

GESTIÓN DE MEDIOS Y RELACIONES PÚBLICAS DE ASPAEN GIMNASIO CANTILLANA

KAREN LISETTE VILLAMIZAR RUEDA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA BUCARAMANGA

COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO

PASANTÍA

BUCARAMANGA

2015

GESTIÓN DE MEDIOS Y RELACIONES PÚBLICAS DE ASPAEN GIMNASIO CANTILLANA

KAREN LISETTE VILLAMIZAR RUEDA

Pasantía para optar por el título de Comunicadora Social - Periodista

SUPERVISOR:

Clara Inés García Villamizar

Comunicadora Social – Magíster Rel. Industriales

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA BUCARAMANGA

COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO

PASANTÍA

BUCARAMANGA

2015

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Firma del presidente del jurado**

---

**Firma del jurado**

---

**Firma del jurado**

Bucaramanga, 28 de enero 2015

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	8
CONTEXTO INSTITUCIONAL.....	9
1.1 Misión.....	9
1.2 Visión.....	9
1.3 Cultura Institucional .....	10
1.4 Ubicación.....	11
1.5 Organigrama De Cantillana: .....	12
2. OBJETIVOS DE LA PASANTIA.....	13
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	13
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
3. PLAN DE ACCIÓN PASANTÍA .....	14
4. REFERENTE CONCEPTUAL .....	18
5. ACTIVIDADES DESARROLLADAS .....	20
6. CONCLUSIONES .....	24
7. RECOMENDACIONES .....	26
8. BIBLIOGRAFÍA .....	27
9. ANEXOS .....	28

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
Anexo A: Inventario de destinos de comunicación	28
Anexo B: Caracterización de medios de comunicación	30
Anexo C: Descripción de medios de comunicación	31
Anexo D: Noticantillana No.3	36
Anexo E: Noticantillana No. 4	37
Anexo F: Anuario	38
Anexo G: Hoja Informativa	39
Anexo H: Notipersonal	40
Anexo I: II Conferencia Familiar Aspaen	41
Anexo J: Jornada Solidaria	41
Anexo K: Free Press Vanguardia	42
Anexo L: Foto de Promoción Encuesta de Satisfacción 2014	43

## RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

**TITULO:** GESTIÓN DE MEDIOS Y RELACIONES PÚBLICAS DE ASPAEN GIMNASIO CANTILLANA

**AUTOR(ES):** KAREN LISETTE VILLAMIZAR RUEDA

**FACULTAD:** Facultad de Comunicación Social

**DIRECTOR(A):** Mg. CLARA INÉS GARCÍA VILLAMIZAR

### RESUMEN

Aspaen Gimnasio Cantilla es una institución educativa que pertenece a la Asociación para la Enseñanza (ASPAEN). Aspaen, es una fundación sin ánimo de lucro, que promueve, dirige y asesora Centros y proyectos educativos, garantizando la más alta calidad educativa, mediante la aplicación de un enfoque de Educación Integral Personalizada. De acuerdo a lo anterior, el proyecto de pasantía “Gestión de medios y relaciones públicas de Aspaen Gimnasio Cantillana”, tiene como finalidad optimizar la comunicación interna y externa de la institución educativa, a través de propuestas que puedan devenir estrategias de comunicación a fin de fortalecer los vínculos entre los distintos públicos, ya sea por medio de la comunicación cara a cara o a través de los diferentes medios de comunicación del Gimnasio. De igual manera, en el proceso de gestión de medios es importante el papel que juegan los medios externos en cuanto a la difusión de información del Gimnasio y el aporte al posicionamiento de la imagen corporativa de Cantillana.

### PALABRAS CLAVES:

Comunicación interna, medios de comunicación, imagen corporativa, estrategias de comunicación.

## GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

**TITLE:** MANAGEMENT OF MEDIA AND PUBLIC RELATIONSHIPS OF ASPAEN GIMNASIO CANTILLANA

**AUTHOR(S):** KAREN LISETTE VILLAMIZAR RUEDA

**FACULTY:** Facultad de Comunicación Social

**DIRECTOR:** Mg . CLARA INES GARCIA VILLAMIZAR

### ABSTRACT

Aspaen Gimnasio Cantillana is an educational institution that belongs to the Asociación para la Enseñanza (ASPAEN). Aspaen, is a nonprofit foundation that promotes, manages and advises centers and educational projects, ensuring the highest quality of education, by applying an approach of Integral Education Custom. According to the above, the internship project "Management of Media and Public Relationships of Aspaen Gimnasio Cantillana", aims to optimize internal and external communication of the school, through proposals which may result as communication strategies to strengthen links between different kinds of public, either through face-to-face communication or through different media of the institution. Similarly, in the process of media management is important the role played by external media in terms of information dissemination of the school and the contribution to the positioning of the corporate image of Cantillana.

### KEYWORDS:

Internal communication, media, corporate image, communication strategies.

## INTRODUCCIÓN

Partiendo de los objetivos específicos del proyecto de pasantía en “Gestión de medios y relaciones públicas de Aspaen Gimnasio Cantillana”, es importante establecer diferentes estrategias de comunicación en cuanto al mejoramiento de los contenidos de los medios que utiliza la institución para difundir información tanto externo como internamente.

Así mismo, este proyecto busca por medio de estrategias de relaciones públicas optimizar la comunicación con los diferentes actores y públicos de Cantillana, promoviendo acciones de visibilización de la imagen de la institución.

De allí que, la pasantía se centró en diferentes acciones como: en primer lugar, el manejo claro y oportuno de los medios de la institución; en este punto se tuvo en cuenta la innovación en el diseño, contenido, redacción, imagen y video para llegar a los diferentes estamentos de Cantillana, Directivas, Padres de Familia, Alumnos, Docentes, Personal Administrativo, Personal de Servicios Generales y Públicos Externos.

En segundo lugar, el apoyo de la pasantía también tuvo importancia en la logística, coordinación y promoción de los eventos que se llevaron a cabo durante el transcurso del año 2014 como: La Velada Musical Pro-Oratorio, Festival de la Canción y Gran Bazar, Día de los abuelos, II Conferencia Familiar Aspaen, Primeras Comuniones, Semana Patronal, Jornadas Deportivas en Cajasan, Día de la Alumna, Grados Transición 2014 y Clausura Año Escolar 2014. Todos estos eventos donde el departamento estaba encardado de su ejecución.

Además, el apoyo dado al Departamento de Familia y Departamento de Calidad. Por un lado, el Departamento de Familia recibió acompañamiento en sus diferentes Jornadas Sociales desarrolladas en varios sectores de la ciudad. Así mismo, con el Departamento de Calidad se llevó a cabo la promoción y divulgación de la Encuesta de Satisfacción de Aspaen 2014.

Finalmente, lo anterior son algunas de las estrategias desarrolladas durante la pasantía, teniendo en cuenta el objetivo central del proyecto que es “Fortalecer las diferentes estrategias de Comunicaciones y relaciones públicas para contribuir al logro de los objetivos institucionales”.

