

Política Institucional Vinculación con el Medio, Alumni y Relaciones Institucionales

UNIVERSIDAD ALBERTO HURTADO



Política Institucional Vinculación con el Medio, Alumni y Relaciones Institucionales

UNIVERSIDAD ALBERTO HURTADO*

* Versión 3.19 — 16 de agosto de 2026
Dirección de Vinculación con el Medio, Alumni y Relaciones Institucionales (DIVAR)
Vicerrectoría de Identidad y Vinculación

Contenido

I. Presentación	4
II. Definiciones centrales	7
III. Principios orientadores	10
IV. Propósito	12
V. Objetivos de la política	13
VI. Líneas de acción	15
VII. Ámbitos de acción	17
VIII. Modelo de gestión y gobernanza	19
IX. Registro, evaluación y contribución	20
X. Financiamiento	21
XI. Vigencia, evaluación y actualización de la política	22

I. Presentación

Esta Política institucional establece el marco de la Universidad Alberto Hurtado (UAH) en materia de vinculación con el medio (VcM), la relación con su Red Alumni y la gestión de sus relaciones institucionales —términos que en este documento se agrupan bajo el concepto amplio de “vinculación”—, entendida la VcM como una función esencial, misional y transversal, parte de la identidad de la UAH desde su fundación, heredera de la vocación pública del Instituto Latinoamericano de Estudios Sociales (ILADES) y del Centro de Investigación y Desarrollo de la Educación (CIDE), y expresión de la identidad jesuita de la Universidad.

En 2017 se crea la Dirección de Vinculación con el Medio y se aprobó la primera Política en 2018, actualizada en 2023 mediante un diagnóstico participativo. A fines de 2022 se creó la Dirección de Alumni, y en octubre de 2023 se aprobó la Política Institucional Alumni, construida con la participación de más de 1.300 personas de la comunidad hurtadiana. La Dirección de Vinculación con el Medio, Alumni y Relaciones Institucionales (DIVAR), creada en 2026, unifica ambas trayectorias en una sola dirección, dependiente de la Vicerrectoría de Identidad y Vinculación, dando mayor coherencia e impacto a funciones que comparten un mismo horizonte: conectar el quehacer académico con los desafíos del entorno. Esta Política reemplaza y armoniza las dos políticas vigentes hasta la fecha —VcM y Alumni—, preservando sus definiciones esenciales sobre la base de una vocación hacia la VcM que las y los distintos actores de la comunidad reconocen y comparten.

Esta actualización responde a la confluencia de varios factores. El Plan Estratégico Institucional (PEI) 2030, actualizado en 2026, mandata a través de su Objetivo Estratégico 10 consolidar un modelo institucional articulado de VcM. Desde 2025, la VcM es además una dimensión obligatoria de la acreditación institucional, criterio que el Comité de Pares de la última evaluación externa (mayo de 2025) reconoció como fortaleza en la universidad

destacando la tradición y amplio desarrollo de las iniciativas de vinculación orientadas al compromiso social, el compromiso multidisciplinario del cuerpo académico y la valoración de los beneficiarios, señalando a la vez como debilidades la escasa vinculación con los sectores productivos y la ausencia de mecanismos para conocer el impacto de largo plazo de las iniciativas.

Un proceso participativo de consulta —con diagnóstico interno, benchmarking con otras instituciones de educación superior, entrevistas a autoridades y decanaturas, y consulta a la comunidad universitaria en tres estamentos (académico, funcionario y directivo)— confirmó en 2026 la vocación de la UAH y de sus comunidades académicas hacia la VcM y la amplia variedad de acciones que se realizan anualmente —solo entre 2021 y 2025, la Universidad registra más de 500 iniciativas de vinculación con el medio—, junto con la persistencia de dificultades institucionales que era necesario abordar: la ausencia de lineamientos claros, de un modelo de VcM que articule y dé coherencia a esas acciones, y de una gobernanza que ordene los roles y funciones de cada actor. Se identifican además tensiones no resueltas en torno a la bidireccionalidad, al equilibrio entre estandarización y autonomía de las facultades y la demanda de mayor apoyo y orientación desde la unidad central de VcM. Esta Política responde directamente a esas demandas, activando, sistematizando e integrando de manera efectiva lo ya construido. En el ámbito de los programas de postgrado en la UAH persisten brechas estructurales en la vinculación territorial, junto con fortalezas ya instaladas en metodologías activas. Finalmente, la actualización responde a un contexto de transformaciones globales —aumento de la conflictividad social y política, crisis climática, movilidad humana e irrupción de la inteligencia artificial, que reconfigura el mercado del trabajo y demanda nuevas competencias—, que exige a toda la formación universitaria una mayor conexión con la práctica situada y la colaboración interdisciplinar, con especial urgencia en ciencias sociales, artes y humanidades según evidencia del proyecto Conocimientos 2030.

