

INFORME DE GESTIÓN

PRESIDENCIA

**CONSEJO DIRECTIVO
FELAFACS**

**SEVILLA, ESPAÑA
ABRIL 13 Y 14
2011**

CCC
AI
1529



FELAFACS

federación latinoamericana de facultades de comunicación social

**Orden del día Consejo Directivo
Universidad de Sevilla – España
Abril 2011**

- 1.- Verificación de quórum.
- 2.- Designación de secretario para toma de notas - acta
- 3.- Aprobación del Orden del día.
- 4.- Lectura y aprobación del Acta Anterior
- 5.- Informe del Presidente
- 6.- Evaluación de planes de trabajo por regiones y actividades desarrolladas por las mismas
 - Dr. Juan Antonio Mejía – Región Caribe (Cuba, Haití, Puerto Rico, Republica Dominicana)
 - Dr. Luis Miguel Bueno – Región México
 - Dra. Martha Rosa Paz Burgos – Región Países Andinos (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela)
 - Dr. Jhonny Vargas Durán – Región Centroamérica (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá)
 - Dr. Francisco Sierra – Región Países Canadá, España y Estados Unidos
 - Dra. María Lucrecia Reta – Región Países del Cono Sur
- 7- Plan de trabajo 2011 -2012
- 8.- Celebración 30 años de Felafacs
- 9.- Asuntos varios
 - Solicitud de afiliaciones

Universidad Autónoma de Occidente
Cll. 25 No. 115 – 85 Km. 2 Via a Jamundi – Cali – Colombia
Telefono (2) 318 80 00 ext. 11524
Fax (2)555 39 01
<http://www.felafacs.org>

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

**FELAFACS
FEDERACIÓN LATINOAMERICANA DE FACULTADES DE
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**INFORME DE GESTIÓN
PRESIDENCIA**

PARA

CONSEJO DIIRECTIVO

**SEVILLA, ESPAÑA
ABRIL 2011**

ÍNDICE

1- LEGALIZACIÓN FELAFACS EN COLOMBIA

- 1.1 JURÍDICO
- 1.2 REGISTRO TRIBUTARIO
- 1.3 CUENTA BANCARIA
- 1.4 NOMBRAMIENTO

2- INFORME FINANCIERO Y REVISORIA FÍSCAL JUNIO A DIC 2010

3- APOYO ADMINISTRATIVO DE LA UAO

- 3.1 OFICINAS Y SERVICIOS
- 3.2 RECURSOS HUMANOS
- 3.3 SITUACIÓN FINANCIERA

4- GESTIÓN

- 4.1 PARTICIPACIÓN EN EVENTOS
- 4.2 PROYECTOS
 - 4.2.1 UNISDR
 - 4.2.2 ALPHA
 - 4.2.3 FUNDACIÓN CAROLINA
 - 4.2.4 MIRADA JÓVEN
 - 4.2.5 CELEBRACIÓN 30 AÑOS FELAFACS
- 4.3 WEB
- 4.4 DIÁLOGOS (ESPECIAL 30 AÑOS)
- 4.5 RELACIONES INTERNACIONALES
- 4.6 PLAN DE TRABAJO
- 4.7 INSTITUTO DE ACREDITACIÓN

INTRODUCCIÓN

Este informe expone lo ejecutado en la Federación desde Enero de 2010 hasta la fecha, explicando todo el proceso de legalización y creación de Felafacs en Colombia. Además, registra datos concretos de los gastos e ingresos que ha tenido la entidad en este periodo.

Así mismo, se encuentra consignado el apoyo que se ha tenido por parte la Universidad Autónoma de Occidente y la gestión adelantada por los colaboradores de la universidad con Felafacs.

1. LEGALIZACIÓN EN COLOMBIA

El proceso de legalización en Colombia estuvo marcado por un sinnúmero de acontecimientos de orden legal, jurídico y financiero, que determinaron un proceso extenso de trámites y averiguaciones que permitieran la creación y formalización de FELAFACS en Colombia, pero ante todo cumpliendo con las disposiciones legales determinadas para entidades de esta naturaleza. Con esa ruta clara se lograron realizar todas las actividades descritas a continuación en los diferentes frentes:

1.1 JURÍDICO

Tal vez uno de los trámites más dispendioso fue la legalización jurídica FELAFACS que debió constituirse como entidad sin ánimo de lucro mediante documento privado el 03 de marzo de 2010 en Cali y fue inscrita en la Cámara de Comercio de Cali el 18 de mayo de 2010, bajo el número 1279 del libro 1 con vigencia indefinida.

El objeto principal de la entidad es el desarrollo independiente de la comunicación social en cada uno de los países, a través de la formación profesional universitaria de los comunicadores, el desarrollo del conocimiento de la comunicación y el fomento del compromiso social.

1.2 REGISTRO TRIBUTARIO

En el tema de la legalización fiscal y tributaria, Colombia tiene dispuesto que todas las organizaciones se registren ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN,.

Felafacs se registró el 20 de Mayo de 2010 donde le asignaron un número de identificación tributaria NIT, número 900.358.594-5. A esta entidad se le reportan todos los impuestos de ley como retención en la fuente, ICA, e impuesta al valor agregado (IVA)

1.3 CUENTA BANCARIA

Para realizar el recaudo de las cuotas pagadas por los miembros de todo los países asociados se creó una cuenta bancaria en junio de 2010 en la sucursal de la Plaza de Caicedo de Bancolombia a nombre de Felafacs, la cuenta corriente es 75259518242 y las firmas autorizadas son las de Álvaro Rojas y Luis Fernando Ronderos.

1.4 NOMBRAMIENTO

La Federación es administrada por una asamblea general, el consejo directivo, representante legal, un contador y un revisor fiscal.

Para dar cumplimiento con los Estatutos se nombró una revisora fiscal el 01 de mayo de 2010 y una contadora el 01 de junio del mismo año. Es necesario en este momento nombrar una nueva revisora a partir del mes de mayo.

2. INFORME REVISORA FISCAL

El informe entregado por la revisora fiscal contiene toda la información relacionada con el análisis en relación con todos los procesos realizados dentro de la Federación, así como de la situación financiera y el cumplimiento de las normas Colombianas definidas para entidades de esta naturaleza.

El informe se anexa competo.

3- APOYO ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE.

Es muy importante resaltar el apoyo que La Universidad Autónoma de Occidente ha brindado a Felafacs ofreciendo todo el apoyo necesario para su operación. Las oficinas, los servicios públicos (agua, luz y teléfono) y la descarga de algunos docentes para cumplir funciones en las diferentes áreas de gestión.

A continuación se presenta la relación de dichos apoyos:

3.1 OFICINAS Y SERVICIOS

ITEM	MENSUAL	ENERO 2010 - ABRIL 2011	MAYO DE 2011 DICIEMBRE 2012	TOTAL ENERO 2010 - DICIEMBRE 2012
OFICINA (3)	U\$ 500	U\$ 8.000	U\$ 18.000	U\$ 26.000
TÉLEFONO	U\$ 120	U\$ 1.920	U\$ 4.320	U\$ 6.240
SERVICIOS	U\$ 100	U\$ 1.600	U\$ 3.600	U\$ 5.200
TOTAL	U\$ 720	U\$ 11.520	U\$ 25.920	U\$ 37.440

3.2 RECURSO HUMANO

ITEM	HORAS MES	MENSUAL	ENERO 2010 - ABRIL 2011	MAYO 2011 - DICIEMBRE 2012	TOTAL ENERO 2010 DICIEMBRE 2012
SECRETARIO EJECUTIVO	40	U\$ 440	U\$ 7.040	U\$ 8.800	U\$ 15.840
CORDINADOR DIÁLOGOS	20	U\$ 220	U\$ 3.520	U\$ 4.400	U\$ 7.920
COORDINADOR WEB	20	U\$ 220	U\$ 3.520	U\$ 4.400	U\$ 7.920
PRACTICANTE	160	U\$ 300	U\$ 4.800	U\$ 6.000	U\$ 10.800
COORDINADOR DE COMUNICACIÓN	5	U\$ 55	U\$ 880	U\$ 0	U\$ 880

COORDINADOR PROYECTOS	5	U\$ 55	U\$ 880	U\$ 0	U\$ 880
REPRESENTANTE FELAFACS (NAC)	5	U\$ 55	U\$ 880	U\$ 1.100	U\$ 1.980
TOTAL	255	U\$ 1.345	U\$ 21.520	U\$ 24.700	U\$46.220

3.3 SITUACIÓN FINANCIERA.

La situación financiera es particularmente sensible puesto que el único ingreso de FELAFACS percibido por concepto de pagos de sostenimiento anual de sus afiliados y la situación es dramática pues a la fecha pese a haber realizado la gestión de cobro a tiempo son muy pocos los afiliados que están al día.

Los principales factores son:

-Las bases de datos recibidas por parte de la oficina de Lima estaban muy desactualizadas. Cerca del 70% de la información no estaba al día. Se inició un la tarea de actualización que ha sido dispendiosa y costosa dados los altos costos de llamadas internacionales pero eso ha permitido mejor realizar los cobros a los que se encuentran con la información actualizada.

- La alta rotación de los Decanos y Directivos de las Facultades, genera mucho ruido en la gestión de cobro, pues hay en general un desconocimiento de la labor que realiza Felafacs y del compromiso adquirido por la facultades en relación con el pago anual de sostenimiento.

-Desde Lima se entregaron unos listados donde aparecía la relación de las universidades que habían pagado y las que estaban en mora. Algunas asociaciones nacionales y facultades debían incluso varios años, y a la fecha no se han puesto al día.

-Otro aspecto bastante delicado es que Felafacs está sumiendo el costo por concepto de los servicios bancarios y de transferencia por lo que los valores de las cuotas son menores a los presentados en las facturas.

La gestión de cobro ha tenido diferentes actividades en la búsqueda de obtener mejores resultados.

- 1-Envíos de cobros por correo electrónico
- 2-Llamada telefónica para seguimiento
- 3-Envío de fax de recordación.

Como tareas complementarias y ante respuesta tan lenta por parte de los asociados se decidió iniciar 2 estrategias adicionales:

1-Envío de listado actualizado por regiones a los diferentes directores regionales con el fin de que apoyen el proceso

2-Envío de carta Directamente a los rectores de las Facultades en espera de generar una respuesta más dinámica. Se espera que estrategia permita una mejor dinámica en los pagos de los asociados.

Presentamos a continuación el listado de Asociaciones y Facultades

PAGOS SOCIOS

No.DE UNIVERSIDADES	TOTAL
10	U\$ 1.100
No.DE ASOCIACIONES	TOTAL
4	U\$11.200

CUENTAS POR PAGAR SOCIOS

No.DE UNIVERSIDADES	TOTAL
36	U\$11,360.50
No. DE ASOCIACIONES	TOTAL
4	U\$ 8.730

MIEMBROS REGIÓN CONO SUR				
PAÍS	UNIVERSIDAD Y/O ASOCIACIÓN	ESTADO DE CUENTA 2010	ESTADO DE CUENTA 2011	TOTAL DEUDOR
ARGENTINA	FADECCOS	\$840	\$1.400	\$2.240
CHILE	UNIVERSIDAD DE CHILE	\$0	\$100	\$100
CHILE	UNIVERSIDAD MAYOR	\$320	\$100	\$420
CHILE	UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN	\$100	\$100	\$200
URUGUAY	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE URUGUAY	\$0	\$100	\$100
URUGUAY	UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA	\$0	\$100	\$100
URUGUAY	UNIVERSIDAD ORT	\$0	\$100	\$100

MIEMBROS REGIÓN ANDINA				
PAÍS	UNIVERSIDAD Y/O ASOCIACIÓN	ESTADO DE CUENTA 2010	ESTADO DE CUENTA 2011	TOTAL DEUDOR
BOLIVIA	ABOCCS	\$0	\$1.200	\$1.200
COLOMBIA	AFACOM	\$0	\$4.500	\$4.500
ECUADOR	UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR	\$100	\$100	\$200
ECUADOR	UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA	\$100	\$100	\$200
ECUADOR	UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO	\$100	\$100	\$200
ECUADOR	UNIVERSIDAD CASA GRANDE	\$0	\$0	\$0
ECUADOR	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR	\$100	\$100	\$200
ECUADOR	UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA	\$283	\$100	\$383
PERÚ	APFACOM	\$2.500	\$2.500	\$5.000
VENEZUELA	UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO	\$340	\$100	\$440
VENEZUELA	UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA	\$760	\$100	\$860
VENEZUELA	UNIVERSIDAD DE LOS ANDES	\$760	\$100	\$860
VENEZUELA	UNIVERSIDAD DE ZULIA	\$320	\$100	\$420

MIEMBRO REGIÓN BRASIL				
PAÍS	UNIVERSIDAD Y/O ASOCIACIÓN	ESTADO DE CUENTA 2010	ESTADO DE CUENTA 2011	TOTAL DEUDOR
BRASIL	UNIVERSIDAD METODISTA DE SAO PAULO	\$100	\$100	\$200

MIEMBROS REGIÓN CENTROAMÉRICA				
PAÍS	UNIVERSIDAD Y/O ASOCIACIÓN	ESTADO DE CUENTA 2010	ESTADO DE CUENTA 2011	TOTAL DEUDOR
COSTA RICA	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CENTRAMÉRICA	\$430	\$100	\$530
COSTA RICA	UNIVERSIDAD FEDERADA DE COSTA RICA	\$110	\$100	\$210

COSTA RICA	UNIVERSIDAD DE COSTA RICA	\$0	\$100	\$100
COSTA RICA	UNIVERSIDAD LATINA	\$897	\$100	\$997
COSTA RICA	UNIVERSIDAD INTERAMERICANA	\$100	\$100	\$200
EL SALVADOR	U.C.A JOSÉ SIMEÓN CAÑAS	\$100	\$100	\$200
EL SALVADOR	ESCUELA MÓNICA HERRERA	\$100	\$100	\$200
GUATEMALA	UNIVERSIDAD GALILEO	\$100	\$100	\$200
GUATEMALA	UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR	\$0	\$100	\$100
GUATEMALA	UNIVERSIDAD SAN CARLOS	\$430	\$100	\$530
GUATEMALA	UNIVERSIDAD MARIANO GALVEZ	\$100	\$100	\$200
HONDURAS	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA	\$210	\$100	\$310
HONDURAS	UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS	\$330	\$100	\$430
HONDURAS	UNIVERSIDAD DE SAN PEDRO SULA	\$410	\$100	\$510
NICARAGUA	UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA	\$100	\$100	\$200
PANAMÁ	APAEFCOS	\$300	\$300	\$600