## **1. CONTEXTO INSTITUCIONAL**

Aspaen Gimnasio Cantillana es un centro educativo comprometido con la Excelencia. Además, pertenece a la Asociación para la Enseñanza (ASPAEN). Aspaen, es una fundación sin ánimo de lucro, que promueve, dirige y asesora Centros y proyectos educativos, garantizando la más alta calidad educativa, mediante la aplicación de un enfoque de Educación Integral Personalizada.

Los Centros Educativos de Aspaen realizan su actividad con un modelo de carácter privado y sus objetivos son la creación y el desarrollo de centros docentes de investigación. Además Gimnasio Cantillana es un colegio bilingüe, desde el año 2001 Aspaen y el British Council construyen una Alianza estratégica con implementación de programas educativos internacionales provenientes de la prestigiosa Universidad de Cambridge en Inglaterra.<sup>1</sup>

### **1.1 Misión**

ASPAEN Gimnasio Cantillana es una institución educativa promovida por padres de familia destinada a secundarlos en su misión de ser los primeros educadores de sus hijas, mediante un proyecto educativo de enfoque pedagógico humanista y de formación personal integral y diferenciada, se apoya en la continua formación de padres de familia y del equipo de educadoras y directivas de la institución, para que sus estudiantes asuman la excelencia y el espíritu solidario como un estilo de vida que transforme la sociedad. A partir de una concepción de la persona humana conforme con el magisterio de la Iglesia Católica, desarrolla su trabajo formativo contando con la asesoría espiritual de la Prelatura del Opus Dei.

### **1.2 Visión**

En el 2020 Aspaen Gimnasio Cantillana es una Institución Educativa Trilingüe Certificada en el Nivel de Excelencia Educativa EFQM. Es reconocida a nivel regional y nacional por el prestigio académico fruto de la investigación y el uso de la tecnología, por tener una estructura curricular siempre acorde a las exigencias del contexto educativo y por la sólida formación humana de padres de familia, profesoras, estudiantes, egresadas y personal no docente.

---

<sup>1</sup> Aspaen Gimnasio Cantillana. Manual de Convivencia. Aspaen Gimnasio Cantillana.

### 1.3 Cultura Institucional

La cultura institucional tiene como bases: el trabajo bien hecho, una alegría derivada de la confianza entre las personas, el espíritu de servicio, la constante innovación y la Calidad con base en la Autoevaluación y mejora continua.



*PLANTA FÍSICA ASPAEN GIMNASIO CANTILLANA*

#### **1.4 Ubicación**

**Dirección:** Km 7 Vereda la Mata, Sector Mensuly Autopista Piedecuesta  
(Retorno la Españolita)

**Teléfono:** 6559101 - Ext: 113

**Correo Electrónico:** [Direcciongeneral@cantillana.edu.co](mailto:Direcciongeneral@cantillana.edu.co)

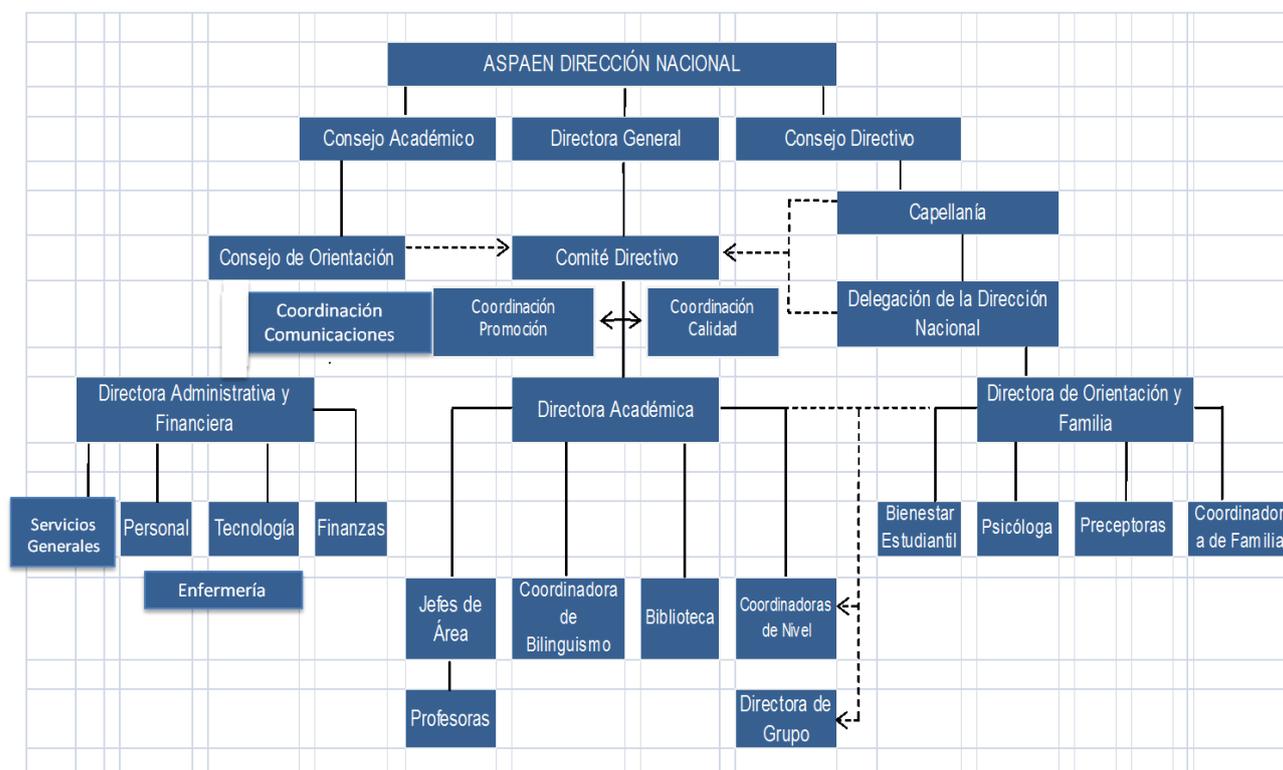
[Bienestar@cantillana.edu.co](mailto:Bienestar@cantillana.edu.co)

#### **JEFES:**

Liliana Rojas de Rey – Directora General de Aspaen Gimnasio Cantillana

Ángela Méndez Cruz – Coordinadora de Comunicaciones

## 1.5 Organigrama De Cantillana:



La estructura organizacional de Aspaen Gimnasio Cantillana obedece a un esquema funcional, de corte tradicional en el cual la coordinación de comunicaciones está bajo la dirección de la Rectora o Directora General, es el puente entre el comité directivo y los demás miembros de la institución.

Además, y aunque no es visible en el organigrama, la coordinación también ejecuta órdenes que desde la dirección nacional de promoción se designan. A su vez, mantiene un flujo de comunicación constante con las demás coordinaciones y apoya a través de los medios de comunicación las campañas y proyectos que las otras coordinaciones planean, demostrando que la información se da principalmente de manera vertical descendente tipo cascada.

