

Plan de Comunicaciones

INSTITUCIONALES



CONSERVATORIO
DEL TOLIMA

INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Estrategias diseñadas para proyectar
nuestros procesos educativos, artísticos y
socioculturales en la región.

PREÁMBULO

PLAN DE COMUNICACIONES

CONTEXTO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL

1. Elementos del contexto
 - 1.1. Nuestra Misión
 - 1.2. Principios de acción
 - 1.3. Líneas estratégicas
 - 1.4. Objetivos estratégicos
 - 1.5. Procesos referenciales
- 1.6. Direccionamiento del Conservatorio del Tolima
- 1.7. Estructura organizacional
- 1.8. Iniciativas y programas.
- 1.9. Nuestra visión.

MACROPROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

- 2.1. Objetivos
Estratégicos del Plan de Comunicaciones
Institucional
- 2.2. Líneas
Estratégicas del Plan de Comunicaciones.
- 2.3. Modelo de comunicación.

POLITICA DE COMUNICACIONES

- 3.1. Pilar
principal.
- 3.2. Pilares estratégicos.
- 3.3. Alcances de la política de comunicación.

CANALES DE COMUNICACIÓN

DIRECCIONAMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

LÍNEAS Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

PLAN DE ACCIÓN DE COMUNICACIÓN

ESTRATEGIA DE SEGUIMIENTO



El plan de comunicaciones del Conservatorio del Tolima, es un conjunto de acciones estratégicas que tienen como propósito, orientar el proceso comunicativo institucional para aumentar el impacto de nuestras acciones en el público objetivo. Por esta razón comprendemos la comunicación en su sentido más global como una herramienta de vinculación e interacción social.

A continuación, se presenta el Plan Estratégico de Comunicaciones, con su respectiva política, para facilitar el acceso a la información y llevar a cabo procesos idóneos que permitan potencializar la capacidad de atracción de recursos y el relacionamiento con nuestros grupos de interés.

Contexto

INSTITUCIONAL



CONSERVATORIO
DEL TOLIMA

INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

1. ELEMENTOS DEL CONTEXTO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL.

El Conservatorio del Tolima cuenta con una estructura propia que orienta, la ejecución de procesos y acciones estratégicas, al fortalecimiento de su actividad como institución Universitaria emblemática del Tolima, la cual ha generado, por más de cien años, importantes aportes al sector cultural de la región.