MIEMBROS REGIÓN CARIBE				
PAÍS	UNIVERSIDAD Y/O ASOCIACIÓN	ESTADO DE CUENTA 2010	ESTADO DE CUENTA 2011	TOTAL DEUDOR
CUBA	UNIVERSIDAD DE LA HABANA	\$100	\$100	\$200
PUERTO RICO	APPACS	\$2.560	\$1.000	\$3.560
REP. DOMIN.	ADECOM	\$2.530	\$700	\$3.230

MIEMBROS REGIÓN MÉXICO				
PAÍS	UNIVERSIDAD Y/O ASOCIACIÓN	ESTADO DE CUENTA 2010	ESTADO DE CUENTA 2011	TOTAL DEUDOR
MÉXICO	CONEICC	\$0	\$4.500	\$4.500

MIEMBROS PAISES ASOCIADOS				
PAÍS	UNIVERSIDAD Y/O ASOCIACIÓN	ESTADO DE CUENTA 2010	ESTADO DE CUENTA 2011	TOTAL DEUDOR
CANADÁ	UNIVERSIDAD DE QUEBEC	\$200	\$200	\$400
ESPAÑA	UNIVERSIDAD DE SEVILLA	\$200	\$200	\$400
ESPAÑA	UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS	\$200	\$200	\$400
ESPAÑA	UNIVERSIDAD SAN PABLO - CEU	\$200	\$200	\$400
ESPAÑA	UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA	\$0	\$200	\$200
ESPAÑA	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA	\$200	\$200	\$400
ESPAÑA	UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA	\$1.000	\$200	\$1.200
ESPAÑA	UNIVERSIDAD DE MÁLAGA	\$200	\$200	\$400
ESPAÑA	UNIVERSIDAD DE NAVARRA	\$650	\$200	\$850
ESPAÑA	UNIVERSIDAD DE SALAMANCA	\$1.000	\$200	\$1.200
ESPAÑA	UNIVERSIDAD SANTIAGO DE COMPOSTELA	\$200	\$200	\$400
E.U.	SAN JOSE STATE UNIVERSITY	\$200	\$200	\$400
E.U.	UNIVERSIDAD DE MIAMI	\$640	\$200	\$840

Pese al apoyo recibido por parte de la Universidad Autónoma de Occidente, la federación ha necesitado la contratación de algunos servicios profesionales y gastos de operación que se relacionan a continuación:

SERVICIOS PROFESIONALES

REVISORA FISCAL	MENSUAL	TOTAL MESES
MAYO / AGOSTO DE 2010	U\$ 400	U\$ 1.600
SEPTIEMBRE / DICIEMBRE 2010	U\$ 150	U\$ 600

TOTAL	U\$ 0	U\$ 2.200
--------------	--------------	------------------

CONTADORA	MENSUAL	TOTAL MESES
MAYO / AGOSTO DE 2010	U\$ 150	U\$ 600
SEPTIEMBRE / DICIEMBRE 2010	U\$ 90	U\$ 360
TOTAL	U\$0	U\$ 960

COORDINADORA PROYECTOS	MENSUAL	TOTAL MESES
FEBRERO - DICIEMBRE DE 2011	U\$ 500	U\$ 5.500
ENERO 2012 - DICIEMBRE 2012	U\$ 500	U\$ 6.000
TOTAL	U\$ 0	U\$11.500

ASISTENTE ADMINISTRATIVO	U\$550
---------------------------------	---------------

Para Felafacs es importante la página Web, ya que esta es una herramienta primordial para mantener en contacto con los asociados, para ello se realizaron los siguientes pagos.

DOMINIO FELAFACS.ORG	U\$ 86.97
DOMINIO COMUNICACIONANDINA.ORG	U\$ 21.74
HOSTING	U\$ 76.45
TOTAL	U\$ 185.16

GRAN TOTAL GASTOS	U\$15,395.16
--------------------------	---------------------

4- GESTIÓN

En este punto relaciona toda la información referente a los procesos adelantados por la Presidencia de Felafacs y sus colaboradores.

4.1 EVENTOS

A continuación se mencionan los eventos en los que ha participado Felafacs, quienes y cómo contribuyeron en estos.

FECHA	EVENTO	ACTIVIDAD
Abril 27 al 29 / 2010	IX Cumbre Iberoamericana de la Comunicación: Comunicación política en Iberoamérica – Buenos Aires, Argentina	El Dr. Álvaro Rojas asistió a la cumbre con el propósito de establecer alianzas estratégicas para participaciones futuras de la Federación.
Mayo 3 y 4 / 2010	Foro internacional: Libertad de expresión y acceso a la información: Pilares de la democracia y de la sociedad de la información – Ciudad de Panamá, Panamá.	El Dr. Álvaro Rojas expuso sobre como es pensada la libertad de expresión, como problema latinoamericano, desde el contexto académico. Igualmente en el marco del Foro, Felafacs fortaleció su relación con la UNESCO, entidad con la cual se tiene un proyecto pendiente en torno a cátedras de prevención de catástrofes naturales.
Julio 14 / 2010	Seminario Internacional: Medios y periodistas por la comunicación – Bogotá, Colombia	El Dr. Álvaro Rojas asistió a este evento con el fin de posicionar a Felafacs entre los medios de comunicación y educación.

FECHA	EVENTO	ACTIVIDAD
Julio 20 / 2010	Debate: Procesos de integración en América Latina: pérdida de la hegemonía nacional o un paso imprescindible para el desarrollo – Costa Rica	El Dr. Álvaro Rojas fue como participante para actualizarse en los procesos de integración que involucran a toda Latinoamérica.
Sep. 22 al 24 / 2010	X Congreso de ALAIC. Comunicación en tiempos de crisis – Bogotá, Colombia	El Dr. Álvaro Rojas participó en este congreso para estar a la vanguardia en los desafíos de la investigación y los procesos del ejercicio de los profesionales de la comunicación y en las diferentes áreas con respecto a la crisis del capitalismo.

Oct. 31 al 04 de Nov./2010	III Edición del Certamen Nacional a la Excelencia Periodística " María José Bravo In Memoria" - Managua, Nicaragua	El Dr Luis Fernando Ronderos asistió como jurado calificador del certamen.
----------------------------	--	--

FECHA	EVENTO	ACTIVIDAD
Noviembre 14 al 17 / 2010	VI Conferencia de Comunicación de las Américas de Felafacs - NCA. In Conjunction with the 2010 NCA (The National Communication Association) Annual Convention Building Bridges. - California, Estados Unidos.	El Docente Jesús Arroyave asistió a la conferencia para afianzar relaciones con la NCA (The National Communication Association) creadas desde 1997. El objetivo de esta alianza es continuar con los lazos que posibiliten compartir diversas perspectivas de investigación en comunicación, la enseñanza de la comunicación y encontrar nuevas formas de cooperación.
Marzo 7 y 8 / 2011	Encuentro Latinoamericano de Decanos de Facultades de Periodismo y Comunicación Acreditadas por CLAEP y al Segundo Encuentro Nacional de Directores de Escuelas y Facultades de Comunicación del CONEICC. "Desafíos de las Escuelas y Facultades de Comunicación y Periodismo en América Latina: Formación Profesional y Ética, Acreditación y Respuestas a las Demandas del Mercado Laboral". - México.	El Dr. Álvaro Rojas participó como panelista en el Panel Magistral de Acreditación: La acreditación de los programas de comunicación y periodismo. Además fue Moderador de la Mesa 3 del Tema 2: Importancia de las acreditaciones Nacionales e Internacionales.

FECHA	EVENTO	ACTIVIDAD
Marzo 14 al 17/2011	"II Sesión de la Plataforma Regional para la Reducción de Desastres". - Nuevo Vallarta - México.	Diana Marcela Escobar, fue invitada directamente por los socios del proyecto con el fin de planear acciones futuras

		en el mismo tema y articularlas a las escuelas y facultades de la Federación.
Abril 12 al 16 /2011	Espacio Iberoamericano de Educación Superior y Formación de Comunicadores. I Seminario Internacional de Políticas y Estrategias de Acreditación Regional. - Sevilla, España.	El Dr. Álvaro Rojas asistió a la reunión del consejo directivo para presentar informe de gestión y plan de trabajo, diseñado para el periodo de presidencia además estuvo como ponente en el seminario.

4.2 PROYECTOS

Se activo la oficina de proyectos, instancia responsable de coordinar acciones de cooperación y captación de recursos técnicos y financieros no reembolsables, para ser invertidos en el fortalecimiento del campo de la comunicación en los países miembros de la Federación. Su función principal es la de concertar acuerdos de cooperación con entidades oficiales, privadas, sin ánimo de lucro, nacionales e internacionales, que soporten y fortalezcan la misión, visión y objetivos de FELAFACS.

Estas son algunas convocatorias en la cuales Felafacs puede participar.

4.2.1 UNISDR (United Nations International Strategy for Disaster Reduction) y FELAFACS: Convenio que tiene por objetivo fomentar la colaboración entre UNISDR y FELAFACS para desarrollar el contenido de un curso universitario sobre Reducción de Riesgo de Desastres y Cambio Climático que vaya orientado a estudiantes de Escuelas y Facultades de Comunicación Social y/o Periodismo.

4.2.2 ALFA: Convocatoria que contribuyan al desarrollo de las Instituciones de Educación Superior en América Latina y la Unión europea, a través de la adquisición de recursos a largo plazo y la cohesión de los países involucrados. Felafacs no pudo aplicar a AIFA III (convocatoria 2011) porque no

se encuentra registrado en el PADOR*, pero ya nos estamos preparando con toda la documentación y los registros pertinentes para aplicar al ALFA IV.

4.2.3 FUNDACIÓN CAROLINA: Convocatoria que promueve la investigación en materias enmarcadas en líneas de Centro de Estudios de América Latina y la Cooperación Internacional (CeALCI) de la Fundación Carolina. Se presentará para dicha convocatoria la propuesta denominada: Caracterización y ranqueo de entidades asociadas a FELAFACS, con base en su capacidad investigativa.

4.2.4 MIRADA JOVEN: Proyecto que propone la creación, producción y emisión de un programa semanal de media hora producido por jóvenes de toda Latinoamérica, en el cual desarrollen los temas que les interesan, con la óptica propia de su generación.

4.2.5 CELEBRACIÓN 30 AÑOS FELAFACS: iniciativa de realización de un evento para conmemorar las tres décadas de la Federación. Se está buscando financiamiento a través del Banco Santander y deben continuar buscándose otros socios o auspiciadores.

4.3 WEB

De los compromisos adquiridos en el anterior Consejo Directivo de Felafacs se adelantó el ajuste, a través del Sistema de Gestión de Contenidos, de las cuentas de usuarios de Felafacs, la cual contó con la participación activa de la Dirección de la Región México y la Región Países del Cono Sur. Posterior al ajuste en junio de 2010 la Presidencia de Felafacs envió a cada regional base de datos actualizada con usuarios y contraseñas de cada una de las universidades asociadas y mensaje de sensibilización de uso con el fin de socializarlas y promover el uso de la página por parte de todos sus usuarios.

* PADOR es una base de datos en línea en la que las organizaciones se inscriben a sí mismas y actualizan regularmente sus datos. Los datos facilitados por las organizaciones en PADOR son utilizados por la Comisión Europea para comprobar la elegibilidad de las organizaciones que participan en las convocatorias de propuestas.

La página actualmente presenta inconvenientes de programación ya que cuando la diseñaron en LIMA, los creadores dejaron cerrados algunos códigos y esto imposibilita la actualización oportuna del portal. Sin embargo con las herramientas que tenemos a partir de este año, periódicamente se está actualizando el saludo de Presidencia, las actividades y noticias importantes. En este momento se está diseñando un plan de reestructuración para dinamizar el portal y aprovechar los recursos que éste nos puede brindar, así podremos mantener informados y actualizados a todos los miembros de lo que sucede en el ámbito de la comunicación y los acontecimientos de la federación. El proyecto de reestructuración de la web tiene un valor de U\$3.000 y se iniciará tan pronto se cuente con los recursos para tal fin.

4.4 REVISTA DIÁLOGOS

Las actividades de la Revista Diálogos de la Comunicación desde su delegación el pasado 2010, se concentran en el acompañamiento para la publicación de nuevos números y en gestiones propias para la consolidación de la publicación electrónica, la Indexación internacional y la celebración de los 25 años de la revista.

En el periodo junio / diciembre se publicaron los números 80 / 81, preparados en su totalidad por la anterior Coordinación de Diálogos en Lima Perú por Walter Neira.

- Número 80, ***La docencia universitaria de las teorías de la comunicación*** / José Luis Piñuel Raigada (Universidad Complutense Madrid).

- Número 81, ***Medios y conflictos en Iberoamérica. Más allá de los enfoques políticos***, Sandro Macassi.

A finales de 2010 se publicó el número 82, cuyo apoyo fue brindado por la Federación al profesor Carlos Camacho para su publicación.

Número 82, ***La información como derecho humano*** / Carlos A. Camacho Azurduy (Universidad Católica Boliviana San Pablo – Unidad Académica La Paz Bolivia)

Se viene trabajando con la profesora Carmen Rico en la preparación del número 83 de Diálogos que se publicará en el segundo semestre de 2011. Además se esta preparando la convocatoria para nuevos números de Diálogos, la cual debe estar en línea y enviada a las asociaciones para su participación a finales del mes de marzo del presente año.

En el Encuentro Latinoamericano de Decanos de Facultades de Periodismo y Comunicación, el Doctor Álvaro Rojas logró establecer contacto con las señoras Concepción Lara del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación y María Antonieta Reveil, Directora de Investigaciones de la Universidad de Anáhuac, para coordinar una edición de la revista para este año.

Se tiene la idea de entregar uno de los números para que lo realice el CONEICC de México así como la elaboración una edición especial con motivo de los 30 años de Felafacs para lo que ya se iniciaron gestiones de financiación con el Banco Santander.

Edición de lujo revista diálogos (25 años): Bajo el marco de un cuarto de siglo de la Revista Diálogos en circulación, se espera que converjan dos iniciativas: la transformación del actual portal en un diseño multimedial e interactivo, junto con una edición de lujo impresa acompañada de un CD digital que amplíe la información y referencia y lleve directamente al nuevo portal.

4.5 RELACIONES INTERNACIONALES

Una vez establecida, de manera oficial, la alianza entre FELAFACS Y NCA (The National Communication Association) , la gestión más importante durante el año 2010 fue preparar la agenda académica para la conferencia de San Francisco realizada en el mes de noviembre de ese mismo año. Esta agenda fue pensada desde dos intereses: 1) permitir el intercambio académico entre investigadores de las Américas y de España. 2) Afianzar la alianza entre las dos asociaciones.