La política es de alcance institucional: aplica a todas las unidades académicas y de gestión—incluidas las unidades de investigación asociativa—, y a toda persona de la comunidad universitaria que realice acciones de vinculación,

en distintos grados de intensidad y conforme a su especificidad —sin que ninguna facultad o unidad deba cubrir la totalidad de sus objetivos, líneas y ámbitos—. Se rige por la Ley 21.091 sobre Educación Superior y por los criterios de acreditación de la Comisión Nacional de Acreditación (CNA) en la dimensión de VcM, con horizonte de revisión en el proceso de acreditación institucional de 2029. Es complementaria con otras políticas institucionales y marcos normativos de la Universidad: con la Política de Planta y Carrera Académica (2026), particularmente en lo relativo al reconocimiento de la contribución a la vinculación en los procesos de evaluación y jerarquización académica; con la Política de Posgrado (2026), que releva la pertinencia territorial y la vinculación como ejes de los programas de magíster y doctorado; con la Política Integral de Género, Diversidad y Equidad (2021), en lo relativo a la incorporación transversal del enfoque de género en las iniciativas de vinculación; con el Modelo y Proyecto Formativo de la UAH (2023) que releva expresamente las metodologías activas de aprendizaje vinculadas a la comunidad; con la Política Institucional de Internacionalización (2026), que reconoce la internacionalización como un ámbito de la vinculación con el medio y es desarrollada en la Estrategia 4.3 del PEI 2030 dentro del mismo Objetivo Estratégico que enmarca la VcM; y con la Política de Investigación, Desarrollo y Creación artística (2025), que establece los lineamientos institucionales para guiar, fomentar y regular la generación de conocimiento, la innovación y la productividad creativa de su cuerpo académico.

Su desarrollo operativo —objetivos, líneas de acción, ámbitos, modelo de VcM y modelo de gestión— se presenta en el documento “Estrategia actualizada de VcM, Alumni y Relaciones Institucionales 2026-2030”. Se entiende por estrategia de vinculación con el medio el conjunto de políticas, mecanismos y acciones sistemáticas que articulan la misión de la Universidad con su entorno relevante, cautelando relaciones bidireccionales que produzcan beneficios mutuos entre la institución y la comunidad, retroalimenten la docencia, la investigación, la creación artística, la extensión y la innovación y aseguren una contribución social evaluable.

II. Definiciones centrales

Para orientar de manera común el desarrollo de la función, la política adopta las siguientes definiciones. Consolidan las utilizadas en la Política de Vinculación con el Medio y en la Política Institucional Alumni e incorporan las precisiones desarrolladas en la Estrategia de VcM 2026-2030.

Vinculación con el Medio. Función esencial, misional y transversal de la UAH, expresión de su vocación pública, que a partir del diálogo y de un trabajo conjunto, colaborativo, respetuoso y de mutuo aprendizaje con el entorno formativo-académico, socio-político, económico y cultural, aporta a la formación integral de las y los estudiantes; cualifica y retroalimenta la docencia, la investigación, la innovación y la creación artística, integrando la extensión como una de sus expresiones y no como una función aislada; y contribuye a la comprensión y resolución de los desafíos de la sociedad con un enfoque de desarrollo humano.



Comunidad y Red Alumni. Conjunto de personas tituladas y titulados de pregrado y graduadas y graduados de postgrado que han finalizado estudios en la UAH y que se relacionan entre sí y con la Universidad en torno al propósito compartido de apoyarse y crecer mutuamente. La denominación Red Alumni se utiliza como una figura para representar esta relación. Se es parte del estudiantado durante un tiempo, pero se es Alumni UAH por toda la vida. La Red Alumni es, a la vez, destinataria del acompañamiento institucional y agente externo de la vinculación.

Relaciones institucionales. Gestión de los vínculos, alianzas y convenios de la Universidad con actores estratégicos —la Compañía de Jesús y sus obras y redes de universidades jesuitas a nivel internacional, el sector público, el mundo productivo y empresarial, la sociedad civil y actores territoriales, nacionales e internacionales— orientada a articular ecosistemas de colaboración y valor compartido. Es una dimensión transversal a la VcM y no una función separada.

