

FUNDACIÓN INSTITUTO PROFESIONAL DUOC UC

RESOLUCIÓN RECTORÍA N°19/2024

APRUEBA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA DUOC UC

VISTOS:

1. La necesidad de establecer una Política de Comunicación Interna de Duoc UC con el objeto de definir y acordar los principios y lineamientos de comunicación interna de la Fundación Instituto Profesional Duoc UC.
2. La facultad otorgada por el literal f) del artículo 5 del Reglamento General Vigente y demás aplicables.

CONSIDERANDO:

1. Que, la Fundación Instituto Profesional Duoc UC es una institución de educación superior, constituida legalmente como una fundación privada sin fines de lucro y que, por tanto, se encuentra sometida a la normativa vigente aplicable a este tipo de personas jurídicas como asimismo a toda la normativa de educación superior vigente a la fecha.
2. Que, en el ejercicio del quehacer institucional, la Fundación Instituto Profesional Duoc UC a través de la Dirección de Admisión, Comunicación y Extensión, ha surgido la necesidad de elaborar una Política de Comunicación Interna que logre asesorar, crear y mantener los flujos de los distintos contenidos, para el funcionamiento de la organización y el fortalecimiento de su identidad.
3. Que, la presente política tiene por objeto, entre otros, establecer los principios y lineamientos que rigen la comunicación interna en Duoc UC, definiendo su alcance, reglas, responsabilidades, procesos y canales internos de comunicación.

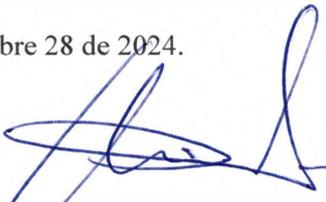
RESUELVO:

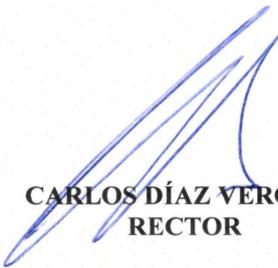
PRIMERO: Apruébese la “Política de Comunicación Interna Duoc UC”, que forma parte integrante de la presente resolución.

SEGUNDO: La Política de Comunicación Interna de Duoc UC, que en este acto se aprueba, entrará en vigencia a contar de esta fecha.

Comuníquese, publíquese y regístrese.

Santiago, noviembre 28 de 2024.


CLAUDIO DUCE JULIO
DIRECTOR GENERAL DE ADMISIÓN,
COMUNICACIÓN Y EXTENSIÓN


CARLOS DÍAZ VERGARA
RECTOR

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA DUOC UC

I. INTRODUCCIÓN

En Duoc UC entendemos la comunicación interna como uno de los principales componentes del ecosistema de comunicación existente en nuestra organización. Por ello, el área de Comunicación Interna, perteneciente a la Subdirección de Comunicación Corporativa tiene la responsabilidad de asesorar, crear y mantener los flujos de contenidos, en diferentes formatos, necesarios para el funcionamiento de la organización, la asimilación de valores, cultura y estrategia corporativa, que dan cuenta del proyecto educativo, contribuyendo a la construcción de un propósito común y al fortalecimiento de nuestra identidad.

La presente Política busca establecer los principios y lineamientos que rigen la comunicación interna en Duoc UC, definiendo su alcance, reglas, responsabilidades, procesos y canales internos de comunicación.

II. ALCANCE

Esta Política aplica a todos los miembros de la comunidad educativa de Duoc UC, incluyendo:

- **Colaboradores:** personal docente, administrativo y de servicios.
- **Directivos:** rectoría, vicerrectorías, direcciones generales, direcciones y subdirecciones.
- **Estudiantes:** alumnos y alumnas de todas las carreras y sedes.

III. PRINCIPIOS

La comunicación interna en Duoc UC se basa en los siguientes principios:

- **Veracidad:** la información que se transmite debe ser precisa, veraz y confiable.
- **Relevancia:** la información que se transmite debe tener valor para la audiencia a la que está destinada.
- **Oportunidad:** la información debe ser transmitida en el momento correcto, a fin de asegurar que su contenido trascienda en la institución y entregue un valor agregado a la comprensión del proyecto común.
- **Equilibrio:** dados los grandes volúmenes de información asociados a la actividad de Duoc UC y sus distintas unidades, se debe considerar el resultado total de los contenidos que se emiten, evitando que su exceso invisibilice información relevante.
- **Transparencia:** la información debe ser accesible para todos los miembros de la comunidad educativa y, de acuerdo con las necesidades de las audiencias, debe ser segmentada y dirigida según corresponda, promoviendo confianza y coherencia institucional.
- **Claridad:** la información debe ser transmitida de forma clara y comprensible.
- **Respeto:** la comunicación debe ser respetuosa y cordial entre todos los miembros de la comunidad educativa, y su contenido debe cumplir con la legislación vigente.
- **Bidireccionalidad:** la comunicación debe fluir en ambos sentidos, tanto de forma descendente como ascendente. La comunicación no es solo un mensaje que va de los líderes o institución hacia la comunidad educativa, sino que permite que esta responda, opine o participe, fomentando un intercambio de información.

