



**Nº de expediente: 008400-000005-25**

**Fecha: 23.06.2025**

**Universidad de la República Uruguay - UDELAR**



**ASUNTO**

**PRESENTACIÓN DEL PLAN DE TRABAJO DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE I.S.E.F.**

Unidad	SECCIÓN SECRETARÍA COMISIÓN DIRECTIVA - CENTRO MONTEVIDEO - ISEF
Tipo	PLAN DE ACTIVIDADES
Tema:	Gestión de la Comunicación
Período desde:	
Período hasta:	
Fecha límite para responder:	
Dependencias involucradas:	

La presente impresión del expediente administrativo que se agrega se rige por lo dispuesto en la normativa siguiente: Art. 129 de la ley 16002, Art. 694 a 697 de la ley 16736, art. 25 de la ley 17.243; y decretos 55/998, 83/001 y Decreto reglamentario el uso de la firma digital de fecha 17/09/2003.-

	<b>Expediente Nro. 008400-000005-25</b> <b>Actuación 1</b>	Oficina: DIVISION ADMINISTRATIVA - CENTRO MONTEVIDEO - ISEF Fecha Recibido: 23/06/2025 Estado: Cursado
--	---	--

**TEXTO**

23/06/2025

La Dirección de División Administrativa y Medios Técnicos presentan el Plan de Trabajo de Gestión de la Comunicación 2025-2026 realizado por la Licenciada Valentina Díaz.

El mismo se enmarca en la transformación de la UAG y el desarrollo de la Sección Gestión de la Comunicación del Departamento de Información y Comunicación, perteneciente al Organigrama de funcionarios TAS del Instituto.

En el mismo se abarcan: "las líneas estratégicas orientadas a mejorar la comunicación interna y externa del ISEF"

Se adjunta a su vez la propuesta de "Encuesta de evaluación de los canales de comunicación ISEF"

Se informa que la propuesta contenida en el plan referente a la contratación de Pasantes de Comunicación se tramitará por expediente de Sección Personal.

Pase a Comisión Directiva.

Atentamente,

María Hernández

Valentina Díaz

Firmado electrónicamente por Directora División Administrativa ISEF MARIA CONSTANZA HERNANDEZ CUBILLA el 23/06/2025 18:05:41.
---

<b>Nombre Anexo</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Fecha</b>
Plan de trabajo 2025-2026-COMUNICACIÓN.pdf	465 KB	23/06/2025 18:01:25
Encuesta de evaluación de los canales de comunicación ISEF.pdf	74 KB	23/06/2025 18:01:25



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

## Gestión de la Comunicación

Plan de trabajo 2025 - 2026

### Estructura:

1. Introducción
2. Objetivo
3. Líneas estratégicas o ejes de acción
4. Tabla operativa

### Introducción:

El Instituto Superior de Educación Física (ISEF) se encuentra en un proceso de consolidación institucional y fortalecimiento de sus estructuras académicas y de gestión. En este contexto, la comunicación institucional desempeña un rol fundamental en la articulación de los objetivos estratégicos establecidos en el Plan de Desarrollo Institucional 2021-2025.

En las próximas páginas se propone un *Plan de trabajo para la Gestión de la Comunicación 2025-2026* y se detalla una serie de líneas estratégicas concretas orientadas a mejorar la comunicación interna y externa del ISEF. Los ejes de acción muestran un compromiso hacia una comunicación efectiva que se propone informar y conectar a la comunidad académica y demás actores. Asimismo, se busca contribuir a la divulgación del conocimiento, la visibilidad de las actividades y la transparencia de la institución.



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

## Objetivo

Se establece el siguiente objetivo general en el que se constituye el plan de trabajo y por el que se desprenden las distintas líneas estratégicas de acción:

*Contribuir al fortalecimiento institucional del ISEF a través de una estrategia de comunicación clara, inclusiva, participativa y eficaz. Visibilizar la producción académica y potenciar los vínculos con el entorno social, como referente en la formación de profesionales. Así como gestionar los canales internos y externos con el fin de democratizar la circulación de información, en consonancia con los valores de equidad, inclusión y accesibilidad.*

## Líneas estratégicas o ejes de acción

1. Planificación y organización
2. Desarrollo de una comunicación interna efectiva
3. Difusión, divulgación y visibilización de iniciativas, actividades y eventos del Instituto.
4. Articulación de la Información y la Comunicación
5. Comunicación, accesibilidad, inclusión, equidad y género.
6. Consolidación del equipo de trabajo del sector de Comunicación.

