

Estrategia de comunicación del  
Área de Cooperación  
Internacional al Desarrollo de la  
Universidad de Valladolid

Ana Isabel Reguera San José

## INDICE

1. Introducción.....	4
1.1. Justificación y características de la estrategia de comunicación del Área de Cooperación Internacional al Desarrollo de la Universidad de Valladolid.....	5
2. Metodología.....	8
2.1. La encuesta.....	8
2.2. La entrevista en profundidad.....	9
2.3. Observación.....	11
2.4. Análisis de las fuentes.....	11
3. Marco teórico.....	13
3.1. Comunicación al desarrollo.....	13
3.1.1. Educación al desarrollo.....	15
3.1.2. Comunicación en las funciones del Área de cooperación internacional al desarrollo de la UVa .....	16
3.2. Cooperación al desarrollo.....	18
3.2.1. Cooperación universitaria al desarrollo.....	22
4. Área de cooperación internacional al desarrollo de la UVa.....	25
4.1. Historia.....	25
4.2. La Misión.....	26
4.3. La Visión.....	26
4.4. Los Valores.....	27
4.5. Objetivos.....	27
4.6. Actividades.....	28
4.7. Organigrama.....	29
5. Diagnósis.....	30
5.1. Análisis DAFO.....	30
5.2. Matriz DAFO.....	32
5.3. Conclusiones.....	35
6. Estrategia de comunicación propuesta .....	41
6.1. Gestión de la comunicación.....	41
6.2. Objetivos.....	41
6.3. Comunicación interna.....	42
6.3.1. Públicos.....	42
6.3.2. Idea focal.....	43
6.3.3. Canales.....	43
6.4. Comunicación externa.....	43
6.4.1. Públicos.....	44

6.4.2. Idea focal.....	44
6.4.3. Canales.....	45
6.5. Metas de la estrategia.....	46
6.6. Acciones de la estrategia.....	49
7. Evaluación.....	61
8. Fuentes.....	64
9. Anexos	
I. Encuesta realizada a los usuarios del Área.....	68
II. Entrevista realizada a los trabajadores del Área y al equipo responsable.....	73
III. Entrevista realizada a la responsable del departamento de Estudios y de comunicación de la UVa.....	76
IV. Actividades de las unidades de Cooperación al Desarrollo en las universidades españolas.....	77
V. Ficha descriptiva del Área de cooperación internacional al desarrollo de la UVa.....	83
VI. Documentación interna del Área.....	86
VII. Tarjetas de presentación del Observatorio interuniversitario y de la Oficina de Cooperación Internacional al desarrollo.....	87
VIII. Resultados de la encuesta realizada a los usuarios.....	87
IX. Página web alojada en la web de la UVa.....	92
X. Página web alojada en otro hosting.....	93
XI. Página PACID en Facebook.....	94
XII. Folletería y cartelería del Área.....	95
XIII. Sugerencia de esquema para la página web del Área.....	96
XIV. Boletín informativo del Área.....	103
XV. Ejemplo de Campaña de sensibilización para el Fondo de Cooperación.....	104
XVI. Ejemplo de Campaña de información sobre el Área.....	106
XVII. Ejemplo de Jornadas de sensibilización sobre el Turismo Responsable.....	108
XVIII. Test para evaluación de la estrategia de comunicación.....	111
XIX. Líneas-recomendación para una guía de reuniones efectiva.....	115
XX. Otros datos de interés respecto al perfil del usuario universitario....	116

## 1. INTRODUCCIÓN

En el ámbito de la cooperación internacional al desarrollo y de la ayuda internacional se respira una atmósfera de incertidumbre, confusión y cierto desánimo. La sociedad es más consciente de los problemas del Sur pero disminuye la ayuda oficial al desarrollo y aumenta la condicionalidad de la ayuda y se dan pasos decisivos para privatizar al sector no lucrativo.

La comunicación es una herramienta que ayuda a que la sociedad civil conozca la problemática con la que se encuentran muchas organizaciones. Pero esta comunicación ha de realizarse correctamente para cumplir con los objetivos que se plantean. La comunicación ayuda a cambiar actitudes y puede ayudar a que el desequilibrio que existe entre Norte y Sur sea menos grande.

Estamos hablando pues de una comunicación al servicio de fundaciones, de asociaciones familiares, de ayuntamientos, de obras sociales y en mi caso de Universidades.

Por otro lado, las Universidades hoy en día viven a espaldas de la sociedad, pero es importante que sea cercana y para ello la comunicación permite mejorar los canales de información hacia dentro y hacia fuera.

Más concretamente, apenas se ha comenzado a estudiar cómo, porqué y para qué se comunican las unidades de cooperación de las Universidades españolas, que se encuentran a su vez eclipsadas por las mismas universidades donde se encuentran.

El Área de cooperación internacional al desarrollo de la Universidad de Valladolid se ha de convertir en canal de mediación hacia la sociedad en

general, para transmitir los valores de la cooperación internacional al desarrollo como son solidaridad, justicia, derechos humanos...

Es por eso que una estrategia de comunicación es necesaria para poder mejorar el impacto de las actividades que desde ahí se realizan y cumplir los objetivos marcados en el área, entre ellos el de la educación al desarrollo tan importante en la Universidad de Valladolid.

Una estrategia de comunicación es la herramienta perfecta para convertir al Área de cooperación en el canal que mediara entre la sociedad castellano leonesa y la Universidad en lo que concierne a la Cooperación al Desarrollo.

Son muchos los esfuerzos que se están haciendo para romper las barreras que existen. Esta estrategia de comunicación busca, pretende y ayuda a que la Universidad de Valladolid, su comunidad Universitaria y la sociedad de Castilla y León vea la importancia de la existencia del Área de Cooperación Internacional al desarrollo y se comuniquen entre sí.

### **1.1.JUSTIFICACION Y CARACTERISTICAS**

Se comienza a tomar conciencia de los problemas de comunicación en el campo de la ayuda y la cooperación al desarrollo y en el trabajo de las unidades de cooperación internacional al desarrollo de las Universidades españolas.

Es necesario dar un enfoque pedagógico a la comunicación que hable a la sociedad de causas y no sólo de efectos y que busque sensibilizarla en solidaridad.

Tiene sentido investigar la realidad del Área de cooperación internacional de Valladolid si se quiere identificar los problemas de la comunicación dentro de la Universidad para después poder plantear posibles soluciones y medidas de intervención a través de una estrategia de comunicación.

Entendemos que es necesario conocer el estado de la comunicación en el Área de cooperación internacional al desarrollo, como la entienden, como esta funcionando, analizar el público objetivo, el perfil de usuario con el que cuentan para conseguir los objetivos que plantea la investigación y más en concreto la estrategia de comunicación.

Al principio de esta investigación, se plantearon varias preguntas:

- ¿Que es el Área de cooperación internacional al desarrollo de la UVA?
- ¿Existe un problema de comunicación en el Área de cooperación internacional de la Universidad de Valladolid?
- Si es así, ¿cuál es su naturaleza esencial?
- ¿Cómo entiende y trabaja la comunicación?
- ¿De qué recursos dispone el Área de cooperación de la Universidad de Valladolid para comunicarse, dentro de ella, con el resto de la comunidad universitaria, con el conjunto de la sociedad castellano- leonesa, con otras instituciones y con sus socios y socias del Sur?
- ¿Qué imagen dan hacia la comunidad universitaria? ¿y hacia la sociedad castellano leonesa?
- ¿Cuál es el perfil de su usuario?
- ¿Como debe trabajarse teórica y prácticamente la comunicación?
- Utilizando sus fortalezas y debilidades ¿cual sería la estrategia adecuada para dar a conocer sus actividades y proyectos?

El objetivo de esta investigación es diseñar una estrategia de comunicación adecuado a los objetivos y recursos del Área de cooperación internacional al desarrollo de la Universidad de Valladolid

El proyecto se concreta en:

- Elaborar un diagnóstico de la situación de comunicación del Área, (cómo está estructurada, cómo se organiza, cuanto tiempo lleva actuando, si tienen o no personas dedicadas al Área de comunicación, si utilizan los medios de comunicación de masas...)
- Diseñar una estrategia de comunicación tanto interna como externa para el Área de cooperación internacional de la Universidad de Valladolid
- Realizar recomendaciones y conclusiones sobre la estrategia de comunicación y el análisis efectuado.

## 2. PROCESO METODOLOGICO

Para responder a las preguntas planteadas anteriormente y de acuerdo con los objetivos de la investigación se necesitan metodologías diferentes y complementarias entre ellas en el momento de la interpretación de los resultados. Para ello he elegido herramientas de la metodología cuantitativa y cualitativa:

### 2.1. LA ENCUESTA

La encuesta forma parte de la metodología cuantitativa, que es aquella que permite examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la Estadística.

Una encuesta es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación y, sobre todo, considerando el nivel de educación de las personas que se van a responder el cuestionario.

En mi caso, he realizado un cuestionario<sup>1</sup> con preguntas cerradas y abiertas después de construir un universo constituido por los usuarios del Área de cooperación internacional al desarrollo para así poder establecer sus características y su tamaño.

La fuente principal proviene de las personas que reciben el boletín de la oficina de cooperación internacional al desarrollo

---

<sup>1</sup> Ver anexo I

El esquema del cuestionario fue el siguiente:

- Preguntas sobre sus características generales
- Preguntas sobre sus recursos de comunicación
- Preguntas sobre sus opiniones sobre la oficina de comunicación y sobre la comunicación

Este cuestionario se paso a formato digital y se colgó en la página web de la oficina de cooperación y posteriormente se envió a la lista de contactos de la oficina.

Debido a circunstancias ajenas se procedió al envío el lunes 14 de junio y se han recibido a día 3 de julio, 16 encuestas.

El siguiente paso fue tabular los cuestionarios y realizar un perfil del usuario del Área.

## **2.2. LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD**

Los métodos cualitativos, en este caso la entrevista en profundidad, para la recopilación de datos, tienen una función muy importante en la investigación, ya que proporcionan una valiosa información para comprender los procesos que existen tras los resultados observados y valoran los cambios en la percepción que tienen las personas acerca de sus situaciones.

Las entrevistas en profundidad implican hacer preguntas, escuchar y registrar las respuestas y posteriormente, hacer otras preguntas que aclaren o amplíen un tema en particular. Las preguntas son abiertas y las personas entrevistadas deben expresar sus percepciones con sus propias palabras. Las entrevistas en

profundidad tienen la finalidad de comprender la opinión que tienen los beneficiarios y beneficiarias acerca de un tema, su terminología y sus juicios.

Existen tres enfoques básicos en las entrevistas en profundidad:

- la entrevista abierta (conversacional informal)
- la entrevista semiestructurada
- la entrevista estructurada (de desarrollo estandarizada).

En esta investigación me he decantado por la entrevista estructurada, que consiste en un conjunto de preguntas abiertas cuidadosamente formuladas y ordenadas anticipadamente. Quien entrevista hace las mismas preguntas a cada una de las personas entrevistadas, esencialmente con las mismas palabras y en el mismo orden. Estas entrevistas permiten que el investigador o investigador reúna sistemáticamente datos detallados y facilitan la posibilidad de comparación entre todos y todas las entrevistadas. Este enfoque no permite que quien entrevista guíe los temas o tópicos que no se anticiparon en el momento de la elaboración del guión de la entrevista. Las entrevistas estructuradas limitan el uso de preguntas alternativas a diferentes personas, dependiendo de sus experiencias particulares.

En esta investigación se han realizado cuatro entrevistas al personal contratado en la oficina buscando identificar el concepto de misión, visión, valores, recursos, fortalezas, intereses... con los que trabajan normalmente para poder tener una base sólida a partir de la cual realizar una estrategia de comunicación acorde a ellos y sus objetivos<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Ver anexo II

También se envió a través del correo electrónico un guión de preguntas<sup>3</sup> a la responsable del departamento de Estudios y de Comunicación de la UVA. Desgraciadamente, dado el contexto no se obtuvo ninguna respuesta por circunstancias ajenas.

2.3. También realice **OBSERVACION PARTICIPANTE** en la propia oficina durante los dos primeros meses de mis prácticas para ver el funcionamiento in situ de los técnicos y de algunas actividades realizadas, así como tener contacto con diferentes usuarios del Área.

#### 2.4. ANÁLISIS DE FUENTES

Posteriormente recopile textos, noticias y otras estrategias de comunicación en internet, libros..., realizando igualmente consultas en el centro de Documentación de la Coordinadora de ONGD'S CYL<sup>4</sup> y en la red de bibliotecas interuniversitaria.

Al tener acceso a la documentación interna del Área pude realizar una revisión de la misma entre las que se encontraban: informes, libros, Código de Conducta de Universidades en materia de Cooperación al desarrollo, Ley de Cooperación de Castilla y León 2006, Universidad como agente de cooperación, ESCUDE<sup>5</sup> 2000, Objetivos y funciones de la Cooperación Universitaria para el desarrollo, Ley orgánica de Universidades 2001. Art. 92, Plan director de cooperación al desarrollo de la Junta de Castilla y León 2005-2008, 2009-2012...

El análisis de todo este material implica que cada uno está redactado y elaborado por un organismo diferente y me ha obligado a realizar una

---

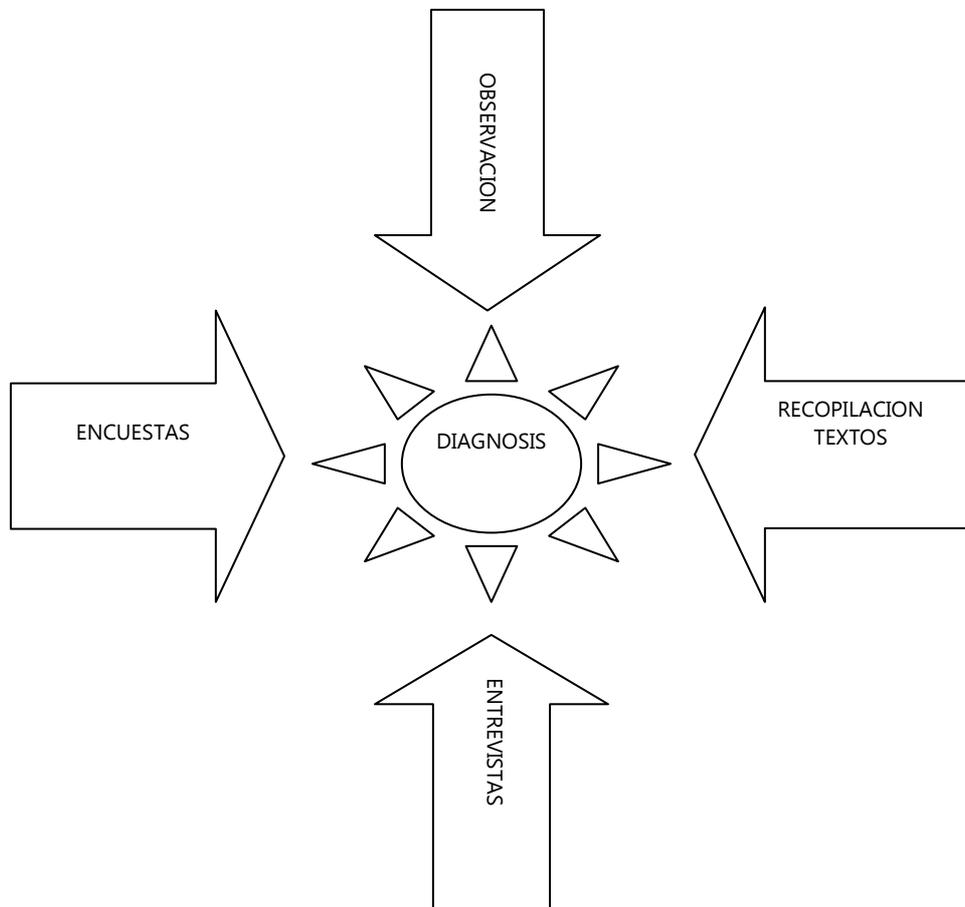
<sup>3</sup> Ver anexo III

<sup>4</sup> Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo de Castilla y León

<sup>5</sup> Estrategia de Cooperación Universitaria para el Desarrollo

interpretación global en un momento concreto, es decir en el momento en el que estuve en la oficina, que fue de Enero a Mayo del 2010. Al igual que he intentando realizar conexiones entre documentos, y también elementos que no se encontraban ni en unos ni en otros.

En definitiva, se trataba de obtener la máxima información posible para alcanzar los objetivos propuestos en esta investigación.



### 3. MARCO TEORICO

Toda investigación mira siempre desde un punto y en un momento determinado al amplio universo al que se dirige.

Todo investigador debe hacer el acto de investigar un ejercicio de reflexividad, lo importante no es lo que se pregunta, si no porque se pregunta lo que se pregunta, porque se quiere saber eso y no otra cosa, lo importante es pues lo que se busca.

En esta investigación pues, para saber en que marco me muevo, me centraré en los siguientes conceptos: cooperación al desarrollo, comunicación al desarrollo y la educación al desarrollo entendida dentro de la comunicación.

#### **3.1.COMUNICACIÓN AL DESARROLLO**

La comunicación al desarrollo se entiende como aquella actividad que busca lograr objetivos de desarrollo a través de la comunicación, a través de la difusión de información. De esta manera se facilita un cambio en el comportamiento de diversos actores en el ámbito del desarrollo político, social y económico, entre gobiernos y organizaciones. (Erro, 2003; Ventura, 2002)

Una adecuada estrategia comunicacional pone en la agenda de la opinión pública, a través de los medios, las publicaciones, las campañas e iniciativas- términos como pobreza, hambre, exclusión, acceso a la educación y a la salud, degradación del ambiente, igualdad de género....

Es importante que la información circule para que la sociedad y los decisores puedan orientar sus acciones y sus políticas hacia un cumplimiento de los objetivos de desarrollo.

