

# PLAN DE COMUNICACIONES

[Fecha]

Estrategia de  
Comunicación,  
divulgación y  
socialización

INSTITUCION EDUCATIVA CAMILO TORRES  
RESTREPO



## Contenido

INTRODUCCIÓN.....	3
OBJETIVOS.....	3
DOFA .....	4
LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE TRABAJO .....	5
1 Comunicación Institucional.....	5
1.1 Comunicación Interna.....	5
1.1.2 características.....	5
1.1.2 Público:.....	6
1.1.4. Objetivos.....	6
1.1.6.1. Diagnóstico de comunicación, clima y cultura organizacional .....	6
1.1.6.2. Diseño de planes de comunicación.....	7
1.1.6.3. Desarrollo de acciones de comunicación interna .....	7
1.1.7. Equipo y recursos .....	7
1.1.8. Medios de comunicación a utilizar (Comunicación Interna): .....	8
1.1.8.1. Correo electrónico .....	8
1.1.8.2 Socializaciones institucionales .....	8
1.1.8.4 Boletín informativo .....	8
1.1.9 imagen institucional.....	8
1.1.10 Resguardo de la información.....	9
1.2 comunicación externa.....	9
1.2.1 Características.....	10
1.2.2. Público.....	10
1.2.3. Objetivo .....	10
1.2.4. Objetivos.....	10
1.2.5. Equipo de comunicación .....	11
1.2.6. Condiciones generales del proceso comunicativo .....	11
2. Canales de comunicación .....	11
2.1 Página Web.....	11
2.2. Redes sociales.....	12



# INSTITUCIÓN EDUCATIVA CAMILOTORRESRESTREPO

Acuerdo de Creación N. 01573 Septiembre 10 de 1973  
Resolución de Integración N. 12503 Octubre 10 de 2002  
CÓDIGO DANE 168081001306  
NIT 800034438-0

EDUCACIÓN PARA LA VIDA EN SOCIEDAD

---

2.3. Canal audio-visual .....	13
3. Comunicación interna y externa .....	13
3,1 Relaciones públicas con entidades y medios de comunicación.....	13
3.2 Atención al ciudadano .....	14
ANEXO 1. INSTRUCTIVO DEL MANEJO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL .....	15



## INSTITUCIÓN EDUCATIVA CAMILOTORRESRESTREPO

Acuerdo de Creación N. 01573 Septiembre 10 de 1973  
Resolución de Integración N. 12503 Octubre 10 de 2002  
CÓDIGO DANE 168081001306  
NIT 800034438-0

EDUCACIÓN PARA LA VIDA EN SOCIEDAD

### INTRODUCCIÓN

La Institución Educativa Camilo Torres Restrepo es una institución educativa de carácter público, perteneciente a la secretaria de educación de Barrancabermeja. Nace del sentimiento del progreso de la comunidad del barrio las Granjas frente al sentir de mejorar la calidad de vida a través de la educación. Cuenta con 9 sedes educativas: Camilo Torres Restrepo, Mi granjita, Policarpa Salavarrieta, Manuela Beltrán Antonio Nariño, Eduardo Santos, José Prudencio Padilla, María Cano, Alejandro Galvis. Ofrece bachillerato comercial con énfasis en gestión Empresarial y un bachillerato industrial con énfasis en electricidad y electrónica; se tienen convenio con UNIPAZ, SENA y UNAD para continuar con el ciclo de formación tecnológico y profesional.

Entre las acciones esenciales de la Institución está la comunicación con la comunidad educativa (directivos, docentes, administrativos, padres de familia y estudiantes) y la divulgación hacia ellos de los proyectos y actividades que desarrolla. Por ello, a lo largo de su existencia ha creado canales de comunicación y divulgación como estrategias para promover un novedoso acercamiento hacia la comunidad educativa, pero también hacia otras instituciones académicas, sociales y culturales de orden local, nacional e internacional.

Las actividades del Componente, que se integran en su finalidad, se organizan a su vez en tres ámbitos: publicaciones; canales de comunicación y web; y, comunicación institucional. Para su ejecución se adelantará una estrategia

### OBJETIVOS

#### General

Desarrollar una estrategia de comunicación, socialización y divulgación de los procesos y resultados de las actividades institucionales ejecutadas de manera propia o en colaboración con otras entidades.