### 1. Planificación y organización

La planificación y el establecimiento de distintas pautas y protocolos es fundamental para que cualquier estrategia de comunicación institucional sea efectiva y sostenible en el tiempo. Planificar permite optimizar tiempo y recursos, así como también ayuda a establecer prioridades.



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

Asimismo, tener una agenda propia que combine las distintas actividades y eventos del Instituto, y de la actualidad nacional, ayuda a que el trabajo pueda ser planificado.

Es importante que ciertas acciones sean pautadas y protocolizadas para generar una coherencia institucional y configurar hábitos de buenas prácticas.

Acciones:

- Crear un sistema de planificación y mecanismos de autoevaluación: reuniones internas, registro del trabajo, análisis de métricas, tabla operativa y de control.
- Actualizar y crear protocolos de comunicación para difusión de eventos, cobertura de actividades, reuniones y eventos, y préstamo de equipos.
- Crear protocolos para solicitud, aprobación y difusión de contenidos desde distintas áreas.
- Visibilizar y divulgar protocolos y manuales de comunicación.
- Crear manual de uso interno de las redes sociales.
- Crear una agenda de ISEF (eventos, actividades, fechas clave).
- Revisar y actualizar manuales para la Comunicación.

## **2. Desarrollo de una comunicación interna y externa efectiva**

Una comunicación interna efectiva se caracteriza por un conjunto de procesos, canales, herramientas y prácticas que permiten la circulación de la información dentro de una institución. Promueve una mejor vinculación entre los distintos integrantes de la organización, una participación más activa y un sentido de pertenencia.



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

Es por esto que esta línea estratégica busca consolidar la comunicación como herramienta fundamental para la consolidación institucional y coordinación de las funciones, además de desarrollar buenas prácticas. En el contexto del ISEF una comunicación interna eficaz asegura que estudiantes, docentes, egresados y funcionarios no docentes accedan a información de forma equitativa.

En ese sentido, es importante diseñar y gestionar canales de comunicación que promuevan una circulación fluida de la información. Es clave fortalecer los canales existentes y generar nuevos, así como proponer construir una cultura institucional basada en la transparencia y el acceso equitativo a la información.

#### Acciones:

- Realizar un diagnóstico inicial sobre necesidades y percepción de la comunicación interna.
- Elaborar una encuesta de evaluación de los canales de comunicación ISEF. Identificación de los canales que se utilizan hoy en día.
- Actualización de directorio y mails.
- Centralizar el envío de correos con comunicados institucionales.
- Utilizar Whatsapp institucional y crear canales de difusión para comunicaciones urgentes.
- Rediseñar y enviar boletín institucional.
- Uso más extensivo de carteleras y televisión.
- Generar instancias de reuniones de coordinación.
- Crear manual de estilo (tono de voz), desarrollar plantillas e instrucciones de uso para comunicados de áreas específicas.
- Producir una publicación digital de un resumen institucional anual interno.
- Intercambiar con las y los representantes estudiantiles para conocer sus inquietudes sobre la comunicación de ISEF.
- Realizar evaluación participativa anual de la comunicación interna



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

### **3. Difusión, divulgación y visibilización de iniciativas, actividades y procesos del ISEF**

El ISEF mantiene una vida académica y profesional diversa que requiere de distintos mecanismos de comunicación que permitan divulgar conocimiento y experiencias, dar cuenta de procesos institucionales, visibilizar proyectos y trabajos, potenciar su identidad institucional. Esta línea estratégica busca consolidar una política de comunicación externa activa. No se trata solo de informar lo que sucede, sino también poner valor y construir memoria institucional.

Es prioridad sostener una estrategia planificada e integral para comunicar de forma clara, sistemática y accesible; establecer mecanismos sostenidos de cobertura, divulgación y producción de contenidos. Así como también generar distintos recursos de comunicación desde el uso adecuado de los canales digitales, la adecuación del sitio web, el diseño y gestión de la identidad visual, y la administración de los medios audiovisuales.

Sitio web:

El sitio web es la carta de presentación de una institución y una de las principales herramientas de comunicación externa. Se trata de una ventana pública, un nexo entre el interior y exterior entre la comunidad de ISEF, la sociedad y distintos públicos interesados. Asimismo, es una plataforma que funciona como reservorio de la información del Instituto.

