



Universidad Autónoma de Chiriquí
Hombre y cultura para el porvenir
Secretaría General 2014

CONSEJO ADMINISTRATIVO ORDINARIO No.12 -2014

9 de octubre de 2014

ACUERDOS

1. **SE CONCEDIÓ**, cortesía de sala a la Licda. Indira Candanedo, Directora General de Recursos Humanos para presentar la respuesta al Acuerdo de Consejo Administrativo No. 11-2014, del 25 de septiembre de 2014 sobre equiparación de los salarios de los funcionarios administrativos de la UNACHI, de acuerdo a la escala salarial de la Universidad de Panamá.
2. **SE APROBÓ**, la resolución No. 8, de la Dirección General de Recursos Humanos, para la equiparación de salarios del personal administrativo de la Universidad Autónoma de Chiriquí, de acuerdo al Manual de Clases Ocupacionales del año 2012, de la Universidad de Panamá, en los términos que se detallan a continuación:

RESOLUCION No. 8-2014

*LA DIRECCIÓN GENERAL DE RECURSOS HUMANOS EN USO DE LAS FACULTADES QUE LE
CONFIERE LA LEY*

CONSIDERANDO:

1. *Que el Artículo 2 de la Ley 4 de 16 de enero de 2006, "Que reorganiza la Universidad Autónoma de Chiriquí, creada por la Ley 26 de 1994, señala: "La Autonomía, de conformidad con lo que establece la Constitución Política, garantiza a la Universidad Autónoma de Chiriquí, la libertad de cátedra en su gestión académica, administrativa y financiera, de producción y de servicio, económico y patrimonial"*
2. *Que el Artículo 61 de la citada Ley crea la Carrera Administrativa de la Universidad Autónoma de Chiriquí.*
3. *Que la Ley 62 de 20 de agosto de 2008 "Que instituye la Carrera Administrativa Universitaria en las universidades oficiales, con exclusión de la Universidad de Panamá" tipifica:*
 - a. *Artículo 8: "La Carrera Administrativa Universitaria busca garantizar el mejoramiento continuo del servidor público que labora en las universidades oficiales, fortaleciendo y garantizando una administración de recursos humanos científica que propugne por la estabilidad, la equidad, el desarrollo, la remuneración adecuada, la oportunidad de ascensos, el reconocimiento de méritos y eficiencia laboral".*
 - b. *Artículo 25: La Comisión de Control y Seguimiento de Carrera Administrativa Universitaria tendrá las siguientes funciones:*

- Numeral 5: “Participar en las revisiones de los reglamentos de esta Ley, del Manual Descriptivo de Clases de Puestos y del Sistema de Remuneración”.
- c. Artículo 149: “Las universidades oficiales deberán elaborar o actualizar sus Manuales Descriptivo de Clases Ocupacionales, procurando similitud en los cargos comunes entre ellas. También deberá diseñar la escala salarial tomando como referencia las existentes...”

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: Adoptar el Manual de Clases Ocupacionales y Escala Salarial 2012 de la Universidad de Panamá.

ARTÍCULO SEGUNDO: Elaborar las Normas Generales y Específicas para administrar y adecuar el Manual de Clases Ocupacionales 2012 de la Universidad de Panamá, tomando en consideración los manuales y escalas existentes en la Universidad Autónoma de Chiriquí y en otras universidades oficiales, cuya responsabilidad le compete a la Dirección General de Recursos Humanos. Además estas normas deben ser revisadas por la Comisión de Control y Seguimiento de Carrera Universitaria.

ARTÍCULO TERCERO: Realizar el cálculo del monto para la implementación de la Escala Salarial 2012, cuya competencia le corresponde a la Dirección General de Recursos Humanos conjuntamente con la Dirección General de Planificación y Presupuesto.

ARTÍCULO CUARTO: Facultar a la Autoridad Nominadora que efectúe las diligencias necesarias para avalar la partida presupuestaria de los fondos respectivos, para garantizar el ajuste salarial a los Servidores Públicos de la Universidad Autónoma de Chiriquí, a partir del 1 de enero de 2014.

Dada en la Universidad Autónoma de Chiriquí, a los nueve (9) días del mes de octubre de dos mil catorce (2014)

Licda. Indira Yariela Candanedo Guevara
Directora General

3. **SE DESIGNÓ**, a los siguientes servidores públicos de la Universidad Autónoma de Chiriquí de Carrera Administrativa Universitaria como miembros ante la Comisión de Control y Seguimiento (según artículo 26, de la Ley 62 del 20 de agosto de 2014):

Principal	Suplente
Katherine Santamaría	Arelis Caballero
Ana Cecilia López	Dayra Icaza

4. **SE APROBARON**, los siguientes presupuestos:

1. Especialización en Tecnología y Sistemas de Información Empresarial-CRUCHIO.
2. Maestría en Didáctica Innovadora – Facultad de Educación-Campus.

3. Posgrado en Investigación 2014-CRUBA.
 4. Docencia Media Diversificada. Grupos 1,2 y 3 – Facultad Ciencias de la Educación.
 5. Programa de Especialización en Gestión de Recursos Humanos. Grupo No.1-Facultad de Administración Pública (campus).
 6. Curso Especial de Posgrado: Hongos Comestibles, Medicinales y Venenosos. Instituto de Ciencias Ambientales y Desarrollo Sostenible.
 7. Programa de Docencia Media Diversificada. Grupo único-Facultad de Ciencias de la Educación, campus.
 8. Programa de Posgrado en Docencia Superior, Grupo 1-2015, CRUBA.
5. **SE APROBÓ**, el Reglamento para el funcionamiento interno y operativo de los servicios e instalaciones del departamento de cafeterías en los siguientes términos:

REGLAMENTO PARA EL FUNCIONAMIENTO INTERNO Y OPERATIVO DE LOS SERVICIOS E INSTALACIONES DEL DEPARTAMENTO DE CAFETERÍAS

ANTECEDENTES

Con la creación de la UNACHI bajo la Ley 26 del 30 de Agosto de 1994, y siguiendo las políticas de la Universidad de Panamá, de brindarle servicio de alimentación a los estamentos que componen la familia universitaria, es necesario mantener el buen funcionamiento de las cafeterías. La cafetería universitaria fue fundada como tal, el 9 de Noviembre de 1981 y desde esa fecha se mantienen un sinnúmero de políticas que rigen su adecuado funcionamiento tales como:

- Proveer a la comunidad educativa universitaria alimentación basada en diferentes menús balanceados, acordes con la economía de la misma.
- Brindar servicio de alimentación gratuito a estudiantes de escasos recursos, previa evaluación socioeconómica por parte de la Dirección de Asuntos Estudiantiles de la UNACHI.

