



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS

“Año de la Universidad Emprendedora”

**TESIS DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADO (A) EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

TEMA:

**Diagnóstico de comunicación del Colegio Público del Poder Ciudadano
Guardabarranco (CPPCG) del distrito I de Managua durante el segundo semestre de
2017**

AUTORES:

Karen Lellaniz Larios Galeano

Adriana López Arteaga

Tutor y asesor metodológico: MSc. Milán Prado Cuarezma

Managua, 29 de Noviembre 2017

¡A la libertad por la Universidad!

Agradecimiento Karen

Dedico esta Tesis de graduación primeramente a mi Dios todo poderoso, que es el único que lo puede todo y es capaz de hacer las cosas tan maravillosas, como el darme vida, la salud, y la fuerza para seguir adelante.

A mi madre Andrea Galeano Martínez, por haberme apoyado desde el principio, por sus consejos, sus valores, la motivación constante, su amor incondicional e infinito, pero, sobre todo, por sus sacrificios para poder sacarme adelante y darme todo lo que necesito y estar siempre presente en mi vida diciéndome te amo y demostrando ese amor infinito por su hija, por eso le expreso que la amo con todo el corazón y que le estará eternamente agradecida por todo lo que me ha dado en la vida. Te amo mamá este logro es tuyo y mío.

Agradecimientos Adriana

Agradezco a Dios mi padre celestial, por la oportunidad que me dio de finalizar, mi tesis de graduación, para así lograr culminar mi carrera profesional.

De igual forma retribuyo este gran logro a mi madre Martha Arteaga quien ha estado a lo largo de mi vida, con sus apoyo y esmero, diciéndome “Usted puede lograrlo”.

También, a mi hermana Jazmina López quien ha sido una persona, que me ha apoyado a lo largo de mi vida.

Asimismo, quiero agradecer a mi esposo Cesar Silva quien con mucho amor y esmero ha estado a mi lado, en todo este proceso de estudio.



Contenido

Introducción	7
Antecedentes	8
Justificación	10
Planteamiento del problema.	11
Preguntas Directrices.	12
Objetivos	13
Marco Teórico	14
I. Comunicación	14
II. Tipos de comunicación	15
1. Comunicación Institucional	15
2. Comunicación interna	16
3. Comunicación descendente	17
4. Comunicación ascendente	17
5. Comunicación cruzada	18
6. Gestión de la comunicación interna.....	19
7. Comunicación externa.....	19
III. Funciones de la comunicación	20
1. Informativa:.....	20
2. Afectivo - valorativa:	20
3. Reguladora:	21
Otras Funciones de la comunicación dentro de un grupo o equipo:.....	21
1. Control:.....	21
2. Motivación:	21
3. Expresión emocional:	22
4. Cooperación:	22
IV. Estrategia de comunicación	23
V. Estrategia en la educación	23
VI. Diagnóstico.....	24
VII. Educación	25
VIII. Tipos de educación.....	25
1. Educación formal:.....	25
2. Educación no formal:	26



3.	Educación informal:.....	26
IX.	Herramienta FODA.....	27
1.	Fortalezas:	27
2.	Oportunidades:	27
3.	Amenazas:	27
4.	Debilidades:.....	27
X.	Matriz FODA aplicada al ámbito educativo.....	28
Diseño Metodológico		30
I.	Enfoque de la investigación	30
II.	Tipo de investigación.....	30
III.	Universo	31
IV.	Muestra	31
V.	Método.....	31
1.	Método de análisis	32
2.	Método de síntesis	32
VI.	Técnicas de recolección de datos.....	32
1.	Observación directa:	32
2.	Encuesta:	32
3.	Entrevistas Cualitativas:	32
VII.	Observación.....	33
VIII.	La entrevista	34
IX.	La encuesta.....	35
X.	Herramientas.....	35
Análisis y discusión de resultados		36
Universo y Muestra		36
Análisis de Resultado de encuestas aplicadas a Estudiantes del Colegio Público del Poder Ciudadano Guardabarranco		37
Análisis de encuestas a maestros del colegio público del poder ciudadano Guardabarranco		55
Análisis de encuestas a padres de familia del Colegio Público del Poder Ciudadano Guardabarranco		64
Análisis de entrevista al sub-director del colegio público del poder ciudadano Guardabarranco		75
Resultados del análisis (FODA) del colegio público del poder ciudadano Guardabarranco.		78
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNAS Y EXTERNAS DEL COLEGIO PÚBLICO DEL PODER CIUDADANO GUARDABARRANCO.....		89



Introducción	89
Objetivo de estrategias	89
La misión y visión del colegio público del poder ciudadano Guardabarranco.....	90
Presentación.....	90
Metodología para ejecutar el plan estratégico.....	91
Estrategias para el colegio Guardabarranco	91
Estrategias para los docentes del Colegio Guardabarranco	94
Estrategias para los estudiantes.....	95
Estrategia para padres de familia.....	96
Conclusión	97
Referencias.....	99
ANEXOS	101



Introducción

El presente trabajo está orientado en la presentación de un diagnóstico de las necesidades de comunicación interna y externa del Colegio Público del Poder Ciudadano Guardabarranco en el I semestre del año 2017. Este tipo de estudio que tiene como finalidad reforzar el modelo de comunicación en el centro educativo antes mencionado, de modo que se puedan formular las principales fortalezas y debilidades que se puedan encontrar a partir de la implementación de instrumentos, y además, formular las estrategias comunicacionales que permitan una mayor convivencia entre alumnos, docentes, directora y padres de familia, por ser ellos los ejes fundamentales de una institución educativa.

Se implementó el uso de los instrumentos de observación, entrevista, escueta dicotómica, y nominales, por lo cual, el trabajo investigativo es mixto, será cuantificado y cualificado. Ambos valores ayudaron a encontrar en qué nivel de posición está el colegio y como se encuentra su imagen. De manera que este diagnóstico es primario en Colegio Público del Poder Ciudadano Guardabarranco, no se han elaborado planes estratégicos de comunicación interna y externa. Esto ayudara a que la imagen del colegio tenga mayor posicionamiento ante las comunidades aledañas. Facilitando una mejor comunicación interna y externa del colegio.

En su estructura, el documento contiene las teorías relacionadas a la comunicación y sus tipos, el concepto generalizado de lo que es un análisis FODA y en el diseño metodológico, el enfoque de la investigación, tipo de investigación, universo, muestra, métodos y técnicas de recopilación de datos. Finalmente se muestra la bibliografía según normativa APA y los anexos con los instrumentos de esta investigación.



Antecedentes

Como sustento de la Estrategia comunicativa, el presente trabajo se encuentra fortalecido teóricamente con investigaciones realizadas por estudiantes de la carrera Filología y Comunicación de la UNAN-Managua, quienes se dieron la tarea de formular una Estrategia de Comunicación en centros educativos, para ello se cita las siguientes investigaciones:

Estrategia de comunicación para el Colegio Público Cristóbal Rugama, del departamento de Masaya, elaborado por Br. Marlon García y Bra. Hazell Ruiz durante el periodo comprendido de junio 2016.

Este trabajo lo realizaron los estudiantes con el fin de formular estrategias de comunicación interna y externa del Colegio Público Cristóbal Rugama. A partir de este análisis constataron que el colegio posee una estructura comunicativa muy buena, ya que se respetan los canales comunicacionales en la institución, además observaron que existen detalles negativos como poco apoyo de parte del Ministerio de Educación y existe poca relación con otros centros. Para ello los investigadores utilizaron el método, (FODA), como un mecanismo de investigación directa.

Esta investigación, es de gran utilidad, puesto que esta investigación utilizará el método (FODA), el cual será de mucha ventaja al momento de descubrir las fortalezas y debilidades que el centro Cristóbal Rugama presenta. De igual forma, las oportunidades que brinda a la comunidad estudiantil y por ende al crecimiento de la sociedad.

Diagnóstico del componente de identidad de la comunidad del Colegio Público del Poder Ciudadano Guardabarranco,

Elaborado durante el periodo del año 2007

Este trabajo se creó con el propósito de ver la participación de la familia, verificar que el colegio garantiza una educación democrática, creativa y participativa, también, se implementó un análisis FODA, mediante el cual pudieron identificar y clasificar sus fortalezas, debilidades y entre estos la visión y misión de colegio Guardabarranco.



Se considera que este trabajo, será de mucha utilidad ya que, en él se encuentran datos estadísticos y sobretodo el FODA que es útil, al momento de formularlo en nuestro diagnóstico.

Diagnóstico, Análisis y Estrategia comunicacional en: La FAREM-Carazo. Elaborado por Magyader Pérez y Marcos Ruiz, durante el periodo del semestre del año 2012.

Esta investigación es de mucha utilidad, para la realización del diagnóstico, puesto que este trabajo investigativo, tiene procesos de análisis similares al diagnóstico de comunicación del colegio Guardabarranco, este trabajo tiene matriz FODA, asimismo, el resultado de encuestas realizadas a docentes y entrevista a directores de departamento. Esta investigación contiene un glosario de términos, que ayudan a la investigación del diagnóstico realizado, entendiendo que el proceso de análisis es el mismo realizado en el colegio Guardabarranco. Cabe señalar que fue de gran ayuda, para la realización de estrategias de comunicación, pues marca un precedente de indagación de estudios referente a instituciones educativa.



Justificación

El diagnóstico de comunicación surge debido a que en la actualidad el colegio público del poder ciudadano Guardabarranco presenta déficit de comunicación a nivel interno, los docentes no están dándole la debida importancia, porque en su gran mayoría los maestros carecen de conocimientos estratégicos para una sana y adecuada comunicación. Esto representa que el colegio tenga dificultades a la hora de transmitir información al exterior. La imagen e identidad del colegio se ve afectadas y esto desfavorece al instituto.

El resultado de este trabajo permitirá a los docentes y director tener una mejor comunicación interna que permita facilitar estrategias de comunicación y de esta manera mejorar la comunicación externa, puesto que al fortalecer la parte interna de la institución se beneficiará el exterior habrá mayor comunicación a la hora transmitir información a padres de familia y estudiantes. Los padres de familia podrán observar el desarrollo de la comunicación interna de los docentes y así la imagen e identidad del instituto se solidificará.

El diagnostico permite tener un marco de referencia para orientar y analizar los cambios que ha sufrido el centro de estudios en el trascurso del tiempo que tiene de estar activo para los estudiantes. Con el fin de contribuir al centro de estudio se realizó este diagnóstico para que sirva de referencia, para posibles estudios que se realicen en el centro público del poder ciudadano Guardabarranco. Asimismo, el diagnóstico ayudara a una mejor reestructuración del centro educativo mejorando así la imagen del centro educativo de cómo esta vista por las comunidades aledañas.



Planteamiento del problema.

La comunicación es un fenómeno de carácter social y a la vez una herramienta estratégica, por lo tanto, debe ser objeto de consideración permanente. La comunicación en los centros educativos constituye un elemento esencial para su correcto funcionamiento, cabe destacar, que es una realidad palpable que se pone de manifiesto en múltiples situaciones cotidianas.

Esta investigación tiene gran relevancia para el Colegio Público del poder ciudadano Guardabarranco, ya que permitirá establecer las principales necesidades de comunicación entre los involucrados en el acto comunicativo y de forma directa será la base para proponer estrategias que permitan mejorar las relaciones de comunicación entre los miembros de la comunidad educativa. Dada la necesidad planteada se realizará un diagnóstico de comunicación donde se podrán analizar las necesidades de la comunicación interna y externa que tiene el Colegio en estudio, perteneciente al distrito I de Managua, durante el primer semestre de 2017.

Luego de plantearse la problemática del estudio surge la siguiente interrogante:

¿Cuál es la importancia de elaborar un diagnóstico de comunicación que permita identificar necesidades de comunicación del Colegio Público del Poder Ciudadano Guardabarranco?



Preguntas Directrices

¿Cuál es la importancia de describir la dinámica comunicacional de los distintos componentes del Colegio Público del Poder Ciudadano Guardabarranco?

¿Cuál es la importancia de conocer el FODA en el flujo comunicacional del CPPCG?

¿Cuál es la importancia de proponer estrategias de comunicación interna y externa para el (CPPCG)?



Objetivos

Objetivo general:

- Elaborar un diagnóstico de comunicación que permita identificar necesidades de comunicación del Colegio Público del Poder Ciudadano Guardabarranco.

Objetivos específicos:

- Describir la dinámica comunicacional de los distintos componentes del Colegio Público del Poder Ciudadano Guardabarranco.
- Examinar estrategias de comunicación interna y externa utilizadas por la Dirección del Colegio Público del Poder Ciudadano Guardabarranco.
- Proponer estrategias de comunicación interna y externa para el (CPPCG).



Marco Teórico

Esta sección incluye las diferentes perspectivas teóricas en las cuales está estructurado el plan estratégico comunicacional, de este modo, se abordan definiciones que sustentan y aporten un peso conceptual a la investigación, entre ellos: la comunicación, los tipos de comunicación, la planificación estratégica, planificación estratégica en la educación, diagnóstico, tipos de diagnóstico, conceptos de educación, escuela y el método (FODA).

I. Comunicación

La comunicación está presente en todos los aspectos de la vida, es por ello que tiene un carácter multifacético en dependencia del contexto que se desarrolle. Además la comunicación es la base fundamental que tiene el ser humano para desarrollarse con su entorno, el tener una buena comunicación le da beneficios positivos para su vida diaria. De igual modo ayuda a que el hombre exprese sus puntos de vista de manera oral o escrita, es la vía correcta para crecer socialmente. La comunicación es un proceso evolutivo que se sistematiza, asimismo con el desarrollo del mismo ser humano, la necesidad de comunicarse y de aprender a hacerlo de manera correcta.

La comunicación es un fenómeno de carácter social que comprende todos los actos mediante los cuales los seres vivos se comunican con sus semejantes para transmitir o intercambiar información. Comunicar significa poner en común e implica compartir. La comunicación inicia con el surgimiento de la vida en nuestro planeta y su desarrollo ha sido simultáneo al progreso de la humanidad. Se manifestó primero a través de un lenguaje no verbal. (Satz, 2009, p.8)

La comunicación es un proceso de intercambio, que se completa o perfecciona cuando se han superado todas las fases que intervienen en el mismo. Como muchos procesos, el de la comunicación puede ser interrumpido en cualquiera de sus fases, o suspendido, en función de una serie de factores desencadenantes de unas u otras reacciones. En tales casos puede



establecerse que la comunicación no habrá sido completa hasta que se haya reactivado el proceso previamente en suspenso o se haya reiniciado un nuevo proceso que sustituya al anterior. (Ongallo, 2007, p.11)

Los seres humanos son por naturaleza sociales; sin embargo, esto no significa que al momento de comunicarse lo hagan de una manera efectiva y clara, es decir, una cosa sería saber comunicarse y otra muy diferente conocer acerca de la comunicación.

