

# MANUAL DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

COLEGIO SAN JOSÉ



COLEGIO  
SAN JOSÉ

El presente documento es, como su nombre lo indica, una explicación de cómo debe funcionar la comunicación en el Colegio San José. Por eso, aquí se encontrarán 4 grandes capítulos: Comunicación Interna, Comunicación Externa, Comunicación intermedia y Comunicación de Crisis. Es muy importante tener presente que es un documento de uso interno y por lo tanto debe ser socializado con todas las personas que trabajan en la institución. Además, como está relacionado con algo tan maleable como la comunicación es susceptible de cambios según la evolución o transformación de la institución.

### **¿Por qué tener un Manual de Comunicación Organizacional?**

La comunicación es una disciplina, una acción humana y un arte en constante evolución. Todos de algún modo somos comunicadores porque a diario tenemos la necesidad de expresar nuestras ideas, pensamientos, dudas, emociones e inconformidades. Sin embargo, constantemente nos vemos enfrentados a la dificultad de no ser entendidos por razones que salen de nuestras manos; desde signos y símbolos que tienen un significado diferente entre individuos hasta faltas de precisión en las palabras que usamos para construir mensajes verbales o escritos.

Por lo tanto, es indispensable tener ciertas políticas que sirvan de referente dentro del Colegio San José como organización para disminuir los malentendidos y mejorar la eficiencia de nuestra comunicación y así tener claridad de la información que fluye dentro de la institución.

### **Comunicación Interna del Colegio San José**

La comunicación interna es aquella que se puede dar entre los colaboradores y los diferentes departamentos y equipos existentes dentro de la organización. Además, es la que define las formas en las que la institución habla con sus empleados y establece una relación con ellos.

Dentro de los objetivos de la comunicación interna del Colegio San José están:

- Comunicar, de manera frecuente, a todos los colaboradores la misión y la visión del Colegio, así como los principios de la institución.
- Facilitar el diálogo entre los diferentes equipos de la organización para el trabajo en equipo y colaborativo.
- Apoyar a las diferentes áreas del Colegio en la construcción de mensajes, piezas de comunicación, así como en la estrategia para la divulgación de mensajes clave e información relevante.

- Documentar los eventos institucionales como cumpleaños, celebraciones de fin de año y todo aquello de lo que se necesite tener registro.
- Establecer los canales y medios institucionales para la comunicación institucional.
- Fomentar la participación de los diferentes grupos humanos dentro de la organización en la vivencia de la cultura organizacional y eventos institucionales y capacitaciones.

### **Público objetivo de la Comunicación Interna del Colegio San José**

- Directivos
- Docentes
- Personal Administrativo
- Personal de Servicios Generales
- Personal de Cocina
- Personal de Enfermería
- Padres de familia

### **Estilo y tono de la comunicación interna en el Colegio San José**

Cuando se habla de estilo y tono de la comunicación se hace referencia a cómo habla una marca determinada, cómo son sus mensajes y cuáles suelen ser sus expresiones más comunes.

La comunicación en el Colegio San José tiene un estilo asertivo, lo que significa que el Colegio procura expresar sus ideas de manera clara y directa. Este tipo de comunicación favorece el diálogo entre las partes por medio de la escucha y el respeto sin que la institución deje de lado sus valores o sus principios. Este tipo de comunicación suele ser clara, objetiva, honesta y transparente. Además, porque se sabe que siempre es posible cometer errores o caer en equivocaciones, el estilo asertivo asegura la negociación y la resolución de problemas a través de acuerdos a los que pueden llegar las partes implicadas en la conversación.

Por otra parte, el tono del Colegio San José es cercano, directo y apasionado. Es cercano porque se habla constantemente de un “nosotros” o de que “somos una familia de puertas abiertas”; expresiones que revelan un espíritu de unidad resultado de vínculos basados en la confianza, en el cariño por cada miembro de esta comunidad y por el compromiso que se fomenta en todos desde su quehacer particular (profesor, colaborador, estudiante, directivo o padre de familia) por el país, el mundo y la sociedad en general. Además, es un tono directo porque habla con claridad a las personas correctas; nuestra forma de comunicar es muy puntual, con frases concisas que se dirigen a quienes le interesa dicha información.

La comunicación del San José tiene un tono formal y fresco a la vez. Esto quiere decir que no es acartonado y se aleja de una forma de hablar excesivamente académica o con palabras técnicas que lo que hacen es generar distancia y jerarquización. Las conversaciones promovidas por el Colegio parten de creer en el valor que tienen todos por el simple hecho de ser personas.

Por otra parte, es importante resaltar que el Colegio San José ha desarrollado, a través de los años, una forma de expresarse que se puede describir como inspiradora y emotiva pues es una institución que le apasiona ver la alegría de sus miembros en la consecución de metas. Por medio de su forma de hablar, la institución busca mover a sus miembros a la acción para la transformación de su entorno en un lugar mejor.

