RESOLUCIÓN RECTORADO Nº 456/2025

QUE APRUEBA EL MANUAL DE COMUNICACIÓN E INFIRMACIÓN DEL RECTORADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ – VERSIÓN 1.

Coronel Oviedo, 22 de diciembre del 2025

VISTO: El Memorándum N° 42/2025, proveniente de la Dirección de Comunicación, por medio del cual solicita la aprobación del Manual de Comunicación e Información del Rectorado de la Universidad Nacional de Caaguazú – Versión 1.

La Ley Nº 3385/2007 "*Que aprueba la Carta Orgánica de la Universidad Nacional de Caaguazú, con sede en Coronel Oviedo*".

CONSIDERANDO: Que, resulta necesario establecer lineamientos que regulen la comunicación e información del Rectorado de la Universidad Nacional de Caaguazú, a fin de asegurar la coherencia institucional, la transparencia y la adecuada difusión de los actos administrativos.

Que, el Manual de Comunicación e Información del Rectorado constituye un instrumento normativo destinado a ordenar y sistematizar los procesos de comunicación institucional, contribuyendo al fortalecimiento de la gestión universitaria.

Que, la Máxima Autoridad Institucional se halla legalmente facultada para aprobar normas internas de carácter administrativo, conforme a la Ley 3385/2007 "*Que aprueba la Carta Orgánica de la Universidad Nacional de Caaguazú, con sede en Coronel Oviedo*", que en su Artículo 19 establece: *"De las Atribuciones y Deberes del Rector: Inc. f) adoptar las medidas necesarias y urgentes para el buen gobierno de la Universidad…"* que se ajusta a la presente circunstancia.

POR TANTO, en uso de sus atribuciones, y fundada en el considerando precedente,

LA RECTORA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ

RESUELVE:

Art. 1°) APROBAR el Manual de Comunicación e Información del Rectorado de la Universidad Nacional de Caaguazú – Versión 1, que debidamente sellado y rubricado forma parte íntegra de la presente Resolución.

Art. 2°) COMUNICAR a quienes corresponda, tomar nota respectiva y cumplido archivar.

Claudia Patricia Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY ARANDU ÑOTY RECAVO 2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

Índice

1. Introducción 2
2. Marco Institucional 3
3. Política de Comunicación e Información del Rectorado 5
4. Objetivos del Manual 6
5. Públicos Estratégicos 7
6. Lineamientos Generales de Comunicación 11
7. Gestión de la Información Institucional 12
8. Comunicación Interna 14
9. Comunicación Externa 16
10. Identidad e Imagen Institucional 17
11. Comunicación Digital 17
12. Protocolo de Comunicación en Situaciones de Crisis 20
13. Producción y Aprobación de Contenidos 20
14. Roles y Responsabilidades 21
15. Monitoreo, Evaluación y Mejora Continua 22
16. Anexos 31

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ
Coronel Oviedo
PARAGUAY
2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

MANUAL DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN del Rectorado de la Universidad Nacional de Caaguazú VERSIÓN 1

1. Introducción

La comunicación es el pilar fundamental sobre el cual se construye y fortalece la identidad de nuestra institución. En un entorno dinámico y en constante evolución, la capacidad de transmitir de manera clara, coherente y efectiva nuestros valores, objetivos y logros se vuelve indispensable. Este Manual de Comunicación e Información nace de la profunda convicción de que una gestión comunicacional estratégica es esencial para el cumplimiento de nuestra misión y visión institucional.

Este documento es una herramienta viva, diseñada para guiar a todos los miembros de nuestra comunidad en la construcción de un mensaje unificado y potente. Refleja nuestro inquebrantable compromiso con la transparencia, entendida como la base para generar confianza y credibilidad tanto interna como externamente. Cada acción comunicacional que emprendamos debe ser un reflejo de esta transparencia, asegurando que la información fluya de manera accesible y veraz.

Asimismo, este Manual busca consolidar y proyectar la identidad institucional. La coherencia en la comunicación es clave para que la identidad sea reconocida y valorada por los grupos de interés (ciudadanía, servidores públicos de la Institución, estudiantes, docentes, graduados, empleadores, órganos de control, contratistas y proveedores, otras instituciones públicas, organismos sociales e internacionales, medios de comunicación, comunidades indígenas y a las personas con discapacidad).

El Rectorado de la Universidad Nacional de Caaguazú, se compromete a asumir la comunicación y la información de manera estratégica y orientada hacia el fortalecimiento de la identidad institucional y a la expansión de la capacidad productiva de los miembros de la institución.

Finalmente, este Manual subraya la vocación de rendición de cuentas. Reconoce la importancia de informar a la sociedad sobre el uso de los recursos, los resultados de la labor académica, investigativa y de extensión, y el impacto de las decisiones. Una comunicación efectiva es, en esencia, un ejercicio de responsabilidad y un puente para el diálogo constructivo con todos los grupos de interés.

La comunidad educativa adopta este Manual como una guía práctica y un referente ético en su quehacer diario. Su aplicación rigurosa y creativa permitirá fortalecer los lazos internos, potenciar la proyección externa y, en definitiva, seguir construyendo una institución de excelencia, abierta y comprometida con su entorno.

1.2 Finalidad del Manual de Comunicación e Información

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY APARTADO POSTAL RECAVO 2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

El Manual de Comunicación e Información del Rectorado de la Universidad Nacional de Caaguazú se establece como una herramienta esencial en un contexto en el que la comunicación efectiva es fundamental para el desarrollo de las instituciones.

Este manual:

- Establece una relación clara y directa entre los diferentes actores del Rectorado, las Unidades Académicas de la Universidad y los grupos de interés.
- Define los espacios de intercambio que permiten un diálogo constructivo y enriquecedor.
- Se constituye en el marco básico que guía las acciones de comunicación y administración de la información dentro de la Universidad, fortaleciendo la identidad institucional.
- Promueve una cultura de transparencia y participación, asegurando que todos los miembros de la comunidad educativa y la sociedad en general se sientan incluidos y representados en este proceso.

1.3 Alcance, aplicación y vigencia

- El manual es de aplicación obligatoria en todas las dependencias del Rectorado de la UNCA y constituye referencia para las Unidades Académicas.
- Es de uso para:
  - Autoridades del Rectorado.
  - Direcciones Generales y Direcciones.
  - Comités y equipos técnicos.
  - Funcionarios, docentes y demás colaboradores.
  - Actores que gestionen información y comunicación en nombre del Rectorado de la UNCA.

Vigencia, divulgación y reforma:

- Entrará en vigencia a partir de la fecha de su aprobación por acto administrativo.
- Podrá ser reformado por decisión de la Rectora, quien comunicará los cambios a los grupos de interés del Rectorado de la UNCA mediante canales adecuados y eficaces.

2. Marco Institucional

2.1 Misión, visión y valores

La UNCA contará en sus documentos de comunicación e información con:

- **Misión institucional vigente**, que deberá figurar en el encabezado de las resoluciones, actas, memorándums, notas oficiales, circulares, comunicados e informes.
- **Visión institucional vigente**, que deberá figurar al pie de página en los documentos oficiales.

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

Los **valores que rigen el Manual de Comunicación e Información** en coherencia con lo establecido en el Código de Ética son:

a. Libertad
b. Responsabilidad
c. Calidad
d. Integridad
e. Pertinencia
f. Equidad
g. Igualdad y no discriminación
h. Transparencia

2.3 Rol estratégico de la comunicación institucional

El Rectorado de la UNCA:

- Se compromete a asumir la **comunicación y la información** de manera estratégica, orientada al fortalecimiento de la identidad institucional y al incremento de la capacidad productiva de los miembros de la institución.
- Garantiza:
  - El **suministro de información oportuna y necesaria** dentro de la institución, para dar a conocer los objetivos estratégicos, la misión, la visión, así como las acciones, proyectos y decisiones.
  - La **transparencia** y la **participación ciudadana** y el control social en las decisiones de la gestión institucional, a través de la provisión, difusión y diálogo directo con ciudadanos, usuarios, organizaciones sociales, proveedores y grupos de interés.
- Orienta la comunicación institucional a:
  - La coherencia en la actuación de los servidores públicos del Rectorado con la Misión y Visión institucional.
  - La consolidación de la cultura y los valores asumidos.
  - El fortalecimiento del sentido de pertenencia y el relacionamiento interinstitucional.
  - El posicionamiento de la imagen institucional y visibilidad social mediante la implementación de un plan de comunicación.

2.4 Vinculación con el Plan Estratégico Institucional y el MECIP

Las políticas y lineamientos del presente manual se encuentran alineadas con:

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY ÁREA DOCUMENTAL 2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

El **Plan Estratégico Institucional** de la UNCA, en sus ejes de transparencia, gestión de la información, calidad institucional y vinculación con la sociedad.

La NRM – MECIP: 2015 del Modelo Estándar de Control Interno para las Instituciones Públicas del Paraguay, especialmente en lo referente a:

- Acceso a la información.
- Rendición de cuentas.
- Gestión documental.
- Control interno de los sistemas de información.

3. Política de Comunicación e Información del Rectorado

3.1 Definición

La Política de Comunicación e Información del Rectorado de la UNCA establece los principios, criterios y lineamientos que orientan la gestión de la información y la comunicación institucional, garantizando:

- Coherencia en los mensajes internos y externos.
- Transparencia y rendición de cuentas.
- Acceso a la información pública conforme a la normativa vigente.
- Fortalecimiento de la identidad e imagen institucional.
- Participación de los grupos de interés internos y externos.

3.2 Principios

La política se basa, entre otros, en los siguientes principios:

- Transparencia y rendición de cuentas.
- Veracidad y oportunidad de la información.
- Acceso equitativo a la información.
- Comunicación ética y responsable.
- Coherencia institucional.
- Participación y diálogo con la comunidad universitaria.
- Respeto a la normativa vigente.
- Equidad, igualdad y no discriminación.
- Calidad e integridad en el tratamiento de la información.

3.3 Objetivos de la Política

- Garantizar una comunicación institucional clara, oportuna y confiable.

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY ARAUJO POR RECAYO 2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

- Fortalecer la imagen y reputación del Rectorado y de la UNCA.
- Asegurar el acceso a la información pública conforme a la normativa sobre transparencia y acceso a la información.
- Unificar criterios comunicacionales en todas las dependencias del Rectorado.
- Optimizar la articulación y coordinación de los procesos de comunicación.
- Prevenir riesgos comunicacionales y fortalecer la gobernanza institucional.
- Gestionar de manera sistemática los datos e información generados por los procesos institucionales.
- Fomentar la comunicación entre el Rectorado, las Unidades Académicas y los demás grupos de interés.