En general se pueden distinguir dos estilos diferentes a la hora de entender los procesos de comunicación:

- **Un estilo instrumental hegemónico** (comunicarse para) que confunde los medios (acciones, proyectos, programas) con los fines (la idea de combatir la pobreza o hacer desarrollo) quedándose en el corto plazo, no busca los efectos a largo plazo.
- **Un estilo educativo de comunicar** que entiende la comunicación como medio para y como fin en sí misma, es decir, como comunicación educativa. A diferencia de la anterior busca el cambio de actitud a largo plazo. La comunicación es un proceso transversal a todos los proyectos y actividades, no solo un es un componente del ciclo de gestión y se ha de aprovechar el potencial que ofrece para maximizar los resultados.

Comunicar entonces es un estilo que transmite y expresa la identidad de una organización, de una persona. Según nos comunicamos así vivimos. (Pagola Carta, 2009)

En consecuencia, cuando una organización elige su estilo de comunicación no solo difunde mensajes sino que construye su forma de gestionar la organización, el lenguaje que utiliza para expresar, a la vez que reciben una retroalimentación de cómo el exterior entiende sus fines y deben de analizar la forma en que se expresan, los medios que utilizan para conseguirlos de una manera coherente. Si

en un momento dado ven que no se cumplen sus fines, deben revisar los medios que utilizan. En conclusión, medios y fines están interconexiónados. (Pagola Carta, 2009)

En esta investigación pretendo averiguar qué estilo de comunicación al desarrollo utilizan, en el Área de cooperación internacional al desarrollo de la UVa, y si es el que quieren utilizar teniendo en cuenta sus fines y sabiendo que resultados obtener a través de los medios con los que cuentan para educar a su público objetivo, ya que todo comunica (incluso el silencio), al mismo tiempo que educa, en cuanto conlleva valores, reafirma formas de mirar la realidad y señala direcciones y futuros posibles.

### **3.1.1. Educación para el desarrollo**

---

El concepto de ED<sup>6</sup> ha evolucionado notablemente desde su aparición en los años cincuenta. La estrategia de educación para el desarrollo de la AECID<sup>7</sup> (2007), en su marco teórico, define la Educación para el Desarrollo como el proceso educativo (formal, no formal e informal) constante encaminado a promover una ciudadanía global, a través de conocimientos, actitudes y valores capaces de generar una cultura de la solidaridad comprometida en la lucha contra la pobreza y la exclusión así como con la promoción del desarrollo humano y sostenible.

La educación para el desarrollo como proceso educativo debe responder a un proyecto pedagógico estructurado, organizado y diseñado para grupos “objetivo” claramente identificables. Dependiendo de lo anteriormente dicho tenemos la

---

<sup>6</sup> Educación para el Desarrollo

<sup>7</sup> Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo

educación **formal** para aquella educación oficial, como la universitaria, la educación **no formal** que tiene objetivos explícitos de formación y la educación **informal** como educación continua fuera del ámbito de las otras dos tipologías. (Ortega, 2008)

Cuando hablamos de educación al desarrollo en la comunicación, se habla de **sensibilización** cuando de manera puntual y adecuada se evitan actuaciones negativas, se corrigen malas prácticas y se crea opinión y se habla de **investigación** cuando se realizan programas especiales formativos pensando a medio y largo plazo para ayudar a comprender los problemas y no solo darlos a conocer en un momento dado. (de Funes, 2007))

No se puede dejar de hablar de educación al desarrollo en esta investigación pues nuestro contexto es el Área de cooperación internacional al desarrollo de la Universidad de Valladolid. La educación al desarrollo debe ser un instrumento y objetivo de sus estrategias y por consiguiente de esta estrategia de comunicación.

### **3.1.2. La comunicación en las funciones de las unidades de cooperación en las universidades**

---

La comunicación como se ha dicho antes no es solo un momento del ciclo de gestión sino que se trata de un elemento transversal que se ha de tener en cuenta en todas las actividades y proyectos que realicen las unidades de cooperación internacional al desarrollo de las universidades españolas.

En cuanto a la actividad de **educación al desarrollo** en las universidades hablamos de actividades en el campo de la formación de grado y postgrado, así como en las actividades difusión y sensibilización, que no suelen tener una continuidad ya que

responde a demandas puntuales o a iniciativas propias. (Hildegart, 2006) En el Área de Cooperación Internacional al Desarrollo de la UVa hay una oferta educativa al desarrollo con cierto prestigio. En cuanto a las actividades de difusión y sensibilización cumple con lo anteriormente dicho.

En cuanto a los mensajes elaborados para **sensibilizar** a la comunidad universitaria, que se correspondería con la función de difusión y sensibilización, sus principales deficiencias se deben a las pretensiones de recaudar fondos y el excesivo grado de emotividad que los caracteriza (Palencia, 1997) En cambio, el Área de Cooperación Internacional al Desarrollo cuida mucho este aspecto, ya que antes de lanzar una campaña de estas características valoran todas las consecuencias.

Unido a esta función está la **captación de donaciones**, cuya principal falacia es el empleo de todo tipo de tácticas, instrumentos y materiales para conseguir recursos económicos. (Guardia, 1999; Leza Fernández, 2003)

Las tácticas comunicativas empleadas que suscitan mayor controversia son la utilización del dramatismo y el uso de la culpabilización. Alternativas posibles a este tipo de mensajes (Pernas, 2000), son la elaboración de mensajes con una visión positiva de los objetivos que se van logrando en el trabajo conjunto entre las organizaciones y los beneficiarios (Serrano, 1998), la incidencia en los efectos favorables que la donación puede generar, la traslación del problema planteado a situaciones que sean cotidianas a los donantes, y la generación de expectativas alcanzables frente a los objetivos genéricos que muchas veces se cuentan.

Habría que tomar en cuenta este tipo de mensajes para ayudar a limpiar esa imagen oscura de las organizaciones que trabajan con la cooperación internacional al desarrollo.

### **3.2.LA COOPERACION AL DESARROLLO**

La cooperación al desarrollo, surgida hace más de medio siglo en condiciones bien diferentes a las que existen hoy en día en el mundo, se ha visto afectada durante los últimos tiempos por diferentes factores que ha modificado en buena medida el marco en el que se había venido desarrollando. (Unceta, 2007)

Uno de esos factores es [el fin de la guerra fría y de la confrontación Este –Oeste](#), que hacía perder la importancia geoestratégica de muchas zonas del mundo que en otros momentos fueron destino de importantes paquetes de ayuda.

En estas nuevas circunstancias, la cooperación al desarrollo dejó de tener el papel que hasta entonces había desempeñado como instrumento asociado a la política exterior de los gobiernos y a los cambiantes intereses de estos en el marco geopolítico que surgió de la segunda guerra mundial. Por el contrario, a partir de los años ochenta, la profunda asimetría existente en las relaciones Norte-sur requirió grandes dosis de voluntad política y una escala de valores acorde con la prioridad de la defensa de los derechos humanos.

En ausencia de justificaciones de carácter geoestratégico, el esfuerzo a favor del desarrollo se vio necesitado de un impulso ético y político, a lo que los gobiernos y los organismos internacionales no respondieron, influyendo en la menor relevancia

que la cooperación al desarrollo tiene hoy en día en la agenda política internacional.

Otro de los factores que ha modificado el marco de la cooperación es el [proceso de globalización](#). Esta globalización ha generado, un notable incremento de la interdependencia existente entre los procesos económicos, políticos, sociales, ecológicos y culturales en unas y otras partes del mundo.

La globalización ha producido un cambio radical de las condiciones en que venía desarrollándose la financiación del desarrollo, como consecuencia del impacto de la libre circulación de capitales y de la consiguiente dificultad de orientar, la inversión, a través de políticas públicas, hacia el logro de determinados objetivos de desarrollo.

El proceso globalizador ha venido asociado a un incremento de la inseguridad humana, que se concreta en el ámbito económico y laboral, el medioambiental, el alimentario, el político o el personal en crisis que amenazan la estabilidad de las condiciones de vida de las personas, incrementando su vulnerabilidad y la incertidumbre respecto de los procesos de desarrollo.

Otro de los fenómenos más relevantes relacionados con la transformación de la cooperación es el referido a los [cambios operados en la concepción del desarrollo](#). Estos cambios están relacionados con que el mercado sea el encargado ahora de asignar los recursos y lograr una mayor eficiencia económica.

En consecuencia, se ha pasado a una concepción del desarrollo en la que liberalización económica y el progresivo desmantelamiento del Estado constituyen

las principales señas de identidad, y a una concepción de la AOD en la que la acción humanitaria o paliativa ocupa cada vez mayores esfuerzos, todo lo cual ha trastocado tanto los instrumentos puestos en juego como el papel de que los distintos agentes desempeñan en la tarea de la cooperación.

A lo largo de los últimos años, la noción convencional de desarrollo ha sido cuestionada como proceso de ampliación de oportunidades de la gente y como proceso compatible con las opciones de las futuras generaciones, exigiendo la necesidad de atender diversos factores que inciden en los procesos de cambio social a la hora de plantear las estrategias de desarrollo. Aunque no todos comparten esta noción y hay posturas mucho más radicales al respecto como la que hace mención a una instrumentalización para intereses propios a ritmos vertiginosos.

La cooperación debería incidir prioritariamente en aquellos aspectos del actual modelo de globalización que condicionan más negativamente los procesos de desarrollo en unos y otros lugares.

Las nuevas referencias teóricas sobre el desarrollo ponen de manifiesto la importancia de la educación y la formación de las personas como factor crucial de desarrollo. Ello afecta prioritariamente a los eslabones inferiores del sistema educativo, pero también a la formación universitaria. En general, la formación universitaria en los países en desarrollo no está bien valorada. Existe mucho escapismo de cerebros hacia otros países, volviendo una vez formados e intentando aplicar sus conocimientos en su país. Esto se hace gracias a una red de becas que permiten a esos estudiantes tener una formación en países de países del norte.

### La creciente pluralidad de los actores en el campo de la cooperación

Hasta hace muy poco, los gobiernos y las ONGDS eran junto con algunos organismos multilaterales, los protagonistas casi únicos de los programas y proyectos de cooperación.

Sin embargo, en la actualidad comunidades autónomas, ayuntamientos, sindicatos, Universidades, colegios profesionales, empresas y una amplia gama de organizaciones y colectivos sociales se han sumado, de diversas maneras a la cooperación al desarrollo, estableciendo relaciones con contrapartes en distintos países con el objetivo de llevar a cabo programas y proyectos.

La Universidad ha sido una de las instituciones de nuestra sociedad que más han incrementado su dedicación a esta labor, mediante la puesta en marcha de proyectos y programas propios o a través del trabajo conjunto con otros agentes sociales. Y ello se ha traducido no solo en un fortalecimiento de los lazos institucionales establecidos con Universidades de países en desarrollo, sino también en una creciente implicación de los distintos sectores de la comunidad universitaria en distintos tipos de programas y proyectos de cooperación al desarrollo en un amplio número de países.

### **3.2.1. La cooperación universitaria al desarrollo**

---

Hemos hablado de comunicación para el desarrollo, de la importancia de la educación al desarrollo en el ámbito universitario y de la cooperación al desarrollo, incluso hemos hecho ya un inciso en la comunicación para el desarrollo en las universidades. Todo ello para poder situar la universidad dentro de todos estos ámbitos.

La CRUE<sup>8</sup> considera la cooperación universitaria al desarrollo *“como la cooperación de las Universidades en los procesos de desarrollo socioeconómico” de otros países que puede llevarse a cabo tanto exclusivamente entre Universidades como en colaboración con otros agentes públicos o privados, “al objeto de inducir, fomentar o apoyar estrategias de desarrollo.*

Por consiguiente, según la Estrategia de Cooperación Universitaria al Desarrollo dice que la cooperación universitaria al desarrollo es *el conjunto de actividades llevadas a cabo por la comunidad universitaria y orientadas a la transformación social y el fortalecimiento académico en los países más desfavorecidos, en pro de la paz, la equidad, el desarrollo humano y la sostenibilidad medioambiental en el mundo.*

Como bien dice Unceta (2007) existe un debate sobre la cooperación universitaria al desarrollo debido a los cambios que existe en la misma Universidad. Cambios que vienen desde la sociedad y de nuevos retos propuestos en la investigación científica y la difusión del conocimiento. Dos acciones que están buscando su

---

<sup>8</sup> Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas

espacio para conseguir una formación integral de calidad que se encuentra en las Universidades.

Como reconoce el propio Plan Director de la Cooperación Española 2005-2008, *“La Universidad constituye un ámbito privilegiado para la promoción del conocimiento, la investigación, el debate, y la difusión de los problemas y retos fundamentales del desarrollo, es decir de aquellas cuestiones que están o deberían de estar en la base de las estrategias de la cooperación.”*

En este sentido, la estrategia de la cooperación española en educación, aprobada en 2004, señala que la educación superior y la formación de postgrado en todos sus ámbitos (estudios doctorales, postdoctorales, especialización, investigación...) son claves para el desarrollo y la lucha contra la pobreza.

Por lo que las Universidades pueden contribuir de una manera eficiente a esta tarea pues tienen los recursos para fortalecer los sistemas de educación superior de los países del sur y del norte.

Y aquí es donde hacen su acto de aparición las unidades de cooperación internacional al desarrollo, a través de las cuales las Universidades pueden mejorar sus programas docentes y de investigación incidiendo sobre las preocupaciones sobre la equidad, el desarrollo humano y la sostenibilidad, mediante la promoción del voluntariado, mediante la creación de espacios de debate y sensibilización sobre los principales problemas de nuestro tiempo o mediante su participación en programas y proyectos de cooperación al desarrollo.

Unceta (2007) hace una clasificación más específica de las actividades llevadas a cabo en las Universidades españolas relacionadas con la cooperación al desarrollo.<sup>9</sup>

1. Actividades en el campo de la formación de grado y postgrado.
2. Acciones en el campo de la investigación
3. Asistencia técnica y proyectos de desarrollo llevados a cabo en otros países
4. Actividades de difusión y sensibilización
5. Como aportación de Hildegart, también añadiría la actividad de informar.

---

<sup>9</sup> Ver anexo IV

## 4. AREA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL AL DESARROLLO DE LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

El Área de Cooperación Internacional al Desarrollo de la UVa se enmarca dentro de los conceptos anteriormente desarrollados. Es importante que esto se refleje en cada una de las etapas de la estrategia de comunicación que se llevara a cabo pues será el canal de comunicación utilizado por la Universidad y su comunidad universitaria para alcanzar los objetivos de Educación al Desarrollo y Cooperación Internacional.

Como parte de esta estrategia de comunicación se ha reformulado junto con los trabajadores del Área la misión, visión y los valores del Área. Los resultados que aquí se presentan derivan de la entrevista realizada y de la recopilación de documentación interna realizadas.

Asimismo he realizado una ficha del Área con toda la información relativa a sus actividades como a los recursos y específicamente a aquellos que se refieren a comunicación.<sup>10</sup>

### 4.1. HISTORIA

El Área de Cooperación Internacional al Desarrollo de la Universidad de Valladolid fue creada en septiembre de 2007 a la vez que la Oficina de Cooperación para el Desarrollo, como órgano de gestión y coordinación de las actuaciones en materia

---

<sup>10</sup> Ver anexo V

de Cooperación al Desarrollo de la UVA, dando un fuerte impulso a la cooperación al desarrollo dentro de la Universidad.<sup>11</sup>

Uno de los pilares del Área es la colaboración con otros agentes de cooperación del entorno de la UVA: Universidades de Castilla y León, ONGDs, Administraciones locales y autonómica y cualquier otra entidad privada o pública que trabaje en Cooperación Internacional al Desarrollo que se verá reflejado en las actividades que lleven a cabo.

#### **4.2. LA MISIÓN**

El Área de Cooperación Internacional al Desarrollo de la UVA tiene como misión dar a conocer, facilitar, coordinar e impulsar actividades y proyectos vinculados con la educación para el desarrollo, la investigación por, para y sobre el desarrollo y la Cooperación Internacional al Desarrollo en el ámbito de la UVA.

#### **4.3. LA VISION**

El Área de Cooperación Internacional al Desarrollo de la UVA pretende centralizar todas aquellas cuestiones relativas a la cooperación al desarrollo que se gestionen desde la Universidad de Valladolid, es decir convertirse en *ventanilla única* de la educación para el desarrollo, la investigación y la cooperación internacional al desarrollo contribuyendo a la implicación de la UVA en la lucha contra la pobreza, el subdesarrollo, y sus causas.

---

<sup>11</sup> Ver anexo VI

#### **4.4. LOS VALORES**

La misión y visión del Área se concretan en unos valores que cumplirán en todas sus actividades:

- La participación activa de todos los miembros de la comunidad universitaria en la Cooperación Internacional al Desarrollo.
- La transparencia en la gestión y la rendición de cuentas.
- La relación con las instituciones contraparte en países del Sur, así como con el tejido social de la cooperación.
- El fomento de la solidaridad, el desarrollo humano y sostenible, la erradicación de la pobreza, la educación de las personas, la equidad de género y el empoderamiento de las mujeres, la paz, la democracia y el respeto a los derechos humanos.

#### **4.5. OBJETIVOS**

La Universidad tiene como funciones básicas la docencia y la investigación al servicio de la sociedad.

Atendiendo a estos principios básicos, el Área de Cooperación Internacional al Desarrollo tiene los siguientes objetivos:

- En el campo de la **docencia**, que incluye la educación para el desarrollo tanto formal, no formal e informal:
  - Fomentar, impulsar, coordinar y facilitar actividades vinculadas con la educación para el desarrollo en la UVA.