Como parte de las estrategias institucionales de fortalecimiento académico, administrativo y de generación de altos niveles de calidad de vida y bienestar universitario, la UNACHI ofrece el servicio de cafeterías, aportando al mejoramiento en los estándares nutricionales de la comunidad universitaria, dando prioridad a los sectores más vulnerables.

La UNACHI, acorde con su filosofía formativa, desde su programa de Cafetería, no puede desconocer la importancia de la formación y promoción de hábitos adecuados de

alimentación y estilos de vida saludables. Consecuentes con esta necesidad de orden mundial, impulsaremos y promoveremos una cultura de alimentación saludable y calidad de vida entre los integrantes de la comunidad que incluye, entre otras, la oferta de menús que aportan nutrientes esenciales para el adecuado desarrollo del individuo.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS DEL REGLAMENTO PARA EL FUNCIONAMIENTO INTERNO Y OPERATIVO DE LOS SERVICIOS E INSTALACIONES DEL DEPARTAMENTO DE CAFETERÍAS

La Universidad Autónoma de Chiriquí, para el logro de sus fines, requiere proporcionar diversos servicios a la comunidad universitaria, uno de éstos es el que brinda a través del Departamento de Cafeterías.

El objetivo principal de la Dirección de Servicios Administrativos y la Dirección de Finanzas es proporcionar y administrar los diferentes recursos y servicios necesarios para crear un ambiente propicio, limpio, agradable, seguro y funcional para el desarrollo y cumplimiento de las diferentes actividades de la comunidad universitaria, a través de los Departamentos que las componen.

El Departamento de Cafeterías tiene el objetivo fundamental de atender las necesidades de alimentación de los miembros de la comunidad universitaria, como un medio para propiciar y apoyar la permanencia de los estudiantes, administrativos y docentes de la institución. La oferta de alimentos de las Cafeterías debe ser congruente con las necesidades nutricionales de los universitarios y cumplir con los estándares adecuados de higiene, calidad, variedad y balance nutricional. Además, gracias al subsidio institucional y al aporte semestral de los estudiantes, en las cafeterías los alimentos se venden a un precio módico.

La Vicerrectoría Administrativa emite el presente reglamento, con el fin de establecer las pautas necesarias para regular el uso de las instalaciones y la prestación de servicios que proporciona el Departamento de Cafeterías, así como las medidas administrativas susceptibles de ser aplicadas para su mejor funcionamiento con miras a garantizar la calidad en el servicio y atención a todos los integrantes de los tres estamentos universitarios.

REGLAMENTO PARA EL FUNCIONAMIENTO INTERNO Y OPERATIVO DE LOS SERVICIOS E INSTALACIONES DEL DEPARTAMENTO DE CAFETERÍAS

CAPÍTULO I. DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. El presente reglamento contiene las disposiciones que regulan el funcionamiento interno y operativo, así como el uso de los equipos, instalaciones y servicios que ofrece el Departamento de Cafeterías, las cuales serán de estricto cumplimiento.

Artículo 2. El Departamento de Cafeterías está conformado por los servicios de cafetería y tiene como principal objetivo proporcionar a los miembros de la comunidad universitaria alimentos preparados y comida rápida.

Artículo 3. Las cafeterías tendrán como propósito:

- Brindar un servicio de alimentación a la comunidad universitaria mediante la venta de productos necesarios para una adecuada nutrición.
- Administrar en forma transparente y con los más altos estándares de higiene y limpieza.
- Procurar precios bajos en la venta de los productos que se expendan.
- Mantener la calidad de los productos y servicios que se ofrecen.
- Servir como área de práctica para los estudiantes de la Universidad Autónoma de Chiriquí.
- Servir como apoyo a los proyectos de Servicio Social Universitario.

CAPÍTULO II. DE LOS USUARIOS

Artículo 4. Se consideran usuarios de las cafeterías, los estudiantes y el personal administrativo y docente de la Universidad Autónoma de Chiriquí, quienes podrán hacer uso de estos servicios de acuerdo con las disposiciones del presente reglamento.

Artículo 5. Podrán ser usuarios eventuales, aquellas personas que realicen actividades extraordinarias en apoyo a las dependencias académicas o administrativas de la institución, además de otras que cuenten con la autorización de alguna instancia universitaria competente.

CAPÍTULO III.

DE LAS INSTALACIONES Y EQUIPOS

Artículo 6. El Departamento de Cafeterías cuenta con las siguientes áreas:

- **Área Administrativa:** corresponde a las oficinas del Jefe de las Cafeterías y del personal administrativo asignado al Departamento.
- **Área de Preparación:** incluye la cocina y demás espacios en donde se preparan los alimentos, así como el área de lavado.
- **Área de Servicio:** son las zonas en donde se sirven o expenden los alimentos.
- **Área de Comedores:** consiste en las áreas en donde se encuentran las mesas y sillas para que los usuarios consuman sus alimentos.

Artículo 7. El Área de Comedores es de uso exclusivo para consumo de alimentos y no se permitirá el mismo para la realización de otras actividades.

Artículo 8. El Área de Preparación no será utilizada para el consumo de alimentos.

Artículo 9. El equipo son todos aquellos implementos y mobiliario destinados al cumplimiento de las funciones de las cafeterías, los cuales deberán estar distribuidos ordenadamente en el lugar que le corresponde para que haya un libre flujo de personal.

Artículo 10. Los equipos deben ser procesados con agua caliente y detergentes antes de utilizarlos y lavados después de usarlos.

Artículo 11. Las cafeterías deben contar con equipos de seguridad y protección laboral requeridos para este tipo de actividad, los cuales estarán ubicados en sitios de fácil acceso, con clara identificación y cerca de los puntos de riesgos.

CAPÍTULO IV. DE LOS SERVICIOS Y HORARIOS

Artículo 12. Las cafeterías brindarán los servicios de desayuno, almuerzo y cena, de lunes a viernes y fines de semana, en los siguientes horarios:

- Desayuno 7:00 a.m. a 9:30 a.m.
- Almuerzo 11:30 a.m. a 2.30 p.m.
- Cena 5:00 p.m. a 8:00 p.m.