3.4 Alcance de la Política

La Política de Comunicación e Información se aplica a:

- Autoridades del Rectorado.
- Dependencias administrativas y Direcciones Generales.
- Facultades, filiales y Unidades Académicas en su relacionamiento con el Rectorado.
- Funcionarios, docentes y estudiantes en sus interacciones oficiales vinculadas a la institución.
- Proveedores externos de comunicación, medios de comunicación y otros actores que difundan información en nombre del Rectorado.

4. Objetivos del Manual

4.1 Objetivo general

Fortalecer la comunicación interna y externa, de manera amplia y oportuna, de las actividades institucionales, así como de la gestión de sus procesos y toma de decisiones, con un lenguaje de fácil comprensión para los grupos de interés.

4.2 Objetivos específicos

a) Identificar las necesidades de información de la comunidad educativa y los mecanismos de obtención de la misma, a través de fuentes determinadas y confiables, cuyos datos se encuentren debidamente ordenados, sistematizados y estructurados.

b) Determinar el tipo de información que deberá ser comunicada y a qué grupos de interés internos y externos.

c) Proveer información oportuna, actualizada, clara, veraz y confiable para los distintos grupos de interés.

d) Optimizar la articulación y coordinación de los procesos de comunicación del Rectorado de la UNCA.

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

e) Gestionar el conjunto de datos necesarios para el diseño, operación, evaluación y mejoramiento de los procesos de sistematización de la información del Rectorado.

f) Generar documentación que evidencie el quehacer de la Universidad y facilite el control de las actividades que permitan el desarrollo de sus funciones.

g) Fomentar la comunicación dentro del Rectorado y de este con las Unidades Académicas, así como con los demás grupos de interés.

h) Establecer canales de comunicación que permitan generar conciencia sobre la importancia de satisfacer las necesidades de los grupos de interés y los requisitos legales.

i) Realizar rendición de cuentas periódicas a la ciudadanía de forma transparente y accesible, informando sobre la gestión y el uso de los recursos públicos.

5. Públicos Estratégicos

5.1 Públicos internos

Se consideran públicos internos:

- Autoridades universitarias (Rectora, Vicerrectora, Consejo Superior Universitario, Asamblea Universitaria, etc.).
- Directores Generales, Directores de áreas y jefes.
- Funcionarios administrativos.
- Docentes.
- Estudiantes.
- Comités y equipos internos

5.2 Públicos externos

Entre los principales públicos externos se encuentran:

- Ciudadanía en general.
- Graduados y empleadores.
- Órganos de control.
- Contratistas y proveedores.
- Otras instituciones públicas.
- Organismos sociales e internacionales.
- Medios de comunicación.
- Comunidades indígenas.

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY ARCHIVO 2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

- Personas con discapacidad.
- Organizaciones de la sociedad civil vinculadas a la UNCA.

5.3 Mapa de públicos y niveles de comunicación

5.3.1 Definición de públicos

Para la gestión de la comunicación institucional se distinguen dos grandes grupos:

1. **Públicos internos**: Personas y órganos que forman parte de la estructura organizativa de la institución y participan directamente en la vida académica, administrativa y de gobierno.
2. **Públicos externos**: Personas, organizaciones e instituciones que se relacionan con el Rectorado, pero no forman parte de su estructura formal.

5.3.2. Niveles de comunicación

Para cada público se definen niveles de comunicación, entendidos como la profundidad y modalidad del vínculo comunicacional:

- **Nivel 1 – Informativo (unidireccional)**

- Objetivo: difundir decisiones, noticias, avisos, normativa, logros.
- Flujo: de la institución hacia el público.
- Ejemplos: comunicados, boletines, circulares, cartelería, redes sociales.

- **Nivel 2 – Dialógico / Consultivo (bidireccional)**

- Objetivo: intercambiar información, recoger opiniones, necesidades y sugerencias.
- Flujo: bidireccional, con mecanismos claros de respuesta y retroalimentación.
- Ejemplos: reuniones, encuestas, buzones de sugerencias, mesas de trabajo, atención personalizada.

- **Nivel 3 – Participativo / Co-decisión**

- Objetivo: involucrar al público en la planificación, ejecución y evaluación de acciones, políticas y proyectos.
- Flujo: bidireccional, con espacios formales de participación y corresponsabilidad.
- Ejemplos: consejos consultivos, comisiones mixtas, talleres de co-creación, comités académicos.

5.3.3 Mapa de públicos internos y niveles de comunicación

Tabla de referencia para el Manual:

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY ARAMBU POTY RECUAYO 2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

Público interno principal	Subpúblico / detalle	Objetivo de la comunicación principal	Nivel de comunicación predominante	Canales sugeridos principales
Rectorado y Alta Dirección	Rectorado, Vicerrectorado, Direcciones Generales	Alinear la comunicación institucional con la estrategia global y la imagen corporativa	Nivel 3 – Participativo / Co-decisión	Reuniones de coordinación, informes estratégicos, correo institucional
Órganos de Gobierno	Asamblea Universitaria, Consejo Superior, Académicos, comisiones	Informar, debatir y consensuar decisiones académicas e institucionales	Nivel 3 – Participativo / Co-decisión	Actas, convocatorias formales, sesiones presenciales/virtuales
Direcciones Académicas y de Carrera	Decanatos, jefaturas de carrera, coordinaciones	Asegurar coherencia en la comunicación con docentes y estudiantes	Nivel 2 – Dialógico / Consultivo	Reuniones periódicas, email, intranet, grupos de trabajo
Docentes	Planta estable, contratados, auxiliares	Informar sobre lineamientos académicos, calendario, procesos e innovación pedagógica	Nivel 2 – Dialógico / Consultivo	Correo institucional, intranet, capacitaciones, reuniones de cátedra
Personal Administrativo y de Servicios	Áreas administrativas, mantenimiento, otros	Comunicar procedimientos, cambios organizativos y cultura institucional	Nivel 1–2 (Informativo / Dialógico)	Circulares internas, intranet, reuniones de equipo
Estudiantes de grado	Ingresantes y avanzados	Informar servicios y trámites; promover participación y sentido de pertenencia	Nivel 2 – Dialógico / Consultivo	Web institucional, redes sociales, sistemas académicos, tutorías
Estudiantes de posgrado	Maestrías, doctorados, especializaciones	Difundir oferta, normativa específica y espacios de desarrollo académico	Nivel 1–2 (Informativo / Dialógico)	Web posgrado, correo institucional, seminarios, reuniones
Gremios / asociaciones internas	Centros de estudiantes, asociaciones de	Canalizar demandas, negociar acuerdos	Nivel 2–3 (Dialógico / Participativo)	Mesas de diálogo, reuniones formales, comunicados conjuntos

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

	docentes y funcionarios	y construir climas institucionales positivos		
Voluntariado y grupos de extensión internos	Proyectos de voluntariado y extensión	Coordinar acciones con la comunidad y visibilizar el compromiso social	Nivel 2–3 (Dialógico / Participativo)	Reuniones, grupos de mensajería institucional, informes de proyectos

5.3.4. Mapa de públicos externos y niveles de comunicación

Público externo principal	Subpúblico / detalle	Objetivo de la comunicación principal	Nivel de comunicación predominante	Canales sugeridos principales
Familias / Responsables de estudiantes	Padres, madres, tutores	Informar sobre la propuesta educativa, calendario, normas y acompañamiento al estudiante	Nivel 1–2 (Informativo / Dialógico)	Reuniones, boletines, web, correo, redes sociales, jornadas informativas
Aspirantes y futuros estudiantes	Estudiantes potenciales de grado y posgrado	Difundir la oferta académica y los procesos de admisión	Nivel 1 – Informativo	Web, redes sociales, ferias educativas, charlas de orientación
Egresados / Alumnos	Graduados recientes y antiguos	Mantener vínculo institucional, promover actualización y redes profesionales	Nivel 2 – Dialógico	Base de datos Alumnos, newsletter, eventos, redes profesionales
Organismos reguladores y acreditadores	Ministerios, agencias de evaluación, entes reguladores	Garantizar transparencia, rendición de cuentas y cumplimiento normativo	Nivel 1–2 (Informativo / Dialógico formal)	Informes oficiales, plataformas gubernamentales, reuniones técnicas
Comunidad local	Vecinos, organizaciones barriales, instituciones locales	Integrar a la institución en el entorno y fomentar impacto social positivo	Nivel 2 – Dialógico	Actividades de extensión, medios locales, redes sociales, jornadas abiertas
Medios de comunicación	Prensa escrita, radio, TV, medios digitales	Posicionar la imagen institucional y difundir hechos relevantes	Nivel 1–2 (Informativo / Dialógico)	Gacetillas de prensa, conferencias, vocerías oficiales
Instituciones educativas aliadas	Escuelas, colegios, universidades, institutos	Desarrollar proyectos conjuntos, articulación académica y movilidad	Nivel 2–3 (Dialógico / Participativo)	Convenios, reuniones, proyectos compartidos, seminarios

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

Sector productivo y aliados estratégicos	Empresas, cámaras, ONGs, fundaciones	Generar prácticas, convenios, investigación aplicada y responsabilidad social	Nivel 2–3 (Dialógico / Participativo)	Convenios, mesas sectoriales, comités consultivos, reuniones ejecutivas
Gobierno y organismos públicos	Municipios, gobernaciones, ministerios no educativos	Impulsar proyectos conjuntos, desarrollo territorial y políticas públicas	Nivel 2–3 (Dialógico / Participativo)	Mesas interinstitucionales, convenios, jornadas, informes técnicos
Proveedores y prestadores de servicios	Empresas de servicios, tecnología, infraestructura	Asegurar la continuidad operativa y la calidad de los servicios contratados	Nivel 1–2 (Informativo / Dialógico técnico)	Contratos, reuniones de seguimiento, correo, plataformas de gestión

4.5. Empleo del mapa en el Manual

El Mapa de Públicos y Niveles de Comunicación debe utilizarse como:

- Guía para la planificación anual: cada área de comunicación puede tomar esta matriz y convertirla en un plan operativo (acciones concretas, fechas y responsables).
- Criterio para seleccionar canales: según el nivel de comunicación requerido, se priorizan canales unidireccionales (informativos) o espacios de diálogo y participación.
- Herramienta de evaluación: permite revisar periódicamente si todos los públicos relevantes están siendo atendidos y en el nivel de comunicación adecuado.

6. Lineamientos Generales de Comunicación

6.1 Enfoque comunicacional institucional

La producción de información y su canalización a través de medios institucionales hacia los grupos de interés se realizará de forma:

- Unificada.
- Armónica.
- Coherente con los principios institucionales.
- Adecuada en el lenguaje y forma.

El Rectorado asume una **comunicación de carácter estratégico**, orientada al logro de la Misión y Visión institucional.