Bidireccionalidad. Atributo de la relación con el entorno que propende a la cooperación, el bienestar y el aprendizaje mutuo entre agentes internos y externos, generando beneficios para ambas partes. Es una propiedad sistémica de la función en su conjunto: la Universidad cautela que el flujo de beneficios entre ella y su entorno mejore la calidad institucional en su totalidad, conforme al Modelo de Evaluación de VcM que establece esta Política. En el caso de la Red Alumni, este vínculo se promueve tanto entre la Universidad y sus alumni como de las y los alumni entre sí.

Entorno relevante y territorio. Ámbito significativo —geográfico-territorial y sectorial— en el que la Universidad prioriza su vinculación. El territorio se entiende como un espacio vivo, socialmente construido, que no se reduce a límites geográficos o administrativos.

Contribución o impacto. Aporte significativo, capaz de ser medido, que se genera a partir del desarrollo sostenido y sistemático de programas de vinculación. Tiene una dimensión externa —en los actores del entorno— y una interna —en la propia Universidad—, por efecto de la bidireccionalidad.

Grupos de interés. Actores con quienes se relaciona la vinculación: internos (estudiantes, docentes, académicas y académicos, funcionarias y funcionarios,

facultades, carreras, direcciones, unidades de investigación asociativa (grupos de estudio, programas, centros y centros de pertinencia pública y relevancia social) y externos (comunidad Alumni; Compañía de Jesús y sus obras y redes de universidades jesuitas a nivel internacional; actores sectoriales —público, privado, productivo, sociedad civil, sistema escolar, ciudadanía— y territoriales, a nivel local e internacional).

Ámbito de acción. Eje temático o desafío del entorno en el que la Universidad concentra sus esfuerzos de vinculación, definido combinando los desafíos públicos nacionales con las capacidades académicas ya instaladas en las facultades.

Empleabilidad. Capacidad de las y los estudiantes, y personas tituladas y titulados y graduadas y graduados de acceder, mantenerse y progresar en el mundo del trabajo a lo largo de la vida, mediante la actualización continua de competencias. La Universidad la promueve mediante la formación pertinente (Objetivo 3), el acompañamiento de la Red Alumni y los instrumentos del Portal Alumni y su plataforma de empleo (Línea 7), iniciativas que son complementarias a las de acompañamiento a la trayectoria estudiantil que realiza la Vicerrectoría Académica.

Docencia vinculada. Estrategia pedagógica que fortalece el aprendizaje integrando la VcM al proceso formativo de pre y posgrado, trasladando los contenidos del aula hacia espacios prácticos, colaborativos y territoriales para la aplicación temprana de conocimientos en contextos reales y significativos. Se articula mediante un proceso de trabajo sistemático y planificado con una contraparte externa a la Universidad, garantizando la coherencia bidireccional a través de un resultado o producto final que evidencie tanto el logro de los aprendizajes formativos como la retribución de valor hacia el entorno.

Iniciativa, proyecto y programa de VcM. Niveles de profundidad ascendente de una acción de vinculación, conforme al Ecosistema de registro de la VcM. Iniciativa: acción puntual o de corta duración. Proyecto: conjunto de actividades planificadas y acotadas en el tiempo, orientadas a un objetivo específico. Programa: conjunto articulado de proyectos e iniciativas, sostenido en el tiempo, con objetivos, población beneficiaria y financiamiento estables.

III. Principios orientadores

La función de vinculación se guiará por ocho principios que operan, además, como parámetros de calidad a los que debe aspirar. Integran los principios de las políticas de VcM y Alumni previas.

