

POLITICA DE COMUNICACIÓN

El manejo adecuado de las comunicaciones internas y externas, acompañadas y alineadas de una buena proyección de imagen y todos los objetivos planteados para tener la atención de los públicos que hacen y harán parte de esta institución educativa, permitirá la gestión comunicacional de manera asertiva al momento de su divulgación y empoderamiento de los mensajes difundidos en los medios de comunicación activos por la organización.

El Andino Bilingüe School promueve una comunicación de manera veraz, oportuna, entendible y transparente, difundiendo información necesaria y de relevancia hacia todos sus públicos manteniendo una constante de relación teniendo en cuenta las direcciones existentes en la comunicación dentro de una jerarquía organizacional.

Por medio de esta política de comunicaciones se llevará a cabo el fortalecimiento de la imagen institucional interna del plantel educativo, además en el ámbito externo desde lo local, regional y a nivel nacional, teniendo en cuenta estrategias de comunicación, uso de los medios, identidad corporativa, creación de contenidos acordes al horizonte institucional y su Proyecto Educativo Institucional, logrando una interacción con los públicos y la satisfacción de los clientes (Estudiantes y padres de familia) y demás grupos de interés.

1. COMUNICACIÓN INTERNA

El acceso a las plataformas de comunicación interna estará dispuesta a los trabajadores de la organización, desarrolladas a lo largo de la innovación en tecnología que el mundo ofrece y que el plantel educativo va implementando.

Se establecen las políticas de uso de cada medio, administrador y objetivo de los mismos permitiendo mayor flujo de comunicación interna, inmediata y directa.

1.1 GRUPO DE WHATSAPP CORPORATIVO

Aplicación móvil que permite el envío de mensajes inmediatos para facilitar la divulgación de información al personal de la institución teniendo en cuenta la generación masiva de contenido en relevancia hacia los estudiantes y trabajadores.

Objetivo: Permitir la comunicación inmediata generada en la jornada laboral diaria del Andino Bilingüe School.

Descripción: Red social que permitirá la comunicación más rápida, directa, informal y dirigida al segmento de trabajadores incluidos en el grupo. Será de uso diario y para comunicaciones puntuales, claras y precisas.

Opciones del servicio: El grupo de whatsapp da acceso al envío y recepción de imágenes, documentos, audios y contactos.

Necesidades que satisface:

1. Comunicación rápida y segura de los usuarios dentro de la institución.
2. Mantener un canal directo de comunicación para el envío de notificaciones e ideas que se podrán discutir posteriormente cara a cara.
3. Reducir el envío masivo de correos electrónicos para compartir información puntual.

Responsable del servicio: La administración de los grupos de whatsapp corporativos serán manejados por la persona que vea la necesidad del mismo, con la previa divulgación y aceptación de entes superiores. Será el encargado de dar a conocer las políticas de este medio de comunicación interna y ser expuestas en el chat para visibilidad de todos los integrantes, así mismo garantizar el uso correcto de esta red y de la inclusión de miembros según necesidad del administrador.

Requisitos para recibir el servicio: Los integrantes deberán contar con un smartphone para el uso e ingreso a este tipo de comunicación interna de uso diario.

Políticas: Para el uso correcto de este medio de comunicación se establecen las siguientes políticas, las cuales deberán ser expuestas y publicadas en la descripción del grupo de whatsapp para el acceso ilimitado a las mismas por los integrantes.

1. El administrador es el responsable del buen uso y supervisión de la información divulgada.
2. El horario para el uso de este grupo será de 6:45 am a 4:00pm de lunes a jueves y de 6:45am a 5:00pm los días viernes.
3. Mantener el respeto por los demás en cuanto al envío de información sensible o privada.
4. Establecer el objetivo del grupo, para NO ser utilizado en envío de mensajes de índole personal.
5. No criticar a ningún compañero, independiente del cargo que ocupe.
6. Tener en cuenta las horas a las que se contesta, si se realizan en horarios no laborales se corre el riesgo de alterar la vida privada del resto de los integrantes. Es importante valorar la urgencia de los mensajes.
7. Enviar información precisa.
8. No realizar conversaciones directas a un solo integrante del grupo, de ser así escribirlo por el privado.

