



**FIJA TEXTO DE LA POLÍTICA DE  
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA  
UNIVERSIDAD ANDRÉS BELLO.**

**RECTORÍA**

**D.U.N°2811-2021**

**SANTIAGO, 15 de junio de 2021**

**TENIENDO PRESENTE:**

Que la Universidad Andrés Bello ha definido la necesidad de elaborar una Política de Comunicación Estratégica que oriente las acciones que realiza en esta materia y que le otorgan visibilidad al proyecto educativo y planes estratégicos institucionales.

Esta política permitirá alinear los esfuerzos institucionales con la imagen deseada a proyectar, sobre la base de la misión, visión, propósitos y sellos de la Universidad. Junto a los pilares del Plan Estratégico Institucional, estos aspectos conforman las prioridades a comunicar a los distintos grupos de interés internos y externos de la Universidad.

De esta manera, la Política de Comunicación Estratégica será una herramienta clave para que la mirada institucional y las acciones que se generan en cada ámbito de la vida universitaria logren hacer eco en los distintos públicos de modo de proyectar los valores institucionales, la credibilidad, el orgullo y la confianza en el desarrollo institucional y su gestión, velando siempre por el prestigio y reputación institucional de nuestra casa de estudios.

La aprobación de la Junta Directiva, en sesión de 20 de mayo de 2021.

**VISTO:**

Las atribuciones que me otorga la reglamentación vigente, y en particular la facultad de dictar los decretos que sean necesarios para esta institución, que se encuentra contemplada en el literal i) del artículo 4 del Reglamento General de la Universidad Andrés Bello.

**DECRETO**

Fíjase el texto de la Política de Comunicación Estratégica de la Universidad Andrés Bello, que corresponde al siguiente:

## **POLÍTICA DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA UNIVERSIDAD ANDRÉS BELLO**

---

### **Presentación**

La Universidad Andrés Bello ha definido la necesidad de elaborar una política de comunicaciones estratégicas que oriente las acciones que realiza en esta materia y que le otorgan visibilidad al proyecto educativo y planes estratégicos institucionales.

La política permite alinear los esfuerzos institucionales con la imagen deseada a proyectar, sobre la base de la misión, visión, propósitos y sellos de la Universidad. Junto a los pilares del Plan Estratégico Institucional, estos aspectos conforman las prioridades a comunicar a los distintos grupos de interés internos y externos de la Universidad.

De esta manera, la política de comunicación estratégica se convierte en una herramienta clave para que la mirada institucional y las acciones que se generan en cada ámbito de la vida universitaria logren hacer eco en los distintos públicos de modo de proyectar los valores institucionales, la credibilidad, el orgullo y la confianza en el desarrollo institucional y su gestión, velando siempre por el prestigio y reputación institucional de nuestra casa de estudios.

### **Contexto nacional e internacional**

Universidad Andrés Bello es actualmente la Universidad más grande del país a lo largo de sus tres sedes de Santiago, Viña del Mar y Concepción.

Su foco en la calidad académica, la investigación científica y la vinculación estrecha con las comunidades que la rodean, han transformado a la UNAB en la primera preferencia de los estudiantes agrupados en el Sistema Único de Acceso a la educación universitaria durante diez años consecutivos.

Universidad Andrés Bello se encuentra dentro del grupo de 25 universidades chilenas acreditadas por 5 años o más y es parte de las 27 universidades chilenas acreditadas en el área de investigación. Junto a lo anterior, prestigiosos rankings internacionales la ubican de forma constante dentro de las 4 mejores universidades del país en materia de investigación.

A nivel regulatorio, desde 2018 destaca la vigencia de la nueva Ley de Educación Superior que, entre otros aspectos relevantes, establece la acreditación institucional como obligatoria y mandata la elaboración de nuevos criterios y estándares de acreditación.

Junto a este aspecto, la Ley también estableció un nuevo sistema de acceso único a la educación superior que entró en vigor de forma progresiva desde el año 2021. Entre otros ámbitos, este sistema modificó en contenido y relevancia la prueba de admisión universitaria, tras 16 años donde el test estandarizado fue el principal instrumento de acceso a la educación superior.

