

# Plan de Comunicaciones



 <b>Hermanos de las Escuelas Cristianas</b> Distrito Lasallista Norandino	<b>MACROPROCESO ESTRATEGICO</b>		 Distrito Lasallista Norandino
	<b>DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO</b>		
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		
Código: PE1 – F07	Versión:1	Vigencia: septiembre 5 de 2023	Página: 1 de 10

## 1. IDENTIFICACIÓN

**OBRA EDUCATIVA:** Colegio La Salle Envigado

**AÑO DE VIGENCIA:** 2024

**RESPONSABLE:** Angie Tatiana Venegas David - Comunicadora

## 2. INTRODUCCIÓN

Nombre de la región y razón social:

Congregación de los Hermanos de las Escuelas Cristianas-Distrito Lasallista Norandino.

Dirección principal:

Calle 24 Sur #42B – 101 Barrio Zúñiga Envigado, Colombia.

Misión: Formar Humana y Cristianamente a niños y jóvenes, especialmente a los más necesitados

Visión: Al 2025 seremos una institución formadora de ciudadanos éticos y socialmente responsables, a través de una propuesta de calidad e innovación académica, apoyada con herramientas tecnológicas y el talento humano competente.

Según el Plan de Comunicación del Instituto de los Hermanos de las Escuelas Cristianas y de la Familia Lasaliana, publicado en el año 2016, en el aspecto No. 4, numeral 2, denominado Líneas y Políticas... “las Regiones y los Distritos se encargan de realizar su propio servicio de comunicación en favor de la común misión lasaliana planificando, siguiendo y evaluando el material informativo a ser difundido” 2, establece la necesidad de contar con un Plan de Comunicación Regional y Distrital.

Asimismo, la Región Latinoamericana Lasallista (RELAL), trabaja bajo los lineamientos expuestos por el Instituto, desarrollando sus propios Protocolos de Comunicación, teniendo como resultado: el Protocolo de Comunicación RELAL y Plan de Comunicación Regional, en los que participaron los Distritos a través de comisiones responsables. Estos documentos lo pueden encontrar en el sitio web de la RELAL ([http:// www.relal.org.co/](http://www.relal.org.co/))

Actualmente los procesos de comunicación son fundamentales en el accionar de las diferentes Congregaciones. La Educación hace parte de escenarios donde se generan necesidades encaminadas a la promoción, cuidado y protección de su Carisma a través de la Evangelización, con la finalidad de potenciar la Misión y Valores heredados en su historia.

Asimismo, los padres de familia tienen un criterio autónomo para elegir la Comunidad Educativa definiendo el cómo y cuándo adquirir el servicio educativo evagelizador; esta realidad abre las necesidades de contar con un Plan de Comunicación y con Protocolos establecidos que permitan mayor eficiencia en el desempeño de esta área.

**¿Qué comunicar?**

	<b>MACROPROCESO ESTRATEGICO</b>		
	<b>DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO</b>		
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		
Código: PE1 – F07	Versión:1	Vigencia: septiembre 5 de 2023	Página: 2 de 10

El Colegio La Salle Envigado debe comunicar información relevante para cada grupo de interés. Esto incluye:

Información académica: resultados, programas, evaluaciones, y horarios.

Eventos y actividades: fechas clave, actividades escolares, extracurriculares y eventos especiales.

Políticas y procedimientos: cambios institucionales, reglas, y protocolos.

Oportunidades: de desarrollo profesional, participación en eventos, y colaboración.

Noticias y logros: reconocimientos, premios, y otros hitos importantes.

### ¿Por qué comunicar?

La comunicación es esencial para:

Mantener informada a la comunidad escolar y fomentar la participación activa.

Crear una cultura de transparencia y confianza.

Impulsar el sentido de pertenencia y compromiso con la institución.

Facilitar la toma de decisiones informadas por parte de los padres, estudiantes, y otros grupos de interés.

Promover la imagen y reputación del colegio, tanto a nivel interno como externo.

### ¿Cuándo comunicar?

La comunicación debe ser:

Regular: Para mantener a la comunidad informada sobre actividades escolares, eventos, y anuncios importantes. Esto puede implicar comunicados semanales, mensuales, o trimestrales según el contexto.

Oportuna: Comunicación inmediata de eventos inesperados o cambios críticos en las políticas.

Por temporadas: En períodos clave, como inscripciones, comienzo del año escolar, o semanas de exámenes, para proporcionar información específica a cada audiencia.

Después de eventos importantes: Compartiendo resultados, fotos, y comentarios para mantener el compromiso y el interés de la comunidad.