Para los fines de semana el horario sería el siguiente:

- Desayuno 7:00 a.m. a 9:30 a.m.
- Almuerzo 11:30 a.m. a 2.30 p.m.

Artículo 13. Las cafeterías podrán suspender sus servicios o modificar sus horarios cuando medien causas debidamente justificadas o de fuerza mayor o existan necesidades

especiales de mantenimiento, previo aviso a los usuarios.

CAPÍTULO V. DE LAS CONDICIONES PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Artículo 14. Las instalaciones de las cafeterías sólo podrán utilizarse para el servicio que establece el presente reglamento. Cualquier uso distinto requerirá de la autorización del Director de Servicios Generales y de la Vicerrectoría Administrativa.

Artículo 15. Las instalaciones, los ingredientes y el proceso de elaboración de los alimentos y utensilios deberán cumplir con las normas y condiciones de higiene y seguridad oficiales y con las que sean aplicables a las reglamentaciones universitarias.

Artículo 16. Los alimentos ofrecidos por las cafeterías, deberán ser servidos correcta e higiénicamente. Se procurará la oferta de un menú variado y balanceado, así como la existencia de utensilios suficientes y dispuestos en los lugares apropiados.

Artículo 17. El menú y los precios de los alimentos y demás productos que se vendan en las cafeterías, deberán colocarse en un lugar visible para los usuarios. La UNACHI procurará ofrecer un plato básico a un precio accesible aprobado por Consejo Administrativo. Este plato básico consta de un menú exclusivo para estudiantes de escasos recursos y personal de áreas verdes, beneficio que será coordinado por la Dirección de Asuntos Estudiantiles.

Artículo 18. Queda prohibido ingresar con animales, fumar y pegar carteles, propaganda o cualquier tipo de publicidad ajena al servicio que se brinda dentro de las instalaciones de las cafeterías. La publicidad sólo podrá colocarse en el exterior del edificio, específicamente, en los sitios previstos para tal fin.

CAPÍTULO VI. DE LOS PRESTADORES DEL SERVICIO

Artículo 19. La prestación de los servicios en las cafeterías será responsabilidad del personal adscrito al Departamento de Cafeterías.

Artículo 20. El personal de cafetería, según corresponda a sus funciones, deberá velar por el buen uso de las instalaciones, mobiliario, equipos y utensilios de cada área, de manera que se mantengan limpios, descontaminados, en orden y en buen estado.

Artículo 21. Todo personal que labore en las cafeterías universitarias deberá mantener capacitación continua en temas de manejo adecuado de alimentos y reglamentos y políticas de la cafetería.

Artículo 22. El personal del Área de Preparación (cocina) estará supervisado, por el Jefe

de Cocina, quien velará por el adecuado cumplimiento del reglamento y las políticas del servicio.

Artículo 23. El personal del Área Preparación y del Área de Servicio deberá tener vigentes su carné de manipulador de alimentos y el certificado de buena salud otorgado por el Ministerio de Salud de Panamá.

Artículo 24. El personal que labora en las cafeterías deberá utilizar ropa de trabajo adecuada y limpia, bata o delantales (preferiblemente blancos), redecillas o gorros, mascarillas, guantes (si es necesario), zapatos adecuados (cerrados) y evitar el uso de joyas.

Artículo 25. El personal que sirve los alimentos o que limpie la vajilla no podrá hacer el trabajo de la higienización del local, inodoros, pisos y muebles. Esta tarea debe ser realizada en un horario adecuado.

CAPÍTULO VII. DE LAS OBLIGACIONES DE LOS USUARIOS

Artículo 26. Dentro de las cafeterías, los usuarios deberán observar las disposiciones siguientes:

- Respetar las filas de espera y la disposición que guardan las mesas, sillas y todo artículo propio de cada cafetería.
- No consumir los alimentos antes de pagarlos.
- Usar los platos, cubiertos y otros productos (servilletas, revolvedores, azúcar, aderezos y condimentos) estrictamente necesarios para tomar sus alimentos.
- No se permitirá el ingreso de usuarios usando las batas de laboratorios.
- Al terminar de comer, despejar la mesa de residuos, depositar los platos, cubiertos y vasos en el lugar indicado y separar la basura y residuos de comida conforme a los señalamientos.
- Utilizar las instalaciones para fines estrictos de alimentación. Una vez finalizado su consumo, despejará el área para permitir a otros usuarios gozar de igual derecho.

Artículo 27. Los prestadores de servicio y los usuarios deberán tratarse mutuamente con respeto y cortesía, así como evitar incurrir en actos que vulneren el orden y la armonía que deben imperar en las áreas de consumo de los alimentos.

CAPÍTULO VIII. SISTEMA DE CONTROL INTERNO

Artículo 28. Se implementará un sistema de calidad que involucre la estandarización de procesos y procedimientos, la capacitación en preparación y manipulación de alimentos y la implementación de planes y programas de apoyo como: eliminación de residuos,

control de plagas, análisis nutricional, aseo y desinfección, salud ocupacional, seguridad industrial y otros, acordes con la reglamentación sanitaria nacional vigente, controlada por el Ministerio de Salud e impulsaremos un excelente servicio al cliente.

Artículo 29. Procedimientos para las compras de insumos necesarios para las cafeterías universitarias:

- Elaborar un plan anual de compras necesario para la ejecución de los requerimientos, el cual se basará en un menú que aporte nutrientes esenciales para el adecuado desarrollo del individuo, suministrado por el que prepara los alimentos (cocinero).
- En base a este plan anual de compras, realizar las requisiciones mensuales y enviarlas a la Vicerrectoría Administrativa.
- Dar seguimiento a las requisiciones.
- Recibir la mercancía en el Almacén de la universidad y luego éste entregarlos al administrador de la cafetería de acuerdo a la planificación establecida y aprobada

Artículo 30. Procedimientos para la recepción y entrega de mercancías por parte del almacén al administrador de las cafeterías universitarias:

- Recibir la mercancía y compararla con las requisiciones solicitadas y la orden de compra correspondiente.
- Corroborar la calidad, fecha de vencimiento, embalajes, transporte y demás medidas que sean necesarias para garantizar que los productos sean los óptimos.
- Entregar los productos a las personas encargadas, ya sea el Jefe de Cocina o el encargado de punto de venta. Si es mercancía que se vende directamente, sin procesarla, deberá especificarse en el formato denominado “Control de Inventario”, en el cual se llevará el detalle de toda la mercancía solicitada y debe estar debidamente firmado por ambas partes y autorizado por el administrador de la Cafetería.
- Realizar un informe mensual de inventario y entregarlo al administrador y al(la) Vicerrector(a) Administrativo(a)

Artículo 31. Procedimientos de recepción y entrega de productos al preparador de los alimentos o cocinero:

- Realizar la solicitud de insumos al administrador de la cafetería.
- Recibir la mercancía solicitada mediante Control de Inventario, debidamente firmado y autorizado.
- Los insumos son procesados en el área de la cocina hasta llegar al producto final.