En resumen, el tono de la institución se puede definir por medio de los siguientes adjetivos:

- Cercano
- Directo
- Apasionado
- Inspirador
- Emotivo
- Formal
- Fresco

### **Flujo de la comunicación en el Colegio San José**

En el Colegio se promueve constantemente el diálogo personal y directo. Sin embargo, eso no quiere decir que no se respete una jerarquía por cargos y funciones que cumplen los miembros de la comunidad escolar. De igual forma, el manejo de la información y su difusión se maneja en forma de cascada en donde los más altos directivos son los responsables de tomar decisiones sobre la institución y cómo debe llegar al resto de los miembros del Colegio. En cada una de las acciones de

comunicación quienes administran la información se apoyan en la Coordinación de comunicaciones.

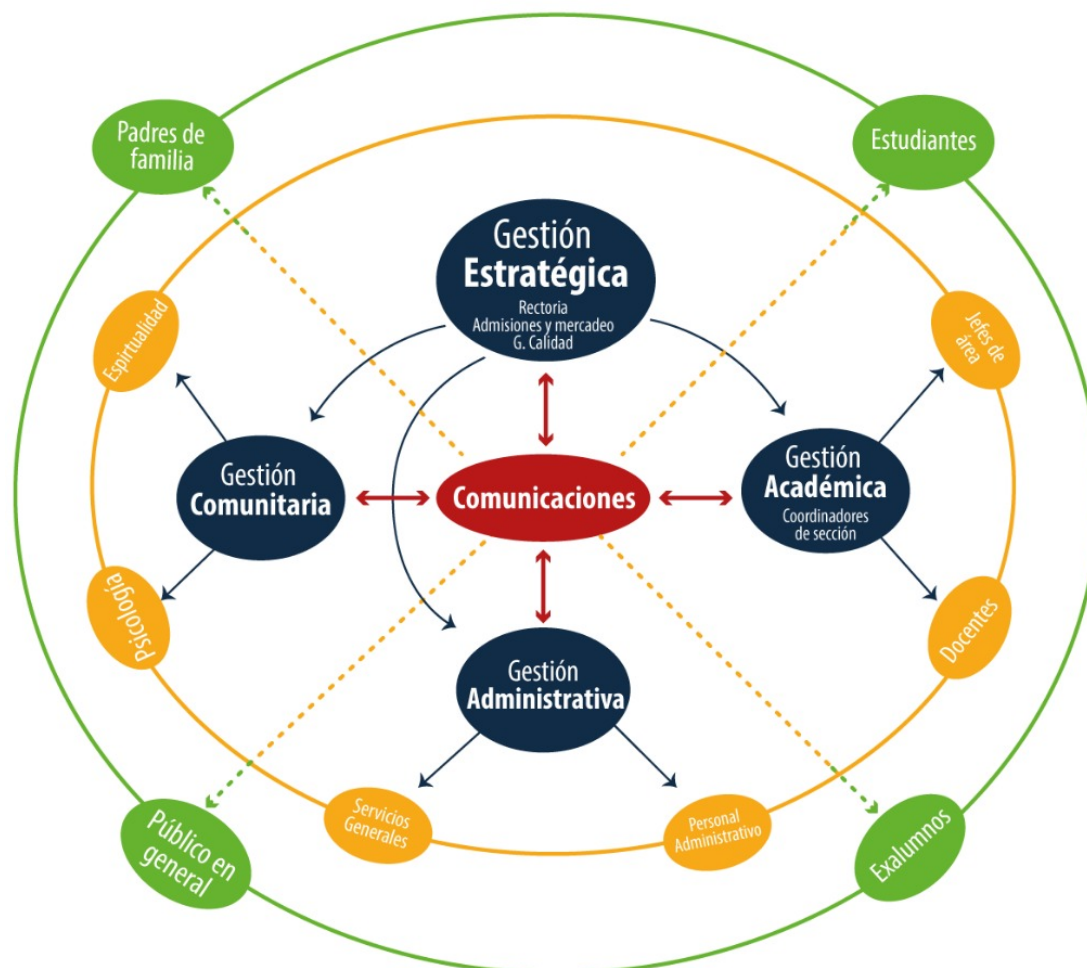
De esa manera, quienes suelen tener más información que comunicar en diferentes instancias son los miembros del Comité Ejecutivo, al cual pertenecen el Rector, los Directores de Sección, el Director Administrativo y la Directora de Recursos Humanos, la Directora de Admisiones Mercadeo y el Director de Bienestar Comunitario. Estos, a su vez, hacen parte de otros comités y grupos humanos dentro del Colegio, pero básicamente funciona así.



Sin embargo, hay que tener en cuenta que, lo que en la gráfica anterior llamamos “el resto del Colegio”, es un compendio de cargos medios y colaboradores que reciben información directa de sus jefes inmediatos; y que tienen una interdependencia, sobre todo, para la coordinación de actividades que afectan a toda la comunidad escolar o, por lo menos, a más de una Sección.

