



**Bartolinos**  
en discernimiento  
para la construcción de **Paz**  
con excelencia humana



**COMUNICACIONES**  
COLEGIO SAN BARTOLOMÉ LA MERCED

# COMITÉ DE COMUNICACIONES



Juan Pablo González, S.J.  
P. Rector



Claudia Sierra  
Dir. Académica



César Rada  
Dir. Bienestar Est.



Freddy Correa  
Rep. Pastoral



Patricia Murcia  
Co. Sistemas



Olenka Figueredo  
Dir. Gestión Hu.



Carolina Cifuentes  
Co. Calidad y Com.



Henry Álvarez  
Coordinador TIC



Wilson Mosquera  
Co. Escuelas de Formación



Carolain Lugo  
Co. Biblioteca



Daniel Moncada  
Rep. Pastoral



William Rubio  
Diseñador Gráfico



Orlando Plazas  
Rep. Profesores



Ana María Vargas  
Comunicadora Organizacional

# COMUNICACIONES EN SAN BARTOLO

La comunicación hace parte de nuestro quehacer misional, y por ello trabajamos en el adecuado manejo de la información.

La comunicación en el Colegio se considera transversal a todas las actividades institucionales y facilita la toma de decisiones, los proyectos estratégicos, contribuye al clima organizacional y al sentido de pertenencia.





# POLÍTICA DE COMUNICACIONES



## Voceros de la Institución:

El vocero oficial es el Rector del Colegio, seguido por el la Vicerrectora, Claudia Sierra; el Rector, a través del Comité de Comunicaciones, determinará los voceros ante los medios de comunicación.



## Imagen Corporativa:

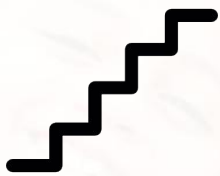
Es política del Colegio propender por la imagen institucional y protocolo en los eventos realizados por la Institución. Todos los colaboradores Bartolinos deben seguir los lineamientos del **Manual de Imagen Corporativa**.

# POLÍTICA DE COMUNICACIONES



## **Compromiso Ambiental:**

¡Estamos comprometidos con el cuidado del medio ambiente! Por esta razón apoyamos la comunicación vía medios electrónicos (correos, portal, chat, etc.)



## **Conducto Regular:**

La comunicación se encuentra formalizada a través de la utilización de un conducto regular para cada uno ciclo.



## **Manual de control de datos:**

Por medio de este Manual se define el manejo que el CSBLM hace de los datos de padres de familia, estudiantes, proveedores, empleados y demás instancias que faciliten información al Colegio.

# ¿CÓMO DEBE SER NUESTRA COMUNICACIÓN?

- Oportuna y ágil
- Personalizada
- Respetuosa
- Veraz y Transparente
- Confiable

**COMUNICACIÓN  
ASERTIVA**

# POLÍTICA DE REDES SOCIALES



1

## ColegioSanBartolomeLaMercedOficial

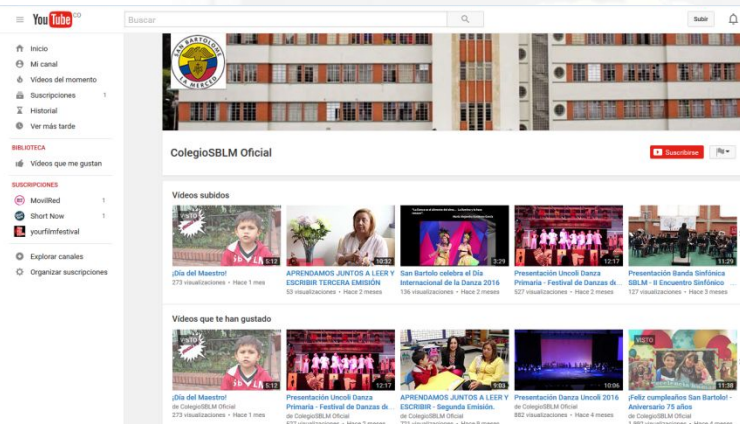
Si tienes facebook y te gusta compartir lo que sucede en el colegio a tu red de contactos y amigos, danos like y compartenos.



