




## Sistema de Gestión de la Calidad

# PLAN DE COMUNICACIÓN

FECHA	FIRMA
30-09-2019	

28-05-18 Rev 0	Redacción original
30-09-19 Rev 1	Adaptación a la nueva imagen corporativa

## PLAN DE COMUNICACIÓN

### ÍNDICE

	Pág.
COMUNICACIÓN INTERNA	
1. Justificación de la Comunicación Interna	3
2. Grupos implicados en la Comunicación Interna	3
3. Canales de Comunicación Interna	3
4. Herramientas de Comunicación Interna	4
5. Plan de Comunicación Interna del Centro	6
COMUNICACIÓN EXTERNA	
6. Justificación de la Comunicación Externa	8
7. Grupos Implicados en la Comunicación Externa	9
8. Canales de Comunicación Externa	9
9. Herramientas de Comunicación Externa	9
10. Plan de Comunicación Externa del Centro	13
CRONOGRAMA – RESPONSABLES - INDICADORES	
11. Cronograma, Responsables e Indicadores de la Comunicación Interna	15
12. Cronograma, Responsables e Indicadores de la Comunicación Externa	21

## 1. JUSTIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

Una buena gestión de la comunicación interna es una herramienta real para potenciar al máximo todas las capacidades de los equipos. La comunicación interna constituye una herramienta que ayuda a crear cultura de empresa, contribuye a evitar el rumor propiciando un clima de confianza y motivación, y hace que el colegio sea más competitivo y rentable. Es decir, sin comunicación interna no es posible desarrollar un proyecto docente serio.

La comunicación interna en nuestro colegio es la comunicación que se hace "hacia adentro". Es la que se realiza entre todos aquellos que, directamente, tienen relación con el centro educativo: dirección, personal docente y no docente, padres y alumnos.

La esencia de la comunicación interna es contar a la organización lo que la organización está haciendo. El objetivo es informar al personal con noticias y mensajes de lo que sucede en el centro docente. Para ello es necesario contar con la organización. Por ello, la definición pasa a ser que comunicación interna es contar con la organización para lo que la organización está haciendo.

La comunicación interna es un factor clave que tiene que tener en cuenta el colegio, ya que, debidamente gestionada, permite mejorar el clima laboral y el rendimiento de las personas. La comunicación tiene que formar parte de la acción estratégica de la empresa.

El éxito de un proyecto educativo, la mejora constante de resultados y su permanencia en el tiempo responde, entre otros factores, a que se ha desarrollado una óptima política de comunicación interna. Cuando no hay comunicación entre los equipos, las fracturas y divisiones harán que el proyecto se convierta en un lastre.

## 2. GRUPOS IMPLICADOS EN LA COMUNICACIÓN INTERNA

Este plan de comunicación interna va dirigido a toda la comunidad educativa, sus principales interlocutores son:

1. Alumnos
2. Padres, madres y familiares de alumnos
3. Profesores
4. Otros miembros de la comunidad educativa (PAS)

## 3. CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

Para una elección adecuada de los medios de comunicación es conveniente tener en cuenta la finalidad del mensaje y el tipo de información que se desea comunicar. El centro establece una serie

de canales de comunicación para llevar a cabo, de forma eficiente, la difusión de la información que se desea transmitir.

1. Circulares
2. Informes
3. Planes
4. Actas de reuniones
5. Tablones de anuncios y carteleras
6. Buzón de sugerencias de la WEB
7. Correo electrónico institucional
8. Reuniones
9. WEB del colegio
10. Entrevistas
11. Teléfono

## 4. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN INTERNA

### 4.1. Folleto corporativo

El folleto corporativo sirve como instrumento para mostrar el proyecto docente, el colegio, sus características más relevantes, el equipo, la historia, las ventajas competitivas; en general informará de toda la oferta formativa y servicios que el centro ofrece. Estos folletos se encontrarán a la entrada del colegio, en las oficinas de Recepción y Secretaría.