- Entregar los productos listos para la venta, mediante un “Control de Alimentos para la Venta”, el cual debe ser firmado por el Jefe de Cocina y por el Despachador de Alimentos ubicado en el Punto de Venta y autorizado por el administrador de las Cafeterías Universitarias, el mismo debe especificar la cantidad de comidas para la venta de acuerdo a las medidas previamente establecidas.
- El administrador y cocinero deberán controlar que los productos recibidos del Almacén se mantengan con todos los requerimientos necesarios para mantenerlos frescos y con la temperatura adecuada.
- Recibir los alimentos sobrantes de los Puntos de Venta, debidamente registrados en el “Control de Comida Sobrante”, firmado y autorizado por el administrador de las Cafeterías.

Artículo 32. Procedimiento en el Punto de Venta:

- Recibir los productos mediante el “Control de Alimentos para la Venta”, debidamente firmado y autorizado.
- Organizar los productos para la venta.
- Solicitar al Almacén de las Cafeterías, los productos que son de venta rápida y no necesitan ser procesados, mediante el “Control de Inventario”, debidamente firmado y autorizado.
- Recibir la mercancía de venta rápida.
- Los productos son ingresados a la registradora para llevar un control de ellos mediante la tira de ventas, inventarios físicos y consignaciones diarias. Este detalle debe incluir la cantidad de comidas que se subsidiarán a estudiantes de bajos recursos de acuerdo a las evaluaciones de la Dirección de Asuntos Estudiantiles.
- Realizar un informe al finalizar cada jornada de trabajo sobre el total de comidas vendidas, devueltas y sobrante, el cual debe concordar con el informe de la registradora y el Control de Alimentos para la Venta, suministrado por el cocinero.
- Detallar en el informe de “Control de Comida Sobrante”, el listado de las comidas que sobran en cada jornada, con la observación de descarte si ya no se puede utilizar o devuelto al cocinero, si puede usarse.
- Estas labores debe ser realizadas estrictamente por los colaboradores asignados para tal fin.

Artículo 33. Procedimientos de Administración, Control y Seguimiento de los Servicios de las Cafeterías (ejecutados por el administrador de Cafeterías):

- Administrar, coordinar, controlar y dar seguimiento a los servicios prestados en las Cafeterías Universitarias.
- Realiza los requerimientos de mantenimiento, adecuaciones u otros pertinentes a la Dirección de Servicios Generales, mediante nota de tramitación.
- Elaborar el Plan Anual de Compras, de acuerdo a los menús elaborados por el cocinero
- Coordinar y dar seguimiento a las requisiciones mensuales enviadas a la Vicerrectoría Administrativa, en base a los menús suministrados por el cocinero.
- Aprobar la solicitud, recibo y entrega de mercancía en el Almacén de las Cafeterías Universitarias.
- Aprobar la solicitud, recibo y entrega de mercancía en los Puntos de Venta.
- Verificar que los productos son ingresados a la registradora para llevar un control de ellos mediante la tira de ventas, inventarios físicos y consignaciones diarias.
- Coordinar la capacitación del personal en manipulación de alimentos y la implementación de planes y programas de apoyo como: eliminación de residuos, control de plagas, análisis nutricional, aseo y desinfección, salud ocupacional, seguridad industrial y otros, acordes con la reglamentación sanitaria nacional vigente, controlada por el Ministerio de Salud y una excelente atención al cliente.
- Revisar los informes mensuales de Control de Inventario remitido por el Almacén de las Cafeterías.
- Verificar el informe de cada jornada de trabajo, sobre comidas vendidas, devueltas, sobrantes, el cual debe concordar con el informe de Control de Alimentos para la Venta y con el informe de la registradora. Además verificar que se cumpla con los procedimientos establecidos para el control de comidas sobrantes.
- Dar seguimiento a los colaboradores de las Cafeterías, a fin de que brinden un servicio de calidad y buena atención al cliente, además que porten el uniforme adecuado y cumplan con todas las medidas de higiene y limpieza, tanto personal como de las Cafeterías.
- De acuerdo a los resultados de los sondeos de opinión organizados por la Unidad de Gestión de Calidad o por la Dirección de Servicios Administrativos, ejecutar las medidas de prevención, corrección y mejora de los servicios prestados.
- Coordinar inventarios periódicos en el Almacén de las Cafeterías, los cuales deben concordar con los informes de la registradora, el Control de Inventario y el Control de Comida Sobrante.

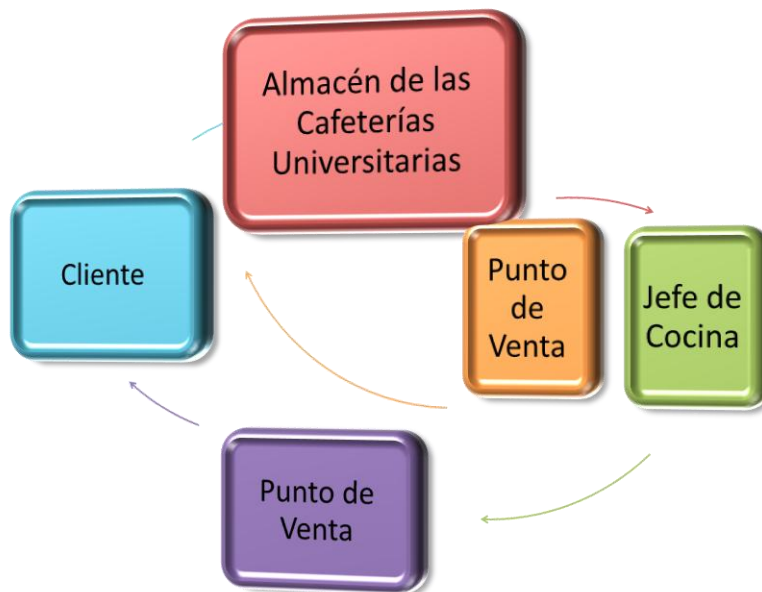


Figura 1. Procedimiento de Recepción y Entrega de Productos

CAPÍTULO IX. DE LAS CONCESIONES

Artículo 34. La Vicerrectoría Administrativa podrá ceder en arrendamiento las instalaciones de las cafeterías universitarias, cuya concesión se otorgará mediante licitación pública.