#### Específicos

- Difundir a través de formatos impresos o digitales documentos con referentes educativos y pedagógicos y/o resultados de estudios, diseños, políticas y estrategias, adelantados por la institución.
- Disponer de un conjunto articulado de canales de comunicación con el que se posibilite brindar a la comunidad educativa de la ciudad y socializar aportes institucionales en los ámbitos regional, nacional e internacional.
- Diseñar y desarrollar acciones de comunicación institucional interna y externa para la socialización, promoción, difusión, posicionamiento y fortalecimiento institucional

#### Planes de comunicación y medios

El plan de comunicación y medios responde a la planificación de medios y actividades, procedimiento que aplica diferentes técnicas para solventar cómo difundir a los públicos objetivos un mensaje de la manera más eficaz.



**Evaluación del proceso comunicativo**

La Institución planeará y desarrollará mecanismos para la evaluación y seguimiento del impacto de la estrategia; para lo cual, dado el alcance e impacto de algunos de sus productos y acciones, dispondrá de recursos.

**Proceso de promoción de la comunicación institucional (interna y externa)**

Esta estrategia contempla la promoción y fortalecimiento de la comunicación interna y externa, cultura organizacional, dirigida a todos los funcionarios y público externos.

**Compromiso de la Alta Dirección**

El mecanismo empleado para planear y adelantar las acciones comunicativas a desarrollar por la institución para alcanzar los objetivos propuestos en la política, así como lo previsto en el Plan de Acción de la vigencia, por la Alta Dirección, y se implementa a través de esta Estrategia de comunicación, divulgación y socialización, la cual describe las actividades y lineamientos, población y personas beneficiarias, información a ser comunicada, frecuencia de la comunicación. La estrategia es la respuesta a la necesidad de llegar al público objetivo y lograr que éste reciba los mensajes. Se lleva a cabo mediante la planificación de líneas estratégicas de trabajo de comunicación y medios, procedimiento que aplica diferentes técnicas para solventar cómo difundir ampliamente un mensaje de la manera más propicia posible.

**DOFA**

	<b>Positivo</b>	<b>Negativo</b>
<b>Interno</b>	<u>Fortalezas:</u> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Eje de comunicación es la formación integral, la diversidad.</li> <li>2. En búsqueda de la comunicación asertiva se tiene en cuenta el contexto</li> <li>3. Visión Directiva orientada hacia el uso de las TICs</li> <li>4. Uso de diversos medios (cartelera, documentos, web, watts app, email, teléfonos, celulares, etc.</li> </ol>	<u>Debilidades:</u> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Falta de un plan de comunicación.</li> <li>2. Resistencia a la comunicación asertiva</li> <li>3. No deficion de mecanismo de comunicación.</li> </ol>
<b>Externo</b>	<u>Oportunidades:</u> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nuevos y diversos instrumentos de comunicación</li> <li>2. Exigencias del estado para comunicar lo que la institución hace</li> </ol>	<u>Amenazas:</u> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Baja conciencia de utilización de los medios de manera proactiva en el contexto.</li> <li>2. Bajo compromiso del estado para mejorar las condiciones</li> </ol>



		tecnológicas de comunicación.
--	--	-------------------------------

## LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE TRABAJO

### 1 Comunicación Institucional

#### 1.1 Comunicación Interna

La comunicación interna se considera como un trabajo estratégico que busca generar un ambiente organizacional efectivo para cumplir con la misión, visión y objetivos de la Institución

