POLÍTICA DE COMUNICACIONES

ENAC Caritas
Centro de Formación Técnica

• PRESENTACIÓN

La Política de Comunicaciones de ENAC permite guiar y acompañar de manera eficaz la información que nace desde la institución, destinada a la comunidad interna y externa; estableciendo objetivos que contribuyan al mejoramiento de la comunicación institucional, pensando en sus diferentes públicos objetivos, con el fin de entregar un mensaje claro, unificado, y que dé cuenta de la labor educativa que realiza la institución.

Asimismo, se busca contribuir al posicionamiento resguardando siempre la imagen institucional; desde el principio de que toda la comunidad es portadora del sello ENAC, en las diversas actividades y contextos donde es representada la institución. De esta manera se busca promover el prestigio y el reconocimiento de nuestra marca, en sus diferentes públicos e instancias.

• CONTEXTO

Para ENAC, contar con una Política de Comunicaciones, responde a los desafíos de establecer procesos y procedimientos formales para fortalecer su posicionamiento y valor de marca. De esta manera es posible a través de ella contribuir, a uno de los objetivos del Plan de Desarrollo Estratégico Institucional 2021-2025 el que establece: "Consolidar un proyecto educativo de excelencia y de reconocido prestigio: los seis de años de acreditación institucional que dispone la institución permiten que ENAC sea reconocido como un CFT de excelencia. Mantener y mejorar esta categoría será parte de las aspiraciones del presente plan de desarrollo estratégico (1).

Este objetivo, se suma a la necesidad de visibilizar la Formación Técnico Profesional, validándola como una sólida opción para más estudiantes de pregrado, durante los últimos años. "Esto, ha incidido en el rol de la Formación Técnico Profesional en el actual sistema de Educación Superior de Chile, en que sus estrategias deben estar acompañadas de mecanismos de comunicación de resultados que aumenten la conciencia en la opinión pública (2).

En consistencia a la trayectoria institucional seguida por ENAC, la realización de acciones tendientes a visualizar mejor su identidad y su posición competitiva en el sistema de Educación Superior, se verá incrementada de la mano de una estrategia comunicacional adecuada y efectiva que realce el prestigio alcanzado por la institución, en sus más de 60 años de existencia.

En consecuencia, la comunicación en sus distintas manifestaciones, es un componente esencial en la gestión de las organizaciones, en las relaciones entre sus integrantes y de éstos con su entorno; en la consolidación de una cultura, una identidad y, por ende, de una imagen institucional.

(1) Plan de Desarrollo Estratégico 2021-2025.

(2) Extraído del apartado denominado "Propuestas respecto a la Información y Comunicación de la Formación Técnico-Profesional", de la Estrategia Nacional de Formación Técnico Profesional". Ministerio de Educación, Chile, 2018.

• OBJETIVO GENERAL

Facilitar la gestión de las comunicaciones del CFT ENAC, tanto internas como externas; orientada a velar por la imagen y prestigio institucional, favoreciendo un posicionamiento efectivo tanto en el entorno local y nacional que dé cuenta de la importante labor que realiza la institución por medio de todas sus áreas, conjugando la implementación de estrategias comunicacionales, el buen uso de los medios de comunicación y redes sociales, con un contenido acorde con la misión, visión, valores y el plan de desarrollo estratégico institucional.

• OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Delinear los principios y normativas generales para el desarrollo comunicacional de ENAC, al servicio de la comunidad y de sus públicos objetivos.

- Dar a conocer las actividades e iniciativas que impulsa el Centro de Formación Técnica ENAC, a través de sus diversas plataformas de comunicación.

- Establecer pautas, criterios y vías de comunicación, que posibiliten un flujo de información oportuno y permanente.

- Contribuir a una mejor cultura institucional, que facilite la gestión de las comunicaciones, en miras de fortalecer la relación de ENAC con sus distintas comunidades.

- Promover en sus colaboradores, la preocupación de velar por la imagen institucional en todos los aspectos donde puedan desempeñarse.

- Establecer procedimientos para afrontar determinadas situaciones, de carácter regular o de la contingencia, que deriven en una respuesta oportuna, coordinada y efectiva.

• LÍNEA EDITORIAL

Basado en los valores institucionales que dan vida al proyecto educativo del Centro de Formación Técnica ENAC, la línea editorial resaltará el quehacer institucional y el de todos sus actores junto con el fortalecimiento de la Educación Superior Técnico Profesional.

