

**UNIVERSIDAD DE TALCA
RECTORÍA**

**APRUEBA POLITICA DE
COMUNICACIONES CORPORATIVAS DE
LA UNIVERSIDAD DE TALCA.**

VISTOS:

Las facultades que me confieren los decretos con fuerza de ley N°s. 36 de 1981 y N°30 de 2023, el decreto supremo N°95 de 2022, todos del Ministerio de Educación; y la resolución N°7 de 2019 de la Contraloría General de la República.

CONSIDERANDO:

- a) La propuesta de la directora de comunicaciones.
- b) Lo dispuesto en la resolución universitaria N°95 de 2024, que aprueba Reglamento De Políticas Corporativas en el marco del Sistema Integral De Aseguramiento De La Calidad Siac-Utalca y deja sin efecto resolución 105 de 2022.
- c) Las observaciones formuladas por los miembros del Comité Estratégico de Calidad que integran el equipo directivo de la Universidad de Talca, según acta de fecha 23 de junio 2025, que aprueba Política de Comunicaciones Corporativas de la Universidad de Talca.
- d) El acuerdo del Consejo de Aseguramiento de la Calidad que consta en acta de equipo directivo de fecha 23 de junio 2025.

RESUELVO:

- 1.- Apruébese la Política de Comunicaciones Corporativas de la Universidad de Talca, conforme a lo que a continuación se indica.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

A. CONTEXTO

Las comunicaciones corporativas comprenden el conjunto de estrategias, mensajes y herramientas que una institución utiliza para generar, transmitir, difundir información de manera coherente y efectiva a sus diferentes públicos de interés, tanto internos como externos. Su finalidad es generar, gestionar y resguardar la imagen y reputación corporativa, y apoyar la ejecución de acciones y decisiones estratégicas adoptadas por el gobierno universitario y sus principales órganos colegiados: Consejos Superior y Universitario.

En la Universidad de Talca la gestión de sus comunicaciones corporativas tiene una importancia estratégica y transversal que se pone al servicio del cumplimiento de su misión, visión y valores institucionales.



Código documento: 1114F361-4707-4BCB-852E-923EA47DBA2F

Url de verificación : <https://firmaelectronica.ualca.cl/verificacion.php?guid=1114F361-4707-4BCB-852E-923EA47DBA2F>

Pin de verificación : 1146

Aprobado por Contraloría de la Universidad de Talca

Este documento implementa Firma Electrónica Avanzada

A partir de la Política de Calidad institucional y el consecuente mejoramiento continuo, la Universidad de Talca ejecuta periódicamente evaluaciones de sus procesos y resultados con el fin de detectar espacios de mejora. Dentro de este marco se realizó un diagnóstico y benchmarking respecto del alcance y efectividad de las comunicaciones corporativas.

A partir de ese trabajo se reconoció la gran cantidad, diversidad y valor de la información que surge de la Universidad y, por consiguiente, la necesidad de contar con una Política de Comunicaciones Corporativas con sus respectivos reglamentos, que permita ordenar y canalizar flujos de información, promoviendo un ambiente de colaboración y coordinación entre las distintas unidades académicas y administrativas que la componen, considerando que los contenidos institucionales surgen de la gestión institucional y el quehacer universitario, integrando docencia, investigación, innovación, creación, extensión cultural y artística, vinculación con la sociedad, propuestas estudiantiles y gestión administrativa. Esto implica que las personas que integran la comunidad universitaria son gestoras de comunicación, siendo necesarios los procedimientos y directrices para hacer efectiva su contribución al posicionamiento de la institución.

B. PROPÓSITOS

Esta política tiene como propósito orientar estratégicamente la comunicación institucional de la Universidad de Talca en base a su gestión, asegurando que sus acciones contribuyan a:

Posicionar a la Universidad de Talca como una institución líder en la generación y transmisión de conocimiento, innovación y cultura, al servicio de la sociedad.

Fortalecer la marca institucional de tal manera de lograr reconocimiento y valor por parte de los distintos grupos de interés.

Velar por la coherencia y articulación comunicacional a nivel corporativo y entre las unidades académicas y administrativas, reforzando el posicionamiento y reputación institucional.

Dar cuenta de la vinculación con los territorios de influencia, en línea con los valores corporativos y el compromiso social.

