



SECRETARÍA GENERAL

RESOLUCIÓN N° 3440

MAT: PROMULGA ACUERDO DE LA H. JUNTA DIRECTIVA QUE APRUEBA POLÍTICA DE COMUNICACIONES DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL DE CHILE.

Santiago, 29 de Junio de 2018

VISTOS:

- 1° El Acuerdo N°2 adoptado por la H. Junta Directiva en la Sesión N°609, de fecha 17 de Abril de 2018, que aprueba la Política de Comunicaciones de la Universidad Central de Chile.
- 2° La Resolución N°0134/2008, de fecha 28 de Febrero de 2008 que promulga Acuerdo de la H. Junta Directiva que aprueba Política de Comunicaciones de la Universidad Central de Chile.
- 3° Las disposiciones contenidas en el Estatuto de la Corporación.

RESUELVO:

- 1° Promúlgase el Acuerdo N°2 de la Honorable Junta Directiva, adoptado en Sesión N°609, de fecha 17 de Abril de 2018, que por unanimidad de sus integrantes aprueba la Política de Comunicaciones de la Universidad Central de Chile, cuyo texto se adjunta en la presente Resolución.
- 2° Derógase la Resolución N°0134/2008, de fecha 28 de Febrero de 2008, que promulga acuerdo de la H. Junta Directiva que aprueba Política de Comunicaciones de la Universidad Central de Chile.

Anótese y comuníquese.


NEFTALI CARABANTES HERNÁNDEZ
SECRETARIO GENERAL


SANTIAGO GONZÁLEZ LARRAÍN
RECTOR

Adj: Política

NCH/ARI/mvs

c.c.a: - Junta Directiva - Rectoría - Secretaría General - Fiscalía - Contraloría - Vicerrectorías - Facultades y Escuelas - Sede Regional La Serena - Dirección General Académica - Dirección de Comunicaciones - Dirección Aseguramiento de la Calidad - Dirección de Recursos Humanos - Archivo.

Política de Comunicación Corporativa Universidad Central de Chile

Presentación.

La Universidad Central de Chile fue fundada el 9 de noviembre del año 1982, quedando inscrita y registrada en el Folio C N° 4 del Ministerio de Educación. Su autorización de funcionamiento fue publicada en el Diario Oficial de la República de Chile con el n° 31.507, del 3 de marzo de 1983 y de ese modo, surgió a la vida académica como el tercer proyecto educativo privado de Chile, desde la implementación de la Ley General de Universidades promulgada en 1981.

A 35 años de su creación, la Universidad Central de Chile es una institución de educación superior de carácter nacional y privado, que asume la formación académica desde un alto compromiso con el país, para entregar un ciudadano con conciencia social, promotor de los valores de tolerancia, pluralismo y equidad, así como también, del respeto y aceptación de la diversidad en todos los ámbitos de su quehacer. En este contexto, la Universidad Central de Chile tiene como valor fundacional la formación integral de sus estudiantes. Esto implica una perspectiva de aprendizaje tendiente a entregar una sólida carrera profesional y al fortalecimiento de una actitud responsable, crítica y de compromiso con el país.

Su calidad de Corporación de derecho privado, sin fines de lucro con patrimonio propio, administrada por sus propios académicos, le ha permitido tomar decisiones de manera autónoma e independiente, siendo esto un factor constitutivo de la identidad institucional.

1.- Propósitos de la política.

Esta política tiene el propósito de establecer su carácter estratégico de la gestión en Comunicaciones Corporativas de la Universidad, en tal sentido la aprobación, revisión, evaluación de los planes y gestión de las comunicaciones corporativas de la Institución, es de responsabilidad de la máxima autoridad de la Corporación, representada por la Honorable Junta Directiva.

La aplicación y cumplimiento de los lineamientos de la política es de responsabilidad de todos los académicos y funcionarios de la Institución.

2.- Principios y valores de la Política de Comunicaciones Corporativas.

Los principios y valores sobre los cuales se sostiene la gestión de las comunicaciones en la Universidad Central de Chile, corresponden a los consignados en los Estatutos de la Corporación.

3. Objetivo de la Política.

La Política de Comunicaciones Corporativas de la Universidad Central de Chile, tiene como objetivo velar por el fortalecimiento de la imagen institucional y el prestigio corporativo, definir las responsabilidades y enfocar los esfuerzos en la difusión de la misión, visión, valores y objetivos declarados en los planes estratégicos institucionales.

