

## Premios Eikon 2021

Número y nombre de la categoría a inscribirse:  
Categoría 4 – Relaciones con los medios

Capítulo:  
General

Título del programa:  
UDD frente al Covid-19: Cómo visibilizar y generar impacto mediático  
en tiempos de crisis

Nombre de la compañía o institución:  
Universidad del Desarrollo

Departamento o área:  
Dirección de Asuntos Públicos y Comunicaciones

Personas responsables del plan de comunicación:  
María Inés Mendieta Hinrichsen, directora de Asuntos Públicos y  
Comunicaciones

## 1. Introducción (planteo y diagnóstico)

La Universidad del Desarrollo (UDD) es una institución de educación superior con más de 30 años de trayectoria, con sedes en Concepción y Santiago, que actualmente cuenta con 14.840 alumnos de pregrado, 1.600 alumnos de postgrado, 24 mil titulados de pregrado (alumni), 2.400 profesores, 1.200 colaboradores, además de una comunidad universitaria ampliada que incluye participantes de actividades de extensión, responsables financieros, estudiantes de intercambios, personal de servicio externo, entre otros.

Los sellos que inspiran su misión son Responsabilidad Pública, Emprendimiento y Liderazgo, y Ética, siendo su principal objetivo formar profesionales integrales, globales y con un fuerte compromiso con el desarrollo de su país, resaltando por su espíritu emprendedor e innovador. Destaca, además, por su capacidad de adaptación al cambio y a los desafíos externos y su constante búsqueda de generación de valor a través de investigaciones que impacten en la sociedad o entreguen soluciones efectivas y eficientes a problemas reales.

Con el estallido social (octubre 2019) y la llegada de pandemia de Covid-19 a Chile (marzo 2020), la UDD tomó la decisión estratégica de aprovechar sus capacidades ya instaladas y el trabajo que se venía desarrollando desde 2018 en las áreas de investigación con impacto, innovación docente y transformación digital, para convertir esta crisis externa en una oportunidad para consolidarse y posicionarse como una universidad flexible, dinámica, moderna y adaptable.

Por ello, se decidió centralizar y ordenar la comunicación, liderada por el Rector Federico Valdés, con el objetivo de darle coherencia a los mensajes y tranquilidad a las familias que componen nuestra comunidad universitaria.

Las plataformas Canvas y Zoom se transformaron en las más potentes para dar continuidad a los procesos educativos. No obstante, ya a comienzos del 2018 se había establecido como iniciativa estratégica la Transformación Digital de la Universidad y se impulsó un cambio cultural hacia la utilización de nuevas modalidades académicas, cuando no era usual que las universidades contaran con estas herramientas.

Esta decisión significó poder sortear con éxito los graves problemas que se generaron en la sede de Concepción, donde no se logró reabrir la sede tras las manifestaciones sociales y se terminó el semestre en formato online.

El aprendizaje obtenido durante esos dos meses, en que se realizaron cerca de 2 mil conferencias y se logró entender cómo se tenía que flexibilizar el calendario académico desacoplando lo que ocurría en las diferentes facultades, permitió llegar a marzo del 2020

con un conocimiento, con una capacidad y tranquilidad que muchas instituciones no tenían.

En este contexto, cuando la pandemia comenzó en Chile, la preparación e impulso que se había dado al proceso de transformación digital y la experiencia adquirida durante el estallido social permitió suspender las clases y en solo 24 horas traspasar a 15 mil alumnos y todas las actividades académicas virtualizables al formato online. No solo estaba disponible la tecnología, sino las capacidades instaladas para capacitar rápidamente a los profesores y adaptar los procesos académicos, de manera de entregar, a través de un proceso enseñanza – aprendizaje distinto, contenidos de calidad.

## 2. Propuesta del plan comunicacional (estrategia)

Apenas se inició la emergencia sanitaria producida por la pandemia, Rectoría convocó al Comité de Crisis Coronavirus que reunió a distintas unidades (expertos en infectología, epidemiología, operaciones, comunicaciones, informática y Recursos Humanos) para elaborar un plan estratégico y ordenar la comunicación respecto a las decisiones que se irían tomando en relación a esta emergencia sanitaria. Es así como, contando con la asesoría técnica de la Facultad de Medicina Clínica Alemana Universidad del Desarrollo, comenzaron a elaborarse los protocolos, a adaptarse los campus de acuerdo a las recomendaciones de expertos y a comunicarse centralizadamente a toda la comunidad las decisiones de las autoridades universitarias, relativas tanto a los estudiantes como también a los colaboradores.

Además, se creó el Centro de Recursos Informativos y Científicos Covid-19, con el objetivo de generar un repositorio de información confiable para nuestra comunidad universitaria y luego el sitio Impacto Covid-19, que recopila toda la experiencia y resultados de la UDD tras el primer semestre de pandemia.

De esta manera, en este contexto de la pandemia por Covid-19, la UDD ha desplegado un gran número de iniciativas que dan cuenta de la agilidad existente en toda la organización para abordar nuevos desafíos en estrecha colaboración con su entorno. Esto ha sido posible gracias a las capacidades previas instaladas en los equipos de trabajo de este caso, donde se integran todos los objetivos presentes en la vinculación de la UDD con el medio, demostrando la maduración del área en estos últimos 5 años.