MISIÓN

VISIÓN

PRINCIPIOS DE ACCIÓN

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

OBJETIVOS ESTRATEGICOS

PROCESOS REFERENCIALES

INICIATIVAS Y PROGRAMAS

Contexto

INSTITUCIONAL



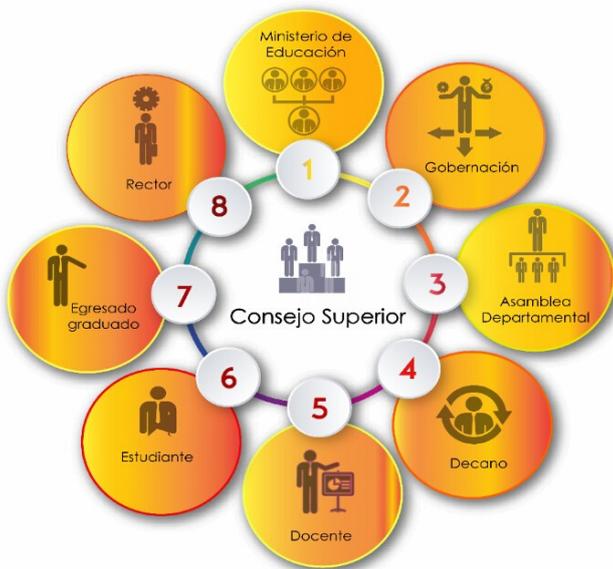
CONSERVATORIO
DEL TOLIMA

INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

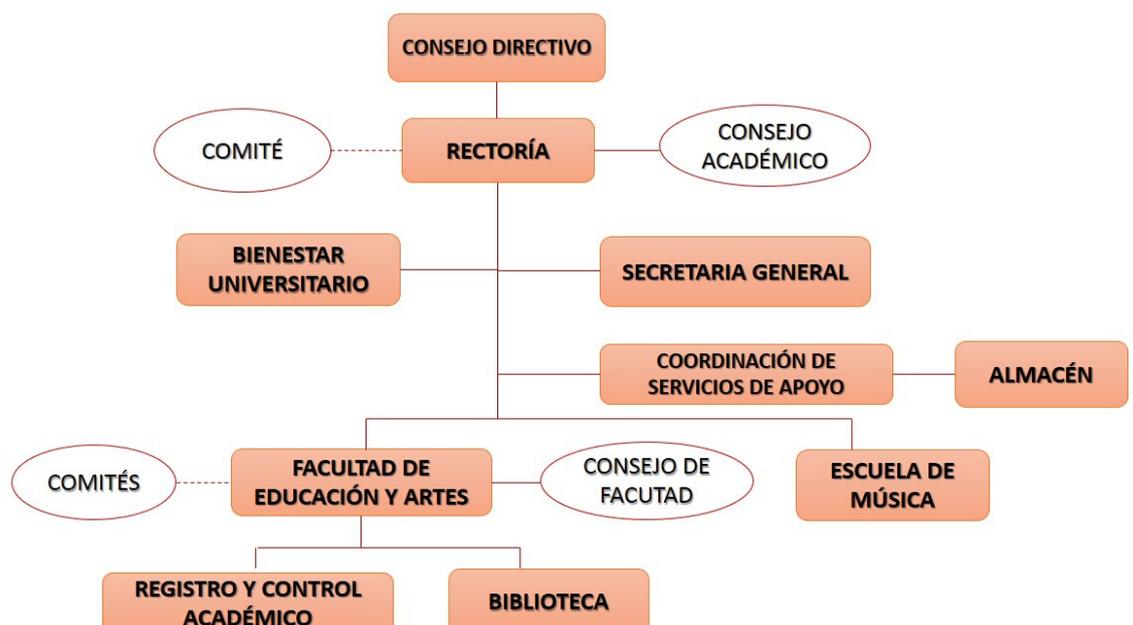
1.6. DIRECCIONAMIENTO DEL CONSERVATORIO DEL TOLIMA.

La dirección de la institución le corresponde al consejo superior como máximo órgano conformado por el ministerio de educación, la gobernación, la asamblea departamental, el decano asignado por el consejo, profesor de la institución, estudiante, egresado graduado y rector de la institución, quien es el representante legal y primera autoridad ejecutiva del conservatorio del Tolima.

Por otra parte, el control fiscal es llevado a cabo por un Auditor nombrado por la contraloría del departamento.



1.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Macroproceso de comunicaciones

CONSERVATORIO DEL TOLIMA

Para el Conservatorio del Tolima Institución de Educación Superior, la comunicación es entendida, en su sentido más global, como una herramienta de vinculación, ya que permite la gestión, articulación y cooperación de las partes integradas en la estructura organizacional.

En este sentido, el macroproceso de comunicaciones toma como eje principal los procesos de direccionamiento estratégico de la institución.



2.1. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL PLAN DE COMUNICACIONES INSTITUCIONAL

A continuación, se presentan los lineamientos de comunicación interna y externa con los que se pretende, la formulación y aplicación de las estrategias comunicativas en la institución

OBJETIVO GENERAL

Garantizar el desarrollo adecuado de los procesos comunicativos del Conservatorio del Tolima, logrando la difusión y promoción de contenido verídico a través de los canales de comunicación propios y externos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Coordinar el uso y el manejo de la identidad del Conservatorio del Tolima en el material publicitario y piezas de carácter informativo.

Fomentar la apropiación de los canales de comunicación internos, a través de prácticas innovadoras que involucren las Tecnologías de la información y la comunicación.

Generar una circulación efectiva de lo que es y lo que hace el Conservatorio del Tolima en los diferentes medios masivos de comunicación.

2.2. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PLAN DE COMUNICACIONES.

Planeación de la comunicación.

Manejo integrado de la información.

Relacionamiento con los grupos de interés.

Relacionamiento con los medios de comunicación.

Canalización de la información.

Interacción con la comunidad (Académica y en general).

2.3. MODELO DE COMUNICACIÓN

El Conservatorio del Tolima, al ser una institución de educación superior que *crea, entrega y captura el valor cultural y artístico del departamento*, requiere un plan de comunicaciones que soporte los procesos informativos e impulse el posicionamiento como líder en formación musical a nivel regional. Por esta razón, el modelo comunicativo se basa en:



1. *Inmersión:* Compresión de los procesos de comunicación internos que se imparten tras la naturaleza del Conservatorio del Tolima como una institución de educación superior.