IV. MODELO DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

4.1 Modelos de Comunicación

La gestión de la comunicación interna en Duoc UC se basa en 2 modelos comunicacionales coexistentes:

- a) **Modelo Centralizado:** liderado por la Subdirección de Comunicación Corporativa, es responsable de la estrategia de comunicación interna de Duoc UC, difusión de temas de carácter institucional, de acuerdo con los principios enumerados en el punto tres, y la gestión de canales de comunicación transversales.
- b) **Modelo Descentralizado:** liderado por la Subdirección de Admisión, Comunicación y Extensión de cada sede, es responsable de la generación de actividades, acciones y contenidos comunicacionales propios del entorno en que se desenvuelve, siguiendo los lineamientos de la Subdirección de Comunicación Corporativa. Junto a lo anterior, es responsable de hacer disponible a su público, en tiempo y forma, las acciones comunicacionales provenientes de Casa Central que les sean solicitadas, como por ejemplo refuerzos comunicacionales, activaciones e intervenciones de espacios físicos.

4.2 Tipos de Comunicación

A fin de facilitar el correcto tratamiento de la información en términos de divulgación, esta se ha agrupado en 4 tipos, siendo siempre prioritaria aquella transversal y estratégica para la comunidad.

- **Estratégica:** comunica el proyecto y modelo educativo, su cultura, reputación organizacional, acreditación, los proyectos e iniciativas estratégicas transversales y de rectoría.
- **Informativa:** difunde información relacionada a procesos internos o externos necesarios para la comprensión y adhesión al proyecto educativo, como comunicados oficiales, noticias, beneficios, acciones con colaboradores y/o estudiantes, proyectos, entre otros.
- **Operativa:** comunica temas de la operación, asistencia, soporte de Casa Central o materias transversales a la comunidad.
- **Sociales:** promueve la generación de comunidad, asociada a actividades internas que generan pertenencia y concientización.

V. RESPONSABILIDADES

5.1 Subdirección de Comunicación Corporativa

- Desarrollar y asegurar el cumplimiento de la estrategia comunicacional de Duoc UC.
- Brindar asesoría en materia comunicacional a sus clientes internos, con el fin de generar estrategias, planes o acciones que aseguren una correcta comprensión de los mensajes organizacionales, contribuyendo al logro de sus objetivos y a la evolución de la cultura.
- Definir y gestionar la pauta mensual de comunicación institucional, con la responsabilidad de priorizar las campañas y temas que se difundirán, asegurando su alineación estratégica con los objetivos organizacionales.
- Velar por la relevancia y equilibrio de los contenidos difundidos, con el propósito de mantener volúmenes de información asimilables por las distintas audiencias internas.
- Difundir los temas de carácter institucional como: identidad católica, proyecto y modelo educativo, proyectos e iniciativas estratégicas transversales, rectoría, acreditación, cultura

organizacional, calidad, beneficios, hitos y logros importantes de las diferentes unidades, entre otros.

- Gestionar la calendarización en los canales de comunicación, priorizando la publicación de contenido relevante y transversal, definiendo el medio y momento adecuado para asegurar su efectiva divulgación.
- Anticipar riesgos reputacionales y gestionar los aspectos comunicacionales en situaciones de crisis o controversia.

5.2 Subdirección de Admisión, Comunicación y Extensión de sedes

- Apoyar a sus clientes internos en los temas que deban comunicarse al interior de cada sede, para lograr el impacto comunicacional requerido.
- Generar actividades, acciones y contenidos comunicacionales propios del entorno en el que se desenvuelve, siguiendo los lineamientos de la Subdirección de Comunicación Corporativa.
- Administración de canales locales.
- Difundir los temas de carácter institucional definidos por la Subdirección de Comunicación Corporativa, poniéndolos a disposición en tiempo y forma, como activaciones e intervenciones de espacios físicos.

VI. DEFINICIONES

6.1 Ámbitos de Acción

La **Subdirección de Comunicación Corporativa** es responsable de la gestión de las comunicaciones estratégicas y/o transversales a toda la comunidad, brindando a su vez asesoría y capacitación a los equipos responsables de la comunicación interna de cada sede.

