobre el portal corporativo**

01) ¿Integra la entidad toda la información corporativa en un único web? Año de creación del sitio web oficial.

02) ¿Tiene webs adicionales? ¿Qué estrategia se sigue con los mismos (autonomía, independencia, alineación al portal...)?

03) ¿Cuál es el tratamiento entre la parte pública y privada del web de la Universidad? ¿Son dos webs diferentes o un mismo web con parte pública y parte privada?

04) Estadísticas de consultas del web. Datos de acceso externo e interno. Páginas o secciones más consultadas a nivel interno y externo.

05) ¿De quién depende el web corporativo y con qué periodicidad se actualiza? ¿Es realizado por un proveedor externo? En el caso de que se realice en la entidad, perfil del webmaster (categoría, dependencia orgánica, etc.)

06) ¿Depende del mismo departamento o unidad el web externo y la intranet?

07) ¿Cuenta la intranet corporativa con servicios de gestión virtual?

08) ¿Existen procedimientos conocidos para la publicación y difusión de contenidos a través de la intranet corporativa?

09) ¿Existe algún servicio de difusión de las novedades de la intranet a través de la difusión de correos electrónicos o sms? ¿Es un servicio automático o manual? ¿Está personalizado este servicio?

10) ¿Cuenta la intranet corporativa con perfiles de acceso? En caso afirmativo, ¿cuáles son?

11) ¿Ofrece la intranet publicaciones electrónicas?

12) ¿Existen en el sitio web mecanismos de participación y/o descentralización que permitan a docentes y alumnos incorporar contenidos a la misma? Señale cuáles.

13) ¿Cuenta el portal con mecanismos de franquiciamiento de su gestión? ¿Dispone de algún manual o libro de estilo?

14) Mencione qué tipo de estructura posee el equipo de trabajo que desarrolla el sitio web. ¿Cuántas personas y de qué departamentos o servicios componen este equipo?

15) ¿Cuál es la periodicidad de la actualización de contenidos del sitio? (Varias veces al día. Una vez al día. Varias veces a la semana. Una vez a la semana. Más tiempo.)

16) ¿Cuál es la periodicidad de la actualización de contenidos de la portada del sitio? (Varias veces al día. Una vez al día. Varias veces a la semana. Una vez a la semana. Más tiempo.)

17) ¿Qué contenidos se actualizan con más frecuencia?

18) ¿Qué contenidos se priorizan en el portal de la Universidad?

19) ¿Realiza la institución algún tipo de seguimiento sobre el consumo de su sitio web a nivel interno y/o externo? ¿Qué tipo de investigación y/o medición realiza? (Medición de audiencias. Cantidad de clicks y consumo de páginas. Encuestas en línea. Encuestas vía e-mails. Otro tipo de mediciones.)

20) ¿Utiliza algún sistema de gestión de contenidos? ¿Cuál?

21) ¿Utiliza la Universidad algún sistema de gestión tipo ERP? ¿Está integrado con el web?

22) Mencione cinco virtudes (puntos fuertes) que, según usted, tiene actualmente el sitio web de su Universidad desde el punto de vista de su utilización como herramienta de comunicación interna.

23) Mencione cinco virtudes que, según usted, debería tener y actualmente no posee (puntos débiles) el portal de su Universidad desde el punto de vista de su utilización como herramienta de comunicación interna.

24) ¿Existen mecanismos automáticos de relación entre el portal web y otros medios de comunicación electrónica interna (sms, pantallas,...)?

- 25) ¿Dispone el web de espacios para bitácoras oficiales o privadas?
- 26) ¿Qué mecanismos de retroalimentación pone a disposición de los usuarios el portal corporativo? (espacios de publicación, buzón de sugerencias, correo...)
- 27) ¿Aprovecha el portal las posibilidades comunicativas de la tecnología RSS? ¿Cómo?
- 28) ¿Ofrece el portal posibilidades de personalizar contenidos o la presentación de los mismos?
- 29) ¿Qué posibilidades de gestión en línea brinda el portal corporativo? (actividades que se pueden realizar por vía telemática)
- 30) ¿Tiene estudios sobre el nivel de usabilidad y accesibilidad del web corporativo?