La necesidad de actualizar su diseño no se trata solo de una mirada estética, sino que se configura como una decisión de refuerzo institucional, de democratización del acceso a la información, de mejora de la experiencia de los usuarios. Además, proyecta una imagen coherente y actualizada del instituto.



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

La realización de una encuesta de *evaluación de los canales de comunicación de ISEF* y reuniones con las distintas áreas que son usuarias del sitio, darán un diagnóstico adecuado sobre el rumbo a tomar hacia un nuevo diseño del sitio web. Un cambio relevante en la web puede dar una mejora de la navegación, una adaptación a nuevas necesidades, un mayor protagonismo a distintas áreas y una gestión eficiente de los contenidos.

Plataformas digitales:

Existen distintas herramientas y plataformas digitales con las que cuenta actualmente ISEF: Instagram (8.176 seguidores), Facebook (9.270 seguidores), Twitter (3.034 seguidores), Flickr, YouTube (2.171 suscriptores). La diversidad de canales requiere de una articulación y una actualización constante.

- LinkedIn:

LinkedIn es una herramienta digital que puede fortalecer la comunicación del ISEF con públicos profesionales, académicos y organizaciones. Es una red que busca conectar profesionales, instituciones y empresas. La apertura de una cuenta en esta red puede dar mayor visibilización a la producción académica, ya que permite destacar logros, proyectos, publicaciones, actividades y eventos.

Además, puede fortalecer el vínculo con egresadas y egresados, ya que establece una red institucional, consolida la imagen del ISEF como un actor de referencia en educación física, facilita el contacto con otras instituciones.



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

## Acciones

### *Identidad visual:*

- Diseñar piezas para la difusión de eventos o actividades.
- Adaptar contenidos técnicos a formatos divulgativos (infografías, cápsulas de video, podcasts, entrevistas, etc.).
- Diseñar placas gráficas adaptadas para las distintas plataformas.
- Diseñar, gestionar e imprimir materiales institucionales, producciones gráficas, manuales, informes, folletos, roll up.
- Actualizar imagen institucional en las distintas redes sociales: imagen, estilo, tono de voz.

### *Canales digitales (redes sociales y sitio web):*

- Iniciar proceso de rediseño y actualización del sitio web.
- Mantener actualizada la información del sitio web.
- Evaluar el uso del sitio web.
- Crear un protocolo de uso y manual del sitio web.
- Apertura de perfil en LinkedIn.
- Utilizar herramientas que apuesten a una mayor interacción con usuarios de las plataformas.
- Crear un calendario para la publicación periódica de contenidos en las plataformas.
- Maximizar el uso de las herramientas con las que cuenta cada red social: reels, encuestas, historias, hilos etc.
- Direccionar al público de las distintas redes sociales hacia el sitio web, para mantener el hábito de consulta en la página.
- Difundir eventos y actividades previa y posteriormente en plataformas.
- Realizar campaña de suscripción y seguir en redes sociales.



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

- Enviar boletines informativos para difusión de actividades y eventos específicos

*Medios audiovisuales:*

- Registrar actividades (fotográfico y video), edición, gestión de plataformas y almacenamiento.
- Producir videos breves de difusión o con información relevante.
- Apoyar actividades que precisan de medios audiovisuales.
- Coordinar transmisión en vivo de eventos o actividades.

*Fortalecimiento vínculo con redes*

- Continuar participando en la red de unidades de comunicación de la Udelar.

#### **4. Articulación de Información y Comunicación**

Se trata de un espacio institucional en donde se concentran y desarrollan las actividades de Biblioteca, Archivo y Comunicación. El trabajo entre las áreas produce información clave para la vida institucional, académica y social.

Esta línea estratégica apunta a continuar e intensificar la articulación transversal entre las secciones. Es clave fomentar el intercambio, promover el uso de herramientas y plataformas, y colaborar en la elaboración de políticas institucionales con referencia a la información y la comunicación.



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

#### **Acciones:**

- Sustener los canales fluidos de coordinación entre las secciones de Biblioteca, Archivo y Comunicación.
- Fortalecer la comunicación externa e interna del trabajo que realizan Biblioteca y Archivo.
- Rediseñar y actualizar el micrositio de Archivo en el sitio web.
- Apoyar la producción de contenidos, las actividades de fechas clave y las campañas que realizan.