6.2 Tono, estilo y lenguaje institucional

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY 2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

- Lenguaje claro, sencillo y accesible.
- Enfoque respetuoso, inclusivo y no discriminatorio.
- Coherencia terminológica con los documentos normativos aprobados (resoluciones, políticas, reglamentos, etc.).
- Adecuación del lenguaje según el canal (formal en documentos oficiales, más cercano pero correcto en redes sociales).

6.3 Comunicación inclusiva y accesible

- Considerar formatos accesibles (lectura sencilla, contraste, uso moderado de tecnicismos).
- Fomentar el acceso a la información por parte de personas con discapacidad.
- Evitar expresiones discriminatorias o excluyentes en cualquier comunicación oficial.

7. Gestión de la Información Institucional

7.1 Tipos de información institucional

Entre otros, circulan los siguientes tipos de información:

- Académica: calificaciones, horarios, programas de estudios, evaluaciones, certificados y otros.
- Administrativa: matrículas, pagos, becas, inscripciones, trámites, presupuesto y otros.
- Comunicativa: avisos, correos, noticias, actividades, emergencias, etc.
- Investigativa: proyectos, artículos, datos científicos, reportes y otros.
- Extensión: actividades y proyectos vinculados a la comunidad, etc.
- Judicial: de uso exclusivo para la gestión judicial.
- Información de gestión institucional y transparencia: informes de gestión, rendición de cuentas, auditorías, etc.

Cada dependencia que requiera publicaciones deberá remitir las informaciones al formulario habilitado: https://forms.gle/Ec7LK8dGGpFhAx419 o al correo comunicaciones@unca.edu.py de la Dirección de Comunicación.

La información debe responder las siguientes preguntas:

¿Qué?¿De qué trata la información?, ¿Cuál es el evento, proyecto, noticia o tema principal?¿Quién?¿Quiénes están involucrados? (personas, organizaciones, autoridades, grupos),¿Quién es el responsable o encargado?¿Cuándo?¿Cuándo ocurrió, ocurrirá o se llevará a cabo algo importante relacionado con la información?, ¿Cuáles son las fechas clave?, ¿Dónde?, ¿Dónde tiene lugar el evento o actividad?, ¿Cuál es la ubicación relevante para la información?, ¿Por qué?, ¿Por qué es importante este tema o evento?, ¿Cuáles son los motivos o razones detrás de la acción o acontecimiento?¿Cómo?¿Cómo se llevará a cabo el proyecto o evento?¿Qué metodología o proceso se seguirá para lograrlo?¿Qué impacto tiene?¿Cómo afectará esta información a las personas o a la comunidad?¿Cuáles son los beneficios, desafíos o cambios

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

esperados?¿Cuál es la relevancia o el contexto?¿Por qué esta información es relevante en el momento actual?¿En qué contexto se debe entender esta noticia o proyecto?

Las imágenes enviadas deberán ser en formato jpg o png y los videos en formato mp4 remitidas al correo comunicaciones@unca.edu.py o adjuntar en el formulario proveído por la Dirección Comunicación.

7.2 Clasificación de la información (pública, interna, reservada)

- **Pública:** Información que, conforme a la ley, debe estar disponible a la ciudadanía (página web institucional, portal de transparencia, informes de rendición de cuentas, resoluciones públicas, etc.).
- **Interna:** Información destinada al funcionamiento interno (actas, memorándums, informes internos, borradores de documentos, etc.).
- **Reservada o confidencial:** Información que contiene datos sensibles o protegidos por normativa específica y cuya divulgación se limita a personas autorizadas

7.3 Flujo de generación, validación y difusión de información

- La información es generada en las dependencias (Direcciones Generales, Programas, Proyectos).
- Es consolidada y sistematizada por:

  - Secretaría General.
  - Dirección de Sistemas Informáticos.
  - Dirección de Comunicación.
  - Comités específicos (Comité de Comunicación, Comité de Rendición, etc.).

- La validación y difusión se realiza conforme a:

  - Los procedimientos documentados.
  - Los formatos oficiales establecidos (resoluciones, informes, notas, comunicados, etc.).
  - Los canales oficiales (web, redes, correo institucional, etc.)

7.4 Responsables de la información

- La **Secretaría General** y la **Dirección de Comunicación** administran y gestionan el flujo de información institucional interna y externa, con el soporte del **Departamento de Seguridad de Información.**
- El **Departamento de Transparencia y Anticorrupción**, con apoyo de la Dirección de Comunicación y la Dirección de Sistemas Informáticos:

  - Atiende pedidos de acceso a la información pública.
  - Impulsa la actualización del portal de transparencia.

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

María Gloria Martínez Blanco
Rector

- La **Dirección de Sistemas Informáticos** asegura la calidad, integridad, seguridad y disponibilidad de la información en los sistemas.
- El **Comité de Comunicación** integrado por representantes de las distintas direcciones establecidos por resolución de la máxima autoridad, colaborará con la gestión de la Dirección de Comunicación, con la organización, estructuración, verificación y vinculación de la información, apoyando el buen funcionamiento de la Comunicación Interna y Externa.

7.5 Archivo y trazabilidad documental

Política de gestión y control de documentos, donde se establecen:

- Formatos y requisitos para resoluciones, actas, memorándums, informes, notas, dictámenes, circulares, presentaciones.
- Requisitos de retención, conservación, numeración y archivo físico y digital.
- Prohibición de recepción de documentos ilegibles, incompletos o duplicados en numeración.
- Responsabilidad de la Secretaría General en el resguardo de los documentos oficiales.

8. Comunicación Interna

8.1 Objetivos

- Facilitar el intercambio de información entre todos los miembros del Rectorado.
- Promover la colaboración y el sentido de pertenencia.
- Alinear a los actores con la misión, visión, ejes estratégicos y objetivos institucionales.
- Garantizar el buen funcionamiento de la organización académica y administrativa.

8.2 Clasificación de la Información Interna

La información interna constituye un recurso estratégico para el adecuado funcionamiento de la institución y para la construcción de una cultura organizacional basada en la transparencia, la participación y la corresponsabilidad. A efectos de ordenar su gestión, se definen los siguientes tipos de información interna a ser comunicada:

5.1. Información institucional y estratégica

Comprende aquella información relacionada con la misión, visión, valores, lineamientos y objetivos generales de la institución.

- Declaración de misión, visión y valores.
- Plan estratégico institucional y sus actualizaciones.
- Políticas y lineamientos generales aprobados por los órganos de gobierno.
- Proyectos institucionales prioritarios y sus avances principales.
- Reconocimientos, logros y distinciones relevantes de la institución.

5.2. Información normativa y regulatoria interna

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

Maria Gloria Martínez Blanco
Rectora

Incluye la normativa que regula el quehacer académico, administrativo y de convivencia dentro de la institución.

- Estatutos, reglamentos y normas internas vigentes.
- Resoluciones, acuerdos y disposiciones de Rectorado y órganos colegiados.
- Protocolos institucionales (acoso, violencia, diversidad, inclusión, etc.).
- Manuales y procedimientos internos aprobados oficialmente.
- Actualizaciones y derogaciones normativas.

5.3. Información académico–pedagógica

Se refiere a la información necesaria para el desarrollo de las actividades académicas y de formación.

- Calendario académico (inicio y cierre de períodos, exámenes, recesos).
- Programas y cargas horarias de asignaturas.
- Criterios de evaluación, sistemas de calificación y promoción.
- Actividades académicas extraordinarias (jornadas, seminarios, clases abiertas).
- Innovaciones pedagógicas y lineamientos de calidad académica.

5.4. Información administrativa y de gestión

Abarca la información que permite el funcionamiento ordenado de los procesos administrativos y de soporte institucional.

- Procedimientos administrativos (inscripciones, matrículas, trámites internos y otros).
- Organización y estructura de áreas (organigramas, responsables, funciones).
- Procesos de contratación y recursos humanos (convocatorias internas, concursos, promociones, cambios organizativos).
- Políticas de uso y mantenimiento de infraestructura, equipamiento y recursos tecnológicos.
- Indicadores de gestión y reportes de avance de planes internos.

5.8. Información de participación y gobernanza interna

Vinculada a los espacios de participación, consulta y toma de decisiones.

- Convocatorias a elecciones internas, asambleas y consultas.
- Integración y funcionamiento de órganos colegiados y comisiones.
- Resultados de procesos participativos (encuestas, mesas de diálogo, talleres).
- Retroalimentación institucional a aportes, quejas y sugerencias de la comunidad.

Entre los principales canales internos se encuentran:

1. Correo Electrónico Institucional.
2. Plataformas de enseñanza virtual.
3. Portales de información al estudiante (Intranet / web interna).
4. Aplicaciones tecnológicas (Whatsapp institucional, página web, etc.).
5. Boletines informativos (newsletters).
6. Reuniones y entrevistas (Consejo Superior Universitario, reunión de autoridades, de directores generales, de funcionarios, de direcciones, de comités, otros).

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY ARAKU'ÑOTY ÑEMBO'E 2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

7. Grupos de trabajo colaborativos en línea.
8. Foros de discusión internos.
9. Cartelerías y murales en puntos estratégicos.

8.3 Procedimientos para comunicados internos

- Toda comunicación interna relevante debe:

- Ajustarse a los formatos oficiales (memorándums, circulares, comunicados).
- Canalizarse a través de las Direcciones o instancias responsables.
- Respetar los modelos y requisitos de firma, sello, misión, visión y formatos establecidos.

Las dependencias deben garantizar:

- La correcta canalización de la información.
- El control de documentos que soportan la información.
- La digitalización y resguardo de documentos físicos.

8.4 Comunicación descendente, ascendente y horizontal

- **Descendente:** De la Rectora y autoridades hacia los niveles directivos, funcionarios y estudiantes (resoluciones, circulares, comunicados, etc.).
- **Ascendente:** De funcionarios, docentes y estudiantes hacia las autoridades (informes, solicitudes, sugerencias y otros).
- **Horizontal:** Entre dependencias, direcciones y equipos de trabajo, a través de memorándums, reuniones, grupos colaborativos, etc.

9. Comunicación Externa

9.1 Relación con medios de comunicación

La Dirección de Comunicación:

- Actúa como enlace formal entre las autoridades y los medios de comunicación (convencionales y digitales).
- Define, junto con el Comité de Comunicación, las estrategias de comunicación pública y un Plan Anual.
- Clasifica la información a ser publicada según estándares y pertinencia (alta, media, baja).

9.2 Comunicados oficiales

- Todo material de información elaborado para publicaciones debe remitirse previamente a la Dirección de Comunicación para su verificación y adecuación al estándar institucional.

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

- Se deben respetar los procedimientos de clasificación, formatos y flujos establecidos.