A su vez, la gratuidad universitaria iniciada el año 2016 ha seguido avanzando con la incorporación de más universidades e institutos técnicos y profesionales. A nivel general, en 2021 hay 35 universidades y 25 institutos profesionales y centros de formación técnica adscritas a la educación gratuita. UNAB no participa del sistema.

A nivel internacional, destacan los cambios globales que las instituciones de educación superior han implementado en los últimos años, en especial la transformación digital acelerada también a causa de la pandemia del Coronavirus. A ello se suman otros procesos de cambio como el aprendizaje flexible y personalizado, lecciones breves o “microaprendizajes”, la reinención de planes de estudio para que respondan mejor a las necesidades de los mercados laborales, la innovación en modelos de evaluación, el uso y adaptación de herramientas al dispositivo móvil, la internacionalización y colaboración de la investigación, la preocupación por la salud mental de



los estudiantes y la disminución de la brecha de aprendizaje entre los estudiantes, entre otras tendencias.

En esa línea, desde 2020 en adelante la educación en formato virtual adquirió relevancia como nunca antes y se espera que esta metodología se mantenga e incremente su relevancia en los próximos años, siendo parte del modelo educativo de la institución.

### Quiénes Somos

La Universidad Andrés Bello es una institución de educación privada, inclusiva y pluralista, que en más de tres décadas de historia ha formado a poco más de 100 mil estudiantes de pre y postgrado que hoy son profesionales e investigadores de excelencia al servicio del país en sus respectivas áreas de conocimiento.

Actualmente, la universidad cuenta con 49.286 estudiantes en sus distintos regímenes y sedes, contribuyendo al desarrollo del país a través de la formación de las nuevas generaciones de científicos, investigadores, profesionales y emprendedores.

La UNAB ha consolidado un proyecto educativo de excelencia y destaca por la calidad de su investigación y producción científica.

La Comisión Nacional de Acreditación de Chile acreditó a la universidad por el período 2018-2022 en las áreas de Gestión Institucional, Docencia de Pregrado, Investigación y Vinculación con el Medio. A su vez, la agencia Middle States Commission on Higher Education de Estados Unidos reacreditó a UNAB por el máximo de años, y recientemente ANECA de España certificó el diseño del sistema de aseguramiento interno de la calidad de la Universidad.

Junto con ello, contamos con un proyecto financieramente viable. Estamos dentro del grupo de universidades en el país con mayor patrimonio y nos hemos ubicado entre los planteles con menor endeudamiento, según la información que entregan las instituciones de Educación Superior del país.

La **misión** de la UNAB es ofrecer a quienes aspiran a progresar, una experiencia educacional integradora y de excelencia para un mundo globalizado, apoyado en el cultivo crítico del saber, y en la generación sistemática de nuevo conocimiento. Su **visión** apunta a ser reconocida entre las mejores universidades del país.

La Universidad actúa bajo un conjunto de valores que inspiran el quehacer universitario y abarcan más allá de la interacción profesor-alumno, para formar parte integral del espíritu de todos quienes pertenecen a la Universidad Andrés Bello.

Los valores UNAB son:

- **Excelencia:** implica desarrollar la pasión por hacer las cosas bien, con calidad, junto a un espíritu de autocrítica y mejora continua, lo que a su vez conlleva la necesidad de aprendizaje para la vida.
- **Responsabilidad:** hacia sí mismo, hacia la institución y hacia la sociedad que nos cobija. El proceso educativo que ofrecemos conlleva que nuestros estudiantes aprenden a ser no solamente receptores de bienes y beneficios, sino contribuyentes al bienestar social.
- **Pluralismo:** la institución da la bienvenida a todas las ideas y credos, que se manifiestan de forma respetuosa y tolerante dentro y fuera del aula.
- **Respeto:** por el centro de nuestro quehacer, que es el estudiante, como persona multidimensional que busca en nuestras aulas una formación equilibrada para la vida.