2

## ColegioSBLM Oficial

Quieres estar al tanto de nuestros eventos y actividades, puedes vernos y compartirnos en tus redes, con familia y amigos.



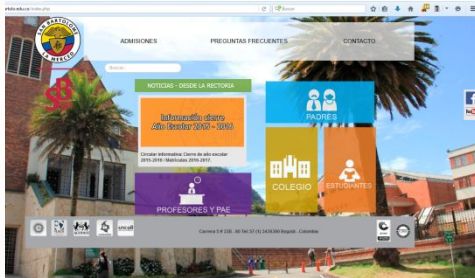


# INFOGRAFÍA POLÍTICA DE REDES SOCIALES

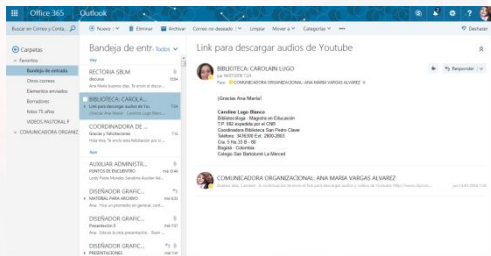




# MEDIOS DE COMUNICACIÓN OFICIALES



**Portal del Colegio:** En el portal web encontrarás toda la información general actualizada del colegio. También se encuentra el acceso a las diferentes herramientas de apoyo para la prestación del servicio educativo (SAP, Aula Virtual, correo institucional, Biblioteca, entre otros). Ubicación: [www.sanbartolo.edu.co](http://www.sanbartolo.edu.co)



**Correo Institucional:** Por este medio se realiza la comunicación entre los miembros de la comunidad educativa; se envían comunicados, circulares, tareas, entre otras. Ubicación: [www.sanbartolo.edu.co](http://www.sanbartolo.edu.co), se accede por “estudiantes”, “padres” o “profesores y PAE” / correo institucional.

# MEDIOS DE COMUNICACIÓN OFICIALES



**Cartelera Digital:** Pantalla que permite visualizar información importante para la comunidad educativa, facilita la divulgación de fotos, eventos, agenda semanal, entre otros. Ubicación: Cada una de las secciones del Colegio.



**Noticias / Desde la Rectoría:** Permite mantener informados a los diferentes públicos sobre el acontecer y la orientación del Colegio; incluye noticias, galería de fotos, artículos y editorial del Rector. Ubicación: [www.sanbartolo.edu.co](http://www.sanbartolo.edu.co), se accede desde el botón “noticias – desde la rectoría”

# MEDIOS DE COMUNICACIÓN OFICIALES

"Poner todos los medios como al todo dependen de uno, pero confiando totalmente en Dios, porque todo depende de El"



**Entérate - Boletín semanal:** Se divulgan las principales noticias del Portal del Colegio. Se envía a través del correo electrónico los días lunes.



**Agenda Semanal y Anual:** Permite informar acerca de las actividades y reuniones semanales y anuales del Colegio Ubicación: [www.sanbartolo.edu.co](http://www.sanbartolo.edu.co), se accede por “estudiantes”, “padres” o “profesores y PAE” / Agenda.



**ISOLUCION:** Permite al personal interno ingresar al SGC, procesos documentos y formatos del Colegio. Ubicación: [www.sanbartolo.edu.co](http://www.sanbartolo.edu.co), “profesores y PAE” / ISOLUCION



## GRUPO INSTITUCIONAL : MEDIOS GRÁFICOS Y AUDIOVISUALES

**Horario:** Lunes 3:00 – 4:30 pm

Responsables: Ana María Vargas y Carolina Cifuentes

Apoyo: William Rubio, Orlando Plazas

**Cupos:**

15 estudiantes – Grados 6° a 11°

**Objetivo:**

Generar un grupo institucional que incentive la creatividad, la innovación, la comunicación asertiva, la crítica, las destrezas de escritura y oralidad en los estudiantes Bartolinos, por medio de su participación activa en los medios de comunicación del colegio.