### ¿A quién comunicar?

El Colegio La Salle Envigado tiene varios grupos de interés, cada uno con necesidades de comunicación específicas:

Padres de familia: Información sobre el progreso académico, eventos escolares, y actividades extracurriculares.

Estudiantes: Comunicaciones bidireccionales para fomentar la participación y el sentido de comunidad.

Empleados: Comunicaciones internas sobre políticas, procedimientos, y desarrollo profesional.

Proveedores y aliados: Información comercial y oportunidades de colaboración.

Egresados: Comunicaciones que mantengan el sentido de pertenencia y ofrezcan oportunidades para seguir conectados.

Clientes potenciales: Información para atraer a nuevos estudiantes y mostrar el valor de la educación en el colegio.

### ¿Cómo comunicar?

El colegio debe usar una variedad de canales para llegar a su audiencia de manera efectiva:

Página web: Como fuente principal de información, con actualizaciones constantes.

Redes sociales: Para aumentar la visibilidad y el alcance, además de interactuar con la comunidad.

Correo electrónico: Para comunicaciones más directas y personalizadas.

Medios impresos: Carteles, folletos y revista para padres y estudiantes.

	<b>MACROPROCESO ESTRATEGICO</b>		
	<b>DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO</b>		
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		
Código: PE1 – F07	Versión:1	Vigencia: septiembre 5 de 2023	Página: 3 de 10

Eventos escolares: Como espacio para la comunicación directa con padres, estudiantes, y otros interesados.

### ¿Quién comunica?

Departamento de Comunicaciones: Encargada de coordinar todas las comunicaciones y mantener una estrategia coherente.

Docentes y directivos: Comunicando información relevante a estudiantes y padres de familia en el contexto escolar.

Personal administrativo: Proporcionando información a empleados, proveedores, y aliados según sea necesario.

Representantes de Comunicación: Para interactuar con clientes potenciales y grupos externos.

### 3. DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL

- El Distrito Lasallista Norandino está conformado por las oficinas principales, Instituciones Educativas, Comunidades de Hermanos, Casas de Encuentros, Fundaciones y la Corporación Universitaria - Unilasallista.
- Se hace uso de herramientas digitales que permiten llevar un mensaje evangelizador basado en el Carisma Lasallista. Actualmente se cuenta con las siguientes plataformas: Página Web, Redes Sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube), y correos electrónicos.
- Se cuenta con un Comunicador/a por país que integra el Distrito.
- Los procesos de comunicación en las Instituciones Educativas están manejados por: - Profesionales afines a la Comunicación en Colombia -Colaboradores de las Instituciones Educativas en Ecuador y Venezuela.
- Los recursos técnicos básicos en Venezuela y Ecuador se encuentran a cargo de los Comunicadores del país. La mayoría de las Instituciones Educativas de estos países no cuentan con equipo técnico, a diferencia de las Instituciones Educativas en Colombia.

### 4. GRUPOS DE INTERÉS

Parte Interesada	Interna	Externa	Descripción del interés
Padres de familia	X		<p>Los acudientes o responsables de los estudiantes del colegio están interesados en recibir información sobre el progreso académico y el rendimiento del alumno. Quieren estar al tanto de las actividades escolares, eventos importantes, y cualquier cambio en las políticas o procedimientos del colegio que pueda afectar a los estudiantes. Muchos de ellos desean involucrarse activamente en la vida escolar, ya sea participando en eventos, actividades extracurriculares, o contribuyendo de alguna manera al desarrollo y funcionamiento del colegio.</p> <p>Los acudientes de nuestros estudiantes valoran la comunicación directa y efectiva que obtienen a través de nuestros canales de</p>

 <b>Hermanos de las Escuelas Cristianas</b> Distrito Lasallista Norandino	<b>MACROPROCESO ESTRATEGICO</b>		 Distrito Lasallista Norandino
	<b>DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO</b>		
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		
Código: PE1 – F07	Versión:1	Vigencia: septiembre 5 de 2023	Página: 4 de 10