Los principales objetivos del **área de comunicación interna** son alinear, informar, generar sentido de pertenencia y un relato común. Esto lo hace:

- Facilitando la comunicación de manera oportuna, clara, transparente y coherente, difundiendo las principales estrategias de la organización, así como información relevante, buscando involucrar continuamente a toda la comunidad educativa.
- Facilitando los procesos de gestión del cambio necesarios para la mejora continua y evolución de Duoc UC. El rol del área consiste en abordar el ámbito de la comunicación, en el entendido de que los procesos y resultados de los proyectos que requieren de gestión del cambio son responsabilidad del área que los gestiona.
- Alentando a quienes tienen rol de gestores a asumir su papel como agentes de comunicación, en búsqueda de un mejor alineamiento de la información y el conocimiento entre los equipos y las áreas, a fin de lograr una mayor sinergia entre los colaboradores y una mejor comprensión del proyecto común.
- Comunicando, valorando, estimulando y reconociendo las nuevas ideas, mejores prácticas, principios y valores, motivando la innovación.
- Informando a los colaboradores sobre las principales prácticas de recursos humanos, dando visibilidad a aquellos procesos internos que lo requieran.
- Contribuyendo activamente a la adherencia y vivencia de la cultura Duoc UC, despertando el "orgullo de pertenencia" en la comunidad educativa.

- Fortaleciendo la colaboración con los clientes internos, garantizando la satisfacción y la credibilidad de la Subdirección de Comunicación Corporativa y su área de comunicación interna.
- Resguardando la eficacia de los medios de comunicación interna, realizando un seguimiento y evaluación de su efectividad.
- Realizando un seguimiento constante de las evoluciones del mercado, identificando alternativas innovadoras y eficientes para el desarrollo del área.

6.2 Exclusiones

Dado el alcance de la gestión de comunicación interna anteriormente descrito, **la Subdirección de Comunicación Corporativa no es responsable por:**

- La creación y desarrollo de discursos, libretos, guiones, invitaciones, pautas y/o programas para eventos, seminarios, encuentros y similares.
- Producciones audiovisuales de áreas o actividades específicas (transmisiones online, videos, presentaciones, entre otros).
- El desarrollo de material de entrenamiento.
- Conceptualización, organización y producción de eventos, seminarios, encuentros y similares.
- Creación y gestión de formularios online para registro en actividades.
- Cotización y coordinación de productoras o servicios de proveedores externos.

Nota: Dado el modelo descentralizado de comunicación, estas exclusiones podrían no guardar relación con la totalidad de las gestiones que se desarrollan en sedes, casos en los cuales su pertinencia deberá ser evaluada caso a caso por la Subdirección de Admisión, Comunicación y Extensión de cada una.

6.3 Áreas Solicitantes

Las áreas solicitantes son las que, por su gestión, deben dar a conocer información que contribuya y genere impacto en la comunidad y en la comprensión del proyecto común.

6.4 Criterios

Para cumplir con los objetivos de comunicación interna, sus miembros y las áreas solicitantes deben tener en cuenta los siguientes criterios:

- a) **Ficha de Requerimiento:** Para asegurar la efectividad de la comunicación interna, deben establecerse objetivos, público objetivo, mensajes clave, resultados esperados, entre otros indicadores. Esta información deberá ser plasmada por el área solicitante en una ficha de requerimiento, la cual se ubica en la intranet, en el espacio de la Dirección de Comunicación y Marketing Corporativo.
- b) **Programación de Acciones Comunicacionales:** La Subdirección de Comunicación Corporativa es el área responsable de la calendarización de las acciones comunicacionales institucionales para colaboradores y estudiantes, ya sean en los canales de comunicación interna o en espacios públicos.

En el caso de las sedes, estas deben gestionar su planificación local, considerando las acciones comunicacionales de Casa Central.

El calendario de acciones es elaborado a partir de la planificación anual y ajustes periódicos según relevancia y oportunidad del contenido a publicar.

6.5 Lineamientos de Uso de Marca

La aplicación del **Manual de Uso de Marca**, desarrollado por la Subdirección de Marketing, es obligatoria en las piezas de comunicación interna institucional.

6.6 Canales de Comunicación Interna

La Subdirección de Comunicación Corporativa, en conjunto con las otras subdirecciones de la Dirección de Comunicación y Marketing, desarrolla y mejora constantemente sus canales de comunicación a fin de asegurar la oportuna y adecuada entrega de información a los colaboradores.

Los canales de comunicación de Duoc UC tanto transversales como locales son de carácter institucional, por lo que cualquier acción relacionada con estos deben alinearse con la Subdirección de Comunicación Corporativa, incluyendo los plazos necesarios para el desarrollo y publicación.