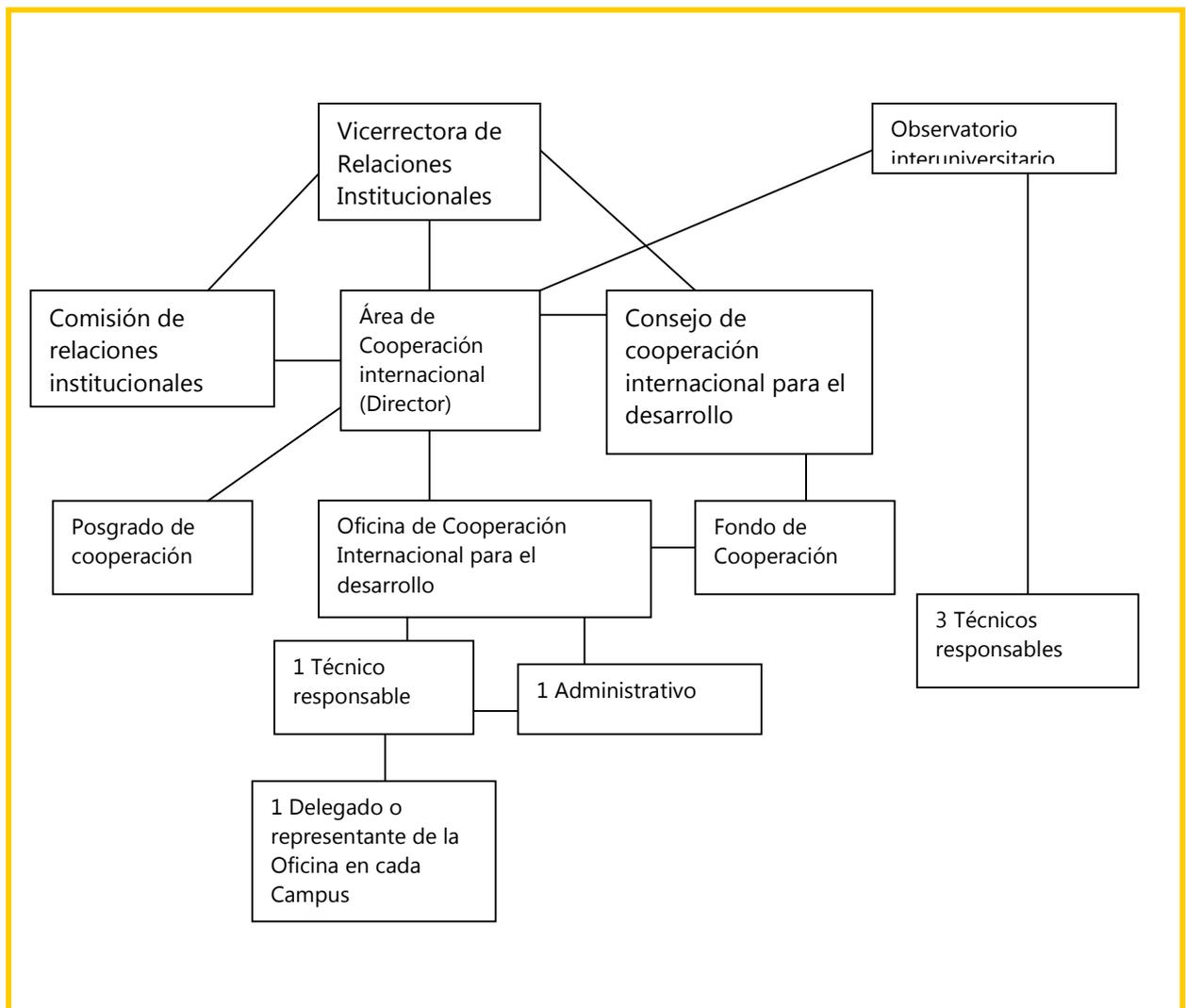
- En el campo de la **investigación**:
  - Promover la investigación en la UVA que favorezca el desarrollo humano sostenible de los pueblos y países más empobrecidos.
- En el campo de los **servicios** y la relación con la **sociedad**:
  - Contribuir a que la UVA sea un instrumento útil en materia de cooperación al desarrollo.

#### 4.6. ACTIVIDADES

A continuación se plasmará en un cuadro resumen las actividades realizadas por el Área junto con los objetivos que cumplen con cada una de ellas.

OBJETIVOS	ACTIVIDADES
Docencia	Curso de Postgrado cooperación Curso introducción a la Cooperación Internacional al Desarrollo Prácticas Universitarias en el Ámbito de Cooperación Internacional al Desarrollo (PACID) Campañas de sensibilización
Investigación	Fondo de Cooperación
Servicios a la sociedad	Observatorio Interuniversitario para la Cooperación Internacional al Desarrollo de Castilla y León Exposiciones, ciclos de cine, charlas Asistencia técnica Información al usuario Revistas Folletos

#### 4.7. ORGANIGRAMA



## 5. DIAGNOSIS

### 5.1. ANALISIS DAFO

Una de las partes más importantes de esta investigación es el análisis de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades del Área. A partir del mismo podremos saber cual será la mejor estrategia a seguir.

La elaboración de este DAFO deriva principalmente de las entrevistas realizadas a los trabajadores del Área y a la observación participativa.

#### 5.1.1. Debilidades

---

- Falta de recursos humanos para llevar a cabo todo el plan de actividades programado
- Gran volumen de trabajo del plan de acción del Área
- Falta de tiempo y de planificación estratégica continuada
- Se trata de un departamento joven y pequeño dentro de la Universidad de Valladolid
- Debido a su juventud no hay un organigrama claro. Uno de los hechos que influyen más es los cambios estructurales realizados.
- Inestabilidad de financiación por parte de las instituciones públicas.
- Limitados recursos económicos propios, consecuencia de la inestabilidad de financiación.
- Difusión inadecuada por falta de recursos humanos y tiempo.
- En concreto, no existe un departamento de comunicación.

### **5.1.2. Amenazas**

---

- Poca implicación institucional por parte de la UVa. Desde los altos cargos de la UVa no se da el apoyo necesario para conseguir una estabilidad del Área. No es una prioridad dentro de la UVa.
- Desconocimiento del Área dentro de la comunidad universitaria y fuera del ámbito de la Cooperación Internacional al Desarrollo.
- No hay conocimiento real de su trabajo diario. Confusión de las actividades que realiza.
- La escasa colaboración por parte de la comunidad universitaria en general sin compensación material. La comunidad universitaria no se implica si no hay una compensación en forma de créditos de asignatura.
- Exigencia de transparencia de cuentas en el ámbito de la Cooperación Internacional al Desarrollo, debido a irregularidades existentes en otros organismos de cooperación internacional al desarrollo.
- Las actividades y proyecto del Área no tienen resultados a corto plazo, sino a largo plazo, pues se trata de proyectos con resultados no tangibles.
- La cooperación Internacional al Desarrollo está viviendo un momento inestable en estos momentos.

### **5.1.3. Fortalezas**

---

- Infraestructura apropiada. Poseen una oficina y los recursos materiales adecuados.
- Existe un entorno agradable para la elaboración y debate de proyectos y exposición de ideas.
- Experiencia del equipo de recursos humanos actual.

- Una red formada por colaboradores, becarios y personas en práctica.
- Capacidad del liderazgo del Director del Área.
- El apoyo del Vicerrector de Relaciones Institucionales
- Buena relación con los medios de comunicación
- Buena relación con otros agentes de la cooperación internacional al desarrollo de Castilla y León

#### **5.1.4. Oportunidades**

---

- El reconocimiento por parte de la comunidad universitaria de la UVa que conoce el Área. Dentro de sus "admiradores" valoran el trabajo que realizan.
- La cooperación internacional al desarrollo y la solidaridad están bien vistas en la sociedad en general
- Se tiene una muy buena imagen de los objetivos y valores del Área.
- La sociedad quiere colaborar en temas del ámbito de la Cooperación Internacional al Desarrollo.

#### **5.2. MATRIZ DAFO**

Es interesante saber como las diferentes variables anteriormente descritas interactúan y forman posibles estrategias a seguir. Cada estrategia aplicara unas tácticas y estas tácticas se apoyaran en acciones.

Existen cuatro tipos de estrategias posibles:

- **Estrategia supervivencia: mini – mini**, su objetivo es minimizar las debilidades y las amenazas.

- o **Estrategia adaptiva: mini – maxi**, en este caso se intenta reducir al mínimo las debilidades y aumentar al máximo las oportunidades.
- o **Estrategia defensiva: maxi – mini**, su objetivo sería el de elevar al máximo las fortalezas y minimizar las amenazas.
- o **Estrategia ofensiva maxi – maxi**, se intentara vencer tanto las debilidades como las amenazas y contrarrestarlas para convertirlas en fortalezas y oportunidades.

<b>MAXI-MAXI. Estrategia ofensiva</b>	<b>MAXI-MINI. Estrategia defensiva</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>o Si queremos aprovechar la buena imagen de los objetivos y valores del Área y que la sociedad quiere colaborar se debería potenciar la buena relación que existe con los medios de comunicación y con otros agentes de la cooperación internacional de Castilla y León.</li> <li>o También sería importante aprovechar el reconocimiento por parte de la comunidad universitaria de la UVa que conoce el Área potenciando la capacidad de liderazgo del Director de Área y del equipo de recursos humanos, incluyendo la red de colaboradores, becarios y</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Para defendernos de la poca implicación institucional por parte de la UVa y su desconocimiento en la comunidad universitaria sería bueno potenciar la capacidad de liderazgo del Director de Área, así como utilizar la vía del Vicerrectorado para dar a conocer su trabajo y conseguir más colaboración.</li> <li>o Igualmente potenciando la buena relación con los medios de comunicación se daría a conocer su transparencia de cuentas, sus actividades y los resultados de los proyectos teniendo una continuidad en el</li> </ul>

<p>personas en prácticas actuales así como el apoyo del Vicerrectorado de Relaciones Institucionales y sus infraestructuras.</p> <p><i>Esta es la mejor estrategia a adoptar, hay que incidir en los recursos internos que se poseen para estabilizar las actividades del Área</i></p>	<p>tiempo.</p> <p><i>En esta estrategia se apuesta más por las relaciones institucionales externas.</i></p>
<p><b>MINI-MAXI. Estrategia adaptiva</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Superando la falta de recursos humanos y la difusión inadecuada, en concreto, fortaleciendo la red de colaboradores, becarios y personas en prácticas y creando el departamento de comunicación se aprovechara mejor el reconocimiento por parte de la comunidad universitaria de la UVa y la buena imagen de la misión y fines del Área.</li> <li>o Se podrá aprovechar la infraestructura existente para mejorar la difusión inadecuada, así como para que sirva de</li> </ul>	<p><b>MINI-MINI. Estrategia de supervivencia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Superando que estamos hablando de un departamento de reciente creación y de reducido tamaño dentro de la UVa, nos podremos defender mejor de la poca implicación institucional por parte de la Universidad.</li> <li>o Superando la no existencia de un departamento de comunicación y de la falta de recursos y de los limitados recursos se podrán defender mejor del no conocimiento real de su trabajo diario, del desconocimiento del Área</li> </ul>

<p>espacio de encuentro para la red de colaboradores, becarios y personas en practicas con los trabajadores del Área. Una planificación estratégica en cuanto a medios de comunicaciones se refiere para fortalecer la buena relación con los mismos.</p> <p><i>Se busca una estrategia que mira más hacia dentro, más orden interno y no tiene en cuenta lo externo.</i></p>	<p>dentro de la comunidad universitaria y fuera de este ámbito, pudiendo favorecer la transparencia de cuentas y la comunicación de los resultados de actividades y proyectos.</p> <p><i>Hablamos de una estrategia con poca solidez, salvando los obstáculos sin planificar acciones conjuntas para conseguir objetivos a largo plazo.</i></p>
---	---

### 5.3. CONCLUSIONES

Sobre el Área de cooperación internacional de la UVa se han resaltado las siguientes conclusiones cualitativas extraídas del análisis de las diferentes fuentes investigadas y los diferentes instrumentos utilizados, principalmente, la observación participativa.

Valorado positivamente
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>La implicación en comunicación</b> llevada a cabo a pesar de llevar casi tres años funcionando y las condiciones económicas y de recursos humanos en las que se ha realizado. Cuentan con instrumentos y conocen la importancia de la comunicación pero es necesario una optimización de esos recursos para conseguir completar su misión y visión como departamento dentro de la Universidad.</li> <li>○ En cuanto al tema de <b>cooperación al desarrollo</b> están bien enfocados, tienen</li> </ul>

mucha experiencia en ese ámbito que contribuye a generar documentación de alta calidad, y ser un agente de cooperación en Castilla y León a tener en cuenta en la toma de decisiones como puede ser el Plan Director de Cooperación al Desarrollo de Castilla y León 2009-2012 o en movimientos sociales

- Cuentan con **instrumentos de comunicación** como el boletín de noticias, la web, tarjetas de presentación<sup>12</sup>, folletos...
- Tienen un buen equipo de **recursos humanos** en cuanto a calidad y experiencia se refiere pero no en cuanto a número pues es escaso con relación a la cantidad de trabajo que realizan diariamente por lo que cuentan con colaboradores, personas en prácticas y becarios que complementarían estas funciones y que se debería de reforzar

#### Valorado negativamente

- Hay que definir el **estilo de comunicación**. Existe una deficiencia o falacia en cuanto al estilo de comunicar que poseen, no muestran la forma de gestionar de la organización y eso incide negativamente en la imagen que reciben de ella en la comunidad universitaria y en la sociedad castellano leonesa. Como ya se ha dicho anteriormente, el no decir nada también es una deficiencia porque el público objetivo pueden recibir e interpretar ideas erróneas en cuanto a los medios y fines del Área.
- No se aprecia un valor **educativo-pedagógico** en los procesos comunicativos si no que se hacen según las necesidades de cada momento.
- El **problema comunicativo** existe debido a que no tienen ninguna persona específica trabajando exclusivamente para ello. Tienen un estereotipo de la definición de comunicación.
- En referencia a los **recursos económicos**, dependen de instituciones públicas

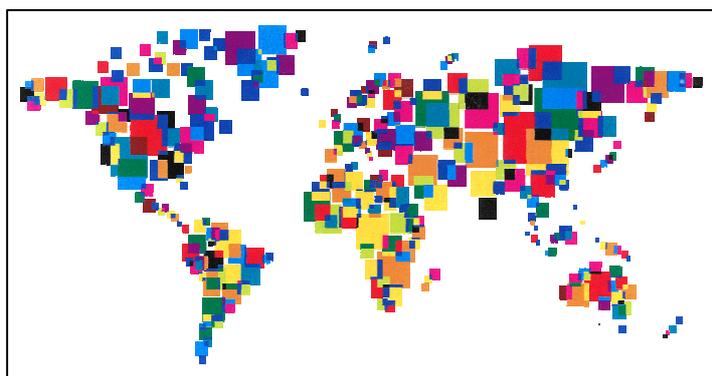
---

<sup>12</sup>Ver anexo VII

como la misma Universidad o la Junta de Castilla y León, debiendo buscar otras alternativas para conseguir una independencia económica a las subvenciones.

La **identificación** a través de cuestiones como logotipos y nombres esta eclipsada por los de la propia Universidad a la que pertenecen que ya posee su propia imagen corporativa.

El Área trabaja para conseguir una imagen corporativa. Al estar dentro de la Universidad de Valladolid se ha de regir por la identidad corporativa de la misma pero han podido crear dos logos: uno para el Área de Cooperación y otro para el Observatorio Interuniversitario de la Cooperación Internacional al Desarrollo de Castilla y León.



Se trata de dos logos con una imagen atractiva y que reflejan los valores de cada uno de los entes que representan. El mapamundi en el caso del Área con relación al campo de acción de la misma y el catalejo para el observatorio a modo de relación con la acción que se realiza con este objeto: observar.

Después de las encuestas realizadas a los usuarios del Área<sup>13</sup> se concluye que su **perfil** es el siguiente:

Estudiante, trabajador en la universidad de 26 a 36 años, colaborador activo en ONGDs, no participa en ningún proyecto. Sus motivaciones principales son: el compromiso, la solidaridad, la responsabilidad y la ética. Los medios de comunicación que más utiliza son el correo electrónico, los boletines electrónicos, internet, redes sociales y los carteles. Conoce lo que hace el Área de Cooperación Internacional al Desarrollo.

Comentar también que se han consultado otros estudios respecto al perfil universitario en general respecto a los hábitos en cuanto a medios de comunicación.<sup>14</sup>

La **comunicación interna** es mayoritariamente ascendente-horizontal e informal. Si hay reuniones periódicas. Se funciona de manera informal: correos electrónicos y llamadas telefónicas. El boletín y la web podría considerarse la forma de relación con los colaboradores y becarios. La coordinación es buena gracias a las reuniones periódicas y al continuo contacto entre los técnicos en ambientes menos formales

En cuanto a la **comunicación externa**:

- La **comunicación con las contrapartes** es buena y fluida gracias a internet y el uso del correo electrónico, así como el teléfono.
- La **comunicación con el resto de departamentos de la Universidad** es escasa y deficitaria refiriéndonos más a la forma que a los contenidos. Las causas son la falta de recursos, tiempo, interés, inercia, individualismo, autismo, y la dificultad de abordar el tema. Entre las consecuencias se pueden encontrar la repetición de actividades, la descoordinación, el sentimiento de

---

<sup>13</sup> Ver anexo VIII

<sup>14</sup> Ver Anexo XX

que se pisan entre ellas. Falta de un espacio común que impide trazar estrategias conjuntas, desconfianza, competencia por la financiación y las ideas, protagonismo. Las soluciones: mayor coordinación, buscar un espacio común para aunar criterios, agrupar sensibilidades y crear lugares de encuentro y medios alternativos, gestionar proyectos comunes.