			comunicación a la hora de abordar cualquier inquietud, preguntas o necesidades que puedan surgir en relación con la educación y el bienestar que el colegio ofrece a niños y jóvenes.
Estudiantes	<b>X</b>		Los estudiantes valoran la comunicación bidireccional, donde se sienten escuchados y valorados. Quieren tener la oportunidad de expresar sus opiniones, preocupaciones y sugerencias, y esperan que la institución escolar responda de manera receptiva a sus necesidades. Así mismo, buscan sentirse parte de una comunidad escolar fraterna e inclusiva, donde puedan interactuar con sus compañeros, profesores y personal del colegio de manera positiva y constructiva.
Empleados (docentes, directivos, administrativos, servicios generales y mantenimiento)	<b>X</b>		Los empleados del colegio estiman la comunicación interna clara y transparente que les mantenga informados sobre los objetivos institucionales, políticas y procedimientos, así como sobre cualquier cambio organizacional relevante. Además, buscan sentirse valorados y reconocidos por su trabajo y contribución al colegio. Teniendo en cuenta una comunicación que haga énfasis en el sentido de pertenencia, apreciación y camaradería entre el personal, mejorando la moral y la motivación. Asimismo, aprecian la comunicación que se les brinda sobre oportunidades de desarrollo profesional, capacitación, y crecimiento, ya que es importante que sientan que tienen la oportunidad de crecer y avanzar dentro del colegio.
Proveedores		<b>X</b>	Los proveedores están interesados en mantener relaciones comerciales sólidas y mutuamente beneficiosas con el colegio. Quieren recibir información clara sobre las necesidades y requisitos en términos de productos y servicios, así como cualquier cambio en los procesos de compra o pagos.  Los proveedores pueden estar interesados en oportunidades de colaboración con el colegio en proyectos específicos, eventos o actividades que puedan beneficiar a ambas partes. La comunicación sobre tales oportunidades puede ser de interés para ellos, así como ser informados sobre cualquier problema o preocupación que surja para abordarlo de manera oportuna y efectiva.
Aliados		<b>X</b>	Los aliados del colegio, como instituciones educativas, organizaciones sin fines de lucro, empresas locales y otras entidades, pueden estar interesados en brindar apoyo institucional al colegio a través de colaboraciones, patrocinios, donaciones u otras formas de asociación.  Los aliados pueden estar interesados en el impacto que el colegio tiene en la comunidad local y en cómo pueden contribuir al éxito y al crecimiento continuo de la institución para beneficiar a la comunidad en general.
Egresados		<b>X</b>	Los egresados que se quedan enganchados al colegio buscan una comunicación que refuerce el sentido de identidad y pertenencia, así como el reconocimiento de sus logros, manteniendo una conexión significativa con la institución educativa donde estudiaron.  Les interesa recibir información sobre eventos, actividades y

 <b>Hermanos de las Escuelas Cristianas</b> Distrito Lasallista Norandino	<b>MACROPROCESO ESTRATEGICO</b>		 Distrito Lasallista Norandino
	<b>DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO</b>		
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		
Código: PE1 – F07	Versión:1	Vigencia: septiembre 5 de 2023	Página: 5 de 10

			logros del colegio, así como oportunidades para participar en actividades de exalumnos y contribuir al desarrollo de la comunidad educativa, ampliando su red de contactos dentro de la comunidad escolar, buscando oportunidades profesionales, desarrollo y colaboración con otros egresados y miembros de la comunidad educativa.
Cientes potenciales		<b>X</b>	<p>Los clientes potenciales valoran la comunicación transparente, receptiva y personalizada por parte del colegio, que responda a sus preguntas, inquietudes y necesidades durante el proceso de toma de decisiones en cuanto a la educación que ofrece la institución.</p> <p>Los clientes potenciales pueden estar interesados en conocer la experiencia del estudiante en el colegio, incluyendo el ambiente escolar, el apoyo académico y emocional, las oportunidades de participación y liderazgo, y la comunidad estudiantil.</p>

## 5. DESPLIEGUE PLAN DE COMUNICACIONES

	<b>Metas</b>	<b>Estrategia</b>
<b>Objetivo</b> Proyectar el Carisma Lasallista a través de los diferentes medios de Comunicación buscando difundir y fortalecer la Misión Educativa a nivel interno como externo.	Aumentar y mantener el flujo constante de información y comunicación institucional, por medio de los canales de comunicaciones oficiales del colegio (página web, correo electrónico, redes sociales, pautas publicitarias – posicionamiento de marca y medios impresos tanto externos como internos).	<p>Desarrollar un calendario de comunicaciones anual que incluya fechas clave, eventos importantes, plazos de inscripción y cualquier otra información relevante, para garantizar que la comunicación sea oportuna y consistente.</p> <p>Actualización constante de la página web que contenga información relevante y útil para padres de familia, estudiantes, empleados y la comunidad Lasallista en general. Esto puede incluir noticias, eventos, anuncios, horarios, políticas escolares y recursos educativos.</p> <p>Fortalecimiento en la publicidad para el posicionamiento de la marca <i>Colegio La Salle Envigado</i>, que incluya pautas en medios locales, anuncios en periódicos comunitarios, vallas publicitarias y cualquier otro medio impreso o digital relevante en el contexto particular de la obra educativa.</p>
	Aumento del 5% de seguidores al año en redes sociales (fecha de corte: diciembre)	Compartir contenido relevante y atractivo, realizar publicaciones regulares, tener mas interacción con la comunidad respondiendo a comentarios y mensajes de manera oportuna para fomentar el compromiso y la interacción.
	Incremento del 10% en visitas al portal web al año	Promover contenido del sitio web en redes sociales para atraer tráfico. Por ejemplo, compartir enlaces a artículos, eventos, y anuncios importantes.

