

DIRECCIÓN GENERAL  
DE VINCULACIÓN  
CON EL MEDIO



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE  
VALPARAÍSO

# Instructivo de Comunicaciones



# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
EQUIPO DE COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIONES	4
ESPECIFICACIONES DE COBERTURA, GESTIÓN DE PRENSA, REDES SOCIALES Y MARKETING	5
Cobertura de prensa	5
Publicación de noticias en sitio web	7
Apoyo audiovisual	8
Gestión con medios de comunicación	8
Pautas y comunicado de prensa	9
Sitio web institucional, redes sociales y pantallas digitales	10
Publicaciones pagadas en medios	11
DIFUSIÓN Y EXTENSIÓN CEA PUCV – SANTIAGO	12
ESPECIFICACIONES DE MANEJO Y USO DE LA MARCA PUCV	14
GUÍA PARA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	15
Requerimientos relaciones públicas	17

# INTRODUCCIÓN

Respondiendo a las prioridades establecidas en el Plan de Desarrollo Estratégico 2017 – 2022 referidas a aumentar la presencia de la Universidad en los temas relevantes para la sociedad, la Coordinación General de Comunicación Institucional (CGCI) ha establecido un Instructivo de Comunicaciones que busca aportar a este desafío.

Cabe destacar la importante contribución para el debate regional y nacional que significa la difusión de reflexiones, investigaciones, proyectos y actividades realizadas por la Universidad, lo que al mismo tiempo favorece el posicionamiento institucional en un contexto altamente competitivo.

Este instructivo busca orientar las funciones de la CGCI y de los periodistas de las distintas unidades de la Universidad, en lo relativo a la cobertura de prensa (funciones a nivel central y de las unidades), gestión de medios, manejo de marca y organización de eventos.

Los lineamientos y disposiciones que contempla este Instructivo permitirán aunar esfuerzos para realizar una comunicación más efectiva, oportuna y propositiva que contribuya a posicionar a la PUCV en los medios a nivel regional, nacional e internacional.

El presente documento contiene tres lineamientos de trabajo:

1. Especificaciones de cobertura y gestión de prensa
2. Especificaciones de manejo y uso de la marca PUCV
3. Guía rápida para la organización de eventos

Si bien los mensajes que la Institución difunde pueden ser variados, dependiendo de la heterogeneidad de disciplinas, actividades e instancias con que cuenta, la identidad definida en el PDE debe ser siempre el valor fundamental que rige toda comunicación. La identidad está basada en la **catolicidad**, la **excelencia** y la **vocación pública**, principios que son a la vez la base y el horizonte de la Institución.



# EQUIPO DE COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

A nivel central el equipo de comunicaciones de la PUCV es encabezado por la Coordinación General de Comunicación Institucional (CGCI), dependiente de la Dirección General de Vinculación con el Medio.

## COORDINACIÓN GENERAL

### **Paulina Chacón**

Coordinadora General  
de Comunicación  
Institucional  
paulina.chacon.l@pucv.cl  
32-3273164

### **Yasmina Díaz**

Secretaria CGCI  
comunicaciones@pucv.cl  
32-3273165

## UNIDAD DE PRENSA

### **Juan Pablo Guerra**

Jefe de Prensa  
juan.guerra.z@pucv.cl  
32-2273166

### **Juan Paulo Roldán**

Periodista  
juan.roldan@pucv.cl  
32-2273167

### **Macarena Rojas**

Periodista  
macarena.rojas@pucv.cl  
32-2273167

## MARKETING Y REDES SOCIALES

### **Nicolás Jara**

Periodista de Marketing  
y Redes Sociales  
Institucionales  
nicolas.jara@pucv.cl  
32-2273169

### **Genny Viedma**

Periodista de Marketing  
y Redes Sociales de  
Admisión  
genny.viedma@pucv.cl  
32-2273168

### **Thiare Colpi**

Periodista de Marketing  
thiare.colpi@pucv.cl  
32-2272719

## RELACIONES PÚBLICAS

### **Marcela Espinoza**

Encargada de Relaciones  
Públicas  
marcela.espinoza.r@pucv.cl  
32-2273507

### **Macarena Moya**

Asistente de Relaciones  
Públicas  
macarena.moya@pucv.cl  
32-2273251

### **Estefanía Donoso**

Asistente de Relaciones  
Públicas  
estefania.donoso@pucv.cl  
32-2273421

# ESPECIFICACIONES DE COBERTURA, GESTIÓN DE PRENSA, REDES SOCIALES Y MARKETING

## COBERTURA DE PRENSA

Se focalizarán los esfuerzos en la gestión de medios, pero enfatizando en aquellas actividades de alto impacto. Asimismo, se continuará dando respuesta a las demandas que realicen los medios de comunicación, coordinando sus requerimientos relacionados con académicos expertos, investigaciones y proyectos.