### 4.2. Manual de bienvenida / PGA

El manual de bienvenida debe servir para introducir y orientar al nuevo empleado, ya sea personal docente / no docente. Debe mostrar lo que es el colegio hoy en día para darlo a conocer. El manual de bienvenida lo entregará el director del colegio, o los directores pedagógicos de las secciones. El manual de bienvenida estará formado por páginas de texto impresas con lo más relevante del colegio. El documento se actualizará cada año.

### 4.3. Tablón de anuncios y carteleras

El tablón de anuncios es un espacio que sirve para informar y anunciar. La información que se publique en las carteleras deberá estar totalmente controlada por los Coordinadores de las Secciones y por los Coordinadores de Pastoral. No se puede convertir en una sección de "anuncios por palabras", un lugar donde todo el mundo pone de todo. La información que se ofrece en las carteleras estará actualizada.

Las carteleras estarán adecuadamente localizadas: entrada del colegio, Administración y Secretaría, pasillos de más paso, etc.

### 4.4. Circulares

Sirven para informar a profesores, alumnos y familias. Algunas circulares se difundirán a través de la página web o la intranet, de esta forma se potencia las visitas a la web del colegio y se

fomenta el hábito de consultarla. Se enviarán circulares a todas las familias del colegio con la oferta formativa.

#### 4.5. Jornada de puertas abiertas

La jornada de puertas abiertas será una ocasión importante para mostrar el potencial del colegio a familias y posibles alumnos, para consolidar la oferta y captar su atención. Esta actividad será convenientemente preparada, y con suficiente antelación, por las diferentes secciones y departamentos. Para ello, a la hora de su diseño y elaboración se contará con todos los equipos. El objetivo es presentar a los padres nuestro proyecto educativo de forma atractiva y convincente, para implicarles en él y fomentar el incremento de nuevas matrículas. Por ello, el éxito de la jornada dependerá de su organización previa.

Teniendo en cuenta la eficacia de las recomendaciones de boca en boca, quienes mejor podrán hablar del colegio son los actuales padres y los antiguos alumnos; por esta razón es muy importante comunicar con claridad cuándo y cómo va a tener lugar la jornada, para que se logre convocar a amigos y conocidos de los padres, antiguos alumnos y profesores.

#### 4.6. Buzón de sugerencias

Como su propio nombre indica, ha de ser únicamente de "sugerencias". Este buzón estará accesible a todos los grupos de interés en la página web del colegio, en él se tendrá la posibilidad de manifestar sugerencias o quejas sobre el funcionamiento o la prestación del servicio que ofrecemos. Este buzón se revisará de forma periódica y se informará de su contenido a los equipos correspondientes. Será conveniente informar y animar a padres y alumnos, e incluso a profesores, a utilizarlo para canalizar sus comentarios, críticas, iniciativas de mejora y sugerencias.

#### 4.7. Redes sociales

Las páginas web se han convertido en la primera puerta de acceso a las empresas. Para los colegios, tener un portal de contacto y escaparate es la puerta de entrada a la institución, los equipos, los profesores, el proyecto docente, etc.

Conviene aprovechar las enormes posibilidades de difusión que ofrecen las redes sociales para subir fotos y vídeos: campeonatos deportivos, fiestas, jornadas de puertas abiertas, excursiones en grupo, actividades pastorales, campañas, efemérides, etc. La página web del colegio enlaza con las redes sociales. De esa forma se crea una acción conjunta y una alimenta a la otra.

Las redes sociales tienen gran difusión, utilización y eficacia. Las generaciones más jóvenes han crecido con ellas, así que están más habituadas a la pantalla que a los papeles y circulares. Debemos aprovechar al máximo este potencial. Estamos seguros de que todos los alumnos tienen un perfil en alguna red social; también muchos padres; así como profesores y personal no docente. En ocasiones las redes sociales serán "el reflejo del colegio" para conocer inquietudes, críticas o sugerencias.

Por todo ello es importante retwittear y compartir en las redes sociales los mini vídeos que explican por partes nuestro proyecto educativo, insistiendo en su difusión varias veces a la semana, especialmente a partir del mes de enero.