2. *Trabajo de campo:* Análisis de los elementos del contexto institucional / Consultas con los responsables de los procesos institucionales / Revisión de la percepción de la comunidad / Relacionamiento con los de medios de comunicación / Revisión de referencias locales y regionales.

3. *Definiciones:* Consolidación de los elementos de la identidad institucional / Definición de las audiencias/ Alcance de los procesos de comunicación.

4. *Diseño y estrategia:* Fundamentación del plan de comunicaciones / Diseño estratégico: Las acciones / los canales/ los públicos.

5. *Puesta en marcha / Socialización / Monitoreo.*

¿A QUÉ LLAMAMOS GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN?

La gestión de la comunicación la entendemos como un proceso que nos permite ejecutar las estrategias y llevar acabo la implementación de una política de comunicaciones, garantizando que las líneas estratégicas y los procesos referenciales de la institución, se desarrollen de manera idónea y oportuna.

Política

DE COMUNICACIONES

PILAR PRINCIPAL

Garantizar un proceso de comunicación institucional oportuno y eficaz con los diferentes grupos de interés, mediante la ejecución del conjunto de acciones estratégicas que buscan apoyar el posicionamiento del Conservatorio del Tolima como una institución de calidad.

En virtud de ello, la institución asume todos los procesos comunicativos como un instrumento para el fortalecimiento de la identidad institucional a través de la circulación y la divulgación de información que confiere un carácter público, estratégico, reservado e institucional.

PILARES ESTRATÉGICOS

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

INFORMACIÓN RESERVADA

**CIRCULACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA
INFORMACIÓN.**

DOCUMENTACIÓN ELECTRÓNICA.

INFORMACIÓN INSTITUCIONAL.



COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Direccionar la comunicación a nivel interno para establecer relaciones de diálogo y colaboración, entre el recurso humano de la institución, proyectando un sentido de pertenencia que permita contribuir al cumplimiento de los objetivos misionales y al mejoramiento del clima laboral.

INFORMACIÓN RESERVADA

Establecer mecanismos para controlar la información clasificada como reserva de la institución para que no sea divulgada o proporcionada a terceros sin previa autorización de la rectoría o en su defecto, secretaria general.

politica

DE COMUNICACIONES



CONSERVATORIO
DEL TOLIMA

INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

CIRCULACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN

Implementar una acción estratégica de comunicación que permita fijar un contacto permanente y correlativo con los grupos de interés, propiciando el flujo adecuado de información sobre la gestión institucional, mediante un intercambio oportuno, de fácil acceso y una información eficaz.

DOCUMENTACIÓN ELECTRÓNICA

El proceso de mercadeo y comunicaciones mantendrá actualizada la página WEB de la institución y sus redes sociales por medio de los diferentes contenidos para plataformas digitales.

Para ello se hace necesario que los datos suministrados sean proporcionados a tiempo, su estructura sea clara y veraz.



INFORMACIÓN INSTITUCIONAL.

En caso de algún proceso institucional requiera dentro del desarrollo de sus actividades un espacio en la página web para la divulgación o promoción de contenido deberá atender el siguiente protocolo:

- El requerimiento debe ser realizado a través del correo electrónico institucional a soporte técnico con copia a mercadeo y comunicaciones y al coordinador del área solicitante. De igual manera, debe ser adjuntada la información a publicar.
- El contenido que se solicita publicar, debe estar aprobado previamente por los responsables del proceso.
- Mercadeo y Comunicaciones estará encargado de generar contenido alterno para alimentar la página web con información institucional destacada.
- Comunicaciones podrá solicitar a otros procesos institucionales o a otras entidades, la información necesaria para la gestión de contenido web.

PARA EL CUMPLIMIENTO DE ELLO, SE DEBE TENER EN CUENTA LO SIGUIENTE:

1. El contenido se debe caracterizar por manejar un lenguaje sencillo y claro, pues el acceso a dicha información es para personas de niveles de educación y edades diferentes.
2. Hacer uso de reglas ortográficas para la construcción de los textos informativos.
3. Evitar las abreviaturas. En caso de ser necesario su uso, después de ser mencionada por primera vez, debe ir referenciada entre paréntesis. Inmediatamente después del texto.
4. Hacer el menor uso posible de tecnicismos, en caso de ser necesario se debe explicar su significado.
5. Los términos en idiomas extranjeros se deben evitar, cuando se requiera el uso del término debe ser presentando de forma que se diferencie de los demás.