Es de destacar que durante la conferencia se presentó el proyecto de investigación "*La Situación del Comunicador en el mercado laboral hoy*". Este proyecto es el resultado de un trabajo conjunto entre investigadores de las Américas y de España. El objetivo del panel fue ofrecer información

actualizada sobre las condiciones sociales y económicas de los profesionales en comunicación de Latinoamérica, Norteamérica y España.

Después de la experiencia de San Francisco, la recomendación general es que este año debe entenderse como el año de la consolidación de la relación (The National Communication Association) NCA-FELAFACS y el de la Pre-conferencia de las Américas. La meta es lograr la participación de un grupo importante de académicos de ambos lados (Ibero y anglo-América), que permita una discusión académica que pueda luego trascender en forma de publicación. Así mismo, institucionalizar la Conferencia de las Américas como una pre-conferencia permanente de NCA (The National Communication Association).

4.6 PLAN DE TRABAJO COMUNICACIÓN Y PROYECTOS

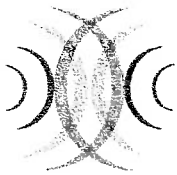
Desde Octubre de 2010 se viene preparando un plan de trabajo teniendo en cuenta todos los temas planteados en el Consejo Directivo de Marzo de 2010, en este plan están contemplados todos los aspectos por mejorar para que FELAFACS se fortalezca como Federación y continúe con su principal propósito de contribuir al desarrollo de la enseñanza y práctica profesional de la comunicación en sus diversas áreas en América Latina. El plan está compuesto por 4 lineamientos: comunicaciones, portal Web, Revista Diálogos y Oficina de Proyectos, cada uno de estos tiene un responsable directo y colaboradores para que los objetivos planteados se puedan cumplir, en este momento algunos de esos puntos ya están siendo atendidos.

4.7 AGENCIA DE ACREDITACIÓN DE LA CALIDAD DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL.

OBJETIVO GENERAL.

Promover la calidad de los programas educativos en las áreas de la comunicación y garantizar la sostenibilidad de dicha calidad mediante la implementación de procesos de mejoramiento que redunden en beneficio de la comunidad académica y de la sociedad en general.

Anexo Ficha Técnica.



federación latinoamericana de
facultades de comunicación social

FELAFACS

**FEDERACION LATINOAMERICANA DE FACULTADES DE
COMUNICACIÓN SOCIAL**

FELAFACS

ESTADOS FINANCIEROS A 31 DE DICIEMBRE DE 2010

Oficina: Facultad de Comunicación Social • Teléfono: (057 2) 4 3188000 Ext: 11524

Dirección: Calle 25 # 115-85 Km 2 vía Jamundí • Website: www.felafacs.org

Universidad Autónoma de Occidente

Cali - Colombia

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

INFORME DEL REVISOR FISCAL

A los Miembros Asociados de

FEDERACION LATIONAMERICANA DE FACULTADES DE COMUNICACIÓN SOCIAL

FELAFACS

He auditado el balance general de la FEDERACION LATIONAMERICANA DE FACULTADES DE COMUNICACIÓN SOCIAL al 31 de Diciembre de 2010 y el correspondiente estado de excedentes y/o déficit y de cambios en el patrimonio, en la situación financiera y de flujo de efectivo por el período comprendido entre el 1 de Junio y el 31 de Diciembre de 2010, fecha de inicio de operaciones de la Federación y razón por la cual los estados financieros no se presentan comparativos.

Tales estados financieros son responsabilidad de la Administración de la Federación lo que incluye la adecuada preparación y correcta presentación de estos estados financieros de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados en Colombia. Esta responsabilidad incluye diseñar, implementar y mantener un sistema de control interno adecuado para la preparación y presentación de estados financieros, libres de errores significativos, bien sea por fraude o error; seleccionar y aplicar las políticas contables apropiadas; así como efectuar las estimaciones contables que resulten razonables en las circunstancias.

Entre mis funciones se encuentra la de expresar una opinión sobre estos estados financieros con base en mis auditoría. Obtuve la información necesaria para cumplir mis funciones y llevar a cabo mi trabajo de acuerdo con normas de auditoría generalmente aceptadas en Colombia. Tales normas requieren que planifique y efectúe la auditoría para obtener una seguridad razonable acerca de si los estados financieros están libres de errores significativos. Una auditoría de estados financieros incluye examinar, sobre una base selectiva, la evidencia que soporta las cifras y las revelaciones en los estados financieros. Los procedimientos de auditoría seleccionados dependen del juicio profesional del auditor, incluyendo su evaluación de los riesgos de errores significativos en los estados financieros. En la evaluación del riesgo, el auditor considera el control interno de la Entidad que es relevante para la preparación y presentación razonable de los estados financieros, con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean apropiados en las circunstancias. Una auditoría también incluye, evaluar los principios de contabilidad utilizados y las estimaciones contables significativas hechas por la administración, así como evaluar la presentación general de los estados financieros. Considero que mi auditoría me proporciona una base razonable para expresar mi opinión.

En mi opinión, los estados financieros antes mencionados, tomados de los libros de contabilidad, presentan razonablemente, en todos los aspectos significativos, la situación financiera de la FEDERACION LATIIONAMERICANA DE FACULTADES DE COMUNICACIÓN SOCIAL al 31 de Diciembre de 2010, de conformidad con principios de contabilidad generalmente aceptados en Colombia.

Además, basado en el alcance de mi auditoría, informo que la Federación ha llevado su contabilidad conforme a las normas legales y a la técnica contable; las operaciones registradas en los libros de contabilidad y los actos de los administradores se ajustan a los estatutos y a las decisiones de la Asamblea; la correspondencia, los comprobantes de las cuentas y los libros se llevan debidamente.

Mi evaluación del control interno, efectuada con el propósito de establecer el alcance de mis pruebas de auditoría, no puso de manifiesto que la Federación no haya seguido medidas adecuadas de de control interno y de conservación y custodia de sus bienes y de los terceros que estén en su poder.

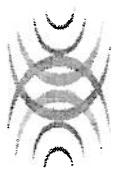
Mis recomendaciones sobre el control interno, las he comunicado en reuniones y en informes separados dirigidos a la Administración.


LORENA DEL PILAR VELASCO

Revisor Fiscal

TP 41919-T

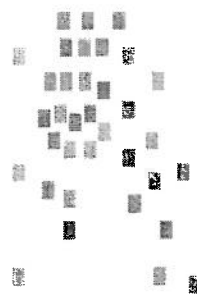
7 de Abril de 2011



federación latinoamericana de facultades de comunicación social A 31 de Diciembre de 2010

FELAFACS

BALANCE GENERAL



ACTIVOS		Nota 6
Banco	Nota 3 \$	1.688.000
Cartera	Nota 4 \$	676.832
Provision de Cartera	\$	191.407
Impuestos	Nota 5 \$	146.200
	Nota 3 \$	285.516
	Nota 4 \$	2.987.955

PASIVOS

Honorarios	\$	1.688.000
Costo y Gastos por pagar	\$	676.832
Retenciones en la fuente	\$	191.407
Impuesto a las ventas retenido	\$	146.200
Ingresos Recibos de terceros	\$	285.516
Total Pasivos	\$	2.987.955

PATRIMONIO

Resultado neto del Ejercicio	Nota 7	18.227.265
Total Pasivo más Patrimonio	\$	21.215.220
Total Activos	\$	21.215.220

Alvaro Rojas Guzman
 Alvaro Rojas Guzman
 Representante Legal

Sonia Yamileth Castro
 Sonia Yamileth Castro
 Contadora Publica
 T.P. 72789-T

Lorena del Pilar Velasco Osorio
 Lorena del Pilar Velasco Osorio
 Revisor Fiscal
 T.P. 41919-T

Nota:
 las Notas adjuntas son parte integrante de los estados financieros



Federación Latinoamericana de
Facultades de Comunicación Social

Estado de Flujos de Efectivo

Por el período de Julio a Diciembre 31 de 2010

Utilidad Neta	\$	18.227.265
Ajuste para conciliar la Utilidad Neta al Efectivo		
Provisión de Cartera		12.000.000
Aumento en cuentas por pagar		
Honorarios		1.688.000
Costo y Gastos por pagar		676.832
Retenciones en la fuente		191.407
Impuesto a las ventas retenido		146.200
Ingresos Recibos de terceros		285.516
Cuentas por Cobrar		-24.726.732
Impuesto a las ventas retenido		-513.334

Saldo en disponible al 31 de Diciembre de 2010

\$ 7.975.154

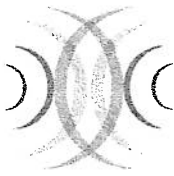
Alvaro Rojas Guzmán
Responsante Legal

Sonia Yamileth Castro
Contadora Publica
T.P. 72789-T

Lorena del Pilar Velasco Osorio
Revisor Fiscal
T.P. 41919-T

Nota:

las Notas adjuntas son parte integrante de los estados financieros



federación latinoamericana de
facultades de comunicación social

FELAFACS

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2010

NOTA No. 1 Operaciones

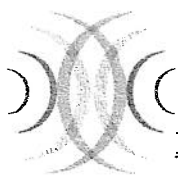
La Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social "FELAFACS" con Nit. 900. 358.594-5 y domicilio principal en la ciudad Cali, Colombia en la Carrera Cl 25 115 85 Km 2 vía Cali Jamundí Universidad Autónoma de Occidente, fue constituida mediante Escritura Publica No. 1279 de la Notaria 21 de fecha 03 de marzo de 2010, inscrita en la Cámara de Comercio de Cali, el día 18 de mayo de 2010 bajo el registro No.1279 del Libro I. Su vigencia es indefinida. Su objeto social es el desarrollo independiente de la comunicación social en cada uno de los países, a través de la formación profesional universitaria de los comunicadores, el desarrollo del conocimiento de la comunicación y el fomento del compromiso social. La Federación inició operaciones en Colombia en 1 de junio de 2010 fecha, razón por la cual los estados financieros que se presentan corresponden a un período de 7 meses y no se presentan comparativos con períodos anteriores.

Fecha de corte Estados Financieros: Diciembre 31 de 2010

NOTA No. 2 Principales políticas y prácticas contables

Sistema Contable La contabilidad y los Estados Financieros de la Federación Latinoamericana de Comunicación Social, se ciñen a las normas y prácticas de contabilidad generalmente aceptadas, disposiciones de la Superintendencia de Sociedades y normas legales expresas en Colombia, Decretos 2649 y 2650 de 1993 y sus modificatorios.

Unidad Monetaria De acuerdo con las disposiciones legales, la unidad monetaria utilizada por la Federación para las cuentas contables y los estados financieros es el peso colombiano.



federación latinoamericana de
facultades de comunicación social

FELAFACS

Deudores Las provisiones se calcularon de acuerdo al reconocimiento de las contingencias de pérdida, tomando como base para este la cartera vencida.

Provisión para Impuesto de Renta

La provisión no se tiene en cuenta por disposición del decreto 4400 del 30 de diciembre de 2004 y sus excedentes obtenidos en el desarrollo de sus actividades no se distribuyen en dinero ni en especie a sus asociados o miembros de la entidad, ni aún en el momento de su retiro o por liquidación de la misma.

Reconocimiento de Ingresos y Gastos Los ingresos, costos y gastos se contabilizan por el sistema de causación.

Nota No. 3 Disponible

El saldo a diciembre 31 de 2010, presentaba un disponible de \$7.975.154 que se encuentra registrado en el Banco Bancolombia.

Bancos

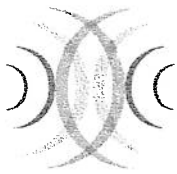
\$ 7.975.154

Nota No. 4 Deudores

El saldo a diciembre 31 de 2010, es de \$24.726.732 con un 100% de deudores extranjeros.

Deudores del Exterior

\$ 24.726.732



federación latinoamericana de
facultades de comunicación social

FELAFACS

Detalle de Cartera

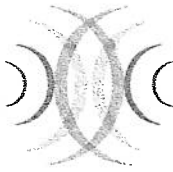
Apaefcos Panamá	\$ 570.495
Apfacom Perú	4.754.125
Coneicc México	8.502.795
Escuela Mónica Herrera	190.165
Fedeccos Argentina	755.804
Universidad de San Pablo España	377.902
Pont. Universidad Católica	190.165
U.C.A. José Simeón Caña	17.803
Univ. Autónoma de Centro	190.165
Univ. Católica Andrés Bello	19.017
Univ. Politécnica Salesiana Ecuador	19.017
Univ. José State University Usa	377.902
Univ. Técnica Particular Lonja Ecuador	33.479
Univ. Tecnológica Centro	190.165
Universidad de Los Andes	1.620.163
Universidad del Zulia Venezuela	615.036
Universidad de Quebec Canadá	377.902
Universidad de Sevilla España	377.902
Universidad Autónoma De Barcelona	377.902
Universidad de Málaga España	377.902
Universidad Santiago De Compostela España	377.902
Universidad Metodista De Sao Paulo Brasil	190.165
Universidad De Chile	190.165
Universidad De Concepción Chile	190.165
Universidad Federada De Costa Rica	190.165
Universidad De Costa Rica	45.260
Universidad Latina De Costa Rica	190.165
Universidad Latina Heredia	184.135
Universidad de Habana Cuba	190.165
Universidad Central Del Ecuador	190.165
Universidad San Francisco De Quito	190.165
Universidad Galileo De Guatemala	190.165
Universidad San Carlos De Guatemala	190.165
Universidad Nacional Autónoma De Honduras	190.165
Universidad de San Pedro	190.165
Universidad Centroamericana	190.165
Universidad De República De Uruguay	190.165
Universidad Ort Uruguay	190.165
Universidad Central De Venezuela	190.165

Oficina: Facultad de Comunicación Social • Teléfono: (057 2) + 3188000 Ext: 11524

Dirección: Calle 25 # 115-85 Km 2 vía Jamundí • Website: www.felafacs.org

Universidad Autónoma de Occidente

Cali - Colombia



federación latinoamericana de
facultades de comunicación social

FELAFACS

Universidad de Miami	380.330
Universidad de Navarra	380.330
Universidad Rey Juan Carlos España	380.330
Total cartera	<u>\$24.726.732</u>
Provisión de Cartera	-12.000.000
Cartera Neta	<u>\$12.726.732</u>

Nota No 5 IMPUESTOS RETENIDOS

El saldo a diciembre 31 de 2010, corresponde al impuesto retenido en impuesto a las ventas de régimen simplificado:

Impuestos	<u>\$ 513.334</u>
-----------	-------------------

Nota No.6 ACREEDORES

A diciembre 31 de 2010, los acreedores presentan el siguiente detalle:

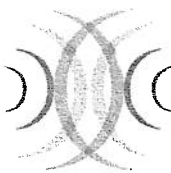
Honorarios	\$1.688.000
Costo y Gastos por pagar	676.832
Retenciones en la fuente	191.407
Impuesto a las ventas retenido	146.200
Ingresos Recibidos de terceros	<u>285.516</u>
Total Acreedores	<u>\$ 2.987.955</u>

Oficina: Facultad de Comunicación Social • Teléfono: (057 2) - 3188000 Ext: 11524

Dirección: Calle 25 # 115-85 Km 2 vía Jamundí • Website: www.felafacs.org

Universidad Autónoma de Occidente

Cali - Colombia



federación latinoamericana de
facultades de comunicación social

FELAFACS

Nota No. 7 PATRIMONIO.