1. **Vocación pública y bien común.** Toda acción de vinculación se orienta al aporte significativo de la Universidad a la sociedad, poniendo la formación y la investigación al servicio de la transformación social.
2. **Enfoque de derechos humanos y dignidad humana.** Compromiso activo con la dignidad de las personas, la justicia social, la solidaridad y una visión trascendente de la vida, en la tradición humanista de la Compañía de Jesús.
3. **Pluralidad, diversidad e inclusión.** Respeto y reconocimiento mutuo, valoración de las distintas formas de conocimiento y promoción de la no discriminación, la igualdad de género y la interculturalidad.
4. **Bidireccionalidad.** La vinculación con el medio debe generar beneficios mutuos y verificables entre la Universidad y su entorno, evaluados de manera sistémica y con la profundidad progresiva que esta Política define, comprendiendo además a la Red Alumni como comunidad viva, con vínculos que se promueven también entre sus propios integrantes.
5. **Pertinencia con el entorno y mejora continua de la calidad de la vinculación.** Acciones orientadas por las necesidades y oportunidades del entorno, coherentes con el proyecto educativo, evaluadas de manera sistemática para su ajuste y actualización.
6. **Integralidad con la docencia, la investigación, la creación, la extensión y la innovación.** La vinculación agrega valor y retroalimenta la experiencia formativa, la docencia, la investigación, la creación artística, la extensión y la innovación.

-
- 7. Cercanía, pertenencia y sello hurtadiano.** Acompañamiento y seguimiento a las trayectorias de estudiantes y alumni, fortaleciendo el sentido de pertenencia y el sello ético y de servicio de la comunidad hurtadiana en la sociedad, de la que sus tituladas y titulados, graduadas y graduados son embajadoras y embajadores.
- 8. Sustentabilidad, responsabilidad y ética.** Iniciativas socialmente responsables y sostenibles, orientadas al bienestar general por sobre intereses particulares, capaces de ser medidas, gestionadas, sistematizadas y reportadas, con devolución de resultados a las comunidades que coparticiparon en su generación.

IV. Propósito

La vinculación con el medio es una función misional que, desde la identidad jesuita y la vocación pública de la Universidad Alberto Hurtado, aporta a la comprensión y resolución de los desafíos de la sociedad y al bien común, a la vez que robustece la pertinencia y calidad de su formación, investigación, innovación social, extensión, y creación artística, por medio de una articulación sistemática y bidireccional entre el quehacer de todas sus comunidades internas y los actores del entorno local, nacional e internacional y de su comunidad Alumni.



V. Objetivos de la política

La política se propone siete objetivos, entendidos como formulaciones de la contribución esperada de la función al propósito institucional:

- 1. Incidir en el debate público y en las políticas públicas.** Posicionar a la UAH como actor relevante en la comprensión y resolución de desafíos públicos complejos, aportando evidencia, conocimiento y propuestas que, a través de una comunicación estratégica y efectiva, influyan en las decisiones del sector público, privado y la sociedad civil, y fortalezcan su reconocimiento público.
- 2. Establecer alianzas de largo plazo con el entorno que generen valor compartido.** Disponer las capacidades formativas, profesionales y técnicas de la Universidad para construir alianzas y relaciones institucionales de largo plazo con la Compañía de Jesús y sus redes nacionales e internacionales, el sector público, el mundo productivo y empresarial, la sociedad civil y los actores territoriales, generando valor compartido que retroalimente el quehacer institucional y contribuya al desarrollo sostenible de la sociedad. Este objetivo canaliza la dimensión de relaciones institucionales de la UAH.
- 3. Enriquecer el proyecto formativo y potenciar la empleabilidad.** Integrar los desafíos del entorno al proceso de enseñanza, manteniendo una formación pertinente y actualizada que potencie el perfil de egreso, la formación integral y la empleabilidad a lo largo de la vida, bajo los principios de equidad de género y participación, respondiendo a los desafíos de un mercado laboral cambiante mediante una formación situada, cercana a la realidad y al medio.
- 4. Desarrollar investigación e innovación conectada con el entorno.** Incorporar las necesidades, conocimientos y experiencias del entorno como insumo que conecte la investigación y la innovación con la

resolución de problemáticas reales del sector público, productivo y la sociedad civil.

- 5. Vincular la creación artística y la extensión cultural con las comunidades.** Desarrollar iniciativas de creación y difusión cultural que promuevan el acceso a la cultura, la reflexión crítica y el fortalecimiento del tejido social, integrando los conocimientos y expresiones de las comunidades al quehacer académico.
- 6. Fortalecer la Red Alumni como expresión del sello hurtadiano en la sociedad.** Consolidar los vínculos entre la Universidad y su comunidad Alumni, y entre sus integrantes, apoyando su desarrollo profesional y su empleabilidad a lo largo de la vida, promoviendo el sello hurtadiano y retroalimentando el proyecto formativo a partir del diálogo con las personas tituladas, graduadas y empleadores, y visibilizando su trayectoria como embajadoras y embajadores de la Universidad en la sociedad.
- 7. Gestionar, sistematizar y evaluar la vinculación con el medio.** Fortalecer las capacidades institucionales para planificar, implementar y mejorar continuamente las iniciativas, asegurando su registro sistemático, su carácter bidireccional, la declaración de sus alcances y la evaluación de su contribución.