CAPÍTULO X. DE LAS MEDIDAS ADMINISTRATIVAS

Artículo 35. Cualquier situación anómala que se presente en las instalaciones de las cafeterías, deberá reportarse al administrador de las Cafeterías o al Director de Servicios Generales por escrito, quien la analizará y tomará las medidas pertinentes para su solución.

Artículo 36. A toda persona que dañe, sustraiga o utilice los productos, utensilios, mobiliario e instalaciones de las cafeterías para un fin distinto al destinado, se le aplicarán las medidas disciplinarias correspondientes ante las instancias respectivas para que resuelvan el caso o apliquen las sanciones correspondientes conforme a la normativa aplicable.

Artículo 37. Toda situación no prevista en el presente reglamento podrá ser resuelta por el Director de Servicios Generales o el Director de Finanzas. En caso de encontrarse fuera de su ámbito de competencia, se elevará a la instancia jerárquica correspondiente para su resolución definitiva.

Artículo 38. El presente reglamento entrará en vigencia a partir de su aprobación en el Consejo Administrativo.

FORMULARIOS

Formulario No. 1

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIRIQUÍ
VICERRECTORÍA ADMINISTRATIVA
DIRECCIÓN DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS
DEPARTAMENTO DE CAFETERÍAS

CONTROL DE INVENTARIO

(Entrega de productos a procesar o productos directamente para la venta)

Cantidad	Unidad de medida	Productos para procesar o Mercancía para la venta	Fecha de vencimiento	Costo de adquisición

Fecha: _____

Entregado por: _____

Recibido por:

Autorizado por:

Jefe de Cocina / Punto de Venta

Administrador de la Cafetería

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIRIQUÍ
VICERRECTORÍA ADMINISTRATIVA
DIRECCIÓN DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS
DEPARTAMENTO DE CAFETERÍAS

INFORME MENSUAL DE INVENTARIO

Al ____ de _____ de _____

Cantidad	Unidad de medida	Detalle	Costo

Elaborado por:

Verificado por:

Almacén de Cafetería

Administrador de Cafetería

Vo. Bo. Vicerrectoría Administrativa

**VICERRECTORÍA ADMINISTRATIVA
DIRECCIÓN DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS
DEPARTAMENTO DE CAFETERÍAS**

SOLICITUD DE INSUMOS

Fecha de solicitud: _____

Cantidad	Unidad de medida	Detalle de la mercancía o productos solicitados

Solicitado por:

Autorizado por:

Área de Preparación o de Servicio

Administrador de Cafetería

Entregado por:

Recibido por:

Almacén de Cafetería

Área de Preparación o de Servicio

Formulario No. 4

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIRIQUÍ
VICERRECTORÍA ADMINISTRATIVA
DIRECCIÓN DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS**

DEPARTAMENTO DE CAFETERÍAS

Fecha: _____

[illegible]

Entregado por:

Recibido por:

Jefe de Cocina

Despachador de Alimentos

Autorizado por:

Administrador de Cafetería

Formulario No. 5

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIRIQUÍ
VICERRECTORÍA ADMINISTRATIVA
DIRECCIÓN DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS
DEPARTAMENTO DE CAFETERÍAS

CONTROL DE COMIDA SOBRANTE

Fecha:

[illegible]

Entregado por:

Recibido por:

Despachador de Alimentos

Jefe de Cocina

Autorizado por:

Administrador de Cafetería

6. **SE APROBÓ**, el Manual de Imagen Institucional con su modificación en el sub punto, Elementos Básicos, Pictograma que dice: “Esquema de la división geográfica de la Provincia de Chiriquí” se reemplaza por:
“Mapa de la Provincia de Chiriquí en el momento de creación de la Universidad Autónoma de Chiriquí (1995).
7. **SE APROBÓ**, los Lineamientos y Estándares para la Creación y Uso de las Redes

Sociales en la Universidad Autónoma de Chiriquí, como a continuación se detalla:

LINEAMIENTOS PARA EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIRIQUÍ

El Objetivo de las redes sociales de la UNACHI es compartir, informar y brindar contenido de valor sobre tecnología, noticias de nuestros proyectos y educación con el fin de mantener a todos nuestros usuarios actualizados sobre estos temas y saber sus opiniones y comentarios de los mismos.

Las redes sociales de la UNACHI son un punto de encuentro para que la comunidad de estudiantes, administrativos y docentes intercambien opiniones, participen activamente y compartan información de valor. Es importante recordar los valores de la UNACHI: integridad, liderazgo, creatividad, equidad, responsabilidad y compromiso que deben ser respetados por los miembros de la comunidad en todo momento.

Todo material que se utilice como contenido en las redes sociales debe mantenerse dentro del margen de valores de la Universidad.

Las redes sociales son un espacio de opinión abierta, se pide respetar los comentarios de otros usuarios de la plataforma y promover el uso colaborativo y positivo de las mismas.

UNACHI Panamá, se reserva el derecho de bloquear o eliminar a cualquiera de sus miembros que cometa alguna fala contra la entidad o algún usuario de la comunidad.

ESTÁNDARES PARA LA CREACIÓN Y USO DE LAS REDES SOCIALES EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIRIQUÍ

GENERALIDADES

A. CONCEPTOS

Blog: sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, el cual muestra primero el más reciente y donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.



Facebook: sitio de Internet que teje una amplia red de personas, instituciones, organizaciones sociales, empresas, escuelas, etc., que quieren relacionarse. En este sitio, además de publicar fotos, eventos, enlaces, videos, comentarios y sugerencias, se puede mantener comunicación las 24 horas del día.