Conviene tener muy claro el uso de las redes sociales, diferenciando su utilidad como medio para informar o anunciar. No son recomendables los foros y chats.

#### **4.8. Plataforma educativa**

La plataforma educativa permite el contacto directo entre todas las personas del colegio, en nuestro caso entre los padres y los profesores. El uso habitual genera un canal de comunicación eficaz. Debemos potenciar el uso de la plataforma para aprovechar al máximo sus recursos para una gestión más eficiente de la prestación de nuestro servicio. Resulta una herramienta útil y cómoda de utilizar.

#### **4.9. Página web del colegio**

La web es una herramienta con gran capacidad de contenido, impacto y alcance. Debe estar siempre actualizada. Se estructura en los diferentes ambientes del colegio y es una puerta de acceso a la plataforma educativa. Una herramienta de gran utilidad es la incorporación de un "botón de matriculación" en el mes de octubre de cada curso, al pinchar sobre él se despliega un formulario en el que las familias pueden solicitar información. El Director Pedagógico va elaborando una base de datos el personal de recepción envía un correo electrónico agradeciendo el interés y garantizando el contacto. También es importante subir a la web del colegio el vídeo institucional a principios de febrero.

#### **4.10. Entrevista personal**

La entrevista personal permite un acercamiento y relación excepcional. Se trata de "estar" con la gente, el factor humano y el trato directo son esenciales. Muchas veces el encuentro no tendrá un objetivo concreto, pero permite conocerse mejor y ayuda a solucionar problemas. Es el momento para escuchar sugerencias. Motivar, crear y convencer necesita un clima de confianza y entendimiento mutuo.

#### **4.11. Teléfono de información**

El colegio dispone de un número de teléfono de atención que es difundido y conocido. Aparece en todos los materiales editados por el colegio (folletos, página web, comunicados internos, etc.) El teléfono de información se atiende de forma correcta en recepción y secretaría.

### **5. PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA DEL CENTRO**

#### **5.1. Objetivos generales y específicos de comunicación interna**

El secreto de una buena comunicación interna es generar una actitud favorable, verdadera artífice de los resultados. Esto significa que tanto la dirección como el personal docente y no docente, padres y alumnos han de sentirse a gusto e integrados dentro de su organización. Teniendo en cuenta que un colegio es una comunidad heterogénea, es importante que todos estén informados, conozcan el colegio, su misión, su filosofía, sus valores, su estrategia, se sienten parte de ella.

La comunicación interna ayuda a reducir la incertidumbre y a prevenir el rumor. Por ello, transmitir mensajes corporativos, informar sobre lo que ocurre dentro del colegio, motivar y establecer una línea de comunicación eficaz entre los empleados, la dirección y los diferentes departamentos son los objetivos que persigue la comunicación interna de nuestro colegio. El objetivo principal es mantener una comunicación multidireccional y permanente entre toda la comunidad educativa de nuestro centro educativo (padres, profesores, alumnos, entorno social, antiguos alumnos, PAS, otros centros docentes...) Este objetivo principal puede desglosarse en:

1. **Fortalecer las relaciones interpersonales:** establecer una relación fluida entre las personas que conviven en el colegio, por medio de canales adecuados entre todos los niveles.
2. **Mejorar la gestión y la eficiencia operativa:** facilitar la circulación e intercambio de información entre todos los niveles, permitiendo así un funcionamiento más ágil y dinámico de las diferentes áreas y departamentos, así como una mejor coordinación entre ellos.
3. **Motivar el trabajo corporativo:** motivar y dinamizar la labor de las personas, contribuyendo a crear un clima de trabajo agradable, que redunde en una mejora de la calidad del trabajo y de la productividad y competitividad del colegio.
4. **Reforzar las actitudes:** obtener la aceptación y la integración de todas las personas en los valores y los fines globales del Centro. También se busca crear y mantener una imagen favorable del colegio entre los miembros de la organización.
5. **Mejorar la comunicación:** promover la participación de manera que transmitamos una imagen positiva hacia el exterior, mejorando la imagen externa del Centro.
6. **Fortalecer la imagen del Centro y reforzar sus señas de identidad:** Calidad, Excelencia y Prestigio.
7. **Conseguir mayor implicación de los alumnos y las familias** en las acciones del Centro.