## **2. OBJETIVOS DE LA PASANTÍA**

### **2.1 OBJETIVO GENERAL**

Fortalecer las diferentes estrategias de Comunicaciones y relaciones públicas para contribuir al logro de los objetivos institucionales.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Gestionar el contenido de los diferentes medios de comunicación de Cantillana.
- Coordinar las estrategias de relaciones públicas de los diferentes públicos interno y externo.
- Promover las diferentes acciones definidas por la rectoría en la visibilización de la institución.

### 3. PLAN DE ACCIÓN PASANTÍA

La tabla que se encuentra a continuación contiene el plan de acción de la pasantía de Gestión de Medios y Relaciones Públicas de Aspaen Gimnasio Cantillana. En ella se encuentra en detalle los objetivos, estrategias y acciones que se tuvieron en cuenta para el desarrollo del proyecto.

ITEM	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS	ACCIONES	FECHA		RECURSOS	RESULTADOS
				Inicio	Finalización		
1.	Gestionar el contenido de los diferentes medios de comunicación de Cantillana.	<p>Definición de medios de comunicación apropiados y estratégicos.</p> <p>Difusión de información y comunicación relevante para la comunidad educativa.</p> <p>Despliegue de información a través de los medios de comunicación adecuados.</p> <p>Fortalecimiento del Equipo de reporteras -</p>	<p>Se requiere focalizar las principales noticias y actividades a través de un medio principal.</p> <p>Alimentar y remitir a otros medios la información de acuerdo a los públicos de forma más detallada y profunda.</p> <p>Capitalizar la virtualidad.</p> <p>Renovación constante de la</p>	Junio de 2014	Diciembre de 2014	<p>-Talento humano</p> <p>-Computador</p> <p>-Internet</p> <p>-Impresiones</p>	<p>- Mapa de Medios</p> <p>- Mapa de Públicos</p> <p>- Noticantillana</p> <p>- Hoja Informativa</p> <p>- Notipersonal</p> <p>- Elaboración de notas de estudiantes (Utilizando herramientas</p>

		<p>estudiantes para la respectiva realización de textos a publicarse.</p> <p>Posicionamiento del Departamento de comunicaciones.</p> <p>Anticipación a los eventos.</p>	<p>cartelera.</p> <p>Gestionar la publicación de medios como Agenda, Manual de Convivencia, Anuario, Calendario.</p> <p>Mantener actualizada y velar por el adecuado contenido de la página web de acuerdo con los lineamientos de la Dirección Nacional.</p> <p>Realización de 2 trabajos audiovisuales con las estudiantes.</p>				<p>como: video, fotografía y prensa)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perfil de Identidad Corporativa (a través de: entrevistas, encuestas, focus group, cartillas corporativas, análisis de la competencia)</li> <li>- Cronograma de eventos en los diferentes medios.</li> </ul>
2.	<p>Coordinar las estrategias de relaciones públicas de los diferentes públicos interno y externo.</p>	<p>Vinculación de las estudiantes con los medios de comunicación.</p> <p>Promoción y Vinculación de periodistas con eventos relevantes de Gimnasio Cantillana.</p>	<p>Desarrollar las habilidades de comunicación en las estudiantes por medio de talleres.</p> <p>Promover el uso de medios institucionales con las estudiantes del equipo.</p>	Junio de 2014	Diciembre de 2014	<p>-Talento Humano</p> <p>-Material para trabajo (reciclable)</p> <p>- Micrófono y trípode.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conformación equipo de redacción y reportería con mínimo 10 estudiantes.</li> <li>- 40 publicaciones gratuitas en medios de comunicación de la ciudad.</li> </ul>

			<p>Celebrar el día del periodista con los comunicadores de los medios regionales.</p> <p>Enviar noticias frescas y redactadas de tal forma que al editor le llame la atención</p>				
3.	Promover las diferentes acciones definidas por la rectoría en la visibilización de la institución.	Priorización de la información y adaptación de los mensajes desde Dirección General según el medio de comunicación.	Apoyo a Dirección General en eventos, capacitaciones o encuentros con padres de familia, estudiantes, personal y públicos externos.	Junio de 2014	Diciembre de 2014	Talento humano Computador Internet	- Presentación en jornadas de Inducción y Reinducción, a través de herramientas como: Prezi, Power Point y audiovisuales.
4.	Contribuir al Plan de Mejora de Comunicaciones	Construcción de la matriz de comunicación o propuesta estratégica de comunicación del Gimnasio Cantillana.	Formalizar los procesos de recepción, producción y medición de la información y de las demás funciones del área de comunicación que permita soportar, de forma más efectiva, las diferentes áreas del colegio y la rectoría ante sus	Junio de 2014	Diciembre de 2014	- Talento humano - Inversión \$16.000.000 - Computador - Internet	- Resultados se evidencian en el 2016.

			diferentes públicos. avanzar en la creación y mantenimiento de bases de datos actualizados y la actualización de los perfiles definidos (según los intereses, expectativas, problemas y oportunidades de los públicos). Se deben fortalecer los espacios de interacción directa y mediada con los públicos de interés				
5.	Promover y posicionar eficazmente la marca Aspaen en todos los grupos de interés (internos y externos)	Disposición de piezas de comunicación que impliquen el uso de la imagen de la institución y de Aspaen Colombia, siempre sujeto a previa aprobación por parte de la Dirección Nacional.	Diseñar las piezas de comunicación.  Distribuir las en los diferentes departamentos u oficinas según sea su uso.	Junio de 2014	Diciembre de 2014		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plantillas Power Point.</li> <li>- Diseño de piezas de acuerdo al manual de imagen corporativa.</li> </ul>

#### 4. REFERENTE CONCEPTUAL

Actualmente el manejo de medios y relaciones públicas dentro de una organización se ha convertido en una herramienta clave para mejorar la comunicación interna y externa de una institución. Por un lado, la comunicación interna que permite facilitar el flujo de información creando identidad institucional, mejoramiento del clima laboral y generando mecanismos para difundir información. Y por otro lado, la comunicación externa que promueve el mejoramiento de las relaciones con los públicos externos, adoptando cambios y retos para la institución.

Partiendo de este punto, es como comenzamos a comprender el aporte de la pasantía en el fenómeno de las comunicaciones de Gimnasio Cantillana, de allí que, es importante referenciar algunos conceptos básicos que marcan la pauta en este proyecto.

En esta medida, el concepto de relaciones públicas juega también un papel importante como afirma Sam Black, quien lo define como “una disciplina de gestión de las relaciones generales que existen de forma natural entre los individuos y las organizaciones. De igual manera, el autor establece 6 factores importantes que ejercen influencia sobre el papel y el ámbito de las relaciones públicas y son: Los públicos de interés, los temas de interés, los medios de comunicación, la naturaleza de la organización, los factores de oportunidad posicionales y los recursos”.<sup>2</sup>

Así mismo, es importante traer a colación el concepto de estrategia de comunicación entendida por Rafael Pérez como “un proceso intencional, de interacción entre las personas que comunican y los interlocutores, los anteriores definidos como personas claves que toman parte del dialogo”.<sup>3</sup> De acuerdo a esto, los medios de comunicación de Gimnasio Cantillana cumplen una función vital en cuanto a la información que se brinda a los diferentes públicos de interés, teniendo en cuenta que sea una información clara, oportuna y veraz.