9.3 Vocería institucional

- La **Rectora** es la principal Vocera Institucional.
- Directores Generales y otros directivos pueden oficiar de **voceros técnicos** en temas de su competencia.
- En situaciones de crisis o riesgo:
  - Los voceros técnicos responden en primer término en su ámbito.
  - La Rectora interviene cuando así lo amerite el tema.
- La Dirección de Comunicación define estrategias y solicita el nombramiento de voceros cuando corresponda.

9.4 Entrevistas y declaraciones públicas

- Coordinadas por la Dirección de Comunicación y, cuando corresponda, por Secretaría General.
- Se realizarán conforme a los lineamientos institucionales.
- Se privilegiará siempre la veracidad, oportunidad y coherencia institucional.

10. Identidad e Imagen Institucional

10.1 Identidad visual del Rectorado y la UNCA

La Identidad Corporativa del Rectorado se construye sobre la base de sus objetivos misionales, proyectando una imagen coherente y cohesionada.

Se utilizará el logo institucional vigente en todos los documentos oficiales (resoluciones, actas, notas, informes, memorándums, circulares, presentaciones, etc.), conforme a las especificaciones del Manual de Identidad Institucional del Rectorado de la UNCA, aprobado por Res. Rect. N° 295/2025.

10.2 Lineamientos gráficos básicos

- Tipografías, tamaños de letra, márgenes, interlineados y otros requisitos gráficos de los documentos y sus anexos (modelos de resoluciones, actas, memorándums, informes, dictámenes, circulares, notas y presentaciones).
- Se evitará el uso de imágenes no autorizadas o que vulneren derechos, especialmente de menores de edad sin autorización o en condiciones inadecuadas.

11. Comunicación Digital

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY 2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

11.1 Sitio web institucional. Es el principal canal de comunicación con las partes interesadas externas.

- Ofrece:
  - Información sobre la UNCA.
  - Noticias de interés.
  - Información pública y de transparencia.

- Es administrado con soporte de la Dirección de Sistemas Informáticos.

11.2 Redes sociales oficiales

- La UNCA posee cuentas oficiales en:
  - Facebook
  - Instagram
  - YouTube
  - X (antes Twitter)

- Son administradas por la Dirección de Comunicación y la Dirección de Sistemas Informáticos.
- Su uso se orienta a:
  - Difusión de actividades institucionales.
  - Comunicación con la comunidad universitaria y la ciudadanía.
  - Posicionamiento de la imagen institucional.

11.3 Lineamientos de contenido digital

- La selección de contenidos se rige por la clasificación de noticias según su pertinencia.
- Se prioriza:
  - Avances científicos y tecnológicos.
  - Proyectos de extensión con impacto social.
  - Logros destacados de estudiantes, docentes y egresados.
  - Procesos de gestión y transparencia, convocatorias y eventos relevantes.

- Se mantendrá el estándar de veracidad, respeto y coherencia con la política institucional.

11.4 Gestión de comentarios y mensajes

- La Dirección de Comunicación:

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY 2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

- Monitorea comentarios, sugerencias y reclamos que ingresen por redes sociales y otros medios digitales.
- Canaliza las consultas al área correspondiente.

- Los plazos de respuesta y el tratamiento de sugerencias y reclamos se articulan con los mecanismos de receptividad institucional (buzón de sugerencias, formularios, etc.).

11.5. Gestión de Buzón de Sugerencias:

La Receptividad Institucional tendrá una dimensión externa orientada a la experiencia, las necesidades y las sugerencias provenientes de la ciudadanía y usuarios de los servicios que presta el Rectorado de la UNCA.

Implementará los Programas de Receptividad Institucional (buzón de sugerencias, Página Web, Redes Sociales, etc.) que garanticen el buen trato y el mecanismo por el cual los comentarios, quejas, reclamos y propuestas de la ciudadanía, estudiantes, docentes y funcionarios, se tomarán en cuenta, se comunicarán a quiénes corresponda y se considerarán como propuestas en la reinducción de las acciones y prioridades de la Institución, tendrán una dimensión interna y externa.

Se habilita el BUZÓN DE SUGERENCIAS, para lo cual se cuenta con formulario de consultas, quejas, reclamos y sugerencias respecto a los servicios que presta la institución. ANEXO I: Formulario de Sugerencias y Reclamos

Procedimiento del Buzón de Sugerencias:

1. La Dirección de Comunicación, el Departamento de Transparencia y Anticorrupción, conjuntamente con el Comité de Comunicación actualizarán y ajustarán los espacios de Acceso a la Información en cuanto a su eficiencia y su funcionamiento.
2. La Dirección de Comunicación a través de los espacios de Acceso permitirán y promoverán una efectiva participación ciudadana y un efectivo control ciudadano de la gestión pública, con la provisión de información adecuada, oportuna y autorizada; donde la recepción de las consultas, quejas, reclamos y sugerencias serán tramitadas al día posterior de su ingreso contando **10 días hábiles** para su respuesta desde el área afectada, en caso de requerir contestación.
3. La Dirección de Comunicación, conjuntamente con el Departamento de Transparencia y Anticorrupción, semestralmente y de acuerdo al caso, elevarán a la Máxima Autoridad, un reporte general de la Información remitida por los espacios de Acceso, precisando aquellos temas sobre los cuales deben tomarse decisiones en las distintas instancias.
4. Las decisiones que tomen las distintas instancias, en el marco de la implementación de procesos de mejora continua, serán difundidas por la Dirección de Comunicación, a través de los medios organizacionales disponibles.
5. La Dirección de Comunicación, el Departamento de Transparencia y Anticorrupción conjuntamente con el Comité de Comunicación establecerán los especialistas reconocidos por la Máxima

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

Autoridad, como responsables y con capacidad para proporcionar la información técnica proveniente de los espacios de Acceso a la Información.

12. Protocolo de Comunicación en Situaciones de Crisis

12.1 Identificación de crisis

La UNCA se prepara para dar respuesta rápida ante eventuales crisis, facilitando la labor informativa, evitando rumores y reacciones adversas, mediante un **Plan de Comunicación para periodos de Crisis**.

12.2 Comité de crisis

Ante una situación de riesgo para la UNCA, se conformará el **Comité de Comunicación de Riesgos**, que:

- Se reúne permanentemente durante la contingencia.
- Recibe informaciones técnicas y resultados del monitoreo.
- Analiza y evalúa la situación.
- Implementa el Plan de Comunicación en Situación de Riesgo.
- Propone acciones correctivas y de mejora de la comunicación.

12.3 Lineamientos para mensajes oficiales

- La comunicación en crisis será:
  - Rápida y oportuna.
  - Coordinada entre voceros técnicos y la Rectora.
  - Ajustada a la información técnica validada.
  - Difundida por los canales oficiales (web, redes, notas, conferencias de prensa).

12.4 Seguimiento y evaluación

- Una vez superada la situación de riesgo, el Comité:
  - Evalúa la respuesta comunicacional.
  - Documenta aprendizajes.
  - Propone ajustes al Plan de Comunicación de Crisis y al Manual.

13. Producción y Aprobación de Contenidos

13.1 Tipos de contenidos

- Documentos normativos (políticas, reglamentos, códigos).

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

- Resoluciones, actas, informes, dictámenes, memorándums.
- Comunicados y circulares.
- Contenidos para web y redes sociales.
- Materiales de apoyo (presentaciones, folletos, gacetillas, videos).

13.2 Flujos de aprobación

- Cada tipo de documento cuenta con:

  - Elaborador(es).
  - Revisor(es).
  - Aprobación por la autoridad competente (Superior inmediato, Secretaria General, Rectora, CSU, etc.). ANEXO II: Planilla con plazos

- Los requisitos de firma, sello y formatos son fundamentales.

13.3 Responsabilidades

- La **Dirección de Comunicación**:

- Recibe materiales informativos para difusión externa.
- Verifica, ajusta y autoriza la publicación.

- La **Secretaría General**:
- Administra la gestión documental y numeración oficial.
- Las **dependencias**:
- Elaboran y remiten contenidos siguiendo los formatos y flujos establecidos.
- La **Dirección de Sistemas Informáticos**:
- Garantiza la correcta implementación de sistemas de información y soportes tecnológicos.

14. Roles y Responsabilidades

- **Rectorado**: Define la Política de Comunicación e Información, aprueba el Manual, preside la vocería institucional y la rendición de cuentas a la sociedad.
- **Secretaría General**: Responsable de la administración del sistema de gestión y producción documentaria, archivo oficial y numeración.
- **Dirección de Comunicación**:

  - Planifica, dirige y coordina las actividades de comunicación interna y externa.
  - Administra los canales oficiales y la relación con medios.
  - Coordina la vocería y el monitoreo de medios.

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

- **Dirección de Sistemas Informáticos**:

  - Apoya la sistematización e integración de la información.
  - Administra sistemas de información automatizados.

- **Direcciones Generales, Dependencias y Facultades**:

  - Generan información en sus ámbitos.
  - Participan en comités (Comunicación, Rendición de Cuentas, etc.).
  - Aseguran el cumplimiento del Manual en su gestión.

15. Monitoreo, Evaluación y Mejora Continua

15.1 Indicadores de desempeño

Nº	Dimensión / Área	Indicador	Descripción / Qué mide	Unidad / Forma de medición
1	Producción y difusión de contenidos	Cantidad de publicaciones institucionales	Volumen de comunicados, notas de prensa, boletines, videos y otros contenidos emitidos en un período	Número de publicaciones por mes / trimestre / año
2	Producción y difusión de contenidos	Frecuencia de actualización de canales oficiales	Regularidad con la que se actualizan web, redes sociales, intranet, carteleras, etc.	Número de actualizaciones por canal y período
3	Tiempos de respuesta	Tiempo promedio de respuesta a solicitudes de información	Rapidez con que la institución responde a solicitudes internas y externas	Promedio de días u horas entre recepción y respuesta
4	Tiempos de respuesta	Solicitudes respondidas dentro del plazo establecido	Grado de cumplimiento de los plazos institucionales para responder solicitudes	% de solicitudes respondidas en plazo / total de solicitudes
5	Alcance y presencia en medios	Apariciones en medios tradicionales	Nivel de visibilidad en prensa escrita, radio, TV y otros medios tradicionales	Número de apariciones por medio y período
6	Alcance y presencia en medios	Alcance en medios digitales y redes sociales	Impacto de los mensajes en entornos digitales (audiencia e interacción)	Impresiones, visualizaciones, clics, interacciones

