PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES EXTERNAS

EL PRESENTE DOCUMENTO HA SIDO DESARROLLADO PARA USO EXCLUSIVO DE LOS EMPLEADOS DE LA UNIVERSIDAD ANDRÉS BELLO QUIENES DEBERÁN MANTENER ESTRICTA RESERVA FRENTE A TERCEROS RESPECTO DEL CONTENIDO DEL DOCUMENTO, EN CONSECUENCIA, UNIVERSIDAD ANDRÉS BELLO, NO ASUME RESPONSABILIDADES RESPECTO DE SU USO INADECUADO Y/O POR PERSONAS NO AUTORIZADAS.

ÍNDICE O CONTENIDO

1. OBJETIVOS 3

2. ALCANCE Y GRUPOS DE INTERÉS – PARTES INTERESADAS 3

3. ROLES Y RESPONSABILIDADES 3

4. ELEMENTOS DE ENTRADA 3

5. PROCESO DE MARKETING COMUNICACIONES EXTERNAS 4

5.1. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES SUBPROCESO COMUNICACIONES EXTERNAS 4

5.2. DIAGRAMA DE SUBPROCESO COMUNICACIONES EXTERNAS 6

5.3. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES SUBPROCESO COMUNICACIONES EXTERNAS PARA LA ADMISIÓN 7

5.4. DIAGRAMA DE SUBPROCESO MARKETING COMUNICACIONES EXTERNAS PARA LA ADMISIÓN 8

5.5. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES SUBPROCESO COMUNICACIÓN CON EL FUTURO ESTUDIANTE 9

5.6. DIAGRAMA DE SUBPROCESO COMUNICACIÓN CON EL FUTURO ESTUDIANTE 10

5.7. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES SUBPROCESO BRANDING 10

5.8. DIAGRAMA DE SUBPROCESO BRANDING 11

6. ELEMENTOS DE SALIDA 11

7. INDICADORES DEL PROCESO 11

8. REGISTROS 12

9. PROTOCOLIZACIÓN 12

10. CONTROL DE CAMBIOS 12

1. OBJETIVOS

El proceso de Comunicaciones Externas tiene por objetivo gestionar las distintas campañas comunicacionales orientadas a los grupos de interés externos de la institución.

2. ALCANCE Y GRUPOS DE INTERÉS – PARTES INTERESADAS

El proceso tributa al macroproceso de Comunicación y Marketing de carácter de apoyo en el Sistema de Aseguramiento Interno de la Calidad definido por la Universidad Andrés Bello.

Los grupos de interés implicados en el proceso corresponden a los actores relevantes del medio externo.

Este proceso tiene como alcance la gestión de comunicaciones externas desde la Generación del Plan hasta la Publicación de Contenidos correspondiente, para posicionamiento institucional y procesos de admisión y difusión.

3. ROLES Y RESPONSABILIDADES

Rol	*Responsabilidad*
Vicerrectoría Académica	Informar Oferta Académica
Vicerrectoría de Investigación y Doctorado	Informar resultados del área a nivel de UNAB y Facultades.
Vicerrectoría de Comunicación Estratégica	Generar Plan de Comunicaciones institucional. Ejecutar Actividades Plan de Comunicaciones Gestionar Publicación de Contenidos Gestinar requerimients de comunicaión externos Gestoionar campaña branding
Vicerrectoría de Servicios Universitarios y Experiencia Estudiantil	Desarrollar Requerimientos Especiales MKT Preparar Campañas de Admisión y Difusión Realizar Difusión de Campañas de seguimiento al futuro estudiante
Dirección de Admisión (Pregrado, Postgrado) **Vicerrectoría de Servicios Universitarios y Experiencia Estudiantil**	Aprobar Campañas de Admisión y Difusión Ejecutar proceso de admisión según segmento
Rectoría **Unidades UNAB**	Validar Plan de Comunicaciones Validar Contenidos en Comunicaciones

4. ELEMENTOS DE ENTRADA

Documento	Origen	Tipo documento
Plan de Comunicaciones PEI	VRCE	Registros
Modelo Educativo UNAB	Vicerrectoría Académica	Políticas y Normativas
Oferta Académica	Proceso Oferta Académica de Pregrado y Postgrado	Registro

5. PROCESO DE MARKETING COMUNICACIONES EXTERNAS

5.1. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES SUBPROCESO COMUNICACIONES EXTERNAS

1. Generar Plan de Comunicaciones

La Vicerrectoría de Comunicación Estratégica, de acuerdo con los Ejes Estratégicos del Plan Estratégico Institucional, deberá generar un Plan de Comunicaciones que tendrá como objetivo priorizar los contenidos y definir las herramientas para difundirlo en la comunidad.