#### 1.1.2 características

1. Credibilidad: este componente es fundamental a la hora de mostrar una imagen al exterior. Por ello, se busca estimular entre las personas que laboran en la institución el conocimiento de los procesos desarrollados; la motivación y empatía. Por ello, es necesario:
  - Ampliar la participación de todos los niveles de la Institución en la elaboración de planes y programas que contribuyan en la realización de la visión y misión.
  - Ampliar la participación para la producción y divulgación de la información de cada uno de los funcionarios y sedes.
  - Canalizar la información producida por cada una de las dependencias y sedes, garantizando el respeto a la información veraz y oportuna.
2. Contexto: para que el mensaje se adapte a las realidades del entorno tiene que existir un diálogo abierto. No se trata de persuadir, sino de asumir lo que las personas esperan de la Institución.
3. Contenido: el contenido de la información publicada en los medios internos debe corresponder a las necesidades de los funcionarios. A la vez requiere crear contenidos que contribuyan al conocimiento de los funcionarios sobre lo que pasa en la institución, el sector educativo y en el sector público (normatividad).
4. Claridad: la información que se genera y divulga debe ser clara y veraz, para no dar pie a confusiones, ni malos entendidos.
5. Continuidad y consistencia: se requiere que los procesos comunicativos sean continuos y periódicos. Es necesaria una plena coherencia entre lo que se dice y lo que se hace.
6. Canales: lo más importante es mantener los canales "desbloqueados". Un diálogo permanente con los funcionarios se pone de manifiesto en la manera de conducir las reuniones, escuchar los criterios, hacer circular la información, aceptar iniciativas. Con el público externo, a través de darle respuestas oportunas a sus necesidades, atender quejas, reclamos.
7. Socialización: dar a conocer a los funcionarios las metas, los programas, planes y proyectos, permitiéndoles así una apropiación del trabajo que lleva a cabo la entidad.



### 1.1.2 Público:

Directivos, docentes, administrativos, personal de vigilancia y aseo de la institución educativa.

### 1.1.4. Objetivos

- a) Efectuar planes que estimulen el desarrollo de una comunicación organizacional abierta, efectiva, propositiva, entre todas las áreas.
- b) Incentivar el reconocimiento por el trabajo de cada área y funcionario, estimulando el desarrollo de información y retroalimentación de su gestión.
- c) Diseñar estrategias comunicativas para que los servidores públicos re-conozcan las acciones y proyectos institucionales.
- d) Diseñar e implementar campañas y planes que mejoren la comunicación, clima y cultura organizacional.
- e) Implementar el instructivo de imagen institucional, acorde con los lineamientos trazados
- f) Hacer seguimiento la gestión de la comunicación interna y la puesta en marcha de la política de comunicación.

### 1.1.5. Estrategia

- Fomentar la participación y el compromiso (sentido de pertenencia)
- Generar empatía hacia la institución, con canales internos permanentes.
- Reforzar la presencia, difusión y conocimiento de la institución.
- Puntualidad en las presentaciones y talleres.
- Presentación adecuada de los temas a tratar y sus expositores, etc.
- Unificar en los medios y herramientas de comunicación interna la imagen institucional, atendiendo a las indicaciones del instructivo del manejo de la imagen.
- Editar los soportes varios: documentos, presentaciones, contenidos para que tengan calidad y muestren una imagen de la institución, acorde con documentos oficiales.

### 1.1.6. Líneas de Acción

Diagnóstico de comunicación, clima y cultura organizacional

Diseño de planes de comunicación

Desarrollo de planes de comunicación

#### 1.1.6.1. Diagnóstico de comunicación, clima y cultura organizacional

##### Objetivo

Medir los resultados de la implementación de la estrategia de comunicación interna, dirigida a los servidores públicos, con el fin ajustar, crear o redireccionar los canales de comunicación.

##### Actividades

Diseño, aplicación y sistematización de encuesta

##### Alcances



## INSTITUCIÓN EDUCATIVA CAMILOTORRESRESTREPO

Acuerdo de Creación N. 01573 Septiembre 10 de 1973  
Resolución de Integración N. 12503 Octubre 10 de 2002  
CÓDIGO DANE 168081001306  
NIT 800034438-0

EDUCACIÓN PARA LA VIDA EN SOCIEDAD

Identificar aspectos de la cultura y clima institucional que permitan el rediseño de estrategias comunicativas favorables para los funcionarios y la Institución.

### Productos

- Encuesta aplicada a los funcionarios
- Diagnóstico y recomendaciones

#### 1.1.6.2. Diseño de planes de comunicación

### Objetivo

Diseño y ejecución de planes de comunicación y de medios orientados a la difusión y promoción de acciones específicas.