Las actividades que serán cubiertas por la Unidad de Prensa a nivel central son:

- Ceremonias oficiales, como Profesor Emérito, Doctor Honoris Causa, Claustro Pleno y Sagrado Corazón.
- Actividades institucionales, como firma de convenios, reuniones oficiales de autoridades con externos, premiaciones de académicos, entre otros.
- Inauguraciones de infraestructura.
- Congresos, seminarios, conversatorios, charlas y coloquios no especializados.
- Proyectos y/o estudios e investigaciones de alto interés para la sociedad.
- Actividades culturales y artísticas realizadas por la Unidad de Extensión Cultural y Patrimonio a nivel central.
- Actividades del CRUCH, CRUV y G9.
- Informaciones institucionales, tales como ranking, acreditación, etc.
- Actividades de vinculación social con entidades externas, como La Corporación La Matriz y la Ludoteca.
- Encuentros, aniversarios y conmemoraciones.
- Invitados de renombre internacional.



Las actividades que deben contar con cobertura propia desde la unidad respectiva son, entre otras:

- Graduaciones de pre y postgrado.
- Lanzamientos de libros.
- Actividades de académicos, tales como pasantías, investigaciones, proyectos, etc.
- Actividades de estudiantes.
- Actividades de vinculación con el medio propias de la unidad.
- Lanzamiento y/o cierres de proyectos.
- Conferencias y seminarios específicos.

Para las actividades mencionadas, el periodista de la unidad deberá despachar la nota con al menos dos fotos de buena calidad al jefe de Prensa, en formato JPG, especificando si solicita:

- Que la nota sea subida al sitio web.
- Que la información sea difundida en medios.

Aquellas unidades que no cuentan con periodista o encargado/a de comunicaciones, podrán canalizar lo anterior a través del periodista de la respectiva facultad a la que pertenezcan o, en su defecto, podrán solicitar la cobertura de aquellas actividades que la Unidad de Prensa considere relevante para ser publicada en los medios institucionales o pueda ser gestionada para ser publicada en medios externos.



## PUBLICACIÓN DE NOTICIAS EN SITIO WEB

Según el contenido o enfoque que tengan las noticias, será el lugar que éstas ocupen en las distintas secciones que tiene la HOME para su publicación.

El **SLIDE** es la sección principal y en ella se publican notas relacionadas con hitos institucionales relevantes y actividades o proyectos de unidades académicas que posicionan a la Universidad, especialmente si tienen alcance regional, nacional o internacional. Es fundamental que estas noticias vayan acompañadas de una buena fotografía en alta calidad, la imagen es muy importante.

En **NOTICIAS DESTACADAS** se publican noticias también importantes, pero en un menor nivel.

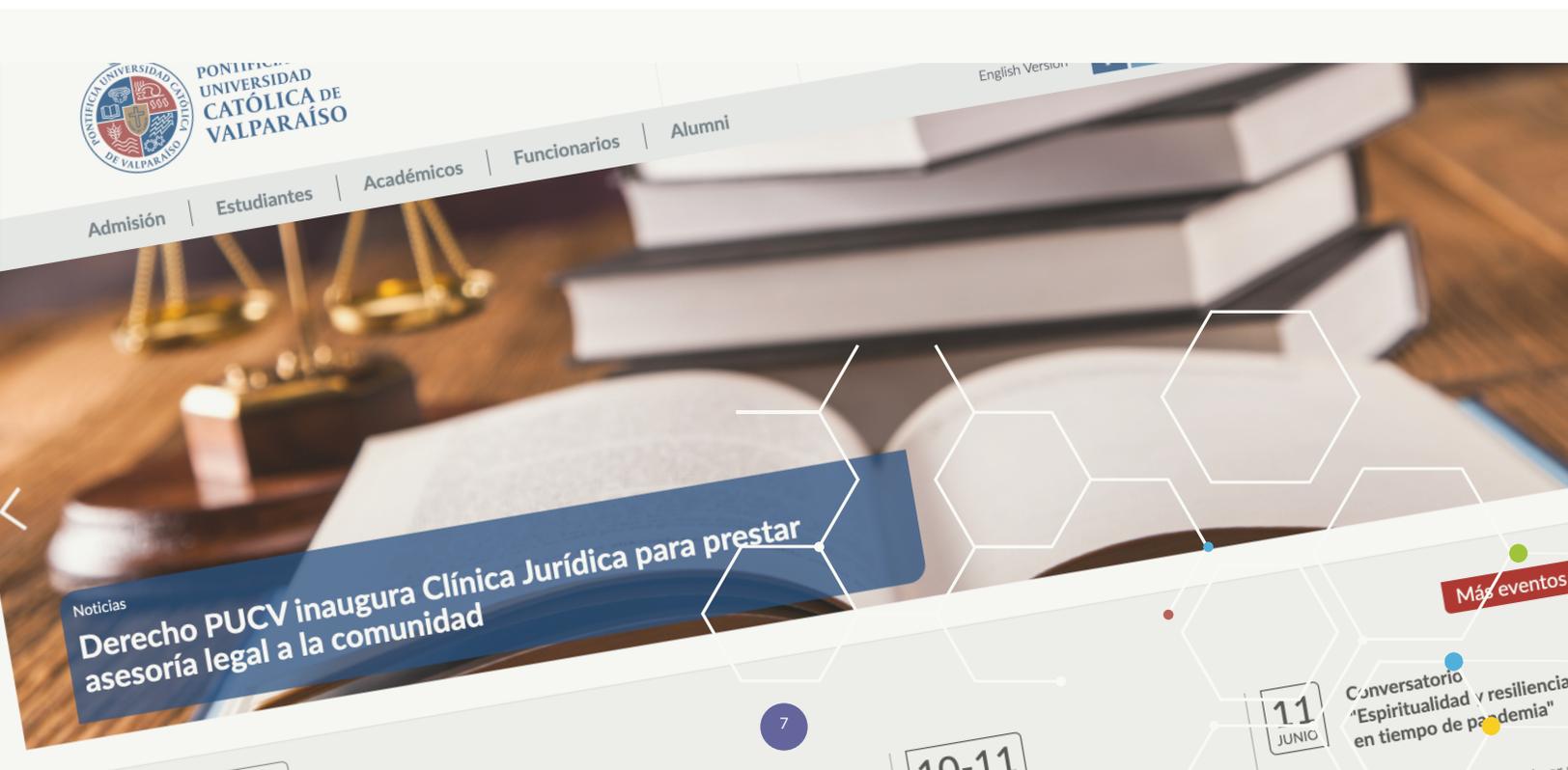
En **AGENDA** se publican seminarios, charlas, lanzamientos, etc., lo cual debe ser coordinado con el jefe de Prensa con al menos **una semana de antelación**. La información enviada desde la respectiva unidad debe contener una **descripción de la actividad, el día, la hora y el lugar** en donde se realizará, y una fotografía o afiche del evento.