1.2 GOOGLE SUITE (GSuite)

La Suite de Google, permitirá el almacenamiento de archivos institucionales y de fácil acceso para cualquier usuario al que le sea compartido o creado. Por tal razón, se establece que los archivos sean digitalizados y cargados en esta plataforma para acceso fácil e inmediato con el personal que cuenta con correo institucional.

Los formatos institucionales serán activados bajo la aplicación según corresponda (Google Docs, hoja cálculo, presentación) y será de uso digital y editados en tiempo real, por tal motivo se establece este almacenamiento como predeterminado ya que permitirá control, acceso y seguimiento desde cualquier parte teniendo en cuenta los requisitos para recibir el servicio nombrados anteriormente.



**ANDINO
BILINGÜE
SCHOOL**

Así mismo, el orden de los documentos será establecido por cada usuario.

Objetivo: Permitir a los trabajadores de INDAZA S.A tener herramientas a la mano que les permita una comunicación efectiva y una mayor conectividad empresarial, utilizando una cuenta de correo electrónico institucional.

Opciones del servicio: Esta plataforma ofrece una serie de aplicaciones las cuales son descritas a continuación:

1. Gmail: Enviar y recibir correos de forma oficial para cualquier empleado de la institución.
2. Google Docs: Aplicaciones trabajadas y guardadas en la Suite de Google reemplazando los programas de Office.
3. Drive: Espacio para almacenamientos de archivos, donde podrá acceder desde cualquier espacio y momento, ya sea por computador o dispositivo móvil.
4. Calendar: Aplicación que permitirá ingresar eventos, reuniones, actividades programadas semanal, mensual o anual según corresponda y citar a las personas involucradas en el mismo, para generar la recordación vía correo electrónico.
5. Meet: Aplicación para realizar reuniones virtuales. (Igual funcionalidad de Skype).
6. Formulario: Permite realizar encuestas digitales y así mismo dar la estadística de respuestas.
7. Google Keep: Notas o recordatorios.

Siendo un correo institucional manejado bajo la Suite de Google, permitirá acceder bajo cualquier dispositivo móvil y hacer uso de las aplicaciones anteriormente mencionadas.

Responsable del servicio: La administración del G Suite, estará bajo el manejo de la Gestión de Marketing, para el dado caso de presentarse algún problema de acceso o desarrollo del mismo. Del mismo modo, en caso de retiro del plantel el acceso a esta plataforma será bloqueada.

Requisitos para recibir el servicio: El Usuario debe cumplir con los siguientes requisitos:

1. Contar con usuario y contraseña para acceso a la plataforma, el cual será asignado por el administrador.
2. Acceso a un equipo de cómputo de escritorio o portátil con acceso a internet.
3. Conexión a Internet (plan de datos para equipos móviles).

1.2.1 GMAIL

Servicio de red que permite a los trabajadores enviar y recibir mensajes vía digital, a través de la cuenta institucional determinada nombreapellido@andinobilingue.edu.co o cargo@andinobilingue.edu.co identificándolo como personal de la institución.

Responsable: Cada usuario que utiliza el correo institucional se hace responsable del mismo. En caso de retiro del plantel el administrador principal tendrá acceso inmediato a dicho correo y será inactivado y bloqueado el acceso.

Necesidades que satisface:

1. Comunicación rápida y segura de los usuarios dentro y fuera de la institución.
2. Oportunidad en el acceso a la información.
3. Envío de documentos.

Políticas: Para el manejo del servicio, se establecen las siguientes políticas:

1. Los trabajadores son los únicos responsables del buen uso y supervisión de la información de la organización que adquieren en el ejercicio de sus actividades.
2. Es responsabilidad del usuario aplicar el manejo de contraseñas en donde se define:
 - Modificación de esta al momento de hacerle entrega del correo y contraseña predeterminada.
 - No usar palabras comunes que se puedan encontrar en diccionarios.
 - La clave no debe contener caracteres idénticos consecutivos.
 - La clave de acceso debe tener como mínimo ocho (8) caracteres.
 - No revelar las contraseñas a nadie.
3. El usuario es responsable por el correcto uso del correo electrónico y sus funcionalidades, en caso de requerir capacitación deberá solicitarlo al jefe inmediato para que el mismo informe a la gestión administradora de esta plataforma.
4. Las cuentas de correo electrónico son de propiedad de INDAZA S.A.
5. Cada usuario es responsable tanto del contenido del mensaje como de cualquier otra información adjunta.
6. Todo usuario es responsable de la destrucción de todo mensaje de origen desconocido.
7. El envío de correos electrónicos debe ser coherente en la hora y día de envío teniendo en cuenta el horario laboral y así evitar la no lectura del mismo.