- **Integridad:** la institución valora en todos los servicios que ofrece y en la comunidad académica que la constituye, la honestidad, la transparencia en el actuar y la lealtad, exigiendo una expresión ética en todo quehacer.

Entre 2017 y 2022 la UNAB cuenta con un plan estratégico basado en 4 ejes que representan las áreas de trabajo prioritarias para lograr su visión:

1. Asegurar una gestión académica efectiva y de calidad centrada en brindar una experiencia educativa enriquecedora para los estudiantes.
2. Expandir y potenciar la generación de nuevo conocimiento, la innovación y el emprendimiento.
3. Liderar la interacción y la generación de alianzas con el entorno social, económico, productivo y cultural.
4. Asegurar la sustentabilidad del proyecto UNAB y la aplicación de su modelo de gestión centrado en la prosecución de su misión.

## 1. Objetivos de la política

A partir de la misión de la Universidad y tomando en consideración su Plan Estratégico, los objetivos de la presente Política de Comunicaciones son:

- a) La política de comunicaciones **apunta a facilitar la consecución de la misión y proyecto educativo** de la Universidad, alineada con las estrategias y planes institucionales.
- b) La política **busca potenciar el prestigio del proyecto educativo** y la consolidación de la imagen institucional, a través de la difusión de sus distintas actividades académicas, de sus logros en calidad e investigación, vinculación con el medio y aporte a la sociedad.
- c) La política **ordena y prioriza los esfuerzos de comunicación institucionales**, posicionando el sello, misión, valores y principios de la Universidad ante todos sus públicos de interés a nivel interno y externo.

## 2. Principios de la política

La política de comunicaciones es una herramienta que permite ordenar los esfuerzos de la Universidad por difundir su quehacer cotidiano a públicos internos y externos, en línea con su proyecto educativo y con su imagen deseada.

Esa comunicación se guía por los siguientes principios:

- a) **Transparencia:** La política de comunicaciones permitirá informar de manera transparente y clara el quehacer universitario, difundiendo información relevante (operacional, financiera, académica, institucional, entre otras), validada por las autoridades universitarias respectivas, a través de las vías de comunicación disponibles para todos los estamentos de la comunidad (página web, redes sociales, etc.) y para públicos externos.
- b) **Respeto:** Las comunicaciones de la Universidad Andrés Bello fomentarán el respeto tanto al interior como al exterior de las aulas, dando cabida al intercambio sano de opiniones y puntos de vista en la comunidad. A su vez, la comunicación institucional respetará en todo momento los derechos y bienestar de la comunidad a la hora de difundir información, no permitiéndose la difusión de aquellas opiniones o comportamientos de miembros de la comunidad que atenten contra los derechos fundamentales o inciten a la violencia u odio.
- c) **Veracidad:** Universidad Andrés Bello difundirá información veraz, basada en fuentes confiables y miembros de su comunidad quienes, a su vez, deberán corroborar toda la información que entreguen en nombre de la Universidad.

- d) **Responsabilidad:** La Universidad Andrés Bello está consciente del aporte social e impacto que su quehacer tiene en su comunidad y a nivel país, por ello cautelará una comunicación institucional responsable, enfocada en la generación de bienestar de su comunidad y de la sociedad general, que esté conectada con las necesidades de ésta y del país.
- e) **Pluralismo:** La Universidad Andrés Bello mantendrá su irrestricto compromiso con la comunicación respetuosa e inclusiva de las distintas miradas que confluyen en el espacio universitario, la creación de conocimiento, el intercambio de experiencias y buenas prácticas.
- f) **Inclusión:** la Universidad Andrés Bello fomentará a través de sus comunicaciones la inclusión de todos los integrantes de la comunidad, evitando cualquier tipo de discriminación por raza, género, origen, religión u otros.
- g) **Periodicidad y oportunidad:** La Universidad Andrés Bello comunicará en forma periódica, constante y oportuna a todos los integrantes de la comunidad universitaria las informaciones y decisiones que les afectaren, así como las distintas actividades asociadas a la vida universitaria.