En **VIDA UNIVERSITARIA** se ubican artículos que dan cuenta de las actividades que se realizan en las distintas direcciones o unidades académicas.

En **ARTE Y CULTURA** aquellas actividades que realizan Extensión Cultural o unidades académicas como, por ejemplo, los conciertos que organiza el Instituto de Música.

En **PRIMERA PERSONA** se destacan aquellos hechos en los que un académico o estudiante es protagonista.

**Los requerimientos deben ser solicitados a Juan Pablo Guerra.**



## APOYO AUDIOVISUAL

Es responsabilidad de la CGCI coordinar la transmisión vía streaming de algunos eventos o la contratación de fotógrafo/a y camarógrafo/a. Sin embargo, al no contar esta área con profesionales especializados para estas labores, es necesario contratar el servicio de manera externa, el que tiene un costo para la unidad solicitante.

**Las solicitudes deben ser realizadas a Paulina Chacón.**

## GESTIÓN CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación están permanentemente dispuestos a recibir propuestas temáticas de parte de la Universidad, pero no todos son publicables. En este sentido, es fundamental que los temas puedan llegar a ser de real interés para toda la comunidad, relacionados con la actualidad del momento, alguna investigación cuyos resultados sean atractivos o una actividad que aporte al debate en determinadas áreas. Sin embargo, cuando se trata de actividades o temáticas muy internas para la Universidad o unidad académica, es muy difícil que puedan ser difundidos.

En el caso concreto de una gestión con algún medio de comunicación, se puede solicitar a Prensa que la realice, o bien, que la haga el periodista de la misma unidad.

**Las gestiones con medios deben ser coordinadas con Juan Pablo Guerra.**

## PAUTAS Y COMUNICADOS DE PRENSA

En este ámbito, los temas son propuestos a los medios a través de una pauta de prensa o un comunicado de prensa.

El objetivo de la **pauta de prensa** es invitar a los periodistas a reportear una actividad, poniéndolos en contacto con los académicos expertos.

El **comunicado de prensa** es la noticia propiamente tal, que el medio puede publicar de manera íntegra o un extracto. También puede servir de base para el trabajo del periodista, tomando la opinión de otras fuentes que estime pertinente.

La pauta y el comunicado deben contar con el logo oficial de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Si se trata de una actividad organizada en forma conjunta con otras instituciones, éste debe ir al lado izquierdo del documento.

Existen ciertos requerimientos formales que éstos deben reunir para unificar criterios:

- **Título** tipografía Calibri, tamaño 16, negrita.
- **Bajada** tipografía Calibri, tamaño 11, negrita y cursiva.
- **Cuerpo** tipografía Calibri, tamaño 11.

En términos generales, la pauta de prensa y el comunicado de prensa son enviados masivamente a los medios de comunicación, pero también existe la posibilidad de ofrecerlos en forma exclusiva a uno o unos pocos, dependiendo del alcance que se quiera lograr o de las características de la información que se quiera difundir.

La pauta de prensa debe enviarse vía correo electrónico como máximo tres días antes del evento, para posteriormente hacer seguimiento telefónico un día antes.

Cuando se ofrece de manera exclusiva a un medio en específico, las gestiones deben realizarse con mayor anticipación.

En el caso de que los periodistas de las unidades tomen contacto directo con algún medio, ya sea para difundir alguna actividad o proyecto, o bien, para responder a alguna demanda, como por ejemplo la opinión de académicos, deben informarlo a la Unidad de Prensa para hacer un seguimiento del tema en los medios o para estar preparados en caso de que los medios se contacten directamente con ella.