## 5.2. Líneas estratégicas de comunicación interna

- LEI1: Establecer un Plan de comunicación interna con responsables de acciones y seguimiento de las mismas.
- LEI2: Nombrar una persona WEB Master responsable de la comunicación y gestión de contenidos con grupos del centro a través de la página web.
- LEI3: Potenciar el uso de la página web, estableciendo enlaces a departamentos y grupos de trabajo.
- LEI4: Impulsar y reforzar la plataforma educativa del colegio así como la red interna, para mantener canales de comunicación eficaces.
- LEI5: Consolidar una dinámica de trabajo interna estable, que haga efectivo el mensaje de los canales de comunicación interna.
- LEI6: Consolidar el uso de los correos institucionales para la transmisión de información, estableciendo protocolos de comunicación.
- LEI7: Habilitar los recursos necesarios de comunicación que permitan el intercambio de información horizontal y vertical entre los miembros de la comunidad educativa.
- LEI8: Impulsar el uso del correo electrónico entre todos los miembros de la comunidad educativa (profesores, padres, alumnos y personal de administración)

- LEI9: Establecer una base de datos y listas de distribución con correos electrónicos de alumnos y familias, para enviar anualmente por correo electrónico la oferta formativa tanto reglada como no reglada que desarrolla el centro.
- LEI10: Potenciar y consolidar el uso de las herramientas de comunicación, principalmente el uso del correo electrónico para aquella información que no necesite registro.
- LEI11: Consolidar el uso de los registros de comunicación telefónica en recepción entre padres y profesores.
- LEI12: Canalizar de forma eficaz la información que se deriva de las reuniones, distribuyendo las actas de las mismas a las personas implicadas en los acuerdos, para así garantizar que se lleven a cabo.
- LEI13: Mantener y consolidar las entrevistas personales entre miembros de la Comunidad Educativa.
- LEI14: Potenciar el uso del buzón de sugerencias de la página web, para establecer vías de información sobre las mejoras que debemos adoptar.
- LEI15: Redefinir un protocolo de uso de la red interna del colegio, con el fin de optimizar los tiempos de comunicación y la eficacia de la misma, evitando el trasiego de papeles.
- LEI16: Establecer un Plan de perfiles para el uso de la plataforma educativa.
- LEI17: Hacer uso de aulas virtuales (EVA) con los alumnos, para poner a su disposición materiales, vídeos, enlaces, prácticas, exámenes, notas, etc.
- LEI18: Utilizar blogs personales del profesor o del departamento, que permitan a los alumnos, o a otras personas interesadas en ciertos temas, disponer de enlaces interesantes, tutoriales, vídeos, etc.
- LEI19: Emplear la web del centro para comunicar información de interés para toda la comunidad educativa (profesores, alumnos, familias, entorno).
- LEI20: Potenciar el uso de listas de correo que permitan comunicarse a los profesores entre sí (comunicaciones del equipo directivo, comunicaciones de otros miembros del claustro de profesores).
- LEI21: Hacer uso de la plataforma para comunicarse con alumnos y familiares de alumnos (faltas de asistencia, calificaciones, seguimiento del curso, avisos...)

## 6. JUSTIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA

En estos últimos años hemos asistido a un creciente protagonismo de la comunicación en todas sus facetas: el desarrollo de las nuevas tecnologías, los nuevos hábitos y modelos de relaciones sociales, la reconversión del sector productivo de la comunicación, la aparición de novedosos soportes tecnológicos, etc.

La comunicación corporativa configura la proyección social de la institución y resulta clave para determinar el éxito o fracaso de todas y cada una de sus iniciativas. Por ello es vital desarrollar y definir políticas de comunicación eficaces y bien orientadas, capaces de resultar efectivas, contribuyendo a un mejor conocimiento y valoración del centro educativo por parte de la sociedad.