El objetivo del Plan de Comunicaciones es definir la programación de actividades a ejecutar, considerando Hitos Institucionales, principales aspectos a levantar para el año y toda la información Institucional, debidamente validada por el Rector.

Ese plan contempla las acciones a desarrollar hacia la comunidad interna y externa y, derivado de él, las distintas áreas de la VRCE establecen sus prioridades para el año, coordinación con las unidades relacionadas..

2. Validar Plan de Comunicaciones

La VRCE valida el plan de comunicaciones con Rectoría, del cual se derivan las acciones de difusión en medios y campañas de branding (o reputación) hacia la comunidad externa. Cada contenido a difundir en el marco de estas acciones, es validado con la unidad correspondiente.

3. Ejecutar Actividades Plan de Comunicaciones

La VRCE, a través de sus 4 unidades, y de acuerdo con las directrices definidas en el Plan de Comunicaciones, deberá ejecutar actividades. Las 4 áreas de la VRCE deberán validar la información a difundir con las áreas correspondientes, apegadas a la estrategia general en su forma y contenido.
Para ello trabajará también en conjunto con áreas de apoyo, principalmente pertenecientes a la VRSE.

Los canales de difusión hacia la comunidad externa son:
Página web
Redes Sociales
Mailing
Medios de comunicación (no pagado)
Campañas de medios pagadas
Otras plataformas de comunicación

El tipo de contenido y su nivel de atractivo, relevancia y contingencia, será lo que defina los canales por los cuales se transmite hacia el exterior.

Para el cumplimiento de los objetivos planteados, a continuación, se presenta el flujo de trabajo entre las áreas de la VRCE y las unidades internas para la difusión de contenido a públicos externos:

4. ***Realizar solicitud externa a Comunicaciones UNAB***

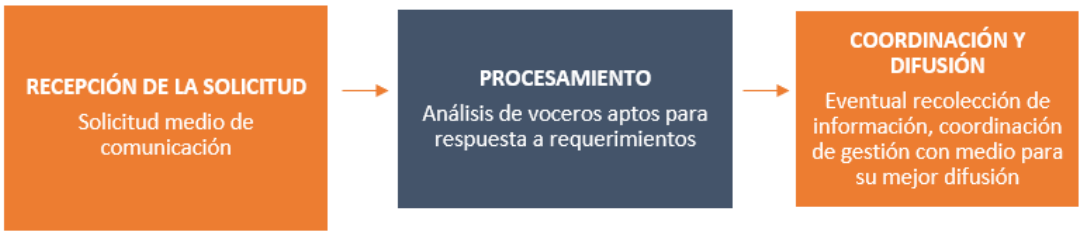
Medios externos podrán realizar solicitudes a la VRCE, de acuerdo con las contingencias o temas puntuales.

5. Validar Solicitud

La VRCE a través de la Dirección de Comunicaciones Institucionales y Prensa, deberá validar el requerimiento de medios externos con el objetivo de asignar los recursos y programar los contenidos.

Se priorizará el alcance del medio, la relevancia de contenido, la importancia para la Universidad/Facultad/Unidad y las capacidades institucionales para responder acorde a los principios de la Política de Comunicaciones.

La VRCE gestionará el requerimiento externo, cumpliendo con los requisitos fijados por el medio. Una vez levantado el contenido y hechos los análisis, se validará la información correspondiente o se gestionará la comunicación directa de representantes UNAB con el medio para su posterior difusión.

