



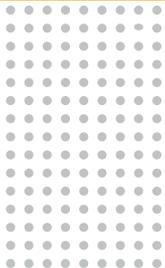
20
25

UMCE

el poder transformador de la educación



PROTOCOLO PARA LA PROMOCIÓN DE OFERTAS FORMATIVAS



DIRECCIÓN
DE COMUNICACIONES
Y CULTURA

PROTOCOLO PARA LA PROMOCIÓN DE OFERTAS FORMATIVAS EN LA UNIVERSIDAD METROPOLITANA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

La promoción de ofertas formativas es un proceso fundamental para garantizar la visibilidad y acceso a los programas educativos de la Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación (UMCE). Como institución estatal, la UMCE tiene el deber de asegurar que la información proporcionada sobre sus programas de pregrado, postgrado y educación continua sea clara, veraz y cumpla con las regulaciones legales y de acreditación vigentes. Este protocolo establece los lineamientos que deben seguir las unidades académicas y el gobierno central de la Universidad para estructurar y divulgar información fidedigna y oportuna, resguardando la transparencia y evitando cualquier práctica de publicidad engañosa.

1. CONSIDERANDO:

1. Que la Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación (UMCE) es una institución de educación superior estatal y, como tal, se rige por la Ley 21.094 sobre Universidades Estatales, la Ley 21.091 sobre Educación Superior y el Decreto con Fuerza de Ley n° 19 de 2023 que aprueba su estatuto institucional.
2. Que el artículo n° 35 de la Ley 21.094 establece que "En el ejercicio de su gestión administrativa y financiera, las universidades del Estado deberán regirse especialmente por los principios de responsabilidad, eficiencia, transparencia y rendición de cuentas, así como por las normas de derecho público que regulan los actos de los órganos de la Administración del Estado", lo que incluye la comunicación veraz y clara sobre su oferta académica.
3. Que la Ley 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores establece en sus artículos 24 y 28B que señalan infracciones y multas relativas a incurrir en publicidad engañosa en la promoción de servicios.

4. Que el Código Chileno de Ética Publicitaria en su artículo n°8, punto n°2 impone restricciones a la publicidad que pueda inducir a error o engañar a los consumidores.
5. Que la Ley Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado (Ley 18.575) obliga en su artículo n°3 a la transparencia y probidad en la gestión pública.
6. Que la Ley 20.129 y los criterios de acreditación universitarios, de pedagogía y de pregrado determinados por la Comisión Nacional de Acreditación (CNA) regulan y establecen criterios relativos a la información que las universidades deben entregar a estudiantes y público en general.
7. Que existen estudios que advierten sobre la necesidad de regulación para evitar información equívoca en la promoción de oferta académica (ver referencias a este protocolo).

2. OBJETIVO GENERAL

Establecer los lineamientos, obligaciones y procedimientos para la promoción de ofertas formativas (pregrado, postgrado y educación continua) de la UMCE, asegurando el cumplimiento de normativas legales y de acreditación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Garantizar que la información difundida por la UMCE sea veraz, transparente y se ajuste a las regulaciones nacionales e institucionales.
2. Establecer los requisitos mínimos de información que deben proporcionar las unidades académicas y de gobierno central para la promoción de programas académicos.
3. Regular la promoción de ofertas formativas en diseño o en proceso de formalización, evitando prácticas de publicidad engañosa.

3. PRINCIPIOS:

1. **Transparencia:** toda información debe ser clara y accesible.
2. **Veracidad:** la promoción académica debe ajustarse a la realidad de los programas.
3. **Legalidad:** toda oferta académica difundida debe cumplir con las normativas vigentes.
4. **Responsabilidad:** la UMCE debe resguardar que la información brindada a la comunidad sea precisa.

4. OBLIGACIONES LEGALES:

1. Toda iniciativa académica debe contar con respaldo legal a través de una resolución exenta o acuerdo del órgano de gobierno universitario correspondiente.
2. La información publicada debe cumplir con las regulaciones de la Ley 21.091 sobre Educación Superior, Ley 21.094 sobre Universidades Estatales, Ley 20.129 de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior y la Ley 19.496 de Protección al Consumidor.
3. La promoción de programas debe evitar afirmaciones engañosas o imprecisas.

5. TIPOS DE PROMOCIÓN:

1. **Medios digitales:** redes sociales de admisión e institucionales, correos electrónicos masivos, anuncios patrocinados en motores de búsqueda SEM, descripciones y palabras claves publicitarias SEO, brochure digitales, slide web, publlirreportajes en portales web, entre otros.
2. **Medios físicos (tradicionales):** vía pública, avisos y publlirreportajes en diarios de circulación nacional, brochure, flyer, eventos masivos, ferias vocacionales, radio, televisión, entre otros.