Alcances de la política de comunicaciones.

La política de comunicaciones del Conservatorio del Tolima comprende la información como un bien colectivo, por esta razón propende por fomentar su producción y circulación a nivel interno y externo, precisando un proceso de gestión, divulgación y visibilización del contenido institucional.

COMUNICACIÓN INTERNA

La consolidación de la cultura organizacional del Conservatorio del Tolima, será el resultado de un proceso de comunicación caracterizado por proporcionar espacios para el diálogo, en donde se contempla la socialización de la información como un elemento central de la estructura comunicativa

¿A qué llamamos comunicación institucional?

La comunicación institucional se distingue por propiciar espacios para encontrarse con los otros y reconocer las características propias del entorno de la entidad, mediante el desarrollo de las relaciones de diálogo y colaboración.

El origen del proceso está radicado en la planeación y la definición de las acciones de comunicación interna, continua con la gestión y el desarrollo de contenido y piezas comunicativas, finalizando con el seguimiento y control de la estrategia.

De esta manera, los participantes del proceso comunicativo, pueden apropiarse de los objetivos misionales de la institución, tanto en su comprensión conceptual como en la práctica diaria.

Es así, como la comunicación permite el aprendizaje organizacional y promueve la disposición al cambio, como componentes básicos de la cultura organizacional.

Todo esto se genera al establecer relaciones basadas en la participación y el respeto, promocionando de manera continua el trabajo en equipo y la construcción de redes de apoyo.



Alcances de la política de comunicaciones.

COMUNICACIÓN EXTERNA

El Conservatorio del Tolima, como institución de educación superior, constantemente trabaja por posicionarse como una institución insignia de la región, razón por la cual, la comunicación externa se encuentra direccionada para robustecer los lazos con los grupos de interés, ofreciendo servicios educativos de calidad, con actitud de escucha y receptividad ante la comunidad en general.

Este flujo permanente con los públicos objetivos, se fundamentará con la socialización de las actividades, proyectos, nuevos programas y demás contenido informativo que surja dentro del día a día de la institución.

Este proceso comunicativo tiende a iniciar con la identificación de las campañas que deben ser ejecutadas a nivel externo, junto con la definición del público objetivo, canales de comunicación y recursos comunicativos.

Posteriormente se procede con la aprobación y ejecución de la campaña, terminando con el seguimiento del impacto generado por la misma.

IMPORTANTE:

Los comunicados oficiales emitidos por la institución deben ser socializados en los formatos preestablecidos en la entidad y autorizados por los responsables.

¿A qué llamamos comunicación externa?

Los servicios de formación profesional del Conservatorio, están direccionados hacia la ciudadanía, por ende, el proceso de comunicación será ejecutado bajo los términos de respeto y calidez, entendiendo que la razón de ser de la institución, son sus estudiantes, docentes y comunidad en general.

El contacto de algún agente externo con un colaborador se asumirá como un contacto con la totalidad de la institución, por esta razón se debe demostrar un interés por atender sus solicitudes orientándolo de forma adecuada.

El Conservatorio del Tolima, hará uso de mecanismos para la atención de los ciudadanos, donde se puedan resolver de manera oportuna y sistémicas sus necesidades, adoptando las medidas pertinentes para dar solución de acuerdo a las posibilidades de la institución.

Las respuestas otorgadas a la ciudadanía ante sus peticiones deben darse sin evasivas, de manera oportuna y personalizadas.

Dando cumplimiento al proceso de **rendición de cuentas**, como un espacio de interlocución entre la institución y la comunidad en general, el Conservatorio del Tolima socializará periódicamente sus actuaciones y los resultados alcanzados tras la gestión realizada. Para ello, la institución hará uso de los mecanismos comunicativos más pertinentes.

PRINCIPIOS DE COMUNICACIÓN:
Equidad, objetividad y transparencia.

COMUNICACIÓN CONTRATISTAS Y PROVEEDORES.

El cumplimiento de la normatividad de contratación administrativa debe ser divulgado de forma oportuna y suficiente en las plataformas web y demás canales de comunicación masiva que permitan la amplia circulación de las necesidades de contratación.

Dando cumplimiento al principio de selección objetiva, toda la información sobre la presentación de propuestas será suministrada a todos los oferentes en igualdad de condiciones. De igual manera, serán socializadas las razones técnicas, económicas y legales por las cuales se tomó la decisión de los procesos de adjudicación de contratos.