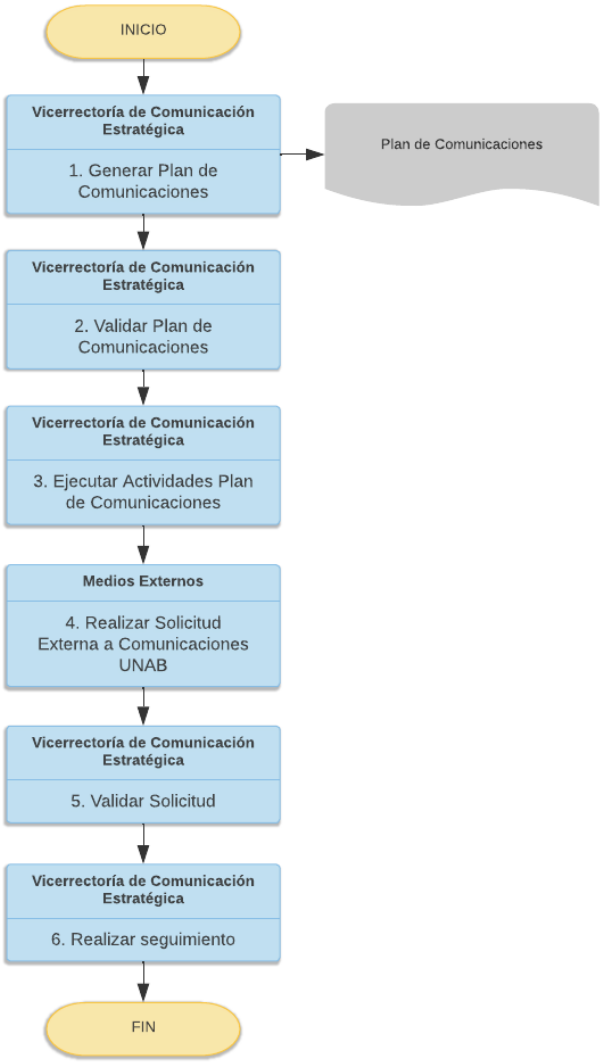


6. *Realizar* seguimiento

La VRCE realizará seguimiento hasta la publicación del requerimiento, aclarando eventuales dudas o nuevos requerimientos. Así también, al momento de difundirse, la VRCE la revisará y enviará a las instancias correspondientes para una eventual amplificación en medios institucionales.

La VRCE recibe reportes diarios de apariciones en medios y una vez al mes, un reporte detallado de cada requerimiento, vocerías y publicaciones tanto de UNAB como otras universidades.

5.2. DIAGRAMA DE SUBPROCESO COMUNICACIONES EXTERNAS



5.3. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES SUBPROCESO COMUNICACIONES EXTERNAS PARA LA ADMISIÓN

1. Informar Oferta Académica

La Vicerrectoría Académica deberá informar la Oferta Académica nueva de la Universidad correspondiente al Año Próximo, para Pregrado y Postgrado. Del mismo modo, informa sobre las carreras y programas con innovación curricular, suspensión y/o cierre.

2. Generar la estrategia, preparar y difundir campañas de admisión

La Vicerrectoría de Comunicación Estratégica deberá en base al presupuesto y objetivos asignados, generar conceptos, estrategias, elegir los canales para abordar los segmentos definidos.

3. Aprobar Campañas de Admisión

Las campañas de difusión orientadas a los procesos de admisión deben contar con la revisión y aprobación del Vicerrector de Servicios Universitarios y Experiencia Estudiantil.

4. Informar Oferta Comercial

La Dirección General de Admisión a través de la Dirección de Admisión correspondiente al segmento, deberán informar oferta comercial y validar descuentos y beneficios a informar en las campañas.

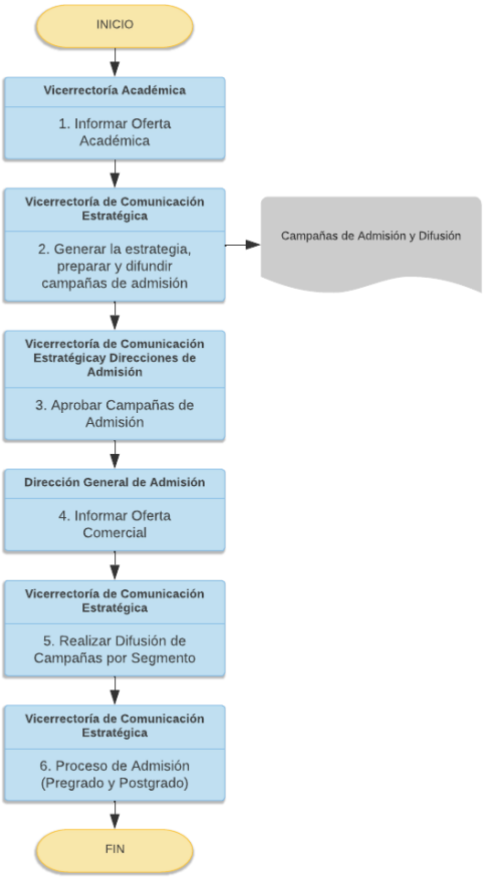
5. Realizar Difusión de Campañas por Segmento

Una vez aprobadas las Campañas de Admisión y Difusión, la Dirección General de Marketing deberá realizar la difusión de acuerdo con la Programación y Canales definidos (Sitio Web, Redes Sociales, Medios off line, otros).