6. REQUERIMIENTOS PARA LA PROMOCIÓN:

La información mínima requerida para la promoción de programas académicos que impartirá la UMCE es:

1. Nombre del programa académico (se sugiere que el nombre no contenga más de tres palabras, sea claro, preciso y fácil de memorizar).
2. Descripción general del programa.
3. Perfil de egreso o salida.
4. Competencias a desarrollar.
5. Esquema gráfico con asignaturas, créditos y arancel.
6. Propuesta por parte de la unidad requirente de "ideas fuerza" que pueden orientar la publicidad de la iniciativa académica y valor diferencial del programa con respecto a la competencia.
7. Otros elementos requeridos de acuerdo a criterios de acreditación de la CNA según corresponda al tipo de iniciativa académica.
8. Inicio de clases, modalidad, sede.
9. Indicar cantidad mínima de personas matriculadas para dictar el programa y plazos y procesos de devolución de recursos económicos y antecedentes entregados en caso de no dictarse.
10. Se debe indicar el nombre, correo y número de celular o teléfono del/la académico/a responsable que provea y valide la información a publicar.

Cualquier iniciativa de promoción desde los equipos de los programas (gráficas, videos, u otras) debe cumplir con los lineamientos institucionales y normativas gráficas establecidas y ser revisadas por la Dirección de Comunicaciones y Cultura, antes de difundirse.

Plazo de entrega de información validada y versión final:

- Programas de pregrado y postgrado: al menos, 6 meses antes de sus procesos de matrícula.
- Ofertas formativas de educación continua: al menos, 3 meses antes de sus procesos de matrícula.
- La información debe ser enviada en correo formal a **direccion_comunicacion.cultura@umce.cl** y copiado al Director/a de la unidad que esté en ejercicio al momento de la solicitud.

PROMOCIÓN DE OFERTAS FORMATIVAS AÚN NO RESUELTAS FORMALMENTE O EN DISEÑO:

1. No se promocionará un programa sin respaldo legal.
2. Se permite la promoción de proyectos en desarrollo, pero con etiquetas de "en evaluación". En la promoción se evitará cualquier afirmación definitiva sobre su futura existencia. Sin perjuicio de esto, las unidades responsables deberán enviar toda la información especificada en el punto número 6 del presente protocolo.

Este protocolo busca garantizar la correcta promoción de la oferta académica de la UMCE, cumpliendo con los principios de transparencia, veracidad y legalidad establecidos en la normativa vigente.

Referencias

Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR), CÓDIGO CHILENO DE ÉTICA PUBLICITARIA, Séptima Edición Santiago de Chile,

MINISTERIO DE EDUCACIÓN; SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, Decreto con Fuerza de Ley 19 APRUEBA ESTATUTO DE LA UNIVERSIDAD METROPOLITANA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, ADECUADO AL TÍTULO II DE LA LEY N° 21.094, SOBRE UNIVERSIDADES ESTATALES.

CNA, Criterios de Evaluación para la Acreditación de Carreras Profesionales, Resolución Exenta DJ009 2015.

CNA, CRITERIOS Y ESTÁNDARES PARA LA ACREDITACIÓN DE UNIVERSIDADES, 2022.

MINISTERIO DEL INTERIOR; SUBSECRETARIA DEL INTERIOR, Ley 18575, LEY ORGANICA CONSTITUCIONAL DE BASES GENERALES DE LA ADMINISTRACION DEL ESTADO.

MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y RECONSTRUCCIÓN Ley 19496, ESTABLECE NORMAS SOBRE PROTECCION DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, **Ley 20129**, ESTABLECE UN SISTEMA NACIONAL DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DE LA EDUCACION SUPERIOR MINISTERIO DE EDUCACIÓN.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, Ley 21091, SOBRE EDUCACIÓN SUPERIOR.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, **Ley 21094**, SOBRE UNIVERSIDADES ESTATALES.

Gonzalo Zapata, Ivo Tejeda, PUBLICIDAD ENGAÑOSA EN EDUCACIÓN SUPERIOR: DEFINICIONES, REGULACIÓN Y UNA REVISIÓN DE LA PUBLICIDAD EN PRENSA ESCRITA, CALIDAD EN LA EDUCACIÓN no 44, julio 2016 • pp. 197-242.

Pedro Pablo Toro Saavedra, PUBLICIDAD ENGAÑOSA EN EDUCACIÓN SUPERIOR, Seminario de tesis, Facultad de Derecho y Humanidades, Universidad Central de Chile, 2022.



UMCE

el poder transformador de la educación