#### **5. Comunicación, inclusión, equidad y género**

La comunicación institucional no solo cumple una función informativa sino que también posee la capacidad de fortalecer la construcción de discursos y prácticas que promueven el respeto, la equidad y la diversidad.

En este sentido, una comunicación comprometida con la inclusión, la equidad y la perspectiva de género es una herramienta clave para avanzar hacia una comunidad educativa más democrática e igualitaria.

Esta línea estratégica va de la mano con el Plan de Desarrollo Institucional 2025-2026 que entre otros objetivos establece estos dos específicos:

- “Desarrollar acciones de comunicación que permitan difundir, socializar y visibilizar las temáticas, los servicios, mecanismos y materiales que existen tanto en el ISEF como en la Udelar”.



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

- “Implementar campañas de comunicación y sensibilización sobre el acoso sexual, el abuso y la discriminación, con énfasis en fechas relevantes en los temas, además de la difusión de los recursos institucionales de respuesta disponibles”.

### **Acciones:**

#### Inclusión y accesibilidad

- Continuar con el trabajo realizado en la creación de piezas gráficas, audiovisuales y textos con subtítulos, transcripciones y audiodescripción.
- Utilizar herramientas de diseño que garanticen contraste adecuado, tipografías legibles y estructuras claras.
- Sostener el trabajo realizado en referencia a una web institucional y redes sociales más accesibles.
- Mantener vínculo con el Núcleo Interdisciplinario de Comunicación y Accesibilidad (NICA).

#### Perspectiva de género

- Continuar con la participación y trabajo en la Comisión de equidad y género. La certificación del nivel 1, compromiso, del Modelo de Calidad con Equidad de Género.
- Apostar por la creación de contenidos con estilo inclusivo, no sexista, no discriminatorio.
- Evaluar y adecuar el uso de imágenes y narrativas institucionales que garanticen diversidad de representaciones (género, edad, origen, capacidades, entre otras).
- Difusión en fechas conmemorativas: Día Internacional de las Mujeres, Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

- Difusión continua de los protocolos institucionales contra el acoso, abuso y discriminación.

#### **6. Consolidación del equipo de trabajo del sector de Comunicación y recursos necesarios**

Esta línea estratégica tiene como objetivo garantizar la sustentabilidad del trabajo del sector de Comunicación, lo que implica la formalización del equipo y el acceso a recursos acordes.

El equipo de Comunicación se conformará por:

- Valentina Díaz - Escalafón D7, 48 horas. (Coordinación y Medios Técnicos).
- Felipe Sosa - Escalafón R, 21 horas. (Diseño de comunicación visual)

Es decir que el sector tendría 64 horas efectivas de trabajo semanales, que parece insuficiente para una gestión eficiente de la Comunicación. Por tanto, se considera pertinente incorporar recursos humanos para poder sostener el trabajo y enriquecerlo con nuevas miradas.

Inclusión de pasantías en el Sector de Comunicación:

Por otro lado, se propone la incorporación de pasantías en el Sector de Comunicación, que transformaría al sector en un espacio de formación rico en aprendizaje. Asimismo, impregna al equipo de trabajo una diversificación de habilidades y roles, que suma al plan de trabajo propuesto.

Recursos técnicos:

Hoy en día la Unidad de Comunicación cuenta con ciertas herramientas y recursos necesarios para continuar con el trabajo:



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

- Licencia del software Adobe CC para dos PC.
- Suscripción a plataforma Flickr (banco de fotografía).
  
- Dispositivo móvil y conexión de datos.
- Equipamiento técnico, que se sumaría con el de Medios Técnicos: cámaras fotográficas, cámara de video, micrófonos, consola, PC, accesorios.

**Acciones:**

- Actualizar el inventario del equipamiento actual.
- Elaborar un diagnóstico del equipamiento actual y necesidades.
- Mantener las herramientas de trabajo y eventualmente integrar nuevo equipamiento, sobre todo equipo informático adecuado para las tareas de diseño y edición de video.
- Promover pasantías estudiantiles.
- Procurar una ampliación de recursos humanos.