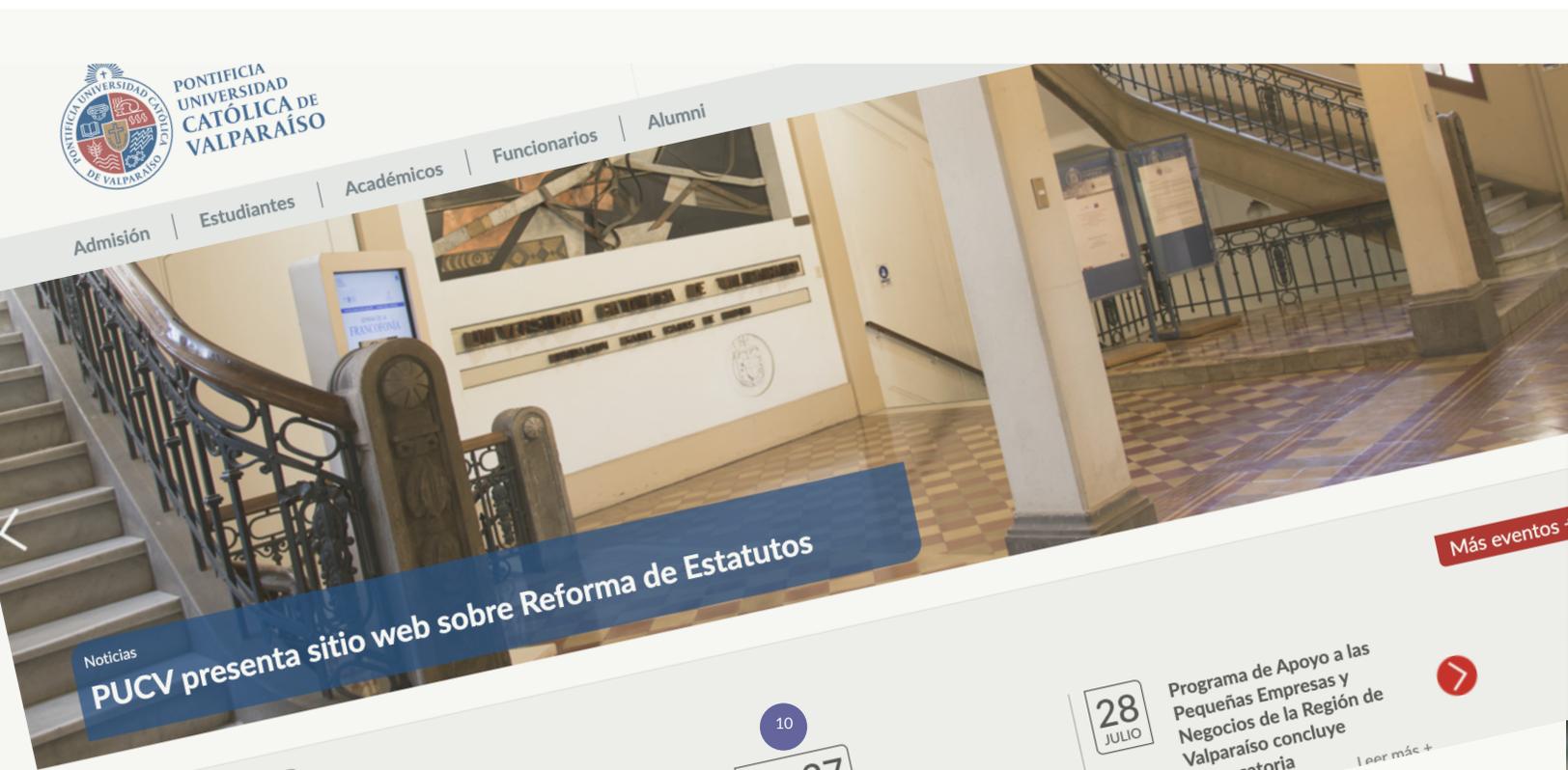
## SITIO WEB INSTITUCIONAL, REDES SOCIALES Y PANTALLAS DIGITALES

### SITIO WEB

El sitio web institucional de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso es [www.pucv.cl](http://www.pucv.cl)

Los contenidos presentes que no corresponden a las secciones de noticias, son administrados por la CGCI. Las solicitudes de cambios y actualizaciones de estas áreas estáticas deben ser dirigidas a Paulina Chacón. Dependiendo del área que se solicita actualizar, la información será corroborada por la entidad interna que corresponda.

En cuanto a los **banner de difusión** que existen al costado derecho, para solicitarlos se debe enviar a la CGCI la imagen de 370 x 96 pixeles. Esta herramienta permite difundir programas de postgrados, eventos determinados, períodos institucionales, entre otros. Los banner se van rotando, pero todos tienen las mismas posibilidades de aparición una vez se actualiza la web.



## REDES SOCIALES

Las redes sociales PUCV buscan potenciar la difusión de las actividades que son de interés tanto para la comunidad universitaria como para los públicos externos. Al tratarse de una red institucional, es importante la colaboración de todas las unidades con la entrega de información y material gráfico para las publicaciones, incluyendo fotos y videos. El material gráfico debe ser de 600 x 600 pixeles y ceñirse a las normas gráficas.