También la comunicación es una forma clara de demostrar como el ser humano ha desarrollado en el transcurso de su vida, esto indica que la comunicación no es de carácter estático, sino más bien es progresivo, claramente se evidencia que la comunicación es hasta hoy en día un tema discutido por muchos teóricos que plantean, que un proceso recíproco donde debe de existir un mensaje, canal, emisor, receptor. Para la comunicación es importante que el mensaje sea claro de esta forma, el receptor comprenderá con mayor rapidez el mensaje que le fue enviado por el emisor.

II. Tipos de comunicación

1. Comunicación Institucional

Es de vital importancia retomar el término de comunicación institucional, ya que la escuela es una de las instituciones más importante de la sociedad, la cual tiene la función de educar, orientar y fomentar el desarrollo de los estudiantes.

La comunicación institucional es la que puntualiza en tareas de coordinar y canalizar el plan o la estrategia de comunicación de dicha organización; gestionar acciones encaminadas a mejorar la imagen pública; potenciar, desarrollar y difundir la actividad de comunicación; conseguir que esta sea clara, veraz, transparente; mantener estrecha relación de colaboración con los medios y verificar y controlar la calidad e incidencias informativas y publicitarias de todas las acciones de comunicación. (Aranes, 2017, p.2)



Asimismo, la comunicación institucional es importante para toda entidad que brinde servicios dirigidos al público, las instituciones educativas tienen la obligación de brindar una buena y adecuada información del centro. La comunicación institucional es aquella que define los objetivos del instituto, la encargada de orientar, agendar y coordinar las metas que se deben lograr, esto con la finalidad de mejorar la identidad e imagen del instituto, el uso de una adecuada comunicación institucional, no solamente mejora su imagen, sino más bien establece parámetros de desarrollo interno del organismo.

2. Comunicación interna

La comunicación interna es un factor clave que tiene que tener en cuenta la empresa, ya que debidamente gestionada permite mejorar el clima laboral y el rendimiento de los empleados, además proporciona un ambiente de cordialidad, y estimulación en las actividades laborales, el reconocimiento del desempeño de los colaboradores y a la fomentación a un clima organizacional positivo para beneficio de toda la organización.

La comunicación interna es un elemento indispensable para la transmisión de una cultura institucional clara y homogénea que se traduzca en la interiorización de la misma para todos los miembros de la institución y la actuación de estos en base a ellas. Al producirse este fenómeno la institución logrará transmitir hacia el exterior la cultura corporativa que desea que le distinga en el mercado y que sea comprendida, creíble y recordada por los distintos públicos. (Costa, 2013, p.10)

La comunicación interna es importante para toda organización o instituto, porque mediante su apropiada ejecución brindará beneficios a nivel interno y externos. Los beneficios de una comunicación interna son múltiples, esto hace que su imagen sea bien vista por la sociedad. De igual modo los beneficios internos son diversos, mejora el clima laboral interno, crea rapidez entre los trabajadores y colaboradores, se mantiene una comunicación fluida entre sus participantes, refuerza la imagen e identidad de la institución.



3. Comunicación descendente

La comunicación descendente es el tipo de comunicación formal más básico y tradicionalmente utilizado. Surge de la alta dirección y desciende de forma vertical hacia los niveles inferiores. Es una herramienta de gestión muy importante para dirigir correctamente el desarrollo de las tareas que se realizan en la organización. Su misión es transmitir instrucciones y órdenes en base a las actividades que se han de realizar. Los mensajes descendentes deben ser veraces, sensatos, claros y siempre han de contener información necesaria e interesante para los públicos a los que está dirigida. (Morales, 2001, p.5)

Cabe destacar que la comunicación descendente es una de las más utilizadas en los institutos u organismo, porque está enfocada a las áreas administrativas de los centros y va dirigida a los colaboradores o trabajadores de la misma. Es por esta razón que un instrumento útil para un instituto que necesite establecer, una correcta comunicación descendente. De este modo la comunicación descendente brinda al instituto claridad a la hora de informar al público un mensaje determinado, esto requiere que la orden que se brinde por la dirección sea correcta. Igualmente, la comunicación descendente implica responsabilidad por el área administrativa de la dirección del instituto u organismo, deben de realizarse procesos de comunicación que faciliten el desarrollo del empleado.

4. Comunicación ascendente

La comunicación ascendente surge de los niveles bajos de la empresa o institución y su recorrido es justo el contrario de la descendente. Nace en la base de los colaboradores y se dirige siguiendo diferentes caminos, en función de cómo estén organizados los canales formales de comunicación, hacia la alta dirección de la empresa. Es muy importante, puesto que permite comprobar si la comunicación descendente se ha producido y trasladado de forma eficaz y fidedigna, recoger aportaciones procedentes de todos los rincones de la organización, que son muy importantes y se deben tener en cuenta en el momento de diseñar las políticas estratégicas de la compañía. (Morales, 2001, p.6)



La comunicación ascendente es importante para toda institución u organismo, porque mediante ella, los colaboradores o empleadores pueden decir lo que piensan de determinados temas de la empresa a sus jefes y de igual manera, los empleadores pueden decir sus respuestas antes sus empleados, esto hace que exista una retroalimentación. Para lograr una adecuada comunicación ascendente debe de existir dinámica entre empleado y jefe. En el colegio Guardabarranco es importante, tomar en cuenta este término, se puede situar, que los docentes, también tienen derecho a decir, o aportar ideas que mejoren al pro de un cambio positivo del colegio. Es necesario establecer que la comunicación ascendente ayuda a la comunicación institucional facilitando, la agilidad de la comunicación interna del centro.

5. Comunicación cruzada

La finalidad principal de la comunicación cruzada es incrementar la velocidad en la transmisión de la información, mejorar la comprensión de la información que se transmite y la coordinación de los esfuerzos para lograr cumplir con los objetivos de la empresa. La comunicación cruzada es muy común dentro de las organizaciones, ya que no siempre el flujo de la información se dirige por las rutas normalmente establecidas en los organigramas. (Toro, 2014, p.38)

Se viven en tiempos acelerados donde la tecnología ha venido a crear nuevas formas de comunicación, esto implica a que muchas veces las empresas creen correos electrónicos, se hacen plataformas sociales, con la finalidad de que el tiempo sea mínimo a la hora de esperar una respuesta, tanto del empleador y del empleado. La comunicación cruzada hace que el flujo de la comunicación sea variado y que no se establezcan parámetros a la hora de hacer una comunicación. De esta manera la comunicación deja de ser solamente jerárquica. El colegio Guardabarranco, debe de tener presente, que la comunicación cruzada, es importante para el instituto, porque mediante este proceso, se aligera la comunicación interna y externa del instituto.



6. Gestión de la comunicación interna

La gestión de la comunicación interna es transcendental para toda institución, porque mediante esta, se crean acciones en pro del trabajo grupal e individual, mediante la gestión de la comunicación interna se facilita las diferentes opiniones del estado del organismo, según los diferentes criterios internos del centro. Los colaboradores hacen que la gestión interna sea rápida, esto crea acciones de competencia para la empresa. El colegio Guardabarranco debe de establecer procesos gestión de la comunicación interna y externa, para ayudar a mejorar, la comunicación institucional del colegio, esto le brinda centro políticas de comunicación, para dar solución a problemas de comunicación del instituto.

La gestión de la comunicación interna es la implementación de una Política de Comunicación que mejora el conocimiento de la organización por parte de sus integrantes, pretendiendo generar una mayor colaboración, motivación y compromiso de todos. Se deben identificar y reforzar los distintos estratos que hacen a la comunicación organizacional interna: Nivel individual: Se desarrolla en forma interpersonal entre el público interno de la institución, Nivel institucional: Se genera a partir del intercambio formal de opiniones dentro de la institución, Nivel grupal: Fomenta el trabajo en equipo como acción para el diseño y ejecución de la toma de decisiones Y Nivel competencial: Este nivel se concreta a partir de la capacitación de quienes integran el organismo, en habilidades y competencias comunicativas. (Ongallo, 2007, p.7)

7. Comunicación externa

La comunicación externa es un conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios. Abarca tanto ver sus productos o servicios. Abarca tanto lo que en términos generales se conoce como Relaciones Públicas, como la Publicidad. (Toro, 2014, p.24)



Es de suma importancia que las instituciones tengan una correcta comunicación interna, porque mediante ella, se refleja la imagen del organismo, si una institución no tiene buena comunicación interna se evidencia por su imagen, el público la rechaza y rumora de una identidad inconveniente, los trabajadores y colaboradores deben de tener relaciones cordiales con sus compañeros de trabajo, para que así el clima laboral sea placentero para ellos y de esta manera brinden una buena información al público. El colegio Guardabarranco debe de establecer, una comunicación externa adecuada y positiva, que haga que su imagen e identidad, sea bien vista por la sociedad, asimismo por sus estudiantes y padres de familias, que son las personas que deben de percibir, si la comunicación es adecuada y ágil.

III. Funciones de la comunicación

La comunicación es variada según el contexto en que se desarrolle, por tal razón las funciones de la misma son múltiples entre ellas esta: informar, educar, crear, gestionar etc. La comunicación por ser evolutiva es subjetiva, porque hace que los seres humanos la comprendan según sus experiencias de vida, cabe mencionar que la comunicación crea normas y conductas que regulan al mismo ser humano.

Las funciones de la comunicación según Satz, (2009) son las siguientes:

1. **Informativa:** Tiene que ver con la transmisión y recepción de la información. A través de ella se proporciona al individuo todo el caudal de la experiencia social e histórica, así como proporciona la formación de hábitos, habilidades y convicciones. En esta función el emisor influye en el estado mental interno del receptor aportando nueva información.
2. **Afectivo - valorativa:** El emisor debe otorgarle a su mensaje la carga afectiva que el mismo demande, no todos los mensajes requieren de la misma emotividad, por ello es de suma importancia para la estabilidad emocional de los sujetos y su realización



personal. Gracias a esta función, los individuos pueden establecerse una imagen de sí mismo y de los demás.

3. **Reguladora:** Tiene que ver con la regulación de la conducta de las personas con respecto a sus semejantes. De la capacidad autorregular/autorreguladora y del individuo depende el éxito o fracaso del acto comunicativo. Ejemplo: una crítica permite conocer la valoración que los demás tienen de nosotros mismos, pero es necesario asimilarse, proceder en dependencia de ella y cambiar la actitud en lo sucedido. (p.10)

Hechos sociales como la mentira son una forma de comunicación informativa (aunque puede tener aspectos reguladores y afectivos valorativos), en la que el emisor trata de influir sobre el estado mental del receptor para sacar ventaja.

Las funciones de la comunicación son múltiples, esto depende del contexto que se desarrolle, puede ser informativa, afectiva, reguladoras, con la finalidad de ayudar a que los seres humanos se comuniquen de manera rápida y fácil. El diagnóstico de comunicación, establece este término, porque, el colegio Guardabarranco al dar atención a niños y jóvenes, debe de reconocer las funciones que tiene la comunicación, para ayudar a que la comunicación interna y externa del colegio sean buenas y provechosa, para el instituto y la dirección administrativa.

Otras Funciones de la comunicación según Satz, (2009) dentro de un grupo o equipo:

1. **Control:** La comunicación controla el comportamiento individual. Las organizaciones, poseen jerarquías de autoridad y guías formales a las que deben regirse los empleados. Esta función de control además se da en la comunicación informal.
2. **Motivación:** Lo realiza en el sentido que esclarece a los empleados qué es lo que debe hacer, si se están desempeñando de forma adecuada y lo que deben hacer para optimizar su rendimiento. En este sentido, el establecimiento de



metas específicas, la retroalimentación sobre el avance hacia el logro de la meta y el reforzamiento de un comportamiento deseado, incita la motivación y necesita definitivamente de la comunicación.

3. **Expresión emocional:** Gran parte de los empleados, observan su trabajo como un medio para interactuar con los demás, y por el que transmiten fracasos y de igual manera satisfacciones.
4. **Cooperación:** La comunicación se constituye como una ayuda importante en la solución de problemas, se le puede denominar facilitador en la toma de decisiones, en la medida que brinda la información requerida y evalúa las alternativas que se puedan presentar.

Las funciones de la comunicación en equipo son variadas, estas responden al trabajo en grupo que realizan, las instituciones, para ayudar a la comunicación interna del centro, el colegio Guardabarranco, debe de establecer, parámetros en pro de la gestión de la comunicación en equipo, los docentes del centro, deben de tener una adecuada comunicación, para ayudar a la comunicación institucional donde colaboran. El trabajo en equipo hace que el ambiente laboral sea agradable y placentero, si los docentes del centro educativo, fortalecen este proceso, su trabajo será gestionado y llevado acabo con fuerzas positivas y la respuesta, será percibida, por la sociedad.



IV. Estrategia de comunicación

La estrategia de comunicación es una herramienta de planificación que sistematiza de manera global, integral y coherente los objetivos generales, las tácticas, los mensajes, las acciones, los indicadores, los instrumentos y los plazos que la organización va a poner en juego para trasladar su imagen y su mensaje al exterior en un periodo determinado. Este periodo va a ser amplio -cuatro años, por ejemplo-, y será operativa por planes anuales que gradúen la consecución de los objetivos generales mediante objetivos específicos a más corto plazo, y establezca un calendario de actividades a desarrollar. Abarca un abanico muy amplio de aspectos y tareas que van desde la imagen corporativa hasta la gestión de medios, pasando por las relaciones públicas o la corrección de textos. En este apartado nos vamos a centrar en la gestión de medios. (Morales, 2001, p.4)

Las estrategias de comunicación son instrumentos claves a la hora de posicionar a una institución, es el eje transversal de crear acciones, que encaminen a una organización, mediante estas estrategias se hacen cambios elementales del centro para que este, sea expuesto de manera positiva al público. Las estrategias hacen que la institución tenga, una respuesta positiva ante, cualquier problema de comunicación interno y externo, ayudando así a que el instituto, permanezca con una saludable comunicación institucional. Claramente las instituciones hacen estrategias que beneficien a toda la sociedad, sabiendo que la sociedad es quien les brinda ayuda a tener una imagen e identidad adecuada.