De igual forma, se debe establecer la intencionalidad del acto comunicativo para lograr una buena estrategia de comunicación. Al mismo tiempo, cabe resaltar el concepto de comunicación interna según Jesús García Jiménez quien plantea la comunicación en una organización de la siguiente forma: “la comunicación interna entendida desde dos aspectos. En primer lugar la comunicación vertical, haciendo

---

<sup>2</sup> BLACK, Sam. ABC de las relaciones públicas. Barcelona: Ediciones Gestión, s.a., 2001. p. 15-17

<sup>3</sup> PÉREZ, Rafael Alberto. Estrategias de comunicación. Barcelona: Editorial Ariel, s. a., 2001. p. 462.

referencia a Directivos-Empleados de forma descendente. En segundo lugar, la comunicación horizontal que es de empleado a empleado”<sup>4</sup>

Por otro lado, cuando hacemos referencia a las relaciones públicas en una organización, en este caso Gimnasio Cantillana es preciso establecer el concepto de imagen corporativa, en cuanto a la visibilización de la institución con los diferentes públicos de interés, siendo éste uno de los objetivos propuesto en el proyecto,. De esta forma, entenderemos la imagen corporativa como: “la integración en la mente de los públicos de todos los mensajes emitidos por la empresa en su relación ordinaria con ellos. Así mismo, la imagen corporativa es la multiplicidad de actos que la empresa es protagonista y donde el management de comunicaciones cumple un papel vital”<sup>5</sup>, según Justo Villafañe.

Al llegar a este punto, partimos del modelo de los tres mundos de acción en la gestión integral de las comunicaciones de una organización que plantea Joan Costa. El proyecto de pasantía aborda los tres mundos entendidos como: “Comunicación Institucional, Comunicación Organizacional y Comunicación Mercadológica; teniendo en cuenta que el autor expone este modelo desde unos criterios estratégicos, entendiendo la empresa desde un sentido fundacional e institucional y la responsabilidad que esta posición conlleva, de visión global y de orientación a futuro. La empresa como organización, estructural y dinámica: productiva, administrativa, etc. La empresa orientada al mercado, de allí la acción de los tres mundos dentro la organización”<sup>6</sup>

Finalmente, desde el proyecto de pasantía “Gestión de medios y relaciones públicas de Aspaen Gimnasio Cantillana”. El apoyo que se da a la Comunicación Institucional ha sido en pro del cumplimiento de los objetivos corporativos, orientados hacia el mejoramiento continuo de la organización, generando un buen ambiente entre los diferentes públicos y la organización.

---

<sup>4</sup> GARCÍA JIMÉNEZ, Jesús. La comunicación interna. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, s.a., 1998. p. 13.

<sup>5</sup> VILLAFAÑE, Justo. La gestión profesional de la imagen corporativa. Madrid: Ediciones Pirámide (Grupo Anaya . S.A.), 2008. p. 29.

<sup>6</sup> COSTA, Joan. En: Las nuevas coordenadas de comunicación. [en línea] <http://scienti.colciencias.gov.co:8084/publindex/docs/articulos/1692-2522/1/1.pdf>. Fecha de Consulta Agosto 28 de 2014.

## 5. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Teniendo en cuenta la labor en el Departamento de Comunicaciones de Cantillana, durante el transcurso de la pasantía se realizaron estrategias y acciones que aportaron al cumplimiento de los objetivos, entre ellos: la promoción, divulgación y acompañamiento de la Encuesta de Satisfacción 2014 desde los diferentes medios donde el departamento de Comunicaciones año a año juega un papel importante. Así mismo, coordinación y acompañamiento en eventos La Velada Musical Pro-Oratorio, Festival de la Canción y Gran Bazar, donde el departamento esta encardado de toda la logística y promoción en los diferentes medios institucionales de los eventos dichos anteriormente.

A demás, la gestión de medios internos y externos de la promoción de la 2da. Gran Conferencia Familiar Aspaen, donde el gimnasio tuvo la oportunidad de traer a un experto en familia, y comunicación es el encargado de programas entrevistas, videos, cubrimiento de la conferencia y divulgación del evento desde correos a familias, correos institucionales y comunicados en la plataforma de Cibercolegios.

Por otro lado, en el marco de la Comunicación Organizacional el proyecto de pasantía se enfoca en la comunicación interna, públicos internos y todo el manejo de los medios internos como lo son: Correos institucionales, cibercolegios, página Web, carteleras institucionales, Notipersonal, Hoja informativa, manejo de las redes sociales Facebook, grupo de Whatssap, entre otros. Estos medios se utilizan para difundir información de interés a nuestros públicos internos que son: en primer lugar las alumnas de Cantillana, docentes, personal administrativo, personal de servicios generales y directivas.

A continuación, se presentan en detalle algunas de las actividades desarrolladas en el departamento comunicaciones:

- **Producción de notas simples, notas ampliadas, fotografía y edición de 2 Noticantillana. Este medio es una revista institucional que se publica cada 3 meses.**

Noticantillana Edición No. 3 Septiembre 2014

Noticantillana Edición No.4 Noviembre 2014

- **Apoyo en la producción y elaboración del Anuario de Gimnasio Cantillana 2014**

- **Elaboración de Boletines semanales (Hoja Informativa) y carteleras institucionales.**
- **Elaboración y edición de Notipersonal, revista virtual que se publica cada mes y va dirigida al personal de la institución.**
- **Organización de la II conferencia familiar Aspaen en Bucaramanga. En este punto, el apoyo al departamento de comunicaciones fue el manejo de los diferentes medios de comunicación internos y externos del colegio para promocionar el evento. Además, de el cubrimiento del mismo.**
- **Apoyo al Departamento de Familia de Cantillana en la Jornada Solidaria que se llevó a cabo en las Veredas de San José y el Gualilo (kilómetro 12 vía a Cúcuta).**
- **Producción, rodaje y edición de videos:**

Video promocional de la velada musical

Video Presentación Salón Múltiple y Oratorio

Video Grados de transición 2014

Apoyo en demás videos institucionales

- **Free Press publicados en Vanguardia liberal**
- **Promoción y divulgación de la Encuesta de Satisfacción 2014(manejo de los diferentes medios de Aspaen Gimnasio Cantillana)**
- **Coordinación y apoyo en los diferentes eventos institucionales como:**  
La Velada Musical Pro-Oratorio, Festival de la Canción y Gran Bazar, Día de los abuelos, II Conferencia Familiar Aspaen, Primeras Comuniones, Semana Patronal, Jornadas Deportivas en Cajasan, Día de la Alumna, Grados Transición 2014 y Clausura Año Escolar 2014. Todos estos eventos donde el departamento estaba encardado de toda la logística, manejo de medios y promoción.
- **Funciones derivadas del plan de acción**
  - Realización y entrega de la **Hoja Informativa** dirigida al personal de Cantillana.
  - Realización y entrega del **Noticantillana** a padres de familia en cada Entrega de Informes (Tres anuales).