Adicionalmente, para que sea más sencillo comprender todo el flujo de la comunicación, el gráfico a continuación está organizado desde las gestiones incluidas en el sistema de gestión de calidad; Gestión Estratégica, Gestión Administrativa, Gestión Comunitaria y Gestión Académica. Así los miembros del comité ejecutivo son los encargados de cada una de las gestiones de dicho sistema y son los responsables de brindarle la información al departamento de Comunicaciones, quien a su vez es responsable de distribuir la información al resto de miembros de la comunidad San José.

# SJ | Flujo de comunicaciones



De acuerdo a lo anterior, es importante aclarar que toda la comunicación interna del Colegio se desarrolla en tres formas diferentes: comunicación descendente, comunicación horizontal y comunicación ascendente. A continuación, se describe la función de cada una de dichas formas de comunicación dentro del Colegio.

## **Comunicación Descendente**

El objetivo de esta forma de comunicación es informar sobre normas, roles, funciones, capacitaciones, directrices, cultura de la organización entre otras cosas; se le denomina descendente porque viene de arriba hacia abajo, entendiendo que son mensajes que proceden de los altos mandos o, en este caso Comité Ejecutivo. Por lo general se dan 3 tipos de mensajes: a) Mensajes de cumplimiento (órdenes, disposiciones y directrices), b) Mensajes de Identidad (Misión, Visión y Principios) y c) Mensajes de Gestión del Conocimiento (Capacitaciones, entrenamientos e inducciones).

Es muy importante que en todas las acciones de comunicación descendente se haga seguimiento de lo comunicado y se verifique el impacto de los mensajes evaluando si ha habido claridad y si es necesario resolver todas las dudas que surjan en el camino; de lo contrario la comunicación no será eficiente. De igual forma, en este tipo de comunicación es necesario reiterar el mensaje de manera estratégica para que sea recordado y memorizado por los colaboradores.

Así mismo, si usted es el receptor de cualquiera de los mensajes establecidos por la institución es su deber preguntar y aclarar todo lo que usted no haya comprendido. Y de igual manera velar porque sus compañeros entiendan lo que el Colegio ha querido manifestar.

## **Comunicación Horizontal**

Este tipo de comunicación tiene como función generar una interrelación entre el Comité Ejecutivo y los mandos medios. Por medio de esta forma de comunicación se pueden socializar los principios de la organización, las estrategias organizacionales, el trabajo en equipo, la solución de dudas y difundir las buenas prácticas y la cultura organizacional.

Para que esta forma de comunicación se desarrolle y logre su objetivo dentro de la institución este manual hace las siguientes recomendaciones.

- Haga reuniones periódicas con su equipo de trabajo para aclarar temas, planificar y establecer responsabilidades y objetivos.
- Felicite, si lo considera necesario. Para generar un buen ambiente laboral es muy importante resaltar logros y buenas prácticas dentro de los miembros de la organización.

- Corrija. No deje pasar malos comportamientos o faltas contra los principios o valores de la institución. Cada vez que vaya a corregir recuerde hacerlo con respeto y siendo muy objetivo. Sea paciente con la respuesta de la otra persona y ayude a encontrar soluciones.
- Esté atento a las necesidades de sus compañeros de trabajo y trate de ser muy colaborador. Cuando el otro se siente más acompañado todo es mucho más llevadero.
- Establezca límites. Si bien la institución promueve los vínculos de amistad entre sus miembros y colaboradores es importante que existan límites de cuándo se habla, en dónde se habla, de qué se habla. Esto es una práctica saludable para usted y para la institución.

### **Comunicación Ascendente**

La función principal de esta forma de comunicación es la de velar por el clima organizacional del Colegio. Las personas que participan en ella son los encargados de comunicar a los directivos las inquietudes, sugerencias, motivaciones, preocupaciones e inconformidades de los trabajadores. Además, con esta forma de comunicación se fomenta la participación de los colaboradores en las decisiones y temas propios del Colegio.

Para promover y facilitar la comunicación ascendente el Colegio invita a sus colaboradores a tener la libertad y la confianza de dirigirse a su jefe inmediato en ocasiones cómo:

- Situaciones de incomodidad laboral.
- Propuestas enfocadas a la mejora de procesos de su área de trabajo o de otras áreas del Colegio.
- Inconformidades de otros compañeros con alguna situación relacionada con su trabajo o el ambiente laboral.
- Agradecimientos, felicitaciones o resaltar el buen trabajo realizado por parte de sus compañeros de trabajo (si es que considera que no se ha visibilizado una buena acción realizada por parte de alguien de su equipo).
- Situaciones relacionadas con el bienestar, formación y cuidado de los estudiantes del Colegio (Si usted escucha conversaciones de temas delicados, observa situaciones en las que un alumno no está actuando de manera



ejemplar o su actuar va en contra de los principios de formación de la institución).