- **Comunicación con movimientos sociales.** Sí, se tiene contacto con ellos y en ocasiones se han realizado acciones conjuntas, ya que el personal de la oficina está muy implicado socialmente.
- **Comunicación los medios.** Tienen buena relación con los medios de comunicación. En cuestiones oficiales se debe de pasar primero por el departamento de comunicación de la propia Universidad.
- En cuanto a los **medios de comunicación** que utilizan para comunicarse, poseen dos portales web, uno en la web de la universidad de Valladolid y otro que está pertenece también a la Universidad de Valladolid pero externo a la estructura de la web principal de la Universidad<sup>15</sup>. Además utilizan un hosting para alojar documentos con un peso grande ya que no hay casi espacio para cargar documentos e imágenes en el hosting de la Universidad de Valladolid.
  - También poseen **un perfil creado en facebook**<sup>16</sup>. Este perfil fue creado por los participantes del programa de prácticas en el terreno PACID (Prácticas Universitarias en el Ámbito de Cooperación Internacional al Desarrollo) Como imagen del perfil han puesto el logo del Área. Es bueno utilizar a los participantes como colaboradores y recursos humanos del

---

<sup>15</sup> Ver anexo IX y X

<sup>16</sup> Ver anexo XI

Área, pero al ser un perfil cerrado al público y no utilizarlo para publicar las actividades del Área no facilita el contacto con el exterior. De hecho el logo se relacionaría con este programa preciso y no como parte de su imagen corporativa.

Como conclusión, habiendo analizado sus fortalezas y debilidades, así como las amenazas y oportunidades del entorno, una estrategia adaptativa sería la más adecuada por lo que la estrategia de comunicación que a continuación se propone estará fundamentada y dirigida a cumplir sus objetivos desde esta perspectiva.

## 6. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PROPUESTA

### 6.1. GESTION DE LA COMUNICACION

El Área de Cooperación Internacional al Desarrollo de la UVa pretende dar a conocer los servicios que ofrecen a través de una imagen corporativa muy joven y fresca, por lo que una buena gestión de la comunicación ayudará a su misión.

Por esa razón se ha elaborado una estrategia de comunicación cuyo objetivo es la mejora de la comunicación en el Área de cooperación internacional en la Universidad de Valladolid.

### 6.2. OBJETIVOS

1. Dar a conocer el Área de cooperación internacional al desarrollo dentro y fuera de la comunidad de la Universidad de Valladolid
2. Perfeccionar la gestión de la información (hacer que fluya más información y más rápidamente en todas direcciones)
3. Mejorar la relación entre el Área de cooperación internacional y el resto de departamentos de la Universidad de Valladolid.
4. Mejorar la imagen del Área de cooperación internacional en la comunidad universitaria y en el conjunto de la sociedad castellano leonesa (planificando la imagen pública)
5. Proponer mejores usos de los recursos con los que cuenta el Área en su finalidad de dar a conocer, facilitar, coordinar e impulsar las actividades y proyectos que realizan.
6. Contribuir a que la comunicación sea una herramienta a favor de la cooperación internacional al desarrollo.

### 6.3. COMUNICACIÓN INTERNA

Los objetivos a cumplir en la comunicación interna serán:

1. Mejorar la comunicación entre los trabajadores, colaboradores y becarios y promover su participación.
2. Contribuir a construir la identidad corporativa.
3. Impedir el bloqueo entre trabajadores, colaboradores y becarios.

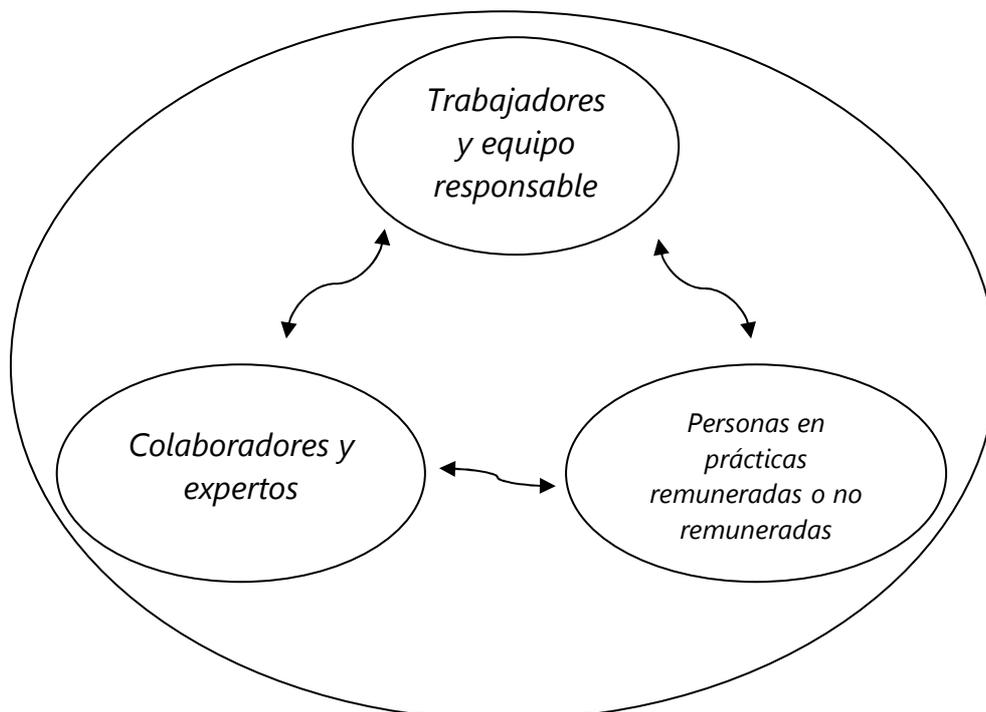
#### 6.3.1. Públicos comunicación interna

---

*Trabajadores y equipo responsable*, se trata de aquellas personas que están contratadas de una forma u otra dentro del Área de cooperación internacional al desarrollo.

*Colaboradores y expertos*, personas que ayudan puntualmente en ciertas actividades o proyectos.

*Personas en prácticas remuneradas o no remuneradas*, estas figuras se deben a las horas de prácticas que se han de cumplir en la formación de grado y postgrado de la Universidad de Valladolid, así como ofertas puntuales que ofertan como becarios remunerados



### **6.3.2. Idea focal de comunicación interna**

---

La idea focal de la comunicación interna será:

EL AREA DE COOPERACION CRECE CADA DIA GRACIAS A NUESTRAS IDEAS,  
TODOS Y TODAS SOMOS PARTE DEL AREA

### **6.3.3. Canales comunicación interna**

---

Se utilizaran los siguientes canales

- Correos electrónicos
- Teléfono
- Cuenta en Skype
- Reunión
- Charlas
- Espacio informal para la relajación y el encuentro amistoso de las personas que componen la organización

## **6.4. COMUNICACIÓN EXTERNA**

Los objetivos de la comunicación externa serán los siguientes:

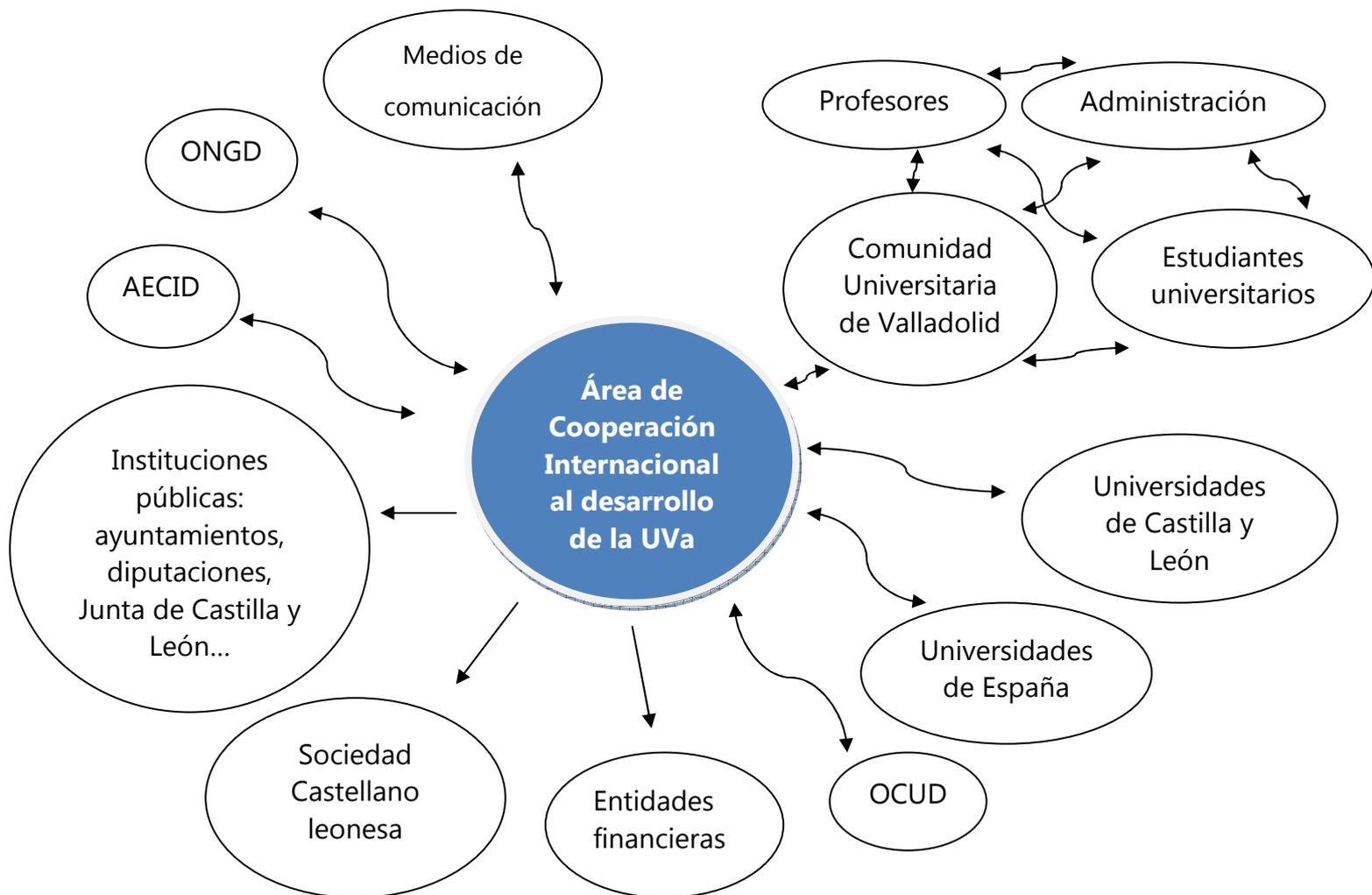
- Mantener la imagen positiva del Área y su misión
- Dar a conocer las actividades y proyectos que se realizan desde el Área
- Fomentar la comunicación recíproca entre el Área y la comunidad universitaria, así como con la sociedad castellano leonesa en general. De forma continua y no sólo puntual.

### 6.4.1. Idea focal de comunicación externa

Como idea focal que quiere transmitir el Área de Cooperación Internacional al desarrollo he planteado la siguiente:

MOSTRAR LO QUE EL AREA DE COOPERACION HACE, LO QUE PUEDE HACER Y LO QUE PODEIS HACER

### 6.4.2. Públicos comunicación externa



Dentro de la comunicación externa hay varios niveles:

- El nivel más cercano es la *comunidad universitaria* como los trabajadores de la administración, los estudiantes y los profesores universitarios
- Seguidamente nos encontraríamos con el *OCUD y el resto de universidades españolas y de Castilla y León.*
- *La AECID y las ONGD's* sería el siguiente grupo a nombrar.
- Posteriormente, las *entidades financieras, la sociedad de Castilla y León y las instituciones públicas*
- Y por ultimo los *medios de comunicación*, que tendrían un tratamiento diferente al resto.

### **6.4.3. Canales comunicación externa**

---

#### 6.4.3.1. Soportes orales

- Información y asesoramiento individualizado: entrevistas, contactos, aportación de documentos y otros materiales informativos
- Reuniones informativas, donde informar a posibles personas destinatarias de los proyectos, actividades.
- Espacios de intercambio, espacios periódicos para la información y el dialogo con otras agentes de la cooperación y colectivos, personas destinatarias y otros sectores sociales
- Participación en cursos, máster postgrado, mesas coloquio, seminarios

#### 6.4.3.2. Soportes escritos

- Folletos
- Tablones de anuncios

- Cartas y notas informativas: dirigidas a personas o entidades específicas
- Artículos de opinión
- Notas de prensa, dirigidas a medios de comunicación
- Memoria de actividades y /o proyectos
- Boletines

#### 6.4.3.3. Soportes gráficos

- Carteles
- Televisión de la Universidad de Valladolid
- Radio de la Universidad de Valladolid
- Video
- Diaporamas montajes de fotos o diapositivas acompañados de explicación oral
- Exposiciones de fotos

#### 6.4.3.4. Soportes informáticos

- Web
- Redes sociales

### **6.5. ESTABLECIMIENTO DE LAS METAS**

Se establecerán metas a corto, medio y largo plazo con unos criterios básicos anuales y al mismo tiempo poder adaptar la estrategia a medida que se vaya poniendo en marcha.

También he realizado una distinción entre las metas a conseguir en la comunicación interna y la comunicación externa pues entiendo que aunque el éxito de una ayuda a la otra, van por separado.

### **6.5.1. Comunicación Interna**

---

#### Corto plazo

- Implantación de un tablón de anuncios como espacio en común para el público objetivo de la comunicación interna.
- Recopilación de los recursos utilizados por los trabajadores y equipo responsable en seminarios, presentaciones, mesas coloquio...

#### Medio plazo

- Elaboración de un cuaderno de bienvenida para las personas en prácticas, colaboradores y expertos del Área.
- Elaboración de una memoria resumen de las actividades realizadas en el Área desde su inicio.

#### Largo plazo

- Mejorar las reuniones semanales para conseguir una mayor eficacia.<sup>17</sup>
- Crear de una sala de prensa on line donde publicar las noticias del dossier de prensa, notas de prensa, links para suscribirse, consultar publicaciones de la organización, galería fotográfica, preguntas frecuentes, contacto... para facilitar el trabajo de los periodistas o de cualquier tipo de organización

---

<sup>17</sup> Ver anexo XIX

## 6.5.2. Comunicación Externa

---

### Corto plazo

- I Campaña del Fondo de cooperación.
- Presencia mensual en los medios de comunicación con algún tema de la actualidad de la cooperación al desarrollo.

### Medio plazo

- Aumentar las suscripciones del boletín en un 5 % de los estudiantes de la UVa y un 10 % de los PDI y PAS.
- Elaboración de una base de datos de medios de comunicación más utilizados.
- Conseguir que el 20 % de la comunidad universitaria tenga conocimiento del Área de Cooperación Internacional.

### Largo plazo

- Desarrollar el marketing con causa, favoreciendo una independencia económica y una alternativa a la financiación institucional.
- Buscar alianzas con agencias de publicidad de Valladolid ya que usualmente ofrecen trabajos gratuitos a acciones con causa social.
- Crear un perfil o página para el Área de Cooperación Internacional en Facebook, twitter y la comunidad virtual de la UVa, gestionada por algún colaborador.
- Registrar las páginas web del Área en Google para tener un seguimiento de las visitas de la página web y en que posición se encuentra respecto a otras páginas webs de la misma temática.  
<http://www.google.com/intl/es/analytics/>
- Reformular la estructura de la página web actual adaptándola a nuevas necesidades

- Realizar cursos de formación sobre cooperación al desarrollo a estudiantes de periodismo o periodistas en activo.

## **6.6. ACCIONES**

A continuación se presentan las acciones que se he diseñado para la estrategia teniendo en cuenta los recursos, responsables de cada acción, periodo de ejecución, concordancia en objetivos e indicadores por acción.

### **6.6.1. Comunicación Interna**

---

6.6.1.1. Elaboración de un cuadernillo de bienvenida al Área de Cooperación Internacional on line

Es el primer documento de la organización que tiene una persona cuando se vincula a ésta.

Las partes que puede contener son: introducción, información sobre la institución, normas, historia de la organización, organigrama, descripción de los departamentos, misión, visión, valores, objetivos...

6.6.1.2. Guía on line para reuniones eficaces

Se aportarán recomendaciones para tener una reunión eficaz elaborando una guía on line para todo aquel que acuda a las reuniones para que tengan claro que directrices se van a llevar en la misma.

6.6.1.3. Mejora en la gestión bases de datos.

Es muy importante tener una base de datos de diferentes elementos para poder gestionar la información de una forma rápida y segura.

6.6.1.3.1. Gestión de banco de imágenes

Se elaborará y gestionara un banco de imágenes para poder tener un registro de imágenes elaboradas por la organización y sus miembros en actividades, proyectos, exposiciones....

6.6.1.3.2. Gestión del dossier de prensa

Se pondrá al día un apartado o carpeta donde se recopilarán todas las noticias de los medios de comunicación en las cuales ha aparecido el Área de Cooperación Internacional.

6.6.1.3.3. Mejora en la gestión de banco de expertos

Se mantendrá al día con el fin de que la comunicación respecto a proyectos sea fluida y rápida.

6.6.1.3.4. Gestión de OCUD<sup>18</sup>

Es importante que se mantenga una adecuada actualización de las actividades, experiencias, proyectos y todo aquello relacionado con el Área en el Observatorio de Cooperación Universitaria de la CRUE (Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas) (<http://www.ocud.es>). Es una plataforma cuyo objetivo es ser el punto de referencia de la Cooperación Universitaria

---

<sup>18</sup> Observatorio de Cooperación Universitaria de la CRUE

al Desarrollo en España. Por lo cual ayudará la comunicación hacia el exterior y con otras universidades españolas.

#### 6.6.1.4. Mejora en la gestión de la red interna del Área

6.6.1.4.1. Creación de una carpeta centralizada de recursos para presentaciones en seminarios, mesas coloquio, encuentros..., con el fin de que no se duplique el trabajo realizado y haya un intercambio de conocimiento.