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

Maria Gloria Martínez Blanco
Rectora

7	Alcance y presencia en medios	Tono de la cobertura mediática	Cómo es percibida la institución en los medios (imagen / reputación)	% de notas favorables / neutras / desfavorables
8	Participación y rendición de cuentas	Participación en espacios de rendición de cuentas	Grado de involucramiento de la comunidad en informes de gestión, audiencias y jornadas informativas	Número de participantes por actividad
9	Participación y rendición de cuentas	Mecanismos de participación activa disponibles	Diversidad de canales para que la ciudadanía y la comunidad interna se expresen	Número de mecanismos activos (buzones, encuestas, foros, etc.)
10	Participación y rendición de cuentas	Aportes, consultas, quejas o sugerencias gestionadas	Uso efectivo de los canales de participación y capacidad de respuesta institucional	Número de casos recibidos vs. número de casos gestionados
11	Transparencia y acceso a la información	Informes y documentos de gestión publicados	Grado de apertura informativa hacia la comunidad y la ciudadanía	Número de informes / documentos publicados por período
12	Transparencia y acceso a la información	Cumplimiento de obligaciones de publicación proactiva	Alineamiento con la normativa de transparencia y acceso a la información	% de información obligatoria publicada y actualizada
13	Percepción y satisfacción	Satisfacción con la comunicación institucional	Opinión de públicos internos y externos sobre claridad, oportunidad y pertinencia de la información	Promedio de encuestas (escala 1–5 o 1–10)
14	Percepción y satisfacción	Percepción de confianza hacia la institución	Nivel de confianza y credibilidad que genera la institución a través de su comunicación	Resultado de encuestas / estudios de opinión

15.2 Informes y retroalimentación

- La Dirección de Comunicación y el Departamento de Transparencia y Anticorrupción: Elaboran reportes periódicos sobre el funcionamiento de los mecanismos de acceso a la información y comunicación institucional.

15.3. Formatos de Documentos:

La Secretaría General es el órgano responsable de la administración del sistema de gestión y producción documentaria, a cuyo efecto deberá garantizar un eficiente flujo de la correspondencia oficial de la Universidad Nacional de Caaguazú, en particular del Rectorado; mantener actualizados los sistemas de registro de mesa

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

Coronel Oviedo PARAGUAY 2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

de entrada y salida de documentos; sustentar la memoria histórica de los actos institucionales y resguardar los archivos oficiales.

Los documentos oficiales de la institución utilizarán el membrete aprobado en el Manual de Identidad Institucional, a excepción de las documentaciones o normativas que requieran ser versionadas.

PROYECTO DE RESOLUCIÓN

Todos los proyectos para Resoluciones del Rectorado y/o del CSU remitidos a la Secretaría General, tales como: planes, Programas, Proyectos, Políticas, Reglamentos, Códigos, etc., ingresarán por mesa de entrada vía nota o memorándum en su caso; y tendrán que contar obligatoriamente con el versionado correspondiente, quedando exceptuada la designación de funcionarios para ocupar cargos o el nombramiento de docentes. Ejemplo: «Por la cual se aprueba la Versión 1, de la Política de Comunicación de la Universidad Nacional de Caaguazú», asimismo, en la carátula del anexo se debe consignar el tema, año y versionado correspondiente, tal como se visualiza en la presente disposición. Caso contrario, el pedido podrá ser rechazado por el responsable o encargado de mesa de entrada de la Secretaría General, devolviendo el expediente al recurrente.

Asimismo, se debe remitir obligatoriamente el formato editable al correo secretaria.general@unca.edu.py; haciendo referencia expresa al número de nota, memorándum o el documento por el cual se realiza el pedido oficial. El proyecto de Resolución Rectorado y/o CSU debe contar mínimamente con los siguientes requerimientos: Formato: Procesador de texto (Word). Tamaño: A4 (podrá utilizarse excepcionalmente la presentación horizontal cuando requieran cuadros, gráficos, imágenes, tablas, etc.). Tipografía: Arial Narrow. Tamaño de letra: 12 en textos, hasta 13 cuando se trata de títulos o subtítulos. Títulos o subtítulos: resaltados en negrita. Interlineado: espacio 1,5 en el cuerpo y entre párrafos. Espaciado: automático o 0 punto. Márgenes: Superior: 2,75 cm; inferior: 2 cm; izquierdo: 4 cm y derecho: 2 cm.

Anexo: Modelo del Proyecto

Niveles de aprobación

El proyecto de Resolución Rectorado o del CSU en formato impreso o PDF, remitido a la Secretaría General debe estar firmado por el elaborador, el revisor y por el superior inmediato de la dependencia solicitante, como de aprobación de este.

RESOLUCIONES RECTORADO, CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO Y ASAMBLEA UNIVERSITARIA

Todas las Resoluciones del Rectorado, del CSU y/o de la Asamblea Universitaria, elaboradas en la Secretaría General deberán contener indefectiblemente al pie de página la identificación de sus elaboradores y revisores, según el siguiente ejemplo: Elaborado por: Juan Pérez (Firma) Revisado por: Soledad Martínez (Firma). *Si fuera elaborado y revisado por varios funcionarios, los nombres, apellidos y firmas deben visualizarse en el documento. Asimismo, en el caso que el documento sea elaborado y revisado por un solo funcionario, igualmente se deben visualizar sus datos en donde correspondan al pie de página, conforme con el formato establecido. Las Resoluciones del Rectorado, del Consejo Superior Universitario y de la Asamblea Universitaria deberán contener mínimamente los siguientes requerimientos: Logo institucional vigente. Misión

institucional vigente, en el encabezado. Visión institucional vigente, al pie de página. Número de Página en la parte superior derecha. Número de Resolución, Número de Acta (en su caso) Lugar y fecha. En la parte inferior de cada hoja irá la Firma y Aclaración de la máxima autoridad lado derecho (Rector/a, Presidente del CSU o Presidente de la Asamblea) y firma y aclaración de la secretaria general (lado izquierdo). El Sello institucional: deberá estamparse entre ambas firmas. En caso de necesidad podrá utilizarse el Tóken o firma digital de las personas mencionadas precedentemente. Otros datos: como dirección, teléfono, correo, etc. deberá visualizarse al pie de página, debajo de la Visión Institucional. Formato: Procesador de texto (Word). Tamaño: A4 (podrá utilizarse la presentación horizontal cuando requieran cuadros, gráficos, imágenes, tablas, etc.). Tipografía: Arial Narrow. Tamaño de letra: 12 en textos, hasta 13 cuando se trata de títulos o subtítulos. Interlineado: espacio sencillo en el cuerpo del párrafo y espacio de 1,5 entre los párrafos. Espaciado: automático o 0 punto. Márgenes: Superior e inferior: 2,5 cm. Izquierdo 3 cm. y derecho: 2 cm.

Anexo III: Modelo de las Resoluciones
Niveles de aprobación

Las Resoluciones del Rectorado, del CSU y/o de la Asamblea Universitaria en formato impreso o PDF, deben estar firmadas por la máxima autoridad (Rector/a, Presidente del CSU o Presidente de la Asamblea) y refrendadas por la secretaria general, como aprobación y validez de estas.

ACTAS DEL CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO Y DE LA ASAMBLEA UNIVERSITARIA

Todas las Actas del CSU y/o de la Asamblea Universitaria, elaboradas en la Secretaría General deberán contener mínimamente los siguientes requerimientos: Logo institucional vigente. Misión institucional vigente, en el encabezado. Visión institucional vigente, al pie de página. Número de Página en la parte superior derecha. Número de Acta y año correspondiente. Lugar (ciudad y país) y fecha en que se celebra la sesión y si ésta fuera ordinaria o extraordinaria, la hora de apertura y la hora en que se levante la misma. El nombre de los consejeros o asambleístas en su caso, que hayan asistido a la sesión, como así también de quienes hubieren faltado. Se consignará quien preside la sesión y la presencia de la secretaria general. El orden del día y el tratamiento de cada asunto con la determinación de los consejeros o asambleístas que tomaron parte en ella.

Todo lo manifestado en las reuniones quedará registrado. En la parte inferior de cada hoja irá la Firma de todos los presentes en la sesión o en su caso de los designados como firmantes durante la Asamblea o Sesión. Formato: Procesador de texto (Word). Tamaño: A4 (podrá utilizarse la presentación horizontal cuando requieran cuadros, gráficos, imágenes, tablas, etc.). Tipografía: Arial Narrow. Tamaño de letra: 12 en textos, hasta 13 cuando se trata de títulos o subtítulos. Interlineado: espacio sencillo en el cuerpo del párrafo y espacio de 1,5 entre los párrafos. Espaciado: automático o 0 punto. Márgenes: Superior e inferior: 2,5 cm. Izquierdo 3 cm. y derecho: 2 cm.

Anexo IV: Modelo de Actas
Niveles de aprobación

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY 2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

Las Actas del CSU y/o de la Asamblea Universitaria en formato impreso o PDF, deben estar firmadas por el/la presidente del CSU y refrendadas por la secretaria general, como así también por cada uno de los consejeros y/o asambleístas presentes durante la sesión, para la aprobación y validez de estas.

CONVOCATORIAS DEL CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO Y DE LA ASAMBLEA UNIVERSITARIA

Todas las convocatorias del CSU y/o de la Asamblea Universitaria, elaboradas en la Secretaría General deberán contener mínimamente los siguientes requerimientos: Logo institucional vigente. Misión institucional vigente, en el encabezado. Visión institucional vigente, al pie de página. Establecer si será una sesión o asamblea ordinaria o extraordinaria. El lugar, fecha y hora en que se realizará la sesión. El orden del día con los temas a ser tratados. En la parte inferior derecha irá la Firma de la convocante a mano o con firma digital tóken. Formato: Procesador de texto (Word). Tamaño: A4 (podrá utilizarse la presentación horizontal cuando requieran cuadros, gráficos, imágenes, tablas, etc.). Tipografía: Arial Narrow. Tamaño de letra: 12 en textos, hasta 13 cuando se trata de títulos o subtítulos. Interlineado: espacio sencillo en el cuerpo del párrafo y espacio de 1,5 entre los párrafos. Espaciado: automático o 0 punto. Márgenes: Superior e inferior: 2,5 cm. Izquierdo 3 cm. y derecho: 2 cm.

Anexo V: Modelo de Convocatorias

Niveles de aprobación

Las convocatorias del CSU y/o de la Asamblea Universitaria en formato impreso o PDF, deben estar firmadas (a mano o con firma digital tóken), por la convocante, para la aprobación y validez de estas.