- Correcciones y llamados de atención. Todos los que trabajan en el lugar son responsables del ambiente laboral. Por lo tanto, siéntase responsable de llamarle la atención a sus superiores si considera que en algo han fallado. Es importante que lo haga con respeto y caridad, pero también con toda la sinceridad del caso.

### Otros tipos de comunicación

Como se decía al principio, todos de alguna forma comunicamos, incluso de formas inesperadas o que muchas veces no somos conscientes. A continuación, describimos esos otros tipos de comunicación y qué aspectos se deben tener en cuenta para que todos se expresen de forma correcta en el Colegio.

- Comunicación no verbal: No se trata concretamente de los posters, videos y fotos. Se trata de nosotros mismos. Cómo nos vestimos, cómo está nuestra postura, nuestros gestos, la forma en la que caminamos y nuestra forma de mover los brazos. La idea es que seamos más conscientes de nuestra imagen personal. Por eso, es importante seguir algunas de las siguientes indicaciones.

Procure llevar el uniforme limpio y en muy buen estado. La primera impresión que generamos en nuestros estudiantes, los padres de familia con los que nos reunimos, nuestros compañeros y demás personal de la institución es fundamental para que nuestras opiniones, ideas o sugerencias sean acogidas. A veces no es algo consciente, pero si cuidamos nuestra imagen ya tenemos la puerta abierta para el diálogo.

Además, recuerde estar atento de la postura y los gestos de las personas a su alrededor. De esta manera puede ser más comprensivo con su equipo si descubre cansancio o cualquier otro tipo de manifestación emocional y podrá hacer algo al respecto. También entenderá mucho mejor la preocupación de un padre de familia por la situación académica de su hijo o hija o la molestia de una persona que lleva mucho tiempo esperando para una cita o reunión. Incluso si usted es consciente de sus propias posturas y gestos podrá entablar un mejor diálogo con todos sus interlocutores.

- Comunicación Verbal: La comunicación oral o verbal ofrece una riqueza impresionante con respecto a la información adicional que recibimos o brindamos para que sea más claro el mensaje. Aquí es importante tener presente la entonación, las palabras que se utilizan, los titubeos.

Este tipo de comunicación, además, permite establecer parámetros de claridad con respecto a los mensajes entre las partes e incluso, hace más fácil la posibilidad de preguntar si es que hay algo que no fue claro. Es muy importante que la comunicación verbal sea recurrente entre equipos, entre compañeros y, por supuesto, de los jefes con sus colaboradores. De esta manera es posible evitar malentendidos, reprocesos y que dos o más trabajadores hagan una misma tarea, entre otros inconvenientes de comunicación.

## **Canales de comunicación interna del Colegio San José**

- **Correo Institucional**

El Colegio establece como principal medio de comunicación con toda la comunidad educativa (colaboradores de servicios generales, administrativos, profesores, directivos, alumnos y padres de familia), el correo electrónico institucional. Solo por ahí las personas recibirán información general del Colegio, noticias, invitaciones a eventos, información logística de fechas particulares, cronogramas semanales y anuales, menú semanal, entre otras cosas. Nota: Acostúmbrese a revisar su correo institucional, si es posible al primer momento en la mañana y dar respuesta a los correos que tenga en la bandeja de entrada. Recuerde que es muy importante no demorarse más de dos días en dar respuesta a las solicitudes que llegan por ese medio y mucho más si son padres de familia.

- **Boletín San José:** Aunque es una herramienta que por lo general se envía por el correo institucional y por los grupos de WhatsApp, allí se condensa toda la información relevante de cada semana para que sea más fácil la planeación y coordinación de todos los públicos del Colegio. Por lo tanto, para nosotros es indispensable que cada una de las personas de la comunidad educativa (padres de familia, profesores, personal administrativo y directivos) lo lean. De esa manera nos aseguramos que todos estamos alineados y trabajamos con la misma información.
- **Boletín Seguridad y Salud en el Trabajo:** Una herramienta nueva que está enfocada en darles a los colaboradores información útil para cuidar de su bienestar y tener actividades que incluyen rutinas de ejercicio, recetas prácticas, consejos para mejorar la postura, entre otros.

- WhatsApp Institucional: Por otra parte, el Colegio desde el año 2019, y viendo su gran poder de difusión, creó un perfil institucional de WhatsApp dedicado exclusivamente a Comunicaciones en el que tendrá los números de teléfonos de todos los padres de familia (en grupos por cursos), trabajadores de servicios generales, directivos y profesores con el fin de ser un apoyo en la difusión de información dada previamente por el correo institucional. Dicho perfil será el administrador de cada uno de los grupos en los que participe pero además funcionará como moderador de acuerdo a los principios del Colegio. Toda la información compartida por dicho medio debe ser considerada como oficial. Estos chats son de carácter bidireccional y por lo tanto el diálogo que ahí se realice debe cumplir con ciertas normas de respeto que se establecen en el anexo 1.