4. Objetivos específicos de la Política Comunicacional.

- ✓ Difundir la información académica y de gestión proveniente de los estamentos directivos y de la comunidad de la Institución.
- ✓ Fortalecer y visibilizar la identidad y el sello de la Universidad, alineando a los miembros de su comunidad con los ejes y objetivos del Plan Estratégico Corporativo.
- ✓ Difundir y potenciar en la sociedad la identidad institucional, el compromiso social y el sello formativo de nuestro proyecto educativo.
- ✓ Generar, promover y desarrollar canales de comunicación que permitan que la información formal fluya de manera efectiva y oportuna al interior de la Institución.

5. Definiciones.

La correcta aplicación de la Política Comunicacional implica la definición de conceptos y/o ideas claves sobre la forma en que se llevarán a cabo las Comunicaciones Corporativas de la Universidad Central de Chile. Por tanto, esta se abordará desde dos ámbitos: Comunicación Organizacional y Comunicación Externa. Asimismo, queda establecido que cualquier comunicación oficial de la Universidad, debe recoger los lineamientos declarados por esta política de comunicaciones.

5.1.- Ámbito de la Comunicación Organizacional.

Como Comunicación Organizacional se entiende la gestión orientada a fortalecer la transmisión de ideas y valores de la Institución hacia la comunidad interna, con el objetivo de promover un compromiso con la misión, visión y valores, así como con los objetivos estratégicos plasmados en los planes de desarrollo de la Institución.

El foco de la Comunicación Organizacional está puesto en mantener una imagen institucional uniforme, clara y sólida, que contribuya a generar un sentido de pertenencia, identificación y compromiso de su comunidad con el Proyecto Educativo y el Plan Estratégico.

- Destinatarios y canales de la Comunicación Organizacional:

Autoridades institucionales, académicos, estudiantes, funcionarios y organizaciones sindicales, es decir todo aquel que participe de la comunidad universitaria.

Canales oficiales:

- Comunicados oficiales.
- Correo institucional.
- Newsletter y/o Boletín Institucional.
- Sitio web, Fanpage o cualquier medio digital.
- Reuniones y conferencias informativas
- Redes sociales oficiales de la universidad y de las facultades.
- Periódico impreso.
- Radio de la Universidad.

5.2.- Ambito de la Comunicación Externa:

Conjunto de actividades orientadas a crear, mantener o potenciar la comunicación con la comunidad externa, con el propósito de proyectar una sólida imagen corporativa que fortalezca continuamente la reputación y el prestigio institucional.

- Destinatarios y canales de la Comunicación Externa:

- Autoridades públicas y privadas
- Potenciales postulantes y sus familias.
- Grupos de interés establecidos en el PEC.
- Medios de comunicación tradicionales y digitales.
- Opinión pública nacional e internacional.

- Canales oficiales de la Comunicación Externa:

- a. Correo institucional: comunicados para web institucional y Medios de Comunicación.
- b. Vocerías institucionales.
- c. Sitio web: noticias e información para potenciales estudiantes; estudiantes y Grupos de Interés.
- d. Redes sociales: posteos con información institucional a través de Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter y Youtube.
- e. Medios de comunicación masivos: publrreportajes, comunicados, notas y entrevistas.
- f. Publicidad institucional.

6.- Relación con los medios.

La relación de la Universidad Central de Chile con los medios de comunicación, se basa en el reconocimiento al rol que estos ejercen en un sistema democrático. La relación siempre será de colaboración, procurando facilitar la labor informativa cada vez que un periodista requiera acceso a una fuente institucional.

La Dirección de Comunicaciones Corporativas desarrolla las directrices sobre la relación entre la Institución y los medios de comunicación, ya sean estos nacionales o extranjeros; impresos, audiovisuales o digitales. Esta Dirección es la responsable de canalizar los requerimientos que sean solicitados por los medios a nivel institucional, de manera intencionada y no intencionada.

En el caso de la primera, se refiere a la gestión activa de informaciones sobre la Institución o alguno de sus miembros, de acuerdo con los objetivos definidos en el plan de comunicaciones. Es la propia Institución la que toma contacto con el o los medios y realiza las gestiones para la publicación de la información, que considera relevante a difundir.

La no intencionada, se refiere a aquella en que el medio busca activamente a la Institución para obtener información para difundir o confirmar contenidos, desde la mirada académica.

7.- Plan de Comunicaciones.

La Dirección de Comunicaciones Corporativas es responsable de elaborar y proponer el diseño, la estrategia de implementación y el presupuesto del Plan de Comunicaciones Corporativo (PCC), con una periodicidad anual, el cual deberá ser incorporado al marco del presupuesto institucional y sometido a la aprobación por la Honorable Junta Directiva.

8.- Esta Política de Comunicaciones será implementada a través de un reglamento que se difundirá a toda la comunidad centralina.