Política de Comunicaciones desde la base de un modelo inspirado en la formación del estudiante y sus necesidades, todas las acciones comunicativas e informativas, considerarán el uso de herramientas que favorezcan la fluidez y entendimiento, mediante el uso de un lenguaje apropiado y cercano.

La línea editorial de ENAC está sustentada en gran parte por el sello institucional que se debe plasmar a través de una comunicación transparente, veraz y oportuna; priorizando siempre el resguardo de todos los integrantes de ENAC estudiantes, docentes y colaboradores. De la misma manera, lo establecido en el Protocolo de Imagen e Identidad Corporativa debe servir de guía para las acciones de comunicación que surjan de los requerimientos que las diferentes unidades busquen dar a conocer a la comunidad.

En este sentido, es fundamental definir con claridad qué se quiere comunicar, para quién, y con qué objetivos. De tal manera, que se encuentre el formato o producto más adecuado para cubrir determinadas acciones de comunicación.

Es de gran importancia dentro de esta Política de Comunicaciones definir algunos conceptos que contribuyan a un mejor entendimiento del proceder cuando se desea informar sobre alguna iniciativa.

• COMUNICACIÓNES INTERNAS

La comunicación interna es aquella que tiene como propósito mantener informada a la comunidad ENAC sobre el quehacer institucional, como un medio para asegurar que todos conozcan de manera clara y oportuna la información relevante, tanto del desarrollo de actividades como también de la comunicación en diversos ámbitos de interés para todos los integrantes de la institución.

Para facilitar la comunicación al interior de la institución los integrantes y canales a utilizar son los siguientes:

Canales para la Comunicación Interna

- Página web ENAC
- Plataforma Institucional Colaborativa.
- Redes Sociales Institucionales
- Correo Institucional
- Cartelería Digital
- Publicaciones
- Boletines
- APP Institucional

Integrantes de la Comunidad Interna

- Junta Directiva
- Colaboradores
- Docentes
- Estudiantes ENAC

La Coordinación de Comunicaciones de ENAC será la encargada de editar, diseñar y publicar toda la información que se dé a conocer por estos medios. Asimismo, cumplirá un rol de asesor a las diferentes áreas, facilitando que la comunicación sea efectiva y se ajuste a la línea editorial establecida.

• COMUNICACIONES EXTERNAS

La comunicación externa tiene como propósito informar y promover actividades e hitos relevantes que se generan y convocan a públicos que no están dentro de la institución, con el objetivo de dar a conocer el quehacer institucional, que nace desde todas las áreas y que aportan al posicionamiento de ENAC y al fortalecimiento de la relación con los diversos actores.

En ese sentido, la marca del CFT ENAC podrá estar representada a través de los miembros de la comunidad, que ejerzan un rol de voceros en los medios de comunicación, tanto para entregar la visión institucional en temas de contingencia vinculados a la Educación Superior TP, o ante los requerimientos de la prensa sobre aspectos técnicos relacionados a las carreras que imparte la institución. Para este propósito, existirá una coordinación previa y levantamiento de nombres y roles de que miembros de la comunidad están llamados a ser, eventualmente, voceros/fuentes ante requerimientos de información de parte de los medios de comunicación.

Para facilitar la comunicación externa de la institución se han definido los integrantes y canales a utilizar:

Integrantes de la Comunidad Externa

- Contrapartes institucionales
- Empleadores y Centros de Prácticas
- Socios Estratégicos
- Titulados
- Futuros Estudiantes
- Opinión Pública

Canales para la comunicación Externa

- Página web ENAC
- Redes Sociales Institucionales
- Correo Institucional
- Revistas o publicaciones
- Publicaciones en medios (radio, prensa, tv, vía pública, medios digitales, entre otros.)
- Campañas de posicionamiento
- Campañas de admisión