A diciembre 31 de 2010, el patrimonio presenta un saldo de \$18.227.265 que está conformado por el resultado del ejercicio:

Resultado neto del Ejercicio	<u><u>\$18.227.265</u></u>
------------------------------	----------------------------

Nota No.8 INGRESOS OPERACIONALES

El total de los ingresos a Diciembre 31 de 2010 son \$39.284.658 de los cuales \$8.640.000 corresponden a cuotas nacionales y el saldo de \$30.644.658 corresponde a clientes internacionales.

Cuotas de Administración Nacionales	\$8.640.000
-------------------------------------	-------------

Cuotas de Administración Internacionales	30.644.658
--	------------

INGRESOS OPERACIONALES	<u><u>\$ 39.284.658</u></u>
------------------------	-----------------------------

Nota 9. GASTOS DE ADMINISTRACION

El saldo a diciembre 31 de 2010 se descompone así:

Provisión de cartera	\$12.000.000
Honorarios	6.440.000
Gravamen Financiero	25.498
Notariales	33.458
Registro Mercantil	138.500
Gastos de Viaje	1.329.072
Diversos	572.048

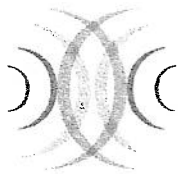
Total Gastos Administración	<u><u>\$ 20.538.576</u></u>
-----------------------------	-----------------------------

Oficina: Facultad de Comunicación Social • Teléfono: (057 2) + 3188000 Ext: 11524

Dirección: Calle 25 # 115-85 Km 2 vía Jamundí • Website: www.felafacs.org

Universidad Autónoma de Occidente

Cali - Colombia



federación latinoamericana de
facultades de comunicación social

FELAFACS

Nota 10. OTROS INGRESOS

Otros Ingresos	<u>\$ 3.690</u>
----------------	-----------------

NOTA No. 11 GASTOS FINANCIEROS

El saldo a diciembre 31 de 2010 se detalla así:

Gastos Bancarios	\$ 34.400
Diferencia en Cambio	472.080
Impuestos asumidos	<u>16.027</u>
Total Gastos Financieros	<u>\$ 522.507</u>

Santiago de Cali, Abril 7 de 2011

Doctor
ALVARO ROJAS
Presidente
FELAFACS
Ciudad

Asunto: Auditoria temas contables, operativos y administrativos de FELAFACS al 31 de Diciembre de 2010

Apreciado Dr. Rojas:

Como parte de la labor como Revisor Fiscal, he llevado a cabo una revisión sobre diferentes temas contables, operativos y administrativos de FELAFACS al 31 de Diciembre de 2010. A continuación presento los principales resultados y recomendaciones los cuales fueron discutidos previamente con la Sra. Sonia Castro Contadora, con el Dr. Luis Fernando Ronderos, Secretario Ejecutivo y con usted:

1. **Cartera:** Teniendo en cuenta el nivel de morosidad de la cartera, se recomendó realizar una provisión contable ajustada a la realidad de su recuperabilidad y así reflejar una situación económica real de la Federación al 31 de diciembre de 2010. Este análisis lo realizó el Sr. Luis Fernando Ronderos, quien presentó como resultado de valor a provisionar \$12 Millones lo que conllevó a un ajuste importante contable y de los estados financieros, pasando de un excedente neto de \$30 Millones a \$18 Millones. No obstante, es necesario continuar esfuerzos para una gestión permanente de cobro teniendo en cuenta que a la fecha ya se facturó el año 2011 según lo informado por la Administración.
2. Con relación al tema anterior, es necesario tener dentro de la documentación soporte el detalle de los terceros y saldos que conforman la provisión contable. Igualmente, se recomienda que el funcionario que se encarga de la gestión de cartera concilie mensualmente con la contabilidad los saldos que se tienen de un lado y del otro para que no existan diferencias y lo registrado contablemente corresponda a lo que se tiene realmente pendiente de cobro.
3. **Revisión de estados financieros:** Se revisó la adecuada presentación y revelación de los estados financieros, realizando diferentes recomendaciones a la Contadora para realizar una revelación y presentación ajustada a las normas contables.
4. **Registros contables y libros oficiales:** Una labor prioritaria es realizar el cierre contable del año 2010 y generar la impresión de los libros oficiales con el fin de no incurrir en sanciones por atrasos. Igualmente, debe trabajar en la actualización de la contabilidad del año 2011 lo cual además permite que las declaraciones tributarias que se presenten estén debidamente soportadas en la contabilidad y en libros oficiales generados oportunamente.

5. Impuesto de Renta: Es necesario que se tenga claridad jurídica y tributaria acerca de la obligatoriedad o no de la constitución y provisión de la provisión por impuesto de renta y declaración de renta así como de la presentación de los medios magnéticos.
6. Informe de Gestión: es importante mencionar que legalmente los estados financieros se deben acompañar del informe de gestión de la Administración y de la certificación de los estados financieros por parte del Representante Legal y el Contador.
7. Archivo y conservación documentación soporte: Se debe mantener un archivo adecuado y organizado en forma cronológica de la documentación soporte de las operaciones.
8. Seguimiento recomendaciones anteriores: es necesario realizar seguimiento de las recomendaciones presentadas anteriormente por parte de la Revisoría Fiscal, las cuales se detallan en el Anexo 1.

Agradezco la confianza y la atención prestada para el desarrollo de la labor.

Cordialmente,


LORENA DEL PILAR VELASCO
Revisor Fiscal

c.c. Dr. Luis Fernando Ronderos, Secretario Ejecutivo
Dra. Sonia Castro, Contadora



ANEXO 1

1. **FACTURACION:** Al revisar la facturación realizada en el mes de Junio de 2009, se observaron las siguientes situaciones:

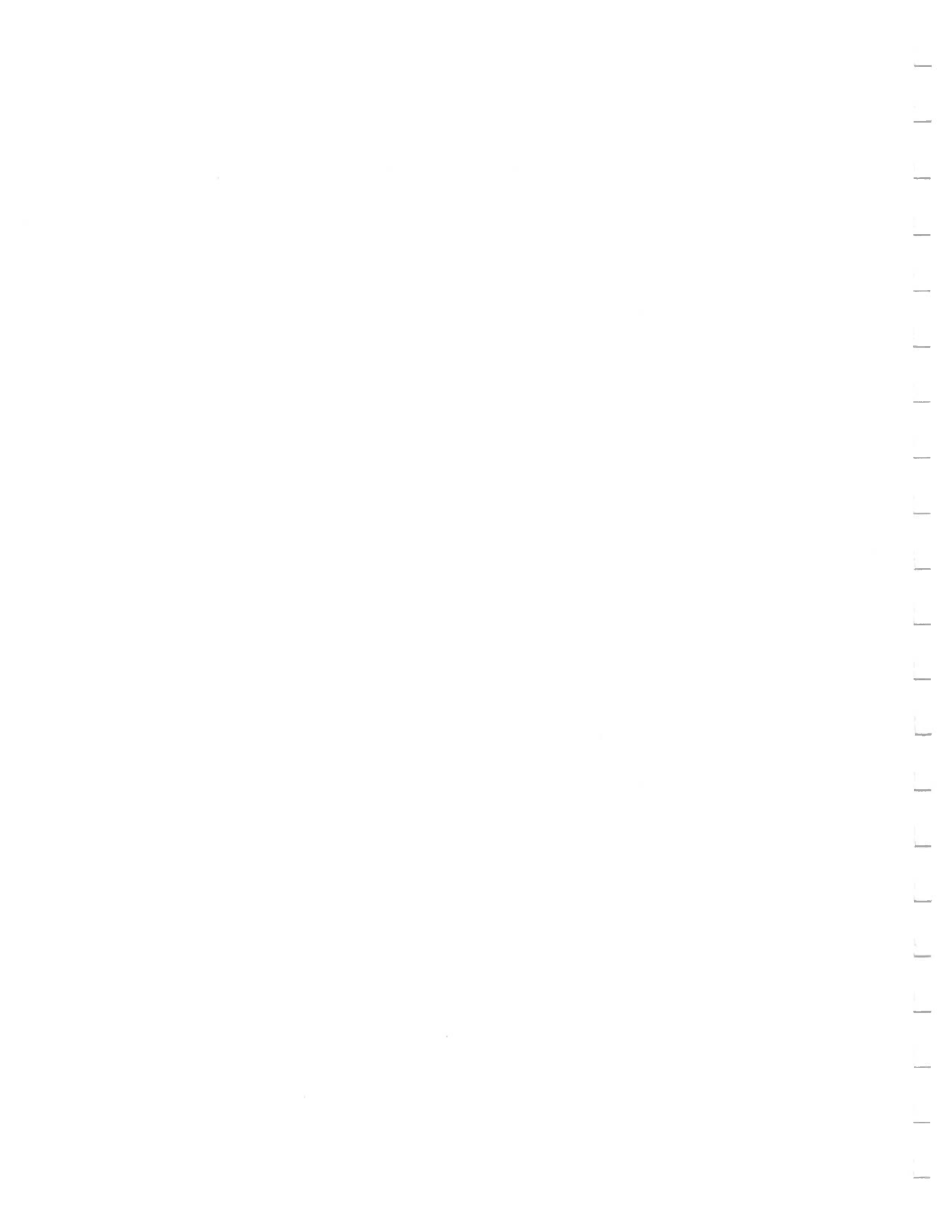
- a. Ver Anexo 1-Ver Detalle de observaciones y situaciones a revisar.
- b. Es necesario hacer una revisión individual entre la facturación realizada y la cartera base de fecha Abril de 2010, ya que al hacer la comparación general entre estas dos fuentes de información se observa una diferencia de US\$4.254 no facturada. Aunque pueden existir conceptos no facturados correspondientes a cartera de años anteriores, es importante documentar a nivel individual las diferencias, definición de políticas sobre forma de pago y concluir lo antes posible si hay conceptos no facturados para proceder con la gestión correspondiente.
- c. Como parte de la revisión de la facturación es importante asegurar que no se haya presentado doble facturación, ya que en la revisión de listados encontramos dos facturas a nombre de la Universidad Interamericana de Costa Rica.
- d. Las facturas como documento soporte de la contabilidad deben tener evidencia de elaboración, revisión y contabilización. Dichos documentos no presentaban esta evidencia.
- e. Se debe asegurar igualmente el adecuado archivo de la copia de las facturas originales las cuales deben indicar la Resolución de Autorización de la DIAN. Las suministradas para revisión correspondían a una impresión contable.
- f. Continuar los esfuerzos de recuperación de cartera antigua y cartera corriente, mediante la gestión de cobro correspondiente puede ser vía mail, y documentando por cada tercero los contactos realizados, fecha de seguimiento, respuestas y compromisos recibidos. Esto permitirá definir igualmente si existe cartera no recuperable y las medidas que como Federación se deben tomar al respecto.

2. GASTOS:

- a. En la revisión de la documentación soporte de los gastos, se observaron las siguientes situaciones algunas de las cuales no dan cumplimiento a la normatividad contable y otras que debilitan el control:
 - i. (1) soporte de gastos del mes de Julio de 2010 que no indica el nombre del cliente y que fue registrado en el mes de Junio de 2010.
 - ii. (1) soporte de gastos que no corresponde a Felafacs.
 - iii. (1) soporte de caja menor que no tiene documento soporte.



- iv. Los documentos soporte no tienen firma de aprobación.
 - v. Los documentos soporte se agrupan en un solo documento denominado "factura de compra". El documento a través del cual se registran los documentos soporte deben ser los comprobantes de contabilidad o de causación.
3. **LIBROS OFICIALES:** En la revisión efectuada, no se encontraron los libros oficiales formalizados. Por tal razón, se solicitó realizar lo antes posible esta gestión para cumplir con este requerimiento legal y contable y evitar sanciones y multas.
4. **ARCHIVO:** Es necesario que en esta etapa de inicio, se organicen los diferentes documentos soporte de la entidad (facturas, gastos, correspondencia recibida y enviada, actas, documentación institucional) en un adecuado archivo que se debe mantener en un orden consecutivo y cronológico. Esto además de permitir un adecuado control de la documentación soporte que asegura su adecuada conservación y custodia es un requerimiento contable y legal. Dicha documentación se debe centralizar y asignar la responsabilidad por su manejo y control, principalmente en casos de movimientos de documentos, caso en el cual se debe llevar un control de la documentación y correspondencia que se recibe y de la que se entrega.
5. **PRESUPUESTO Y EJECUCION PRESUPUESTAL:** Es importante contar con esta herramienta de control mensual con el fin de facilitar el seguimiento en el manejo de los recursos que se reciban, gastos presupuestados y ejecutados, medición de la capacidad financiera de la entidad y definición de necesidades de recursos adicionales.
6. **MOVIMIENTOS BANCARIOS:** Con relación a las operaciones realizadas a través de la cuenta bancaria es necesario tomar las siguientes medidas:
- a. Conciliar mensualmente el extracto bancario con las operaciones realizadas y registradas en la contabilidad. Cada conciliación debe ser debidamente documentada y contar con la evidencia de elaboración y revisión. Igualmente debe llevarse un adecuado archivo de las conciliaciones realizadas y de los documentos soporte correspondientes. En cuanto al mes inmediatamente anterior, se debe hacer seguimiento de la obtención del extracto bancario del mes de Julio de 2010.
 - b. Con relación a los pagos que se realicen, debe contarse con los documentos soporte de "comprobantes de egreso", los cuales deben estar previamente numerados y deben contar con la documentación soporte de cada pago. Todos los pagos que se realicen deben contar previamente con el visto bueno de la parte administrativa y deben tener evidencia de contabilización así como el sello de "pagado".
 - c. Con relación a los recaudos que se hayan recibido y que se reciban posteriormente, se debe identificar la entidad a la cual corresponde para formalizar la elaboración del recibo de caja correspondiente. Este documento soporte al igual que lo mencionado en el punto anterior, deben estar



previamente numerados, deben ir fechados con identificación clara del tercero de quien se recibió el dinero, la suma recaudada, el concepto, la factura que cancela y debe tener evidencia de revisión y de contabilización.