VI. Líneas de acción

Las líneas de acción son los mecanismos a través de los cuales se ejecuta la vinculación de manera sistemática. Formalizan y fortalecen prácticas que la Universidad ya realiza; no son iniciativas nuevas. Se instrumentalizan como programas, proyectos e iniciativas, y se desarrollan en detalle en la Estrategia de VcM 2026-2030. Son diez:

- L1. Incidencia en el debate público y las políticas públicas.** Generación, transferencia y difusión de evidencia académica, análisis y propuestas orientadas a informar la toma de decisiones públicas y retroalimentar el quehacer institucional, en complementariedad con la estrategia comunicacional de la Universidad.
- L2. Experiencias formativas vinculadas al medio.** Docencia vinculada mediante metodologías activas — aprendizaje y servicio u otras— y prácticas profesionales, junto con instancias extracurriculares como el voluntariado estudiantil y los proyectos de INCUBA UAH, en diálogo recíproco con el entorno. Incluye el vínculo preferente con el sistema escolar a través de las Experiencias Laborales (ELAB), incorpora transversalmente la internacionalización en casa (COIL), y se proyecta al postgrado conectando tesis e investigaciones de magister y doctorado con problemas reales del entorno.
- L3. Investigación e innovación con el medio.** Investigación aplicada e innovación social en relación permanente con actores del entorno, incorporando sus necesidades, conocimientos y experiencias al quehacer académico, transfiriendo conocimiento y soluciones a problemáticas reales y difundiendo los resultados a audiencias más amplias de la sociedad.
- L4. Creación y extensión artística.** Acciones de creación y extensión artística y difusión cultural en colaboración con comunidades, actores y entornos locales, integrando sus conocimientos, experiencias y expresiones

culturales en el quehacer académico de la universidad.

- L5. Consultorías,** estudios y asistencia técnica. Acciones institucionales orientadas a satisfacer requerimientos de asistencia técnica o consultorías de instituciones del Estado, empresas y organizaciones del sector privado, organizaciones sociales o territoriales u otras, incorporando los aprendizajes derivados de estas experiencias al quehacer académico institucional.
- L6. Vínculo y Diálogo Permanente con el sector productivo y otros actores del Entorno.** Instancias de diálogo sistemático y consejos asesores permanentes con representación multisectorial para retroalimentar el proyecto formativo, visibilizar la universidad y posicionar a su comunidad alumni.
- L7. Vínculo permanente con la Red Alumni.** Instancias de encuentro, actualización, mentorías y generación de redes, junto con herramientas de apoyo a la empleabilidad, destinadas a promover el sello hurtadiano, fortalecer el sentido de pertenencia y retroalimentar el proyecto formativo.
- L8. Educación continua vinculada al medio.** Ofertas formativas de aprendizaje a lo largo de la vida — distintas a las conducentes a grado— a partir de información del entorno, orientadas al fortalecimiento de capacidades de personas, organizaciones y comunidades.
- L9. Servicios comunitarios.** Prestación de servicios sociales gratuitos o de bajo costo a comunidades y grupos vulnerables, como atención psicológica, asesoría jurídica, educación en contextos no formales y acciones de tipo pastoral, en un marco de responsabilidad socio territorial.
- L10. Gestión y calidad de la vinculación con el medio.** Sistemas, herramientas tecnológicas e instrumentos que aseguran el registro, la trazabilidad, la evaluación de impacto bidireccional y la mejora continua de las iniciativas institucionales.

La relación entre objetivos y líneas no es unívoca: cada línea tributa a uno o más objetivos. La unidad responsable y las colaboradoras de cada línea se identifican en la Estrategia de VcM 2026-2030.

VII. Ámbitos de acción

Los ámbitos son los ejes temáticos o desafíos del entorno donde la Universidad concentra sus esfuerzos de vinculación, definidos combinando los desafíos públicos nacionales con las capacidades académicas ya instaladas en las facultades. Son seis:

1. **Educación y trayectorias formativas.** Equidad y calidad del sistema educativo escolar y superior, con foco en el cierre de brechas de acceso y el acompañamiento pedagógico directo, y las doce pedagogías de la UAH como activo distintivo.
2. **Salud integral y bienestar psicosocial.** Atención clínica, psicológica y jurídica accesible, prevención en salud mental y acompañamiento a grupos prioritarios —incluidas infancias en residencias, personas mayores



y centros de rehabilitación—, con núcleos como el Centro Psicológico (CEPS) y la Clínica Jurídica.