**Fase I:** Noticiero “San Bartolo al Día”  
Y Periódico Estudiantil (Marcapasos)

¿Te gustan los  
medios de comunicación?



¡Conviértete  
en periodista  
bartolino!

Grupo Institucional de Medios Gráficos y Audiovisuales

Lunes 3:00 p.m. a 4:30 p.m.



SB  
LM

Inscríbete en la Emisora - Primer descanso

Antes del 24 de febrero

## GRUPO INSTITUCIONAL : MEDIOS GRÁFICOS Y AUDIOVISUALES

### Justificación:

Se hace necesario involucrar a los estudiantes de manera activa en la construcción de piezas gráficas, textos argumentativos, entrevistas, ensayos, entre otros, en los cuales los niños puedan aplicar lo aprendido en las diferentes áreas del conocimiento, haciendo algo lúdico y agradable para ellos y respondiendo a las necesidades comunicativas de su comunidad.



## GRUPO INSTITUCIONAL : MEDIOS GRÁFICOS Y AUDIOVISUALES

### PERIÓDICO

MEDIO DEL PERIÓDICO: IMPRESO  
PERIODICIDAD: 3 AL AÑO  
(UNO POR PERIODO)

NOTICIERO: VIRTUAL (MENSUAL

PERIODICIDAD: MENSUAL

“Un espacio de los  
estudiantes para los  
estudiantes”



### NOTICIERO SAN BARTOLO AL DÍA

MEDIO: VIRTUAL (Canal de YouTube – Portal web y  
Redes Sociales)

PERIODICIDAD: MENSUAL (último día del mes)



# MEDIOS DE COMUNICACIÓN OFICIALES

- Portal SAP
- Felicitaciones, quejas y reclamos (Os Tickets)
- Agenda Estudiantil
- Portal Biblioteca
- Redes Sociales (Facebook, Instagram, YouTube)
- Portal Aulas Virtuales
- Pacemaker
- Periódico Marcapasos
- Boletín Calidad Humana
- Cartelera físicas
- WhatsApp (únicamente en admisiones y escuelas de tiempo libre)



# MEDIOS NO OFICIALES

**Apps de mensajería y blogs no aprobados por los directivos:** Los miembros de la comunidad educativa (padres de familia, estudiantes, colaboradores apostólicos) deben evitar crear espacios o grupos (chat) en donde se divulguen mensajes negativos acerca de miembros de la institución o apreciaciones que no construyan ambientes sanos y de respeto.



**Páginas o Portales adicionales a nombre del Colegio** o de sus áreas, ya que el colegio no se hace responsable de sus publicaciones. Toda información de las áreas: Académica, Pastoral, Bienestar, Administrativa y de Gestión Humana debe hacerse por medio de los canales oficiales del colegio.

# PLAN DE COMUNICACIONES

**Fortalecer el proceso de comunicación organizacional del Colegio, mediante estrategias comunicativas que permitan apoyar las acciones de las diferentes áreas en busca de la formación integral de los estudiantes.**

