



**Colboy Estéreo**  
**102.6 FM**

*“Emisora de interés público – Educativa, del Colegio de Boyacá”*

**COLEGIO DE BOYACÁ**  
**PROCESO: PLANEACION INSTITUCIONAL**  
**POLITICA DE COMUNICACIÓN**

**Pablo Emilio Sanabria Salamanca**

Director Colboy Estéreo 102.6

La Política de Comunicación del Colegio de Boyacá, se asocia a los valores de transparencia, participación, respeto, veracidad, diligencia y colaboración; y pretende convertirse en el medio para que basados en unas reglas de juego se alcancen los objetivos del establecimiento público, mediando entre administrativos, docentes, estudiantes, padres de familia, servicios generales y comunidad circundante o grupos de interés; sirviendo además como referente para la toma de decisiones y mejora del clima organizacional.

## **La Política.**

Los directivos, administrativos docentes, docentes, estudiantes, padres de familia, personal de servicios generales, se comprometen a mantener informados a toda la comunidad educativa de los aspectos que sean necesarios para el buen funcionamiento de cada uno de los estamentos que hacen parte a la Institución y las partes interesadas, por medio de los mecanismos establecidos en el Plan de Comunicación vigente.



COLEGIO DE BOYACÁ  
PROCESO: PLANEACION INSTITUCIONAL  
**PLAN DE COMUNICACIÓN**

**Pablo Emilio Sanabria Salamanca**

Director Colboy Stereo 102.6

El Plan de Comunicación del Colegio de Boyacá, tiene en cuenta los alcances, objetivos, población objetivo, lo que queremos transmitir o comunicar, los recursos disponibles, los medios apropiados a la luz de las nuevas tecnologías, así como su frecuencia de utilización, midiendo permanentemente su impacto.

El Plan de Comunicación del Colegio de Boyacá, proyecta una imagen hacia el exterior e interior del establecimiento público, procurando el mejor funcionamiento interno, comunicando los mensajes correctos a las personas adecuadas y en el momento ideal.

## **Generalidades**

La comunidad que requiere ser informada, la constituyen los miembros de la familia Colboy, representada en los docentes, administrativos, padres de familia, estudiantes y personal de servicios generales, que por su condición tiene acceso a los medios tradicionales de comunicación como la prensa, la radio y la televisión, pero también disponen de los medios alternativos de las nuevas tecnologías.

Las debilidades se sintetizan en los problemas de conectividad, convirtiéndose en amenaza de la garantía en el proceso de comunicación organizacional, sin embargo las facilidades que existen para acceder a herramientas de última tecnología como el teléfono celular, sin olvidar que la radio sigue siendo el medio más expedito y de mayor impacto en la comunidad, el que disponemos como herramienta que nos brinda mayores oportunidades de comunicar.

## **Objetivo**

Mejorar el proceso de comunicación organizacional en el Colegio de Boyacá, generando confianza y mayor visibilidad de la institución, fomentando la interacción con la comunidad educativa través de las redes sociales y medios tradicionales, manteniendo el liderazgo como instrucción rectora de la educación pública en Colombia.

## **A quien comunicamos en el Colegio de Boyacá:**

La comunicación organizacional del Colegio de Boyacá, va dirigida en forma directa a la comunidad educativa representada en los docentes, estudiantes, administrativos, padres de familia y personal de servicios generales; y en forma indirecta a la comunidad que comprende la zona de influencia de Colegio de Boyacá, sede central y secciones. Los medios utilizados son las redes sociales, el correo institucional, la página de la institución, le emisora de interés público educativa, comunicados de prensa, y eventualmente de acuerdo a la disponibilidad de recursos, la prensa escrita.

## **Que comunicamos en el Colegio de Boyacá:**

Los mensajes tienen carácter de convocatoria, información general sobre procesos y procedimientos, así como la normativa relacionada con la vida académica de la institución, se propicia la retroalimentación del mensaje a través de las redes sociales, buzón de sugerencias y/o comunicaciones directas a través de docentes, coordinadores de sección, subdirección académica o Dirección General cuando lo amerite. Algunos mensajes no serán universales, ya que atienden una población específica la que se advierte de acuerdo al medio utilizado, propiciando un dialogo o respuesta.