- Realización y envío en formato digital el **Notipersonal** en los primeros días de cada mes.
- Actualización de las **carteleras institucionales** los lunes de cada semana.
- Seguimiento a las diferentes sugerencias del **Buzón de sugerencias** (Ver Plan Operativo del Buzón y formato de seguimiento)
- Actualización de la página web cada vez que sea pertinente, al menos una vez a la semana. (Ver página: [www.cantillana.edu.co](http://www.cantillana.edu.co) )
- Realización y actualización del **Notivirtual** los primeros días de cada mes y enviar un correo a los padres de familia informando la actualización. (Cibercolegios)
- Realización y entrega del **Anuario** en noviembre de cada año.

Seguimiento con el Comité de anuario con estudiantes del grado 11, quienes apoyan en la consecución de información y dan ideas sobre el diseño de acuerdo con los gustos del grupo.

- Realización y entrega de la **Agenda Institucional** en febrero de cada año, a estudiantes de bachillerato y personal del colegio.
- Realización y entrega del **Calendario Institucional** a todas las familias del colegio y al personal.
- Comunicación constante y pertinente con los padres de familia vía **correo electrónico**.
- Community Management (Facebook y Twitter)
- Envío constante de fotos e información relevante a **Vanguardia Liberal** para su publicación gratis
- Gestionar **aparición en otros medios** como emisoras o televisión, cuando sea necesario.
- Organización de la **celebración de fechas especiales** como cumpleaños, día del trabajo, día del periodista, día del amor y la amistad, despedida de final de año, baby shower, etc.
- **Cubrimiento fotográfico** de cada evento realizado por la Institución.
- Dirección del grupo de periodismo y redacción de Cantillana '**Coquito**', el cual realiza notas para: Noticantillana, Cantiblog y Carteleras Institucionales.

- Apoyo a la Coordinación de promoción en temas relacionados con comunicaciones.

**-Envío de notas sobre Cantillana a Saucará y Yatay**, para publicación en sus respectivos medios.

## 6. CONCLUSIONES

- Partiendo de los resultados arrojados en el transcurso de la pasantía realizada en Aspaen Gimnasio Cantillana, se pudo llegar a concluir que las relaciones públicas son fundamentales en una institución educativa, ya que estas ayudan al fortalecimiento de: “Los públicos de interés, los temas de interés, los medios de comunicación, la naturaleza de la organización, los factores de oportunidad posicionales y los recursos”, como se expresa en el referente conceptual en palabras de Sam Black.
- Así mismo, establecer la importancia de las relaciones públicas en una institución no sería válido sin una planeación estratégica donde se muestren unos objetivos, estrategias, acciones y recursos que generen credibilidad en la organización y sus diferentes dependencias.
- Liderar el plan estratégico de comunicaciones en Cantillana para el mejoramiento de las relaciones públicas, fue un reto porque se trataba de generar una cultura organizacional, teniendo en cuenta las funciones de cada miembro de la institución, en medio de ambiente laborar cargado de tareas y funciones que provienen no solo desde el interior de la organización, sino desde la Dirección Nacional. De esta forma, las tareas relacionadas al plan estratégico de comunicaciones no tenían mayor relevancia para los miembros de la institución.
- Se tuvieron en cuenta estrategias que vinculaban al personal y a los públicos de interés. Se logró a través de la participación del personal, quienes apoyaron este proceso el cual se hizo evidente.
- Tras el acompañamiento a la definición del plan estratégico de comunicaciones se evidenció la vinculación del personal y los diferentes públicos de interés, logrando mejoras en la comunicación y trascendiendo a la retroalimentación.
- En lo que respecta a la gestión de medios el apoyo de la pasantía dejó a la institución herramientas valiosas para el relacionamiento de público como lo son: el mapa de medios, mapa de destinos de comunicación, descripción de cada medio de la institución estableciendo la importancia y los públicos a los que van dirigidos cada uno de ellos.

- Finalmente, en Aspaen Gimnasio Cantillana el plan estratégico de comunicaciones se encuentra en una etapa de definición y aprobación por parte de las directivas, y en el que se pudo contribuir desde la pasantía, se convierte en una necesidad para todos los públicos y en una prioridad que se ejecutará en cada año haciendo parte de plan de desarrollo institucional. Lo anterior, como el resultado de un trabajo en el cual se cumplieron las expectativas y los objetivos planteados.

## 7. RECOMENDACIONES

- El Departamento de comunicaciones debe ser bastante visible para el personal, lo deben reconocer como un Departamento que no realiza funciones aisladas si no al contrario sus funciones van encaminadas al mejoramiento del clima laboral y el bienestar institucional. Sería importante aprovechar las inducciones de principio de año, reuniones de personal, capacitaciones, para hacer visible el plan de comunicaciones y posicionarlo como un eje transversal para la institución.
- Para llevar a cabo una gestión eficaz de medios en Cantillana, es importante focalizar las noticias y actividades a través de un medio de comunicación principal, ya que existía masificación de medios, lo cual generaba sobre carga de información. En este punto, se dio prioridad a la plataforma de Cibercolegios y a la Página Web de la institución para todo lo que concierne a brindar información a los públicos de interés que son: alumnas, padres de familia, docentes, directivas, personal administrativo y personal de servicios generales.
- En esta medida y como última recomendación es vital que Aspaen, reconozca la importancia del buen relacionamiento público, ya que el manejo de la comunicación está limitado a un manual de imagen corporativa, haciendo la labor del comunicador solamente mediática.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

Aspaen Gimnasio Cantillana. Manual de Convivencia. 2014

\_\_\_\_\_. 27 Razones para venir, conocer y decidirte por Cantillana.

BLACK, Sam. ABC de las relaciones públicas. Barcelona: Ediciones Gestión, s.a., 2001. p. 227.

COSTA, Joan. En: Las nuevas coordenadas de comunicación. [en línea] <http://scienti.colciencias.gov.co:8084/publindex/docs/articulos/1692-2522/1/1.pdf>. Fecha de Consulta Agosto 28 de 2014.

GARCÍA JIMÉNEZ, Jesús. La comunicación interna. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, s.a., 1998. p. 373.

PÉREZ, Rafael Alberto. Estrategias de comunicación. Barcelona: Editorial Ariel, s. a., 2001. p. 725.

VILLAFAÑE, Justo. La gestión profesional de la imagen corporativa. Madrid: Ediciones Pirámide (Grupo Anaya . S.A.), 2008. p. 322.