- d. Con relación a los pagos, se deben establecer los controles necesarios en el manejo de chequeras (forma de custodia, responsables de su custodia y elaboración de cheques) y definir la necesidad de creación de un fondo de caja menor, caso en el cual debe manejarse una cajilla de seguridad y definirse la responsabilidad por su manejo y control.
7. **VENCIMIENTOS TRIBUTARIOS:** Se ha recomendado a contabilidad, realizar la logística de elaboración y revisión de los vencimientos tributarios con el suficiente tiempo que permita una presentación correcta y oportuna de las obligaciones tributarias. Al respecto, es necesario como parte de la revisión que se realiza como Revisor Fiscal, contar con los registros contables de donde se ha tomado la información y los libros oficiales correspondientes para asegurar que las cifras que se presentan a la DIAN cruzan con la contabilidad. Como parte de la logística, se recomienda igualmente asignar la responsabilidad formal por la consecución de firmas, presentación y pago de estas declaraciones.
 8. **FLUJO DE CAJA:** Es importante como medida de control, llevar un registro de los pagos que se han realizado hasta el momento por parte de funcionarios de FELAFACS y que no hayan sido reembolsados, que junto con los pasivos actuales, permita consolidar las necesidades de efectivo frente a los recaudos y fuentes de ingreso que se tengan. Esto junto con el presupuesto, permitirá contar con una fuente formal de información de la capacidad financiera y de liquidez de la entidad y las medidas o planes necesarios para buscar resolverlos si es del caso para consultarlo en conjunto con los órganos estatutarios correspondientes. Al respecto, se debe tener en cuenta que el cubrimiento de gastos con recursos personales de funcionarios, no es una buena práctica para el control interno.
 9. **INFORMES Y REUNIONES DE SEGUIMIENTO:** Es importante continuar con las reuniones de seguimiento sobre los diferentes temas administrativos, operativos y contables con la participación de las personas a cargo de las diferentes labores. Como se recomendó en su momento, es igualmente necesario documentar en actas los temas que se traten, las decisiones y las tareas que resulten de dichas reuniones. Al respecto, es importante socializar el acta de la pasada reunión, con el fin de hacer el seguimiento sobre los resultados y compromisos acordados.

Igualmente es necesario que mensualmente se presenten los estados financieros mensuales comparativos con el mes inmediatamente anterior, los cuales se solicita se acompañen de notas explicativas sobre los rubros más relevantes. Esto facilita el análisis y comprensión de la contabilidad y las operaciones realizadas, además soporta la toma de decisiones.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100



**PLAN DE TRABAJO
2011 - 2012**

OBJETIVO	Gestionar la comunicación corporativa de FELAFACS mediante una estrategia integral de medios y relaciones públicas para la divulgación, visibilización y posicionamiento de la entidad entre sus actores miembros y las comunidades académicas de su entorno. (Responsable principal: Mónica Palacios Echeverry)												RECURSOS/ COSTOS					
	OBJETIVO ESPECIFICO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE(S)	TIEMPO EN MESES												INDICADORES	RESULTADOS/ PRODUCTOS	
				1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	11			12
1. Consolidar lineamientos o directrices de comunicación para Felafacs	1.1 Establecer a partir de una política de comunicación, los lineamientos tanto estratégicos, como tácticos y operativos que permitan direccionar e integrar las dinámicas de comunicación interna y externa 1.2 Establecer lineamientos gráficos, reglas o normas que contribuyan con la consolidación de una identidad visual y posicionamiento de Felafacs	* Directivos Regionales * Diana Vela * Daniela Manrique, Pilo * Diana Urbano, Practicante * Diana Escobar, Coord. Ofi * Prográfica y DPyD * Monitoras Mónica														a) Tiempo utilizado en elaboración/ tiempo planeado	a) Manual de comunicación b) Manual Estilo Visual (marca, editorial, web)	*Talento humano referenciado en responsables *Materiales de escritorio, pc, conexión a internet, skype, chat, teléfono con discoado internacional
																		a) Tiempo utilizado en elaboración/ tiempo planeado b) N° periodistas identificados e ingresados en la base
2. Visibilizar ante los medios de comunicación del entorno nacional (las regionales) e internacional la gestión de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social	2.1 Consolidar una base de datos con los medios objetivos (electrónicos -listas distribución y/o boletines - radiales, televisivos, impresos y alternativos) (Agencias: Efe, AFP, Reuters, Colprensa) -Medios internacionales 2.1.1 Identificar Egresados de las regionales (universidad sede directivo) que trabajen en medios para que contribuyan con la divulgación de información de Felafacs. 2.1.2 Elaborar Boletines de Prensa con información relevante que sea de interés para los medios con periodicidad mensual (apoyarse en la oficina de Proyectos de Cooperación y en la base de datos de grupos de investigación)	* Diana Vela * Diana Urbano, Practicante * Monitoras Mónica														a) Monitoreo de pauta	a) Figuración en medios (consolidado o registro)	
																		a) Plan de pauta y tarifario





OBJETIVO ESPECÍFICO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE(S)	TIEMPO EN MESES												INDICADORES	RESULTADOS/ PRODUCTOS	RECURSOS/ COSTOS			
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12						
1. Definir el plan de acción para trabajar en el mejoramiento técnico y de contenidos del portal de Felafacs	1.1 Diagnóstico técnico con alternativas o soluciones para ser desarrolladas	<ul style="list-style-type: none"> * Prográfica y DPyD * Daniela Vargas, Monitora * Diana Urbano, Practicante 															a) Tiempo utilizado en elaboración / tiempo planeado	a) Informe de diagnóstico y sugerencias	* Materiales de escritorio, pc, conexión a internet, skype, chat, teléfono con discado internacional	
	1.2 Determinar alcances de los mejoramientos técnicos y de contenidos para el portal																	a) Tiempo utilizado en elaboración / tiempo planeado	a) Manual Estilo Visual (marca, editorial, web) b) Manual Comunicación	
	1.3 Construir los principales lineamientos o pautas orientadoras para la administración de contenidos y la redacción de información electrónica																		a) Envío quincenal oportuno b) Respuesta y retroalimentación por parte de Directivos Regionales	a) Consolidado o historial de información y envíos
2. Contribuir con la dinamización y posicionamiento de las principales actividades o información concierne a Felafacs	2.1 Realizar una "hoja informativa" quincenal o mensual con información relevante de procesos internos de Felafacs, por medio de correos directos a las directivas regionales (reactivar correos institucionales)	<ul style="list-style-type: none"> * Equipo base Felafacs * Prográfica y DPyD * Diana Urbano, Practicante * Daniela Vargas, Monitora 																		
	2.2 Concertar medio de difusión (boletín) para circular mensualmente con actividades de Felafacs a los diferentes miembros o asociados																			
	2.3 Actualizar mensualmente saludo de presidencia																			
3. Configurar y promover el portal como espacio para la interacción y significación social de los usuarios de Felafacs.	2.4 Crear un espacio para que directivos de regionales puedan contar acerca de sus procesos	<ul style="list-style-type: none"> * Presidente Felafacs * Directivos Regionales * Diana Urbano, Practicante * Daniela Vargas, Monitora * Centro de Producción 															a) N° saludos realizados / N° planeados	a) Memorias o historial de información	* Materiales de escritorio, pc, conexión a internet, skype, chat, teléfono con discado internacional	
	3.1 Construcción colectiva de conocimiento (proyecto de incorporación de Wiki al portal de Felafacs y publicaciones con licencia ShareAlike)																			
	3.2 Cursos de formación continua (*proyecto de incorporación de plataforma Moodle al portal, *diseño instruccional de cursos mediados por plataformas electrónicas, *desarrollo de objetos electrónicos de aprendizaje (videotutoriales, laboratorios, infografías), Monitoreo y oferta del curso(s))																			
3.3 Conversaciones (chat) / Foros / noticias (Digs) (proyecto de incorporación de plataforma para conversaciones, foros y noticias destacadas por los usuarios y promoción de espacios ante usuarios del portal)	3.3 Conversaciones (chat) / Foros / noticias (Digs) (proyecto de incorporación de plataforma para conversaciones, foros y noticias destacadas por los usuarios y promoción de espacios ante usuarios del portal)	<p>La posibilidad de iniciar y planear con tiempos el funcionamiento de estas actividades dependerá de la re-estructuración integral que la página requiere.</p>																		
	Uso estratégico de redes sociales (por propósitos) (Flickr (publicación de trabajos académicos infográficos y de reportería gráfica), Youtube (publicación de trabajos académicos audiovisuales y videotutoriales), Podsonoro (Publicación de trabajos académicos de audio). Todos con licencia Creative Commons).																			





1. Nombre del proyecto/ iniciativa

Celebración de los 30 años de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social en el marco del Congreso:

Opciones de nombres:

- a) Comunicación para el cambio social en la era digital
- b) Comunicación para el desarrollo en la era digital
- c) Reflexiones e incidencia social de la comunicación en la era digital.
- d) Escuelas y facultades iberoamericanas de comunicación en la era digital:
"Lo que existe, lo que persiste y lo que está por trabajarse, desde la mirada de la comunicación para el cambio social"
- e) Comunicadores iberoamericanos en la era digital:
"Saberes y competencias desde la perspectiva de la comunicación para el cambio social"
- f) Otros

2. Justificación

La disciplina académica de la Comunicación es relativamente reciente si se compara con otras que cuentan en su haber con largos siglos de tradición. Sin embargo, como lo asegura la historiadora Amparo Cadavid Bringe, la comunicación ha estado presente siempre y en todos los entendimientos o reflexiones que se han hecho en torno al desarrollo de la humanidad. Durante su intervención en el Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo – WCCD, celebrado en Roma en el año 2006 aseguró: *"A cada concepción del desarrollo le ha correspondido una manera de entender la comunicación, y no solo de entender, sino de practicar"*.

Para el año de 1979, transcurridos más de 25 años de la época de la posguerra, y en medio de las acaloradas discusiones de académicos, industriales, investigadores y dirigentes políticos en torno a las condiciones de desarrollo o subdesarrollo de los países de América Latina y el Caribe, se dan cita en Lima, Perú Decanos y profesores universitarios de 27 Facultades de Comunicación Social de la región, en el marco del Primer Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, con el fin de intercambiar experiencias por primera vez y buscar formas de diálogo y acción común.

Durante ese primer encuentro se concretaron dos niveles de acción que se orientaron a dos objetivos: por un lado, la creación de Asociaciones Nacionales como núcleos dinamizadores de la cooperación horizontal entre las Facultades de Comunicación de cada país; y a un segundo nivel, se vio necesario impulsar también la creación de una Asociación Latinoamericana de Facultades de Comunicación.

Para el año 1980 a puertas de la celebración del Segundo Encuentro Latinoamericano se evidencia el crecimiento y existencia de un importante número de Asociaciones en las diferentes regiones, lo que provocó dejar de lado la idea de una Asociación para empezar a trabajar con la propuesta de creación de una Federación Latinoamericana. Finalmente, para el mes de octubre de 1981 durante el Tercer Encuentro Latinoamericano en Venezuela, se constituye oficialmente la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). La Federación nace así a finales del siglo XX, en medio de contundentes debates, fuertes apuestas y cambios en el pensamiento de los investigadores, académicos y responsables de un campo relativamente nuevo.

Ahora bien, en los albores del siglo XXI celebrará sus 30 años de constitución, un siglo que comenzó con el apellido de la "era digital" a cuestas; pues hoy por hoy, no puede negarse que las denominadas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, TIC resultan esenciales para el desarrollo tanto económico como para el bienestar material de la sociedad. Como lo afirma Manuel Castells estas condicionan el poder, el conocimiento y la creatividad, pueden propiciar un círculo virtuoso de desarrollo o una espiral descendente del subdesarrollo. Sin embargo, la tecnología por si misma no resuelve los problemas sociales, pues continúa siendo una herramienta más.

En el marco de lo anterior, y con motivo de la celebración de tres décadas de ejercicio académico, intercambio de saberes, desarrollo de investigaciones, intervención social e incidencia política; la Federación espera a través del Congreso propiciar un espacio de encuentro e intercambio para destacados académicos, docentes, investigadores, representantes del sector público, privado o la sociedad civil; junto a estudiantes y organizaciones tanto gubernamentales como de cooperación internacional y privadas que en la actualidad le apuesten a la educación y la comunicación como una alternativa para el cambio y la transformación social, a través del uso estratégico y apropiación social de las TIC.

3. Objetivos

General

Realizar en el marco de la celebración de los 30 años de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social un evento que por un lado reconozca la trayectoria, experiencia y aportes de la Federación a lo largo del tiempo; y por otro, que propicie la participación e intercambio de saberes entre diversos actores o públicos relacionados con el quehacer teórico- práctico del campo de la comunicación.

***nota:** el evento se enmarcará desde la perspectiva digital (TIC), la cual resulta transversal a todos los campos de acción de los comunicadores.

Específicos

- a) Convocar a los principales académicos o expertos de las diversas disciplinas de la comunicación, para que realicen desde su experticia una reflexión acerca de las apuestas teóricas y el quehacer en la actualidad
- b) Propiciar un espacio de discusión, intercambio y concertación por disciplinas de la comunicación, para re-definir perfiles, competencias y desafíos en la formación de los comunicadores
- c) Contribuir con el fortalecimiento y formación de los participantes, a través de talleres prácticos de actualización profesional acordes a las diferentes disciplinas de la comunicación
- d) Otros

***nota:** se entiende la Comunicación como el campo macro desde una mirada de la era digital y la transversalidad de las TIC, a partir de la cual se convocaría los más representativos académicos o pensadores de:

- Comunicación corporativa
- Comunicación audiovisual
- Comunicación periodística
- Comunicación para el desarrollo
- Comunicación publicitaria
- Comunicación gráfica
- Comunicación investigativa
- Comunicación digital
- Otros

4. Dirigido a

El Congreso... está pensado como una plataforma de encuentro e intercambio académico – profesional que convoca a:

- Profesores, investigadores, analistas sociales y estudiantes de Facultades de Comunicación Social y demás disciplinas o áreas afines
- Periodistas, productores, realizadores, artistas y demás profesionales de áreas afines
- Representantes del sector y la gestión pública, la cultura y la empresa privada relacionados con el campo de la comunicación, la educación y las tecnologías
- Representantes de organizaciones de la sociedad civil, organizaciones no gubernamentales, organizaciones religiosas y entidades de cooperación internacional.
- Organizaciones, entidades o personas en las que los procesos de comunicación, educación o apropiación social de las TIC son determinantes para su reflexión o quehacer profesional.