## **Como comunicamos en el colegio de Boyacá:**

La forma y efectividad de nuestra comunicación tiene directa relación con la forma como se redacte o el lenguaje utilizado; en este sentido se espera manejar un lenguaje sencillo accesible y un tono agradable a través de los medios alternativos y la emisora institucional, sin desvirtuar la información; advirtiendo una comunicación permanente del día a día, aumentando su rotación en momentos que lo ameriten.

## **A través de qué medios comunicamos en el colegio de Boyacá:**

En principio es la página institucional en medio más expedito y en su orden, los correos institucionales, la emisora institucional y los correos físicos, los que permitirán comunicar los mensajes institucionales.

Con el apoyo de imágenes, pequeños formatos audiovisuales, comunicados de prensa, campañas radiales, cuñas institucionales o educativas, se espera fluir la comunicación organizacional, sin desconocer la telefonía móvil y fija, carteleras y mensajes a través de los cuadernos de clase.

Los eventos públicos como izadas de bandera, conmemoraciones especiales, reunión de padres de familia, reuniones de asesoría de grupo o la misma clase, son espacios alternativos para desarrollar acciones comunicacionales sobre temas académicos y de información general.

Dependiendo de las circunstancias y el nivel de complejidad de la información, otras acciones como una rueda de prensa, entrevista a los medios de comunicación, y publicaciones especiales (Libros, CD, periódicos, etc.), se convierten en una alternativa eficiente en la comunicación institucional.

## **Cuando y en qué momento comunicamos en el Colegio de Boyacá:**

Existen acciones comunicacionales que mantiene una periodicidad definida por el calendario académico, por ejemplo: Proceso de matrículas, ceremonia de graduación, presentación pruebas de estado, entrega de resultados académicos, recesos (Semana santa, medio año, octubre y final de año) y celebraciones especiales, viene planificadas desde el inicio de año lectivo sin modificaciones relevantes.

Por otra parte, las campañas, programación especial, y eventos programados por instituciones del orden superior como la secretaria de Educación Municipal o Ministerio de Educación nacional, ameritan una inclusión y ajuste permanente del calendario.

En todo caso el calendario académico anual atiende directrices del Ministerio y Secretaria de educación, en muchos casos inamovibles, expresada en semanas de clase y semanas de receso, las cuales se comunican en diferentes momentos: al momento de la matrícula, en la primera semana de clases, en las sesiones de asesoría académica y en la entrega de informes.

## **Con cuanto contamos para comunicar en el Colegio de Boyacá:**

El plan de comunicaciones, tiene como fuente de financiación los recursos provenientes de las transferencias nacionales y recursos propios. Desde allí se asignan recursos para el apoyo logístico (impresos y publicaciones), funcionamiento de la emisora institucional, personal de apoyo para el manejo de los sistemas de información online, emisora y audiovisuales. (Ver detalle presupuesto anual).

## **Como controlamos el desarrollo del Plan de Comunicaciones en el Colegio de Boyacá:**

La verificación de los niveles de asistencia a convocatorias, la entrega de resultados académicos en los tiempos estimados, la concurrencia a eventos públicos programados por la institución, los niveles de respuesta por parte de la comunidad educativa, el ambiente laboral y convivencia escolar, son referentes que pueden dar indicios de la ejecución efectiva del plan de comunicaciones. Esta medición puede definir la inclusión de nuevas e innovadoras estrategias comunicacionales, que impacten más y mejor, definiendo así mismo la periodicidad con que se deben hacer dichas mediciones. La distribución por periodos académicos del año escolar, es el referente inicial para realizar un control del plan de comunicaciones, al que se suma una reunión final de medición y ajuste.



## **Evaluamos los resultados del Plan y propiciamos una mejora continua:**

Una vez hecho el control periódico de la ejecución del Plan de Comunicaciones, se evalúan los resultados, definiendo las acciones de mejora que serán incluidas en el próximo plan. Se medirá el grado de cumplimiento de cada acción, la ejecución presupuestal asignada y ejecutada, el impacto obtenido entendido como el número de personas a las que se ha llegado clasificada por grupos focales (docentes, estudiantes, padres de familia, administrativos), efectividad de los medios utilizados, seguidores y/o visitas o respuestas en las redes sociales y correo institucional; llegando a las conclusiones necesarias que garanticen la mejora continua y el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Elaboro: Pablo Sanabria 2016