## 9. ANEXOS

### Anexo A: Inventario de destinos de comunicación

#### DESTINOS

##### INTERNO

DOCENTES

PERSONAL DIRECTIVO Y ADMINISTRATIVO

PERSONAL DE SERVICIOS GENERALES

JUNTA CORPADE

ESTUDIANTES

PADRES DE FAMILIA

##### MARKETING

#### COMUNICACIÓN DE CONSUMO:

*FAMILIAS INTERESADOS EN CANTILLANA*

ESTUDIANTES

PADRES DE FAMILIA

#### CONSUMIDORES PROFESIONALES:

COMPETENCIA

PROVEEDORES

#### CONSUMIDORES EMPRESARIALES:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

UNIVERSIDADES

PATROCINADORES

**ENTORNO**

**COMUNICACIÓN FINANCIERA:**

MEDIOS FINANCIEROS

MEDIOS BURSATILES

**COMUNICACIÓN POLITICA:**

GOBIERNO

MINISTERIO DE EDUCACIÓN

ALCALDIA

**COMUNICACIÓN EDUCATIVA:**

UNIVERSIDADES

COLEGIOS- ESCUELAS

**COMUNICACIÓN SOCIAL:**

ASOCIACIÓN PARA LA ENSEÑANZA

**COMUNICACIÓN DE OPINION PÚBLICA:**

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

CIUDADANOS EN GENERA

## **Anexo B: Caracterización de medios de comunicación**

### **INTERNO**

#### **INFORMACIÓN:**

CARTELERAS, HOJA INFORMATIVA, CIBERCOLEGIOS, CORREO INSTITUCIONAL, PAGINA WEB, NOTIPERSONAL, CANAL INTERNO DE PARLANTES, CIRCULARES, BOLETINES.

#### **COMUNICACIÓN:**

CAPACITACIONES, GUIÓN- JORNADAS DE FORMACIÓN, TALLERES, REUNIONES, INDUCCIONES, COMITES, JUNTAS GENERALES, CELEBRACIONES.

### **MARKETING**

#### **INFORMACIÓN:**

INTERNET, CALENDARIO, PUBLICACIONES EN MEDIOS, CELEBRACIONES, PAPELERIA, SOUVENIRES Y PUBLICIDAD.

#### **COMUNICACIÓN:**

REUNIONES, CONGRESOS, CONCURSOS, PLANES DE COOPERACIÓN (DIPLOMADOS), TALLERES, BRIGADAS DE SALUD.

### **ENTORNO**

#### **INFORMACIÓN:**

FREE PRESS, BOLETINES DE PRENSA, CONVENIOS.

#### **COMUNICACIÓN:**

REUNIONES, CONGRESOS, EVENTOS, RUEDAS DE PRENSA, PRESENTACIONES Y PATROCINIO.

## **Anexo C: Descripción de medios de comunicación**

**MÁS IMPORTANTE ACTUALMENTE: PÁGINA WEB:** Es una ventana porque, entre otras, tiene estas funciones: comunicar e informar, marketing y publicidad, mejorar en la relación con los padres de familia, dar reconocimiento y prestigio, obtener y captar nuevos clientes, etc...

**Opinión:** Tiene un estilo corporativo, permite una coevaluación entre los diferentes colegios de Aspaen, fotos cercanas, información clara, concreta.

Requiere fortalecer la multimedia y el hipertexto y la creación de espacios de interacción, requiere que los departamentos involucrados como promoción y academia aporten información más amigable.

**PLATAFORMA VIRTUAL: CIBERCOLEGIOS:** Es un sistema de gestión que ofrece Seguros Bolívar para apoyar las áreas administrativas, académicas y de comunicaciones de las instituciones educativas.

En Cantillana esta plataforma se utiliza para mantener a los padres de familia, alumnas, directivas y docentes enterados de qué está pasando en el colegio. A su vez, las profesoras montan información de notas, evaluaciones, quizes y seguimiento académico de las alumnas.

**Opinión:** Se encuentra en su parte inicial, requiere fortalecer la imagen institucional, más allá del logo, debe ser más amigable (colores, diseño) e intuitiva, se debe fortalecer la usabilidad para garantizar una mayor lecturabilidad y se requiere hacer una mejor socialización en la forma de interactuar con la plataforma.

Debe tener unas políticas editoriales y mayor comunicación con la fuente de información.

**MÁS IMPORTANTE ACTUALMENTE: CORREO ELECTRÓNICO:** Por el momento, el más utilizado y más retroalimentado. Se usa para informar sobre acontecimientos relevantes que en algunas ocasiones requieren respuesta inmediata del receptor. Se utiliza como medio de comunicación interno, pero también para enviar comunicados, circulares e información de importancia a los padres de familia de Cantillana.

**Opinión:** Actualmente es el medio de recepción, transmisión y retroalimentación con más uso en Cantillana.

Permite una constante comunicación, ya que la mayoría de usuarios como padres de familia y personal, tienen su correo electrónico abierto en sus computadores, smartphones o tabletas.

Sus dificultades provienen en que requiere una constante actualización de correos electrónicos (ingresos, retiros, cambios de correo, cambios de curso, personal nuevo) por parte de quienes transmiten la información (comunicadora, directivas, directoras de grupo, coordinadoras de familia). En ocasiones esos cambios no se realizan por falta de información.

En ocasiones los correos se encuentran mal digitados o los buzones están llenos y la información se rebota.

**MÁS IMPORTANTE ACTUALMENTE: CIRCULARES:** Toda la información que sale de comité directivo y va dirigido a la comunidad educativa se hace a través de circulares. Igualmente la información de directoras de grupo, coordinadoras y psicólogas. Su frecuencia depende de la información, es atemporal.

**Opinión:** Permite la comunicación entre directivas y comunidad educativa en general. Su información es precisa y no muy abundante.

Su problema radica en que el medio de comunicación por el cual se transmite no se encuentra bien posicionado o tiene dificultades (Cibercolegios y Correo electrónico)

**COMUNICADOS:** Toda la información que sale del departamento de comunicaciones y va dirigida a la comunidad educativa. Su frecuencia depende de la información, es atemporal.

**BOLETINES:** Es un medio de comunicación que refuerza la información transmitida en el Noticantillana, de acuerdo a la necesidad de comunicar cierta información. Va dirigido a la comunidad educativa.

**NOTIPERSONAL:** Es un boletín virtual que se envía entre los primeros 5 días de cada mes y busca fortalecer la comunicación entre el personal. En él se publican eventos de actualidad, eventos que pasaron el mes anterior, los cumpleaños de los miembros de personal: Administrativo, directivo, orientación, promoción, calidad, comunicaciones, bienestar, docentes y servicios generales.

**CANTIBLOG:** Fue creado con la intención de ser un medio de comunicación entre las estudiantes. La información es creada y puede ser vista a través de la web y el departamento de comunicaciones coordina los contenidos que las estudiantes desarrollan. Contiene información relevante para las estudiantes, como noticias, concursos, cumpleaños del mes, menú de alimentos, encuestas, etc... Se

actualiza de acuerdo a la disponibilidad de las estudiantes, pero se recomienda que sea quincenalmente.

**HOJA INFORMATIVA:** Se publica los días lunes a través de los correos electrónicos del personal y en las carteleras institucionales. En ella se encuentran datos de actualidad de lo que va a suceder en la semana que se da inicio. Por otro lado, se dan a conocer las fechas importantes de la semana: Cumpleaños, reuniones, capacitaciones, entre otras.