Así mismo, existe un WhatsApp institucional para Admisiones, otro para Recepción, otro para Secretaría Académica y otro para Soporte Técnico (estos cuatro con acceso directo desde la página web del Colegio). Estos, sin embargo, son de comunicación bidireccional y en ellos se puede establecer un diálogo entre el Colegio y sus interlocutores.

- Cartelera Física

Son los cuadros grandes que hay en la pared de cada sección. En esas carteleras se pondrán semana a semana información importante sobre eventos de esa sección(es) en específico, así como datos logísticos de mucha utilidad para que los profesores estén enterados de cómo van a funcionar las actividades de la semana.

- Cartelera Virtual

En el televisor ubicado en la recepción se ha establecido un sistema de cartelera virtual que tendrá información relacionada a la programación semanal. Se destacarán las fechas próximas importantes, el horario de las Eucaristías y el curso que debe asistir a las mismas, los horarios de Confesiones y las competencias deportivas de la semana. Además, en este canal habrá información institucional como el significado de nuestros valores y principios, videos institucionales e información que hable del Colegio San José como institución.

- **Habladores**

Son aquellos vidrios en los que puede ponerse un flyer o poster. Dado que hay un par en cada sección son útiles para poner gráficamente cosas que le interesen solo a los profesores y los alumnos de Pre School, Elementary, Middle School o High School. Además, también son usados para promocionar eventos que le conciernen a toda la comunidad como el Día de la Familia, el Sports Day, Competencia de Houses y Fiesta Patronal.

- **Intranet SJ:** Es una página web interna, exclusiva para las personas que hacen parte de la Familia San José. Allí se encuentra información de uso interno y confidencial como horarios, links para acceder a clases durante el tiempo del Plan de Aprendizaje a Distancia, correos electrónicos y números telefónicos de todo el personal del Colegio, instructivos para el uso de herramientas tecnológicas y pedagógicas entre otras cosas.
- **Redes Sociales:** Es un espacio en donde publicamos nuestros principios y valores, nuestras actividades y, en general, la vida del Colegio. Procuramos hacerlo de forma cercana, expresando el vínculo de familiaridad que hay entre los miembros de nuestra comunidad. Por medio de Facebook e Instagram fortalecemos los lazos de los miembros del Colegio San José.

## **Comunicación Externa**

La comunicación externa es aquella que surge de la necesidad del Colegio de establecer un diálogo con públicos externos a la organización sin los cuales no podría desarrollar de manera plena su función productiva. Además, es la que define las relaciones con proveedores, clientes potenciales, alianzas estratégicas y posicionamiento en el mercado.

Dentro de los objetivos de la comunicación externa del Colegio San José están:

- Dar a conocer la identidad del Colegio, así como las principales características de la educación que allí se ofrece.

- Mejorar el reconocimiento de la institución en la zona geográfica en la que se ubica y sus alrededores.
- Posicionar el Colegio en el mercado por medio de la participación en eventos, la presencia en internet y redes sociales; así como la publicidad en centros comerciales, medios nacionales y locales.
- Establecer alianzas estratégicas con colegios, organizaciones, empresas y gobiernos locales para la consolidación de beneficios de los miembros de la comunidad San José.
- Consolidar una relación cordial con gobiernos locales y medios de comunicación.

### **Público objetivo de la Comunicación Externa del Colegio San José**

- Habitantes de Cajicá, Chía, Sopó, Cota y alrededores.
- Alcaldía de Cajicá.
- Secretaría de Educación de Cajicá.
- Familias interesadas en formar parte del Colegio.
- Universidades ubicadas en Cajicá y Bogotá.
- Ministerio de Educación.
- Medios de Comunicación.
- Párrocos de la zona y ministros de la Iglesia local.
- Colegios vecinos.
- Público en general.
- Universidades y organizaciones en el exterior (ICLE, TCRWP, Gannon University).

## Estilo y tono de la Comunicación Externa del Colegio San José

La Comunicación Externa dentro del Colegio San José tiene un estilo asertivo pues procura ser clara y precisa con toda la información que brinda a sus públicos externos, pero también porque busca tener una escucha activa y atenta de todas las opiniones, sugerencias y necesidades que estos puedan tener. El Colegio busca constantemente establecer un diálogo con la sociedad a través de mensajes que expresan una identidad basada en principios y valores cristianos; así como una pasión por la educación donde lo más importante es el ser humano.

Además, es un estilo más creativo porque siempre buscamos comunicar de forma diferente e innovadora por medio de videos y piezas gráficas llamativas y coloridas según nuestra identidad de marca. Es por eso que todo lo que decimos es más atractivo porque procuramos construir mensajes que expresan una propuesta sólida, sincera y sin máscaras.