MEMORANDUMS

Todos los memorándums elaborados o producidos en el Rectorado de la Universidad Nacional de Caaguazú, deberán contener indefectiblemente al pie de página la identificación de sus elaboradores y revisores, según el siguiente ejemplo: Elaborado por: Juan Pérez (Firma) Revisado por: Soledad Martínez (Firma). *Si fuera elaborado y revisado por varios funcionarios, los nombres, apellidos y firmas deben visualizarse en el documento. El memorándum elaborado debe contar mínimamente con los siguientes requerimientos:
Logo institucional vigente. Misión institucional vigente, en el encabezado. Visión institucional vigente, al pie de página. Sigla de la dependencia, número de memorándum y año. Destinatario (nombre y cargo) Remitente (nombre y cargo) Fecha. Sello de la Dirección o Dependencia: hacia la izquierda en la parte superior del memorándum. Firma del remitente: al pie del documento. Referencia u Objeto del Memorándum. Línea divisoria, la misma debe dividir los datos referenciales del cuerpo del texto. Otros datos: como dirección, teléfono, correo, etc. deberá visualizarse al pie de página, debajo de la Visión. Formato: Procesador de texto (Word). Tamaño: A4 (podrá utilizarse la presentación horizontal cuando requieran cuadros, gráficos, imágenes, tablas, etc.). Tipografía: Arial Narrow. Tamaño de letra: 12 en textos, hasta 13 cuando se trata de títulos o subtítulos. Interlineado: espacio sencillo en el cuerpo del párrafo y espacio de 1,5 entre los párrafos. Espaciado: automático o 0 punto. Márgenes: Superior e inferior: 2,5 cm- Izquierdo: 3 cm. y derecho: 2 cm.

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY ARANDU JOY RAKUVO 2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

Anexo VI: Modelo de los Memorándums

Niveles de aprobación

Se dará por aprobado el memorándum con la rúbrica del remitente (a mano o firma digital); en el caso que el documento sea elaborado, revisado y aprobado por un solo funcionario, igualmente se deben visualizar sus datos en donde correspondan al pie de página, conforme con el formato establecido.

INFORMES

Todos los informes elaborados en el rectorado de la Universidad Nacional de Caaguazú deberán contener indefectiblemente al pie de página la identificación de sus elaboradores y revisores, según el siguiente ejemplo: Elaborado por: Juan Pérez (Firma) Revisado por: Soledad Martínez (Firma) Aprobado por: Firma, sello y aclaratoria del superior *Si fuera elaborado y revisado por varios funcionarios, los nombres, apellidos y firmas de estos deben visualizarse en el informe.
El informe debe contar mínimamente con los siguientes requerimientos: - Logo institucional vigente. - Misión institucional vigente, en principio de página. - Visión institucional vigente, al final de la página. - Sigla de la dependencia, número de informe y año. - Destinatario. - Lugar y fecha, al final del informe. - Sello Institucional. - Firma del responsable o de los responsables. - Referencia: al principio del informe. - Otros datos: como dirección, teléfono, correo, etc. deberá visualizarse en el pie de página. - Formato: Procesador de texto (Word). - Tamaño: A4 (podrá utilizarse la presentación horizontal cuando requieran cuadros, gráficos, imágenes, tablas, etc.). - Tipografía: Arial Narrow. - Tamaño de letra: 12 en textos, hasta 13 cuando se trata de títulos o subtítulos. - Títulos o subtítulos: resaltados en negrita. - Interlineado: espacio sencillo en el cuerpo del párrafo y espacio de 1,5 entre los párrafos. - Espaciado: automático o 0 punto. - Márgenes: Superior e inferior 2,5 cm - izquierdo y derecho:3 cm.

Anexo VII: Modelo de los Informes

Niveles de aprobación

Se dará por aprobado el informe con la rúbrica del remitente (a mano o firma digital); en el caso que el documento sea elaborado, revisado y aprobado por un solo funcionario, igualmente se deben visualizar sus datos en donde correspondan al pie de página, conforme con el formato establecido.

Informe ejecutivo mensual (Para elevación al Consejo Superior Universitario)

El Informe Ejecutivo Mensual de las Direcciones tiene por finalidad poner a conocimiento del Consejo Superior Universitario las principales acciones, resultados y avances de cada Dirección, de manera **sintética y clara**. No constituye un informe narrativo ni descriptivo, sino un **resumen estratégico** del periodo informado (mensual).

Principales acciones realizadas en el mes: Se deberán enumerar **solo las acciones más relevantes**, vinculadas a las funciones sustantivas del área. Ejemplo:

- Implementación del sistema X en coordinación con la Dirección Y.

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

- Elaboración de normativa interna sobre _____.
- Acompañamiento técnico a _____

Productos logrados: Indicar los **logros concretos** alcanzados durante el mes correspondiente. Ejemplo:

- 80 % de avance en el proyecto _____.
- Aprobación de ___ documentos técnicos.
- Reducción/aumento/mejora de _____.

DICTÁMENES

Todos los dictámenes técnicos o jurídicos elaborados o producidos en el Rectorado o por las comisiones del Consejo Superior universitario deberán contener indefectiblemente al pie de página la identificación de sus elaboradores y revisores, según el siguiente ejemplo: Aprobado por: Firma, sello y aclaratoria del superior. Elaborado por: Juan Pérez (Firma) Revisado por: Soledad Martínez (Firma) *Si fuera elaborado y revisado por varios funcionarios, los nombres, apellidos y firmas de estos deben visualizarse en el dictamen.

El dictamen técnico o jurídico debe contar mínimamente con los siguientes requerimientos: Logo institucional vigente. Misión institucional vigente. Visión institucional vigente. Sigla de la dependencia o Comisión, número de dictamen y año. Destinatario. Lugar y fecha. Sello de la dependencia. Firma del responsable o de los responsables, o de los miembros de la comisión en su caso. Referencia: al principio del dictamen. Otros datos: como dirección, teléfono, correo, etc. deberá visualizarse en el pie de página, debajo de la visión institucional. Formato: Procesador de texto (Word). Tamaño: A4 (podrá utilizarse la presentación horizontal cuando requieran cuadros, gráficos, imágenes, tablas, etc.). Tipografía: Arial Narrow. Tamaño de letra: 12 en textos, hasta 13 cuando se trata de títulos o subtítulos. Títulos o subtítulos: resaltados en negrita. Interlineado: espacio sencillo en el cuerpo del párrafo y espacio de 1,5 entre los párrafos. Espaciado: automático o 0 punto. Márgenes: Superior e inferior: 2,5 cm. Izquierdo y derecho:3 cm.

Anexo VIII: Modelo de los Dictámenes

Niveles de aprobación

Se dará por admitido el dictamen con la rúbrica del/los remitente/s (a mano o firma digital); en el caso que el documento sea elaborado, revisado y aprobado por un solo funcionario, igualmente se deben visualizar sus datos en donde correspondan al pie de página, conforme con el formato establecido.

Para su aprobación será con el visto bueno de la máxima autoridad o por la mitad más uno de los miembros del Consejo Superior Universitario, según sea el destinatario.

Los dictámenes no son vinculantes.

CIRCULARES – COMUNICADOS

Todos los comunicados o circulares elaborados, producidos o emitidos por el Rectorado de la Universidad Nacional de Caaguazú deberán contener indefectiblemente al pie de página la identificación de sus elaboradores y revisores, según el siguiente ejemplo: Elaborado por: Juan Pérez (Firma) Revisado por: Soledad Martínez (Firma) *Si fueran elaborados y revisados por varios funcionarios, los nombres, apellidos y firmas de estos deben visualizarse en la circular o el comunicado.

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

La circular o el comunicado elaborado para su emisión, debe contar mínimamente con los siguientes requerimientos: - Logo institucional Vigente. - Misión institucional vigente, en el encabezado. - Visión institucional vigente, al pie página. - Sigla de la dependencia, número de circular y año. - Remitente o emisor. - Lugar y fecha, al final del comunicado. - Sello Institucional o de la Dependencia en su caso: al final de comunicado. - Firma del Remitente o emisor: al final del comunicado. - Otros datos: como dirección, teléfono, correo, etc. deberá visualizarse en el pie de página. - Formato: Procesador de texto (Word). - Tamaño: A4 (podrá utilizarse la presentación horizontal cuando requieran cuadros, gráficos, imágenes, tablas, etc.). - Tipografía: Arial Narrow - Tamaño de letra: 12 en textos, hasta 13 cuando se trata de títulos o subtítulos. - Títulos o subtítulos: resaltados en negrita. - Interlineado: espacio sencillo en el cuerpo del párrafo y espacio de 1,5 entre los párrafos. - Espaciado: automático o 0 punto. - Márgenes: Superior e inferior: 2,5 cm - Izquierdo y derecho: 3 cm

Anexo IX: Modelo de las Circulares y los Comunicados

Niveles de aprobación

Asimismo, se dará por aprobado el comunicado o la circular con la rúbrica del remitente; en el caso de que la circular sea elaborada, revisada y aprobada por un solo funcionario, igualmente se debe visualizar los datos en donde correspondan al pie de página, conforme con los ejemplos señalados.

NOTAS OFICIALES

Las notas oficiales son emitidas única y exclusivamente por la máxima autoridad institucional (Rectora y en ausencia de la misma la Vicerrectora. Las solicitudes para la elaboración de notas remitidas a Secretaría General para su análisis, y gestión de firma, deberán contar indefectiblemente con los siguientes requisitos Proforma de nota en formato impreso, en la cual se debe visualizar el nombre, apellido y firma del funcionario que elaboró, revisó y aprobó la mencionada proforma. Si la misma no se adjunta al expediente, la solicitud será rechazada. – La Proforma de nota en formato editable debe remitirse al correo institucional de la Secretaría General secretaria.general@unca.edu.py ; la misma debe estar correctamente identificada con el expediente y/o el documento por el cual se remite dicha proforma a la Secretaría General para su proceso respectivo. En caso de no cumplirse con este requisito, la solicitud será rechazada. *Si los elaboradores o los revisores son varios funcionarios, los nombres, apellidos y firmas deben visualizarse en el borrador de la nota oficial en su versión impresa y/o PDF.

Las proformas de notas deben de contar con todos los datos necesarios para la información requerida. Por ejemplo: para invitaciones a reuniones (lugar, fecha y hora de la realización de la reunión, al igual que los temas a tratarse). Igualmente los datos actualizados del destinatario (nombre y apellido, cargo, institución) y el correo electrónico a donde enviar en el caso de que se solicite enviar por correo.

La nota oficial emitida por el Rectorado debe contar mínimamente con los siguientes requerimientos: Logo institucional Vigente. Misión institucional vigente. Visión institucional vigente. Sigla del Rectorado, número de nota y año. Remitente o emisor: al final de la página. Destinatario. Lugar y fecha, al inicio de la página. Sello institucional: al final de la página. Firma del Remitente o emisor: al final de la página. Otros datos: como dirección, teléfono, correo, etc. Deberá visualizarse al pie de página. Formato: Procesador de texto (Word). Tamaño: Carta (podrá utilizarse la presentación horizontal cuando requieran cuadros, gráficos, imágenes, tablas, etc.). Tipografía: Arial Narrow. Tamaño de letra: 12 en textos, hasta 13 cuando se trata de títulos o

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

subtítulos. Títulos o subtítulos: resaltados en negrita. Interlineado: espacio sencillo, en el cuerpo y entre párrafos. Espaciado: automático o 0 punto. Márgenes: Superior: 2,75; inferior: 2 cm; Izquiedo4 cm. Y derecho: 3 cm.