Instagram: aplicación gratuita para compartir fotos, en el cual los usuarios pueden aplicar efectos fotográficos como filtros, marcos, colores retro y vintage, además de compartir las fotografías en diferentes redes sociales como Facebook, Twitter, Tumblr y Flickr. Una característica distintiva de la aplicación es que da una forma cuadrada y redondeada en las puntas a las fotografías en honor a la Kodak Instamatic y las cámaras Polaroid.



LinkedIn: red social profesional compuesta por millones de usuarios y empresas, que permite relacionarlos virtualmente, generando negocios y ampliando contactos en consultoría, asesoría, trabajo y colaboración. No es sólo una red social profesional, ya que con las últimas aplicaciones y funcionalidades como foros, grupos e interconexión con otras redes sociales se ha convertido en una herramienta eficaz para crear conexiones con profesionales de todos los ámbitos, lugares y posiciones.



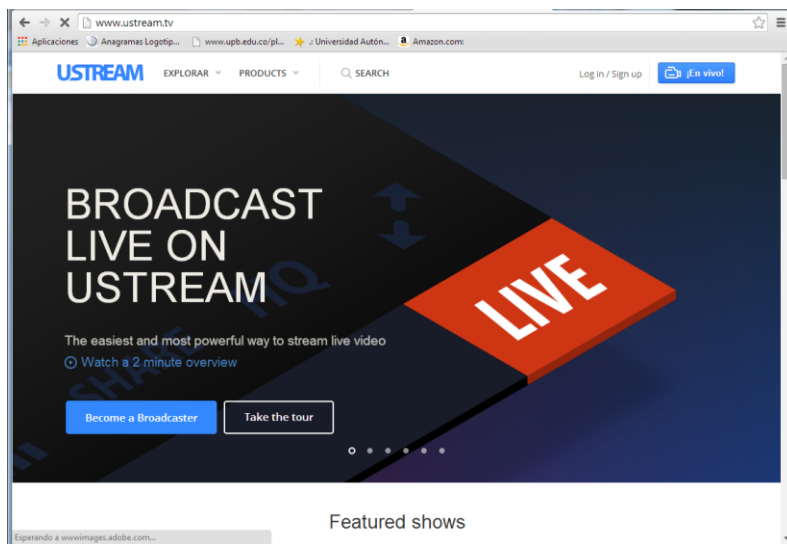
Redes Sociales: permiten conectarse con personas, a fin de compartir contenidos, interactuar, crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, relaciones interpersonales. Este medio se ha convertido en promisorios negocios para empresas, artistas, marcas, profesionales independientes y, sobre todo, en lugares para encuentros humanos, es decir, conjuntos de personas con un interés en común, manejando dos tipos de comunicaciones asíncronas y sincrónicas.



Twitter: aplicación en la web que permite a sus usuarios escribir pequeños textos (de hasta 140 caracteres) que pueden ser leídos por cualquiera que tenga acceso a su página.



Ustream: plataforma de transmisión en vivo interactivo, que permite realizar una transmisión de un evento en tiempo real. Utiliza un modelo de uno-a-muchos, lo que significa que el usuario puede transmitir a una audiencia de tamaño ilimitado. La plataforma Ustream ha sido utilizada para transmitir todo, desde eventos de la escuela, eventos deportivos, hasta los estrenos de cine de Hollywood.



Youtube: sitio web que ofrece servicio gratuito para compartir videos. Entre el contenido que se pueden encontrar están clips o trozos de películas, series, videos deportivos, música, pasatiempos, y toda clase de filmaciones caseras personales. Se acepta una gran variedad de formatos, como .mpeg y .avi, los cuales son utilizados por cámaras y filmadoras digitales.



B. OBJETIVO

Establecer políticas y lineamientos para la creación, optimización y utilización de las redes sociales, como canales de comunicación e información de un gobierno transparente, reduciendo costos de gestión, tiempo de respuestas y aumentando la participación ciudadana.

C. AMBITO DE APLICACIÓN

El presente estándar será aplicado por todas unidades administrativas de la Universidad Autónoma de Chiriquí, para la creación y manejo de las redes sociales

como canal de comunicación e información.

D. BASE LEGAL

La Universidad Autónoma de Chiriquí fue creada mediante la Ley N°. 26 de 30 de agosto de 1994.

E. PRINCIPIOS DE APLICACIÓN DE ESTÁNDARES

1. Las redes sociales serán utilizadas estratégicamente por las Entidades para que, de manera gratuita, transparente, directa y efectiva de mercadeo, establezcan una participación directa con los ciudadanos.
2. Todas las Entidades harán uso de las redes sociales como herramienta de difusión de información relevante, para proporcionar transparencia y premura, en los tiempos de respuesta a las inquietudes de los ciudadanos.
3. Todas las Entidades deberán recibir capacitación continua, para el uso de estas tecnologías, con el objetivo de comunicar información adecuada, por estos medios.
4. Las Entidades deberán habilitar nuevas formas de comunicación virtual, que permitan innovar la forma de dar respuesta a la ciudadanía, garantizando el uso adecuado y profesional de los canales de conectividad digital.

F. ESTANDARES PARA EL USO DE LAS REDES SOCIALES

1. Las Entidades utilizarán las redes sociales, exclusivamente para comunicar a los ciudadanos información relevante sobre actividades, novedades, beneficios y otros; sin embargo, no podrán utilizarlas como medio de comunicación oficial.
2. La información difundida en las Redes Sociales por las Entidades, tendrá un fin informativo, didáctico y positivo para el ciudadano. No se podrá utilizar ningún tipo de información que incite a la política, ni tampoco desprestigiar, menospreciar, difamar o infamar a los ciudadanos. La comunicación digital deberá transmitirse en un ambiente de compartir y aportar valor informativo para el ciudadano.
3. Las Entidades que tengan o incursionen en las Redes Sociales, deberán manejar la comunicación de las mismas en tiempo real, ya que los ciudadanos demandan respuesta de manera inmediata. Se recomienda que las mismas se den en tiempo no mayor de 24 a 48hrs.
4. Estará permitido publicar o difundir enlaces o hipervínculos (link) “no generados” por la Entidad directamente, siempre y cuando se distribuya la información, con las debidas “citaciones” de la fuente original o con el vínculo de origen.
5. Las Entidades que tengan cuentas en las redes sociales contarán con un documento sobre los “Lineamientos de Redes Sociales” (Anexo 1) personalizado según la Entidad, el cual especificará el rol del ciudadano en la interacción digital con la misma. Este

documento será publicado en las redes sociales de la Institución.