5. Ejes temáticos

Los ejes temáticos responderán a las diversas disciplinas nombradas anteriormente:

- Comunicación corporativa
- Comunicación audiovisual
- Comunicación periodística
- Comunicación para el desarrollo
- Comunicación publicitaria
- Comunicación gráfica
- Comunicación investigativa
- Comunicación digital
- Otros

A continuación, se destacan algunas ideas para tener en cuenta en la consolidación de dichos ejes o en la determinación de las conferencias, paneles, conversatorios o talleres a realizarse durante los días del evento:

a) Comunicación en acción, para planificar y mejorar:

- Estrategias de comunicación orientadas a la Reducción de Riesgos de Desastres y Cambio climático
- Comunicación para estrategias de Seguridad alimentaria, Desarrollo rural y Medios de subsistencia
- Comunicación para la reducción de la pobreza y temas de equidad de género

b) Comunicación en acción, para promover la participación y movilización comunitaria

- Ciudadanías emergentes: alternativas de comunicación y participación en la sociedad de la información
- Gestión social de la información y el conocimiento a través de usos estratégicos y procesos de apropiación de TIC

c) Comunicación en acción, para la investigación social

- Los “nativos digitales” y el futuro de las TIC: desafíos y apuestas
- TIC para el cambio social

6. Metodología

El evento... tendrá una duración de 3 días, entre los cuales se desarrollarán las siguientes actividades:

Conferencia

Discurso preparado y enunciado por uno o varios expertos en un tema. Su objetivo principal es convencer o persuadir al auditorio acerca de la temática que se está abordando y su postura frente a la misma.

*Conferencia principal de apertura

*Conferencia para el segundo día en la mañana

Panel:

Espacio dedicado a la puesta en común y actualización de un tema concreto, fijado con antelación y en donde intervienen expertos en el tema. El panel tiene el sentido de una consulta a expertos locales, nacionales o internacionales de un tema.

*Se pueden realizar dos paneles en las tardes del 1 y 2 día

Conversatorio

El conversatorio es un espacio que estimula y permite el intercambio de experiencias en un ambiente informal y divertido. La preparación que requieren los participantes no es demasiado rigurosa; puede darse, por tanto, al conversatorio el ambiente de un taller en que los participantes no se conocen unos a otros ni conocen a los organizadores y a través de su interacción esperar profundizar temas que los motivan o inquietan.

*Se pueden realizar al menos tres conversatorios paralelos en la mañana del 3 día

Taller

Metodología de trabajo en la que se integran la teoría y la práctica. Se caracteriza por motivar la investigación, el descubrimiento y el trabajo en equipo, acorde con el tema propuesto teniendo como fin la elaboración de un producto tangible. Un taller también puede entenderse como una sesión de entrenamiento o guía que puede tomar horas o varios días de duración.

*Se pueden realizar al menos tres talleres paralelos en la tarde del 3 día

Acto cultural y conmemoración de los 30 años

*Un cóctel o acto central el primer o último día en conmemoración a los 30 años de la Federación

*Una reunión o acto previo (un día antes) con los miembros honorarios o destacados de la Federación (cena)

*Homenaje(s) por trayectoria, se escogen los 5 principales y se coordina una votación por Internet

*Otros

7. Invitados especiales

A continuación se relacionan tanto las personas sugeridas para talleres o conferencias durante el Congreso, como invitados claves a tener en cuenta:

- a) Fundadores de la Federación
- b) Representantes o miembros de la Asamblea General
- c) Consejo Directivo
- d) Comité Consultivo de la Revista Diálogos de la Comunicación (existen varios académicos que pueden liderar conferencias, paneles, conversatorios y talleres, seleccionar cuáles serían los más pertinentes)
- e) Directivos de organizaciones internacionales (establecer listado desde presidencia Felafacs, contando con sugerencias de Directivos Regionales)
- f) Representantes de gobierno de las diferentes regionales (cada directivo debe sugerir un listado y proporcionar datos de contacto)
- g) Otros por definir

8. Presupuesto

Partidas Presupuestarias	N° / Cant / Tiempo	Valor Unitario		Monto Financiación (subtotal)		Contribuciones		Observaciones
		Dólares	Euros	Dólares	Euros	Felafacs	Auspiciador	
Administración								
Honorarios								
Actividades preliminares								
Gastos de operación (viáticos)								
Capacitación								
Difusión								
Materiales e insumos								
Inmobiliarios								
Infraestructura tecnológica								
Fondo de donación / capital de inversión								
Imprevistos								

9. Explicación partidas presupuestarias

A continuación se describen las principales partidas presupuestarias que la Federación tiene caracterizadas, junto a sus subpartidas; todas las cuales aplican acorde al tipo de proyecto o iniciativas así como al tipo de socio/aliado/auspiciador.

N°	Partidas presupuestarias	Ejemplos de subpartidas
1	Administración	Pagos al personal de planta o personas directamente relacionadas con el proyecto, más beneficios legales y seguro social.
2	Honorarios	Pagos a consultores, investigadores, académicos o expertos
3	Actividades preliminares	Gastos legales, estudio de mercado, etc.
4	Gastos de operación (viáticos)	Pagos de tiquetes, hospedaje, alimentación, transporte, cenas o salidas especiales, etc.
5	Capacitación	Compra de materiales didácticos, participación en eventos, cursos, seminarios, talleres, etc.
6	Difusión	Pagos para impresiones, desarrollos Web, productos escritos, audiovisuales, multimediales, etc.
7	Materiales e insumos	Compra de papelería en general, fotocopias, impresiones, etc.
8	Inmobiliarios	Activos tangibles y permanentes, relacionados con tierras o edificios
9	Infraestructura tecnológica	Equipos de informática u oficina, especializados acorde al proyecto / iniciativa, etc.
10	Fondo de donación / capital de inversión	Apoyo a pequeños proyectos de desarrollo o iniciativas emprendedoras
11	Imprevistos	Porcentaje menor igual al 10% del presupuesto general acordado para gastos misceláneos, desarrollo organizativo, reuniones, etc.

1. Nombre del proyecto/ iniciativa

Mirada Joven

2. Justificación

Uno de los grandes desafíos para un canal de televisión es mantener y renovar su audiencia. Hasta la famosa CNN tuvo un serio revés en ese sentido cuando se le “envejeció” la audiencia que la llevó al éxito y quedó excluida de las preferencias de los jóvenes.

La moraleja de la experiencia de CNN es evidente: Un canal debe preocuparse –y ocuparse- por todos los segmentos de la audiencia y crear mecanismos para involucrar al público joven que recién ingresa al mercado.

Una estrategia para lograr este propósito es permitir que el canal de televisión sirva de vehículo de comunicación de los jóvenes. Hoy por hoy, la audiencia juvenil recibe noticias y contenidos creados por adultos. Pero los temas impuestos por los mayores no siempre coinciden con los intereses de los jóvenes. O las ópticas con las cuales son abordados pueden diferir de la visión que ellos tienen de los temas. Es preciso, entonces, crear espacios para que sean los mismos jóvenes quienes confeccionen su agenda informativa y comunicativa. Contenidos hechos por jóvenes para jóvenes y para adultos; para comunicarse entre ellos y para que los mayores conozcan sus ideas y posiciones.

3. Objetivos

Este proyecto propone la creación, producción y emisión de un programa semanal de media hora producido por jóvenes de toda Latinoamérica, en el cual desarrollen los temas que les interesan, con la óptica propia de su generación. Se busca tener una mirada joven sobre todos los aspectos que ocupan a nuestras sociedades. Proporcionar a los jóvenes un espacio para que se comuniquen entre sí y para que expresen a los mayores su posiciones frente a los grandes temas, sus preocupaciones y frustraciones, sus intereses, sus críticas, sus propuestas, sus visiones.

Cuando los adultos que hacemos televisión pensamos en productos para los jóvenes, generalmente nos limitamos al deporte y al entretenimiento. Pero hay muchos otros temas que les preocupan: el estudio, el trabajo, las oportunidades, el emprendimiento, la innovación, la droga, el intercambio cultural, las tribus urbanas, la tecnología, viajes, la moda, el sexo, los videojuegos, las sectas religiosas, las redes sociales, la migración, “fitness”, la violencia, la ecología, el arte callejero, carros y motos, para mencionar solo unos cuantos. Todos estos, y muchos otros seleccionados y realizados por jóvenes, serán abordados en MIRADA JOVEN.

4. Dirigido a

El estudio está dirigido a la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social – FELAFACS, teniendo como objeto de análisis específico la capacidad investigativa de sus distintas instituciones y entidades asociadas, con base en la información de sus grupos de investigación.

5. Metodología y Ejes temáticos

La producción

MIRADA JOVEN será realizado por estudiantes de comunicación social del continente. En América Latina existen muchas más de 300 facultades de comunicación social y periodismo, cuyos estudiantes producen piezas de televisión que normalmente no llegan más allá del ámbito de su salón y, con suerte, de la universidad.

Las escuelas de periodismo del continente están agrupadas en FELAFACS, la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, que cuenta con 237 afiliadas de 19 países. Para la producción de MIRADA JOVEN se pedirá el respaldo institucional de FELAFACS, cuya presidencia se ejerce desde Colombia, en cabeza del Dr. Álvaro Rojas G., de la Universidad Autónoma de Occidente de Cali. El respaldo de FELAFACS será una importante llave de entrada para contactar a las universidades e invitarlas a participar en el proyecto. Asimismo, avala el proceso pedagógico que pretende promover el programa.

Formato del programa

- MIRADA JOVEN tendrá un formato de magazín. Es decir, diversidad de temas pero todos referentes y de interés para los jóvenes.
- Duración de 30 minutos comerciales (25 minutos efectivos)
- Cada nota periodística tendrá una duración aproximada de tres minutos.
- Tendrá uno o dos presentadores, cada vez de una universidad diferente. Los países serán alternados y variados.
- Los presentadores de cada emisión harán una presentación corta de su ciudad y su universidad.
- Preferiblemente las presentaciones se harán en exteriores.
- Aunque en principio no hará secciones fijas, se procurará que en cada programa se cubran temas de: educación, personaje, proyectos jóvenes, deportes, arte/espectáculos, tecnología, campos de acción, tendencias.

Mecánica de la producción

Se establece una red de contribuyentes de MIRADA JOVEN compuesta inicialmente por 60 facultades. Éstas se seleccionarán, por una parte, teniendo en cuenta el volumen de audiencia de televisión que representa cada país. El otro criterio de selección será la dotación de equipos de televisión y capacidad de producción de cada facultad. La siguiente es una distribución tentativa de facultades por cada país:

Argentina	7	Nicaragua	1
Chile	5	Honduras	2
Uruguay	1	Guatemala	2
Bolivia	3	Costa Rica	2
Perú	5	El Salvador	2
Ecuador	4	México	7
Colombia	6	Estados Unidos	1
Venezuela	5	Cuba	1
Panamá	2	Puerto Rico	1
República Dominicana	3		

Para elaborar un programa de media hora comercial de duración se requieren 6 notas de tres minutos, para un total de 312.

Cada facultad se compromete a contribuir con un mínimo de 6 notas al año (promedio de una cada dos meses), lo cual da un total de 360 informes. Esto permitirá a la producción descartar un 15% de material que podría no ser óptimo.

Las facultades que no se encuentren dentro de la red inicial de contribuyentes también podrán aportar al programa, siempre y cuando sus productos satisfagan las exigencias mínimas de calidad técnica y periodística. La red de contribuyentes podrá ampliarse con nuevas facultades.

Organización de la producción:

Una vez la facultad acepte ser contribuyente de MIRADA JOVEN, designará una persona de contacto, quien será el interlocutor permanente con la producción del programa. La llamaremos "productor local".

- Cada productor local recibirá un manual de instrucciones para la producción y el envío del material.
- El productor local propondrá a la producción general los temas sugeridos por sus estudiantes y ambos decidirán cuáles realizar. Con la propuesta de temas se busca esencialmente no caer en repeticiones.
- Las notas serán editadas en la respectiva facultad y luego enviadas al centro de producción, en donde se hará el montaje final de cada programa.

- Cada facultad tendrá a su cargo suministrar una vez al año un(a) presentador(a), o una pareja de presentadores estudiantes y de grabar sus presentaciones, siguiendo el libreto enviado por la producción general.
- El canal asume los costos del tráfico de material y de los cassettes u otros soportes para la grabación.

6. Resultados esperados

Beneficios de MIRADA JOVEN

- MIRADA JOVEN responderá a la necesidad del Canal de proporcionar contenidos informativos de interés para el público joven del continente.
- Con MIRADA JOVEN, el Canal se convierte en un referente para las facultades de comunicación del continente. Referente tanto para estudiantes como para profesores, lo cual contribuye enormemente al prestigio del canal.
- Con MIRADA JOVEN, el Canal se convierte en vehículo de integración y de intercambio cultura, con lo cual el cumple su cometido integrador y cultural.
- Cada programa podrá ser emitido al menos tres veces, para las tres zonas horarias del continente. Tendrá asegurada la sintonía en cada una de las emisiones.

7. Responsable de propuesta

Ignacio Greiffenstein Arango
Ex Director CNN en Español

8. Presupuesto

Partidas Presupuestarias	N° / Cant / Tiempo	Valor Unitario		Monto Financiación (subtotal)		Contribuciones		Observaciones
		Dólares	Euros	Dólares	Euros	Felafacs	Auspiciador	
Administración								
Honorarios								
Actividades preliminares								
Gastos de operación (viáticos)								
Capacitación								
Difusión								
Materiales e insumos								
Inmobiliarios								
Infraestructura tecnológica								
Fondo de donación / capital de inversión								
Imprevistos								

9. Explicación partidas presupuestarias

A continuación se describen las principales partidas presupuestarias que la Federación tiene caracterizadas, junto a sus subpartidas; todas las cuales aplican acorde al tipo de proyecto o iniciativas así como al tipo de socio/aliado/auspiciador.