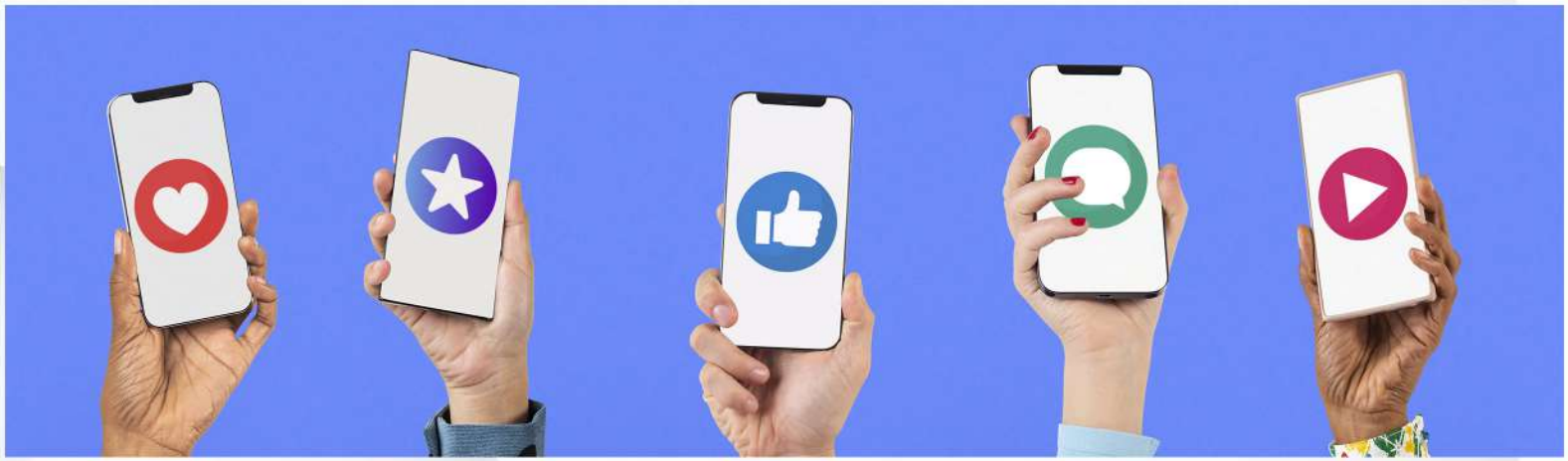
• REDES SOCIALES

No hay duda de que las Redes Sociales (RRSS) se han vuelto una de las principales herramientas de comunicación entre una marca y sus usuarios. Facilitan una mayor interacción, permitiendo estar más informados y favoreciendo una mayor cercanía social. Como consecuencia, las RRSS posibilitan conocer la opinión de cada usuario, no sólo a través de un comentario, sino que también permitiendo dar respuesta en tiempo real a sus inquietudes.

Política de Comunicaciones Las RRSS de ENAC tienen como propósito generar y publicar aquellos contenidos que se definen dar a conocer, a través de las diversas plataformas, resguardando el uso de los formatos adecuados de lo que se publicará.

De la misma forma, el trabajo en RRSS permite contar con métricas respecto a todo lo que aquí se publica, por lo que el área de comunicaciones cuenta con reportes que dan cuenta de las interacciones, permitiendo analizar la efectividad de lo publicado.

Finalmente resulta prioritario para un buen desarrollo de las comunicaciones, considerando que es un pilar básico para un mejor funcionamiento de la institución contar con la definición de lineamientos generales que permiten guiar el trabajo y funcionamiento en este ámbito.



• LINEAMIENTOS GENERALES

• El vocero oficial de ENAC es el rector, quien puede delegar esta función a otra autoridad, en caso que se considere necesario.

• Todo requerimiento respecto a la presencia de alguna autoridad institucional en ceremonias, actividades o eventos al interior o exterior de la institución, debe ser coordinado con anticipación con la coordinación de comunicaciones.

• En el caso de participación en actividades públicas, fuera de la institución, por parte de cualquier miembro de ENAC, se debe comunicar a la coordinación de comunicaciones, para brindar el apoyo necesario.

• Toda relación con los medios de comunicación debe ser canalizada a través de la coordinación de comunicaciones, para derivar según corresponda.

• Velar por la imagen corporativa y protocolo en los eventos institucionales, es de responsabilidad de la coordinación de comunicaciones, por lo cual debe existir una coordinación previa de las otras direcciones y unidades en caso de ser necesario.

• Todo material de merchandising y de promoción, que contemple la imagen institucional, debe ser revisado por la coordinación de comunicaciones, quien podrá realizar los ajustes necesarios para hacer cumplir la Política de Comunicaciones.

• Será considerado material no oficial todo aquel que no haya sido visado por la coordinación de comunicaciones.

ENAC Caritas

Centro de Formación Técnica

enac.cl