V. Estrategia en la educación

Las estrategias de educación son importantes, para una institución educativa, tal es el caso del colegio público del poder ciudadano Guardabarranco, es evidente que la estrategia de educación ayuda a que los estudiantes, para que estos, posean herramientas de planificación estudiantil, esto enfocados en los alumnos esto con el fin de promover, actividades que promuevan cambios positivos en el alumnado.



El enfoque de las actividades de planificación se diferencia de acuerdo a la naturaleza de la organización; en el caso del Sector Educación, por ser un sector social, sin fines de lucro, tiende a enfocarse más en las políticas de desarrollo, la administración de servicios y el financiamiento de los programas. (García y Ruiz, 2016, p.27)

Cuando se habla de planificación estratégica en educación, se refiere a la posibilidad de imaginar el mundo futuro y a dónde queremos llegar como sociedad, construyendo en el presente los caminos y puentes para lograrlo, con la certeza de que existe un margen de incertidumbre y de modificaciones en la cotidianeidad. En el colegio Guardabarranco tiene presente que la gestión de la educación es vital, para lograr un desarrollo intelectual, entre los estudiantes, brindándoles herramientas, que les ayude al futuro. Estas estrategias son puestas, en prácticas en los institutos educativos, para que los alumnos, poseen fortalezas y que sean, puestas en prácticas en la universidad.

VI. Diagnóstico

En el diagnóstico se examinan y mejoran los sistemas y prácticas de la comunicación interna y externa de una organización en todos sus niveles y también las producciones comunicacionales de una organización tales como historietas, metáforas, símbolos, artefactos y los comentarios que la gente de la organización hace en sus conversaciones diarias. García y Ruiz (2016) afirma: “El diagnóstico es como un proceso analítico que permite conocer la situación real de la organización en un momento dado para descubrir problemas y áreas de oportunidad, con el fin de corregir los primeros y aprovechar las segundas” (p.29). Para tal efecto se utiliza una gran diversidad de herramientas, dependiendo de la profundidad deseada, de las variables que se quieran investigar, de los recursos disponibles y de los grupos o niveles específicos entre los que se van a aplicar. El diagnóstico no es un fin en sí mismo, sino que es el primer paso esencial para perfeccionar el funcionamiento comunicacional de la organización.



VII. Educación

La educación es la base en donde se desarrolla el intelecto del hombre, mediante la educación se brindan conocimientos a los estudiantes. La educación es un derecho que tienen los seres humanos, esto es un deber que se debe de cumplir los estados. Por esta razón, el colegio Guardabarranco tiene como visión formar jóvenes con capacidades técnicas e intelectuales, que ayuden al alumno, a que posean capacidades no solo técnicas, si no, también físicas, con la finalidad de hacer profesionales completos, la educación es la base que tiene, toda sociedad de desarrollar, y de igual manera, es la vía que tiene, un país de crecer. La educación propone:

La educación es un fenómeno que nos concierne a todos desde que nacemos. Las relaciones sociales que se producen en el seno familiar o con los grupos de amigos, la asistencia a la escuela, son experiencias educativas, entre otras muchas, que van configurando de alguna forma concreta nuestro modo de ser. La educación es el proceso continuo que empieza desde el nacimiento y sigue el desarrollo natural de las facultades latentes del ser humano: la sensación, memoria y comprensión, por lo que proponía una educación que tomara como punto de partida la naturaleza humana. El ser humano debe descubrir por sí mismo las presiones del ambiente; en este proceso, el rol del educador sería exclusivamente propiciar ambientes naturales en los que pueda darse este aprendizaje y no tratar de inducir conocimiento alguno a través de la instrucción. (Luengo, 2004, p.30)

VIII. Tipos de educación

Independientemente de los tipos de educación que existan, todas están encaminadas a educar a transmitir conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar. Existen varios tipos de educación entre los cuales destacan la educación: formal, no formal e informal a continuación se hará mención de cada una de ellas.

1. **Educación formal:** es aquella que el individuo aprehende de manera deliberada, metódica y organizada. Este tipo de educación se lleva a cabo en



un lugar físico concreto, y como consecuencia de la misma se recibe una certificación. La educación formal se encuentra reglamentada a partir de normas internas de la institución en la que se adquiere. Además, es de carácter planificado, es decir, no se produce de manera espontánea, sino que detrás de la misma existe toda una planeación por parte de aquellos que la imparten. La educación formal se recibe en colegios, universidades, institutos, etc.

2. **Educación no formal:** recibe esta denominación debido a que, a diferencia de la anterior, esta clase de educación se produce fuera del ámbito oficial u escolar y es de carácter optativo. Su propósito consiste en obtener distintos conocimientos y habilidades a partir de actividades formativas de carácter organizado y planificado. No se produce de manera deliberada o intencional y las particularidades de sus formas son variadas. En este tipo de educación, la enseñanza se obtiene a partir de las actividades de la vida cotidiana relacionadas con el trabajo, la familia o el ocio. No está estructurado (en objetivos didácticos, duración ni soporte) y normalmente no conduce a una certificación, ha sido creado expresamente para satisfacer determinados objetivos, surge a partir de grupos u organizaciones comunitaria

3. **Educación informal:** éste aprendizaje se desarrolla fuera del ámbito de las educaciones formales y no formales, y se distingue por ser de carácter permanente, espontáneo y no deliberado. La educación informal aquella que se produce en un contexto mucho menos estricto que el escolar, y se basa en enseñanzas aprendidas en escenarios considerados habituales por el individuo. La familia, el grupo de amistades, el club, etc., constituyen ejemplos de ámbitos donde la educación informal se presenta y es internalizada por la persona.

Los tipos de educación son varios: formal, no informal, e informal estos están encaminados a que la educación es variada, que no es concreta, el instituto Guardabarranco tiene presente



que la educación debe de ser formal, para que, la metodología que pongan en práctica los docentes, sean bien recibida por los estudiantes del instituto.

IX. Herramienta FODA

La matriz FODA fue importante para la realización del diagnóstico de comunicación del instituto público del poder ciudadano Guardabarranco, por medio de este método, se obtuvieron fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que tiene en la actualidad el centro educativo. De modo que mediante, este proceso de análisis, se crearon estrategias de comunicación que favorezcan a la imagen e identidad de la institución.

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc.) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

1. **Fortalezas:** son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.
2. **Oportunidades:** son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.
3. **Amenazas:** son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.
4. **Debilidades:** son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.



El análisis FODA es una herramienta útil que ayudo a establecer, las fortalezas que tiene el colegio Guardabarranco sus cualidades, que hacen que su imagen e identidad sea bien vista, por estudiantes, padres de familia y sociedad en general, asimismo se encuentran las oportunidades que tiene el centro educativo ante su exterior, mientras que las debilidades es todo lo que debilita al instituto, por otra parte las amenazas, es todo lo referente a lo que puede ocurrirle al centro, en cuento a su exterior, esta herramienta, mide la interno y externo del instituto, para este proceso de análisis fue necesario realizar el análisis FODA con el objetivo, de hacer estrategias que respondan a las necesidades del instituto escolar.

X. Matriz FODA aplicada al ámbito educativo

Como parte de la Planeación Estratégica en el ámbito educativo, se requiere que el cuerpo docente trabaje sobre herramientas que guíen su actuación y respondan a las demandas y necesidades de sus usuarios. En este proceso, los miembros de la institución desarrollan los Procedimientos y operaciones necesarias para lograrlo, tales como el Diagnostico. Dado que éste permite precisar la naturaleza y magnitud de los problemas que afectan a una institución o sistema.

A continuación, se retoma para efectos de análisis: la Matriz FODA, la cual permitió conformar un cuadro en el que se visualizó hechos que denotan la situación actual del objeto de estudio, sean internos o externos, positivos o negativos, a partir de su siglo, como se indica:

Dicho esquema permitió conocer cuál es la posición relativa que tiene la institución dentro del sector educativo, así, que se podrá formular, cuáles son las estrategias más convenientes, permitiendo orientar los planes y proyectos a realizar.



Análisis Interno	Análisis Externo.
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <p>Son actividades internas que la institución realiza bien o cualidades de la misma, que ayudan a conseguir los objetivos institucionales establecidos, dentro de los cuales se pueden mencionar: ambiente laboral adecuado, recursos humanos, materiales y financieros suficientes para realizar eficientemente el trabajo.</p>	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <p>Hechos externos que benefician y/o facilitan el logro de los objetivos de la institución. El considerar a una circunstancia como oportunidad depende de la habilidad de la institución para saber reconocerla y de su capacidad para aprovecharla. Éstas pueden provenir de los ámbitos: económico, demográfico, social, político, tecnológico, legal y educativo.</p>
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <p>Actividades internas que la institución realiza con un nivel de eficiencia y eficacia menor al deseado, por lo que obstaculizan el logro de los objetivos; se puede identificar como una carencia de lo necesario e indispensable para el desarrollo de las actividades encomendadas. Poniendo especial atención a sus programas de estudio y de investigación, a su planta docente y estudiantil, a lo relativo a la infraestructura de la enseñanza, al destino de sus egresados, a su capacidad para insertarse en el nivel inmediato superior, a su eficiencia terminal, a su nivel de retención y probación, entre muchos otros.</p>	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <p>Son acciones o situaciones externas, potencialmente dañinas para la institución porque pueden dificultar o impedir el logro de los objetivos, deben establecerse en forma concisa y clara, clasificándolas de acuerdo a su impacto y probabilidad de ocurrencia.</p>



Diseño Metodológico

El presente diagnóstico que se realizó en el Colegio Público del Poder Ciudadano Guardabarranco en el 1 semestre de 2017 es de la siguiente manera.

I. Enfoque de la investigación

El presente estudio tiene un enfoque mixto, porque es un proceso en el que se recolecta, analiza y vinculan datos cuantitativos (encuestas) y cualitativos (entrevistas) en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un problema de investigación.

Además, se ejecutó un estudio no experimental, porque la observación es la principal técnica que se utilizó en el estudio, se trabajó de cerca con el ambiente interno y externo del colegio.

II. Tipo de investigación

El tipo de estudio que se aplicó en el diagnóstico es descriptivo, ya que se describió la situación actual en cuanto a la comunicación interna y externa del Colegio Público del Poder Ciudadano Guardabarranco, el cual permitió detectar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presenta el centro, de modo que se pueda presentar una propuesta que ayude al mejoramiento comunicacional del instituto educativo.

La investigación descriptiva, trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Esta puede incluir los siguientes tipos de estudios: Encuestas, Casos, Exploratorios, Causales, De Desarrollo, Predictivos, De Conjuntos, De Correlación. Los estudios descriptivos buscan desarrollar una imagen o fiel representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características. Describir en este caso es sinónimo de medir. Miden variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o fenómeno bajo análisis. El énfasis está en el estudio



independiente de cada característica, es posible que de alguna manera se integren la medición de dos o más características con el fin de determinar cómo es o cómo se manifiesta el fenómeno. Pero en ningún momento se pretende establecer la forma de relación entre estas características. En algunos casos los resultados pueden ser usados para predecir. (Grajales, (2000, p.1)

III. Universo

El universo está representado por la cantidad de estudiantes que conforma el centro educativo, tanto en el turno matutino como vespertino, totalizando un universo de 795 que equivale a la cantidad de padres.

IV. Muestra

El tipo de muestra que se utilizó para los estudiantes es muestreo por conveniencia y no probabilístico, porque se seleccionaron los encuestados de acuerdo a los intereses de la investigación, en este caso a 59 alumnos de sexto grado del colegio del turno matutino, y 41 alumnos del 5to año del turno vespertino, se seleccionaron a dichos estudiantes, porque son quienes tienen más dominio y conocimiento al momento de tomar un criterio y responder las interrogantes de las encuestas.

También se utilizó el tipo de muestra por conveniencia en los maestros, pues esto es una selección en función de su accesibilidad. De igual forma en los padres de familia de educación inicial de 2do y 3er nivel de preescolar.

V. Método

El método que se utilizó en esta investigación fue el inductivo, ya que se parte de la situación comunicacional, en la que se encuentra el centro educativo, para luego proponer estrategias que ayuden, al mejoramiento de las debilidades, que se presenten en este centro educativo.



1. Método de análisis

En este espacio se valoró cual es la situación de la comunicación interna y externa del colegio público del Poder Ciudadano Guardabarranco, además del flujo comunicacional en las distintas áreas del trabajo del mismo.

2. Método de síntesis

En esta fase se valoró las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades, con el propósito de proponer estrategias que cooperen al progreso del flujo comunicacional.

VI. Técnicas de recolección de datos

1. **Observación directa:** alumnos, maestros y padre de familia. Esto permitirá conocer mejor el fenómeno de estudio que se pretende
2. **Encuesta:** estructurada con categorización de variables Dicotómicas y nominales, las que fueron realizadas a partir de interrogantes, para profundizar en el fenómeno de estudio (estudiantes, maestros y padres de familia).
3. **Entrevista Cualitativas:** realizada de forma directa al director del centro educativo Urías Wilfredo Ramírez, para recabar datos que fundamenten la investigación.

La selección y elaboración de los instrumentos de investigación es un capítulo fundamental en el proceso de recolección de datos, ya que sin su concurso es imposible tener acceso a la información que necesitamos para resolver un problema o comprobar una hipótesis. En general, el instrumento resume en cierta medida toda la labor previa de una investigación que en los criterios de selección de estos instrumentos se expresan y reflejan las directrices dominantes del marco, particularmente aquellas señaladas en el sistema teórico, (variables, indicadores e hipótesis) para el caso del paradigma empírico-analítico y las fundamentaciones teóricas y conceptuales incluidas en este sistema. (Cerde, 1991, p.23)



VII. Observación

Tradicionalmente el acto de "observar" se asocia con el proceso de mirar con cierta atención una cosa, actividad o fenómeno, o sea concentrar toda su capacidad sensitiva en algo por lo cual estamos particularmente interesados. A diferencia del "mirar", que comporta sólo un fijar la vista con atención la "observación" exige una actitud, una postura y un fin determinado en relación con la cosa que se observa. El observador fija su atención en una finalidad de la que se tiene clara conciencia, la cual le proporcione la justa postura frente al objeto de la observación. El proceso de observación exige tener un plan o por lo menos algunas directrices determinadas en relación con lo que se quiere o espera observar. Quiérase o no, la observación tiene un carácter selectivo.