#### 6.6.1.5. Elaboración de un video del Área

El vídeo corporativo explicará que es la organización. Al ser un medio audiovisual funcionará mejor con casi todos los públicos porque son fáciles de asimilar. Su objetivo es informativo.

#### 6.6.1.6. Elaboración de una memoria anual

Documento cuyo objetivo es informar a la sociedad de sus actividades. Es un documento de carácter informativo pro lo que debe ser conciso y describir diferentes aspectos de la organización.

### **6.6.2. Comunicación Externa**

---

#### 6.6.2.1. Mejora de la folletería y cartelería del Área

El Área ya cuenta con folletería y cartelería<sup>19</sup>. Desde mi punto de vista se debería de unificar y darle un atractivo estos trabajos ya realizados. Así como definir el público objetivo al que se va a

---

<sup>19</sup> Ver anexo XII

dirigir en cada ocasión y transmitirle los valores de la organización a través de ellos.

#### 6.6.2.2. Gestión de la pagina web

Un sitio web facilita la transmisión a los públicos de una organización de quién es, que hace y ofrece la oportunidad de que contacten con la organización. Se ha elaborado una sugerencia de esquema<sup>20</sup> para la página web realizada tras un estudio de cada una de las páginas web de las unidades de cooperación al desarrollo de las universidades españolas.

#### 6.6.2.3. Gestión del boletín informativo

Publicación que tiene una periodicidad quincenal normalmente que informa a todos los receptores del mensaje que previamente se han apuntado, sobre las actividades que se realizan con relación a la cooperación al desarrollo.<sup>21</sup>

#### 6.6.2.4. Implantación de un tablón de anuncios

El tablón de anuncios que se ubicara enfrente de la oficina de cooperación servirá para dar información a aquellos usuarios que tienen un primer contacto con el Área in situ. Tendrá información como el boletín informativo del Área, una dirección de correo electrónico y de la página web donde contactar, carteles de actividades recientes y actualizadas...

#### 6.6.2.5. Gestión en la relación con los medios de comunicación

---

<sup>20</sup> Ver anexo XIII

<sup>21</sup> Ver anexo XIV

6.6.2.5.1. Elaboración de un artículo por mes sobre un tema de actualidad.

Como mejora en la relación con los medios de comunicación se redactará un artículo de opinión sobre algún tema relacionado con la cooperación al desarrollo para facilitar su presencia en los medios de comunicación.

6.6.2.5.2. Mejora de la base de datos de medios de comunicación del Área.

Como ya se ha mencionado antes es importante tener una buena base de datos de los medios de comunicación con los que el Área se relaciona más asiduamente y más le interesen, por lo que hay que mantenerla actualizada para mejores resultados e intentar que este organizada por temas y por alcance.

6.6.2.6. Creación y gestión de redes Sociales

Uno de los públicos objetivos y más numerosos del Área son los estudiantes de la universidad de Valladolid, es por eso que se debe tener presencia en las redes sociales donde se mueve la información al minuto y donde más se puede dar a difundir el Área. Por lo que se incidirá en la presencia en facebook, twitter, en la comunidad virtual de la UVA...

6.6.2.7. Campaña "7"

El objetivo de esta campaña es generar un hábito de conducta, es conseguir que los estudiantes y los trabajadores de la comunidad universitaria donen 7 euros de sus matriculas y de

sus nóminas, así como los sobrantes de actividades culturales realizadas en la UVa para el Fondo de Cooperación.

Se ha creado una creatividad para esta campaña.<sup>22</sup>

#### 6.6.2.8. Campaña “Pon tu pieza del puzle”

El objetivo de esta campaña es dar a conocer el Área e informar sobre sus actividades.

Se ha creado una creatividad para esta campaña.<sup>23</sup>

#### 6.6.2.9. Jornada de sensibilización sobre turismo responsable

El objetivo de esta jornada es informar sobre lo que es y lo que no es el turismo responsable.

Se han propuesto las actividades<sup>24</sup> programadas durante esos días y la creatividad diseñada para su difusión.

---

<sup>22</sup> Ver anexo XV

<sup>23</sup> Ver anexo XVI

<sup>24</sup> Ver anexo XVII

<b>ACCIONES ESTRATEGICAS</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Periodo</b>	<b>Responsable</b>	<b>Indicador</b>	<b>Público objetivo</b>	<b>Presupuesto</b>
Elaboración de un cuadernillo de bienvenida al Área de Cooperación Internacional on line	2, 4,5	Medio plazo	Personas en prácticas y colaboradores	Nº de descargas y de envíos electrónicos	Colaboradores, expertos y personas en practicas	0 €
Guía on –line para reuniones eficaces	2,5	Largo plazo	Equipo responsable	Nº de veces que se utiliza	Trabajadores del Área y equipo responsable	0 €
Mejora en la gestión bases de datos	2,5	Medio plazo				0 €
Gestión de banco de imágenes		Corto plazo	Personas en prácticas y colaboradores	Nº de imágenes recopiladas anualmente	Trabajadores del Área y equipo responsable	0 €
Gestión del dossier de prensa		Corto plazo	Personas en prácticas y colaboradores	Nº de noticias recopiladas mensualmente	Trabajadores del Área y equipo responsable y medios de comunicación	0 €

<b>ACCIONES ESTRATEGICAS</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Periodo</b>	<b>Responsable</b>	<b>Indicador</b>	<b>Público objetivo</b>	<b>Presupuesto</b>
Mejora en la gestión de banco de expertos		Largo plazo	Personas en prácticas y colaboradores	Nº de nuevos expertos introducidos Nº de categorías añadidas	Expertos y colaboradores, comunidad universitaria, trabajadores del Área y equipo responsable	0 €
Gestión de OCUD		Corto plazo	Personas en prácticas y colaboradores	Nº de actualizaciones realizadas por los expertos	Trabajadores del Área y equipo responsable, colaboradores, expertos, comunidad universitaria	0 €
Mejora en la gestión de la red interna del Área	2,5	Medio plazo	Trabajadores del Área			0 €

<b>ACCIONES ESTRATEGICAS</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Periodo</b>	<b>Responsable</b>	<b>Indicador</b>	<b>Público objetivo</b>	<b>Presupuesto</b>
Creación de una carpeta centralizada de recursos para presentaciones en seminarios, mesas coloquio, encuentros		Largo plazo	Trabajadores del Área	Nº de nuevos recursos introducidos anualmente	Trabajadores del Área y equipo responsable, colaboradores, personas en practicas	0 €
Elaboración de un video de las actividades del Área, observatorio y oficina	1,2,4,5	Largo plazo	Personas en prácticas y colaboradores	Nº de descargas realizadas desde la página web	Todos	300 €
Elaboración de una memoria anual	1,2,4,3,5	Largo plazo	Trabajadores del Área	Nº de descargas realizadas desde la página web	Todos	0 €
Mejora de la folletería y cartelería del Área	1,4,5,	Medio plazo	Trabajadores del Área y colaboradores	Nº de ejemplares distribuidos	Comunidad universitaria, sociedad castellano leonesa	400 €
Gestión de la pagina web	1,2,4,5,	Corto plazo	Trabajadores del Área y	Nº de visitas	Comunidad universitaria,	0 €

<b>ACCIONES ESTRATEGICAS</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Periodo</b>	<b>Responsable</b>	<b>Indicador</b>	<b>Público objetivo</b>	<b>Presupuesto</b>
			colaboradores	realizadas Fecha de la última actualización realizada	sociedad castellano leonesa, agentes de cooperación al desarrollo	
Gestión del boletín informativo	1,2,4,5,	Corto plazo	Trabajadores del Área y colaboradores	Nº de suscriptores Nº de boletines enviados anualmente	Comunidad universitaria, sociedad castellano leonesa, agentes de cooperación al desarrollo	0 €
Implantación de un tablón de anuncios	1,2,4,5,	Corto plazo	Trabajadores del Área y colaboradores	Nº de actividades actualizados	Comunidad universitaria, sociedad castellano leonesa, agentes de cooperación al desarrollo	0 €

<b>ACCIONES ESTRATEGICAS</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Periodo</b>	<b>Responsable</b>	<b>Indicador</b>	<b>Público objetivo</b>	<b>Presupuesto</b>
Gestión en la relación con los medios de comunicación	1,2,4,6	Medio plazo	Trabajadores del Área, Personas en prácticas y colaboradores		Medios de comunicación	0 €
Elaboración de un artículo por mes sobre un tema de actualidad		Medio plazo	Trabajadores del Área, Personas en prácticas y colaboradores	Nº de artículos publicados	Medios de comunicación	0 €
Mejora de la base de datos de medios de comunicación del Área.		Largo plazo	Personas en prácticas y colaboradores	Nº de medios de comunicación	Medios de comunicación, trabajadores y equipo responsable del Área	0 €
Creación y gestión de redes Sociales	1,2,4,5,	Medio plazo	Personas en prácticas y colaboradores	Nº de amigos o seguidores	Comunidad universitaria	0 €
Campaña "7"	1,4,5,6	Medio plazo	Personas en prácticas y colaboradores	Nº de aportaciones recibidas anualmente	Comunidad universitaria	400 €

<b>ACCIONES ESTRATEGICAS</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Periodo</b>	<b>Responsable</b>	<b>Indicador</b>	<b>Público objetivo</b>	<b>Presupuesto</b>
Campaña "Pon tu pieza del Puzzle"	1,4,5,6	Largo plazo	Personas en prácticas y colaboradores	Nº de nuevos usuarios	Comunidad Universitaria	400 €
Jornada de sensibilización sobre turismo responsable	1,4,6	Largo plazo	Personas en prácticas y colaboradores	Nº de consultas realizadas	Comunidad Universitaria	400 €
<b>2300 €</b>						

## **7. EVALUACION**

La evaluación de la estrategia de comunicación del Área que planteo es de forma cualitativa y cuantitativa.

La evaluación permitirá:

- Mejorar estrategias futuras de comunicación
- Marcar medidas de corrección durante el desarrollo
- Mostrar la efectividad de sus acciones y justificar la inversión si se realiza tal inversión.

### **7.1. Objetivos de la evaluación**

---

- Determinar el nivel de sensibilización de la estrategia y cómo ha sido percibida por la audiencia objetivo, teniendo en cuenta así la valoración de opiniones y del impacto
- Evaluar el grado en que se han alcanzado los objetivos, teniendo en cuenta la medición de la eficacia de la estrategia.
- Verificar si la estrategia consiguió llegar al público objetivo a la que se dirigió, según sus objetivos.
- Permite ajustar la estrategia de comunicación

(Fernández López, 2007)

### **7.2. Herramientas:**

---

- Antes de la estrategia, se realizó una encuesta para conocer al máximo las necesidades y potencialidades del perfil de usuario y de los

componentes del Área de cooperación, ya que el objetivo es construir iniciativas que les sean útiles

- Durante la estrategia: reuniones de seguimiento y evaluación. Es necesario saber que piensan de la estrategia en el que están participando. Para mejorar, dar un cambio de rumbo o mantener la dirección en la que marchamos.
- Después de la estrategia: Medir la relación coste/eficacia de la estrategia. Averiguar el recuerdo de las acciones de la estrategia de comunicación y autoevaluación para la organización a través de unos test<sup>25</sup>
- Realización de un dossier de prensa anual, así como una memoria de actividades y proyectos desde el comienzo de la actividad del Área hasta el 2012.
- Establecimiento de indicadores de resultados
- Inclusión de una pregunta en alguna de las encuestas o estudios que realice la Universidad de Valladolid para medir el grado de conocimiento de la comunidad universitaria.

### **7.3. Indicadores de resultados**

---

- N° de descargas y de envíos electrónicos del cuadernillo de bienvenida
- N° de veces que se utiliza de la guía de reuniones eficaces
- N° de imágenes recopiladas anualmente
- N° de noticias recopiladas mensualmente
- N° de nuevos expertos introducidos en la base de datos
- N° de categorías añadidas a la base de datos de expertos

---

<sup>25</sup> Ver anexo XVIII

- N° de actualizaciones realizadas por los expertos a la base de datos del OCUD
- N° de nuevos recursos introducidos anualmente a la carpeta interna de presentaciones...
- N° de descargas realizadas desde la página web
- N° de descargas realizadas desde la página web
- N° de ejemplares distribuidos de folletos y cartelería
- N° de visitas realizadas a la web
- Fecha de la última actualización realizada en la página web
- N° de suscriptores al boletín
- N° de boletines enviados anualmente
- N° de artículos publicados
- N° de medios de comunicación de la base de datos
- N° de amigos o seguidores de redes sociales
- N° de aportaciones recibidas anualmente
- N° de nuevos usuarios del Área
- N° de personas asistentes en la jornada de sensibilización.

## 8. FUENTES

### Documentación

- DE FUNES, Susana. *Estrategia de educación para el desarrollo para una ciudadanía global*. AECID. 2007.
- *Plan Director de la Cooperación Española 2005-2008*
- *Plan Director de la Cooperación Española 2009-2012*
- *ESCUDE 2000*
- *Ley orgánica de Universidades 2001*
- *Código de conductas de la Universidad en materia de Cooperación al desarrollo 2006*
- *Documentación del Área de Cooperación Internacional al Desarrollo de la UVa 2007*
- *Ley de Cooperación al Desarrollo de Castilla y León 2006*
- *Código ético de imágenes de la Coordinadora Nacional de ONGD's 1999*
- *Plan Director de Cooperación al Desarrollo de Castilla y León 2009-2012*
- *Plan Estratégico de la UVa 2008-2014*
- *Propuesta del plan de comunicación interna REBIUN 2007-2010*
- *Plan de comunicación para el Ayuntamiento de Gondomar 2005*
- *Plan de comunicación en las ONL*
- *Plan de Comunicación Interna de 2010-2012* Gerencia de Atención Primaria Talavera de la Reina.
- *Plan de comunicación del Plan PCASUS*. Universidad de Sevilla 2006
- *Guía de buenas prácticas de comunicación interna*. FEAPS. 2008
- *Estrategias de comunicación para mejorar el disfrute del Parc de Collserola*. *El Proyecto Bici*. 2006

- *Usos Hábitos Demandas culturales de los jóvenes universitarios andaluces.* Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya. 2007

## **Libros**

- FERNÁNDEZ LOPEZ, Sergio (2007): *Cómo gestionar la Comunicación en organizaciones públicas y no lucrativas.* NARCEA
- (2005) *Solidaridad en red. Nuevas tecnologías, ciudadanía y cambio social.* HEGOA
- PAGOLA CARTE, Juan (2009). *Comunicación para el desarrollo: la responsabilidad en la publicidad de las ONGD.*
- GOMEZ TERRON, Lita; MORENO, Antonio (2003-2005). *Comunicación asociativa.* Cuadernos prácticos, número 5. Fundación Esplai
- ERRO SALA, Javier (2003). *Herramientas, Descubrir y construir procesos de comunicación social. Aportes para diseñar políticas, estrategias y estructuras de comunicación en las ONGD.* HEGOA (Instituto de estudios sobre desarrollo y cooperación internacional)
- ERRO SALA, Javier; VENTURA, Javier (2002) *El trabajo de comunicación de las ONGD en el País Vasco.* HEGOA.
- UNCETA, Koldo (2007). *La cooperación al desarrollo en las Universidades españolas.* AECID
- GONZALEZ LUIS, Hildegart (2006) *Estrategias de comunicación en las ONG de desarrollo. Departamentos, funciones e impacto en los medios.* Cideal, Madrid
- *Medios de comunicación y organizaciones humanitarias en la respuesta a la crisis.* Iecah. (Instituto de estudios sobre conflictos y acción humanitaria) Caja Madrid, la casa encendida. Jornadas sobre medios de comunicación y organizaciones humanitarias en la respuesta a la crisis en noviembre de 2006.

- *Revista Española de Desarrollo y Cooperación*. Nº 25 Invierno Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación. (2010)
  - .1. GONZALEZ LLAMAZARES, Mónica. *Realidades de las ONGD y de los medios de información: en busca de un punto de encuentro*.
  - .2. CARDENAS LORENZO, Laura. *Comunicación y construcción de ciudadanía. Aportes para el desarrollo*.
- *Utopía Informativa. Propuestas para un periodismo más social*. HEGOA, UPV/EHU. 2005
- MARTINEZ, Raquel Martínez; LUBETKIN, Mario (2008). *Comunicación y desarrollo: en busca de la coherencia*. Fundación Carolina. Siglo XXI.
  - .1. JEREZ, Ariel. *Modelos de comunicación para la construcción de la ciudadanía*.
  - .2. DE FUNES, Susana. *Estrategia de educación para el desarrollo para una ciudadanía global*.
  - .3. ORTEGA, M<sup>a</sup> Luz. *La coordinación entre las acciones de educación para el desarrollo y comunicación y el papel de la cooperación descentralizada*.
  - .4. BASZ, Pablo. *Las dificultades comunicativas de las agencias de desarrollo*.