### Actividades

- Implementación de herramientas e instrumentos de comunicación.

### Alcances

Implementación de estrategias comunicativas favorables para los funcionarios y la Institución.

### Productos

- Plan de medios información/comunicación interna.

#### 1.1.6.3. Desarrollo de acciones de comunicación interna

### Objetivos

- Brindar información de interés y actualizada a los funcionarios de la Institución.
- Generar una cultura informativa y participativa.

### Actividades

- Diseño de campañas institucionales y de otras generadas por la Alcaldía y secretaria de educación

### Alcances

A través de campañas institucionales promover y posicionar una comunicación y cultura organizacional que beneficien a la institución.

### Productos

- Campañas promocionales.

#### 1.1.7. Equipo y recursos

Equipo interdisciplinar de trabajo y asignación de recursos económicos y humanos para la ejecución y seguimiento de la estrategia.





## INSTITUCIÓN EDUCATIVA CAMILOTORRESRESTREPO

Acuerdo de Creación N. 01573 Septiembre 10 de 1973  
Resolución de Integración N. 12503 Octubre 10 de 2002  
CÓDIGO DANE 168081001306  
NIT 800034438-0

EDUCACIÓN PARA LA VIDA EN SOCIEDAD

### 1.1.8. Medios de comunicación a utilizar (Comunicación Interna):

Se utilizarán medios que permitan la recordación del mensaje y el cumplimiento de los objetivos particulares previstos en la estrategia de comunicación.

#### 1.1.8.1. Correo electrónico

Objetivo: Difundir entre el público interno información de interés, actividades y acciones de comunicación, discriminadas en los planes de comunicación y medios.

Características de los medios de comunicación: mensajes electrónicos.

Periodicidad: la requerida

#### 1.1.8.2 Socializaciones institucionales

Objetivo: Apoyar desde lo comunicativo las actividades institucionales que fortalezcan el clima y la cultura organizacional.

Características de los medios de comunicación: NA.

Periodicidad: la requerida.

#### 1.1.8.3 mensajes instantáneos

Objetivo: Persuadir a los funcionarios de hechos o actividades de carácter inmediato.

Características de los medios de comunicación: herramienta de uso común (whatsapp, hangouts, Messenger)

Periodicidad: N.A.

#### 1.1.8.4 Boletín informativo

Objetivo: Brindar a los funcionarios un medio electrónico/digital de fácil consulta (a través de correo electrónico), donde encontrarán la información más relevante de las acciones adelantadas o por adelantar de la Institución

Características de los medios de comunicación: digital, difusión correo electrónico

Periodicidad: la requerida

### 1.1.9 imagen institucional



## INSTITUCIÓN EDUCATIVA CAMILOTORRESRESTREPO

Acuerdo de Creación N. 01573 Septiembre 10 de 1973  
Resolución de Integración N. 12503 Octubre 10 de 2002  
CÓDIGO DANE 168081001306  
NIT 800034438-0

EDUCACIÓN PARA LA VIDA EN SOCIEDAD

Objetivos: Promover el buen uso y apropiación de la imagen institucional, acorde con los lineamientos establecidos en el instructivo institucional.

### Actividades

- Implementación del instructivo de manejo de la imagen institucional.
- Adecuación de documentos y publicidad institucional al instructivo de imagen institucional, que permitan la apropiación y buen uso de la Identidad institucional.
- Socialización del Manual de Imagen de la Alcaldía Mayor, y su aplicación a piezas institucionales.

Alcances: Manejo y posicionamiento de la imagen institucional.

### Productos

- Documentos o piezas institucionales adecuadas al instructivo de manejo de imagen institucional

#### 1.1.10 Resguardo de la información

Objetivos: Promover la organización de documentos del componente de comunicación, que permitan el conocimiento y acceso ágil a la información.

### Actividades

- Selección, catalogación y clasificación de información.
- Ubicación de información en carpeta de Google Drive.

Alcances: Uso institucional de información y comunicación

### Productos

- Carpetas de información institucional, ubicadas en Google Drive, en las cuales se consignen: actas, boletines informativos, etc.