Es probablemente uno de los instrumentos más utilizados y antiguos dentro de la investigación científica, debido a un procedimiento fácil de aplicar, directo y que exige s de tabulación muy sencillas. Es el medio preferido de los investigadores sociales, aunque también para los psicólogos es una herramienta importante en los procesos de introspección y retrospección. Pero independientemente de las preferencias y tendencias que existan entre las diferentes disciplinas, podemos afirmar que el acto de observar y de percibir se constituye en los principales vehículos del conocimiento humano, ya que por medio de la vida tenemos acceso a todo el complejo mundo objetivo que nos rodea. Prácticamente la ciencia inicia su procedimiento de conocimiento por medio de la observación, ya que es la forma más directa e inmediata de conocer los fenómenos y las cosas. (Cerde, 1991, p.237)



VIII. La entrevista

Se afirma que por medio de la entrevista realizada al sub director del Colegio Guardabarranco Urías Wilfredo Ramírez, se obtuvo toda la información que requirió, por la observación, porque a través de ello, se entiendo del mundo interior del ser humano y conocer sus sentimientos, su estado, sus ideas, sus creencias y conocimientos. De ello se deduce la entrevista, no es otra cosa que una conversación entre dos personas, una de las cuales se denomina entrevistador y la otra entrevistado. Estas dos personas dialogan y conversan de acuerdo con pautas acordadas previamente, o sea se presupone que para, realizar una entrevista debe existir una interacción verbal entre dos personas dentro de un proceso de acción recíproca.

La entrevista es una conversación que tiene un propósito definido, y este propósito se da en función del tema que se investiga. En general se plantea como un proceso de transacción de dar y recibir información, de pregunta-respuesta, de emisor receptor, hasta alcanzar los objetivos que se propongan los investigadores. La entrevista es una de las técnicas preferidas de los partidarios de la investigación cualitativa, pero también es un procedimiento muy usado por los psiquiatras, psicólogos, periodistas, médicos y otros profesionales, que a la postre es una de las modalidades de la interrogación, o sea el hacer preguntas a alguien con el propósito de obtener de información específica. A este capítulo de la interrogación pertenecen también además de la entrevista, el cuestionario, que a diferencia de la primera es escrita. (Cerde, 1991, p.259)



IX. La encuesta

En esta investigación se realizaron encuestas de tipo dicotómica y nominal con el propósito de obtener datos a través de los estudiantes, maestros y padres de familia del colegio Guardabarranco. En la actualidad la encuesta es una de las modalidades más utilizadas por las empresas de mercadeo y los institutos de opinión que auscultan o sondean las tendencias consumistas o las opiniones políticas de la población. Permanentemente existen polémicas y controversias en torno a la credibilidad y validez de estos procedimientos como intérpretes de la opinión pública. El mismo carácter masivo de esta técnica, además del hecho de constituirse en la fórmula por antonomasia del muestreo, ha producido discusiones en torno a la confiabilidad de sus datos e información cuantitativa en relación con un problema eminentemente cualitativo como lo es la opinión pública.

La encuesta no es un método específico de ninguna disciplina de las ciencias sociales y en general se aplica en forma amplia a problemas de muchos campos. Esta capacidad de múltiple aplicación y su gran alcance, hace de la encuesta una técnica de gran utilidad en cualquier tipo investigación que exija o requiera el flujo informativo de amplio sector de la población. O sea, que las encuestas dependen del contacto directo que se tiene con todas aquellas personas, o con una muestra de ellas, cuyas características, conductas o actitudes son significativas para una investigación específica. La encuesta se usa principalmente cuando la información requerida no puede obtenerse sino a través de la consulta masiva. (Cerde, 1991, p.270)

X. Herramientas

Se utilizó el celular móvil para el grabado de las entrevistas, cámara fotográfica, una computadora, impresora, libreta de campo, etc.



Análisis y discusión de resultados

Universo y Muestra

El universo y muestra del diagnóstico comprenden al director, docentes, estudiantes y padres de familia del Colegio Público del Poder Ciudadano Guardabarranco. Estos últimos fueron elegidos por conveniencia.

Tabla 1: Proporción de muestra por unidad de estudio.

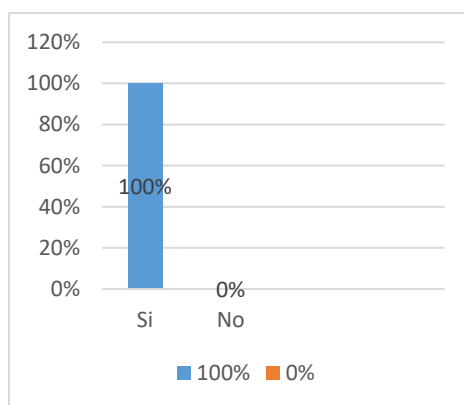
Tabla de frecuencia			
Objeto de estudio	Muestra	Total	Instrumento Aplicado
Sub Director	1	1	Entrevista
Docentes	23	23	Encuesta
Estudiantes	100	795	Encuesta
Padres de familia	80	795	Encuesta



Análisis de Resultado de encuestas aplicadas a Estudiantes del Colegio Público del Poder Ciudadano Guardabarranco

1. ¿Conoces si existe alguna unidad de comunicación que informe, divulgue y haga coberturas de las actividades que realiza el colegio Guardabarranco?

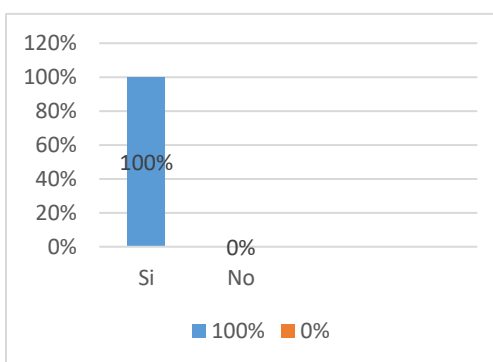
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	100%
No	0	0%
Total	100	100%



El 100% de los estudiantes del Colegio Público del Poder Ciudadano saben de la existencia de medios que divulgan, informan y comunican sobre el colegio. Estos datos son justificados en los resultados de encuesta, y en la información obtenida con la entrevista realizada al subdirector del colegio Urías Wilfredo Ramírez en la que el plantea que el colegio es muy reconocido por su tradición, su transparencia, y su grupo de danza que los ha llevado a hacer presentaciones hasta en la casa presidencial y los medios masivos han sido testigos de estos logros que han sido públicos.

2. ¿Considera que existe una buena coordinación entre la dirección y los docentes?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	100%
No	0	0%
Total	100	100%

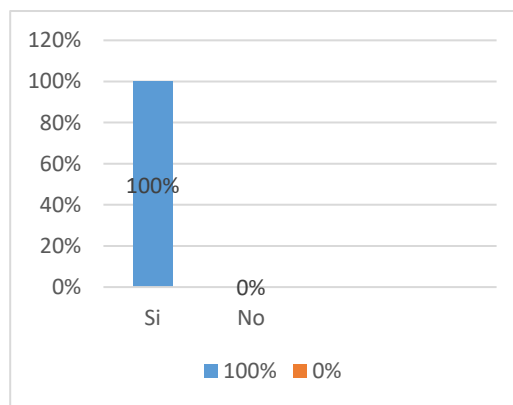




El 100% de los estudiantes encuestados del Colegio Guardabarranco consideran que si existe una buena coordinación entre la dirección y los docentes. Estos datos son confirmados en la información obtenida, a través de la entrevista que se le hizo al sud director del colegio Urías Wilfredo Ramírez, en la que el planteaba que entre ellos existen códigos de comunicación y que cada uno de ellos implementa debidamente el que le corresponde, evitando tener cualquier tipo de conflicto.

3. ¿Conoce usted acerca de alguna red social que use el colegio público del poder ciudadano Guardabarranco?

opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	100%
No	0%	0%
Total	100	100%

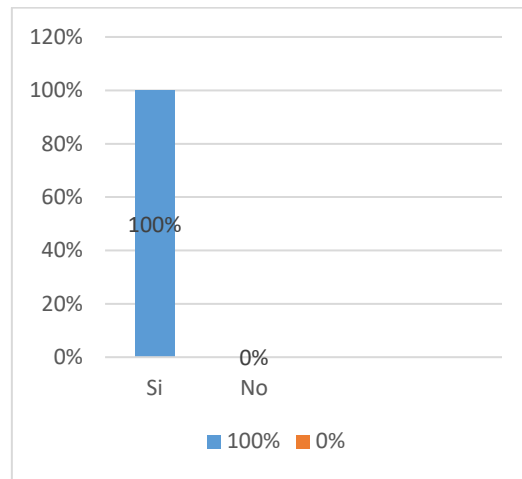


Se preguntó a los estudiantes, si conocen la existencia de una red social que en el Colegio se use y el 100% de los estudiantes respondieron que sí. Estos datos se confirman con el análisis de la encuesta. Las existencias de las redes sociales son de mucha importancia, debido a que en la actualidad son las herramientas que han globalizado el mundo entero y lo más importante, que a través de ellas se implementan grandes flujos de comunicación.



4. ¿En el centro educativo Guardabarranco existen medios que informen sobre las actividades generales que acontecen en el colegio?

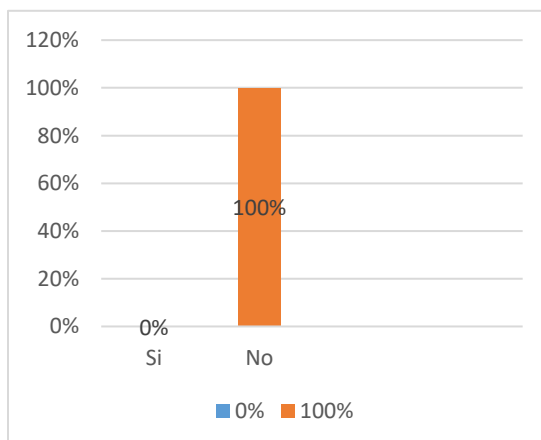
opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	100%
No	0%	0%
Total	100	100%



En el sondeo que se hizo, el 100% de los estudiantes del Colegio Guardabarranco saben que existen medios que informen sobre las actividades generales que acontecen en el centro educativo, para los estudiantes es de mucha importancia el estar siempre comunicados, porque de esta manera siempre están interactuando en el colegio, ya sea en los actos del matutino que se hace cada lunes, donde comúnmente se les informa de cualquier actividad general del colegio. Es importante tener en cuenta que La comunicación es la base fundamental para el manejo y el funcionamiento de cualquier institución.

5. ¿Conoce convenios que tiene el colegio Guardabarranco con otras instituciones?

opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	100	100%
Total	100	100%

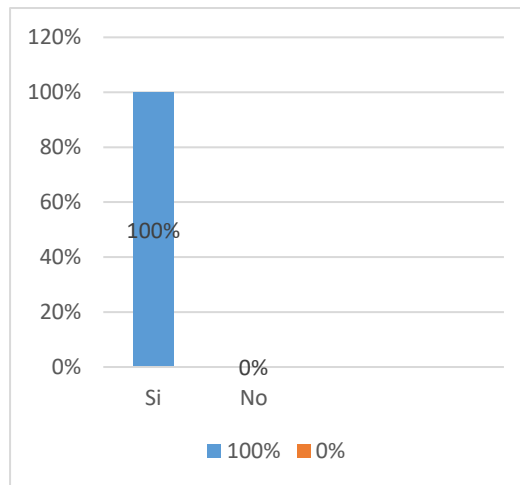




El 100% de los estudiantes del colegio Guardabarranco, no conocen ningún convenio que el colegio tenga con otras instituciones. Estos datos se justifican con el resultado de encuesta, pero no quiere decir que el colegio no tenga ningún convenio, en la información recibida a través de la entrevista al subdirector el plantea que tiene convenios con la UNAN-MANAGUA, con el fin de que los estudiantes del colegio se beneficien cuando necesitan ayuda Psicológica y de igual forma las puertas del colegio, están abiertas a la universidad y a sus estudiantes ante cualquier tipo de trabajo investigativo o de cualquier índole.

6. ¿Sabe a dónde debe dirigirse usted en caso de que necesite alguna información relacionada a sus actividades o tramites como estudiante?

opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	100%
No	0%	0%
Total	100	100%

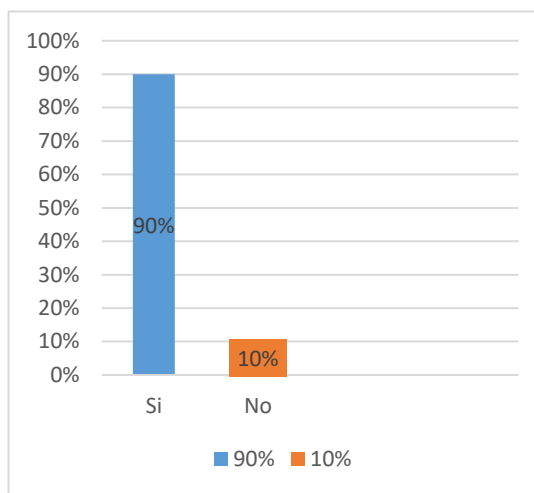


El 100% de los estudiantes según encuesta aplicada, saben a dónde dirigirse en caso de necesitar alguna información relacionada a sus actividades o tramites como estudiantes. Esto es una fortaleza que tiene el colegio, porque es de vital importancia que los estudiantes sepan cómo y qué deben hacer ante cualquier problemática o necesidad que se les presentes durante o después de sus clases.



7. ¿Considera que los medios de comunicación que se emplean en la institución son los más adecuados para comunicarse con los estudiantes?

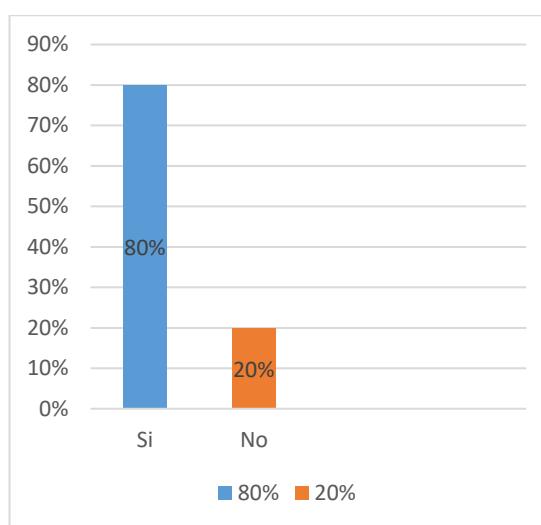
opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	90	90%
No	10%	10%
Total	100	100%



El 90% de los estudiantes considera que los medios de comunicación que emplean en la institución son los más adecuados para comunicarse con ellos, sin embargo, hay un 10% que manifiesta lo contrario. Estos datos son justificados en el análisis de encuesta, pero en la información recibida a través de la entrevista realizada al subdirector del colegio, no solo plantea que los medios utilizados son buenos, si no, que la creación e implementación de nuevos medios de comunicación e información, son una realidad incuestionable.

