PLAN DE COMUNICACIÓN

COLEGIO NUEVO EQUIPO

Curso 2026-2027

ÍNDICE

1. Introducción **3**
2. Objetivos generales **3**
3. Objetivos de la comunicación interna **3**
4. Objetivos de la comunicación externa **4**
5. Contenidos de la comunicación **4**
6. Canales de comunicación **4**
7. Acciones **5**
8. Recursos **6**
9. Evaluación y seguimiento del plan **6**

1. Introducción

El presente documento tiene como objetivo la presentación y desarrollo del plan de comunicación tanto interno como externo del Colegio Nuevo Equipo en el curso escolar 2026-2027. Para ello, se han fijado una serie de objetivos a partir del análisis realizado en la memoria del curso escolar 2024-2025.

2. Objetivos generales

Los objetivos generales del plan de comunicación son los siguientes:

- Establecer un flujo de información del centro y un proceso de comunicación tanto a nivel interno como externo.
- Promover una mejora de la imagen del centro y reforzar su identidad y visibilidad.
- Lograr un mayor uso y manejo óptimo de las redes sociales, herramientas digitales y página web.
- Transmitir información acerca de proyectos, actividades, programas, salidas culturales a través de redes sociales y página web.

3. Objetivos de la comunicación interna

A nivel interno, se proponen los siguientes objetivos:

- Dar a conocer el procedimiento de comunicación de información desde los órganos colegiados, así como unipersonales al personal docente y no docente del centro.
- Promover un uso óptimo de la unidad compartida alojada en la aplicación de Google Drive.
- Utilizar la mensajería interna de la plataforma clickedu para la transmisión de información sensible sobre alumnos a los diferentes profesores y otro personal del centro.

4. Objetivos de la comunicación externa

- Informar a través de la página web, redes sociales y buscadores de colegios todo tipo de actividad, proyecto, jornada o evento del centro.
- Conectar y establecer relaciones con entidades externas como ONGs, Universidades, centros educativos, asociaciones, instituciones (Ayuntamiento de Madrid, Comunidad de Madrid, OEI, etc.)
- Mejorar la imagen corporativa del centro.
- Gestionar el flujo de información acerca del centro a las familias y aquellas nuevas en el proceso de admisión.
- Actualizar la información del centro en el perfil de empresa de Google, así como los eventos.

5. Contenidos de la comunicación

Los contenidos variarán en función de aquello que se quiera transmitir, la situación y el colectivo o grupo al que se quiera llegar.

La información pública será toda la oferta formativa, así como documentos institucionales, fechas de salidas, excursiones, comienzo y final de curso y todo tipo de eventos.

Todo lo relacionado con horarios, fechas de evaluaciones, actividades, reuniones y demás asuntos docentes y no docentes serán declarados de información privada y se transmitirán a través de las plataformas de mensajería interna.

6. Canales de comunicación

Para la comunicación interna, el centro utilizará las siguientes plataformas o vías de comunicación con el personal del centro.

- Plataforma educativa Clickedu.
- Correo electrónico nuevoequipo.es

- Google Calendar para organizar reuniones con profesores y familias.
- Unidad compartida en Google Drive del centro para compartir la información.

Para la comunicación externa, se utilizarán los siguientes canales:

- Página web del colegio
- Páginas de buscadores de centros (MiCole, BuscoColegio, Scholarum, Educateca, buscador de centros docentes de la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid y del Ministerio de Educación y Formación Profesional).
- Redes sociales del centro (Instagram, LinkedIn, X, Facebook)
- Plataforma educativa Clickedu.

7. Acciones

El proceso de publicación de información en la página web se realiza a través de la documentación facilitada por los diferentes departamentos y personal del centro. A su vez, esta información se analiza y previa aprobación del Equipo Directivo, se procede a su publicación en el sitio web.

A principio de cada curso escolar, se procede al envío de la autorización de uso de imagen en menores para página web y redes sociales, la cual es rellenada y firmada por las familias y entregada a los tutores. Estos deben rellenar los datos correspondientes en una tabla conjunta alojada en la unidad compartida. Esto permite al departamento de comunicación conocer a los alumnos que tienen permiso para aparecer en redes sociales y en página web. Asimismo, se informa a las familias del procedimiento de solicitar una revocación de consentimiento a través del documento que se les facilita.

Además, al finalizar cada actividad o salida cultural, los profesores encargados envían las fotografías de los alumnos con sus correspondientes nombres y apellidos al coordinador de comunicación para su doble comprobación antes de su publicación a nivel digital. De esta manera se asegura que los alumnos menores que aparecen en redes sociales cuentan con la autorización de sus progenitores.

El coordinador de comunicación organizará las publicaciones de acuerdo con el calendario de actividades de cada etapa educativa en función de las necesidades del centro.

8. Recursos

El centro cuenta con una serie de recursos digitales tales como cuentas institucionales de la Consejería de Educación (EducaMadrid), correo corporativo, plataforma educativa (Clickedu). A través de estos recursos, se impulsará la comunicación interna y externa en el centro.

Asimismo, disponemos de varios buscadores de colegios MiCole, BuscoColegio, Scholarum y Educateca, así como el registro de centros docentes no universitarios del Ministerio de Educación y Formación Profesional y de la Consejería de Educación en los cuales se indica la información relevante del centro.

Por último, se utilizan las redes sociales del colegio, Instagram, LinkedIn, X y Facebook para notificar, informar e ilustrar a las familias y al público en general de la actividad del centro.

9. Evaluación y seguimiento del plan

El plan de comunicación tiene un proceso de evaluación a lo largo del curso en cada uno de los trimestres, en los cuales se proponen una serie de mejoras de cara al siguiente período. Del mismo modo, en la memoria anual se analiza todo lo realizado durante el curso y aquellos aspectos que se deben mejorar. Estas mejoras se revisarán en la programación del siguiente curso.

La revisión y evaluación del plan será realizado por el responsable de comunicación junto con el coordinador TIC y el Equipo Directivo.