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

### Tabla operativa

<b>Línea estratégica 1: Planificación y organización</b>		
	Objetivo específico	Acción
1	Fortalecer la planificación y evaluación continua del trabajo	Crear un sistema de planificación y mecanismos de autoevaluación.
2	Sistematizar procesos de trabajo	Actualizar y crear protocolos de comunicación para difusión de eventos, cobertura de actividades, reuniones y eventos, y préstamo de equipos.
3	Establecer criterios claros y canales de comunicación	Crear protocolos para solicitud, aprobación y difusión de contenidos desde distintas áreas de ISEF
4	Garantizar la apropiación de las herramientas creadas	Visibilizar y divulgar protocolos y manuales de comunicación.
5	Establecer criterios de comunicación de redes sociales	Crear manual de uso interno de las redes sociales.
6	Planificar y anticipar necesidades	Crear una agenda de ISEF.
8	Consolidar lineamientos institucionales	Revisar y actualizar manuales para la Comunicación.



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

<b>Línea estratégica 2: Desarrollo de una comunicación interna efectiva</b>		
	<b>Objetivo específico</b>	<b>Acción</b>
1	Identificar problemas y oportunidades	Realizar diagnóstico inicial sobre necesidades y percepción de la comunicación interna.
2	Evaluar el uso de canales de comunicación	Elaborar una encuesta de evaluación de los canales de comunicación ISEF. Identificar los canales que se utilizan hoy en día.
3	Asegurar el alcance de las comunicaciones	Actualizar directorio y mails.
4	Evitar la dispersión de información	Centralizar el envío de correos con comunicados institucionales.
5	Garantizar la comunicación en situaciones claves	Utilizar Whatsapp institucional y crear canales de difusión para comunicaciones urgentes.
6	Informar de forma ordenada y periódica sobre novedades, actividades y decisiones institucionales	Rediseñar y enviar boletín institucional.
7	Fortalecer la comunicación en espacios físicos	Uso más extensivo de carteleras y televisión.
8	Facilitar la coordinación y el flujo de información entre distintas áreas	Generar instancias de reuniones de coordinación.
9	Unificar tono, formato y estilos de comunicación	Crear manual de estilo (tono de voz), desarrollar plantillas e instrucciones de uso para comunicados de áreas específicas.
10	Compartir y dejar constancia de avances y noticias de forma accesible	Producir publicación digital de un resumen institucional anual interno.
11	Incluir a los estudiantes en las acciones de comunicación	Mantener intercambio con las y los representantes estudiantiles para conocer sus inquietudes sobre la comunicación de ISEF.
12	Trabajar para la mejora continua	Realizar una evaluación participativa anual de la comunicación interna



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

**Línea estratégica 3: Difusión, divulgación y visibilización de iniciativas, actividades y procesos de ISEF**

	Línea de acción	Objetivo específico	Acción
1	Identidad visual	Fortalecer la identidad institucional y la difusión de actividades	Diseñar piezas para la difusión de eventos o actividades.
2		Democratizar el acceso a la información académica	Adaptar contenidos técnicos a formatos divulgativos (infografías, cápsulas de video, podcasts, entrevistas, etc.).
3		Adecuar los mensajes a las plataformas	Diseñar placas gráficas adaptadas para las distintas plataformas.
4		Mantener el uso de materiales gráficos de calidad	Diseñar, gestionar e imprimir materiales institucionales, producciones gráficas, manuales, informes, folletos, roll up.
5		Homogeneizar y actualizar la imagen institucional en las distintas plataformas digitales	Actualizar imagen institucional en las distintas redes sociales: imagen, estilo, tono de voz.
6	Sitio web	Mejorar la navegabilidad, estética y funcionalidad del sitio web institucional	Iniciar proceso de rediseño y actualización del sitio web.
7		Garantizar el acceso a la información	Mantener actualizada la información del sitio web.
8		Obtener datos sobre el uso y mejoras posibles para su diagnóstico	Evaluar el uso del sitio web.
9		Formalizar procesos y estilos	Crear protocolo de uso y manual del sitio web.
10	Redes sociales	Presencia institucional y mayor vínculo con egresados y egresadas, organizaciones	Apertura de perfil en LinkedIn.
11		Estimular el vínculo con la comunidad de ISEF	Utilizar herramientas que apuesten a una mayor interacción con usuarios de las plataformas.
12		Planificación del uso de redes sociales	Crear un calendario para la publicación periódica de



