Facultad de
Ciencias de la Salud
Universidad Zaragoza

PLAN DE COMUNICACIÓN

Facultad de Ciencias de la Salud

Curso académico
2025-2026



Pedro José Satústegui Dordá

1. Objetivos

1. Coordinar, integrar y armonizar todas las acciones de comunicación de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad de Zaragoza.

2. Gestionar los intangibles (imagen corporativa y reputación) y las relaciones con los *stakeholders*.

3. Aumentar la presencia y la legitimidad de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad de Zaragoza en el conjunto de la sociedad.

2. Estrategia de marca

En las acciones de comunicación, la Facultad de Ciencias de la Salud (FCS) seguirá una estrategia de respaldo o paraguas, mostrando una identidad diferenciada, pero con vínculo explícito a su marca matriz, la Universidad de Zaragoza.

3. Mapa de públicos

- Públicos internos: Alumnado, PDI y PTGAS de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad de Zaragoza.

- Públicos externos: *Alumni*, alumnado, PDI y PTGAS de otros centros de la Universidad de Zaragoza, sociedad en su conjunto.

4. Análisis de los canales de comunicación previos

Hasta la elaboración del proyecto, la FCS poseía como canales de comunicación propios su página web, el boletín iFCS, un canal de YouTube y dos cuentas en la red social Instagram. Además, la comunicación a través del correo electrónico se realizaba por medio de diferentes cuentas. También debe mencionarse la posibilidad de la FCS de insertar informaciones en el boletín iUnizar.

5. Estrategia de medios

Con la finalidad de ampliar y potenciar los canales de comunicación, se han desarrollado las siguientes estrategias:

1. Se ha creado un correo corporativo asociado al área de comunicación de la Facultad de Ciencias de la Salud: fcscomunica@unizar.es

2. Se ha desarrollado un perfil institucional de la FCS en la red social LinkedIn: www.linkedin.com/in/fcscomunica

3. Se generarán dos canales de mensajería instantánea en WhatsApp (públicos internos y *alumni*) (antes de la segunda semana de septiembre).

4. Se construirá, dentro de la página web de la FCS, un área diferenciada de comunicación institucional que también implicará una reorganización de los contenidos actuales.

6. Canales de comunicación y públicos

Canal de WhatsApp *fcscomunica*

- Público objetivo:
    - Públicos internos: Alumnado (primario), PDI, PTGAS.
- Captación/impacto:
    - Presentación en la jornada de acogida, presentaciones de inicio de clases, enlaces desde RRSS y web de la FCS.
- Flujo de la información: Unidireccional, descendente (de arriba a abajo).

Canal de WhatsApp *fcsalumni*

- Público objetivo:
    - Público externo: *Alumni* (primario), quizá también PDI.
- Captación/impacto:
    - Enlaces a grupos de exalumnos/as, enlace desde la página web de la FCS, QR/enlaces en IG, QR/enlaces a colegios profesionales.

- Flujo de la información: Unidireccional, descendente (de arriba a abajo).

Canal de Instagram

- Público objetivo:
    - Públicos externos e internos.
- Captación/impacto:
    - Presentación en la jornada de acogida, presentaciones de inicio de clases, enlaces desde RRSS, WSP y web de la FCS.
- Flujo de la información:
    - Bidireccional.
- Oportunidades:
    - Permite construir comunidad.
    - Permite el aprendizaje y la colaboración del alumnado de la FCS (corresponsales / ECTS).
    - Permite incorporar a un/a estudiante en prácticas del Grado en Periodismo.

Canal de LinkedIn

- Público objetivo:
    - Públicos externos (primarios) e internos.
- Captación/impacto:
    - Presentación en la jornada de acogida, presentaciones de inicio de clases, enlaces desde RRSS, WSP y web de la FCS.
- Flujo de la información: Bidireccional.

- Oportunidades:
    - Permite construir comunidad, redes profesionales y proyectar la identidad de la institución a la sociedad.
    - Permite el aprendizaje y la colaboración del alumnado de la FCS (corresponsales / ECTS).
    - Permite incorporar a un/a estudiante en prácticas del Grado en Periodismo.

Canal de YouTube

- Público objetivo:
    - Públicos externos e internos.
- Captación/impacto:
    - Presentación en la jornada de acogida, presentaciones de inicio de clases, enlaces desde RRSS, WSP y web de la FCS.
- Flujo de la información:
    - Bidireccional, aunque limitada a comentarios y emoticonos.
    - Permite construir comunidad, aunque con limitaciones.