Nota: para el caso del manejo de imágenes se debe tener en cuenta para su uso y difusión, las normativas que regulan el uso de imágenes de menores de edad.

#### 1.2 comunicación externa

La comunicación externa es tan vital para la Institución como la comunicación interna. Entre ellas, además, debe existir una alta integración. Como elemento principal es importante mencionar que todos los funcionarios realizan funciones de comunicación externa y de difusión de la propia imagen de la Institución. Al respecto es importante adoptar los lineamientos que la Ley 734 de 2002 plantea sobre los deberes del empleado público, garantizando así que esta comunicación sea eficiente y efectiva para la buena imagen Institucional.



## INSTITUCIÓN EDUCATIVA CAMILOTORRESRESTREPO

Acuerdo de Creación N. 01573 Septiembre 10 de 1973  
Resolución de Integración N. 12503 Octubre 10 de 2002  
CÓDIGO DANE 168081001306  
NIT 800034438-0

EDUCACIÓN PARA LA VIDA EN SOCIEDAD

Es claro que la unidad e identidad en lo que se comunica es una de las herramientas claves de toda Institución para ser reconocida e identificada. De allí, que se deba adoptar el instructivo de manejo de imagen institucional.

Una imagen de la Institución como entidad sólida, importante, preocupada por los problemas sociales, por el avance de la investigación en educación y pedagogía, transmite una buena imagen social, incrementándose asimismo su sentimiento de pertenencia.

La comunicación externa requiere ante todo de un equipo que conozca la dinámica de la Institución, vinculado a ella mediante procesos de comunicación interna. Su actividad debe estar encaminada a dar y recibir información entre las organizaciones y el público reconocido.

### 1.2.1 Características

Tanto la comunicación interna como la externa deben contar con un equipo encargado del área que planea y desarrolla acciones encaminadas a proyectar la Institución en la comunidad, garantizar la buena imagen de la misma y organizar una comunicación integral que beneficie la gestión de la Institución como generadora de conocimiento en educación y pedagogía para la ciudad, la región, el país y el mundo.

### 1.2.2. Público

- Docentes y directivos docentes del sector educativo oficial.
- Investigadores del Distrito, el país y mundo.
- Otros integrantes de la comunidad educativa de la Ciudad.
- Ciudadanos y ciudadanas.
- Medios de Comunicación.

### 1.2.3. Objetivo

Adelantar acciones de comunicación encaminadas a la divulgación y socialización de los servicios y proyectos de la institución, a través de los canales y medios institucionales, así como de los medios de comunicación masivos y alternativos, que permitan el posicionamiento de la imagen de la IE Camilo Torres Restrepo entre el público directamente beneficiado, los periodistas, las entidades estatales y otros integrantes de la ciudadanía.

### 1.2.4. Objetivos

- Disponer y gestionar canales de información permanente y efectiva con diversos medios de comunicación (masivos, especializados en educación, alternativos y/o comunitarios), para la difusión –publicación y emisión- de estrategias, proyectos, estudios desarrollados por la Institución
- Establecer relaciones públicas interinstitucionales que promuevan la difusión de estrategias, proyectos, logros, actividades desarrollados por la Institución, y posicionen su accionar (contempla acciones locales, departamentales y nacionales).



- Disponer de un conjunto articulado de canales de comunicación con el que se posibilite brindar a la comunidad educativa y académicas de la ciudad y socializar aportes institucionales en los ámbitos regional, nacional e internacional.
- Promover canales y medios institucionales: Página Web, redes sociales, periódico escolar con contenidos de calidad que muestren el trabajo efectuado en los proyectos misionales y en el sector.
- Unificar en los medios de comunicación externa la imagen institucional, atendiendo a las indicaciones del instructivo de manejo de imagen institucional.
- Divulgar a través de formatos impresos o digitales documentos con referentes educativos y pedagógicos y/o políticas sobre educación.
- Fortalecer la difusión de servicios institucionales y los mecanismos de atención al ciudadano.

## 1.2.5. Equipo de comunicación

Para el cumplimiento de los objetivos de la estrategia la Institución ha dispuesto como instancia organizadora y gestora el componente de Comunicación, difusión y socialización, que operará mediante un equipo de personas que en coordinación ejecutarán las actividades en ella previstas.