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

			contenidos en las plataformas.
13		Aumentar el alcance de las publicaciones	Maximizar el uso de las herramientas con las que cuenta cada red social: reels, encuestas, historias, hilos etc.
14		Fomentar el uso del sitio web como consulta primaria	Direccionar al público de las distintas redes sociales hacia el sitio web, para mantener el hábito de consulta en la página.
15		Visibilizar acciones del ISEF	Difundir eventos y actividades previa y posteriormente en plataformas.
16		Aumentar el número de usuarios en las distintas plataformas	Realizar campaña de suscripción y seguir en redes sociales.
17		Aumentar el alcance de la difusión de actividades de ISEF	Envío de boletines informativos para difusión de actividades y eventos específicos
18	Medios audiovisuales	Documentar, archivar y difundir la vida académica	Registro de actividades (fotográfico y video), edición, gestión de plataformas y almacenamiento.
19		Generar contenidos dinámicos y claros	Producir videos breves de difusión o con información relevante.
20		Apoyo en actividades académicas	Apoyar en actividades que precisan de medios audiovisuales
21		Apoyo y visibilización de actividades académicas	Coordinar transmisión en vivo de eventos o actividades.
22	Vínculo interinstitucional	Trabajar el vínculo con otras unidades de comunicación de la Udelar	Continuar participando en la red de unidades de comunicación de la Udelar.



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

<b>Línea estratégica 4: Articulación de Información y Comunicación</b>		
	Objetivo específico	Acción
1	Mantener espacios de diálogo y de trabajo colaborativo.	Sostener los canales fluidos de coordinación entre las secciones de Biblioteca, Archivo y Comunicación.
2	Visibilizar las acciones de Biblioteca y Archivo	Fortalecer la comunicación externa e interna del trabajo que realizan Biblioteca y Archivo.
3	Visibilizar la actividad de Archivo	Rediseñar y actualizar del micrositio de Archivo en el sitio web.
4	Trabajar de forma colaborativa entre las secciones	Apoyar la producción de contenidos, las actividades de fechas clave y las campañas que realizan.

<b>Línea estratégica 5: Comunicación, accesibilidad, inclusión, equidad y género</b>		
Línea de acción	Objetivo específico	Acción
1	Garantizar criterios de accesibilidad	Continuar con el trabajo realizado en la creación de piezas gráficas, audiovisuales y textos con subtítulos, transcripciones y audiodescripción.
2	Garantizar la legibilidad y comprensión de los materiales gráficos y digitales.	Utilizar herramientas de diseño que garanticen contraste adecuado, tipografías legibles y estructuras claras.
3	Promover el acceso equitativo a la información institucional en entornos digitales.	Sostener el trabajo realizado en referencia a una web institucional y redes sociales más accesibles.
4	Promover el trabajo interinstitucional.	Mantener vínculo con el Núcleo Interdisciplinario de Comunicación y Accesibilidad (NICA).



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

5	Perspectiva de género	Obtener la certificación nivel 1 del Modelo de Calidad con Equidad de Género	Continuar con la participación y trabajo en la Comisión de equidad y género. La certificación del nivel 1, compromiso, del Modelo de calidad con equidad de género.
6		Promover una comunicación diversa y con perspectiva de género	Apostar por la creación de contenidos con estilo inclusivo, no sexista, no discriminatorio.
7			Evaluar y adecuar el uso de imágenes y narrativas institucionales que garanticen diversidad de representaciones (género, edad, origen, capacidades, entre otras).
8		Sensibilizar sobre derechos, género y equidad	Difusión en fechas conmemorativas: Día Internacional de las Mujeres, Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.

**Línea estratégica 6: Consolidación del equipo de trabajo del sector de Comunicación.**

	Objetivo específico	Acción
1	Gestionar de forma adecuada los recursos	Actualizar el inventario del equipamiento actual.
2	Identificar problemáticas en los recursos técnicos actuales	Elaborar un diagnóstico del equipamiento actual y necesidades.
3	Garantizar condiciones técnicas apropiadas	Mantener las herramientas de trabajo y eventualmente integrar nuevo equipamiento, sobre todo equipo informático adecuado para las tareas de diseño y edición de video.
4	Ampliar capacidades del equipo	Promover pasantías estudiantiles.
5		Ampliar recursos humanos.

## **Encuesta de evaluación de los canales de comunicación ISEF**

### **Objetivo:**

Analizar la efectividad de los canales de comunicación interna y externa (correo electrónico, redes sociales, sitio web) y su impacto en la transmisión de información.