Los procesos de comunicación con terceros en los que se especifique un compromiso por parte de la institución con acuerdos, convenios, alianzas entre otras obligaciones, será responsabilidad de la dirección y la secretaria general, con previa revisión y aprobación del área jurídica.

PORTAVOZ INSTITUCIONAL

Como responsables de socializar los temas estratégicos de la institución, ante los medios de comunicación y demás escenarios de carácter informativo, se encuentran los portavoces institucionales, autorizados por la dirección y el proceso de comunicaciones institucionales, quienes se expresarán únicamente frente a los asuntos de su competencia. En primera instancia, el único vocero autorizado será el comunicador de la entidad.

El proceso de comunicación institucional junto con la rectoría, definirán los criterios para el manejo de la información, el cuidado de la imagen institucional y la confidencialidad, que deben tener en cuenta los colaboradores, en virtud de sus funciones, cuando actúen en un momento determinado como voceros de la institución.

RELACIONAMIENTO MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

El Conservatorio del Tolima, institución de Educación Superior, establecerá relaciones con los medios de comunicación basadas en la veracidad y de carácter netamente institucional.

El proceso de comunicación con los medios, inicia al definir el modo de operar con los mismo y con las redes sociales, continua con la identificación de la información a divulgar, la ejecución de las acciones de comunicación con la gestión de los contenidos, y finaliza con el seguimiento de la información publicada, el impacto producido y las acciones de mejora.

INTERACCIÓN CON LOS ORGANISMOS DE CONTROL

La información destinada a los órganos de control será preparada por el área o áreas encargadas de cada asunto en particular, siempre en el marco del respeto para garantizar la circulación fluida y oportuna de los datos

NUESTROS CANALES DE COMUNICACIÓN

Canales de comunicación internos

Intranet
Correos electrónicos institucionales (Por proceso y Masivos)
Extensiones telefónicas
Carteleras
Hangouts
Circulares
WhatsApp
Reuniones, comités, eventos y actividades internas
Material de divulgación

Canales de comunicación externos

Material POP
Eventos Institucionales
Conciertos
Oficios e informes
Ruedas de prensa, comunicados y boletines de prensa
Correos electrónicos masivos
Atención solicitudes de información
Ventanilla única de atención al ciudadano
Página web institucional
Redes sociales, Fan Page, YouTube Mensajería instantánea.

politica

DE COMUNICACIONES



CONSERVATORIO
DEL TOLIMA
INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

DIRECCIONAMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

El proceso de comunicaciones del Conservatorio del Tolima, brindará apoyo a todas las áreas de la institución para definir el contenido de las piezas digitales o impresas, así como sus características y el diseño de las mismas, para la realización de dicho acompañamiento, debe ser diligenciado el formulario para solicitud de piezas comunicativas o de publicidad anexo al Plan de Comunicaciones.

En caso que el producto publicitario o de difusión sea producido o entregado por terceros, también estará sujeto a revisión y previa autorización del proceso de comunicaciones, dicho producto será utilizado para los fines bajo los cuales es requerido y no será divulgado a terceros sin consentimiento de la alta dirección

La documentación, información institucional, publicidad en medios masivos, material POP o cualquiera otra pieza de carácter publicitario serán presentados previamente ante la oficina de comunicaciones para revisión y aprobación, pues el contenido a divulgar debe ajustarse a lo establecido al manual de marca de la institución.

LÍNEAS Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Construir y ejecutar la política de comunicaciones institucional que permita dar cuenta a nivel interno y externo del desarrollo y cumplimiento de los procesos que son esenciales para la institución.

Gestionar contenido para contribuir con el posicionamiento de los programas profesionales y proyectos del Conservatorio del Tolima.

Mejorar el impacto del proceso de la comunicación institucional con los diferentes públicos objetivos.

Apoyar la toma de decisiones y brindar acompañamiento a los demás procesos institucionales en materia de comunicación.

Realizar seguimiento al manejo adecuado de la imagen institucional para contribuir a su posicionamiento y consolidar una marca caracterizada por tener una estética visual unificada.

Socializar los diferentes espacios de disfrute de la música ofertados por el Conservatorio del Tolima.

Aportar al mejoramiento del clima organizacional y del trabajo en equipo.

Evaluar el rendimiento de las acciones comunicativas ejecutadas con el propósito de reforzar las estrategias planteadas.