**MÁS IMPORTANTE ACTUALMENTE: NOTICANTILLANA:** Es el único medio que se entrega impreso y va dirigido a todas las familias, tiene una publicación trimestral. Es dirigido por comunicaciones pero en su elaboración participan docentes, estudiantes y padres de familia. Noticantillana está dividido por secciones como: actualidad, editorial, los eventos del mes anterior, promoción y juegos.

**Opinión:** Que no sea un medio solo impreso si no también digital

**CARTELERAS INSTITUCIONALES:** Dirigidas a toda la comunidad educativa, se actualiza todas las semanas y va dirigido especialmente a las estudiantes. Se publica la hoja informática, los cumpleaños de la semana, datos de interés, alumnas destacadas, reflexiones, entre otra información de importancia para las alumnas.

**COMITÉS:** Encuentros que permiten socializar y actualizar los procesos que se van desarrollando y se toman decisiones (Directivos, Promoción, Calidad, Gobierno Escolar, Académicos)

**DESPACHOS:** Son encuentros entre las directivas y su personal a cargo. En ellos se tratan diferentes temas de acuerdo a la urgencia y necesidades de la institución.

**PUBLICIDAD EXTERNA:** PENDONES, FOLLETOS, VALLAS.

**REUNIONES:** Con padres de familia

**ENTREVISTAS:** Directora General y Directora de grupo con familias

**ACUERDOS:** Espacios de convivencia con los empleados

**JORNADAS DE FORMACIÓN:** Capacitación para el personal, se realizan 5 al año

**PRECEPTORÍAS:** Es un espacio mensual de formación individual propio de los colegios Aspaen, en el que cada alumna de 4° en adelante recibe por parte de una tutora asignada, la orientación necesaria para construir su proyecto de vida de acuerdo a su edad. En la preceptoría aprenden a conocerse, a crecer en virtudes y

a formar el criterio respetando su identidad personal, ayudándolas a que progresivamente aprendan a hacer uso efectivo de su libertad.

**DIPLOMADOS:** Dentro del Plan Bandera de Formación a familias, se ofrecen diplomados a los padres de familia con el fin de contribuir a esa principio de “padres como primeros formadores de sus hijos” Tienen duración de un año y va dirigido a familias nuevas, o familias que no lo hayan hecho y para el personal de Cantillana.

**SEMINARIOS:** Enfocados a la formación docente, se realizan al año dos seminarios.

**CONFERENCIAS:** Desde dirección nacional se disponen dos conferencias familiares con el fin de contribuir al plan de formación.

**CANAL YOUTUBE:** Espacio audiovisual para informar y visibilizar los principales eventos y celebraciones de la institución. Permite alta recordación y explicación de temas complejos en poco tiempo.

## **CLASES**

**CELEBRACIONES Y EVENTOS:** Definir los eventos institucionales de mayo cobertura, que debe liderar el departamento de comunicación de aquellos de solo debe apoyar en la parte de medios, pero que están a la cabeza de otros departamentos.

## **MEDIOS ALTERNATIVOS**

- PARLANTES
- PROTECTOR Y FONDO DE PANTALLA COMPUTADOR
- PLANTILLA PARA PRESENTACIONES
- PLANTILLA PARA CIRCULARES Y BOLETINES ELECTRÓNICOS
- LABEL PARA CDS
- BUZÓN DE SUGERENCIAS
- AGENDA
- CALENDARIO
- MANUAL DE CONVIVENCIA
- ANUARIO

- FOLLETOS
- INVITACIONES
- PUBLICACIONES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN (Boletín de Prensa, Publireportajes) Conteo de impactos y pantallazos.
- WHATS APP (Directoras de grupo)
- REDES SOCIALES (Facebook. Twitter)

## Anexo D: Noticantillana No.3

- Noticantillana Edición No. 3 Septiembre 2014



Producción de notas simples, notas ampliadas, fotografía y edición de 2 Noticantillana. Este medio es una revista institucional que se publica cada 3 meses.

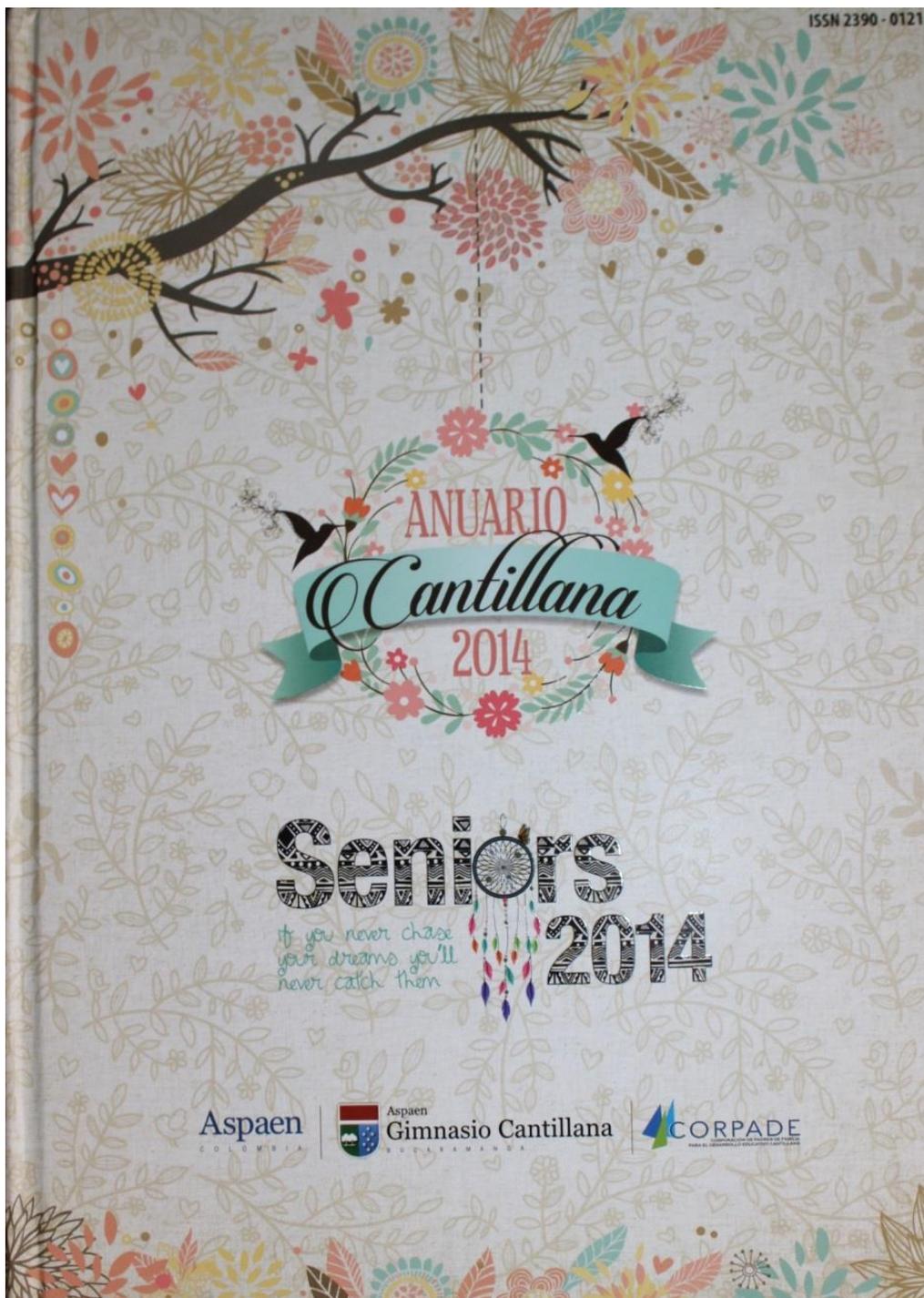
## Anexo E: Noticantillana No. 4

- Noticantillana Edición No.4 Noviembre 2014



Producción de notas simples, notas ampliadas, fotografía y edición de 2 Noticantillana. Este medio es una revista institucional que se publica cada 3 meses