1.2.2 GOOGLE DOCS (Documentos, hoja de cálculo, presentación)

Esta aplicación permite editar y generar archivos como un Microsoft Office, las modificaciones son guardadas automáticamente en la nube del correo lo que permite acceder desde cualquier sitio o dispositivo.

Todos los formatos institucionales serán configurados dentro de Google Docs de tal manera que puedan ser editados y supervisados en tiempo real. De esta manera serán almacenados en el Google Drive del usuario, permitiendo un mayor control, acceso y seguimiento desde cualquier lugar y/o dispositivo.

Responsable: El usuario que genere archivos en esta aplicación es el administrador de los mismos, así mismo será el encargado de compartir o no la información que allí tenga.

Necesidades que satisface:

1. Archivos digitalizados de acceso inmediato y desde cualquier dispositivo o espacio tanto personal como compartido.
2. Manejo de archivos en la nube.
3. Unificación de archivos, evitando alteraciones del mismo.
4. Actualización de información en tiempo real.

Políticas: Para el manejo del servicio, se establecen las siguientes políticas:

1. Se utiliza esta aplicación para archivar documentos y eliminar el almacenamiento en el computador.
2. Compartir archivos, será bajo responsabilidad del creador del mismo. El acceso será limitado bajo 3 opciones: edición, ver, comentar.

3. Habilitar el acceso a documentos a cargos superiores cuando les sea solicitado.
4. Herramienta principal para almacenamiento de archivos.

1.2.3 GOOGLE DRIVE

Espacio para el almacenamiento de archivos o carpetas en la nube con una capacidad limitada de 1T (Una tera).

La Suite de Google, permite el almacenamiento de archivos institucionales y de fácil acceso para cualquier usuario al que le sea compartido o creado. Por tal razón, se establece que los archivos sean digitalizados y cargados en esta plataforma para acceso fácil e inmediato con el personal que cuenta con correo institucional.

Responsable: Cada usuario institucional es el responsable del uso y manejo de esta aplicación.

Necesidades que satisface:

1. Organización de archivos por carpetas.
2. Acceso desde cualquier dispositivo o tiempo.
3. Almacenamiento en la nube para evitar pérdidas de archivos.
4. Actualización de información en tiempo real.

Políticas: Para el manejo del servicio, se establecen las siguientes políticas:

1. Aplicación predeterminada para almacenamiento de archivos, evitando el uso del almacenamiento del computador.
2. Organización de carpetas según corresponda o a necesidad, teniendo en cuenta el momento de ser compartidas.
3. Habilitar el acceso a documentos a cargos superiores cuando les sea solicitado.

1.2.4 CALENDAR

Aplicación para cargar el cronograma mensual del plantel educativo y así ser visto con facilidad por el personal. Del mismo modo, se pueden hacer convocatorias personales o masivas que serán notificadas automáticamente por correo.

Responsable: El cronograma de actividades mensuales académicas, serán cargadas por el líder de la Gestión Académica. Las actividades internas entre gestiones ya sea reuniones, eventos entre otros, se establece el responsable según corresponda al evento.

Necesidades que satisface:

1. Informar al personal del evento o actividad con notificación al correo para recordación.
2. Convocatorias para reuniones presenciales y/o virtuales.
3. Actualización de información en tiempo real.

Políticas: Para el manejo del servicio, se establecen las siguientes políticas:

1. Cargar actividades con mínimo dos semanas de anticipación al día de encuentro.

2. Cronograma académico habilitado en Google Calendar mínimo dos semanas antes de finalizado el mes.
3. Notificar cambios realizados después de publicado el cronograma académico, para ser modificado en las diferentes plataformas.

Por medio de Google Calendar podrá citar para reuniones virtuales por la aplicación Meet, perteneciente a la misma plataforma de Google.