Los objetivos estratégicos delimitan así los principales frentes de trabajo del plan de comunicaciones institucional:

FRENTES DE TRABAJO



PLAN DE ACCIÓN

DE COMUNICACIÓN

LINEAS ESTRATÉGICAS

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Objetivos: Ejecutar estrategias de comunicación mediante acciones de promoción, socialización y difusión, con el propósito de contribuir al cumplimiento de los objetivos misionales y el mejoramiento del clima laboral.

Iniciativas

Acompañar los diferentes procesos institucionales para la promoción y divulgación de las acciones que se adelantan en cumplimiento con los objetivos estratégicos.

Gestionar contenido para que el flujo informativo mantenga actualizada a la comunidad interna de la institución.

Metas

Cumplir con el 90% de las publicaciones de los contenidos solicitados por los procesos que se adelantan en facultad, escuela y otros.

Indicadores

Número de solicitudes recibidas /
Número de solicitudes efectuadas.



El proceso de comunicaciones del Conservatorio del Tolima a nivel interno y externo, se realizará de acuerdo con las líneas estrategias del Plan de Comunicaciones, teniendo en cuenta:

El diseño, coordinación y puesta en marcha del plan de acción de comunicación, estará a cargo del proceso de comunicaciones. Su ejecución se hará desde las diferentes áreas según las necesidades y proyectos específicos que demanden las acciones comunicativas.

La propuesta del plan de acción de comunicaciones realizada anualmente debe contemplar los lineamientos establecidos en la política de comunicación institucional adaptando y considerando las necesidades propias de los procesos y de cada área.

El plan de acciones debe ser adoptado por la institución y a su vez contar con la participación en el grupo encargado de vigilar y evaluar su cumplimiento.

PLAN DE ACCIÓN

DE COMUNICACIÓN

LINEAS ESTRATÉGICAS

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Objetivos: Posicionar el Conservatorio del Tolima a través de actividades, eventos y alianzas estratégicas, haciendo seguimiento del cumplimiento de los lineamientos establecidos en el manual de marca.

Iniciativas

Apoyar las diferentes actividades institucionales, propiciando la cobertura de medios de comunicación y visibilizándolas en los diferentes canales.

Metas

Cumplir con el 90% de las solicitudes realizadas al proceso.

Indicadores

Número de solicitudes recibidas / número de solicitudes atendidas

COMUNICACIÓN EXTERNA Y GESTIÓN DE MEDIOS

Objetivos: Difundir a la comunidad en general y diferentes públicos objetivos las acciones desarrolladas por la institución de forma oportuna, transparente y eficaz.

Iniciativas

Gestionar contenido informativo para dar cuenta de los procesos desarrollados por la institución en materia educativa e innovación social.

Establecer relaciones con los medios de comunicación para la difusión del contenido.

Metas

Divulgar mediante los canales de comunicación el 90% de la información que genera el Conservatorio del Tolima

Atender el 100% de las solicitudes de información realizadas por los medios de comunicación

Indicadores

Número de piezas informativas emitidas

Número de solicitudes de los medios recibidas / Número de solicitudes atendidas.

PLAN DE ACCIÓN

DE COMUNICACIÓN

LINEAS ESTRATÉGICAS

COMUNICACIÓN DIGITAL

Objetivos: Informar a los diferentes grupos de interés a través de canales digitales, las acciones de comunicación facilitando de manera oportuna el acceso a la información.

Iniciativas

Gestionar contenido institucional para ser socializado a través de los canales de comunicación digital.

Actualizar de forma permanente la información expuesta en los canales digitales con contenido de interés.

Metas

Atender el 90% de las solicitudes de publicaciones en la página web y redes sociales.

Cumplir con el 90% de la actualización de la página web y redes sociales.

Indicadores

Número de Campañas o acciones solicitadas / Número de solicitudes atendidas

Número de actualizaciones requeridas / Número de actualizaciones atendidas.

Los indicadores de seguimiento y evaluación suministran la información necesaria que permite establecer el cumplimiento de los objetivos, iniciativas y metas, de tal manera se puede analizar tanto la planeación como la gestión en general del proceso de comunicación.

El desarrollo de las estrategias del plan de comunicaciones del Conservatorio del Tolima estará sujeto a seguimiento de acuerdo a lo establecido por el proceso de control interno, donde se presentará las acciones ejecutadas a nivel interno y externo en cumplimiento con la política.

El resultado de dicho seguimiento quedará reportado en un informe socializado con la oficina de mercadeo y comunicaciones, con el propósito de llevar a cabo acciones de mejora.