8. ¿Si se toma una decisión a nivel interno, les comunican a los estudiantes?

opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	80%
No	20%	20%
Total	100	100%

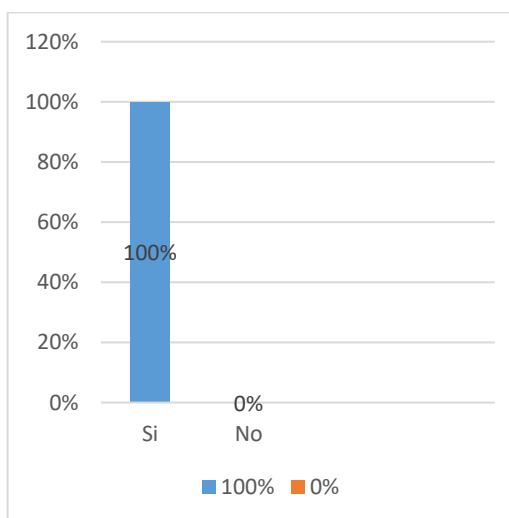




Se les pregunto a los estudiantes si les comunican cuando toman alguna decisión a nivel interno en el colegio y el 80% de ellos respondió que si les hacen el comunicado y el 20% respondió que no. Estos datos son justificados en el análisis de encuesta, y en la información recibida por el subdirector Urías Wilfredo Ramírez, expresa que evidentemente hay decisiones que involucran directamente a los estudiantes y por eso se les comunica inmediatamente, pero que hay otras que solo competen entre Ministerio de educación y dirigentes y estas no pueden ser divulgadas entre los estudiantes, simplemente deben ser implementadas.

9. ¿Sabe usted quién se encarga de la comunicación, difusión, divulgación e información del colegio?

opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	100%
No	0%	0%
Total	100	100%

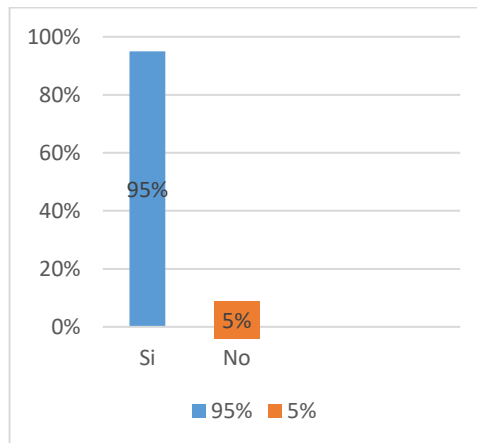


El 100% de los estudiantes encuestados, respondió que si conocen quien es el que se encarga de la comunicación, difusión, divulgación e información del colegio. Estos datos son justificados y sustentados en la encuesta, es una fortaleza que los estudiantes sepan en su totalidad, quien es la persona encargada de divulgar y difundir la información dentro del centro de estudio, porque así saben a quién pregunta o consultar acerca de alguna duda que los invade.



10. ¿considera que es necesario fortalecer el manejo de la información en el colegio Guardabarranco?

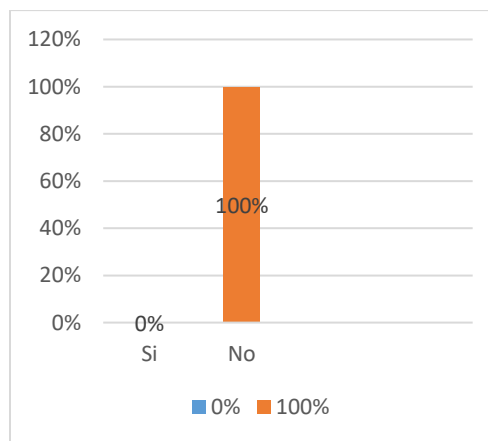
opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	95	95%
No	5	5%
Total	100	100%



El 95% de los estudiantes del Colegio Guardabarranco, afirman que es necesario el fortalecimiento del manejo de información en el colegio y un 5% expresa que no lo ve necesario. Estos datos son el resultado clave, para dar paso a una estrategia dirigida al fortalecimiento del manejo de la información dentro y fuera del colegio, con el fin de estar siempre preparados ante la falta de información y falta de comunicación.

11. ¿Sabe usted si el colegio cuenta con una estrategia para enfrentar una crisis comunicacional?

opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	100	100%
Total	100	100%

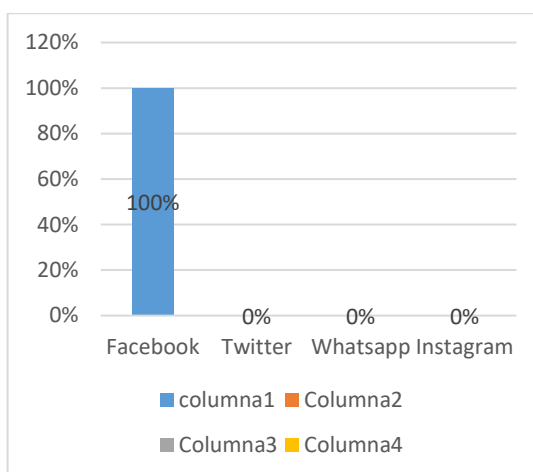




En el colegio Guardabarranco el 100% de los estudiantes, expresaron que no saben si en el colegio existe una estrategia para enfrentar una crisis comunicacional, estos datos se justifican en el resultado de encuesta. Es evidente la falta de estrategias para enfrentar las crisis de comunicación que se presentan en el colegio, esto forma parte de sus debilidades porque es claro que no han creado estrategias que ayuden al buen funcionamiento de la comunicación dentro y fuera del colegio.

12. ¿Cuál de las siguientes redes sociales es la que conoce que usa el colegio Guardabarranco?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	100	100%
Twitter	0	0
Whatsapp	0	0
Instagram	0	0
Total	100	100%

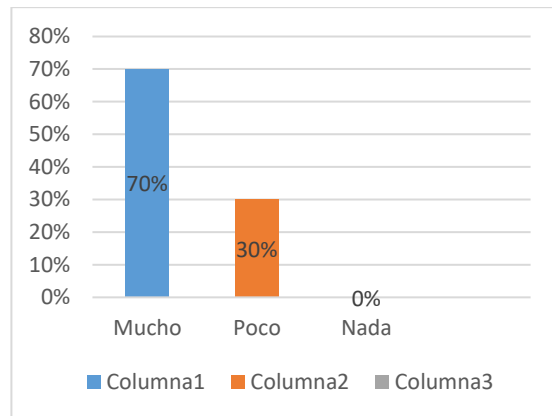


El 100% de los estudiantes encuestados conocen que la red social que se usa en el colegio Guardabarranco es Facebook, este resultado se justifica y sustentada en la encuesta. El uso de la red social Facebook es de mucha ayuda para el mejoramiento de las vías comunicacionales y, sobre todo, es una herramienta para que se empiecen a implementar y a hacer públicas las estrategias para poder superar crisis comunicacionales y así, los mismos estudiantes junto con los padres de familia, ser partícipe del cambio y mejoramiento del centro escolar, pero hay que destacar que Facebook no es la única red social disponible de la que hoy en día se puede hacer uso, también hay un sinnúmero de redes como whatsapp, Twitter, Instagram, etc., que facilitan el manejo de la información de forma rápida y eficaz, de forma que se involucre a todos y cada uno de los integrantes, dentro y fuera del colegio Guardabarranco.



13. ¿Cuánto le interesa mantenerse informado de las actividades generales del colegio?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	70	70%
Poco	30	30%
Nada	0	0%
Total	100	100%

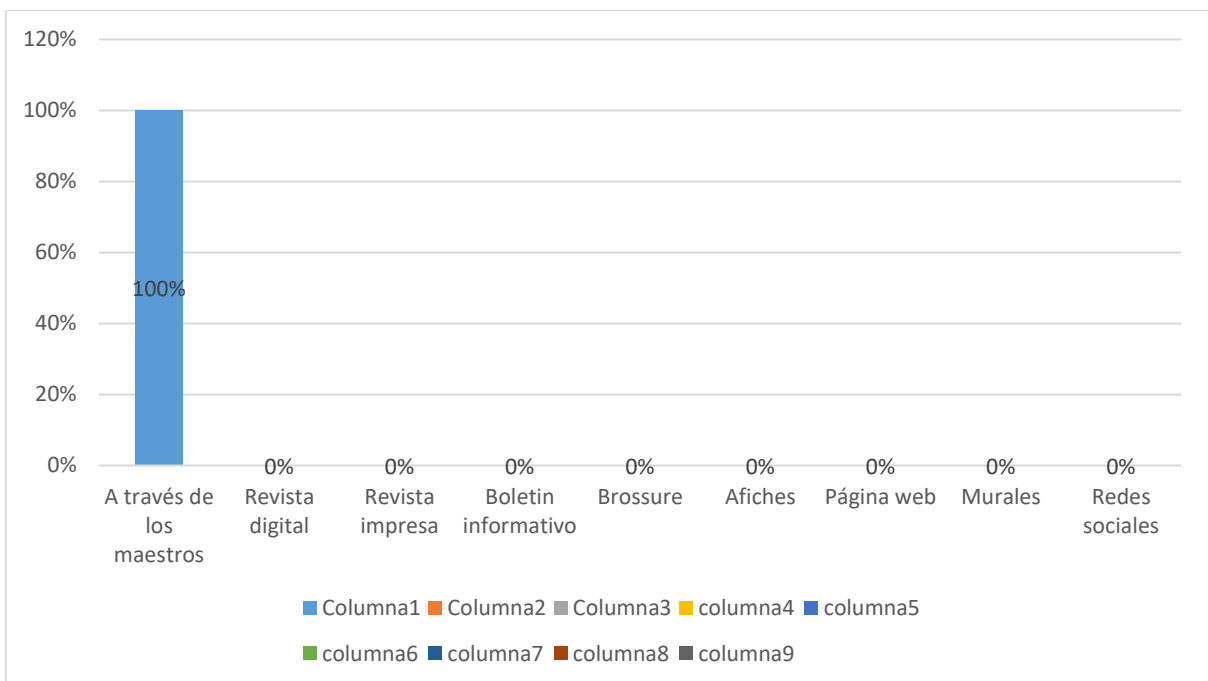


En cuanto al interés de mantenerse informado de las actividades generales del colegio Guardabarranco, significativamente el 70% de los estudiantes encuestados seleccionaron la variable mucho y el 30% selecciono la variable poco. Es una fortaleza que una cantidad considerable de los estudiantes encuestados, estén interesados en mantenerse informados, porque eso significa, que están al pendiente de lo que pasa dentro y fuera del colegio y sobre todo, lo que les afecta directamente como estudiantes, claro está, que también preocupa el hecho de que un 30% afirme lo poco que les interesa estar informado, ya que esa esa una debilidad clara entre los estudiantes, y más cuando deberían ser ellos los más preocupados en todo lo que tiene que ver relativamente con su centro de estudio.



14. ¿A través de qué medios se informa sobre las actividades del colegio?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Revista Impresa	0	0%
Revista digital	0	0%
A través de los maestros	100	100%
Boletín informativo	0	0%
Brossure	0	0%
Afiches	0	0%
Páginas web	0	0%
Murales	0	0%
Redes sociales	0	0%
Total	100	100%

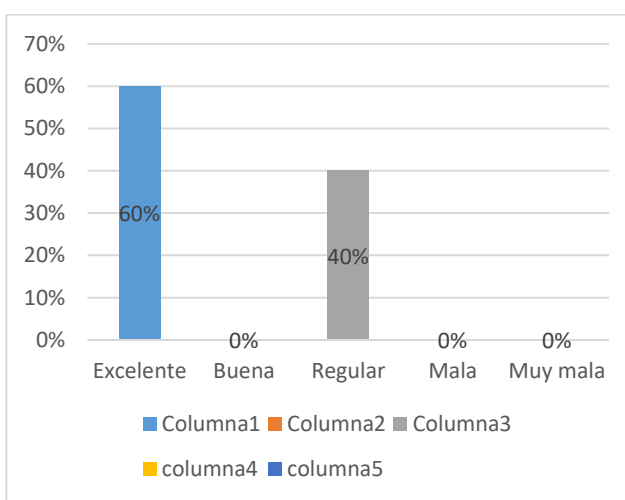




Los estudiantes del colegio Guardabarranco, expresan en un 100% que el medio que más se utiliza para informarlos de las decisiones que se toman en el colegio, es a través de los maestros. Es importante recalcar que el uso de la tecnología y las redes sociales, serian de mucha ayuda para mejorar las estrategias de comunicación, y no solo esto, ayudaría a que los mismos padres de familia estén siempre enterados de lo que pasa con sus hijos, ya que en la actualidad la mayoría de personas hacen uso de estas.

15. ¿Cómo valoras la información que recibes a través de ese medio?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	60	60%
Buena	0	0%
Regular	40	40%
Mala	0	0%
Muy mala	0	0%
Total	100	100%

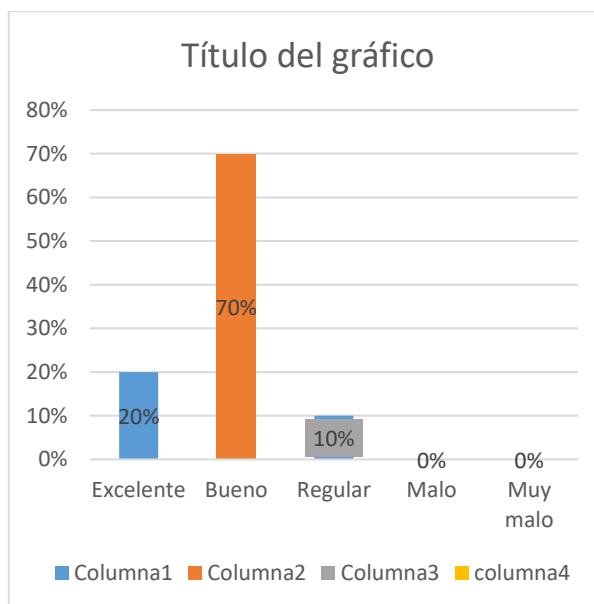


De acuerdo al medio con que se les informa a los estudiantes sobre las actividades del colegio, el valor que atribuyen a la información que reciben es de un 60% excelente y un 40% regular. La importancia de siempre estar innovando estrategias y formas de comunicación, es vital en estos casos, ya que, no hay que olvidar que los estudiantes también son jóvenes que se sienten atraídos por todo lo nuevo, y por eso se debe implantar estrategias innovadoras que despierte su iniciativa en la implementación de vías de comunicación modernas, que ayude a mantener informado a todo el universo del colegio.