2. COMUNICACIÓN EXTERNA

Difundir y gestionar la información generada del Andino Bilingüe School en entorno local, regional y nacional que involucre cualquier proceso relacionado en su Plan Estratégico Institucional. Así mismo, sean los grupos de interés que promulguen contenido para este tipo de comunicación teniendo en cuenta la reglamentación de cada medio de comunicación aquí expuesto.

2.1 REDES SOCIALES

Se establecen a continuación los medios por donde se generará información a públicos externos, así mismo los temas que se tendrán en cuenta para cada red de comunicación.

2.1.1 FACEBOOK

Objetivo: Lograr mayor interacción por medio de esta red social aprovechando los seguidores ya existentes y obtener más seguidores.

Esta red social permite una relación más cercana con los fans, por tal motivo sus publicaciones son informativas, entretenimiento, motivación y de convencimiento. Obteniendo de sus seguidores recomendación o una interacción de compartir lo que ven, para así lograr en la empresa un mayor posicionamiento en el mercado.

El contenido establecido para la red social Facebook se divide en cuatro segmentos:

Entretener:

- Videos institucionales: Promulgar las instalaciones, sistema de educación, momentos andinos, Talento humano.
- Contenido viral: fechas especiales, #TBT, Memes.
- Concursos: Preguntas, fotografías, menciones, likes, blog, gifs.
- Artículos de interés: Educación, medio ambiente, nutrición, tecnología, cuidado familiar.

Motivar:

- Testimonios: Talento humano, estudiantes, egresados, familiares.
- Encuestas: Recolección de leads (tecnología, hobbies, eventos, académica).
- Ofertas: (Pronto pago, papa invita un amigo).

Educar:

- Infografías: Educación, medio ambiente, nutrición, tecnología, cuidado familiar.
- Webinar: Tips de educación, directivos, mostrando las instalaciones, representante de grado.

Convencer:

- Eventos: Invitaciones, programación, review.
- Casos de éxitos: Egresados exitosos, estudiantes deportistas.

Noticias: eventos instituciones (Bingo, festival de talentos), participación en eventos sociales y culturales.

Anuncios: Campañas promocionales (constante), invitación de eventos a externos (No pertenecientes al colegio).

2.1.2 INSTAGRAM

Objetivo: Enlazar los contenidos de interés del público objetivo según el modo de uso de esta red social.

- Contenido viral: fechas especiales, #TBT, Memes.
- Videos institucionales: Promulgar las instalaciones, sistema de educación, momentos andinos, Talento humano.
- Concursos: Preguntas (Stories), fotografías, menciones, likes.
- Testimonios: Talento humano, estudiantes, egresados, familiares.
- En vivos: Tips de educación, directivos, mostrando las instalaciones, representante de grado.
- Casos de éxitos: Egresados exitosos, estudiantes deportistas.
- Publicaciones: Tips educativos y familiares, frases con mensajes, valora el esfuerzo del talento humano, recomendación de libros (stories), Ideas prácticas (ej: la mejor combinación de útiles escolares para comenzar el año), frases inspiracionales, tips de hábitos saludables.

2.1.3 CANAL DE YOUTUBE

Este medio de interacción con los públicos permite por medio audiovisual generar expectativas, entretenimiento, aprendizaje y así mismo involucrar a todos los grupos de interés que allí pueden llegar a interactuar para la generación de contenido.

Se presentará contenido relacionado a: Temas académicos, eventos, entretenimiento, instalaciones, variedad en imágenes que muestren el hacer diario del estudiante y demás creación audiovisual que muestre la labor del colegio.

La administración del canal será en responsabilidad de la Gestión de Marketing, que será el encargado de cargar y verificar el contenido correcto para el canal.

2.2 PÁGINA WEB

www.andinobilingue.edu.co es un canal de comunicación que permitirá informar e interactuar con los clientes y posibles clientes que ingresen a esta red, dando credibilidad y confianza a las labores realizadas dentro de la institución educativa.

En esta herramienta de comunicación masiva será admitida la publicación de contenido generado por las diferentes gestiones y verificada por la Gestión de marketing para su

divulgación teniendo en cuenta que cumpla con los objetivos de esta canal y del módulo donde será expuesto el contenido.