- 3. Entorno territorial, comunidad, cultura y sustentabilidad socioambiental.** Co-diseño de soluciones socioambientales, resiliencia comunitaria frente a la crisis climática, economía circular, resguardo patrimonial y acceso y promoción de la cultura.
- 4. Ciudadanía, democracia y derechos humanos.** Convivencia democrática, derechos humanos, memoria histórica, acceso a la justicia para comunidades prioritarias —incluida la población migrante— y educación cívica.
- 5. Innovación, productividad y mundo del trabajo.** Competitividad, innovación, transformación digital y empleabilidad, promoviendo un entorno laboral sostenible con especial atención a brechas relevantes como las de género, nacionalidad o socioculturales, con vínculo bidireccional con Alumni y organizaciones.
- 6. Estado, políticas públicas y desarrollo.** Diseño y evaluación de políticas públicas —sociales y de bienestar— y modernización del Estado y gestión pública, abordando también regulación económica y productividad.

VIII. Modelo de gestión y gobernanza

La vinculación con el medio depende de la Vicerrectoría de Identidad y Vinculación (VRIV), a través de la Dirección de Vinculación con el Medio, Alumni y Relaciones Institucionales (DIVAR). Cuenta, además, con una instancia colegiada de carácter estratégico: la Comisión de Vinculación con el Medio, órgano compuesto por académicas y académicos representantes del área de cada facultad y la DIVAR, que tiene como propósito ser la instancia de articulación entre unidades centrales y facultades en lo que concierne a políticas, estrategias e instrumentos que fomentan y regulan la VcM. La Universidad podrá disponer, además, de otras instancias de coordinación que apoyen la implementación de esta política.

IX. Registro, evaluación y contribución

La Universidad dispone de un Ecosistema de registro de la VcM, de uso obligatorio, y de un modelo de evaluación que mide el proceso de ejecución de los programas y algunos proyectos de VcM y su contribución, tanto externa —en los actores del entorno— como interna —en la propia Universidad—, por efecto de la bidireccionalidad. Los aprendizajes generados se sistematizan como insumo para la toma de decisiones institucionales y la mejora continua de los procesos, programas y políticas de la Universidad, incluida esta misma.

X. Financiamiento

La Universidad compromete, mediante la política de planta y carrera académica una condición básica para la vinculación con el medio, promoviendo que las y los académicos destinen a esta labor parte de su jornada laboral y tengan reconocimiento por ello en la carrera académica, de modo de dar sustentabilidad al quehacer de vinculación definido en esta Política. Complementariamente, la Vicerrectoría de Identidad y Vinculación compromete un presupuesto anual, administrado por la DIVAR, para implementar los diversos instrumentos que operacionalizan esta Política, al que se suman los fondos propios de otras unidades responsables —como la Dirección de Innovación y Transferencia y la Dirección de Investigación y Creación Artística—, los presupuestos operacionales de cada unidad y los fondos concursables orientados a iniciativas estudiantiles y académicas de vinculación. Asimismo, la DIVAR se compromete a apoyar a las y los académicos en la búsqueda y postulación de fondos externos complementarios, tanto públicos como privados, de carácter nacional e internacional, para el desarrollo de iniciativas de vinculación de distinto tipo y envergadura.

XI. Vigencia, evaluación y actualización de la política

Esta política tiene una vigencia hasta 2030, en coherencia con el horizonte del Plan Estratégico Institucional, con revisiones intermedias al menos cada tres años. Se rige por los Mecanismos de Gestión de Calidad de los procesos misionales y será monitoreada y evaluada periódicamente por la DIVAR, en conjunto con sus instancias estratégica y de coordinación operativa, en coordinación con las políticas y procedimientos que fije la Dirección de Gestión y Desarrollo de la UAH. Estas evaluaciones se nutrirán de la retroalimentación de la comunidad universitaria y de la Red Alumni, y valorarán las fortalezas, los avances y las áreas con mayores rezagos. Cada vez que se actualice la Planificación Estratégica Institucional será especialmente relevante evaluar la actualización de este documento.