F.1 FACEBOOK

1. Todas las Entidades que tengan presencia digital en Facebook deberán hacerlo única y oficialmente por medio de un “Fan Page”. Queda prohibido utilizar “perfiles personales” en representación de la Institución.
2. La Entidad revisará los mensajes y página 3 veces a la semana, como mínimo.
3. Tomará las medidas necesarias para que las publicaciones del Fan Page, contengan información adecuada.
4. Colocarán en el Fan Page 2 o más posts diarios.
5. Responderán en un máximo de 48 horas, todos los comentarios y mensajes directos en el Fan Page.
6. Eliminarán perfiles duplicados, repetidos y que no estén en uso de la Entidad, todo debe unificarse en un solo Fan Page de Facebook por Institución. Ver Fan Page de la AIG.
7. No realizarán vínculos de Facebook con Twitter.
8. Esta red social será utilizada para difundir información relevante de la entidad, las herramientas que se sugieren son:
 - *Álbumes de fotos: será utilizado para compartir imágenes importantes de eventos, actividades y otros de la Entidad.
 - *Timeline: será utilizado para escribir todos los posts (pueden ser texto, texto con imagen o texto con link e imagen).
 - *Facebook questions: Será utilizado para realizar preguntas y encuestas de elección múltiple, para la ciudadanía.

F.2 TWITTER

1. Las Entidades utilizarán la cuenta de Twitter para divulgar información relevante de la misma.
2. La cuenta de Twitter permite un máximo de 140 caracteres para redactar información, por tal motivo se recomienda utilizar 110 caracteres como máximo para cada post, con el objetivo de que las personas puedan renviar o el mensaje, si así lo desean.
3. Las Entidades podrán subir fotos y videos relevantes en la cuenta de Twitter.
4. Deberán publicar información o Twittear 4 veces al día como mínimo.

5. Responderán los tweets en un máximo de 24 horas, luego de recibir el mensaje o tweet.
6. Completarán la biografía (bio) de Twitter con toda la información solicitada, incluyendo website y blog de la entidad (si existe). Ver perfil de la AIG.11
7. Cuando utilice información que no sea generada por la Entidad, deberá citar o hacer mención (mentions) de la fuente original.
8. No abusarán de los hashtags.
9. No ignorarán menciones (mentions), todas deben ser respondidas oportunamente.
10. Verificarán la información antes de publicarla, para garantizar que la misma sea verídica y no contenga errores.
11. No realizarán vínculos de Twitter con Facebook.

F.3 YOUTUBE

1. Las Entidades utilizarán este medio digital para difundir información relevante de las mismas.
2. Cuando adicione o suba un video, vinculará el mismo a las cuentas de Twitter y/o Facebook, para que sea difundido automáticamente en estas cuentas.
3. Adicionarán o subirán 1 video como mínimo al mes.
4. Agregarán a la biblioteca de “favoritos”, los videos vinculados a la Entidad para que sean de ejemplo y de valor para el ciudadano.
5. Las Entidades deberán completar adecuadamente la sección de título, etiquetas y descripción del video. Todas las descripciones contarán con el website de la Institución y una breve descripción del video.

F.4 LINKEDIN

1. Las Entidades utilizarán este medio digital para difundir información relevante de las mismas.
2. Publicarán 1 post informativo por día, como mínimo, en el perfil de “empresa”.
3. Completarán en el perfil de la cuenta, toda la información solicitada por LinkedIn, incluyendo banner de entidad.

F.5 USTREAM

1. Las Entidades utilizarán esta forma de transmisión digital en vivo, para difundir información relevante de las mismas.
2. Para realizar y garantizar transmisiones sin caída de señal y con buena resolución, las entidades utilizarán un ancho de banda de 5 MB, como mínimo.
3. Se recomienda utilizar Ustream Producer como gestor de transmisión, para realizar difusiones profesionales.
4. Las difusiones en vivo y coberturas de eventos a través de redes sociales, deberá promocionarse o divulgarse, con 3 días de antelación, como mínimo.

F.6 BLOGS

1. Las Entidades utilizarán esta plataforma a subir fotos, videos, archivos y demás información de valor para el ciudadano.
2. Antes de cargar un artículo en los blogs, deberán ser revisados por el Área Comunicaciones de cada Entidad, con el objetivo de verificar la veracidad de la información y evitar errores.
3. Las Entidades publicarán en los blogs, información útil y de valor, para la ciudadanía.
4. Cuando utilice información que no sea generada por la Entidad, deberá citar o hacer mención (mentions) de la fuente original.
5. Se recomienda utilizar la Plataforma Wordpress¹², por lo sencillo de su gestión y una interfaz cómoda de utilizar.

G. COMUNICACIÓN EN MEDIOS DIGITALES

G.1 REDACCION Y ESTILO

1. Las Redes Sociales tendrán estilos de redacción distinta a las Notas de Prensa o al material relacionado con la comunicación tradicional de las Entidades.
2. La forma, fondo de redacción y comunicación de la Entidad, se definirá de acuerdo al sector de la ciudadanía a la cual se quiere llegar, para definirlo deberá plantearse las siguientes preguntas:
 - ¿Qué proyectos de mi Entidad quiero promocionar? -¿Cursos, seminarios, proyectos insignia?
 - ¿A qué sector de la ciudadanía quiero involucrar? -¿Profesionales, jóvenes, tercer edad, amas de casa, funcionarios públicos?
 - Edad y lugar de la audiencia que queremos alcanzar -¿Ciudad capital o interior, entre 18 y 24 años, entre 35 y 45 años?

3. Al definir y responder las preguntas del punto anterior, la Entidad conocerá que tipo de redacción y red social serán apropiadas para la misma. Por ejemplo: para una Entidad Financiera que busca llegar a un área de la población que involucre a profesionales y dueños de empresa, la mejor Red Social para incursionar será LinkedIn, pero si la Entidad busca promocionar cursos gratuitos para chicos de 18 años en adelante, la mejor red social será Facebook.