Correo electrónico

- Público objetivo:
    - Públicos internos (permite la segmentación).
    - Públicos externos: referencia para la comunicación institucional.
- Captación/impacto:
    - La FCS dispone por defecto de los correos institucionales.

    - Posibilidad de motivar su utilización en la jornada de acogida, presentación de las clases, etc.
- Flujo de información: Bidireccional.

Boletín iFCS

- Público objetivo:
    - Públicos internos (primarios) y externos.
- Captación/impacto:
    - Envío a través del correo institucional. Presentación en la jornada de acogida, presentaciones de inicio de clases, enlaces desde RRSS, WSP y web de la FCS.
- Flujo de información: Unidireccional, descendente (de arriba a abajo).
- Oportunidades:
    - Permite el aprendizaje y la colaboración del alumnado de la FCS (corresponsales / ECTS).
    - Permite incorporar a un/a estudiante en prácticas del Grado en Periodismo.

Boletín iUnizar

- Público objetivo:
    - Públicos internos y externos.
- Captación/impacto:
    - Envío a través del correo institucional.

    - Posibilidad de consulta a través de la web de la Universidad de Zaragoza.
    - Posibilidad de hipervínculo en la web de la FCS.
- Flujo de información: Unidireccional, descendente (de arriba a abajo).

Página web de la Facultad de Ciencias de la Salud

- Público objetivo:
    - Públicos internos y externos.
- Captación/impacto:
    - Presentación en la jornada de acogida, presentaciones de inicio de clases, enlaces desde RRSS, WSP y web de la FCS.
- Flujo de información: Unidireccional, descendente (de arriba a abajo).

7. Estrategias para la mejora de la comunicación

Comunicación descendente

No comprometida con PTGAS ni PDI.

Comprometida (parcialmente) con estudiantado.

Estrategias para la mejora de la comunicación descendente con el estudiantado:

- Campaña informativa sobre canales de comunicación en las jornadas de acogida e inicio de las clases.
- Creación de nuevos canales de comunicación: WSP.
- Sección diferenciada del Área de Comunicación en la web de la FCS.

Comunicación ascendente

Comprometida (parcialmente) con PTGAS y PDI (canales informales).

Comprometida (parcialmente) con estudiantado.

Estrategias para la mejora de la comunicación descendente con el estudiantado:

- Campaña informativa sobre canales de comunicación en las jornadas de acogida e inicio de las clases.
- Participación del estudiantado: Proyecto Corresponsales.
- Desarrollo de documentos de comunicación ascendente.

Estrategias para mejorar el flujo de la información ascendente con el PTGAS y PDI:

- Campaña informativa sobre los nuevos canales de comunicación.
- Desarrollo de documentos de comunicación ascendente.

8. Documentos de comunicación ascendente

Se ha elaborado un formulario –que será insertado próximamente en la web de la FCS– para que alumnado, PDI y PTGAS trasladen información al Área de Comunicación Institucional.

9. Captación de corresponsales y trabajo con estudiantes

Desarrollo del Proyecto Corresponsales

Objetivo: Construir una red de estudiantes corresponsales que participen activamente en labores de información y comunicación relacionadas con la FCS.

Cronología: El inicio de este programa está previsto a partir del 13 de octubre.

Participantes: Se espera atraer a estudiantado especialmente motivado y activo, así como al alumnado interesado en aprender aspectos relacionados con la comunicación.

Contraprestación: Cualquier estudiante que colabore en tareas de información y comunicación relacionadas con la FCS recibirá un seminario formativo inicial (2 horas). Además, está pendiente de decidir el número de ECTS que se podrían asignar a los corresponsales por sus labores de apoyo.

No obstante, se considera muy positivo poder contar con un/a estudiante de prácticas de periodismo.

10. Documentos asociados al Área de Comunicación Institucional de la FCS

Se han elaborado los siguientes documentos:

- Nota de Prensa.
- Comunicado de Prensa.

11. Construcción del área de comunicación en la web de la FCS

En la actualidad se está trabajando en realizar las modificaciones en la web que dotarán al Área de Comunicación Institucional de una sección diferenciada. Está previsto que los cambios puedan estar implementados en torno al 8-10 de septiembre.

Facultad de Ciencias de la Salud
Área de Comunicación Institucional
c/ Domingo Miral s/n
50009 Zaragoza
fcscomunica@unizar.es