15.4. Rendición de Cuentas

El Responsable del Departamento de Transparencia y Anticorrupción conjuntamente con el Comité de Elaboración de la Rendición de Cuentas se encargarán de preparar la información de forma sencilla, clara y concisa para el mejor entendimiento de la ciudadanía.

A partir de la información provista por las dependencias a la Institución, se elaborará el Informe de Rendición de Cuentas dirigido a los funcionarios, docentes, alumnos y a los diferentes grupos de interés y a la ciudadanía.

La Gestión de Informe de Rendición de Cuentas será responsabilidad del Departamento de Transparencia y Anticorrupción conjuntamente con el Comité de Elaboración de Rendición de Cuentas, y tendrá las siguientes orientaciones:

1. La Rectora determinará la modalidad mediante una Resolución, la fecha, el lugar y el periodo que se tendrán en cuenta para informar.

2. La Rectora establecerá un/a Coordinador/a para el Informe de Gestión por cada periodo a informar mediante una Resolución.

3. Perfil de Coordinador/a adecuado: Personal nombrado con amplio conocimiento de la Institución.

4. El Comité de Elaboración de Rendición de Cuentas para la construcción del Informe de Gestión deberá estar establecido por Resolución.

5. La Dirección General de Planificación a través del área de Planificación se encargará de elaborar el informe. La Dirección General de Administración y Finanzas por medio de la Dirección Financiera-Departamento de Presupuesto, apoyará la elaboración del documento.

6. El Comité de Elaboración de Rendición de Cuentas analizará, clasificarán e interpretará la información conforme a los indicadores de evaluación y temas prioritarios considerados por la máxima autoridad según su política de administración para incluir en el Informe de Gestión o Rendición de Cuentas.

7. El Informe de Gestión o Informe de Rendición de Cuentas será elaborado en un lenguaje accesible al ciudadano en formatos que faciliten su comprensión y visualización (gráficos, afiches, vídeos, revistas, etc.).

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY ARAÑO NO RECAYO 2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

8. El Comité de elaboración del Informe Institucional, considerará como base los informes de gestión preparados semestralmente para el Ministerio de Hacienda y la Secretaria Técnica de Planificación.

9. El Departamento de Transparencia y Anticorrupción, la Dirección General de Planificación, la Dirección General de Administración y Finanzas y la Dirección de Comunicación en coordinación con la Rectora definirán los lineamientos y una matriz de informe para el documento de la Rendición de Cuentas y lo proveerá al Comité de Rendición para que considere al elaborar el Informe de Rendición de Cuentas o Informe de Gestión.

15.4 Actualización del manual

- El Manual podrá ser reformado por decisión de la Rectora.
- Toda modificación deberá ser comunicada oportunamente a los grupos de interés y aplicada a partir del acto administrativo correspondiente.

16. Anexos

Se mantienen y/o se proponen los siguientes anexos:

- Anexo I: Formulario de Sugerencias y Reclamos lo de proyecto de resolución.
- Anexo II: Planilla con plazos
- Anexo III: Modelo de las Resoluciones
- Anexo IV: Modelo de Actas
- Anexo V: Modelo de Convocatorias
- Anexo VI: Modelo de los Memorándums
- Anexo VII: Modelo de los Informes
- Anexo VIII: Modelo de los Dictámenes
- Anexo IX: Modelo de las Circulares y los Comunicados

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY ARAUDU ÑOTI RECAVO 2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

FORMULARIO DE SUGERENCIAS Y RECLAMOS

Bienvenidos a la Universidad Nacional de Caaguazú. Nos complace recibir sus sugerencias y reclamos con el objetivo de mejorar nuestra situación. Su participación es fundamental para el continuo crecimiento y desarrollo de la universidad. Estamos comprometidos a escuchar atentamente sus comentarios y trabajar en conjunto para ofrecer un ambiente colaborativo. ***¡Gracias por contribuir al progreso de nuestra comunidad universitaria!***

Fecha:	
Nombre y Apellido:	
Institución:	
Teléfono:	
Correo electrónico:	

Sugerencia y/o Reclamo:

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Firma:

Aclaración:

C.I. N°:

Para uso Interno

Recibe:

Firma:

Fecha:

La sugerencia o reclamo que realice será remitida a la instancia correspondiente, y serán respondidos en el plazo de cinco días hábiles. Favor comunicarse al 0521-204666.

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

Marta Gloria Martínez Blanco
Rectora

Elemento de Comunicación	Descripción Detallada	Archivos Adjuntos	Público Objetivo	Canal de Distribución	Fecha de Solicitud	Plazos: Lunes a Viernes 07:00 a 15:00 horas	Verificación de la Pertinencia del Elemento de Comunicación	Responsable de la solicitud	Fecha de Diseño/Formato	Responsable del Diseño/Formato	Fecha Límite de Aprobación	Responsable de la Aprobación	Fecha de Publicación/Distribución Programada	Fecha Real de Publicación/Distribución	Observaciones/Comentarios
Comunicado	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Drive con documentos, Google Form y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Especifica dónde se publicará o distribuirá (Facebook, Instagram, sitio web, correo electrónico, prensa, etc.).	Indica fecha de solicitud	2 días hábiles	1 día hábil	Nombre de la persona encargada de generar el contenido (texto, imágenes, etc.).	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en cue se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.
Flyers	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Drive con documentos, Google Form y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Especifica dónde se publicará o distribuirá (Facebook, Instagram, sitio web, correo electrónico, prensa, etc.).	Indica cuándo surgió la necesidad de esta comunicación.	5 días hábiles	1 día hábil	Nombre de la persona encargada de generar el contenido (texto, imágenes, etc.).	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en cue se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.
Condolencias o Temas Urgentes	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Drive con documentos, Google Form y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Especifica dónde se publicará o distribuirá (Facebook, Instagram, sitio web, correo electrónico, prensa, etc.).	Indica cuándo surgió la necesidad de esta comunicación.	1 día hábil	1 día hábil	Nombre de la persona encargada de generar el contenido (texto, imágenes, etc.).	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en cue se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.
Convocatorias (Especialización, Maestrías, y Doctorados)	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Drive con documentos, Google Form y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Especifica dónde se publicará o distribuirá (Facebook, Instagram, sitio web, correo electrónico, prensa, etc.).	Indica cuándo surgió la necesidad de esta comunicación.	10 días hábiles	1 día hábil	Nombre de la persona encargada de generar el contenido (texto, imágenes, etc.).	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en cue se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.
Publicaciones o noticias varias	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Drive con documentos, Google Form y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Especifica dónde se publicará o distribuirá (Facebook, Instagram, sitio web, correo electrónico, prensa, etc.).	Indica cuándo surgió la necesidad de esta comunicación.	1 día hábil	1 día hábil	Nombre de la persona encargada de generar el contenido (texto, imágenes, etc.).	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en cue se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.
Videos	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Drive con documentos, Google Form y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Especifica dónde se publicará o distribuirá (Facebook, Instagram, sitio web, correo electrónico, prensa, etc.).	Indica cuándo surgió la necesidad de esta comunicación.	10 días hábiles	1 día hábil	Nombre de la persona encargada de generar el contenido (texto, imágenes, etc.).	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en cue se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.
Certificados digitales	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Drive con documentos, Google Form y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Especifica dónde se publicará o distribuirá (Facebook, Instagram, sitio web, correo electrónico, prensa, etc.).	Indica cuándo surgió la necesidad de esta comunicación.	10 días hábiles	1 día hábil	Nombre de la persona encargada de generar el contenido (texto, imágenes, etc.).	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en cue se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.
Firma para correo electrónico	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Drive con documentos, Google Form y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Especifica dónde se publicará o distribuirá (Facebook, Instagram, sitio web, correo electrónico, prensa, etc.).	Indica cuándo surgió la necesidad de esta comunicación.	3 días hábiles	1 día hábil	Nombre de la persona encargada de generar el contenido (texto, imágenes, etc.).	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en cue se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

Revistas	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Drive con documentos, Google Form y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Especifica dónde se publicará o distribuirá (Facebook, Instagram, sitio web, correo electrónico, prensa, etc.).	Indica cuándo surgió la necesidad de esta comunicación.	30 días hábiles	1 día hábil	Nombre de la persona encargada de generar el contenido (texto, imágenes, etc.).	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en que se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.
Invitaciones, Programas de Eventos	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Drive con documentos, Google Form y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Especifica dónde se publicará o distribuirá (Facebook, Instagram, sitio web, correo electrónico, prensa, etc.).	Indica cuándo surgió la necesidad de esta comunicación.	5 días hábiles	1 día hábil	Nombre de la persona encargada de generar el contenido (texto, imágenes, etc.).	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en que se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.
Días Festivos	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Drive con documentos, Google Form y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Especifica dónde se publicará o distribuirá (Facebook, Instagram, sitio web, correo electrónico, prensa, etc.).	Indica cuándo surgió la necesidad de esta comunicación.	15 días hábiles	1 día hábil	Nombre de la persona encargada de generar el contenido (texto, imágenes, etc.).	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en que se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.
Cumpleaños	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Drive con documentos, Google Form y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Especifica dónde se publicará o distribuirá (Facebook, Instagram, sitio web, correo electrónico, prensa, etc.).	Indica cuándo surgió la necesidad de esta comunicación.	23 días hábiles	1 día hábil	Nombre de la persona encargada de generar el contenido (texto, imágenes, etc.).	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en que se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.
Transmisiones en plataformas	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Drive con documentos, Google Form y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Especifica dónde se publicará o distribuirá (Facebook, Instagram, sitio web, correo electrónico, prensa, etc.).	Indica cuándo surgió la necesidad de esta comunicación.	15 días hábiles	1 día hábil	Nombre de la persona encargada de generar el contenido (texto, imágenes, etc.).	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en que se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.
Cobertura dentro de la ciudad	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Drive con documentos, Google Form y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Especifica dónde se publicará o distribuirá (Facebook, Instagram, sitio web, correo electrónico, prensa, etc.).	Indica cuándo surgió la necesidad de esta comunicación.	5 días hábiles	1 día hábil	Nombre de la persona encargada de generar el contenido (texto, imágenes, etc.).	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en que se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.
Cobertura fuera de la ciudad	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Drive con documentos, Google Form y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Especifica dónde se publicará o distribuirá (Facebook, Instagram, sitio web, correo electrónico, prensa, etc.).	Indica cuándo surgió la necesidad de esta comunicación.	7 días hábiles	1 día hábil	Nombre de la persona encargada de generar el contenido (texto, imágenes, etc.).	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en que se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.
Cobertura interna de actividades	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Drive con documentos, Google Form y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Especifica dónde se publicará o distribuirá (Facebook, Instagram, sitio web, correo electrónico, prensa, etc.).	Indica cuándo surgió la necesidad de esta comunicación.	5 días hábiles	1 día hábil	Nombre de la persona encargada de generar el contenido (texto, imágenes, etc.).	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en que se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.
Gacetilla de prensa	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Drive con documentos, Google Form y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Especifica dónde se publicará o distribuirá (Facebook, Instagram, sitio web, correo electrónico, prensa, etc.).	Indica cuándo surgió la necesidad de esta comunicación.	5 días hábiles	1 día hábil	Nombre de la persona encargada de generar el contenido (texto, imágenes, etc.).	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en que se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY 2007