## 1.2.6. Condiciones generales del proceso comunicativo

En este aparte se consideran algunas características de los mensajes emitidos, deben ser:

- Ciertos
- De interés, no sólo para el emisor sino también para las audiencias (público objetivo de interés y trabajo institucional).
- Debe tener las cualidades técnicas del mensaje periodístico: bien redactado, extensión adecuada, actualidad, adecuado al medio.
- Debe utilizar las fuentes informativas y citarlas con claridad, la información emitida debe estar respaldada.

## 2. Canales de comunicación

La Institución cuenta con importantes canales de comunicación que han logrado un amplio reconocimiento entre la comunidad educativa. Entre ellos, están: la página Web, las redes sociales.

La estrategia de comunicación propuesta, mira estos canales como herramientas que deben fortalecerse, y proyectar los desarrollos institucionales para el mejoramiento de la calidad de la educación.

### 2.1 Página Web



## INSTITUCIÓN EDUCATIVA CAMILOTORRESRESTREPO

Acuerdo de Creación N. 01573 Septiembre 10 de 1973  
Resolución de Integración N. 12503 Octubre 10 de 2002  
CÓDIGO DANE 168081001306  
NIT 800034438-0

EDUCACIÓN PARA LA VIDA EN SOCIEDAD

**Objetivo:** Dar a conocer de manera oportuna y en condiciones de calidad adecuadas al medio, al público visitante de la página la información que se genera institucionalmente, en relación con: servicios, mecanismos de visibilización y transparencia de la gestión (contratación y rendición de cuentas), atención al ciudadano; socialización y acceso de productos educativos y pedagógicos (producción audiovisual institucional); difusión de acciones académicas (en sus diferentes etapas), utilizando lenguajes y formatos renovados (video, audio, publicación digital, etc.).

**Características del medio de comunicación:** virtual

**Información básica a difundir:**

- Información sobre proyectos por desarrollar, en curso o realizados, en el marco de los componentes del Proyecto Educativo Institucional PEI.
- Documentos que en cumplimiento de las normativas de transparencias de la gestión institucional, sean generados por la institución.
- Información (estática) actualizada, de acuerdo con las características institucionales.
- Otros que considere pertinente el Comité de Publicaciones/Comunicación pertinente, o aquellos orientados por la alta dirección.

**Tipos de comunicación:** utilización de los diversos géneros informativos: fundamentalmente la noticia, pero también puede explorar la crónica, reportaje, y artículo de opinión, se podrán emplear formatos escritos, audiovisuales (miniclip), auditivos.

**Periodicidad:** semanal (o cuando se requiere para mantener la actualidad).

**Actividades**

- Rediseño del mapa de navegación y la imagen de la web,
- Revisión y ajustes de los mecanismos de servicio propuestos en la web.
- Actualización periódica.

### 2.2. Redes sociales

**Objetivo:** Difundir, informar y generar el conocimiento entre el público objetivo de trabajo, del quehacer institucional y hacer visible su importancia en el ámbito educativo municipal, nacional e internacional.

**Objetivos Específicos**

- Fortalecer la presencia institucional en el público objetivo, a través de la difusión de mensajes claves que permitan proyectar la labor institucional.
- Reforzar la identidad institucional mediante la circulación de información y acciones que contribuyan con el sentido de pertenencia para buscar el esfuerzo común hacia el logro de los objetivos de la institución
- 

**Características del medio de comunicación:** virtual



Información básica a difundir: información institucional (actividades, eventos, campañas) que se produzca en desarrollo del PEI

Tipos de comunicación: mensajes cortos, precisos y sugerentes, cuyos lenguajes se ajusten a las características comunicativas de las redes sociales.

Periodicidad: la requerida en desarrollo de las acciones institucionales

## Actividades

Actualización y seguimiento Facebook: Facebook es una herramienta que facilita acceder a nuevos seguidores mediante la actualización de información presentada en diferentes formatos: texto, imágenes, audios y videos. La actualización debe ser una tarea constante, con el objetivo de cautivar una audiencia que a todo momento requiere gran flujo de información.