En la página web se encuentran los vínculos de blog, eventos, educación (información de nuestro proceso de enseñanza – aprendizaje), servicios, campus, entre otras. Toda información de relevancia para los grupos de interés con los que cuenta la institución educativa será llevada a este medio.

2.3 EMAIL MARKETING

Dentro de las comunicaciones, circulares y demás información que es de divulgación a públicos internos (estudiantes, padres de familia, planta de personal, proveedores, egresados, entre otros especificados en el documento de grupos de interés) se realizará este proceso por medio del correo institucional comunicaciones@andinobilingue.edu.co, que será utilizado únicamente para envío de información; no se establece como medio para recepción de solicitudes o inquietudes.

Los temas a difundir por este correo son:

- Noticias institucionales.
- Eventos institucionales (pre y post evento).
- Campaña “Papá invita un amigo”
- Pronto pago de matrícula
- Recordación de pago de pensión.
- Felicitación por pago de pensión.
- Circulares
- Comunicados

Y cualquier otra información que permita ser enviada vía electrónica, con el fin de evitar la impresión de documentos.

ANOTACIÓN:

- La información de los temas anteriormente mencionados es la única que será divulgada, con el objetivo de llegar al público objetivo determinado en el estudio de mercado.
- No se darán a conocer publicaciones que no estén enmarcadas con los objetivos planteados.

3. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

3.1 PORTAVOCES INSTITUCIONALES

Partiendo del organigrama institucional y teniendo en cuenta el cargo superior en las instituciones educativas, el Director (a) Académico (a) se constituye como el primer portavoz institucional para dar información a entes externos. En algunos casos según la temática a tratar, se establece al Gerente de INDAZA S.A como la persona encargada para dar información como portavoz de la organización.

A través de la Gestión de Marketing en caso que el/la Director(a) Académico(a) o Gerente, necesite designar al/los portavoz (es) ante los medios de comunicación, se pone en marcha el protocolo para esta eventualidad, definiendo la gestión y personal para realizar esta labor.

3.2 IMAGEN VISUAL CORPORATIVA

La Gestión de Marketing vigilará por el cumplimiento y manejo adecuado de la imagen visual corporativa especificada en el Manual de identidad de la organización en cada pieza comunicativa, publicitaria, promoción, informativos o de comunicación interna donde se vean involucrados los públicos de interés de la organización.

Así mismo en la documentación manejada dentro de la institución educativa donde los logos de la institución se ven involucrados.

3.3 APOYO EVENTOS INSTITUCIONALES

La Gestión de Marketing dispone el apoyo y asesoría para la organización de eventos dentro de la institución educativa.

La asesoría inicia desde los aspectos organizativos del evento, es decir, la planeación del mismo en referencia a hora, fecha, objetivos del evento, número de invitados, protocolo, tarjetas de invitación, entre otros y el apoyo al momento de la ejecución del evento. En la fase de apoyo se programará para la organización, asignación de responsabilidades, préstamo de espacio de ser necesarios (internos o externos) y el direccionamiento en la ejecución y su protocolo.

Para la solicitud de espacios, se debe diligenciar con 4 días hábiles de anticipación al evento según formato de la Gestión Administrativa, así mismo el formato de solicitud de apoyo al evento en la Gestión de Marketing con 8 días de anticipación.

3.3.1 LINEAMIENTOS

- La Gestión Administrativa y Marketing no facilita equipos que no estén en el inventario de disponibilidad de la institución.
- En caso de necesitar apoyo para la presentación del evento, debe ser solicitado en el formato.
- Dentro del presupuesto no se tiene en cuenta decoración para eventos de actividades mensuales. La decoración se ajusta para los eventos institucionalizados.
- El solicitante debe indicar el orden del día del evento con anterioridad para dárselo a conocer al presentador.
- Para el cubrimiento audiovisual, se debe especificar si será como evidencia o totalidad del evento con el objetivo de cada pieza. Así mismo, se proporcionará este apoyo en totalidad si el evento lo amerita (tiene alguna utilidad este contenido para los públicos de la institución y ser divulgado por las redes).
- El apoyo y asesoría por parte de la Gestión de Marketing debe ser solicitado con mínimo 8 días hábiles, sino se debe llevar invitaciones protocolarias. Si el evento requiere invitaciones protocolarias (eventos institucionales), la solicitud debe realizarse con 2 meses de anticipación.