### 3. Lineamientos estratégicos de la política

- Guiar la política de comunicaciones hacia el cumplimiento de la misión de la UNAB de ofrecer una experiencia educacional integradora y de excelencia para un mundo globalizado, contribuyendo a su visión de posicionarse y ser reconocida entre las mejores universidades del país.
- Acompañar y sostener el cumplimiento de los objetivos del Plan Estratégico Institucional que la Universidad defina para materializar el cumplimiento de sus objetivos.
- Posicionar a la Universidad como una institución de prestigio y con un proyecto educativo sustentable en el tiempo; reconocida por sus altos estándares de calidad académica y que destaca por estar acreditada a nivel nacional e internacional por organismos estatales y reconocidas agencias. Además de dar cuenta de su aporte al país en investigación, innovación y vinculación con el medio; con un sólido modelo operacional que se orienta al cumplimiento de los más altos estándares éticos y con una cultura de servicio que ubica a sus estudiantes y la comunidad en el centro del quehacer universitario.
- Promover la reputación institucional y el prestigio del proyecto educativo a través de la comunicación periódica, transparente y oportuna del quehacer universitario, dando cabida a todas las visiones de la comunidad que conviven con respeto en las distintas áreas del saber.
- Alinear todas las comunicaciones de la Universidad, la reputación y la imagen institucional en torno al proyecto educativo y a su sello formativo basado en los valores de pluralismo, excelencia, responsabilidad, respeto e integridad, con un fuerte foco en investigación, internacionalización, pensamiento crítico y responsabilidad social.

### 4. Ámbitos de acción y herramientas

#### a. Interno

Comunicación periódica, oportuna y permanente de lineamientos institucionales que permiten la operación de la universidad y la generación de una cultura interna asociada a los valores de la institución. Se prioriza el acompañamiento de los procesos académicos, así como los aspectos operacionales y de apoyo al estudiante, la difusión de logros institucionales por área, definiciones específicas de las autoridades institucionales y de cada unidad, los casos de orgullo de la comunidad, buenas prácticas, posturas

institucionales en temas de relevancia nacional, informaciones de interés para docentes y colaboradores para su correcto desempeño, temas de gestión y planificación, entre otros.

La Universidad generará las herramientas necesarias para transmitir la información de forma eficaz a todos los públicos internos, innovando de forma permanente acorde a los cambios sociales y necesidades de los distintos públicos.

#### **b. Externo nacional e internacional**

Información institucional estratégica y destacada de las distintas áreas de la Universidad y su quehacer, que transmitan los pilares institucionales y den cuenta del trabajo que realiza la comunidad universitaria en las diversas disciplinas que se imparten. Se destacan los logros institucionales a nivel nacional e internacional, convenios con instituciones nacionales e internacionales, información permanente sobre investigaciones científicas y desarrollo de proyectos, proyectos y actividades en materia de vinculación con el medio, trabajos y relaciones interuniversitarias, logros de los estudiantes y la comunidad, aportes del quehacer universitario al país y, por otra parte, colaboración de expertos en las distintas disciplinas en el debate nacional en temas de interés.

La Universidad mantendrá contacto formal y permanente con los distintos medios de comunicación nacionales y públicos externos relevantes, de forma de transmitir adecuada, oportuna y eficientemente su quehacer, en línea con los intereses y necesidades de cada público externo abordado. A su vez, con los medios internacionales que soliciten información respecto de UNAB se mantendrán los canales abiertos para mostrar el trabajo institucional, los logros de la universidad, sus sellos de calidad y los compromisos en áreas relevantes como investigación y vinculación con el medio, principalmente.

### **5. Públicos objetivos**

**Internos:** autoridades, colaboradores, académicos, estudiantes, investigadores y egresados.

**Externos:** sociedad en general, líderes de opinión, autoridades nacionales y locales, organismos reguladores, agencias de acreditación, medios de comunicación nacionales e internacionales, instituciones de educación superior, futuros estudiantes, empleadores, beneficiarios de vinculación con el medio, comunidad científica, centros de estudio, gremios, sectores económicos.