16. ¿Cómo cataloga usted el flujo comunicacional dentro del colegio Guardabarranco?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	20	20%
Bueno	70	70%
Regular	0	0%
Malo	10	10%
Muy malo	0	0%
Total	100	100%

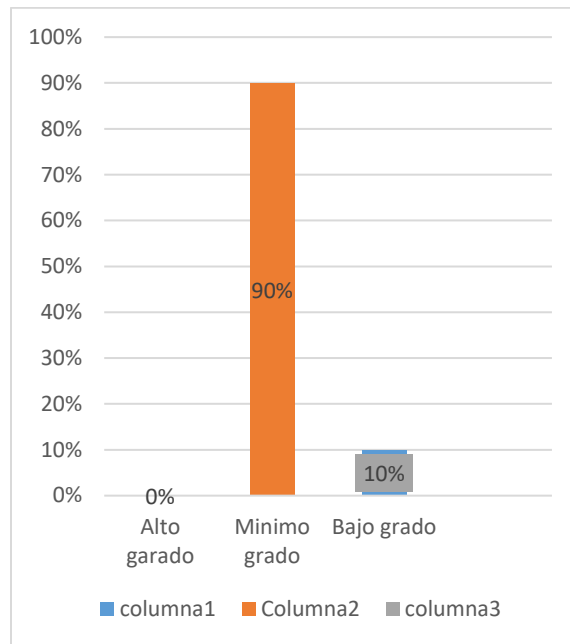


Un 70% de estudiantes del colegio Guardabarranco cataloga el flujo comunicacional dentro del centro como bueno, un 20% como excelente y un 10% como malo. Puede considerarse buena la calidad del flujo comunicacional en el centro de estudio, debido a que un considerable porcentaje de estudiantes lo define así, pero también se muestra un desajuste en la catalogación de este medio, porque no todos coinciden con la misma respuesta, sin embargo, puede definirse como una fortaleza, el que la mayoría de los estudiantes lo determinen como bueno, porque eso significa que aunque son necesarias las creaciones de estrategias de mejoramiento, lo poco que implementan lo hacen bien.



17. ¿Qué grado de desinformación existe sobre las medidas que se toman en el colegio?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Alto grado	0	0%
Mínimo grado	90	90%
Bajo grado	10	10%
Total	100	100%

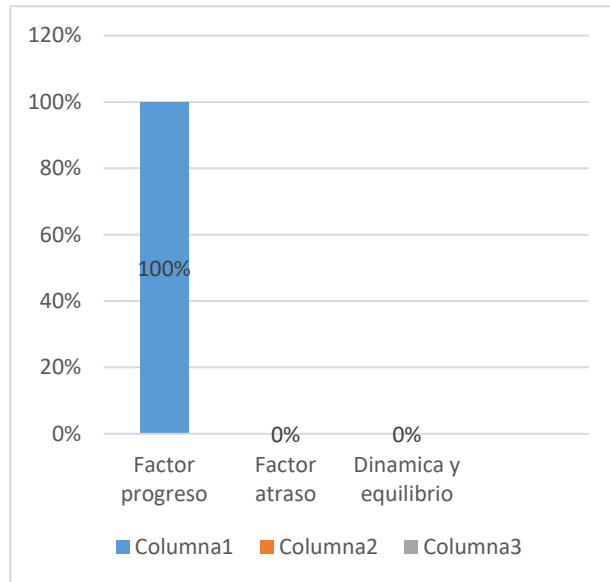


Sobre el grado de desinformación que existe en el colegio Guardabarranco el 90% de los estudiantes asegura que es un mínimo grado de desinformación y un 10% que es un bajo grado. Esto se cataloga como una fortaleza porque es de vital importancia que en el centro de estudio no exista la desinformación, ya que, del estar siempre informados y en constante comunicación depende el buen funcionamiento del colegio. Esto demuestra porque muchos estudiantes viajan desde lejos para poder ser parte de este centro de estudio, ya que este siempre les brinda la información necesaria.



18. ¿Qué papel considera que ocupa la tecnología en el proceso comunicativo del colegio?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Factor de Progreso	100	100%
Factor de atraso	0	0%
Dinámica y equilibrio	0	0%
Total	100	100%

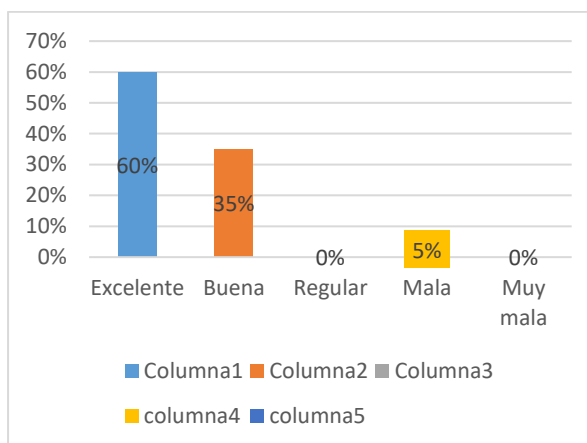


Para el 100% de los estudiantes la tecnología es un factor progreso en todo el sentido de la palabra, de modo que esta facilita herramientas y vías de acceso rápido y eficaz para la comunicación. Esta información se justifica en la encuesta. La tecnología es de gran importancia en todo el mundo, porque sus avances han hecho que toda la sociedad se beneficie de ella, ya que estamos en una época donde cada día surge un avance que hace un gran aporte a el desarrollo de la misma, de igual forma, lo que fue avance en el ayer, hoy ya no tiene relevancia para la humanidad, todo va cambiando y es por esto que, en el colegio Guardabarranco se deben empeñar en implementar algo nuevo cada día, y así enseñarle a sus alumnos la importancia y sobre todo, el usos de las tecnologías.



19. ¿Cómo es la comunicación que tiene con los maestros del colegio?

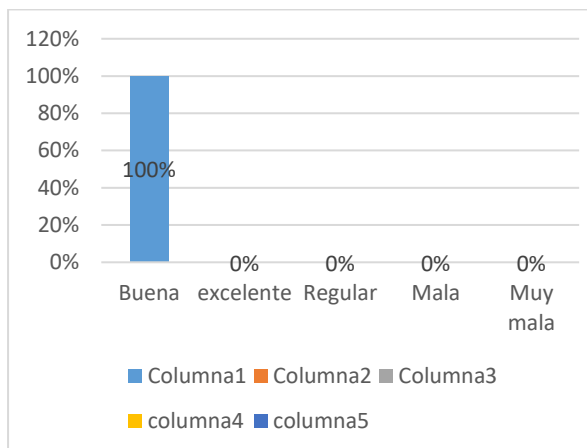
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	60	60%
Buena	35	35%
Regular	0	0%
Mala	5	5%
Muy mala	0	0%
Total	100	100%



En cuanto a la calidad de la comunicación que los estudiantes del colegio Guardabarranco tienen con sus maestros, el 60% de los estudiantes establece que es excelente, un 35% que es buena y un 5% establece que es mala. Es evidente la variación en cuanto a la calidad de comunicación, y esto se debe a que en las aulas de clases siempre hay diferentes tipos de comportamientos y por ende, el maestro debe actuar en respuesta a estos, y lógicamente aquellos estudiantes que han sido expuestos a las autoridades superiores por sus maestros, por diferentes razones son los que expresan su mala comunicación con sus maestros, pero a como claramente en el análisis de encuesta se muestra son una minoría de estudiantes.

20. ¿Cómo valora la coordinación que hay entre dirección y maestros del colegio Guardabarranco?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	0	0%
Buena	100	100%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
Muy mala	0	0%
Total	100	100%

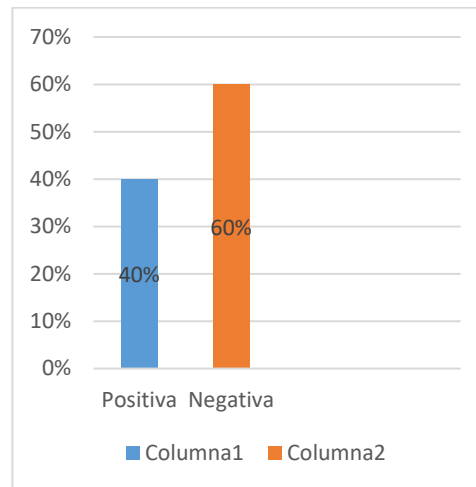




Según de los encuestados la coordinación entre el director y sus maestros es buena, esto lo sustentan los 100 estudiantes muestras que equivalen al 100% de los estudiantes. Esto también lo sustenta el subdirector del colegio en la entrevista, ya que el expresa, que la mejor forma de solucionar cualquier inconveniente que tiene cualquier maestro es ante todo el saber escuchar, porque primero que nada se le da la oportunidad de expresar lo que siente y de forma muy privada se le da solución al problema.

21. ¿Cuándo usted se informa de asuntos internos del colegio Guardabarranco a través de la vía informal del rumor ¿La información que recibe generalmente es?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Positiva	40%	40%
Negativa	60	60%
total	100	100%

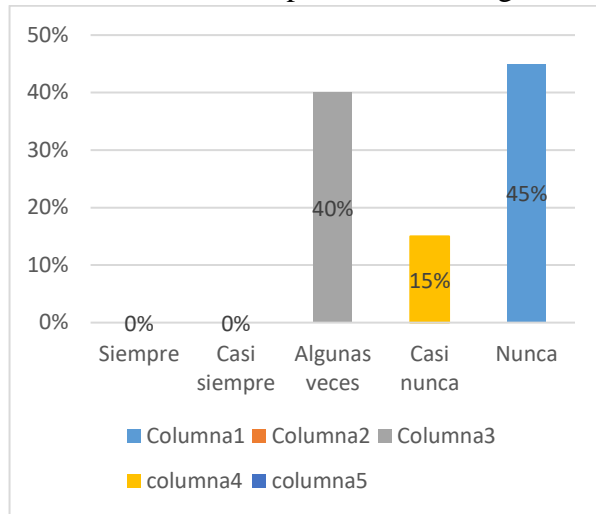


El 60% de los estudiantes encuestado señala que el tipo de información que reciben en el colegio a través del rumor es negativo, y el 40% señala lo contrario, afirmando que es positiva. Esto cabe dentro de las debilidades porque, más de la mitad de los encuestados afirmó que la información que reciben es negativa se debe a que es un método de información informal y por lo tanto, se tiende a cambiar la información y está ya no llega a su destino a cómo tiene que ser.



22. ¿Cuándo tiene contacto directo con las autoridades superiores del colegio?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi siempre	0	0%
Algunas veces	40	40%
Casi nunca	15	15%
Nunca	45	45%
Total	100%	100%

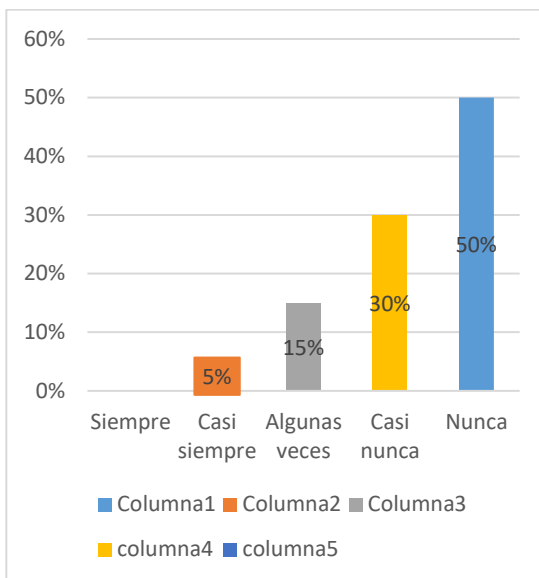


El 45% de los estudiantes nunca tiene contacto directo con las autoridades superiores, el 40% algunas veces y el 15% afirma que casi nunca. Esta información es justificada en el análisis de la encuesta y también en la entrevista al subdirector ya que el expresa que el contacto con las autoridades superiores del colegio puede ser algo positivo y a la ves negativo, ya que, estos contactos pueden ser por algún problema que el estudiante haya experimentado con otro y por ende, lo llevan a la dirección para que afronte el problema, y esto sería algo negativo para el estudiante porque se estaría dando a conocer como un alumno problemático o conflictivo, pero a la ves estaría entablado vías de comunicación muy asertivas que le ayudarían a mejorar sus problemas por la vía comunicacional y esta, el acercamiento que puede ser porque necesita algún tipo de información que solo domina la dirección y también están los que simplemente nunca han tenido contacto con el director por otros tipos de razones.



23. ¿Usted tiene la oportunidad de hacer sugerencias, comentarios o reclamos a autoridades superiores del colegio?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi siempre	5	5%
Algunas veces	15	15%
Casi nunca	30	30%
Nunca	50	50%
Total	100%	100%



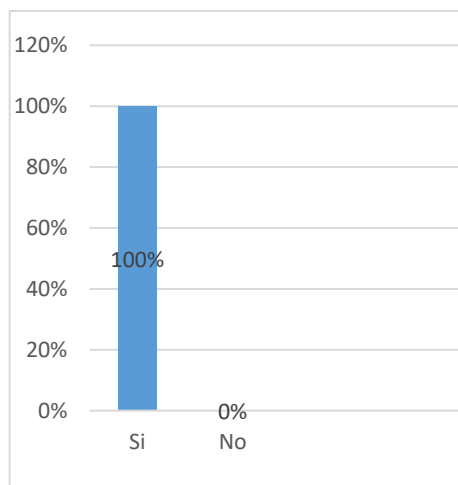
El 50% estableció que nunca tienen la oportunidad de hacer sugerencias, comentarios, o reclamos a las autoridades superiores y el 30% que casi nunca tienen la oportunidad, el 15% que algunas veces, y el 5% que casi siempre. Estos datos están justificados en el análisis de encuesta y en la información obtenida de la entrevista al subdirector, en la que expreso que esto se debe a que, a veces hay ordenes que vienen directamente del ministerio de educación y aunque los estudiantes talvez no estén de acuerdo, son ordenes que ya están establecidas y se deben cumplir pese a las opiniones de los demás, también expreso que mientras haya opción en que ellos puedan opinar lo pueden hacer.