La Universidad tiene las siguientes cuentas en redes sociales:

- Instagram: @pucv\_cl
- Facebook: /pucv.cl
- Twitter: @pucv\_cl

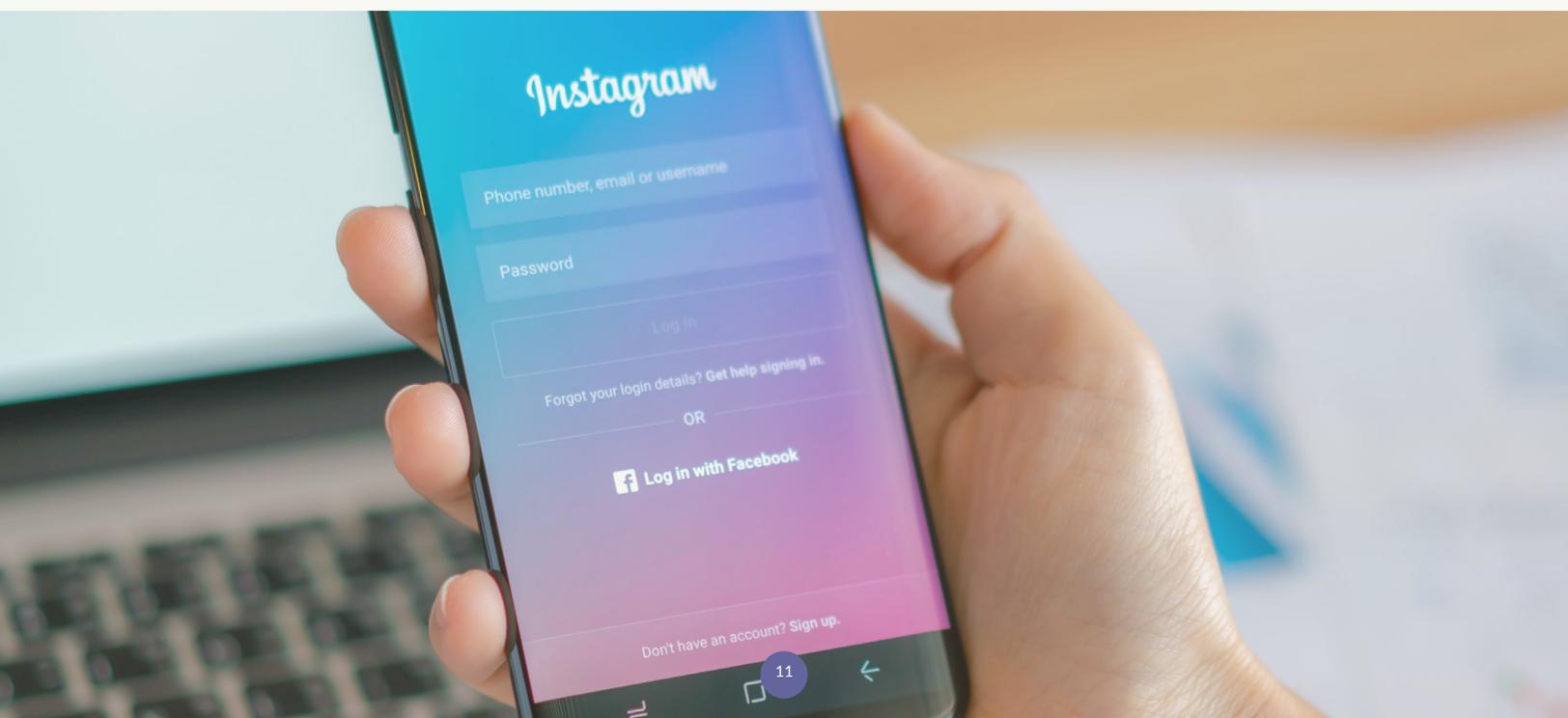
**Los requerimientos deben ser dirigidos a Paulina Chacón.**

## PANTALLAS DIGITALES

Para difundir en las pantallas digitales que existen en Casa Central, Campus Sausalito, Campus Curauma, Instituto de Historia y Facultad de Ingeniería, se debe enviar la gráfica en tamaño 1060 x 1400 pixeles a la CGCI.

En este soporte comunicacional, además de actividades de carácter externo, se difunden también informaciones internas.

**Los requerimientos deben ser dirigidos a Paulina Chacón.**



## PUBLICACIONES PAGADAS EN MEDIOS

La planificación anual de posicionamiento de la PUCV está dividida en dos momentos: durante el año, con un trabajo sobre la imagen institucional y mostrando los distintos aspectos de la PUCV; y un periodo correspondiente a la campaña de admisión para el siguiente año (octubre, noviembre y diciembre).

Desde Comunicaciones también se gestionan apariciones pagadas en medios de comunicación, tales como **publirreportajes, páginas sociales y avisaje**.

Los costos de estas apariciones dependerán del medio, la página, el día, entre otros aspectos. Si bien el costo debe ser asumido por la unidad solicitante, la CGCI colabora en la negociación de los precios, en el diseño, la toma de fotografías y la gestión en general.

Si bien se trabaja en conjunto con las unidades, también existen algunos espacios contratados en forma anual, los cuales se van manejando en forma conjunta con otras áreas de la Institución.