6. Proceso de Admisión (Pregrado y Postgrado)

Las Direcciones de Admisión correspondientes deberán ejecutar el Proceso de Admisión de acuerdo con los plazos institucionales definidos.

5.4. DIAGRAMA DE SUBPROCESO MARKETING COMUNICACIONES EXTERNAS PARA LA ADMISIÓN



5.5. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES SUBPROCESO COMUNICACIÓN CON EL FUTURO ESTUDIANTE

1. Generar estrategias de difusión

La Vicerrectoría de Comunicación Estratégica, a partir de las iniciativas generadas por la Dirección General de Admisión y Difusión y/o otras áreas afines, deberá preparar la estrategia y las acciones de difusión, para los canales y segmentos que se definan. Tales iniciativas pueden responder a una planificación socializada o también a actividades que surgen durante el período.

2. Preparar material para la promoción de la Universidad

Son todos los materiales gráficos, audiovisuales y físicos para la presencia de la Universidad en los diferentes lugares, tales como colegios, ferias y otras instancias similares.

3. Generar nóminas de participantes para las actividades de difusión

La Vicerrectoría de Comunicación Estratégica prepara campañas para generar listados, nóminas, bases de datos de estudiantes que van a participar en las diferentes actividades planificadas por la Dirección General de Admisión y Difusión.

4. Mantener comunicación constante en medios digitales

Durante el año, la Vicerrectoría de Comunicación Estratégica genera y actualiza contenidos comunicacionales que acompañan al futuro estudiante en las distintas etapas de su inserción estudiantil, tales como preparación de pruebas de admisión, proceso de admisión o matrícula, noticias sobre beneficios estudiantiles, información respecto a la oferta académica, asesoría vocacional, entre otros.

5.6. DIAGRAMA DE SUBPROCESO COMUNICACIÓN CON EL FUTURO ESTUDIANTE

5.7. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES SUBPROCESO BRANDING

Derivado del Plan de Comunicaciones institucional -que se basa en el PEI, misión, visión y valores de la Universidad- la Dirección de Reputación Institucional genera un plan de acción para difundir los principales pilares institucionales al público externo, con especial énfasis en líderes de opinión e influenciadores.

1. ***Difusión*** **de pilares estratégicos en medios institucionales y campañas puntuales**

Se generan campañas puntuales de difusión por temas estratégicos que tengan impacto hacia el exterior. Esta información se levanta de las reuniones semanales de coordinación de la VRCE, alineada con el PEI.
Los canales a utilizar son medios de difusión institucional (mailings, web, redes sociales) y externos de pago (publicidad off y online).
Se realiza seguimiento del resultado de la difusión.

2. ***Campaña*** **de branding**

La VRCE prepara una campaña anual de branding, cuyo objetivo es reputacional y va dirigida a públicos específicos (influenciadoras).

3. Aprobar *Campañas* de branding

La VRCE valida el concepto y lineamientos de la Campaña con Rectoría. La información a difundir es validada por las áreas correspondientes.

5.8. DIAGRAMA DE SUBPROCESO BRANDING

6. ELEMENTOS DE SALIDA

Codificación Documento/ Registro	Volumen
Publicaciones en medios no pagadas Brief general campaña branding Publicaciones de admisión	1/Comunicación

7. INDICADORES DEL PROCESO

- ✓ Cumplimiento Plan de Comunicación
- ✓ Informe de publicaciones
- ✓ Atributos asociados a UNAb en estudio de imagen y de prospectos.

8. REGISTROS

- Plan de Comunicaciones
- Campañas de Admisión
- Muestras afiches para actividades
- Campañas de branding
- Reporte de apariciones en medios

9. PROTOCOLIZACIÓN

Elaborado por:	Revisado por:	Autorizado por:
Diego Baeza de la Hera *Director de Procesos* *Vicerrectoría Económica*	***Luis Aguilar Gallardo*** *Director del SAIC* *Vicerrectoría de Aseguramiento de la Calidad*	***Carmen Gloria Jiménez Bucarey*** *Vicerrectora de Aseguramiento de la Calidad*

10. CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha	Elaborado	Descripción del Cambio
1	20-08-2020	Diego Baeza Catalina Orellana Claudia Chehade Ana María Pavez	Documento Inicial
2	15-10-2021	Diego Baeza Matías González	Revisión Procedimiento y Registros
3	22-09-2023	Luis Aguilar Ana María Pavez Paola Jarur Eduardo Lasheras Claudia Chehade	Actualización procedimiento