### **6. Vocerías externas**

Se establece como único vocero institucional al Rector de la Universidad, quien delega sus funciones en autoridades institucionales en caso de requerirse.

Toda la comunicación institucional relacionada a planes estratégicos, logros institucionales, posturas institucionales en las diversas materias de interés, entre otros aspectos de relevancia, radican en la vocería del rector de la Universidad.

Junto a ello, se establecen vocerías internas y externas por área, radicadas prioritariamente en las más altas autoridades de la unidad correspondiente, las que podrán delegar esta función en académicos o colaboradores bajo su cargo.

Los docentes de la Universidad y sus investigadores podrán entregar una mirada técnica desde su área del conocimiento en línea con el sello de la UNAB y los principios de la política.

Los voceros establecidos, deberán gestionar sus vocerías a través de la Dirección General de Comunicaciones Estratégicas y Vinculación con el Medio, quien es el organismo a cargo de

recoger las inquietudes y necesidades de los medios de comunicación, así como también de coordinar las estrategias y planes comunicacionales para difundir el quehacer universitario en la comunidad interna y externa de la institución.

## 7. Seguimiento y Evaluación

Para hacer un correcto seguimiento del cumplimiento de la política de comunicaciones, así como de los planes del área, se cuenta con medios de difusión propios y un departamento a cargo de gestionar apariciones en medios masivos. Estas gestiones son evaluadas de forma permanente ya sea cuantitativa como cualitativamente.

Las métricas utilizadas para realizar un seguimiento del cumplimiento de la Política de Comunicaciones son las siguientes:

**A nivel de comunicaciones externas**, se identifican y registran volúmenes totales de apariciones en prensa, temáticas más abordadas, áreas con mayor presencia, voceros más recurrentes y medios más utilizados. La información permite identificar oportunidades, mejoras y ajustes en la implementación de los planes de comunicación de la universidad. Estos reportes deben realizarse mensual y anualmente y ajustarse, de ser necesario, de acuerdo a la contingencia. Estos informes deben complementarse y alimentarse de reportes periódicos de seguimiento de temas de relevancia en casos de contingencias institucionales.

**A nivel de plataformas digitales**, la Universidad cuenta con estadísticas de visitas a sus páginas web, perfiles de usuarios, tiempo de permanencia y procedencia, entre otros aspectos que guiarán la mejora de ese canal de comunicación.

Asimismo, la UNAB cuenta con información periódica sobre las menciones y conversaciones que ocurran en las distintas redes sociales de la institución. Para ello se generan reportes diarios y semanales en los cuales se incorporan métricas sobre cantidad de conversaciones, temáticas y sentimiento asociado, lo que le permitirá analizar la efectividad de su comunicación y estar permanentemente conectada con las necesidades de su comunidad, pudiendo reaccionar de forma rápida y eficiente en caso de requerirse.

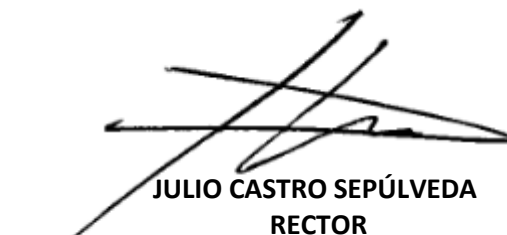
**A nivel de comunicación vía plataformas internas** -instancias de reunión presenciales y virtuales, mailings, intranet, boletines- la Universidad contará con métricas de lectoría que permiten identificar las temáticas de mayor interés, métricas con tasas de respuesta a inquietudes, registro de asistencia a reuniones, entre otros.

El seguimiento anterior permitirá a UNAB mejorar de forma permanente su comunicación, analizar la viabilidad y pertinencia de su estrategia, mejorar los aspectos que requieren atención y monitorear de forma periódica el cumplimiento de su política de comunicación estratégica.

**ANÓTESE Y COMUNÍQUESE.**



**PEDRO COVARRUBIAS BESA**  
**SECRETARIO GENERAL**



**JULIO CASTRO SEPÚLVEDA**  
**RECTOR**

