



# Política de Comunicaciones CFT Estatal Región de Coquimbo 2023

## Unidad de Comunicaciones

Encargado: Juan Andrés Velásquez Lazo

### **Antecedentes**

La comunicación estratégica es una herramienta esencial con la que cuentan las organizaciones en la sociedad actual, cada vez más mediatizada y globalizada, donde la imagen y la reputación institucional o corporativa tienen un papel primordial. Se trata de un proceso que permite trazar uno o más objetivos, que sirven como referencia para definir las acciones tendientes a lograr las metas proyectadas. De esta manera, se habla de un proceso el cual se trata de un marco participativo y en movimiento, donde todos los integrantes de la institución pueden aportar, adherir y contribuir a alinear la comunicación, tanto a nivel interno como externo. Asimismo, la adecuada planificación estratégica de la comunicación permite orientar de mejor forma el proceso de toma de decisiones, lo que optimiza el empleo de recursos humanos y recursos económicos. Del mismo modo, es un elemento clave a la hora de enfrentar contingencias o situaciones críticas [internas y externas] al ofrecer lineamientos de contenidos y procedimientos que favorecen una respuesta coherente, coordinada, relevante y a tiempo, frente a las circunstancias del momento.

### **Objetivo General**

Establecer un marco normativo y orientador para el funcionamiento de sus medios de información, su imagen corporativa, su relación con la prensa y la comunicación al interior de la comunidad educativa, y que además interactúa con su entorno.

### **Objetivos Específicos**

1.-Promover una comunicación veraz, oportuna y transparente en cada una de las estrategias y acciones que impulse el CFT Estatal Región de Coquimbo, promoviendo los valores corporativos e identidad del CFT.

2.-Favorecer el posicionamiento del Centro de Formación Técnica Estatal como una institución líder en innovación, con una educación de calidad, que contribuirá al desarrollo productivo y tecnológico del territorio.



3.- Contribuir, en cada una de las acciones comunicacionales, al desarrollo de una cultura organizacional alineada con el Proyecto de Desarrollo Institucional, como así también con su misión, visión y valores.

4.- Crear y gestionar contenidos e información de valor sobre el quehacer institucional a sus distintos públicos, tanto internos como externos, contribuyendo al logro de los propósitos institucionales, generando cohesión comunitaria y no de particulares.

5.- Fortalecer y gestionar la comunicación como un proceso que se realiza transversalmente en todos sus Campus y Sedes, a través de sus distintas unidades administrativas, académicas y docentes.

6.- Cautelar y promover el uso correcto de la imagen corporativa de la institución, de sus unidades administrativas, académicas y docentes, así como la de su Centro de Alumnos.

7.- Fortalecer la instalación de un ejercicio informativo inclusivo, plural, diverso y que incorpore perspectiva de género en todas sus dimensiones.

### **Campos de Interacción**

#### Externo

- Establecimientos Educativos TP/CH
- Autoridades locales [Alcalde y Concejo Municipal]
- Autoridades Gobierno Regional [Gobernador(a) Regional, Delegados Presidenciales, Seremi, Consejeros Regionales]
- Ministerio de Educación [CNED-CNA-Subsecretaría de Educación Superior]
- Empresas del Territorio
- Organizaciones productivas y sociales
- Medios de Comunicación

#### Interno

- Directorio
- Estudiantes
- Trabajadores/Colaboradores



## **Plan de Acción**

Debemos reconocer las siguientes dimensiones de la Comunicación Corporativa para su accionar

- Identidad Corporativa
- Comunicación Externa
- Comunicación Interna
- Relaciones Públicas
- Responsabilidad Social
- Comunicación de Crisis

## **Ámbitos Comunicacionales**

Las orientaciones establecidas en la presente política aplican en todos los ámbitos de acción comunicacional que desarrolle la institución, principalmente en:

### **• Uso del nombre institucional.**

De acuerdo con el Decreto con Fuerza de Ley [DFL2] del 6 de abril de 2017, en sus artículos N°1 y N°2, define que el: "Centro de Formación Técnica Estatal Región de Coquimbo", podrá usar a conveniencia el nombre de "CFT Estatal Región de Coquimbo" o la sigla "CFT", lo mismo que la expresión genérica "CFT Estatal", cuando quiera hacer alusión a su identidad.

En virtud de lo anterior y para todos los efectos informativos y de vocerías, el nombre público que debe utilizarse -oral o escrito- es "Centro de Formación Técnica Estatal de la Región de Coquimbo" o su sigla "CFT Estatal Región de Coquimbo".

### **• Manejo y uso de la identidad visual e imagen corporativa.**

El Manual de Uso y Normas Gráficas es quien establece la construcción y aplicación de la marca, definiendo la identidad visual con la cual el CFT Estatal Región de Coquimbo quiere ser visto en todos los eventos o acciones- internos y externos- en que se haga uso de ella.

### **• Relaciones públicas y protocolo institucional.**

El Manual Ceremonial y Protocolo establece las principales normas que deben observarse al momento de planificar y ejecutar cualquier acto, evento, ceremonia o acción protocolar en el CFT Estatal Región de Coquimbo, sea de carácter interno o externo.



- **Vocerías institucionales.**

Las vocerías institucionales son las caras visibles a través de las cuales la institución se comunica con los diferentes públicos, de acuerdo con las temáticas que sean requeridas.

El principal vocero es el Rector del plantel, en todo lo relativo al Proyecto de Desarrollo Institucional, el relacionamiento externo e interno del CFT Estatal Región de Coquimbo y las políticas públicas relacionadas con la institución. Las demás autoridades directivas de la institución también son voceros oficiales de ella, desde sus respectivos ámbitos de competencia. Cualquier miembro de la comunidad educativa que realice acciones, iniciativas e intervenciones comunicacionales a nombre de la institución; también es vocero, y como tal, debe actuar de acuerdo con los principios orientadores de la Política.

- **Administración y manejo de medios corporativos.**

Los medios corporativos oficiales del CFT Estatal Región de Coquimbo son aquellos que representan a la totalidad de la institución y serán gestionados, supervisados y administrados por la Dirección de Comunicaciones. Esto incluye Sitios Web, Redes Sociales, Boletines, Radio y TV, entre otros.

- **Comunicación e información organizacional interna.**

Es deber de la comunidad educativa y administrativa mantenerse informada del acontecer institucional y de las informaciones organizacionales que atañen a su trabajo, a través de los diferentes medios de comunicación del CFT Estatal Región de Coquimbo, así como de su documentación oficial. Esto incluye, entre otros: memorándums, resoluciones y reglamentación institucional.

- **Relación con los medios de comunicación.**

Toda comunicación pública que el CFT Estatal Región de Coquimbo transmita en forma oficial a los medios de comunicación, debe ser guiada y conocida por la Unidad de Comunicaciones, quien velará por la correcta emisión de los mensajes institucionales y de la imagen corporativa. [Revisar Manual de Gestión de Crisis].

- **Publicidad y campañas corporativas.**

Todas las acciones publicitarias y de marketing institucional que realice el CFT Región de Coquimbo constituyen comunicación pública y en ese marco deben ajustarse a los lineamientos establecidos por la Política de Comunicaciones, Manual de Normas Gráficas y Manual de Marca institucional.