### **Sitios Web**

- [www.irinnews.org](http://www.irinnews.org)
- [www.reliefweb.int](http://www.reliefweb.int)
- [www.alernet.org](http://www.alernet.org)
- [www.tyndallreport.com](http://www.tyndallreport.com)
- <http://ivanpino.com/>
- <http://strat-comm.blogspot.com/2010/05/planear-preveer-un-esquema-para.html>

- <http://comunicandoconestrategia.blogspot.com/2010/05/webtop-versus-dektop-apuntes-sobre-las.html>
- <http://blog.enlatrastienda.com/2010/05/los-lenguajes-20.html>
- <http://www.slideshare.net/pacoviudes/como-estructurar-un-plan-comunicacion-en-internet-ceaje-madarid>
- <http://www.slideshare.net/guest44014a/cmo-hacer-un-plan-de-comunicacion-para-un-centro-deportivo>

## 9. ANEXOS

### I. Encuesta realizada a los usuarios del Área

---

#### Sexo

- Hombre
- Mujer

#### Edad

- De 17-25
- De 26-36
- De 37-50
- De 51-65
- + de 65

#### Procedencia

- Europa
- Norteamérica
- Sudamérica y Centroamérica
- África
- Australasia
- Asia

#### Nivel formativo

- Grado
- Diplomatura
- Licenciatura

- Posgrado
- Master
- Doctorado
- Otro:

Lugar de residencia

- Ávila
- Burgos
- León
- Palencia
- Salamanca
- Segovia
- Soria
- Valladolid
- Zamora
- Otro:

Ocupación/Dedicación: elija el grupo con el que sienta mayor afinidad o grado de pertenencia

- PDI Universidad
- PAS Universidad
- Estudiante Universidad
- Trabajador/a Institución pública
- Trabajador/a Institución privada
- Agentes y actores de la Cooperación internacional al desarrollo
- Otro:

¿Colabora con alguna ONG o entidad solidaria?

- Sí, tengo un compromiso activo
- Sí, aportando una cuota
- No
- ¿Nos puede indicar con qué ONG(s) colabora?:

Motivaciones para interesarse por la cooperación

- Solidaridad
- Compromiso
- Integridad
- Respeto
- Responsabilidad
- Ética
- Iniciativa
- Desarrollo personal
- Oportunidades laborales
- Otro:

¿Participa o colabora con algún proyecto de cooperación al desarrollo?

- Sí
- No
- ¿en cuál?

Importancia para la elección de un curso de formación, ciclos de cine o jornadas  
(del 1 al 6, siendo uno la mayor y 6 la menor):

- Temática
- Calidad-experiencia de las personas formadoras

- Duración
- Diseño
- Coste
- Objetivos
- Modalidad de impartición (online, presencial o parcial)
- Nueva edición o repetidas ediciones

#### Temas que el Área de Cooperación debería abordar

- Derechos Humanos
- Género y desarrollo
- Turismo responsable
- Medio ambiente y desarrollo
- Educación para el desarrollo
- Objetivos del Milenio
- Lucha contra la pobreza
- Cultura y desarrollo
- Participación ciudadana e incidencia política
- Conflictos y construcción de la paz
- Tecnologías apropiadas
- Otros:

#### Medios por los que recibe información

- Carteles, folletos...
- Prensa escrita
- Radio
- Televisión
- Redes Sociales

- Boletines en papel
- Boletines electrónicos
- RSS
- Internet
- Correo electrónico
- Bibliotecas
- Tablones de anuncios
- Boca-oreja
- Otro:

Actividades que el Área de Cooperación debería realizar:

- Cursos de formación
- Charlas
- Exposiciones
- Ciclos de cine
- Servicio de información a la comunidad universitaria
- Programa de prácticas
- Gestión Fondo Cooperación
- Campañas divulgativas
- Otros:

¿Qué imagen tiene del Área de Cooperación de la UVa?

- No conozco qué se hace
- Una idea muy general
- Conozco bastante bien lo que se hace
- Otro:

## II. Entrevista realizada a los trabajadores del Área y el equipo responsable

---

### PRIMERO RESPONDE A ESTAS PREGUNTAS

- ¿Qué sueñas para el Área de cooperación?
- ¿Qué sueñas para el observatorio?
- ¿Qué deseas cambiar?
- ¿Qué clase de entorno quieres crear?
- ¿Cuáles son los temas o problemas principales?
- ¿Cuáles son las principales fortalezas y recursos disponibles?
- ¿Cuál debería ser el propósito de las actividades del Área?
- ¿Por qué habría que ocuparse de esos temas?
- ¿Por qué hay que resolver esos asuntos?

### UNA VEZ RESPONDIDAS LAS PREGUNTAS

#### La Misión

La Misión es definición de la empresa en el momento presente. Es la razón de ser como organización. Contiene la identificación de sus competencias (producto, mercado y alcance geográfico)

Preguntas para reflexionar una vez redactada:

- ¿Describe lo que se quiere lograr y por qué?
- ¿Es concisa?
- ¿Se orienta a conseguir resultados?
- ¿Incluye la variedad de participantes y de estrategias que se podrían usar?
- ¿Es lo suficientemente general y flexible como para satisfacer el cambio

## La Visión

La Visión es la ubicación de la empresa en escenarios futuros. Es más que un sueño, puesto que debe ser viable, realista y medible en el tiempo. Es la imagen clara del estado deseado, que logra motivar a los miembros de la organización a convertirlo en realidad.

Comprueba tu Visión

- ¿Capta el sueño?
- ¿Es concisa?
- ¿Es positiva?
- ¿es general?
- ¿es flexible?

## Metas

Es el resultado específico, esperado en el corto, mediano o largo plazo y que responde al progreso deseado hacia un objetivo. Se expresa en el cuánto y cuándo.

Crea metas a corto, medio y largo plazo

¿Son:

- Específicas
- Medibles
- Alcanzables
- Realistas
- Realizables al plazo previsto?

De las metas decidid:

- Aquellas con las cuales no se puede comprometer

- Aquellas con las cuales sí se puede comprometer

## **Objetivos**

Son las guías que le dan direccionalidad a la empresa, describen el futuro deseado, de allí que tengan una relación estrecha con la visión de la organización.

## **Estrategias**

Las estrategias propiamente son un conjunto amplio de orientaciones y programas con un horizonte de mediano plazo, representa como ya se indicó, la razón de ser de la empresa (misión), los objetivos (visión) y sus planes de acción.

## **Plan de Acción**

El Plan de Acción es la programación de actividades para cumplir las metas, responde a preguntas operativas de cuánto (inversión), cuándo (tiempo), quién (recurso humano), ello a fin de lograr lo establecido en las estrategias.

## **Estructura/ Organigrama**

¿Te identificas con este organigrama?

## **Los Valores en la organización**

Los valores son los principios-guías que orientan y comparten los miembros de una organización, son creencias que energizan o motivan al cumplimiento de acciones.

¿Qué adjetivos utilizarías para describir el Área?

## El Cronograma

Con esta denominación se unifican dos conceptos que son tiempo (cronograma) y programa (secuencia ordenada de actividades). El cronograma es una herramienta que permite visualizar y seguir en el tiempo el progreso de los proyectos o tareas.

### III. **Entrevista realizada a la responsable del departamento de comunicación de la UVa**

---

- ¿Hay redactado un plan de comunicación externa para la UVa? ¿Se puede conseguir?
- ¿Hay redactado un plan de comunicación interna para la UVa? ¿Se puede conseguir?
- ¿Qué tipo de comunicación interna tienen? ¿Entre ellos mismos o vigilan la comunicación interna entre los diferentes gabinetes, vicerrectorados y unidades de la Universidad?
- ¿El Área de Comunicación tiene competencias y/o posibilidades para coordinar y facilitar la comunicación entre los diferentes departamentos, áreas, vicerrectorados y otras unidades de la UVa? ¿Con qué herramientas cuenta para ello?
- ¿Su público objetivo es toda la comunidad universitaria? ¿Hacen distinciones?
- ¿Cuál es el público objetivo del área de comunicación? ¿Se usan diferentes instrumentos para comunicar a los diferentes sectores de la comunidad universitaria?
- ¿Utilizan las redes sociales desde el Área de Comunicación?, ¿Qué instrumentos de la web 2.0 se usan?

- ¿Hay un protocolo de relación con los medios de comunicación? ¿Cómo se transmite la información a los medios de comunicación? ¿Hay medios de comunicación con apartados específicos para la UVa? ¿Cuáles?

## **I. IV. Actividades de las Áreas de Cooperación al desarrollo**

---

Según Unceta (2007) las actividades son las siguientes:

- **Actividades en el campo de la formación de grado y postgrado**

Esta constituido por todas aquellas acciones que se llevan a cabo en el ámbito de la formación curricular, con independencia de que este referida al grado o al postgrado. En el pueden distinguirse:

### **Asignaturas de libre elección y asignaturas optativas relacionadas con el desarrollo o la cooperación**

En este tipo están incluidas diferentes asignaturas, de carácter optativo o de libre elección, que se imparten en distintas ingenierías, licenciaturas o diplomaturas y cuyo contenido guarda relación con la temática de la cooperación al desarrollo. Su incorporación es relativamente reciente a los planes de estudio.

Se han distinguido entre asignaturas optativas curriculares que forman parte del diseño curricular de los diferentes planes de estudios, si bien no tiene carácter obligatorio. Y asignaturas de libre elección, que tiene un carácter complementario y son normalmente cursadas por estudiantes d que proceden de otras titulaciones.

La mayoría de este tipo de asignaturas está adscritas a titulaciones del ámbito de las ciencias sociales.

### Practicum en actividades o proyectos de cooperación al desarrollo

Se incluyen todas aquellas acciones de cooperación realizadas en el practicum que los estudiantes de diversas titulaciones deben realizar como parte de su currículo académico. En algunas titulaciones estas prácticas tienen carácter obligatorio, mientras que en otras son optativas, lo que no impide que llevarlas a cabo se reconozca en forma de un número concreto de créditos.

La mayor parte de las prácticas tiene que ver con titulaciones del campo de las ciencias de la salud, de la educación y de otras ciencias sociales.

### Proyectos de fin de carrera relacionados con propuestas de asistencia técnica o cooperación al desarrollo

Aquellas acciones que se derivan de la realización de los proyectos de fin de carrera, obligatorios en las enseñanzas técnicas.

### Cursos especializados de postgrado orientados a la formación de personas en desarrollo y cooperación internacional

Contribución de las Universidades a la formación de postgrado de técnicos y expertos en cooperación al desarrollo. Es un campo en el que la relación entre la Universidad y otros agentes de la cooperación se ha dado con mayor facilidad y naturalidad.

### Cursos de doctorado incluidos en diferentes programas cuyo contenido está referido a la temática de desarrollo o la cooperación

Dedicado a las actividades en el ámbito de la formación se refiere al estudio y el análisis de los cursos de doctorado relacionados con la temática de la cooperación al desarrollo.

Se trata de un tipo de actividades que han permanecido normalmente bastante alejadas de los ámbitos de gestión de la cooperación al desarrollo en las Universidades.

- **Acciones en el campo de la investigación**

Aquellas actividades que tienen que ver con el ámbito de la investigación.

Las actividades universitarias en el plano de la investigación se dividen entre las relacionadas con la formación doctoral y otras de carácter postdoctoral. Las primeras están vinculadas a la propia carrera académica y se concretan en la realización de una tesis doctoral, por lo que suelen tener un carácter individual. Las segundas por el contrario responden a una variada gama de impulsos y circunstancias y son de muy diverso tipo, por lo que se podrían clasificar en diferentes grupos.

- **Asistencia técnica y proyectos de desarrollo llevados a cabo en otros países**

Se estudian las acciones de la cooperación universitaria llevada a cabo en países en desarrollo o expresamente dirigida a ellos. Se habla de programas y proyectos de cooperación que tienen como objetivo específico contribuir a los procesos de desarrollo en diferentes contextos sociales y geográficos.

En el caso de las Universidades, esta contribución a los procesos de desarrollo toma cuerpo en dos tipos de acciones diferentes. Por un lado, están aquellas que son específicas de la Universidad, como las orientadas a fortalecer los sistemas de educación superior de los países de desarrollo. Se encuadran aquí proyectos

destinados a fortalecer las capacidades del personal universitario a asesorar en el quehacer docente e investigador, a dotar de equipamientos o incluso a financiar nuevas infraestructuras universitarias.

Y por otra parte, las acciones cuyos objetivos de desarrollo trascienden del marco universitario y se orientan a diferentes aspectos de la vida económica y social. Se encuentran una variada gama de proyectos de cooperación al desarrollo, impulsados por las Universidades y realizados con diversas organizaciones contrapartes en un buen número de países distintos.

Las acciones del primer tipo gozan de mayor tradición en la mayoría de las Universidades y se encuadran en lo que se denomina *cooperación interuniversitaria*. Se trata de acciones que han encontrado un mayor acomodo en la estrategia general de la cooperación y en algunas de las líneas de cofinanciación abiertas desde las administraciones públicas.

#### Proyectos de fortalecimiento de otras Universidades

Acciones de cooperación cuyo objetivo específico es el fortalecimiento de otras Universidades situadas en países en desarrollo.

- Formación de profesorado y de doctores
- Dotación de infraestructura
- Apoyo a la investigación
- Apoyo docente
- Formación de profesionales y especialista.

## Otros proyectos de desarrollo

Otro tipo de proyectos llevados a cabo en muy distintos países por las Universidades españolas, que pretenden dar respuesta a problemas que se sitúan más allá del ámbito estrictamente universitario. Se trata de proyectos relacionados con la promoción de infraestructuras, con la educación básica, con la salud, con la creación de microempresas, con el desarrollo rural, con la discriminación de género, con la protección del medio ambiente, con los derechos humanos y con otro gran número de temas que están en la base del desarrollo humano y sostenible

### ○ **Actividades de difusión y sensibilización**

Esta dedicado a estudiar un amplio abanico de acciones que se llevan a cabo en casi todas las Universidades y que tiene como objetivo la difusión de la problemática del desarrollo y la cooperación internacional y la sensibilización hacia ella.

La sensibilización es una subacción de la educación al desarrollo cuyo fin es conseguir influir en los sentimientos de aquellos a los que se destina, con el fin de lograr un cambio concreto de actitud que no suele prolongarse en el tiempo.

Algunas de las acciones tratan de dar a conocer problemas existentes en diferentes contextos geográficos, sociales, y culturales; otras pretenden iniciar a los miembros de la comunidad universitaria en el conocimiento formal de algunas cuestiones relativas al desarrollo y a la cooperación y las hay que tratan de difundir y dar a conocer trabajo o proyectos ya realizados. Todas estas acciones buscan impulsar y fortalecer la cooperación al desarrollo de las Universidades mediante la propaganda, la sensibilización y la difusión

Se pueden encontrar las siguientes actividades:

- Exposiciones gráficas y audiovisuales
- Charlas y conferencias
- Seminarios, talleres y congresos
- Cursos de iniciación y sensibilización
- Ediciones escritas
- Ediciones audiovisuales
- Portales y páginas web
- Campañas
- Otros

Por mi parte me gustaría extrapolar una categoría más que propone Hildegart (2006) en su libro Estrategias de comunicación en las ONG de desarrollo. Departamentos, funciones e impacto en los medios.

- **La función informativa**

Su objetivo principal consiste en mostrar la realidad de la organización y de los proyectos con la única intencionalidad de mejorar e incrementar el conocimiento del ciudadano sobre dichas temáticas. Es aportar conocimiento a los profesionales en activo y a la sociedad.

Los materiales y las actividades más frecuentes para el desarrollo de esta función por parte de las organizaciones son los habituales en toda institución: los comunicados, las ruedas de prensa, los dossiers informativos, los boletines de noticias, las revistas, los viajes con periodista, la existencia de gabinetes de prensa, la asignación de partidas presupuestarias destinadas a esta función, la dedicación

de personal contratado y voluntario a ella, el diseño de estrategias encaminadas a su realización, y la creación de materiales para su ejercicio. (Hildegart, 2006)

## **V. Ficha del Área de Cooperación Internacional al Desarrollo de la UVa**

---

### Características del Área

Implantación y antigüedad: [Septiembre 2007](#)

Ámbito de actuación: [autonómico \(Segovia, Soria, Palencia y Valladolid\)](#)

Forma jurídica adoptada: [Área perteneciente al Vicerrectorado de Relaciones Institucionales](#)

Sector social a los que están vinculadas: [universitario e internacional](#)

Recursos disponibles:

Recursos humanos:

Personas colaboradoras: [5 personas](#)

Personas asalariadas: [5 personas](#)

Recursos financieros: [Universidad de Valladolid, \(Fundación General de la UVa\), Gobierno Español, Junta de Castilla y León y donaciones](#)

Ámbito de actuación

Sectores de intervención: [educación, sensibilización, derechos humanos, salud, desarrollo local, intervención infraestructura y fortalecimiento organizaciones](#)

Áreas geográficas: [África, Mundo árabe, Asia, centro América y Caribe, América del sur, Europa, Países del este, Pacífico, otros](#)

Actividades que desarrollan: [Envío cooperantes, investigaciones, estudios, grupos de presión o redes, publicaciones, proyectos cooperación, sensibilización, educación al desarrollo, formación y servicios de](#)

documentación. Formación de grado y postgrado, trabajos de investigación, asistencia técnica y proyectos de desarrollo y difusión y sensibilización.

Interés por la comunicación: Existe un gran interés para todo lo relacionado con la comunicación, pero se han expuesto problemas de faltas de recursos, pero la importancia a la comunicación dentro del Área es menor de la que tienen sus miembros.

Recursos para trabajar la comunicación

Recursos materiales

Sede: Sí

Biblioteca: No

Hemeroteca: No

Internet: Sí

Página web: Sí, dos.

Tarjetas de presentación: Sí

Recursos económicos

Del 0,1 a 1,9 % del presupuesto se podría subir al 3 %

Recursos humanos: Hay un técnico responsable de la oficina que combina las tareas de comunicación con otras, siendo el porcentaje que ocupa a ello del 20%.

La utilización de los medios de comunicación de masas

Se utilizan ocasionalmente los medios de comunicación para el anuncio de sus actividades y proyectos.

Ruedas de prensa: No

Campañas publicitarias: No

Anuncios en prensa: No

Programas de radio: No

Revistas y folletos propios, carteles Sí

Charlas conferencias y cursos Sí

Jornadas y seminarios Sí

Exposiciones Sí

Proyectos realizados dentro del ámbito de la comunicación: no existen materiales audiovisuales, ni programas de radio y televisión, ni ruedas de prensa. En cambio, si utilizan un boletín informativo con una frecuencia quincenal, exposiciones, charlas, conferencias....