Por otra parte, el tono de la comunicación externa del Colegio expresa empatía en las maneras que usamos para atender a las diferentes personas que se aproximan a nosotros porque nos esforzamos por entender su situación particular y nos disponemos de manera integral para responder cualquier solicitud. Así mismo, una de las características de nuestra comunicación externa es la cordialidad y el respeto en el trato.

En resumen, nuestra comunicación externa se puede definir con los siguientes adjetivos:

- Asertiva
- Creativa
- Atractiva
- Cordial
- Empática
- Respetuosa

La comunicación externa suele dividirse en dos tipos de comunicación muy puntuales que se describen a continuación:

### **Comunicación Comercial**

Como bien puede deducirse de su nombre es la que comprende todas las acciones de comunicación que se deben establecer para vender el servicio que ofrece el Colegio y su propuesta de valor. De tal forma, es aquí donde entran las acciones de contacto directo con el cliente, campañas publicitarias físicas o digitales y acercamiento a medios de comunicación o personas clave para la difusión de la marca.

## **Comunicación Pública**

La comunicación pública es aquella que surge de la obligatoriedad de las empresas de establecer relaciones estratégicas con los gobiernos de turno, así como los cumplimientos de ley como el pago de impuestos, disposiciones técnicas y legales, el régimen laboral, normas ambientales, entre otras.

Así mismo, este tipo de comunicación se da cuando existen relaciones con organizaciones no gubernamentales con las que se pueden establecer acuerdos para investigación y desarrollo o un intercambio de servicios con el fin de favorecer a la comunidad en la que se encuentra ubicada la empresa.

De igual forma, entran aquí las relaciones directas con la comunidad como beneficiario directo de aquellas acciones de la organización que van más allá de su función productiva.

Por último, también se define comunicación pública las relaciones con aquellos públicos que en una situación específica podrían condicionar el buen nombre de la organización en detrimento de su actividad comercial.

## **Voceros de la comunicación externa del Colegio San José**

Se bien la comunicación es una sola (tanto interna y externa) y en el Colegio buscamos centralizar la difusión de información por medio del departamento de comunicaciones, tanto la comunicación comercial, como la comunicación pública tienen unos voceros o representantes principales que son los responsables de emitir los comunicados en situaciones particulares.

### **Voceros de la comunicación comercial**

Director(a) de Admisiones y Mercadeo: Apoyado por el departamento de comunicaciones es responsable de desarrollar los mensajes estratégicos que permitan atraer nuevas familias al Colegio, así como de desarrollar la estrategia de posicionamiento de la institución; y establecer relaciones estratégicas con personas, empresas u organizaciones.

### **Voceros de la comunicación pública**

Director Administrativo: Apoyado por el rector, es el responsable de organizar el relacionamiento con entidades financieras, así como de estar pendiente de la información relacionada con los cambios o actualizaciones en las disposiciones legales y ambientales que puedan afectar el funcionamiento de la institución. De igual

forma, es el encargado de mantener al día los documentos legales necesarios para cuando se requiera dicha información.

Rector: Apoyado por el departamento de comunicaciones es el responsable de entablar relaciones con el gobierno político (como alcaldías y secretarías de educación y movilidad) y con organizaciones no gubernamentales para el desarrollo de acuerdos y alianzas estratégicas. Además, acompaña a los demás voceros en su gestión comunicativa. También establece relaciones con otros rectores del colegio y de asociaciones con las cuales el Colegio ha establecido algún vínculo (UCB, Gressa, etc).

Si bien, cada vocero es responsable de su área es indispensable que busque el apoyo del departamento de Comunicaciones en cualquier situación. Todos los mensajes deben prepararse con tiempo y deben cuidar el estilo y tono de la comunicación externa del colegio, así como su imagen ante la sociedad. Este trabajo en equipo permitirá que se disminuya cualquier error de comunicación y evitará la desinformación por parte de la institución.

### **Canales de comunicación externa**

- Comunicados: Se utilizan en situaciones particulares para informar a los medios de comunicación o personas interesadas sobre la valoración de un hecho o situación que involucra, de manera directa o indirecta, al Colegio. Por lo general describe las decisiones de la organización en relación al hecho en particular y se describen las acciones a seguir. Puede realizarse de forma escrita o audiovisual.
- Página Web: Se alimenta de toda la información institucional de interés para todos los públicos externos. Debe ser actualizada de manera frecuente con imágenes, videos y otros elementos que la hagan más atractiva al público.
- Publicidad: Tanto como si es tradicional (anuncios, vallas, stands, participación de eventos, etc), como si es digital debe contar con todos los requisitos de la línea gráfica del colegio, así como de mensajes clave de la institución con los que quiere generar resonancia en sus públicos y la sociedad en general. Por medio de este canal se puede generar reconocimiento y recordación de marca; gestión de la reputación; y atracción de clientes potenciales.
- Redes sociales: Este canal permite llegar a un público más amplio y tener una interacción directa con seguidores. Son fundamentales para crear y consolidar comunidades que creen en el valor de la marca y por tanto pueden convertirse en representantes de la misma.