También se creó el Comité Estratégico COVID 19 con la misión de levantar todas las iniciativas existentes en la UDD relacionadas con el tema. Así, a todas las medidas internas relacionadas con la continuidad de la actividad académica y administrativa, se sumó una serie de instancias de aporte a la sociedad que incluyen:



Universidad del Desarrollo

- Participación de profesionales de la UDD en mesas de trabajo y comités de expertos, entre ellos el Comité Asesor Covid-19 y la Mesa de Datos y el Comité de Vacunas del Ministerio de Ciencias, Tecnología, Conocimiento e Innovación y el Departamento de Epidemiología del Ministerio de Salud.
- Investigación con impacto
- Innovación tecnológica
- Colaboración universidad-empresa
- Apoyo a emprendedores
- Apoyo y asesoría a colegios
- Extensión a través de cursos específicos a nivel de carreras, facultades o interfacultades, y de la iniciativa #UDD en Casa
- Opinión y difusión en medios de comunicación
- Voluntariados

Dentro de estos desafíos, uno de los más importantes fue el trabajo desarrollado por la Dirección de Asuntos Públicos y Comunicaciones de la UDD, que al recibir el mandato de Rectoría, se enfocó en la tarea de visibilizar no solo las más de 400 iniciativas relacionadas con Covid-19 surgidas desde las diferentes facultades y unidades, sino que además elaborar un detallado plan de medios, que permitiera a través de una oportuna y eficiente gestión, posicionar a los voceros y expertos en esta materia en los medios de comunicación nacionales.

Es así como la Universidad logró transformarse rápidamente en un referente. Los doctores Pablo Vial (infectólogo) y Ximena Aguilera (epidemióloga) formaron parte del Consejo Asesor Covid-19, lo que les sirvió de plataforma para mostrar todo el trabajo que se estaba realizando desde el Instituto de Ciencias e Innovación en Medicina (ICIM) y el Centro de Epidemiología y Políticas de Salud, respectivamente, y su visión respecto al manejo de la pandemia. Asimismo, los expertos de todas las áreas se dedicaron a estudiar y analizar desde sus disciplinas los efectos de la pandemia, en aspectos como bienestar emocional, consecuencias económicas y políticas, etc. Fueron múltiples los informes, estudios y encuestas que sirvieron de insumo a los medios de comunicación para dar una visión más amplia de la magnitud de la pandemia.

Un ejemplo relevante es el Estudio de Seroprevalencia realizado por el ICIM y la Facultad de Gobierno, cuyo objetivo fue determinar la existencia de anticuerpos en los pacientes de Covid-19, tarea que se realizó primero en la Región Metropolitana y luego en regiones y que fue pionero en determinar la respuesta inmune de los pacientes ya infectados. Este estudio ha sido publicado por diversos medios nacionales y regionales.

Asimismo, el Índice de Movilidad del Instituto de Data Science de la Facultad de Ingeniería, junto a Telefónica y Cisco -que a través de los datos de antenas de celulares pudo determinar las alzas y bajas de movilidad en Santiago y Regiones-, se convirtió en un

instrumento fundamental en la toma de decisiones de las autoridades de gobierno respecto al plan Paso a Paso. Este estudio se actualiza semanalmente y ha sido fuente permanente de información para el Ministerio de Ciencias, Tecnología e Innovación, razón por la cual el Decano de la Facultad de Ingeniería ha sido invitado especial al reporte diario del Ministerio de Salud para entregar los datos recabados. Desde sus comienzos el Informe de Movilidad fue ampliamente difundido y hasta hoy es utilizado como insumo cada vez que hay discusiones relevantes respecto a la efectividad de las cuarentenas como método de reducción de casos.

Por otro lado, la Facultad de Psicología ha realizado diversos estudios, durante este periodo, relacionados con el bienestar socioemocional de diversos grupos tales como profesores, alumnos y apoderados, a través de encuestas y análisis de datos, los que han sido ampliamente difundidos por los medios. También se han elaborado investigaciones sobre la convivencia de las parejas durante la pandemia y el agobio de los santiaguinos durante los confinamientos.

Además de estos ejemplos, son muchos los emprendimientos, experiencias e historias personales que los medios consideraron valiosos de publicar, especialmente aquellos relacionados con el personal de la salud (internos y médicos egresados de nuestra casa de estudios).

### 3. Resultados y evaluación

Los resultados del Plan de medios y las gestiones realizadas dieron excelentes resultados tanto en cantidad como relevancia, para una institución de las características de la UDD, cuyo equipo de prensa está conformado por solo 7 personas, sin presupuesto asignado y sin considerar publicidad, sino solo gestión de prensa.

Es así como desde marzo 2020 a abril 2021, el total de apariciones de la UDD en medios es de 8.045, de las cuales, 3.850 corresponden a notas relacionadas con la pandemia del SARS-CoV-2 (Covid-19), lo que equivale a un 47.85%.

	Total 2020-2021	Notas COVID
	8.045	3.850
Valor Publicitario (VP)	\$70.711.419.236	\$40.632.520.904

De las 3.850 notas Covid-19:

- 911 son protagónicas, con un VP de \$8.033.913.127
- 2.868 son secundarias, con un VP de \$32.110.790.575
- 71 son referenciales, con un VP de \$487.817.202

De las 3.850 notas Covid-19:

- 1.073 notas Prensa (Metropolitana – regional – revistas)
- 702 notas Radios
- 540 notas TV (abierta – cable – regional)
- 1.533 web

De los medios para las notas Covid-19:

- 1.931 son de relevancia alta
- 597, relevancia media
- 1.322, relevancia baja

### Información Importante

Se adjunta anexo con detalles de las acciones del plan de comunicaciones.