 <b>Hermanos de las Escuelas Cristianas</b> Distrito Lasallista Norandino	<b>MACROPROCESO ESTRATEGICO</b>		 Distrito Lasallista Norandino
	<b>DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO</b>		
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		
Código: PE1 – F07	Versión:1	Vigencia: septiembre 5 de 2023	Página: 6 de 10

		<p>Ofrecer contenido exclusivo en el sitio web que motive a los usuarios a visitarlo, como recursos educativos, boletines, admisiones e información importante</p>
	Elaboración de video institucional	<p>Crear un guion detallado para el video institucional, destacando los valores del colegio, su historia, sus logros, y la experiencia educativa que ofrece.</p> <p>Contratar a un equipo de producción audiovisual profesional para garantizar alta calidad en el video.</p> <p>Incluir testimonios de estudiantes, padres, docentes, y egresados para hacer el video más auténtico y atractivo.</p> <p>Promocionar el video en la página web, redes sociales, y durante eventos escolares para maximizar su alcance.</p>
	Creación de informativo virtual con publicación mensual	<p>Publicar el informativo de manera puntual cada mes y enviarlo por correo electrónico a padres, estudiantes, y otros grupos de interés.</p>
	Implementar estrategias de comunicación y mercadeo para la sostenibilidad institucional	<p>Desarrollar campañas de mercadeo dirigidas a públicos específicos, como padres de familia y estudiantes interesados en la educación que ofrece el colegio.</p> <p>Participar en eventos y ferias educativas para promocionar la institución y conectar con clientes potenciales.</p>

## 6. PLAN DE ACCIÓN

Plan	Táctica	Acciones	Grupos de interés	Indicadores	Instrumento de medición
Publicación anual de la Revista virtual, El Lasallista de Envigado	Producir una revista virtual de alta calidad que muestre los logros y eventos más relevantes del colegio.	<p>Coordinar con docentes y estudiantes para obtener contenido llamativo para la revista.</p> <p>Diseñar y diagramar la revista, asegurando que sea visualmente atractiva y fácil de leer.</p> <p>Imprimir y publicar la</p>	Estudiantes, padres de familia, empleados, egresados.	Número de visualizaciones de la revista. Feedback de lectores sobre el contenido y diseño.	Herramientas de análisis para plataformas de publicación virtual, encuestas a lectores.

 <p><b>Hermanos de las Escuelas Cristianas</b> Distrito Lasallista Norandino</p>	<b>MACROPROCESO ESTRATEGICO</b>		 <p><b>La Salle</b> Distrito Lasallista Norandino</p>
	<b>DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO</b>		
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		
Código: PE1 – F07	Versión:1	Vigencia: septiembre 5 de 2023	Página: 7 de 10

		revista virtual para compartirla a través de los canales de comunicación del colegio.			
Actualización de contenidos en las plataformas virtuales y sitio web del Colegio La Salle Envigado	Renovar el diseño gráfico y actualizar el contenido para reflejar la identidad del colegio y mejorar la experiencia del usuario.	Revisar y actualizar el contenido para garantizar relevancia y precisión.	Toda la comunidad del colegio (estudiantes, padres, empleados, egresados, clientes potenciales).	Tiempo promedio de visita de cada usuario en el sitio web.	Herramientas de análisis web
Diseño y diagramación de los cuadros de honor para la impresión y publicación en las diferentes redes sociales del colegio	Crear cuadros de honor visualmente atractivos y fáciles de leer para destacar el rendimiento académico de los estudiantes.	Diseñar y diagramar los cuadros de honor periódicamente para cada sección del colegio.  Coordinar con los docentes para obtener la información correcta sobre los estudiantes para destacar.  Instalar los cuadros de honor en las áreas visibles del colegio	Estudiantes, padres de familia, docentes.	Cantidad de cuadros de honor diseñados y publicados.  Feedback de estudiantes y padres sobre la presentación de los cuadros de honor.	Herramientas de diseño gráfico
Realización de 10 publicaciones anuales del Boletín Informativo (Ponte al Día)	Publicar un Boletín Informativo virtual con regularidad para mantener a la comunidad escolar informada.	Coordinar con el Equipo Líder institucional para recopilar contenido relevante.  Diseñar el informativo y enviarlo por correo electrónico y publicarlo en plataformas virtuales.	Padres de familia, estudiantes, empleados y egresados.	Tasa de visualizaciones e interacciones en las redes sociales	
Realización del Video institucional del Colegio La Salle Envigado	Producir un video institucional de alta calidad para promover la	Desarrollar un guion para el video corporativo que destaque los valores y la misión del colegio.  Contratar un equipo	Cientes potenciales, padres de familia, estudiantes y egresados.	Número de visualizaciones del video.  Cantidad de veces que	Herramientas de análisis de video (YouTube Analytics)