La información y el conocimiento han aumentado progresivamente en una sociedad fuertemente marcada por los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, convirtiendo la comunicación en uno de los ejes centrales de cualquier estrategia institucional. Dividiremos la comunicación en dos áreas fundamentales: la comunicación tradicional y la comunicación digital, que operarán de forma paralela con el objetivo de conseguir proyectar un mensaje coordinado, adecuado y eficaz de manera que se adecúe a las necesidades y al entorno mediático.

## 7. GRUPOS IMPLICADOS EN LA COMUNICACIÓN EXTERNA

Este plan de comunicación externa va dirigido a toda la comunidad educativa, sus principales interlocutores son:

1. Área de influencia
2. Padres, madres y familiares de alumnos potenciales
3. Empresas e instituciones ligadas al centro
4. Comunidad educativa

## 8. CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Para una elección adecuada de los medios de comunicación es conveniente tener en cuenta el fin del mensaje y el tipo de información que se desea comunicar. El centro establece una serie de canales de comunicación para llevar a cabo, de forma eficiente, los mensajes de información que se desean transmitir.

1. Folleto corporativo
2. Circulares
3. Tablones de anuncios y carteleras
4. Buzón de sugerencias de la WEB
5. Correo electrónico institucional
6. WEB del colegio
7. Entrevistas
8. Teléfono
9. Convocatorias y notas de prensa
10. Ruedas de prensa
11. Dossier informativo
12. Atención a los medios de comunicación
13. Cuenta en Twitter
14. Cuenta en Facebook
15. Publicaciones en los medios
16. Publicación de fotografías y videos
17. Canal YouTube
18. Programación de contenidos en las redes sociales

## 9. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA

### 9.1. Folleto corporativo

El folleto corporativo sirve como instrumento para mostrar el proyecto docente, el colegio, sus características más relevantes, el equipo, la historia, las ventajas competitivas; en general informará de toda la oferta formativa y servicios que el centro ofrece. Estos folletos se encontrarán a la entrada del colegio, en las oficinas de Recepción y Secretaría.

### 9.2. Tablón de anuncios y carteleras

El tablón de anuncios es un espacio que sirve para informar y anunciar. La información que se publique en las carteleras deberá estar totalmente controlada por los Coordinadores de las Secciones y por los Coordinadores de Pastoral. No se puede convertir en una sección de "anuncios por palabras", un lugar donde todo el mundo pone de todo. La información que se ofrece en las carteleras estará actualizada.

Las carteleras estarán adecuadamente localizadas: entrada del colegio, Administración y Secretaría, pasillos de más paso, etc.

### 9.3. Circulares

Sirven para informar a profesores, alumnos y familias. Algunas circulares se difundirán a través de la página web o la intranet, de esta forma se potencia las visitas a la web del colegio y se fomenta el hábito de consultarla. Se enviarán circulares a todas las familias del colegio con la oferta formativa.

### 9.4. Jornadas de puertas abiertas

La jornada de puertas abiertas será una ocasión importante para mostrar el potencial del colegio a familias y posibles alumnos, para consolidar la oferta y captar su atención. Esta actividad será convenientemente preparada, y con suficiente antelación, por las diferentes secciones y departamentos. Para ello, a la hora de su diseño y elaboración se contará con todos los equipos. El objetivo es presentar a los padres nuestro proyecto educativo de forma atractiva y convincente, para implicarles en él y fomentar el incremento de nuevas matrículas. Por ello, el éxito de la jornada dependerá de su organización previa.

Teniendo en cuenta la eficacia de las recomendaciones de boca en boca, quienes mejor podrán hablar del colegio son los actuales padres y los antiguos alumnos; por esta razón es muy importante comunicar con claridad cuándo y cómo va a tener lugar la jornada, para que se logre convocar a amigos y conocidos de los padres, antiguos alumnos y profesores.

La organización y difusión de la jornada de puertas abiertas se hará a través de las siguientes actuaciones:

- La difusión de la jornada se iniciará un mes antes de la fecha establecida para la jornada.