## **Comunicación Intermedia del Colegio San José**

La comunicación intermedia es aquella que alcanza a los ámbitos interno y externo y su función es establecer una relación de identidad con la organización, así como comprometer a todos los públicos con la misión y visión del Colegio. Por medio de la comunicación intermedia la organización define quién es, cómo lo hace y por qué lo hace. El principio que fundamenta este tipo de comunicación es “no basta con decir quiénes somos, es necesario vivir de acuerdo a nuestra esencia”; siempre buscamos vivir la coherencia. De esta forma, se busca dejar una huella en los públicos internos y externos de la institución, de tal manera que sean reconocidos por sus principios y formas de ser en donde quiera que se encuentren.

## **Mensajes clave que suele comunicar el Colegio**

### **Mente, corazón, acción**

El Colegio expresa constantemente una visión integral del ser humano que se expresa en las dimensiones de la mente, el corazón y la acción. Esto se evidencia en una alta formación en competencias intelectuales y académicas; en un esfuerzo por educar en principios y valores como la alegría, la amistad, el respeto, la búsqueda de la verdad, el amor, la fe, la honestidad, la lealtad, el servicio, la confianza, la compasión, la fraternidad y el liderazgo; y en el deseo de formar personas dispuestas a poner sus dones al servicio de los demás, dispuestos a entregar la vida por quienes más lo necesitan.

Todos los colaboradores de la institución procuran vivir esta consigna por medio de una disposición para atender con alegría a todas las personas que tienen contacto con el Colegio, así como por medio de una pasión por la educación y el compromiso con la formación de personas y el desarrollo del país. Cada miembro de la comunidad San José busca hacer su trabajo con pasión y llevar a cabo sus responsabilidades con alegría.

### **Somos una familia de puertas abiertas**

El Colegio es una institución académica que busca establecer un diálogo con la sociedad desde el respeto y la defensa de la verdad. En ese sentido, todos son bienvenidos a hacer parte de esta comunidad. Esto se refleja en el respeto a la diferencia, el deseo de promover una cultura de la inclusión, en el trabajo en equipo y en la actitud de acogida que tienen los colaboradores con todos sus públicos

externos (desde los habitantes de Cajicá hasta todas las familias que tengan algún interés en matricular a sus hijos en el Colegio).

### **Formando líderes para servir**

El Colegio concibe como su horizonte el formar personas con capacidades intelectuales y humanas para desarrollar una disposición a ayudar, colaborar y servir a los más necesitados. Esto se promueve a todos los niveles de la comunidad escolar y un ejemplo de ello son los diferentes momentos en los que colaboradores, padres de familia, docentes y estudiantes se van de misión a lugares marginados de Colombia para llevar un mensaje de esperanza, de alegría, de reconciliación y paz desde una perspectiva de fe cristiana. Además, para la institución es fundamental que los colaboradores conciban su trabajo como una misión y una forma concreta de servir según capacidades y posibilidades.

### **Espíritu de familia y de comunidad**

Constantemente hablamos de un “nosotros” en el que incluimos a padres de familia, colaboradores, docentes, estudiantes y todos los allegados al Colegio porque fomentamos los vínculos de fraternidad, amistad y solidaridad. Así mismo, consideramos fundamental la mutua colaboración y complementariedad entre los padres y el Colegio en la educación de los niños y jóvenes. De igual forma, sabemos que nos une el anhelo de formar personas felices y la pasión por la educación como un vehículo para el desarrollo del mundo y del país.

### **Una cultura del acompañamiento**

Cada trabajador del Colegio es responsable, desde sus funciones, de velar tanto por los estudiantes como por sus compañeros de trabajo y demás colaboradores, estando atento a las necesidades de cada individuo siendo consciente de su entorno familiar y social. Esto ayuda en la consolidación de ambientes seguros en la institución en donde cada miembro de la Familia San José cuenta con el apoyo de diferentes personas que lo acompañan en sus procesos profesionales, humanos y espirituales.

#### 4. Comunicación de Crisis en el Colegio San José

La comunicación de crisis es la forma en la que una empresa informa a sus públicos de una situación particular o un hecho que ha dañado o puesto en peligro a uno o más miembros de su comunidad. El objetivo de este tipo de comunicación es mitigar el impacto desfavorable que puede tener sobre la organización y su reputación cualquier situación negativa que pueda presentarse.

A continuación, se presentan algunos pasos que se deben tener en cuenta para la elaboración de un manual de crisis.