Anexo F: Anuario



Apoyo en la producción y elaboración del Anuario de Gimnasio Cantillana 2014

## Anexo G: Hoja Informativa

# Hoja INFORMATIVA

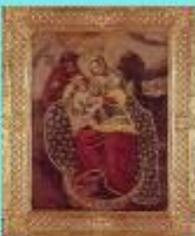
No. 100



12 de Mayo - 18 de Mayo

### CANTILLANA REALIZARÁ LA TRADICIONAL ROMERÍA

El próximo jueves 15 de mayo se llevará a cabo la Romería de mayo en honor a la Santísima Virgen María. Iremos directamente en las rutas a la Parroquia de San Francisco Javier ubicada en el Parque de Piedecuesta, donde veneraremos la imagen de Nuestra Señora de Monguí, patrona de la localidad.



La Romería consiste en visitar y rezar el Santo Rosario en algún Santuario, Parroquia o Lugar donde se contemple la imagen de María. En esta ocasión haremos una ofrenda floral y un aporte a las obras de misericordia de esa parroquia.

### CELEBRACIÓN DÍA DEL MAESTRO

Como manifestación de agradecimiento y admiración por la labor de Enseñar, Gimnasio Cantillana llevará a cabo la celebración del Día del Maestro el próximo jueves 15 de mayo.

La celebración iniciará a las 9:00 a.m. en el comedor donde las estudiantes estarán encargadas de animar a las docentes en su día con un acto especial.



Gimnasio Cantillana continuará la celebración, donde docentes compartirán con sus demás compañeras y directivas.

### FELIZ CUMPLEAÑOS

16. MARÍA LADI PACHECO CÁRDENAS  
(Servicios Generales)

### CALENDARIO

**MARTES 13:** Diplomado 7  
**MIÉRCOLES 14:** Reunión D.G. / JFD: Asesoría Novus 10° y 11°  
**JUEVES 15:** Romería / Celebración día del maestro (Salida alumnas 10:30 a.m.)  
**VIERNES 16:** Convivencia 6° / Convivencia Madrinas y Mamás Confirmaciones  
**SÁBADO 17:** Taller Integración 11°

### PAPA FRANCISCO

*"Espíritu Santo que mi corazón este abierto a la palabra de Dios, que mi corazón este abierto al bien, que mi corazón este abierto a la belleza de Dios, todos los días".*



Coordinación de Bienestar Institucional y Comunicaciones

Elaboración de Boletines semanales (Hoja Informativa) y cartelera institucional.

## Anexo H: Notipersonal



JULIO - 2014



# NotiPersonal

---

**Contenido**

**Pág. 1:** Actualidad

**Pág. 2:** Conoce a tus compañeros

**Pág. 3:** Resumen de Eventos

**Pág. 4-5:** Reflexión

**Fechas 'clave' en Julio**

7. Regreso de vacaciones/ Consejo Académico No.9. Informe II periodo
8. Pruebas SAI 1º-10º
9. Reunión D.G. / JFD: Indicaciones generales
11. Comité Directivo
12. Taller de Integración 10º
15. Diplomado 10 / Junta Corpade
16. Consejo de Padres/ JFD: Formación Académica/ Simulacro No.5 7:00 a.m. – 4:30 p.m.
17. Retro mamas
18. Día de los abuelos/ Comité Directivo/ FAMOF
19. FAMOF
20. DÍA DE LA INDEPENDENCIA
21. Consejo Académico No.9 /Plan de Acción II semestre
23. JFD: Equipo Docente
24. Convivencia 1º
25. Velada Musical Pro- Oratorio / Convivencia 8º
29. Diplomado 11º
30. JFD: Formación Académica Socialización Clases
31. Convivencia Transición



**CORPUS CHRISTI**



**CONVIVENCIA PERSONAL**



**FELIZ CUMPLEAÑOS**

<ul style="list-style-type: none"> <li>03. DEISY MARÍA IBARRA</li> <li>06. LEONOR HERNÁNDEZ</li> <li>06. NATALIA ESTRADA URIBE</li> <li>26. KATHERINE ANGARITA</li> <li>26. DORIS ESCALANTE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>21. ANA BELÉN FLÓREZ</li> <li>22. LINA MARÍA JAIMES</li> <li>22. ANA MARÍA GERRANO</li> <li>26. MARCELA MORENO</li> </ul>
--	--



Elaboración y edición de Noticantillana, revista virtual que se publica cada mes y va dirigida al personal de la institución.

## Anexo I: II Conferencia Familiar Aspaen

### II CONFERENCIA FAMILIAR ASPAEN



Organización de la II conferencia familiar Aspaen en Bucaramanga. En este punto, el apoyo al departamento de comunicaciones fue el manejo de los diferentes medios de comunicación internos y externos del colegio para promocionar el evento. Además, de el cubrimiento del mismo.

## Anexo J: Jornada Solidaria



Apoyo al Departamento de Familia de Cantillana en la Jornada Solidaria que se llevó a cabo en las Veredas de San José y el Gualilo (kilómetro 12 vía a Cúcuta).

## Anexo K: Free Press Vanguardia

### Velada musical

En las instalaciones del Colegio Aspaen Gimnasio Cantillana, se llevó a cabo la 'Velada Musical Pro-Oratorio'.



Laura Herrera / VANGUARDIA LIBERAL

Ana Sofía Morales Gandur, Viviana Landinez, Juan Carlos Prada, Olga Montero, Valerio Aguirre, Fernando Linares, Carlos Ordoñez y Janeth Sepúlveda.



Laura Herrera / VANGUARDIA LIBERAL

Augusto García, Clara Estupiñan, Alexander González, Leyla Patricia Perea, Liliana Rojas de Rey, Yaneth Moreno, Carolina Parra, Yermis Blanco, Javier Abril, Miguel Flórez, Ivonne Alvernia y Jairo Barranco.

## Anexo L: Foto de Promoción Encuesta de Satisfacción 2014



**¡Nuestra excelencia  
se consolida escuchándolos!**

Participa y podrás llevarte un fabuloso Ipad Mini



Promoción y divulgación de la Encuesta de Satisfacción 2014 (manejo de los diferentes medios de Aspaen Gimnasio Cantillana)