- El departamento de secretaría enviará un mail "tipo" preparado a todas las familias que hayan solicitado información y se les pedirá confirmación de asistencia, tomando nota de ello. También se les informará de que habrá un servicio de guardería, en caso de que vayan a acudir con niños pequeños.
- Anuncio de la jornada en la web del colegio con un cartel resaltado y difusión de su celebración a través de las redes sociales varias veces a la semana.
- Entrega de cartas y despleables informativos en las guarderías y centros adscritos.
- Entrega de despleables a los profesores (2 por cada uno) para que inviten a conocidos potencialmente interesados.
- Colocación de carteles anunciando la jornada en los pasillos y zonas visibles del colegio.
- Envío de un mensaje por Educamos a todas las familias solicitando la difusión de la jornada entre sus conocidos.
- Entrega de despleables a los distintos grupos del colegio: centro juvenil, Piratas, club de fútbol del municipio, club de tenis y padel, hípica, piscina municipal, gimnasio.
- Se hará una visita a los alumnos de 2º CFGS para ofrecerles la asistencia al cursillo EVAU y evaluar su grado de satisfacción con el colegio. En una segunda visita se les entregará el despleable con la información sobre la jornada de puertas abiertas.
- Colocación de una pancarta grande en cada una de las puertas de acceso al colegio. Su diseño será tipo folio corporativo, fondo blanco con la frase "Jornada de Puertas Abiertas", indicando también la fecha y la hora.
- Colocación en la fachada de una lona con la oferta formativa.
- Difusión a través de emisoras de radio. Se insertarán varios anuncios de la jornada.

### 9.5. Buzón de sugerencias

Como su propio nombre indica, ha de ser únicamente de "sugerencias". Este buzón estará accesible a todos los grupos de interés en la página web del colegio, en él se tendrá la posibilidad de manifestar sugerencias o quejas sobre el funcionamiento o la prestación del servicio que ofrecemos. Este buzón se revisará de forma periódica y se informará de su contenido a los equipos correspondientes. Será conveniente informar y animar a padres y alumnos, e incluso a profesores, a utilizarlo para canalizar sus comentarios, críticas, iniciativas de mejora y sugerencias.

### 9.6. Redes sociales

Las páginas web se han convertido en la primera puerta de acceso a las empresas. Para los colegios, tener un portal de contacto y escaparate es la puerta de entrada a la institución, los equipos, los profesores, el proyecto docente, etc.

Conviene aprovechar las enormes posibilidades de difusión que ofrecen las redes sociales para subir fotos y vídeos: campeonatos deportivos, fiestas, jornadas de puertas abiertas, excursiones en grupo, actividades pastorales, campañas, efemérides, etc. La página web del colegio enlaza con las redes sociales. De esa forma se crea una acción conjunta y una alimenta a la otra.

Las redes sociales tienen gran difusión, utilización y eficacia. Las generaciones más jóvenes han crecido con ellas, así que están más habituadas a la pantalla que a los papeles y circulares. Debemos aprovechar al máximo este potencial. Estamos seguros de que todos los alumnos tienen un perfil en alguna red social; también muchos padres; así como profesores y personal no docente. En

ocasiones las redes sociales serán "el reflejo del colegio" para conocer inquietudes, críticas o sugerencias.

Por todo ello es importante retwittear y compartir en las redes sociales los mini vídeos que explican por partes nuestro proyecto educativo, insistiendo en su difusión varias veces a la semana, especialmente a partir del mes de enero.

Conviene tener muy claro el uso de las redes sociales, diferenciando su utilidad como medio para informar o anunciar. No son recomendables los foros y chats.

### 9.7. Página web del colegio

La web es una herramienta con gran capacidad de contenido, impacto y alcance. Debe estar siempre actualizada. Se estructura en los diferentes ambientes del colegio y es una puerta de acceso a la plataforma educativa. Una herramienta de gran utilidad es la incorporación de un "botón de matriculación" en el mes de octubre de cada curso, al pinchar sobre él se despliega un formulario en el que las familias pueden solicitar información. El Director Pedagógico va elaborando una base de datos el personal de recepción envía un correo electrónico agradeciendo el interés y garantizando el contacto. También es importante subir a la web del colegio el vídeo institucional a principios de febrero.