N°	Partidas presupuestarias	Ejemplos de subpartidas
1	Administración	Pagos al personal de planta o personas directamente relacionadas con el proyecto, más beneficios legales y seguro social.
2	Honorarios	Pagos a consultores, investigadores, académicos o expertos
3	Actividades preliminares	Gastos legales, estudio de mercado, etc.
4	Gastos de operación (viáticos)	Pagos de tiquetes, hospedaje, alimentación, transporte, cenas o salidas especiales, etc.
5	Capacitación	Compra de materiales didácticos, participación en eventos, cursos, seminarios, talleres, etc.
6	Difusión	Pagos para impresiones, desarrollos Web, productos escritos, audiovisuales, multimediales, etc.
7	Materiales e insumos	Compra de papelería en general, fotocopias, impresiones, etc.
8	Inmobiliarios	Activos tangibles y permanentes, relacionados con tierras o edificios
9	Infraestructura tecnológica	Equipos de informática u oficina, especializados acorde al proyecto / iniciativa, etc.
10	Fondo de donación / capital de inversión	Apoyo a pequeños proyectos de desarrollo o iniciativas emprendedoras
11	Imprevistos	Porcentaje menor igual al 10% del presupuesto general acordado para gastos misceláneos, desarrollo organizativo, reuniones, etc.

1. Nombre del proyecto/ iniciativa

Caracterización y ranqueo de entidades asociadas a FELAFACS, con base en su capacidad investigativa

2. Justificación

Con este estudio se pretende que la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social – FELAFACS recoja toda la información posible asociada a la capacidad investigativa de los grupos de investigación adscritos a sus miembros, con la intención de convertirla en conocimiento valioso que permita identificar oportunidades de desarrollo, sugerir alianzas y movimientos estratégicos y elaborar un ranking que muestre la posición de cada institución y entidad respecto a sus pares con base en una serie de indicadores y un sistema de medición válidos y confiables. De esta manera FELAFACS y sus miembros podrán contar con un insumo importante para su desarrollo investigativo, así como con una radiografía de la situación actual de la relación investigación-comunicación a nivel latinoamericano.

3. Objetivos

El estudio tiene por objetivo general:

Realizar una caracterización y un ranking de las diferentes instituciones y entidades asociadas a la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social – FELAFACS, a través de la revisión de su capacidad investigativa.

De manera específica, el trabajo pretende:

- Construir un conjunto de indicadores válidos y confiables que permitan medir y analizar la capacidad investigativa de las diferentes instituciones y entidades asociadas a FELAFACS, a través del desempeño de sus grupos de investigación.
- Describir el panorama comunicativo-investigativo latinoamericano, a través de la revisión de la información investigativa perteneciente a las instituciones y entidades asociadas a FELAFACS, con la intención de presentar una visión integral de dicha realidad.
- Identificar los principales elementos investigativos asociados a las instituciones y entidades integrantes de FELAFACS, con el interés de estandarizar criterios, focalizar sus diferentes niveles de desarrollo y generar políticas mancomunadas en beneficio de todos los miembros FELAFACS y del área de la comunicación a nivel latinoamericano.
- Clasificar las diferentes instituciones y entidades asociadas a FELAFACS a través de un ranking de capacidades investigativas, permitiendo que cada una de ellas identifique su posición en relación con sus pares a nivel latinoamericano.

4. Dirigido a

El estudio está dirigido a la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social – FELAFACS, teniendo como objeto de análisis específico la capacidad investigativa de sus distintas instituciones y entidades asociadas, con base en la información de sus grupos de investigación.

5. Metodología y Ejes temáticos

La metodología a emplear en el presente estudio se basa en la relación dato → información → conocimiento y combina elementos de la investigación cuantitativa con aspectos de la investigación cualitativa, abordando el problema desde dos perspectivas complementarias que posibilitan el apoyo y soporte de los diferentes aspectos trabajados a lo largo del estudio.

Con base en lo anterior, se consideran los siguientes procedimientos:

- Análisis de documentos y archivos institucionales (de los miembros de FELAFACS) y federativos (FELAFACS): para identificar qué elementos comunes tienen las distintas entidades en relación con aspectos importantes asociados a sus actividades investigativas.
- Entrevistas con el staff de FELAFACS y/o con los responsables de las instituciones asociadas más representativas (o con sus grupos más distinguidos): con la intención de profundizar un poco más en los elementos encontrados en el análisis de documentos y archivos. Aquí se puede trabajar con la técnica de grupos de enfoque.
- Aplicación de un instrumento (encuesta): para conocer, con base en las opiniones cerradas de los investigadores pertenecientes a las distintas entidades e instituciones asociadas a FELAFACS, qué aspectos relacionados con el ámbito investigativo-comunicativo pueden ser útiles para el desarrollo del estudio.
- Generación de un listado de elementos investigativos comunes producto de una depuración coherente y exhaustiva. Base de los indicadores a construir.
- Elaboración de los indicadores con base en el listado de elementos investigativos generado: se elaboran indicadores de base e indicadores compuestos.
- Recolección de datos e información relacionados con las especificidades de cada uno de los indicadores elaborados. Aquí se puede trabajar con una solicitud global de información a cada institución o entidad adscrita a FELAFACS o se puede aplicar un nuevo instrumento que aterrice mucho más la solicitud de información requerida.

- Clasificación de la información obtenida a través de la implementación de los indicadores y caracterización de las entidades asociadas a FELAFACS.
- Conformación de un sistema que permita realizar un ranking de entidades e instituciones asociadas a FELAFACS: construcción que se soporta en los indicadores, en la generación del listado de elementos investigativos comunes y en un sistema de ponderación coherente, válido y confiable desarrollado con base en la participación de los diferentes entes institucionales y federativos relacionados de una u otra manera con el trabajo investigativo.
- Generación de nuevo conocimiento, con base en la caracterización y el ranqueo establecidos, para la toma asertiva de decisiones y la ubicación de valor agregado: aprovechamiento de la caracterización y el ranqueo con la intención de elaborar políticas y definir nuevas estrategias de desarrollo a nivel grupal, institucional y/o federativo.

En relación con los ejes temáticos, se tienen en cuenta los siguientes:

- Transformación de los datos en información, de la información en conocimiento y del conocimiento tácito en conocimiento explícito.
- Gestión y administración del conocimiento en instituciones educativas y de investigación.
- Capitales intangibles.
- Valor agregado derivado de la transformación de la información en conocimiento.
- Sociedad de la información y del conocimiento.
- Construcción de indicadores.
- Elaboración de modelos de medición con base en el uso e implementación de indicadores.
- Sistemas de operacionalización y medición.

6. Resultados esperados

Se pretende que el estudio genere los siguientes resultados:

- Un listado común y consolidado de aspectos fundamentales para el desarrollo de las distintas entidades e instituciones asociadas a FELAFACS, relacionado con la investigación en el campo de la comunicación.
- Un conjunto de indicadores de base y complementarios válidos y confiables que permitan analizar la capacidad investigativa de las diferentes instituciones y entidades asociadas a FELAFACS, con base en la información de sus grupos de investigación.

- La caracterización de los diferentes grupos de investigación, instituciones y entidades asociados a FELAFACS.
- Un ranking que permita conocer la posición que ostenta cada entidad o institución asociada a FELAFACS con base en su capacidad investigativa.
- La descripción del panorama comunicativo-investigativo latinoamericano, a través de la revisión de la información perteneciente a las instituciones y entidades asociadas a FELAFACS.
- Una serie de sugerencias y recomendaciones para las instituciones y entidades asociadas a FELAFACS, así como para la propia Federación, con base en los datos y la información recopilados y el conocimiento generado.

7. Responsables de propuesta

Docentes investigadores de la Universidad Autónoma de Occidente:

Fredy Eduardo Vásquez Rizo. Comunicador Social-Periodista de la Universidad Autónoma de Occidente-UAO, Colombia, y Magíster en Ciencias de la Información y Administración del Conocimiento del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey-ITESM, México.

Actualmente, trabaja como Coordinador de Sistemas de Información de la Oficina de Planeación y Desarrollo Institucional de la UAO y es docente del área de Comunicación e Investigación en la misma Institución. Ha elaborado diversos proyectos, un libro, artículos en Colombia, España, Argentina y México, tres capítulos de libro (uno para PNUMA y Colciencias) y varias ponencias. Además, es Par Evaluador del Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación-Colciencias y miembro de los Grupos de Investigación en Gestión del Conocimiento y Sociedad de la Información y en Educación de la Universidad Autónoma de Occidente.

Jesús Gabalán Coello. Ingeniero Industrial de la Universidad Autónoma de Occidente, Colombia y Magíster en Ingeniería con énfasis en Ingeniería Industrial de la Universidad del Valle, Colombia. El profesor Gabalán ha desarrollado su actividad académica y profesional en las áreas de aseguramiento de la calidad, planeación, investigación y evaluación teniendo como herramienta la investigación estadística, modelación para la toma de decisiones y medición de impacto.

Actualmente se desempeña como Coordinador de Calidad de la Oficina de Planeación y Desarrollo Institucional de la Universidad Autónoma de Occidente. Es investigador del Grupo de Investigación en Educación de la Universidad Autónoma de Occidente y ha participado como autor y coautor de varias ponencias y artículos científicos en temas relacionados con evaluación y estadística, publicados en revistas nacionales e internacionales.

8. Convocatoria a la que se presentaría

a) Nombre

Convocatoria de ayudas a la investigación
Fundación Carolina CeALCI

b) Descripción general:

La convocatoria tiene por objetivos:

- Promover la investigación en materias enmarcadas en las líneas de investigación prioritarias de Centro de Estudios de América Latina y la Cooperación Internacional (CeALCI) de la Fundación Carolina, según se recoge en el apartado del programa de investigación de su Plan de Actuación 2010.
- Fomentar la investigación y a divulgación de conocimientos en relación con la Comunidad Iberoamericana y los países que la integran, y las políticas de desarrollo.
- Contribuir a la formación de personal investigador.

d) Plazos

Esta es una convocatoria abierta que se resolverá dos veces al año, en mayo y en octubre de 2011. Las solicitudes de la actual convocatoria deberán ser presentadas por el investigador/a principal a través del formulario electrónico disponible en la página web de la Fundación Carolina (www.fundacioncarolina.es) a partir del mes de febrero de 2011 hasta el 30 de abril 2011.

Fechas de cierre: Hasta las 24:00 (hora española) del día 30 de abril de 2011, y hasta las 24:00 (hora española) del día 30 de septiembre de 2011.

e) Financiación:

El importe máximo de cada una de las ayudas será de 18.000 euros.
Duración de la ayuda: 12 meses

Conceptos susceptibles de ayuda:

- Gastos de personal investigador involucrado en el proyecto. (No podrá suponer más del 50% del total de la ayuda solicitada con prioridad para los gastos de personal investigador en formación). Podrá incluirse personal de apoyo a la investigación.
- Gastos de viajes y dietas.
- Material inventariable y fungible necesario para la investigación. Este concepto no podrá suponer más del 20% de la ayuda solicitada.

- Otros gastos de investigación, que en todo caso habrán de especificarse. En ningún caso, se cubrirán gastos de la publicación de los resultados de la investigación, ni gastos de traducción a otros idiomas, ni gastos de inscripción de asistencia a Congresos y Seminarios.
- Costes indirectos asociados a la realización del proyecto de investigación. Este concepto no podrá suponer más del 8% del total de la ayuda solicitada.
- 6. Todos los gastos, excepto los costes indirectos, deberán justificarse debidamente, a través de facturas y recibos originales o fotocopias cotejadas por la Institución.

9. Presupuesto

Partidas Presupuestarias	N° / Cant / Tiempo	Valor Unitario		Monto Financiación (subtotal)		Contribuciones		Observaciones
		Dólares	Euros	Dólares	Euros	Felafacs	Auspiciador	
Administración								
Honorarios								
Actividades preliminares								
Gastos de operación (viáticos)								
Capacitación								
Difusión								
Materiales e insumos								
Inmobiliarios								
Infraestructura tecnológica								
Fondo de donación / capital de inversión								
Imprevistos								

10. Explicación partidas presupuestarias

A continuación se describen las principales partidas presupuestarias que la Federación tiene caracterizadas, junto a sus subpartidas; todas las cuales aplican acorde al tipo de proyecto o iniciativas así como al tipo de socio/aliado/auspiciador.

N°	Partidas presupuestarias	Ejemplos de subpartidas
1	Administración	Pagos al personal de planta o personas directamente relacionadas con el proyecto, más beneficios legales y seguro social.
2	Honorarios	Pagos a consultores, investigadores, académicos o expertos
3	Actividades preliminares	Gastos legales, estudio de mercado, etc.
4	Gastos de operación (viáticos)	Pagos de tiquetes, hospedaje, alimentación, transporte, cenas o salidas especiales, etc.
5	Capacitación	Compra de materiales didácticos, participación en eventos, cursos, seminarios, talleres, etc.
6	Difusión	Pagos para impresiones, desarrollos Web, productos escritos, audiovisuales, multimediales, etc.
7	Materiales e insumos	Compra de papelería en general, fotocopias, impresiones, etc.
8	Inmobiliarios	Activos tangibles y permanentes, relacionados con tierras o edificios
9	Infraestructura tecnológica	Equipos de informática u oficina, especializados acorde al proyecto / iniciativa, etc.
10	Fondo de donación / capital de inversión	Apoyo a pequeños proyectos de desarrollo o iniciativas emprendedoras
11	Imprevistos	Porcentaje menor igual al 10% del presupuesto general acordado para gastos misceláneos, desarrollo organizativo, reuniones, etc.

1. Nombre del proyecto/ iniciativa

Agencia Iberoamericana de Acreditación de la calidad de la Educación en Comunicación

2. Presentación

Uno de los temas más relevantes para el futuro de las universidades, a saber: el nivel de calidad de nuestros profesionales egresados; la nueva cultura de autoevaluación en la educación superior y el modelo de legitimación social y compromiso con la excelencia que tienen todos nuestros programas, nos permiten visualizar un papel protagónico en la era de la globalización.

El sentido de esta propuesta, es el de revisar experiencias propias de cada región en materia de evaluación y acreditación de la calidad, con el fin de integrar las riquezas, homogeneidades y diferencias creativas de nuestras regiones; este esfuerzo colectivo se propone la creación de una organización en común que nos ayude a incluir a las facultades de comunicación con sus diferentes énfasis y especificidades, en el contexto de las sociedades de conocimiento tecnológico tanto en el mercado como en los medios de comunicación e información; los cuales son el sustento principal del desarrollo mundial en el siglo XXI.

Teniendo en cuenta lo anterior, la agencia se crea como una forma de promover la calidad de la docencia, la investigación y la gestión, así como para enriquecer la excelencia de las carreras de comunicación, entre los socios de Felafacs, a fin de garantizar el sistema universitario y cumplir las expectativas sociales de progreso académico y responsabilidad social.

3. Misión

Promover el mejoramiento continuo de los profesionales de la comunicación en Iberoamérica y dimensionar su proyección humana, mediante procesos de evaluación y acreditación de la calidad, bajo los principios de formación y excelencia académicos.