 <p><b>Hermanos de las Escuelas Cristianas</b> Distrito Lasallista Norandino</p>	<b>MACROPROCESO ESTRATEGICO</b>		 <p><b>La Salle</b> Distrito Lasallista Norandino</p>
	<b>DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO</b>		
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		
Código: PE1 – F07	Versión:1	Vigencia: septiembre 5 de 2023	Página: 8 de 10

	identidad del colegio y atraer a nuevos estudiantes.	de producción audiovisual profesional que se encargue de la preproducción, producción y post producción del video.  Hacer público el video a toda la comunidad educativa en general por medio de los canales de comunicación.		se comparte el video.	
Magazine informativo	Producir un noticiero institucional para compartir noticias y eventos importantes del colegio.	Coordinar con directivos y docentes sobre las noticias y eventos relevantes que aparecerán allí.  Producir y distribuir el noticiero a través de plataformas virtuales y eventos escolares.	Padres de familia, estudiantes, empleados y egresados.	Estadísticas e interacciones sobre su publicación	Reproducciones y herramientas de análisis de plataformas virtuales.

### 7. Anexo: Matriz de comunicaciones internas y externas

Necesidad de Comunicación	Motivo de la comunicación	Frecuencia y Calendario	Grupo de Interés	Canales de Comunicación	Responsables de la Comunicación
<b>Admisiones y propuesta educativa</b>	Conocimiento y apropiación de las fechas de admisiones y propuesta educativa para aspirantes	Al inicio del año se da a conocer información sobre admisiones y en el transcurso del año se llevan a cabo entre 3 y 4 eventos sobre la propuesta educativa (Open house)	Toda la comunidad educativa	-Página web institucional -Redes sociales institucionales -Correo electrónico institucional	Comunicadora
<b>Plan Estratégico</b>	Toda la comunidad educativa conozca los frentes en los que se direccionará la gestión del Colegio La	Al inicio del año en inducción/reinducción y cuando se presenten actualizaciones en el plan estratégico	Toda la comunidad educativa	-Página web institucional -Reuniones Equipo Líder	Equipo Líder

 <b>Hermanos de las Escuelas Cristianas</b> Distrito Lasallista Norandino	<b>MACROPROCESO ESTRATEGICO</b>		 Distrito Lasallista Norandino
	<b>DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO</b>		
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		
Código: PE1 – F07	Versión:1	Vigencia: septiembre 5 de 2023	Página: 9 de 10

	Salle Envigado en un periodo específico				
<b>Políticas institucionales (protección de datos, SGI, ambiental, investigación, sustancias psicoactivas, sistema integral)</b>	Conocimiento y apropiación de directrices institucionales que permean la gestión de las pastorales, los procesos y la presentación del servicio educativo	Al inicio del año en inducción/reinducción y cuando se presenten actualizaciones en las políticas	Toda la comunidad educativa	-Página web institucional -PEI institucional	Equipo Líder y docentes
<b>Semilleros y extracurriculares</b>	Dar a conocer a toda la comunidad educativa los diferentes semilleros que tiene la institución	Semestral	Toda la comunidad educativa	Página web institucional -Redes sociales institucionales -Correo electrónico institucional	Jefe de semilleros extracurriculares – Comunicadora
<b>Magazine informativo</b>	Informar a la institución educativa, los diferentes eventos realizados durante los primeros 6 meses del año.	Anual	Toda la comunidad educativa	-Redes sociales institucionales	Comunicadora
<b>Ponte al día</b>	Mostrar a los diferentes públicos objetivos, los temas que se trabajan en el mes y el calendario de las diferentes actividades relacionadas con la institución	Mensual	Toda la comunidad educativa	-Redes sociales institucionales -Correo institucional -Página web	Comunicadora
<b>Revista Lasallista de Envigado</b>	Comunicar a toda la comunidad educativa sobre todos los eventos, actividades, proyectos,	Anual	Toda la comunidad educativa	-Correo institucional -Página web -Revista impresa	