### 9.8. Entrevista personal

La entrevista personal permite un acercamiento y relación excepcional. Se trata de "estar" con la gente, el factor humano y el trato directo son esenciales. Muchas veces el encuentro no tendrá un objetivo concreto, pero permite conocerse mejor y ayuda a solucionar problemas. Es el momento para escuchar sugerencias. Motivar, crear y convencer necesita un clima de confianza y entendimiento mutuo.

### 9.9. Teléfono de información

El colegio dispone de un número de teléfono de atención que es difundido y conocido. Aparece en todos los materiales editados por el colegio (folletos, página web, comunicados internos, etc.) El teléfono de información se atiende de forma correcta en recepción y secretaría.

### 9.10. Nota de prensa

Será el formato habitual para mantener informados a los medios de comunicación y otros organismos sobre cualquier tipo de actividad o acontecimiento relevante que tenga lugar o esté relacionado con el centro. La nota de prensa será un texto escrito mediante el cual damos a conocer a los medios un mensaje con el objetivo de que lo divulguen. Las notas de prensa seguirán la misma plantilla, que incluirá la cabecera con el logotipo del colegio y el pie de página con la dirección, teléfono, correo electrónico de contacto y página web del centro.

### 9.11. Rueda de prensa

Una rueda de prensa es un acto informativo, convocado por el centro, al que están invitados los medios de comunicación, con el objetivo de que informen sobre lo que en ella se expone.

Constituyen una oportunidad única para reforzar el diálogo fluido con los medios de comunicación. Las ruedas de prensa se comunicarán a los medios mediante el envío de una invitación o convocatoria entre 24 y 48 horas antes de su celebración.

### 9.12. Presencia en Twitter

Twitter es una plataforma de mensajería que permite el envío de mensajes de texto cortos, posibilitando la conversación con otros usuarios y favoreciendo la creación de comunicación virtual. Las conversaciones son públicas y podemos construir una red social a través del seguimiento de otros usuarios. Es una herramienta muy útil para informar de todo lo que ocurre en el centro, así como una vía muy eficaz de comunicación con el usuario. El perfil de Twitter debe servir para informar no solo de las últimas novedades del centro, sino también para fomentar la comunicación e interacción con todos los alumnos o personas que se pongan en contacto con el colegio.

### 9.13. Presencia en Facebook

Facebook es la red social por excelencia, cuenta con más de mil millones de usuarios en todo el mundo. Es una magnífica plataforma para compartir con los usuarios todo tipo de información: fotografías, vídeos, enlaces con nuestros amigos, etc. Facebook permite además la posibilidad de enviar mensajes privados, formar parte de grupos y seguir a nuestras páginas favoritas.

## 10. PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA DEL CENTRO

### 10.1. Objetivos generales y específicos de comunicación externa

Los centros educativos se comunican con su entorno, no siempre de manera planificada y organizada. La comunicación en un centro educativo es compleja, se mueve en diferentes niveles, con diferentes objetivos y con públicos muy distintos.

La Comunicación externa es esencial en todos los centros educativos y hace falta establecer un plan coherente para que la información llegue a todos los sectores de la comunidad educativa y el entorno. Es importante optimizar los recursos existentes.

Toda la comunidad educativa es responsable de que el centro esté comunicado a todos los niveles, y de hacer uso de los recursos que tenemos a nuestro alcance. Pero, de forma específica, el equipo directivo es el que de forma directa debe de procurar que el centro sepa comunicarse. Son responsables de los recursos digitales, junto con el coordinador de comunicación social.