Actualización y seguimiento Twitter: el envío frecuente de mensajes cortos y precisos, permitirá establecer una relación directa con los seguidores, pero a la vez ampliar su radio de influencia.

## 2.3. Canal audio-visual

Objetivo: Explorar el uso de recursos audiovisuales (miniclip, transmisión en directo) y auditivos que permitan la difusión del conocimiento educativo y pedagógico que genera la institución, en cumplimiento de su misión.

Características del medio de comunicación: producción (audiovisual y auditiva)

Información básica a difundir: avances y resultados de proyectos, desarrollados en el marco de los componentes misionales; pronunciamientos generados de acuerdo la coyuntura educativa; y difusión de actividades académicas.

Tipos de comunicación: miniclip noticiosos, enlaces a videos ubicados en Canal Youtube a través de los cuales se acceda a archivos audiovisuales de presentaciones institucionales.

Periodicidad: de acuerdo con actividades institucionales

## Actividades

- Diseño y producción de audiovisuales/audios, y ubicación en web.

## 3. Comunicación interna y externa

### 3,1 Relaciones públicas con entidades y medios de comunicación

Objetivo: generar canales de información con diversos medios y periodistas locales, así como con entidades académicas o pares de la institución, con el fin de comunicar efectiva y oportunamente a los ciudadanos las acciones, proyectos, logros y propuestas que se generan.



## INSTITUCIÓN EDUCATIVA CAMILOTORRESRESTREPO

Acuerdo de Creación N. 01573 Septiembre 10 de 1973  
Resolución de Integración N. 12503 Octubre 10 de 2002  
CÓDIGO DANE 168081001306  
NIT 800034438-0

EDUCACIÓN PARA LA VIDA EN SOCIEDAD

Periodicidad: de acuerdo con planeación institucional.

### Actividades

- Diseñar de estrategias para promover, facilitar y/o consolidar las relaciones con los medios de comunicación y sus periodistas (presentación de proyectos, talleres, visita, etc.)
- Diseñar y coordinar de protocolo de ruedas de prensa y convocatoria a medios
- Elaborar, enviar y hacer seguimiento de boletines de prensa
- Concertación de espacios radiales, redacción de artículos u emisiones televisivas para dar a conocer el trabajo desarrollado institucional.
- Concertar entrevistas con medios para divulgar temas, proyectos u acciones específicas de la institución.
- Adelantar gestiones para generar alianzas con entidades para la utilización y difusión de la imagen institucional y de sus proyectos, en actividades, eventos o publicaciones

### 3.2 Atención al ciudadano

Objetivo: visibilizar a través de la Web, redes sociales y medios institucionales, los mecanismos que garantizan la atención al ciudadano.

Información básica a difundir: información de portafolio de servicios y aquella que permita a la ciudadanía conocer los mecanismos de atención al ciudadano establecidos.

Tipos de comunicación: informativa

Periodicidad: de acuerdo con planeación institucional

### Actividades

- Gestión correo institucional
- Gestión, consolidación y análisis de resultados de encuestas de servicio al ciudadano (equipo de calidad).



# INSTITUCIÓN EDUCATIVA CAMILOTORRESRESTREPO

Acuerdo de Creación N. 01573 Septiembre 10 de 1973  
Resolución de Integración N. 12503 Octubre 10 de 2002  
CÓDIGO DANE 168081001306  
NIT 800034438-0

EDUCACIÓN PARA LA VIDA EN SOCIEDAD

## ANEXO 1. INSTRUCTIVO DEL MANEJO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

### ESCUDO

La identidad visual de la institución la conforman 4 elementos, los cuales no podrán modificarse: escudo logotipo y colores

Escudo: cuenta con los siguientes componentes:

El libro abierto: simboliza la ciencia al servicio del ser humano.

La mano empuñada: simboliza la fortaleza, la unidad y la construcción colectiva.

La antorcha: simboliza luz, claridad.

La torre: simboliza la ciudad petrolera

Lema: “ciencia y cultura”



### ESLOGAN:

“Educación y liderazgo para la vida en sociedad”