Análisis de encuestas a maestros del colegio público del poder ciudadano Guardabarranco

24. ¿Cuándo recibe un mensaje de comunicación interna, identifica claramente quién se lo envía?

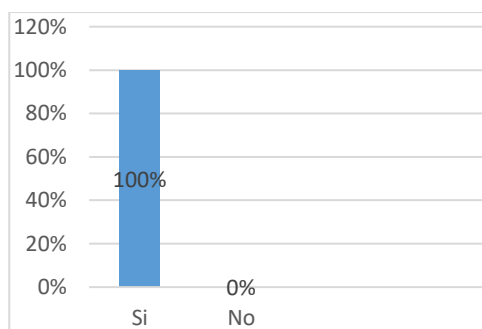
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	100%
No	0	0%
Total	23	100%



Es importante reconocer quien envía un mensaje para tener una buena interpretación y asimismo, responder ante lo que se solicita, por esta manera. Los docentes del colegio público del poder ciudadano Guardabarranco, conocen claramente quien les envía la información interna del colegio, estos identifican con rapidez a la persona encarga de divulgar los informes internos del instituto, estos maestros tienen presente que la comunicación interna del centro es ejecutada por la dirección administrativa.

25. ¿Existe una buena comunicación con sus compañeros de trabajo?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	100%
No	0	0%
Total	23	100%

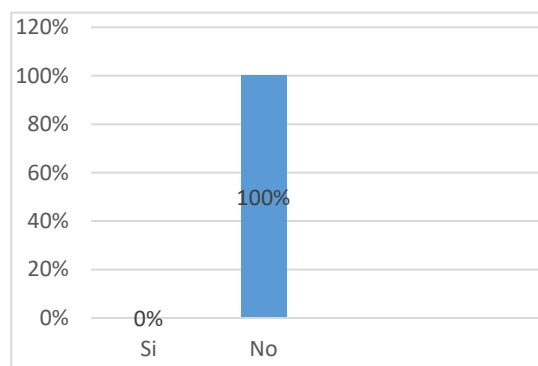




Para que una institución posea una conveniente comunicación interna, es necesario que sus participantes gocen de una comunicación buena que este sostenida en el compañerismo y la ayuda mutua entre sí. El colegio Guardabarranco tiene presente este objetivo, mediante la encuesta realizada, los profesores del colegio consideran que tienen una buena comunicación con sus compañeros de trabajos, el ambiente laboral es agradable y se puede percibir que el respeto y la ayuda mutua, están presentes en la planta de los docentes del instituto. Es para que la comunicación se fluida y adecuada.

26. ¿Sabe usted si el colegio cuenta con una estrategia para enfrentar una crisis comunicacional?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	23	100%
Total		100%

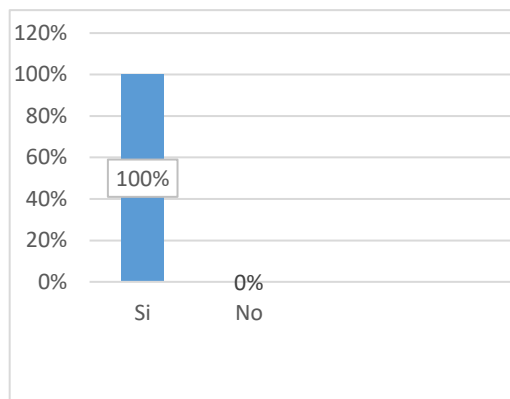


Los docentes desconocen de la existen de estrategias comunicación que posee, el colegio Guardabarranco, ante cualquier problema de comunicación interno y externo, es importante destacar la importancia de estrategias comunicacionales, que debe de haber en instituto educativo, comprendido que atiende a la sociedad y que es atendida, por personas que también, pueden tener problemas a la hora de comunicarse (conflictos, discusiones, mala comunicación) es de vital importancia destacar, que deben de crear estrategias de comunicación que respondan a los problemas de comunicación interno y externo.



27. ¿Piensa que debe de existir otras formas de comunicación interna en el centro público del poder ciudadano Guardabarranco?

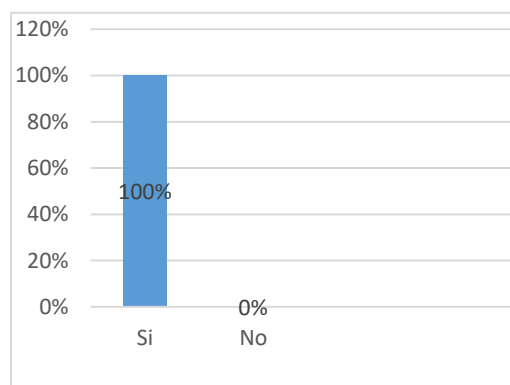
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	100%
No	0	0%
Total	23	100%



Hoy en día la tecnología ha hecho cambios significativos en la rapidez de la comunicación, como son las redes sociales y de igual formas plataforma, que hacen que la comunicación sea ágil y esto viene a disminuir, el tiempo en la comunicación. Los maestros del colegio piensan que deberían de existir nuevas formas de comunicar de manera interna, todo lo relacionado al instituto, habiendo múltiples nuevas formas de comunicar, esto con la finalidad que las actividades que realice el colegio sean divulgadas de forma rápida.

28. ¿Considera que tiene un encargado con el cual puede establecer cualquier tipo de diálogo?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	100%
No	0	0%
Total	23	100%



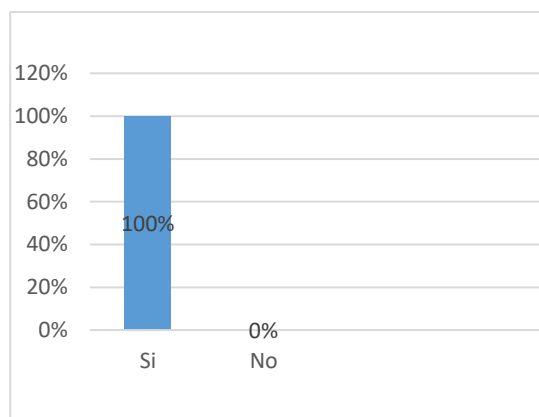
Todas las instituciones educativas son regidas por la dirección del centro educativo este departamento crea formas de comunicarles las actividades y tareas que deben de



realizar los docentes, el colegio Guardabarranco en conjunto con el director y subdirector, tienen una forma de dialogo con sus maestros. Los profesores del instituto establecieron que tienen un representante con el cual, pueden conversar cualquier tipo de plática referente a su trabajo, puesto que concibieran, que sus autoridades máximas, como es el director y subdirector son personas que saben escuchar a sus inquietudes y que se consideran atendidos ante sus consultas.

29. ¿Conoce la misión y visión del colegio Guardabarranco?

Opción	Frecuencia	Portaje
Si	23	100%
No	0	0%
Trabajo	23	100%

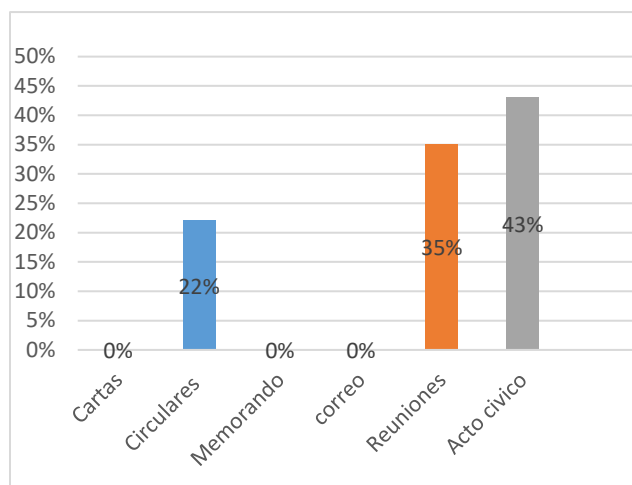


Los maestros del instituto Guardabarranco conocen la misión y visión del colegio, estos piensan, que es importante tener conocimiento de todo lo referente a la misión es vital, porque esto les implica, establecer tácticas que respondan a dar respuesta a la necesidad de la comunidad estudiantil. La visión es clara para ellos porque esta les brinda la meta en cual ellos desean llegar en conjunto con todo el alumnado del centro.



30. ¿A través de qué medios se informa o difunde las actividades académicas, culturales, y deportivas del colegio Guardabarranco?

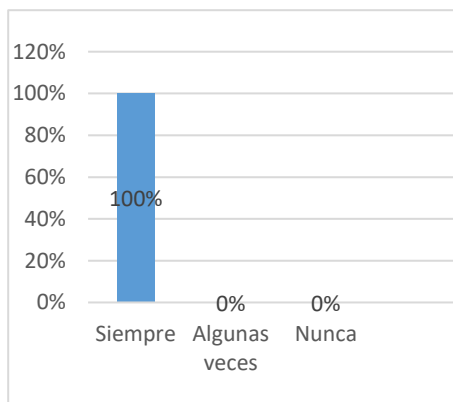
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Cartas	0	0%
Circulares	5	22%
Memorando	0	0%
Correo electrónico	0	0%
Reuniones	8	35%
Actos cívicos	10	43%
Total	23	100%



Las vías de comunicación son significativas, porque mediante ellas se difunde la información a todo el plantel de docentes, y la buena elección de un medio de comunicación garantiza, seguridad que el mensaje sea claro. Según la encuesta realizada los maestros en su gran mayoría con el 43% les creen, que los actos cívicos son una forma fácil y adecuada de comunicar la información de todas las actividades culturales, deportivas y cívicas del centro. En otro porcentaje del 35% de los docentes piensan que las reuniones es una manera rápida y personal de informarse de todo lo referente al colegio, y el 22% de los maestros entienden que las circulares en una forma diferente de comunicar todo lo del centro.

31. ¿Recibe información sobre eventos y actividades que se desarrollan en el colegio Guardabarranco?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	23	100%
Algunas veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	23	100%

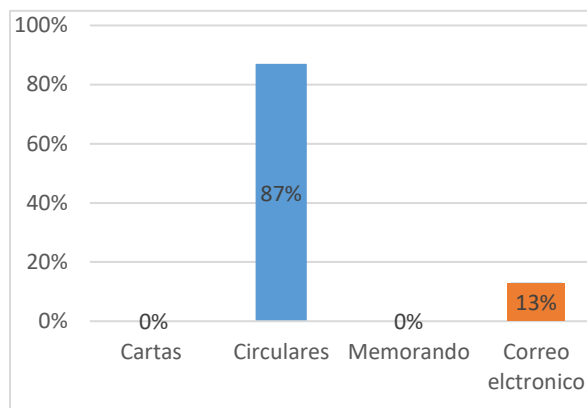




La comunicación es de vital importancia para todo instituto educativo, de esta manera si existe buena comunicación entre los maestros y la dirección del colegio, se brinda información veraz y objetiva a los padres familia. De esta forma. Los docentes del colegio Guardabarranco se mantienen informados de todas las actividades del centro, mediante las circulares, reuniones y en los actos cívicos, se les informa de las noticias que refieren al colegio, el 100% de los maestros, aprecian que la información es difundida de manera rápida y eficaz a todos ellos.

32. ¿Cuál es el medio de comunicación que usted prefiere para enviar información a sus compañeros de trabajo?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Cartas	0	0%
Circulares	20	87%
Memorando	0	0
Correo electrónico	3	13%
Total	23	100%

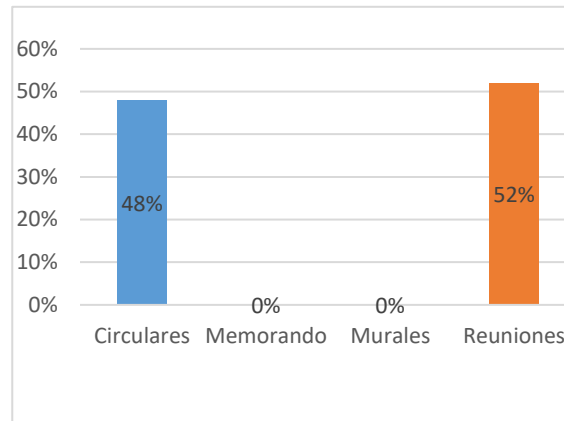


La comunicación interna de toda institución es importante, ya que, por medio de una buena comunicación interna, se muestra a la sociedad que tan bien esta todo el instituto, de esta manera la imagen e identidad, se posiciona en todo su entorno. Es por ello, que los docentes del colegio Guardabarranco prefieren comunicarse, por medio de circulares el 87% aprecian que por esta vía, se comunican rápida y eficaz y esto beneficia a toda la comunicación interna del centro educativo.



33. ¿Cuál considera que es el medio más eficaz para recibir información sobre los asuntos internos del colegio?

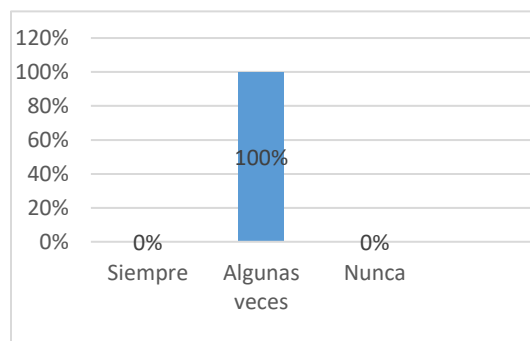
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Circulares	11	48%
Memorando	0	0
Murales	0	0
Reuniones	12	52%
Total	23	100%



Todas actividades que se realizan en una institución son de suma importancia para el centro y sus colaboradores, por medio de estas se logra, coordinar, dirección, maestros y padres de familia. En la encuesta realizada destaco que el 52% de los docentes piensan que las reuniones son la vía más rápida y personal de dar a conocer todo lo relevante con respecto, al centro educativo, mientras que el 48% de los maestros restantes opinan que las circulares, son una vía más efectiva, para hacer llegarla información a ellos.