- **Proyectar el Colegio Salesianos El Pilar en su entorno más cercano**, promoviendo la participación activa de potenciales clientes en las iniciativas ofertadas por el centro.
- **Mantener una relación fluida con los medios de comunicación**, mejorando la relación del centro con periodistas y medios.
- **Potenciar nuevos canales de información**, con el objetivo de comunicar cualquier acontecimiento, noticia o actividad de interés para la comunidad educativa, reforzando a su vez los valores, posicionamiento e imagen del centro educativo.

- **Mostrar a la comunidad educativa y al entorno del centro su misión y modelo pedagógico.**
- **Informar sobre actividades, novedades y calendario.**

## 10.2. Líneas estratégicas de comunicación externa

- LEE.1 Usando adecuadamente las redes sociales se podrán establecer canales de comunicación con los diferentes miembros de la comunidad.
- LEE.2 Acercarse a las familias para mostrar el quehacer diario del centro, calendario de actividades, información administrativa, presentar el modelo pedagógico desde su perspectiva cotidiana. Para todo esto se deberá contar con una página web actualizada.
- LEE.3 Generar espacios de reflexión y formación para los docentes, a través de blogs o entorno moodle.
- LEE.4 Crear canales de comunicación con los alumnos, a través de sus correos electrónicos.
- LEE.5 Participación del equipo de profesores y alumnos en proyectos con otros centros e instituciones.
- LEE.6 Compartir con las familias trabajos o novedades de las materias.
- LEE.7 Mantener información a través de la página web del centro o del blog de los docentes.
- LEE.8 Establecer canales de consulta administrativa con el centro.
- LEE.9 Impulsar la presencia regular del centro educativo en los medios de comunicación local, mediante la difusión de noticias y notas de prensa relativas a su quehacer diario.
- LEE.10 Poner a disposición de medios y público en general noticias y notas de prensa generadas por el centro a través de la página web, de modo que esta información resulte accesible a ciudadanos y periodistas.
- LEE.11 Prestar especial atención a la difusión en los medios de comunicación local de las actividades de organizadas por el centro y abiertas a la participación de alumnos y personas externas.
- LEE.12 Mantener contacto regular con periodistas, con el fin de poder orientar nuestra política informativa y atender a sus necesidades.
- LEE.13 Elaborar un dossier de prensa que recoja la actividad informativa generada por los medios, con el fin de determinar el impacto social del centro educativo.
- LEE.14 Mantener y actualizar los perfiles institucionales en las redes sociales.
- LEE.15 Gestionar con eficacia y rapidez cualquier tipo de solicitud o comentario enviado por algún usuario, favoreciendo una actitud de escucha y facilitando respuestas clarificadoras y conciliadoras.

















PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA						CRONOGRAMA													
COMUNICACIÓN EXTERNA																			
OBJETIVOS	ACCIONES ESTRATEGICAS	RESPONSABLE	INDICADOR	RESULTADO		Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago		
4	Mostrar a la comunidad educativa y al entorno del Centro su misión y modelo pedagógico.	LEE.6 Compartiendo con las familias trabajos y novedades.	Clasutro	Encuesta															
		LEE.11 Prestando especial atención a la difusión en los medios de comunicación local de las actividades de organizadas por el centro y abiertas a la participación de alumnos y personas externas.	Co. Cs	Dossier Publ.															
		LEE.13 Realizarndo un dossier de prensa que recoja la actividad informativa generada por los medios con el fin de determinar el impacto social del Centro Educativo.	Co. CS	Dossier Publ.															
5	Informar sobre actividades, novedades y calendario.	LEE.2 Acercandose a las familias para mostrar el quehacer diario del centro, calendario de actividades, información administrativa, presentar el modelo pedagógico desde su hacer cotidiano. Para todo esto deberá contar con una página web actualizada.	ED, Co. CS	Publicaciones, WEB															
		LEE.6 Compartiendo con las familias trabajos y novedades.	Clasutro	Encuesta															
		LEE.7 Manteniendo información a través de la página web del centro o del blog del docente.	Co. CS, Claustro	WEB															

- 1 El despliegue no avanza según objetivo
- 2 No está previsto comenzar o avanza lentamente
- 3 El proyecto avanza según objetivo
- 4 Estrategia conseguida