**Los requerimientos deben ser dirigidos a Paulina Chacón.**



## DIFUSIÓN Y EXTENSIÓN CEA PUCV – SANTIAGO

El equipo de Difusión y Extensión del Centro de Estudios Avanzados y Extensión CEA - PUCV está integrado por las siguientes personas:

**Waleska Moyano**

Coordinadora Difusión y  
Extensión  
waleska.moyano@pucv.cl  
02-23445805

**Giorgio Salvo**

Periodista  
giorgio.salvo@pucv.cl  
02-23445811

**Loreto Conejeros**

Relacionadora Pública  
loreto.conejeros@pucv.cl  
02-23445811

Dentro de sus funciones está contribuir a los lineamientos que rigen este instructivo, lo que implica apoyar la difusión de las actividades que la Universidad lleva a cabo en el CEA y fortalecer las relaciones con los medios de comunicación, a fin de contribuir al posicionamiento de la Institución en la Región Metropolitana.

Lo anterior, a través de las siguientes acciones:

- Cobertura de prensa y difusión de actividades de alto impacto que se realicen en el CEA, ya sean de carácter institucional, académica o cultural.
- Gestión de medios para fortalecer la presencia en medios de comunicación de expertos con los que cuenta la PUCV en CEA de manera permanente y aquellos que se encuentran en Santiago de manera eventual, ya sea por algún evento (seminario, coloquio, conferencia, entre otros) o presencia en actividad académica de postgrado o formación continua, con la posibilidad de que sean entrevistados o puedan escribir algún artículo de opinión. Asimismo, el equipo del CEA tendrá la labor de canalizar las necesidades de los medios de comunicación de Santiago hacia la Unidad de Prensa, cuando estos así lo requieran.
- Apoyo a la CGCI en el correcto uso de la marca PUCV en Santiago.

Con respecto a las necesidades de cobertura de actividades que puedan tener las unidades académicas y administrativas, las facultades, los centros y los programas en Santiago que no cuentan con periodista o encargado/a de comunicaciones, el equipo de CEA podrá prestar apoyo de fotografías, audios y/o nota periodística, previa oportuna coordinación.

Ante la realización de actividades en las que participen personalidades relevantes del mundo político, económico, cultural o de la sociedad civil, la Unidad Académica será la encargada de informar oportunamente a Waleska Moyano, con el fin de velar por su correcta ejecución y, eventualmente, considerar la participación de autoridades PUCV.

## SITIO WEB Y REDES SOCIALES CEA PUCV

CEA cuenta con el sitio web [www.ceasantiago.ucv.cl](http://www.ceasantiago.ucv.cl) que, a través de sus secciones **NOTICIAS** y **AGENDA**, brinda un espacio para la difusión de todas aquellas actividades que las Unidades Académicas y Administrativas, Facultades, Centros y Programas consideren relevantes de destacar.

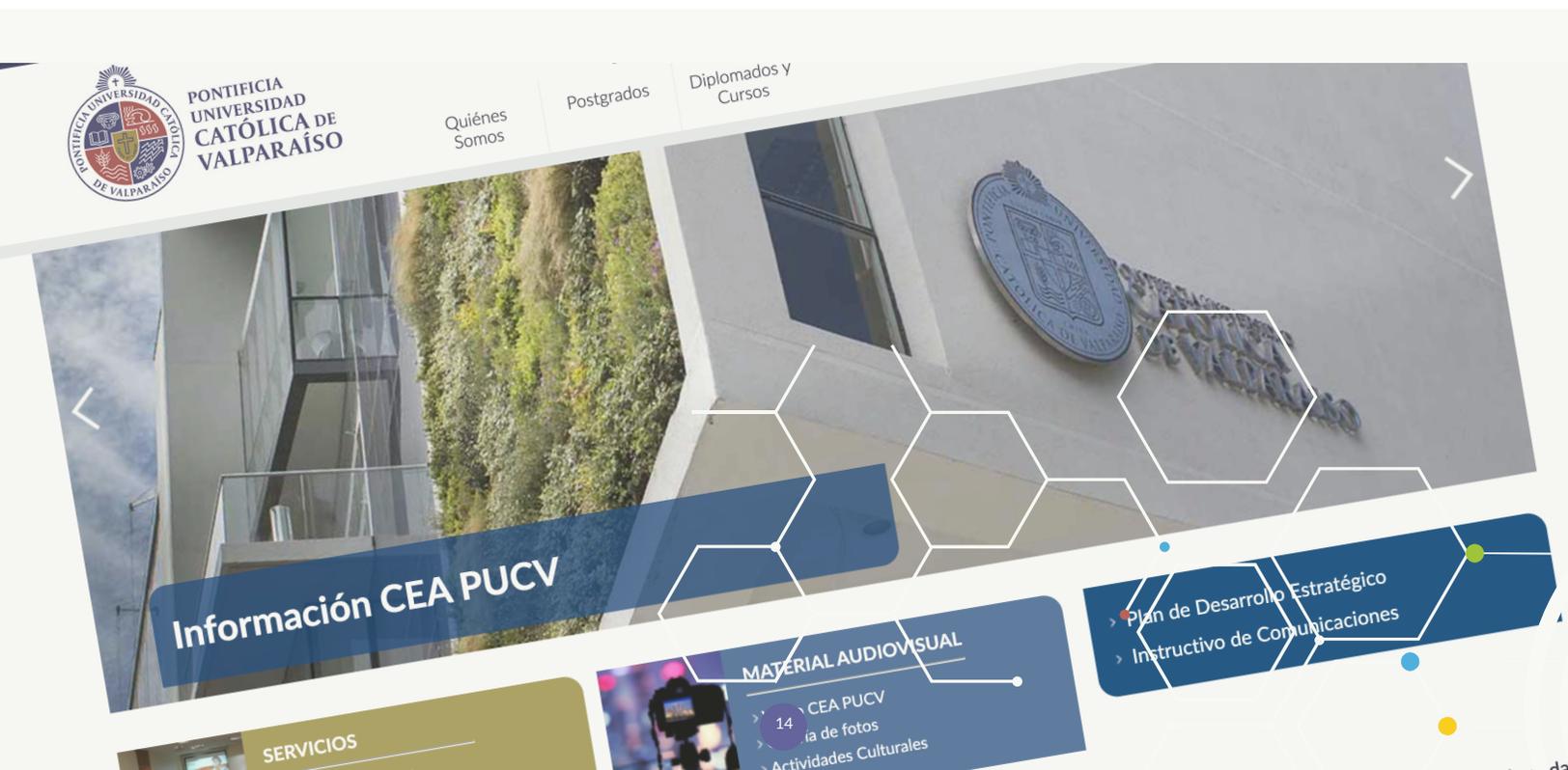
La redes sociales del CEA son Facebook (/pucvsantiago), Twitter (@PUCV\_Santiago) y LinkedIn (cea-pucv), que pone a disposición de toda la Universidad para la difusión de noticias, actividades y programas en Santiago.