Claudia P. Godoy Sosa.
Secretaria General

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

Página Web	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Drive con documentos, Google Form y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Especifica dónde se publicará o distribuirá (Facebook, Instagram, sitio web, correo electrónico, prensa, etc.).	Indica cuándo surgió la necesidad de esta comunicación.	3 días hábiles	1 día hábil	Nombre de la persona encargada de generar el contenido (texto, imágenes, etc.).	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en que se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.
Fotos de Graduados - Día Martes	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Fotos	Define a quién va dirigido este mensaje.	Facebook, Instagram, X	7 días hábiles	7 días hábiles	5 días hábiles	Graduados	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en que se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.
Buzón de Sugerencias	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Documentos y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Respuesta Institucional	10 días hábiles	7 días hábiles	1 día hábil	Ciudadanía	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en que se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.
Mensajería de Redes Sociales	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Imágenes, Videos, Enlaces, Documentos y otros	Define a quién va dirigido este mensaje.	Respuesta Institucional	4 días hábiles	7 días hábiles	1 día hábil	Ciudadanía	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en que se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.
Publicación de videos	Proporciona una breve descripción del contenido o tema principal de la comunicación.	Videos	Define a quién va dirigido este mensaje.	Respuesta Institucional	2 días hábiles	2 días hábiles	1 día hábil	da de generar el co	Fecha en la que el diseño del flyer, la adaptación a redes sociales, etc., debe estar completado.	Nombre de la persona o equipo encargado del diseño.	Fecha límite para que las partes interesadas aprueben la comunicación final.	Nombre de la persona o cargo que debe dar la aprobación final.	Fecha y hora en que se planea lanzar la comunicación.	Fecha y hora exacta en que se llevó a cabo la publicación o distribución.	Espacio para notas adicionales, cambios de último momento, resultados, etc.

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY ARAPU NOTE ÑEMBYPO 2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

RESOLUCIÓN CSU Nº ___/___
ACTA Nº ___/____

QUE_____

_____

_____

Coronel Oviedo, ___ de _____ del ____

VISTO:_____

_____

_____

_____

_____

_____

CONSIDERANDO:_____

_____

_____

_____

_____

_____

POR TANTO, en uso de sus atribuciones y fundado en el considerando precedente.

EL CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ

RESUELVE:

Art.1°)_____

_____

_____

Art. 2º) COMUNICAR a quienes corresponda, tomar nota respectiva y cumplido, archivar.

Secretaria General	Rectora y Presidente del CSU
Claudia P. Godoy Sosa Secretaria General	María Gloria Martínez Blanco Rectora

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY ARCHIVO SOLO ARCHIVO 2007

Hoja __

RESOLUCIÓN RECTORADO Nº _____

QUE_____

_____

Coronel Oviedo, ___ de ____ del ____

VISTO:_____

_____

_____

_____

CONSIDERANDO:_____

_____

_____

_____

POR TANTO, en uso de sus atribuciones y fundada en el considerando precedente,
LA RECTORA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ
RESUELVE:

Art.1°)_____

_____

Art. 2°) COMUNICAR a quienes corresponda, tomar nota respectiva y cumplido archivar.

(Sello institucional)

_____ _____

Secretaria General **Rectora**

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY AÑO DE FUNDACIÓN 2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ

Creada por Ley N°3.198 del 4 de mayo del 2007
Sede Coronel Oviedo - Departamento de Caaguazú

Misión: "Formar profesionales competentes en las distintas áreas del conocimiento a través de la academia, la investigación científica y la extensión universitaria, integrada a la comunidad nacional e internacional y comprometida con el desarrollo sostenible, constituyéndose en una Universidad respuesta para los habitantes de la región y del país."

Acta N° __/____

En la ciudad de_____, República del Paraguay, a los ____ días del mes de _____ del año _____, siendo las_____, participan de la Sesión_____del CSU,_____

_____

____ _____ **No participan:** _____; a convocatoria de la Rectora para tratar el siguiente orden del día:

1. Estudio y Aprobación del Orden del día.
2. Notas recibidas.
3. Notas recibidas para estudio y consideración del Consejo Superior Universitario, con sus dictámenes correspondientes.

   3.1_____
   3.2_____
   3.3_____

4. Notas remitidas.
5. Informe del Rectorado y Decanatos.
6. Asuntos Varios.

DESARROLLO

1. ESTUDIO Y CONSIDERACIÓN DEL ORDEN DEL DÍA

_____

_____

_____

2. NOTAS RECIBIDAS.

_____

_____

_____

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ
Creada por Ley N°3.198 del 4 de mayo del 2007
Sede Coronel Oviedo - Departamento de Caaguazú

Misión: "Formar profesionales competentes en las distintas áreas del conocimiento a través de la academia, la investigación científica y la extensión universitaria, integrada a la comunidad nacional e internacional y comprometida con el desarrollo sostenible, constituyéndose en una Universidad respuesta para los habitantes de la región y del país."

3. NOTAS RECIBIDAS PARA ESTUDIO Y CONSIDERACIÓN DEL CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO.

3.1_____
3.2_____
3.3_____

4. INFORMES DEL RECTORADO Y DECANATOS

Informe de la Rectora Prof. Mgtr. María Gloria Martínez Blanco

Informe de la Vicerrectora Prof. MV. Lilian Rossana Morales de González

INFORME DE LOS DECANOS

FACULTAD CIENCIAS DE LA PRODUCCIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

FACULTAD CIENCIAS DE LA SALUD

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ

Creada por Ley N°3.198 del 4 de mayo del 2007
Sede Coronel Oviedo - Departamento de Caaguazú

Misión: "Formar profesionales competentes en las distintas áreas del conocimiento a través de la academia, la investigación científica y la extensión universitaria, integrada a la comunidad nacional e internacional y comprometida con el desarrollo sostenible, constituyéndose en una Universidad respuesta para los habitantes de la región y del país."

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, POLÍTICAS Y HUMANIDADES

_____

_____

_____

FACULTAD DE CIENCIAS MÉDICAS

_____

_____

_____

FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS

_____

_____

_____

FACULTAD DE ODONTOLOGÍA "SANTO TOMÁS DE AQUINO"

_____

_____

_____

5. ASUNTOS VARIOS.

Sin otro punto que tratar, leído y ratificado el contenido del acta; firmado por los presentes, en prueba de conformidad, se levanta la sesión siendo las _____ horas con _____ minutos.

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY DATO HISTÓRICO 2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

CIRCULAR N° __/____

La Dirección General de _____ del Rectorado de la Universidad Nacional de Caaguazú, comunica que,

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Coronel Oviedo, __ de _____ del _____

_____

(Firma)

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

Maria Gloria Martínez Blanco
Rectora

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ

Creada por Ley N°3.198 del 4 de mayo del 2007
Sede Coronel Oviedo - Departamento de Caaguazú

Misión: "Formar profesionales competentes en las distintas áreas del conocimiento a través de la academia, la investigación científica y la extensión universitaria, integrada a la comunidad nacional e internacional y comprometida con el desarrollo sostenible, constituyéndose en una Universidad respuesta para los habitantes de la región y del país."

S.G. N° ___/____

MEMORANDO

A: **Nombre**
Cargo

DE: **Nombre**
Cargo

OBJETO: _____

FECHA: ___ de _____ del _____

El presente es a los efectos de _____
_____
_____
_____

Cordialmente.

Firma
Nombre
Cargo

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY ARANDU ÑOTY RAÃVO 2007

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

DICTAMEN N° ___/_____

Coronel Oviedo, __ de _____ del _____

Señores Miembros
Honorable Consejo Superior Universitario
Universidad Nacional de Caaguazú
PRESENTE

Quienes suscriben, se dirigen al pleno del Consejo Superior Universitario, a fin de elevar Dictamen correspondiente al pedido presentado por la Facultad _____
_____
_____

Para el estudio de la propuesta se han considerado:

- (Normativas)_____
_____
_____
_____

En virtud de lo expuesto tras la revisión documental correspondiente, esta Comisión recomienda al Consejo Superior Universitario (CSU) _____
_____
_____

Es nuestro dictamen.

(Firman al pie los miembros de la Comisión)

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY 2007

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

CONVOCATORIA

La Rectora de la Universidad Nacional de Caaguazú convoca a todos los miembros del Consejo Superior Universitario a participar de la Sesión _____ del mismo, prevista para el _____ **de** _____ **del** _____, a las ____ **horas**, en la sala de sesiones del Consejo Superior Universitario (y/o por videoconferencia, mediante la herramienta Meet de Google), sito en el local del Rectorado, ubicado sobre las calles Jaime San Just esq. Tuyuti, de esta ciudad, con el siguiente:

ORDEN DEL DÍA

1. Estudio y Aprobación del Orden del día.

2. Notas recibidas.

3. Notas recibidas para estudio y consideración del Consejo Superior Universitario, con sus dictámenes correspondientes.

   3.1_____
   3.2_____
   3.3_____

4. Notas remitidas.

5. Informe del Rectorado y Decanatos.

6. Asuntos Varios.

_____
Rectora

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

María Gloria Martínez Blanco
Rectora

INFORME EJECUTIVO MENSUAL PARA EL CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO

Dirección/Departamento/ dependencia	
Responsable:	
Correspondiente al mes de:	
Fecha de presentación:	
Actividades más relevantes durante el mes	
* * *	
Productos logrados	
* * *	
Mejoras a implementar:	
* * *	

Es mi informe.

Firma.

Claudia P. Godoy Sosa
Secretaria General

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAAGUAZÚ Coronel Oviedo PARAGUAY ARAUJO POTT REGANO 2007

María Gloria Martínez Blanco