4. Visión

Ser reconocida en Iberoamérica, como una agencia de acreditación de las carreras de comunicación, con altos estándares de calidad, confiabilidad y credibilidad a nivel internacional.

5. Justificación

FELAFACS es un organismo internacional de carácter no gubernamental que agrupa a 245 facultades y escuelas de Comunicación, de 23 países de América Latina y otras regiones. Es reconocida por la UNESCO desde 1987 y fue creada en octubre de 1981 con el propósito de contribuir al desarrollo de la enseñanza y práctica profesional de la comunicación en sus diversas áreas.

La organización la integra Facultades y Escuelas de universidades públicas y privadas, sin distinciones en razón de su diversidad económica, política o religiosa. La formación, la investigación, la cooperación internacional, los servicios a terceros y la información y difusión de noticias y actividades son sus líneas estratégicas de trabajo, las cuales contribuyen a mejorar la comunicación misma en una perspectiva de desarrollo integral en América Latina.

El aumento de instituciones que integran la Federación y la multiplicidad de apuestas formativas han llevado a la necesidad de establecer procesos de evaluación externa de la calidad de la formación. Frente a dicho panorama, han emergido organizaciones como:

La Red Internacional de Agencias de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (*International Network for Quality Assurance Agencies in Higher Education - INQAAHE*), la cual tiene más de 200 miembros, hace énfasis en recoger y difundir información sobre la teoría

actual, el desarrollo y la práctica en la evaluación, mejora y mantenimiento de la calidad en la educación superior.

La Red Iberoamericana para la Acreditación de la Calidad de la Educación Superior (RIACES) tiene como propósito "promover entre los países iberoamericanos la cooperación y el intercambio en materia de evaluación y acreditación de la calidad de la educación superior, y contribuir así a la garantía de la calidad de la educación superior de estos países"¹.

El Consejo Centroamericano de Acreditación (CCA) integra a países como Guatemala, Belice, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá. Tiene como misión "establecer mecanismos regionales que armonicen, articulen e integren el esfuerzo de diversas instituciones y organizaciones en el ámbito centroamericano, y den validez internacional a la acreditación de la calidad de la educación superior que se realiza en los distintos países de la región"².

EL Mecanismo Experimental de Acreditación de Carreras del Mercosur (MEXA) ha logrado un diseño de parámetros comunes de evaluación para carreras seleccionadas y procedimientos comunes con actuación de agencias de cada país y a su vez con la autoevaluación y evaluación externa por pares.

En el marco de lo anterior, es evidente que la educación superior no puede analizarse sin antes hacer un balance y establecer el contexto en el que ha de cumplir su misión. Para ello hay que tener en cuenta que son instituciones sociales aquellos campus universitarios que ejercen funciones estratégicas para el desarrollo cultural, científico y tecnológico y para los proyectos de consolidación de una sociedad.

La acreditación y la constitución de la Agencia Latinoamericana de Acreditación de la calidad de la Educación en Comunicación (ALACEC) debe ser vista como un mecanismo para la garantía del compromiso social de las universidades que adquieren competencias, conocimientos y

¹ ¿Qué es Riaces? [online]. RIACES. Consultado el 24 de febrero de 2011. Disponible en Internet en: <http://www.riaces.net/index.php/es/acerca-de-riaces-ique-es-riaces/ique-es-riacesgroup1/finas-y-objetivos/55-finas-y-objetivos.html>

² Acerca del CCA [online]. Consejo Centroamericano de Acreditación. Consultado el 24 de febrero de 2011. Disponible en Internet en: <http://www.cca.ucr.ac.cr/origen.html>.

valores que les permitirán ejercer una adecuada toma de decisiones en su vida profesional y personal. Es por esta razón que se generan unas normas y/o estatutos que son fundamentales para realizar este proyecto con solidez.

A continuación se ilustran los factores definidos por el Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo (Claep)³ y Factores y características descritas en los Lineamientos para la acreditación de programas de pregrado del Centro Nacional de Acreditación (CNA)⁴:

³ Normas [online]. Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo. Consultado el 24 de febrero de 2011. Disponible en Internet en: <http://www.claep.org/index.php?pag=normas>

⁴ Ministerio de Educación Nacional, República de Colombia. Lineamientos para la acreditación de programas de pregrado [online]. Consejo Nacional de Acreditación. Consultado el 24 de febrero de 2011. Disponible en Internet en: http://www.cna.gov.co/1741/articles-186359_lineamientos_2.pdf

<p>Factores Claep</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gobierno / Administración 2. Presupuesto 3. Currículo 4. Expedientes de estudiantes / Asesoramiento 5. Enseñanza y evaluación 6. Profesorado: Tiempo completo / tiempo parcial 7. Pasantías /Prácticas/ Experiencia Laboral 8. Equipamiento / Instalaciones 9. Cuerpo docente: perfeccionamiento, investigación y actividades profesionales y creativas 10. Servicio a la comunidad/ Extensión 11. Graduados.
<p>Factores CNA</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Características asociadas a la misión y al proyecto institucional. Misión institucional, Proyecto institucional, Proyecto educativo del Programa, Relevancia académica y pertinencia social del Programa. 2. Características asociadas a los estudiantes. Mecanismos de ingreso, Número y calidad de los estudiantes admitidos, Permanencia y deserción estudiantil, Participación en actividades de formación integral, Reglamento estudiantil. 3. Características asociadas a los profesores. Selección y vinculación de profesores; Estatuto profesoral; Número, dedicación y nivel de formación de los profesores; Desarrollo profesoral; Interacción con las comunidades académicas; Estímulos a la docencia, investigación, extensión o proyección social; y la cooperación internacional, Producción de material docente, Remuneración por méritos. 4. Características asociadas a los procesos académicos. Integralidad del currículo; Flexibilidad del currículo; Interdisciplinariedad; Relaciones nacionales e internacionales del Programa; Metodologías de enseñanza – aprendizaje; Sistema de evaluación de estudiantes; Trabajos de los estudiantes; Evaluación y autorregulación del Programa; Formación para la investigación; Compromiso con la investigación; Extensión o proyección social; Recursos bibliográficos; Recursos informáticos y de comunicación; Recursos de apoyo docente. 5. Características asociadas al bienestar institucional. Políticas, programas y servicios de bienestar universitario. 6. Características asociadas a organización, administración y gestión. Organización, administración y gestión del programa; Sistemas de comunicación e información; Dirección del programa; Promoción del programa. 7. Características asociadas a los egresados e impacto sobre el medio. Influencia del programa en el medio; Seguimiento de los egresados; Impacto de los egresados en el medio social y académico. 8. Características asociadas a los recursos físicos y financieros. Recursos físicos; Presupuesto del programa; Administración de recursos.

6. Objetivos

General

Promover la calidad de los programas educativos en las áreas de la comunicación y garantizar la sostenibilidad de dicha calidad mediante la implementación de procesos de mejoramiento que redunden en beneficio de la comunidad académica y de la sociedad en general.

Específicos

- a) Orientar e incentivar los procesos de autoevaluación institucional, tendientes a la acreditación y al mejoramiento continuo
- b) Contribuir al mejoramiento constante de la formación de profesionales de comunicación social, tanto en sus aspectos científicos, tecnológicos y éticos, como en lo referente a la adquisición de una conciencia social de actitud favorable al desarrollo independiente y al progreso social, considerando las distintas realidades nacionales
- c) Fomentar la calidad y el mejoramiento de los programas académicos de pregrado y posgrado a través de propuestas de sistemas de acreditación.

7. Factores a valorar por parte de la agencia

1. Proyecto Institucional

1.1 Generalidades

- 1.1.1 Naturaleza jurídica
- 1.1.2 Historia
- 1.1.3 Estructura y gobierno

1.2 Proyecto educativo

- 1.2.1 Síntesis de la Misión y Visión institucional
- 1.2.2 Proyecto y procesos académicos
- 1.2.3 Modelo educativo

2. Proyecto Educativo del Programa

- 2.1 Justificación
- 2.2 Objetivos
- 2.3 Perfil
- 2.4 Diseño curricular
- 2.5 Propuesta pedagógica
- 2.6 Evaluación

3. Investigación

- 3.1 Grupos
- 3.2 Dedicación profesoral a la investigación
- 3.3 Investigación formativa
- 3.4 Producción intelectual
- 3.5 Recursos presupuestales
- 3.6 Alianzas y redes

4. Estudiantes

- 4.1 Admisión
- 4.2 Condiciones de permanencia, promoción y grado de los estudiantes
- 4.3 Seguimiento a estudiantes con bajo rendimiento académico
- 4.4 Transferencias internas y externas
- 4.5 Transferencias y homologación
- 4.6 Proyección
- 4.7 Estrategias

5. Profesores

- 5.1 Selección y vinculación de profesores
- 5.2 Estatuto profesoral
- 5.3 Número, dedicación y nivel de formación de los profesores
- 5.4 Desarrollo profesoral
- 5.5 Interacción con las comunidades académicas
- 5.6 Estímulos a la docencia, investigación, extensión o proyección social
- 5.7 Cooperación internacional
- 5.8 Producción de material docente
- 5.9 Remuneración por méritos

6. Egresados

- 6.1 Datos actualizados de egresados
- 6.2 El contacto con los egresados
- 6.3 El Departamento de Relaciones con Egresados
- 6.4 Estrategias

7. Proyección social

- 7.1 Proyección social desde la docencia
- 7.2 Proyección social desde la investigación
- 7.3 Asignaturas que propician el contacto con el entorno
- 7.4 Impacto en el entorno

8. Recursos

8.1 Físicos

8.1.1 De información

8.1.2 Informáticos

8.1.3 Laboratorios

8.1.4 Planta física

8.2 Financieros

9. Bienestar universitario

5. Público

La iniciativa de constitución de la Agencia Iberoamericana de Acreditación de la calidad de la Educación en Comunicación involucra los siguientes públicos:

- Escuelas y facultades de Comunicación Social en Latinoamérica
- Representantes del sector y la gestión pública, la educación y la empresa privada
- Representantes de organizaciones de la sociedad civil, organizaciones no gubernamentales, y entidades de cooperación internacional

6. Procedimiento general para la acreditación de programas

- a) Comunicación del Representante legal de la institución dirigida a Felafacs
- b) FELAFACS informará a la Institución y acordarán conjuntamente tiempo en el que deberá culminar proceso de autoevaluación
- c) Autoevaluación. Conforme a las características e instrumentos definidos por FELAFACS
- d) Elaboración y envío del informe de autoevaluación conforme a la guía de procedimiento de FELAFACS
- e) Designación por parte de FELAFACS de los pares académicos encargados de la evaluación externa. Los pares serán de regiones diferentes a la institución solicitante.
- f) Inducción a pares académicos
- g) Visita de evaluación externa
- h) Elaboración informe de evaluación externa

- i) Envío del informe a FELAFACS, la cual enviará copia del informe a la institución solicitante. La institución podrá socializar su percepción frente al informe dentro de los plazos establecidos por FELAFACS.
- j) Evaluación final por parte de FELAFACS con base en los resultados de la autoevaluación, la evaluación externa y con la respuesta de la institución frente al informe de los pares de ser el caso
- k) Expedición por parte del Consejo Directivo de FELAFACS del acta de acreditación
- l) Si el programa no amerita acreditación, FELAFACS comunicará el resultado de la evaluación a la institución, junto con recomendaciones pertinentes, de manera que la institución, si así lo considera, pueda desarrollar estrategias que posibiliten la iniciación de un nuevo proceso de acreditación para dicho programa, pasados al menos dos años

7. Estructura de la agencia

La Agencia Iberoamericana de Acreditación de la calidad de la Educación en Comunicación estará integrada por:

1. El Presidente de FELAFACS o su delegado.
2. Un representante de la región de países andinos.
3. Un representante de la región Conosur.
4. Un representante de la región Centroamérica.
5. Un representante de la región Caribe.
6. Un representantes región México.
7. Un representante de los Países Asociados.

La Agencia podrá contar además de los miembros del comité consultivo de FELAFACS con figuras que dependiendo de las necesidades y características de los programas contemplen:

Miembros académicos: reconocidos por su experiencia académica en el área específica

Miembros profesionales: reconocidos por su experiencia y trayectoria profesional en campos específicos.

Miembros expertos: investigadores, expertos en temas y proyectos muy específicos.



Los representantes serán elegidos en las asambleas generales (cada tres años). Serán requisitos: tener formación mínimo a nivel de Maestría y tener experiencia educativa mínima de 10 años.

Por último, la Agencia contará con una Coordinación Administrativa y Académica que tendrá su sede en donde se encuentre la Presidencia de FELAFACS.

8. Presupuesto

Partidas Presupuestarias	N° / Cant / Tiempo	Valor Unitario		Monto Financiación (subtotal)		Contribuciones		Observaciones
		Dólares	Euros	Dólares	Euros	Felafacs	Auspiciador	
Administración								
Honorarios								
Actividades preliminares								
Gastos de operación (viáticos)								
Capacitación								
Difusión								
Materiales e insumos								
Inmobiliarios								
Infraestructura tecnológica								
Fondo de donación / capital de inversión								
Imprevistos								

9. Explicación partidas presupuestarias

A continuación se describen las principales partidas presupuestarias que la Federación tiene caracterizadas, junto a sus subpartidas; todas las cuales aplican acorde al tipo de proyecto o iniciativas así como al tipo de socio/aliado/auspiciador.

N°	Partidas presupuestarias	Ejemplos de subpartidas
1	Administración	Pagos al personal de planta o personas directamente relacionadas con el proyecto, más beneficios legales y seguro social.
2	Honorarios	Pagos a consultores, investigadores, académicos o expertos
3	Actividades preliminares	Gastos legales, estudio de mercado, etc.
4	Gastos de operación (viáticos)	Pagos de tiquetes, hospedaje, alimentación, transporte, cenas o salidas especiales, etc.
5	Capacitación	Compra de materiales didácticos, participación en eventos, cursos, seminarios, talleres, etc.
6	Difusión	Pagos para impresiones, desarrollos Web, productos escritos, audiovisuales, multimediales, etc.
7	Materiales e insumos	Compra de papelería en general, fotocopias, impresiones, etc.
8	Inmobiliarios	Activos tangibles y permanentes, relacionados con tierras o edificios
9	Infraestructura tecnológica	Equipos de informática u oficina, especializados acorde al proyecto / iniciativa, etc.
10	Fondo de donación / capital de inversión	Apoyo a pequeños proyectos de desarrollo o iniciativas emprendedoras
11	Imprevistos	Porcentaje menor igual al 10% del presupuesto general acordado para gastos misceláneos, desarrollo organizativo, reuniones, etc.