Fortalecer la identidad y el sentido de pertenencia de la comunidad universitaria.

C. COMPROMISO CORPORATIVO

Para alcanzar el propósito definido en esta Política, la Universidad de Talca se compromete a:

- La Dirección de Comunicaciones Corporativas formalizará un reglamento sobre el uso de la marca corporativa.
- La Dirección de Comunicaciones Corporativas formalizará instrumentos que regulen procesos y procedimientos relativos a las comunicaciones corporativas.
- Elaborará estrategias de comunicaciones institucionales hacia públicos internos y externos.
- Dotará de recursos financieros y humanos permanentes para el despliegue de la política.
- Establecerá instancias regulares de consulta y retroalimentación con estudiantes, académicos, administrativos y grupos de interés internos y externos, con la finalidad



Código documento: 1114F361-4707-4BCB-852E-923EA47DBA2F

Url de verificación : <https://firmaelectronica.utalca.cl/verificacion.php?guid=1114F361-4707-4BCB-852E-923EA47DBA2F>

Pin de verificación : 1146



Aprobado por Contraloría de la Universidad de Talca



Este documento implementa Firma Electrónica Avanzada

de obtener retroalimentación para los procesos de mejora continua de las comunicaciones institucionales.

D. CONSIDERACIONES PARA LA IMPLEMENTACIÓN Y MEJORA

Para el diseño e implementación de lo establecido precedentemente, la institución articulará las siguientes acciones:

El Comité Directivo de Comunicaciones será el encargado de planificar, coordinar y supervisar los lineamientos estratégicos de comunicación y de manejo de crisis. Lo integran el/la Rector/a, vicerrector/a académico/a, secretario/a general, directores generales de Planificación y Aseguramiento de la Calidad y Vinculación con el medio y el/la director/a de Comunicaciones Corporativas.

La Universidad de Talca velará por el cumplimiento de las directrices reglamentarias en materia comunicacional y la coordinación entre unidades, lo que se canalizará a través de la Dirección de Comunicaciones Corporativas.

Cada unidad académica y administrativa será responsable de dar a conocer a la Dirección de Comunicaciones Corporativas los proyectos, logros, acciones y actividades que permitan posicionar la institución.

Esta Política se actualizará cada tres años conforme a los lineamientos institucionales en la materia.

E. GRUPOS DE INTERÉS

Las acciones institucionales impactan e involucran tanto a actores internos como externos, los cuales se pueden agrupar de la siguiente manera:

Público interno:

- Junta Directiva/Consejo Superior
- Académicos/as
- Funcionarios/as administrativos/as
- Equipo directivo
- Consejo Académico/Consejo Universitario
- Consejos de Facultad
- Organizaciones estudiantiles
- Alumni
- Estudiantes pregrado
- Estudiantes postgrado

Público externo:

- Stakeholders y autoridades regionales
- Stakeholder y autoridades nacionales
- Medios de comunicación
- Sectores productivos y comercial (empresas)
- Establecimientos educacionales y estudiantes



Código documento: 1114F361-4707-4BCB-852E-923EA47DBA2F



Url de verificación : <https://firmaelectronica.utalca.cl/verificacion.php?guid=1114F361-4707-4BCB-852E-923EA47DBA2F>



Pin de verificación : 1146



Aprobado por Contraloría de la Universidad de Talca



Este documento implementa Firma Electrónica Avanzada

- Proveedores de servicios
- Comunidad en general

F. GLOSARIO

Marca corporativa: es la identidad e imagen de una organización, engloba la misión, visión y valores, y se refleja en cómo la perciben sus públicos internos y externos. Proyecta una imagen unificada y coherente de la institución en su conjunto.

Posicionamiento comunicacional: percepción que una marca ocupa en la mente de la opinión pública basada en sus atributos, valores o características distintivas.

ANÓTESE Y COMUNÍQUESE.

MBM/efg



Código documento: 1114F361-4707-4BCB-852E-923EA47DBA2F

Url de verificación : <https://firmaelectronica.utalca.cl/verificacion.php?guid=1114F361-4707-4BCB-852E-923EA47DBA2F>

Pin de verificación : 1146



Aprobado por Contraloría de la Universidad de Talca



Este documento implementa Firma Electrónica Avanzada