



POLITICA DE COMUNICACIONES

ALPES 2015-2021

Antecedentes generales

La Política de Comunicación del Centro de Formación Técnica ALPES, tiene como propósito fundamental orientar la gestión del Posicionamiento Institucional, basada en su Modelo Educativo y en su Plan Estratégico Institucional.

Comprendiendo el valor estratégico de dicho propósito, la unidad de comunicaciones institucionales dependerá directamente de la Dirección de Extensión y Comunicaciones, quien en conjunto con la rectoría definirán la Estrategia General de Comunicación Institucional, así como, el Plan de comunicaciones los que deberán ser presentados y aprobados por las y los miembros del Consejo Directivo del CFT ALPES,

La Política de Comunicación se fundamenta y complementa con los siguientes documentos institucionales:

- Proyecto Estratégico Institucional
- Modelo Educativo

Principios

Los principios fundamentales de la Política de Comunicación de la institución son:

a) Respeto

Todos los contenidos y acciones desarrolladas por la unidad de comunicaciones institucionales, tanto en su ámbito interno como externo se enmarcan estrictamente en el principio fundamental de los derechos humanos que señala lo siguiente: “todas las personas nacen libres e iguales en dignidad y derechos”. Por lo tanto, la información que emerge desde la Institución debe ser respetuosa, con todas las personas, así como también con las instituciones y organizaciones con las que se relaciona.

De igual modo, la institución está atenta a incorporar los cambios que exigen las nuevas normativas legales que buscan avanzar en relación con el respeto y dignidad de las personas.

b) Transparencia

La Institución actúa en el marco de ley respecto de sus obligaciones en la entrega de la información, pudiendo esta disponer sobre el acceso a la misma según la ley le confiera.

La institución velará por la confidencialidad de la información en los casos específicos que así lo señale la ley, toda la demás información que previamente se determine como de “carácter público” estará disponible tanto para los organismos pertinentes, así como también para las personas que la soliciten.

c) Verdad

La institución desarrolla sus contenidos y acciones basadas en el principio de la verdad, es por ello por lo que debe sostener el desarrollo de los mismos en fuentes confiables y verificables.

De igual forma, la institución prioriza el contenido y las acciones académicas propias en consistencia al lineamiento de posicionamiento institucional.

La Comunicación Publicitaria Institucional, sus Programas Académicos, actividades de Extensión o cualquier actividad institucional debe estar apegada rigurosamente a este principio.

d) Contenido

La Institución comunicará acciones, labores académicas, resultados, entre otros, pues comprende que la construcción del posicionamiento institucional se fundamenta esencialmente en la generación de contenido relevante en el ámbito de la Formación Técnica Profesional.

e) Medición y Evaluación

La institución debe implementar un sistema de medición tanto del posicionamiento de la institución como el impacto de sus mensajes y avanzar hacia una medición integral de su Reputación Institucional. Además, deberá evaluar cada una de sus actividades para retroalimentar el plan anual de actividades y por ende la Estrategia General de Comunicación Institucional.

Objetivos

- **Diseñar la Estrategia General de Comunicación Institucional**
Desarrollo de contenidos basados en las declaraciones fundamentales de la Institución, así como también en su Proyecto Educativo y el Plan Estratégico Institucional. Los que se orientarán a los grupos de interés clave, tanto internos como externos.
- **Gestionar el Plan de Comunicación**
Ejecutar la Estrategia General de Comunicación Institucional, incorporando los aspectos relevantes que se requieran para el cumplimiento del propósito en conjunto con el diseño de un presupuesto anual el que deberá reportar mensualmente al Rector y a la Dirección de Administración y RRHH.
- **Evaluar y medir resultados**
Para la ejecución de la Estrategia como el Plan en función de los objetivos institucionales y los propios del área. Dichos datos y análisis deben ser presentados como un informe de gestión a la rectoría según los plazos dispuestos en el mismo plan.



Unidad de Comunicaciones Institucional

La Unidad de Comunicación Institucional depende directamente de la Dirección de Extensión y Comunicaciones y está formada de un profesional de las comunicaciones responsable del posicionamiento institucional, quien deberá ejecutar el Plan de Comunicaciones que ha sido diseñado como parte de la Estrategia Institucional por la Dirección en Extensión en conjunto con la Rectoría y el Consejo Académico. La Unidad de Comunicaciones, deberá generar informes parciales y anuales de la gestión de comunicación, reportando directamente al su superior.