## **VI. Documentación interna del Área**

---

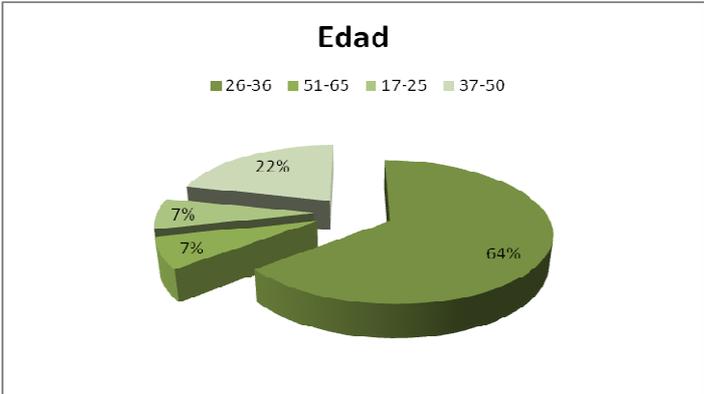
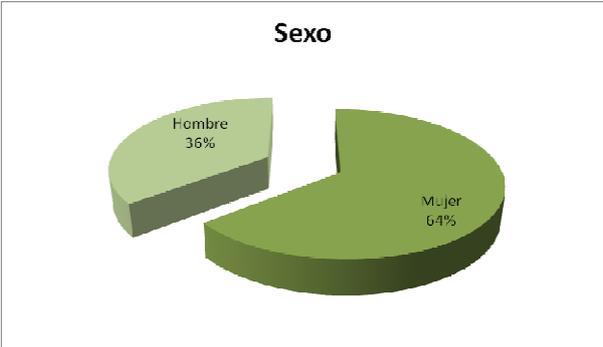
## VII. Tarjetas de presentación del Observatorio Interuniversitario y de la Oficina de Cooperación Internacional al desarrollo

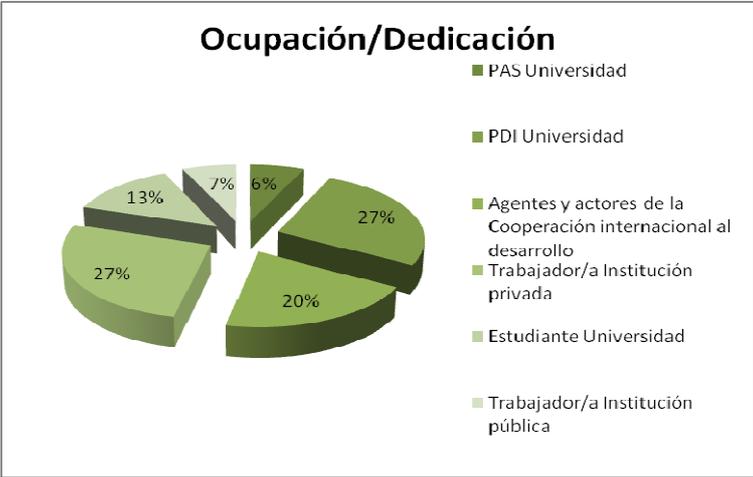
---

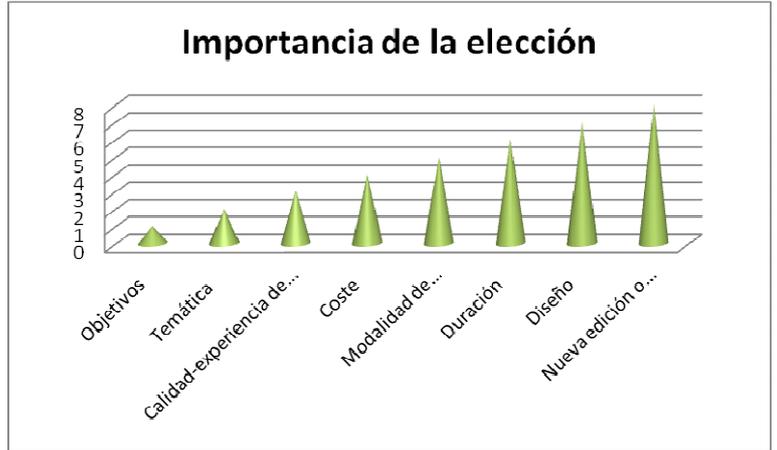


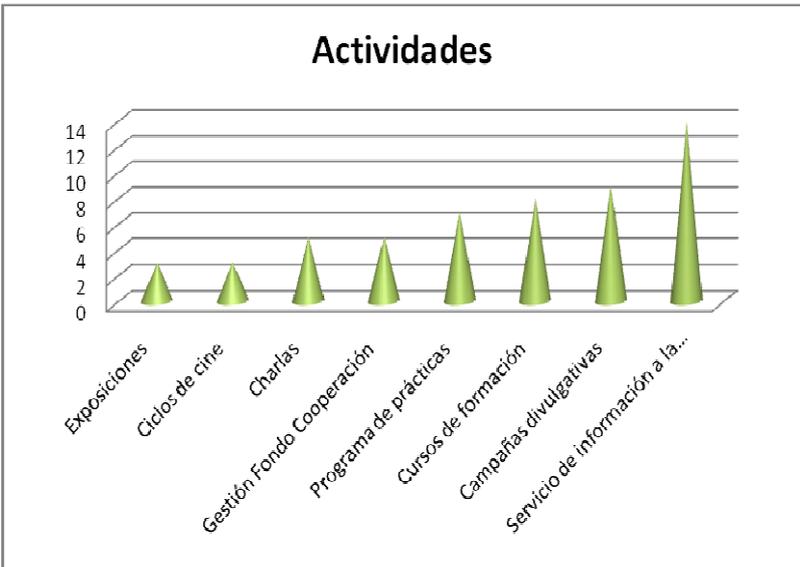
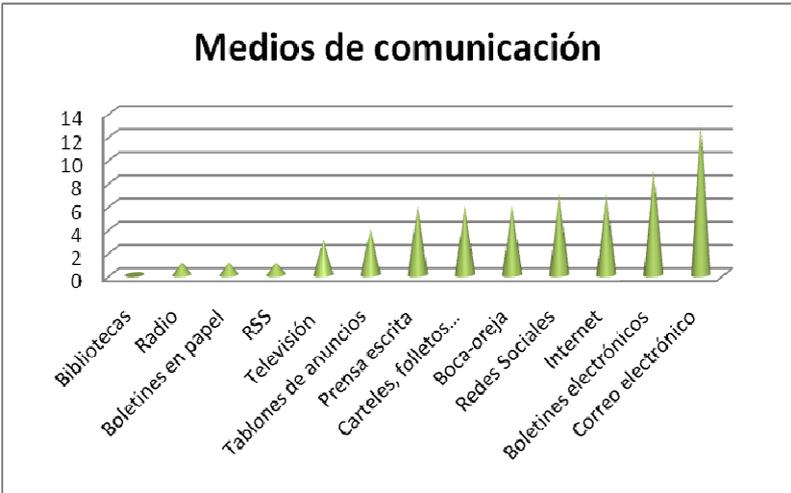
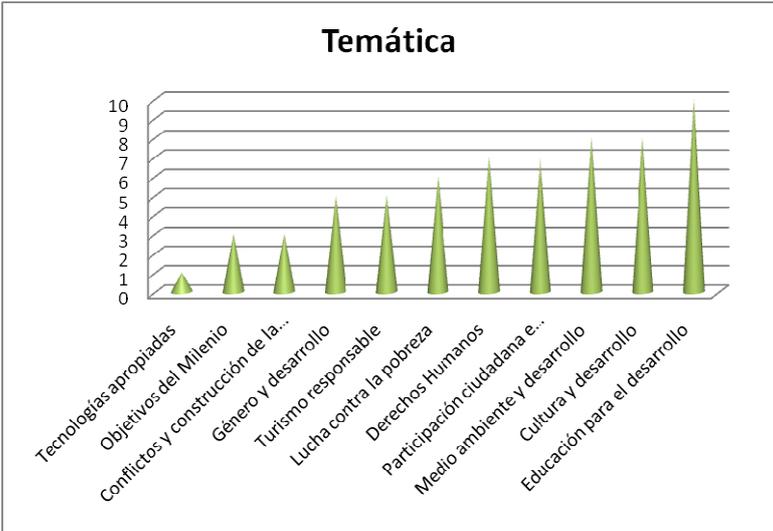
## VIII. Resultados de la encuesta realizada a los usuarios

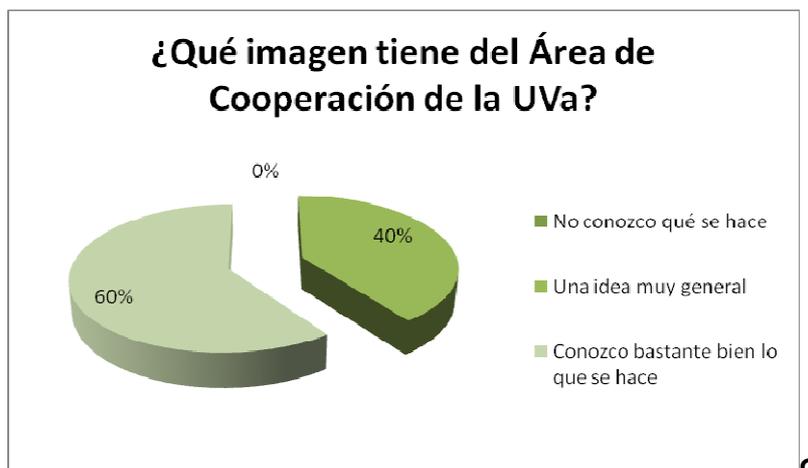
---



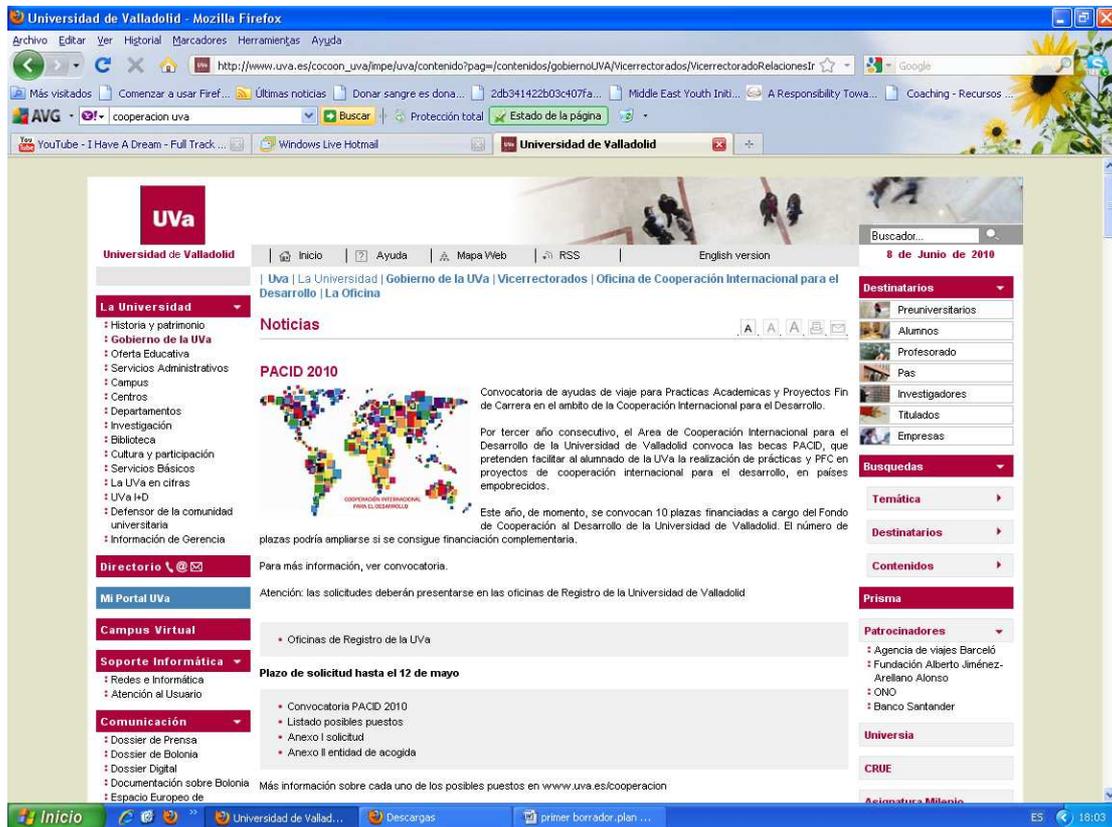








## IX. Página web del Área alojada en la web de la UVa



<http://www3.UVa.es/oficinacooperacion/>

## X. Página web del Área alojada en otro hosting

The screenshot shows a web browser window with the URL <http://www.cooperacionuva.es/>. The website header includes the logo of the University of Valladolid (UVA) and the title 'ÁREA DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO'. The navigation menu contains: 'ÁREA', 'OFICINA DE COOPERACIÓN', 'FONDO DE COOPERACIÓN', 'POSGRADO', and 'OBSERVATORIO INTERUNIVERSITARIO'. The main content area features a large heading: 'Voluntariado Universitario de Naciones Unidas para los Objetivos de Desarrollo del Milenio 2010'. Below this, there is a calendar for June 2010 and a section for 'Prácticas universitarias en el Ámbito de la Cooperación Internacional para el Desarrollo (PACID)'. The browser's taskbar at the bottom shows the 'Inicio' button and several open tabs, including 'Área de Cooperación ...', 'Descargas', and 'primer borrador plan ...'. The system clock in the bottom right corner indicates the time as 18:06.

<http://www.cooperacionUVA.es/>

## XI. Página PACID en Facebook

The screenshot shows the Facebook page for PACID (Cooperación Internacional para el Desarrollo) in a Mozilla Firefox browser. The browser's address bar shows the URL: <http://www.facebook.com/?ref=home#/group.php?gid=1015010189900543&ref=ts>. The Facebook page header includes the search bar and navigation links for Inicio, Perfil, and Cuenta. The main content area features a post by Carmen Duce titled "activismos" with a link to a news article. Below it are posts by Cel Pardo Arroyo and Bea Farto. The left sidebar contains information about the group, including its category (Organizaciones de Voluntariado), description, and a list of administrators and coordinators. The right sidebar displays several advertisements, such as "Sensuales zapatos" and "70% dto Ocio y Belleza". The bottom of the browser window shows the Windows taskbar with the Start button and several open applications.

## **XII. Folletería y cartelería del Área**

---

### **XIII. Sugerencia para la estructura de la página web**

Inicio		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sensibilización</li> <li>2. Programas y proyectos universitarios</li> <li>3. Búsqueda para el desarrollo</li> <li>4. Proyectos de cooperación con ONG</li> <li>5. Como puedo colaborar</li> <li>6. Viajes solidarios</li> <li>7. Enlaces de interés</li> <li>8. Observatorio interuniversitario</li> <li>9. Sala de prensa</li> <li>10. Equipo/como llegar</li> <li>11. Preguntas más frecuentes</li> </ol>	Noticias más destacadas	Encuesta  Eventos (Calendario)  Apúntate a nuestro boletín  Campañas  RSS Facebook

Sensibilización		
Programas Material	<p>El área de sensibilización tiene como objetivo la difusión en la sociedad de los temas de desarrollo y cooperación, tratando de generar conciencia crítica y favoreciendo la movilización social. Para ello se organizan jornadas públicas con el objetivo de acercar estas preocupaciones al conjunto de la sociedad, así como programas dirigidos a sectores específicos que incluyen la realización de cursos, seminarios, conferencias y congresos, publicaciones divulgativas, etc. Así mismo, se participa en actividades que se promueven desde diferentes instancias sociales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li># Conferencias</li> <li># Proyecciones</li> <li># Presentaciones</li> <li># Jornadas</li> <li># Exposiciones</li> </ul>	<p>Encuesta</p> <p>Eventos (Calendario)</p> <p>Apúntate a nuestro boletín</p> <p>Campañas</p> <p>RSS</p> <p>Facebook</p>

Educación para el desarrollo		
Formación y capacitación	<p>Propuestas formativas para dar conocimientos necesarios para trabajar en el sector de la cooperación y las herramientas imprescindibles para el análisis y la reflexión.</p> <p>Otros temas alternativos</p> <p><b>Estudios de postgrado</b></p> <p><b>Educación al desarrollo</b></p> <p><b>Asignaturas</b></p>	<p>Encuesta</p> <p>Eventos</p> <p>Apúntate a nuestro boletín</p> <p>Campañas</p> <p>RSS</p> <p>Facebook</p>

Fondo de cooperación universitario		
	<p>Coordinar proyectos de cooperación internacional al desarrollo que se realizan en los países del Sur</p> <p>Banco de expertos</p>	<p>Encuesta</p> <p>Eventos</p> <p>Apúntate a nuestro boletín</p> <p>Campañas</p> <p>RSS</p> <p>Facebook</p>

Asesoría Investigación		
	<p>Apoyo técnico a entidades públicas y privadas para la mejora en la eficiencia y la calidad de las acciones de cooperación al desarrollo.</p>	<p>Encuesta</p> <p>Eventos</p> <p>Apúntate a nuestro boletín</p> <p>Campañas</p> <p>RSS</p> <p>Facebook</p>

¿Cómo colaborar?		
Enlaces Voluntariado	<p>Existen muchas formas en las que participar.</p> <p>Económicamente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiantes de la UVA</li> <li>• Trabajadores de la UVA</li> <li>• Profesorado de la UVA             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Banco de Expertos</li> </ul> </li> <li>• Entidades privadas y públicas             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Responsabilidad social corporativa</li> </ul> </li> </ul> <p>Activamente</p> <p>Para llevar a cabo muchas de las acciones y proyectos se necesita participación activa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bolsa de voluntarios</li> <li>• Asociación de voluntariado universitario</li> <li>• Ofertas de colaboración</li> </ul> <p>Eres una ONG y necesitas voluntarios, ponte en contacto con nosotros</p>	<p>Encuesta</p> <p>Eventos</p> <p>Apúntate a nuestro boletín</p> <p>Campañas</p> <p>RSS</p> <p>Facebook</p>

Información documental		
Enlaces	Centro de documentación Publicaciones Boletín Enlaces de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo responsable</li> <li>• Observatorio</li> <li>• Educación al desarrollo</li> <li>• .....</li> </ul>	Encuesta  Eventos  Apúntate a nuestro boletín  Campañas  RSS Facebook

Observatorio interuniversitario		
Enlaces		Encuesta  Eventos  Apúntate a nuestro boletín  Campañas  RSS Facebook

Sala de prensa		
	Dossier de prensa	Encuesta  Eventos  Apúntate a nuestro boletín  Campañas  RSS Facebook
Equipo/ Como llegar		
	Presentación: Misión, Visión y valores Organigrama Memorias Mapa	Encuesta  Eventos  Apúntate a nuestro boletín  Campañas  RSS Facebook

Preguntas más frecuentes		
	<p>Que hace la oficina de Cooperación Internacional al desarrollo</p> <p>Como se financia la oficina de cooperación</p> <p>Puedo obtener créditos de los cursos formativos de la oficina de cooperación</p> <p>Como se organizan los proyectos de la oficina de cooperación</p> <p>¿Puedo proponer un proyecto de oficina de cooperación? ¿Qué pasos he de seguir?</p>	<p>Encuesta</p> <p>Eventos</p> <p>Apúntate a nuestro boletín</p> <p>Campañas</p> <p>RSS</p> <p>Facebook</p>

#### **XIV. Boletín informativo del Área**

---

## **XV. Ejemplo de campaña de sensibilización para el Fondo de cooperación**

---

Esta creatividad está destinada a la recaudación del 0,7 % de las matriculas y las nóminas de la comunidad universitaria para el fondo de cooperación internacional al desarrollo de la UVa.