1. Mapa de riesgos: Lo primero que hay que hacer es identificar cuáles son las vulnerabilidades del Colegio. Es recomendable que esto lo haga el comité directivo en conjunto del Departamento de Comunicaciones. Aquí pueden incluirse aspectos externos como internos. La idea es ser lo más exhaustivo posible. A continuación, se dan ejemplos de riesgos que pueden darse en la organización

- Mala atención o mal servicio.
- Huelga por parte de los trabajadores
- Abuso de menores
- Acciones reprochables o malas conductas por parte de alguno de los colaboradores.
- Acciones reprochables o malas conductas por parte del personal administrativo.
- Acciones reprochables por parte de algún miembro del comité directivo.
- Malas prácticas medioambientales o de salubridad.
- Decretos, políticas o legislaciones que afectan el funcionamiento del Colegio.
- Acusaciones que recaen en uno o más miembros de la comunidad San José.

2. Identificar la fuente de posibles crisis: Lo más importante en una crisis es actuar lo más rápido posible. Por eso es indispensable tratar de conocer de una situación de riesgo o posible crisis desde antes. Porque, aunque no todos los riesgos resultan en una crisis, si se monitorean es posible que se gestionen de la mejor manera y así evitar que se convierta en una situación más grave.

Por eso es importante revisar fuentes internas (comportamientos de los colaboradores, planta física del Colegio, respuesta de correos, llamadas telefónicas o solicitudes) y externas (autoridades locales, clientes, socios, situación de proveedores, entorno socioeconómico, redes sociales, etc).

### 3. Construir mensajes clave

Una vez se tengan identificados los posibles riesgos y sus respectivas fuentes es fundamental sentarse a pensar qué se quiere decir o qué responder a cada situación. Es importante entender que si bien es imposible tener el panorama detallado al 100% de una situación de riesgo es fundamental imaginar todos los posibles escenarios, desde el más inofensivo al más peligroso. Además, es recomendable tener varios tipos de mensajes ya listos; unos más generales, otros más concretos, esto ayudará a tener buen material que puede ser difundido en diferentes momentos de la crisis. Esto permitirá ganar tiempo en la respuesta que la empresa debe dar.

### 4. Definir la composición del comité de Crisis.

Aunque pareciera que este es el primer punto, el haber hecho todos los puntos anteriores permitirá tener claridad sobre quiénes deben estar y porqué. Si bien en el Colegio, el Comité de Crisis lo componen los miembros del Comité Ejecutivo, estos tienen la potestad de llamar o invitar a asesores externos como el Coordinador de Comunicaciones u otros dependiendo el caso.

### 5. Establecer un protocolo de Acción

Es fundamental que se tenga una lista de acciones que deben seguirse en la medida que se avance en el desarrollo de la crisis y la gestión de la misma. A continuación, se dejan las más comunes:

- Informar al comité directivo y al coordinador de comunicaciones.
- Convocar al comité de crisis.
- Recopilar toda la información posible.
- Clasificar la crisis según su gravedad.
- Identificar las causas.
- Elegir un portavoz
- Tomar medidas de acción para la gestión y solución de la crisis.

### 6. Estrategia de Social Media

Es muy importante establecer una estrategia para redes sociales enfocada a compartir con transparencia lo acontecido y las acciones tomadas por la organización para solucionar cualquier problema. Es fundamental tener calma, saber escuchar todas las posturas y recordar que es la organización quien lidera la comunicación y por eso no se debe caer en la tentación de responder a comentarios negativos. Controlar lo que se dice, cuándo se dice y cuánto se

demora la difusión del mensaje son fundamentales para no dejarse llevar por posturas contrarias.

#### 7. Directorio de públicos estratégicos

Es fundamental tener actualizado un directorio con número de contacto directo con personas estratégicas cercanas a nuestra organización que puedan verse afectadas por la crisis y hablar con ellos de manera personal. Explicarles cuál es la situación y cuáles serán las medidas que asumirá la institución. Esto ayudará a mantener la transparencia y controlar la difusión de desinformación que puede generar más reacciones negativas si no se gestiona a tiempo.

#### 8. Practicar y corregir:

Para que el manual funcione es muy importante evaluar su practicidad y la facilidad de su uso. Es indispensable hacer simulacros de diferentes escenarios para que cada una de las personas que podrían tener que usar el manual puedan conocerlo y hacer correcciones al documento según oportunidades de mejora.

Por último, es necesario que tanto los voceros, como aquellos miembros del comité de crisis se entrenen en el manejo del estrés y de la presión. Para manejar la crisis se necesita tener cabeza fría y mantener la calma. También se recomienda que siempre se opte por la transparencia y entender que no es estratégico esconder nada. Es una cuestión de tiempo y de honestidad. Si por alguna razón hay demoras en dar respuesta o se descubre que se escondieron aspectos de la crisis es posible que la situación se torne mucho peor.

Además, parte del manual de comunicación de crisis es el Protocolo de Comunicación de Bioseguridad dada la coyuntura de la pandemia que estamos viviendo desde marzo de 2020.