El CEA brinda apoyo en la difusión de los programas de postgrado y formación continua que se impartan en Santiago, para lo cual se debe enviar a **Waleska Moyano**, [waleska.moyano@pucv.cl](mailto:waleska.moyano@pucv.cl) el material de difusión con al menos tres meses de anticipación, de acuerdo a la fecha de inicio de clases.

Los requerimientos de las piezas gráficas son los siguientes:

- Slide (1175 x 380)
- Banner (369 x 96)
- Imagen para acompañar en la agenda web (370 x 255)
- Imagen para compartir en redes sociales (1920 x 1080)
- Afiche digital
- Brochure del programa en formato PDF

**Los requerimientos deben ser dirigidos a Waleska Moyano.**



## ESPECIFICACIONES DE MANEJO Y USO DE LA MARCA PUCV

El resguardo del buen uso de la imagen institucional está a cargo de la CGCI, por lo tanto la aprobación de los materiales elaborados desde distintas instancias depende de ella.

Con el objetivo de visibilizar mejor la imagen de la PUCV, se requiere que cualquier elemento de comunicación que se utilice tanto a nivel central como de las unidades, se alinee con la imagen corporativa institucional definida.

Para esto existe un manual de normas gráficas publicado en la sección de Recursos de apoyo de la web de la Dirección General de Vinculación con el Medio.

<https://www.pucv.cl/uuaa/normas-graficas-pucv>

El manual describe el logo e isotipo, incluso explicando la historia que ha tenido el escudo PUCV, cómo se llega al actual y el sentido de los elementos presentes en él.

Asimismo, entrega las distintas versiones y usos del logo PUCV, las variadas submarcas, las normas respecto a **pantones, tipografías, fondos, etc.** En este apartado también se considera un modelo de presentación en Powerpoint y papelería, como tarjetas de presentación, sobres, hojas, entre otros.

La imagen institucional se trabaja a tres niveles:

- **Logo institucional (PUCV):** es la imagen oficial de la Universidad y se debe usar en todas las comunicaciones institucionales. Debe estar explícito cuando participan autoridades internas y/o externas, y cuando son eventos de gran envergadura.
- **Logos de unidades académicas y administrativas, facultades, centros:** corresponde al escudo institucional junto al logo (palabras) de la unidad respectiva. Esta forma se utiliza en actividades específicas de la unidad y en ciertos soportes puede utilizarse en conjunto con el institucional.
- **SER PUCV:** esta imagen corresponde a la campaña de difusión que se realiza cada año y está enfocada principalmente en potenciales estudiantes. Sin embargo, se puede aplicar a otros públicos como ex alumnos (SER Alumni PUCV), estudiantes (SER Estudiante PUCV), entre otros.

En cuanto a los productos institucionales con imagen PUCV, estos se venden en la CGCI, pero también se ofrece el apoyo para elaboración de productos solicitados por otras unidades, en cuanto a diseño y gestión de los mismos.

El catálogo de productos institucionales está disponible en la página web <http://catalogoproductos.ucv.cl/>

**Las solicitudes de productos institucionales se deben dirigir a Genny Viedma.**

# GUÍA PARA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

La Unidad de Relaciones Públicas tiene a su cargo la organización de actos académicos y es la responsable de velar por el cumplimiento de las normas protocolares en las actividades organizadas por la Universidad, asesorando al mismo tiempo a las distintas unidades en la realización de éstas, incluyendo seminarios, lanzamientos, conferencias, graduaciones, inauguraciones, etc.

Con el fin de orientar a las diversas áreas que en forma autónoma desarrollan actividades, se presenta el siguiente instructivo con recomendaciones y procedimientos clave para el desarrollo de un acto académico con alto estándar.