4. Las Redes Sociales tendrán un estilo de redacción diferente.

5. El tono y redacción en Facebook, no será el mismo para Twitter.

6. En la Red Social Twitter, estarán permitidas las abreviaturas como:

- Porqué = xq
- Qué = q
- Dónde = dnd
- Institución = Inst
- Gobierno = gob
- De = d
- Por = x
- Aunque = aunq
- Todos = to2

Ejemplo de Tweet con abreviaturas:



7. En la Red Social Facebook, las abreviaturas serán omitidas y se utilizará las palabras completas.



G.2 IMPECABILIDAD ORTOGRAFICA

1. Las Entidades asumirán un compromiso serio y profesional al registrar cuentas en las Redes Sociales.
2. Todas las redacciones que utilizarán en las Redes Sociales y cualquier medio digital, se harán de forma correcta, los errores no podrán suceder, si llegaran a ocurrir, deberán corregirse por medio de una Fe de Erratas Digital y la misma será publicada en la misma red social.
3. Utilizarán los correctores ortográficos, con el objetivo de minimizar posibles errores.

G.3 VERACIDAD DE LA INFORMACION DIGITAL

1. Toda la información que publique en los medios digitales será:
 - Verídica
 - Comprobable
 - Actual
2. No se permitirá colocar información de la cual no se tenga certeza, o no se pueda responder al ciudadano, en caso de que surjan preguntas de la publicación. Las Entidades, promoverán la participación de los ciudadanos y la transparencia de las mismas. Publicar información errónea podrá representar una posible crisis digital para la Entidad.

H. PERFIL Y RESPONSABILIDAD DEL COMUNICADOR DIGITAL

H.1 PERFIL

1. El (la) comunicador(a) digital (Community Manager) tendrá una serie de conocimientos mínimos para realizar esta labor de manera adecuada:
 - Noción en Redes Sociales.
 - Preferible con estudios en comunicación, ya que le permitirá desarrollar la redacción adecuada para estos medios.
 - El (la) Community Manager estará a la vanguardia en tecnología, innovación y en el mundo digital.
 - El (la) Community Manager será adaptable frente a cambios repentinos, con capacidad rápida en la toma de decisiones, para así afrontar crisis digitales.

H.2 RESPONSABILIDADES

1. El comunicador digital (Community Manager) será el (la) encargado(a) del manejo de las Redes Sociales de Entidad.
2. El (la) comunicador(a) digital (Community Manager) será el (la) encargado(a) de crear el contenido, darle seguimiento a los comentarios y posts de usuarios, crear comunidad, hacer mediciones, cambios y aperturas de perfiles en las Redes sociales.

I. HERRAMIENTA DIGITALES DE INTERES

HERRAMIENTAS DE MEDICION Y GESTION DE CONTENIDO

- **Crowdboost**: herramienta de medición de estadísticas de Twitter y Facebook, permite conocer una variedad de estadísticas útiles para llevar un control de la gestión de redes sociales.
- **Plume**: gestor de contenidos para Twitter, tiene básicamente las mismas características de Tweetdeck, pero con una interfaz gráfica diferente.
- **Pollowers**: aplicación para crear encuestas en Twitter.
- **Hootsuite**: gestor de contenido que permite administrar varias cuentas de redes sociales a la vez, además de programar contenido. Tolera Twitter, Facebook, LinkedIn, Wordpress, Instagram.
- **Social Bro**: plataforma que permite la gestión, monitoreo y control de nuestra cuenta de Twitter. Esta herramienta permite programar contenido, verificar estadísticas y llevar un control de las personas que nos siguen y con las cuales deseamos tener mayor interacción.
- **Tweetdeck**: gestor de contenido que permite gestionar cuentas de Facebook y Twitter, así como programar contenido para ambas.
- **Tweetlevel**: herramienta de medición de factores de Twitter. Permanece online y permite conocer estadísticas como influencia, popularidad, engagement (compromiso) y confianza de una cuenta de Twitter.
- **Twenty Feet**: herramienta de medición de estadísticas de Twitter.
- **Tweetwhen**: herramienta que nos permite saber la hora y los días mas recomendados para twitear.
- **Social Bakers**: sitio web con estadísticas de Twitter y Facebook, por Fan Page y por país.
- **Übersocial**: gestor de contenidos móvil para Twitter.

GLOSARIO

- 1. Aplicaciones (Apps)**: programa desarrollado para llevar a cabo o facilitar una tarea en un dispositivo informático (móvil, web, desktop, laptop, etc).
- 2. Biografías – Bios de Twitter**: pequeño espacio disponible en cada perfil de usuario, donde se escribe una descripción para definirse a si mismo en menos de 160 caracteres. Este campo de texto está destinado a dar una pequeña idea de lo que van a encontrar los seguidores en nuestros tweets.¹³
- 3. Dashboard**: o escritorio, es la sección del blog, gestor de contenido de Red Social desde donde podemos ver una vista general de la actividad ocurrida en nuestras plataformas.
- 4. DM (Direct Message – Mensaje Directo)**: tweet enviado de forma privada. Solo se puede enviar a usuarios que ya te sigan, no admite más de 140 caracteres.
- 5. Entrada de blog (entry)**: artículo nuevo postado en blog.
- 6. Facebook Ads**: publicidad paga en Facebook que aparece al costado derecho del

“Home” de la Red Social. Esta publicidad sirve para aumentar seguidores en los FanPages.

7. Facebook Questions: modalidad de Facebook que permite incluir en un post, preguntas a modo de encuestas por selección múltiple o como una simple pregunta, para que los fans de la página la respondan.

8. Fan Page de Facebook: Páginas de empresas, marcas y organizaciones en Facebook. A diferencia de las páginas de amigos, aquí no debemos enviar solicitudes para ver las actualizaciones de la página, solo basta con dar “Like” a la misma para seguir las publicaciones de la página.

9. Followers: término que se utiliza para denominar a las personas que siguen una cuenta de Twitter, también es admitido el término “seguidores”.

10. Gestor de contenido: herramienta que se utiliza para gestionar o controlar y generar contenido, responder comentarios y hacer cambios en Redes Sociales sin necesidad de entrar a la Red Social per se. Todo se maneja desde un mismo “dashboard” o escritorio.

**SECRETARÍA GENERAL
PARLAMENTARIA**

/Elvira