Reconocer los aspectos específicos de la comunicación interna que necesitan ajustes, así como las oportunidades que se presentan.

### **Encuesta:**

*El Instituto Superior de Educación Física se encuentra realizando un análisis de sus canales de comunicación. Tu aporte es fundamental para poder evaluar y mejorar la comunicación del instituto.*

*Te proponemos completar el próximo cuestionario para conocer tu opinión. Son solo cinco minutos y tu respuesta será tratada de forma anónima y confidencial.*

*¡Gracias!*

¿Pertenece a algún público de la comunidad de ISEF?

- Estudiante de primer año
- Estudiante avanzado
- Estudiante privado de libertad
- Docente
- Funcionario/a TAS
- Empleado/a de empresa tercerizada
- Egresado/a

¿Conocés la web de ISEF?

- Sí
- No

Si conocés la web...

¿Con qué frecuencia visitás la web de ISEF?

- Todos los días
- Todas las semanas
- Alguna vez en el mes
- Casi no la uso
- No uso la web

¿Encontrás frecuentemente la información que buscás en la web?

- Siempre
- Por lo general
- Pocas veces
- Nunca

¿Cómo te resulta la navegación por la web?

- Sencilla
- Relativamente sencilla
- Compleja
- Muy compleja

¿Seguís alguna red social de ISEF?

- Instagram
- Facebook
- Twitter
- YouTube
- No sigo ninguna

¿Cuáles son los canales que usás con más frecuencia para informarte sobre los temas que te interesan?

- Web: nada, poco, algo, mucho
- Redes sociales: nada, poco, algo, mucho
- Correos electrónicos / boletines: nada, poco, algo, mucho
- Carteleras: nada, poco, algo, mucho
- Teléfonos institucionales: nada, poco, algo, mucho
- Grupos de Whatsapp: nada, poco, algo, mucho
- Boca a boca: nada, poco, algo, mucho

¿Cuál es la información institucional que te resulta de mayor interés?

- Información sobre enseñanza (trámites en Bedelía, inscripción a cursos, plan de estudios, malla curricular, horarios y salones, fecha de exámenes, etc.): nada, poco, algo, mucho.
- Información institucional (eventos, charlas, seminarios, actividades): nada, poco, algo, mucho.
- Información sobre llamados: nada, poco, algo, mucho.
- Información administrativa y de personal (contactos, horarios, ordenanzas, licencias, resoluciones): nada, poco, algo, mucho.
- Información sobre Biblioteca: nada, poco, algo, mucho.
- Información sobre cursos de educación permanente: nada, poco, algo, mucho
- Información sobre posgrados: nada, poco, algo, mucho

¿Te encontrarás con alguna de estas dificultades cuando vas a buscar información?

- No sé dónde buscar
- No encuentro lo que busco ni en la web ni en las redes sociales
- Me lleva mucho tiempo buscar la información
- La información no es clara o es incompleta
- No tengo dificultades

¿Crees que la información proporcionada mediante los distintos canales es clara y completa?

- Sí, siempre
- La mayoría de las veces
- Algunas veces
- Nunca

¿Consideras que la información te llega a tiempo?

- Sí, siempre
- La mayoría de las veces
- Algunas veces
- Nunca

¿Cómo evaluarías la comunicación institucional de ISEF mediante las redes y web institucional?

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

¿Qué aspectos considerarás que deben mejorarse de los canales de comunicación de ISEF?

- Contenido: sí, no.
- Frecuencia: sí, no.
- Accesibilidad: sí, no.
- Claridad: sí, no.

Datos sociodemográficos:

¿En qué rango de edad te encontrás?

- 18 a 30 años
- 30 a 49 años
- 50 a 60 años
- Más de 60 años

Identidad de género

- Mujer
- Varón
- Trans
- No binario
- Prefiero no decirlo
- Otra opción

*¡Ya terminamos! Muchas gracias por haberte tomado el tiempo de responder nuestras preguntas. Dejanos algún comentario si crees que es importante. 😊*

	<b>Expediente Nro. 008400-000005-25</b> <b>Actuación 2</b>	Oficina: SECCIÓN SECRETARÍA A COMISIÓN DIRECTIVA - CENTRO MONTEVIDEO - ISEF Fecha Recibido: 23/06/2025 Estado: Para Actuar
--	---	---

**TEXTO**