Para que el resultado de un acto académico sea exitoso, se deben contemplar algunos aspectos vinculados con la organización del mismo:

- Definir actividad: tipo, fecha, hora y lugar.
- Solicitar y reservar espacio físico, en directa relación con el número de asistentes esperado.
- Definir programa de la ceremonia (estructura).
- Considerar la participación de alguna agrupación musical (opcional).
- Determinar si se ofrecerá servicio de café al inicio, a la mitad o si al finalizar el acto se realizará algún tipo de brindis o cóctel.
- Confeccionar invitación de acuerdo a normas gráficas institucionales. Si se requiere que invite el rector, se debe consultar en Rectoría.+
- Preparar base de datos de invitados.
- Realizar despacho de invitaciones.
- Contratar servicios de locución (maestro de ceremonia) y fotógrafo(a).



- Considerar ornamentación del espacio físico (flores, pendón, etc.).
- Informar requerimientos al encargado del espacio físico solicitado (cantidad de sillas, mesas, proyección, número musical, etc.).
- Confeccionar libreto considerando personas que harán uso de la palabra, presentaciones, etc.
- Confirmar asistencia de autoridades para preparación de protocolo (tarjetas de ubicación y vocativos).
- Considerar que, una hora antes del evento, el espacio debe estar en condiciones de limpieza y orden para poder aplicar el protocolo de ubicaciones respectivo.
- Evaluar la actividad e ingresar la información al Sistema de Vinculación con el Medio.

## REQUERIMIENTOS RELACIONES PÚBLICAS

Toda solicitud debe ser dirigida a Marcela Espinoza, quien es la responsable de coordinar el apoyo de la Unidad de Relaciones Públicas. Para ello, es necesario considerar los siguientes aspectos:

- La Unidad de Relaciones Públicas está a cargo de la administración de los siguientes espacios físicos:

**Casa Central:** Salón de Honor, Auditorio Quinto Centenario, Sala 1-35 Jorge González Förster y Espacio Multipropósito.

**IBC:** Aula Mayor y Salón de Eventos.

**Facultad de Ingeniería:** Auditorio del Aulario.

- Para la reserva de estos espacios se debe solicitar el formulario respectivo al correo [reservas.salon@pucv.cl](mailto:reservas.salon@pucv.cl)
- En caso de cancelación de la actividad se debe informar a la brevedad para liberar el espacio oportunamente.
- Los requerimientos del espacio físico solicitado (cantidad de sillas, mesas, proyección, número musical, etc.) deben ser incluidos en el formulario.
- Toda solicitud o petición de apoyo debe ser realizada por escrito (correo electrónico) y emanar desde la Dirección respectiva, ya sea académica, administrativa, centros, etc.
- La petición de colaboración debe ser recibida por lo menos 10 días correlativos antes del evento, para poder atender de manera óptima dicha prestación.

- La solicitud debe ser clara en la información que Relaciones Públicas requiere para ello. Por ejemplo, si se solicita la confección del libreto, debe considerarse enviar el programa de la actividad.
- Para la confección de invitaciones, será el solicitante quien apruebe el texto propuesto por Relaciones Públicas, suministrando de ser necesario logotipos de unidades externas a la Universidad.
- Para la confección de bases de datos, a efecto de despachar invitaciones, se debe indicar claramente y por escrito el ámbito o perfil de destinatarios. Asimismo, la unidad solicitante deberá suministrar datos de invitados que no estén en las bases de Relaciones Públicas.
- Se debe entregar un número aproximado de público esperado, en orden de disponer correctamente del espacio físico, y que servirá de base para la solicitud de banquetería si se requiere.
- Se debe señalar si se dispone de presupuesto para la contratación de servicios: amplificación, ornamentación (flores), servicio de traducción simultánea, fotografía, streaming, etc., así como también para ofrecer algún ágape posterior a la actividad.
- Si la confirmación de invitados las recibe la unidad solicitante, deberá enviar esa información con la debida antelación a Relaciones Públicas para que pueda preparar el protocolo.
- Relaciones Públicas se encargará de disponer las ubicaciones según precedencia, preparación de vocativos y recepción de autoridades.
- Una vez realizado el evento, Relaciones Públicas hará llegar a la unidad solicitante los documentos correspondientes para el pago de servicios contratados, para que se curse la cancelación respectiva.
- Se debe señalar si se dispone de presupuesto para la contratación de servicios: amplificación, ornamentación (flores), servicio de traducción simultánea, fotografía, streaming, etc., así como también para ofrecer algún ágape posterior a la actividad.
- Si la confirmación de invitados las recibe la unidad solicitante, deberá enviar esa información con la debida antelación a Relaciones Públicas para que pueda preparar el protocolo.
- Relaciones Públicas se encargará de disponer las ubicaciones según precedencia, preparación de vocativos y recepción de autoridades.
- Una vez realizado el evento, Relaciones Públicas hará llegar a la unidad solicitante los documentos correspondientes para el pago de servicios contratados, para que se curse la cancelación respectiva.





DIRECCIÓN GENERAL  
DE VINCULACIÓN  
CON EL MEDIO

PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE  
VALPARAÍSO