Para casi todas las culturas el 7 es un número mágico. El siete representa lo bueno. El 7 es el resultado de la suma entre 3 (lo celeste) y 4 (lo terrenal) Se considera un número perfecto que simboliza la relación de lo divino y lo humanos, cuyo resultado es la creación, llevada a cabo en 7 días.

La creatividad constara del número 7 formado por palabras. Esas palabras serán los valores del área y de palabras relacionadas con la cooperación al desarrollo de tal forma que se consiga unir el concepto del numero 7 a los siete euros que pueden aportar con su matricula o nomina.

El **público objetivo** es la comunidad universitaria.

La **época** elegida para lanzar la campaña será la época de matriculación de los estudiantes.

El **canal** será a través de cartelería difundida por las diferentes facultades y escuelas de la Universidad de Valladolid.



**Juntos podemos cumplir una promesa**

**Marcando la casilla 0,7 % en la matrícula o nómina donaremos 7 € al Fondo de Cooperación Internacional al Desarrollo de la UVa para proyectos en países del Sur**



ÁREA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL  
AL DESARROLLO

## **XVI. Ejemplo de campaña informativa sobre el Área de cooperación Internacional al desarrollo**

---

Se utilizará un mensaje común compuesto por un slogan y por un texto que lo completa para todos los públicos objetivos fácilmente adaptable, comprensible y que se puedan identificar a los diferentes segmentos del público objetivo en sus circunstancias.

*Coloca tu pieza del puzzle.*

*"No existe el yo, si no el todos, Se trata de ir recomponiendo este puzzle que es la vida. Cada uno debe colocar su pieza y no otra, y hacerlo en el momento preciso. (El Guardián de la Flor de Loto)*

Este mensaje transmite complementariedad y que el Área de cooperación internacional al desarrollo de la UVa tiene una buena disposición a la colaboración y a la escucha.

La imagen que se utilizara será la del logo de la oficina que es un mapa del mundo pero puzzleado. El hecho de querer utilizar el logo se debe a dos motivos, la fácil identificación del logo con el Área y el hecho de que sea un mapa del mundo. En el mapa del mundo se han apartado fichas del puzzle para dar a entender que el público objetivo debe completarlo.

Esta campaña se realizará en los meses de noviembre, febrero, marzo y abril de 2011 y 2012, evitando así la época de exámenes y la época estival.

El **canal** elegido será cartelería distribuida en las facultades y escuelas universitarias de Valladolid. También se transmitirá a través de las redes sociales, radio y televisión de la Universidad de Valladolid, el boletín, correo electrónico....

El **público objetivo** es la comunidad universitaria en un principio pero es adaptable al resto de los públicos sensibles a esta información.



# COLOCA TU PIEZA DEL PUZZLE

**"No existe el yo, si no el todos. Se trata de ir recomponiendo este puzzle que es la vida. Cada uno debe colocar su pieza y no otra, y hacerlo en el momento preciso. (El Guardián de la Flor de Loto. Andrés Pascual)**

**SI QUIERES COLABORAR Y CONOCER NUESTRAS ACTIVIDADES  
INFORMATE EN EL AREA DE COOPERACION INTERNACIONAL  
AL DESARROLLO DE LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID  
(oficina.cooperacion@uva.es)  
¡TE ESPERAMOS!**

## **XVII. Ejemplo de jornadas de sensibilización sobre turismo responsable**

---

El **público objetivo** de estas jornadas son todas aquellas personas que quieren viajar a países del sur durante el verano, ya sean estudiantes, profesores, sociedad civil...

Se llevarán a cabo diferentes actividades y charlas durante el último trimestre del periodo lectivo del 2011 durante tres días con horario de tarde para facilitar la asistencia de la comunidad universitaria.

La razón por la cual se elige el último trimestre es debido a que es en esta época se empiezan a plantear lo que se quiere hacer en verano. De esta forma se anticipa la información para poder realizar actividades de cooperación internacional durante el verano.

El **canal** elegido para publicitar esta actividad será a través de cartelería, redes sociales, pagina web, tablón de anuncios...

La creatividad esta formada por una fotografía de dos botas de trekking ya que será familiar con la imagen formada con los países del sur. En cada bota hay una planta con flores recordando que nuestra huella ha de ser sostenible.

Esta acompañado por una refrán modificado: "*Allá donde fueres, respeta lo que vieres*" para asociar la palabra responsable a respeto con los países que se visitan.

### **Día 1**

16:00 Presentación de las jornadas

16:30 - 18:00 El viajar- Análisis antropológico

18:00 - 18:30 Pausa Café

18:30- 19:30 Proyección de documentales sobre Turismo Responsable

19:30 - 20:00 Conclusiones

## **Día 2**

16:30 - 18:00 Turismo, economía solidaria y cooperación al desarrollo: una visión desde las dos orillas

18:00 - 18:30 Pausa Café

18:30-19:30 Talleres Formativos:

- Taller Interculturalidad
- Taller Juego: Un resort en Dubinda, una comunidad de pescadores

19:30 - 20:00 Conclusiones

## **Día 3**

16:30 - 18:00 ¿Qué es y que no es Turismo responsable?

18:00 - 18:30 Pausa Café

18:30- 19:30 Mesa redonda de Experiencias: Otra manera de viajar

19:30 - 20:00 Conclusiones

# **I Jornadas ¿Qué es y qué no es turismo responsable?**

**16-18 de Mayo 2011**



**Alla donde fueres,  
respeto lo que vieres**



**Información e inscripciones en:  
[oficina.cooperacion@uva.es](mailto:oficina.cooperacion@uva.es)**

## XVIII. Test para evaluación de la estrategia de comunicación

### POST TEST PARA LA EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACION

<b>Memoria de la estrategia: ¿Qué proporción del grupo objetivo recuerda de las acciones de la estrategia? ¿Qué aspectos visuales y verbales recuerdan?</b>	
¿Recuerda algo sobre una campaña publicitaria relativa a la cooperación al desarrollo en los últimos tres meses?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No sabe
¿En qué medio de comunicación vio esa campaña?	<input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Diarios <input type="checkbox"/> Revistas <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Vallas/ tabloneros de avisos <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> No sabe
¿Qué imágenes recuerda de la campaña?	Pregunta abierta
¿Qué elementos recuerda de la campaña?	Pregunta abierta
<b>Interpretación de la campaña: ¿Cuántas personas de las que recuerdan la campaña interpretaron correctamente el objetivo de la campaña?</b>	
¿Cuál fue, a su juicio, el objetivo de la campaña?	Pregunta abierta
<b>Comprensión de la campaña: ¿Hasta que punto las personas que recuerdan la campaña entendieron correctamente sus principales mensajes?</b>	
¿Eran los mensajes comprensibles?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> En parte <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> No sabe
En caso afirmativo, ¿cuales son, a su juicio, los principales mensajes presentados en esta	Pregunta abierta

campaña?		
¿Qué significan, a su juicio, estos mensajes?	Pregunta abierta	
<b>Apreciación de la campaña: ¿En qué medida los que recuerdan la campaña apreciaron su tono, sus cualidades visuales, su humor, su mensaje, etc.?</b>		
Con respecto a la campaña publicitaria sobre la donación de sangre, le agradeceríamos nos dijera si esta muy de acuerdo, está de acuerdo, está en desacuerdo, está muy en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:		
La publicidad era interesante	<input type="checkbox"/>	Muy de acuerdo
La publicidad era original	<input type="checkbox"/>	De acuerdo
La publicidad era visualmente atractiva	<input type="checkbox"/>	En desacuerdo
La publicidad era fácil de recordar	<input type="checkbox"/>	Muy en desacuerdo
La publicidad era informativa	<input type="checkbox"/>	No sabe
<b>Impacto: ¿En qué medida las personas que recuerdan la campaña piensan que fue convincente?</b>		
¿Le convenció la campaña para estar de acuerdo con los mensajes presentados?	<input type="checkbox"/>	Sí
	<input type="checkbox"/>	No
	<input type="checkbox"/>	No sabe
Desde que vio esta campaña publicitaria, ¿trata de obtener más información sobre la cooperación al desarrollo?	<input type="checkbox"/>	Sí
	<input type="checkbox"/>	No
	<input type="checkbox"/>	No sabe
En caso afirmativo, ¿utilizando qué medios o útiles?	<input type="checkbox"/>	El número de teléfono suministrado en el anuncio
	<input type="checkbox"/>	El sitio internet indicado en el anuncio
	<input type="checkbox"/>	Otro

## POST TEST PARA LA PROPIA AREA DE COOPERACION INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO

En relación con la propio estrategia de comunicación

<b>Marco de su estrategia de comunicación</b>		
¿Desarrolló su estrategia de comunicación basada en los resultados de evaluaciones de actuaciones de comunicación realizadas anteriormente?	SÍ	NO
Al desarrollar su estrategia de comunicación, ¿siguió un proceso estructurado?	SÍ	NO

¿Determinó los puntos fuertes y las debilidades de la estrategia de comunicación actual?	SÍ	NO
¿Realizó una evaluación de las necesidades de información de los grupos objetivos locales?	SÍ	NO
¿Buscó la ayuda de las redes de información existentes?	SÍ	NO
¿Definió claramente los resultados previstos?	SÍ	NO

### Contenido de su estrategia de comunicación

¿Especificó la audiencia objetivo (beneficiarios potenciales, beneficiarios y público en general)?	SÍ	NO
¿Definió la estrategia de comunicación para garantizar la transparencia a los grupos objetivo?	SÍ	NO
¿Esbozó sus objetivos en la estrategia de comunicación? ¿Grupos objetivo y prioridades? ¿Estrategia?	SÍ	NO
¿Creó un catálogo de medidas?	SÍ	NO
¿Se cercioró de que todas las medidas se relacionaran con la estrategia de comunicación y la apoyaran?	SÍ	NO

<b>Organización y gestión</b>		
¿Describió la organización que llevará a cabo las actividades de comunicación?	SÍ	NO
¿Definió y aprobó las responsabilidades de gestión?	SÍ	NO
¿Definió y aprobó las responsabilidades de los beneficiarios?	SÍ	NO
¿Definió y aprobó las responsabilidades de otros socios locales?	SÍ	NO
¿Creó un comité de dirección destinado a validar y revisar la estrategia de comunicación?	SÍ	NO

<b>Evaluación y revisión de su estrategia de comunicación</b>		
¿Son los medios propuestos proporcionales a las necesidades de información determinadas en la estrategia?	SÍ	NO
¿Formuló indicadores de evaluación del éxito y el impacto para cada medida de comunicación con el fin de definir el resultado de la estrategia?	SÍ	NO
¿Evaluó su estrategia existente para determinar si se cumplieron o no los objetivos?	SÍ	NO
¿Aprobó su estrategia de comunicación el comité de supervisión?	SÍ	NO
¿Desarrolló un sistema de supervisión que permite determinar posibles desviaciones y brinda la posibilidad de tomar medidas correctivas?	SÍ	NO

Respecto a las medidas de información y publicidad

<b>Todas las medidas de información y comunicación</b>		
¿Contribuyen las medidas propuestas a destacar el papel del Área y su contribución financiera?	SÍ	NO
¿Determinó grupos objetivo para cada medida?	SÍ	NO
¿Definió un presupuesto para cada medida y quién es el responsable de la aplicación, de que se cumplan los plazos y de los indicadores de evaluación?	SÍ	NO

<b>Medidas de información y comunicación para el público en general</b>		
¿Incluyeron sus medidas de comunicación el logo del Área?	SÍ	NO
¿Se fijó como objetivo lograr una cobertura de los medios lo más amplia posible?	SÍ	NO

## **XIX. Líneas recomendación para reuniones efectivas**

---

### **DURACIÓN DELIMITADA**

Si el tiempo es insuficiente se convocará otra, no se alargarán la existente

### **MODERADOR | TURNOS DE PALABRAS**

Es la única persona que podrá interrumpir a los demás

Si lo considera oportuno, el moderador otorgará turnos de palabra

### **INTERVENCIONES BREVES Y CONCISAS**

Todas las ideas pueden expresarse esquemáticamente en menos de 60 segundos

### **TEMAS ESTANCOS**

Cuando se cierra un tema no se ve vuelve a tocar excepto en la ronda de preguntas final

### **RESUMEN FINAL**

Al término de la reunión el moderador resumirá los principales puntos y repetirá las funciones asignadas a cada uno

### **RECOMENDACIONES:**

Al cerrar un punto el moderador, resume lo acordado

Que el moderador reformule las opiniones que hayan sido formuladas de manera confusa

Las reglas que rigen la reunión se explicarán al principio de la misma

## **XX. Otros datos de interés respecto al perfil del usuario universitario**

---

He considerado realizar una breve descripción del estilo de vida de los estudiantes universitarios por ser el público principal al que se dirigirá el Área y del que contaba cierta información. Esa información sale de la consulta de fuentes secundarias como son el Observatorio de la Juventud el INJUVE y el estudio sobre los usos, hábitos y demandas de los universitarios andaluces del Observatorio Atalaya.

He recurrido a las mismas pues en la Universidad de Valladolid no sé realizan encuestas relativas al estilo de vida de los estudiantes universitarios ni del profesorado ni del personal administrativo.

Estos datos posteriormente servirán de ayuda para elegir el canal adecuado de nuestras acciones cuando tenga como público objetivo a los estudiantes universitarios. Extrapolando los resultados de estos estudios se sacan las siguientes conclusiones sobre sus hábitos:

- La gente joven (15-29) valora asumir riesgos o realizar sacrificios importantes, hubo una total justificación valorada en un 8,70 sobre 10 de la lucha contra el hambre, seguido de los derechos humanos, la paz, la libertad individual, la igualdad de sexos, la defensa de la naturaleza, entre otros.
- La participación civil a través de asociaciones es escasa. El 66 % de los jóvenes universitarios no pertenece a ninguna asociación.
- Es preciso señalar la escasa participación de los universitarios en asociaciones de carácter humanitario que asumen la defensa de los derechos de ciertos colectivos como las benéficas, de ayuda a los inmigrantes, al tercer mundo, ...
- Entre los jóvenes universitarios el uso del ordenador y de las nuevas tecnologías como el acceso al internet, está bastante extendido. En concreto, el 99 % de los universitarios utiliza habitualmente internet.

- Este amplio uso del internet por los universitarios se enmarca en una alta disponibilidad de ordenador personal en casa de tal forma que el 90 % de los jóvenes universitarios tiene un ordenador en el hogar donde vive durante el curso. Fundamentalmente, el uso que realizan de este es personal (56 %) coincidiendo con las encuestas del INJUVE<sup>26</sup>. Y en menor medida compartido con otros familiares (38 %) o con compañeros (5%). La mayoría de los jóvenes universitarios que disponen de ordenador en casa, tiene acceso también acceso a internet: en concreto el 64 % de los mismos.
- Prácticamente la totalidad de los estudiantes de las universidades (el 99,2 %) disponen de un teléfono móvil. El móvil es utilizado por la inmensa mayoría de estudiantes tanto para el envío como para la recepción de llamadas (97 %) El segundo uso es el del intercambio de mensajes (92%)
- En cuanto al ocio, les gusta escuchar música en primer lugar, salir con amigos, ir al cine, usar el ordenador, leer libros, viajar, hacer deporte, ir de excursión y en último lugar ir al teatro.
- La frecuencia de lectura en formatos tradicionales es un hábito cultural arraigado. Este hábito coexiste con el de la lectura de prensa no deportiva y en menos medida con el formato "revistas"
- La lectura de prensa no deportiva es un hábito cultural muy instaurado en el 41,2 % de los jóvenes universitarios ya que la leen todos los días o casi todos los días.
- El hábito de ver cine esta muy consolidado entre los jóvenes universitarios.
- El hábito de escuchar música es quizás el hábito cultural más consolidado entre los jóvenes universitarios. El 86,7 % escucha música todos los días.

---

<sup>26</sup> Instituto Nacional de la Juventud