**DOFA**

**PLANTEAMOS  
LINEAS DE  
ACCIÓN**





# PLAN DE MARKETING

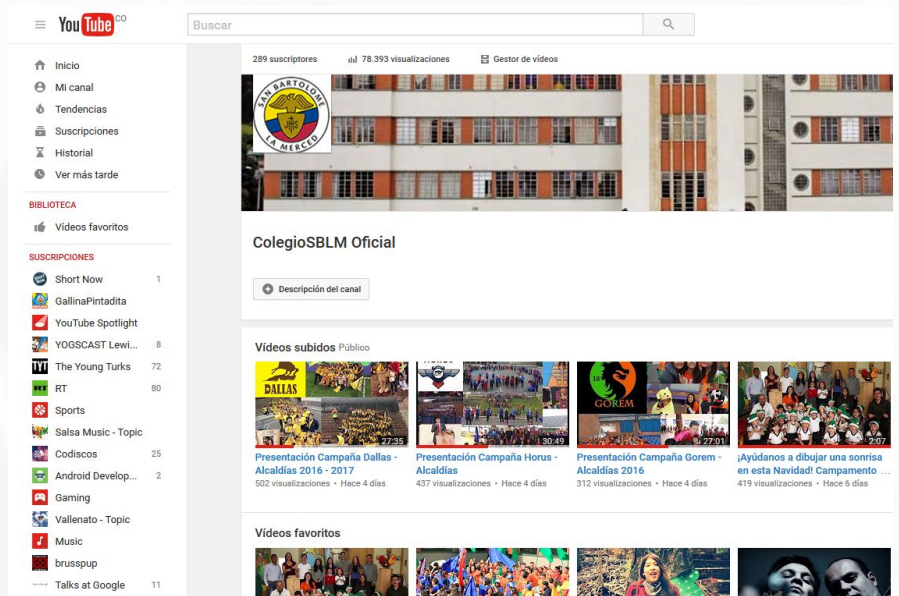
Incrementar las matriculas en el colegio para preescolar y Primaria a través de la ejecución de campañas de tipo emocional que reflejen los valores propios de la propuesta educativa.

**Audiencia objetiva:** Datos demográficos hombres y mujeres entre los 25 a los 40 años, con hijos estratos 4 al 6, ubicados en Bogotá o cercanías.

**Formato del mensaje:** emocional

## LINEAS DE ACCIÓN

1. Redes sociales
2. Portal web: Contenido  
Posicionamiento SEO  
Posicionamiento SEM (Google Adwords)
3. MERCADEO PRESENCIAL

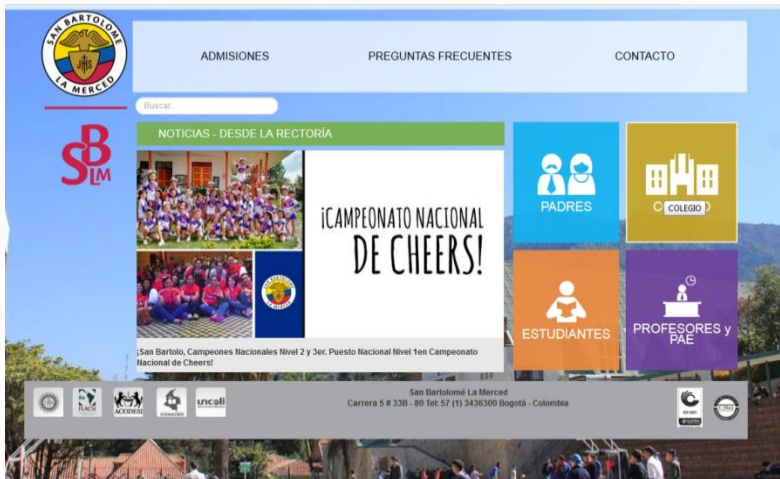


# REDES SOCIALES FACEBOOK / YOUTUBE

CREACIÓN  
CRONOGRAMA DE  
PUBLICACIONES

IDENTIFICACIÓN DE FORTALEZAS  
DE CADA AREA PARA GENERAR  
CONTENIDOS DIFERENCIALES

CONTENIDO DE ACUERDO A  
FECHAS ESPECIALES



# PORTAL WEB CONTENIDO Y POSICIONAMIENTO

## Mercadeo orgánico

- Apoyo web máster SEO (Search engine optimization) - vínculos con otras entidades
- Creación de contenidos conforme a la estrategia

## Mercadeo Pago

- Posicionamiento SEM (Search engine marketing) Google Adwords.
- Evaluar estrategia de Remarketing
- Pauta en fechas especiales. Ejm. Open House



# MERCADEO PRESENCIAL

Visita a Jardines

Estrategias de venta:  
Visitas al Colegio de  
clientes potenciales

Visita a organizaciones  
aliadas – Propuesta de  
bienestar





**Bartolinos**  
en discernimiento  
para la construcción de **Paz**  
con excelencia humana



**¡GRACIAS!**