34. ¿Usted tiene la oportunidad de hacer sugerencias, comentarios o reclamos a las autoridades superiores de la institución?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0%
Algunas veces	23	100%
Nunca	0	0%
Total	23	100%



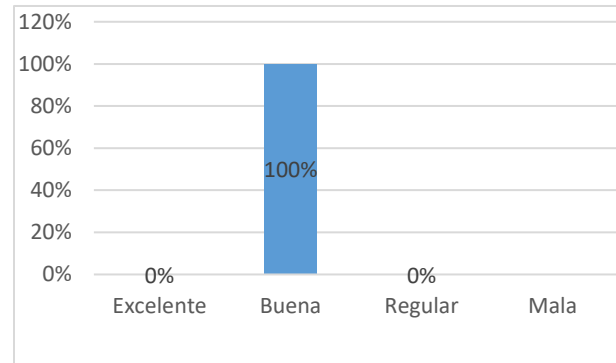
En toda institución debe de existir una buena coordinación y comunicación, para facilitar el trabajo de todos, el colegio por ser un centro educativo, el director debe de escuchar a las preguntas e interrogantes de sus colaboradores, el 100% de los docentes



opinan que algunas veces, se les atiende a sus sugerencia u opiniones, estos comprenden que hay decisiones, que son delegadas por el ministerio de educación (MINED y que cuando, hay decisiones internas, se les escucha ya tiende de forma respetuosa.

35. ¿Cómo considera usted la comunicación interna de los medios de comunicación de la Institución?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	0	0%
Buena	23	100%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
Total	23	100%

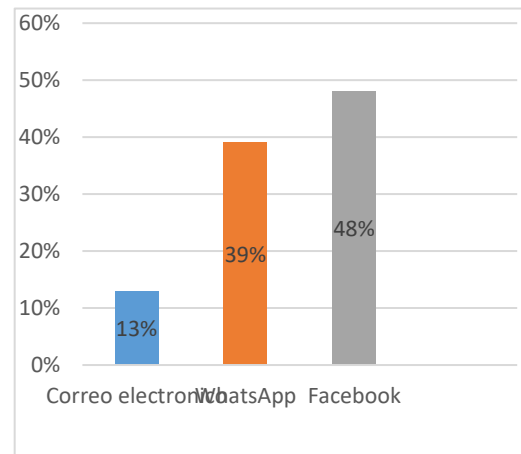


Todos los docentes del colegio con el 100% opinan que la comunicación interna del centro es buena, estos consideran que el compañerismo y el saber escuchar, es un buen elemento en la comunicación y que este ha hecho que ellos y el director del centro, posean una saludable comunicación interna. Los maestros creen que un clima laboral agradable permite que su trabajo sea placentero.



36. ¿Qué medios de comunicación debería implementar el colegio, para mejorar la comunicación interna?

Opción	Frecuencia	porcentaje
Correo electrónico	3	13%
WhatsApp	9	39%
Facebook	11	48%
Total	23	100%



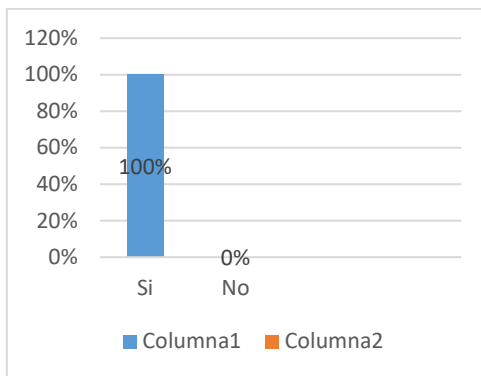
La comunicación utiliza a la tecnología para facilitar, al ser humano hacer interrelación, entre dos o más personas, que desean comunicarse. Los docentes del colegio Guardabarranco, piensan que las nuevas formas de comunicación, que existen facilitan y dan rapidez a la comunicación interna del centro. El 48% del maestro opinan que WhatsApp es una buena forma de comunicarse entre ellos, el 39% de los docentes restantes creen que Facebook es una aplicación que hace que la comunicación sea fluida y ágil, estas nuevas formas de comunicación, hacen que los documentos e información que deseen enviar sea rápido. De esta manera si existen, estas nuevas tecnologías en el colegio, la comunicación interna será mejor.



Análisis de encuestas a padres de familia del Colegio Público del Poder Ciudadano Guardabarranco

37. ¿En el colegio Guardabarranco se atienden las inquietudes que usted tiene acerca del centro de estudio?

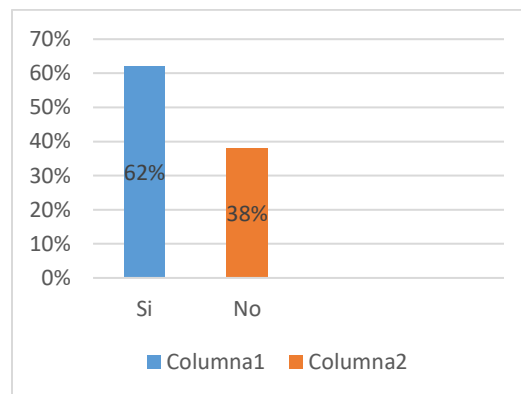
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	100%
No	0%	0%
Total	80	100%



El 100% de los padres de familia afirma que si atienden sus inquietudes en el Colegio Público del Poder Ciudadano Guardabarranco. El reto fundamental que tienen que afrontar las escuelas y los institutos es la participación y colaboración de sus miembros, coordinar las acciones de todo el personal a fin de conseguir los objetivos educativos y consolidarse socialmente, a como está demostrado en el análisis de la encuesta, la cual determina claramente que la participación y colaboración han hecho posible la atención a padres en su totalidad.

38. ¿Conoce usted acerca de alguna red social que use el colegio público del poder ciudadano Guardabarranco?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	62%
No	30	38%
Total	80	100%

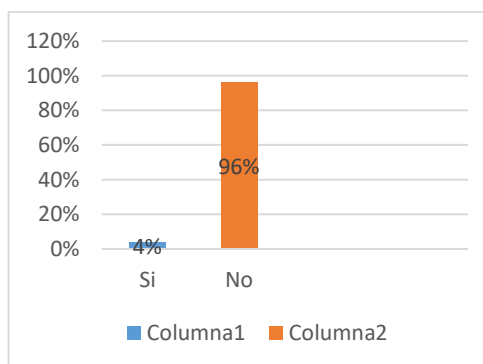




El 62% de los padres encuestados afirma que si conocen la red social que usa el colegio Guardabarranco y el 38% afirma que no conoce alguna red social. El uso de la tecnología es importante, la creciente presión que existe de parte de la sociedad hacia las instituciones educativas para que afronten procesos de desarrollo y mejorar su organización es evidente, porque con la comunicación se facilita la transmisión ágil y dinámica de la información y la prueba de ello son las redes sociales, ya que, a través de estas se puede implementar formas de comunicación rápidas y directas con los padres de familia, se puede observar en el análisis de encuesta, que existe un porcentaje significativo de padres que desconoce de la existencia de alguna red social, lo que indica que es necesario implementar el uso de las redes para agilizar los procesos comunicacionales.

39. ¿Conoces si existe alguna unidad de comunicación que informe, divulgue y haga coberturas de las actividades que realiza el colegio Guardabarranco?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	3%
No	77	97%
Total	80	100%

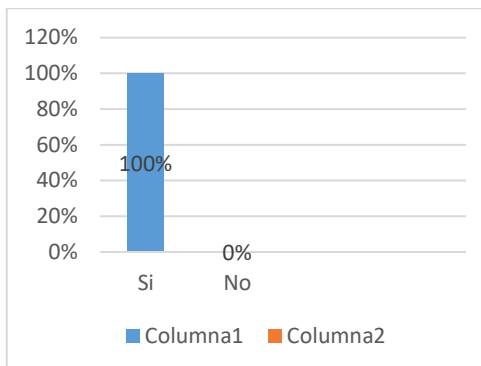


En el colegio Guardabarranco el 97% de los padres de familia desconocen casi por completo la existencia de medios que informen sobre las actividades que acontecen en el colegio y el 3% de ellos aseguran que si existen medios que informen. Estos datos son cuestionados en el análisis de encuesta que se le realizo a los estudiantes del colegio y también por la entrevista que se le realizó al subdirector del colegio, porque ellos plantearon que el colegio es muy reconocido por su tradición, su transparencia y sobre todo por su grupo folclórico, que es su arma principal en cuanto cobertura por parte de los medios de comunicación, ya que el grupo ha hecho en varias ocasiones presentaciones en la casa presidencial y es muy reconocido gracias a los medios masivos, por lo tanto existen medios que informen sobre las actividades que realiza el centro, pero los padres lo desconocen casi por completo.



40. ¿Existe un buzón de quejas y sugerencias en el colegio?

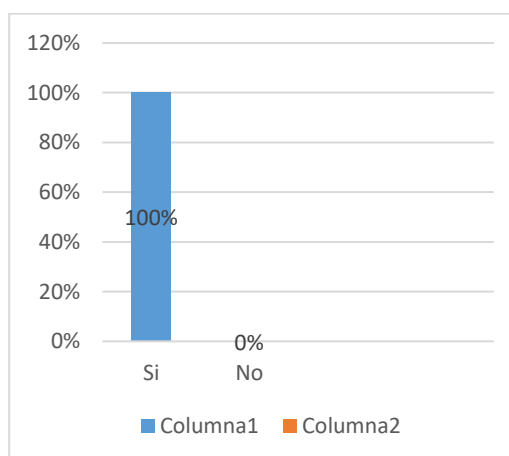
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	100%
No	0	0%
Total	80	100%



El 100% de los padres de familia afirman que existe un buzón de quejas y sugerencias. Esta información se sustenta en el análisis de encuesta. El buzón de quejas tiene mucha relevancia en cualquier institución, esto demuestra que los padres y hasta los mismos estudiantes tienen la libertad de sugerir o proponer cualquier idea sin necesidad de darse a conocer, porque, en muchos casos las personas prefieren callar y no opinar porque les da pena y a través del buzón tienen la oportunidad de hacerlo.

41. ¿Sabe usted quién se encarga de la comunicación, difusión, divulgación e información del colegio?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	100%
No	0	0%
Total	80	100%



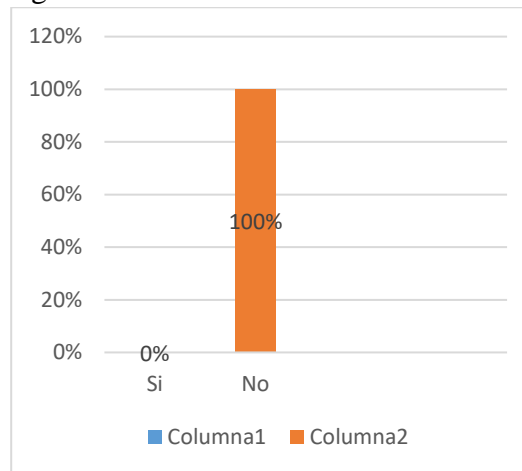
Los padres si conocen quien se encarga de la comunicación, difusión, divulgación e información del colegio Guardabarranco, el 100% de encuestados justifica estos datos. Los



padres saben que la persona encargada de la comunicación es el director y subdirector del colegio, pero por la ausencia del director con quien tratan y quien se encarga de todo esto es el subdirector, esto es una fortaleza porque los padres saben en su totalidad quien es el encargado, pero también es una debilidad porque el colegio no cuenta con una recepcionista o un área de comunicación que ejecute este tipo de función y por ende, todo se le recarga al subdirector.

42. ¿Conoce convenios que tiene el colegio Guardabarranco con otras instituciones?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	80	100%
Total	80	100%

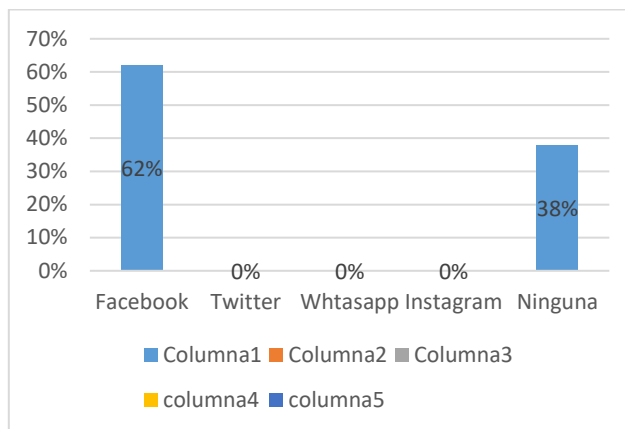


Existe una completa desinformación entre los padres de familia, en materia de convenios con otras instituciones, el 100% de los encuestados afirma no conocer ni un solo convenio. Los padres al igual que los estudiantes desconocen cualquier tipo de convenio que tenga el colegio Guardabarranco, es de mucha importancia que implementen relaciones comunicacionales con otras instituciones, ya que esto beneficiaría a los estudiantes y al centro de estudio, en la entrevista el subdirector aclaró que el colegio si tiene convenios, pero evidentemente eso es algo que los estudiantes y padres desconocen por completo.



43. ¿Cuál de las siguientes redes sociales es la que conoce que usa el colegio Guardabarranco?

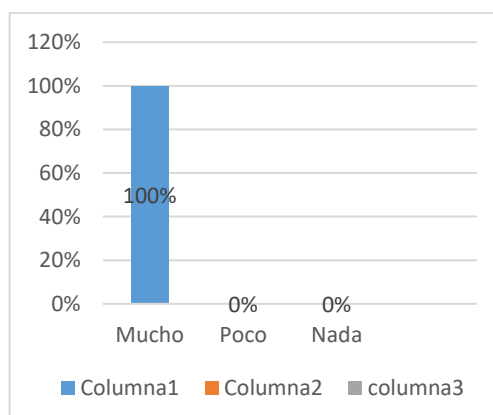
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	50	62%
Twitter	0	0%
Whatsapp	0	0%
Instagram	0	0%
Ninguna	30	38%
Total	80	100%



El 62% de los padres al igual que los estudiantes coinciden en que la red social que usa el colegio es Facebook, Pero con la diferencia de que un porcentaje significativo de un 38% de padres alega no conocer ninguna, esto quiere decir que es necesario que el colegio implemente nuevas alternativas comunicacionales no solo con los estudiantes, si no, con los padres ya que el subdirector alego que el mayor reto que el centro tiene, es el poder hacer que los padres estén siempre enterados de lo que pasa con sus hijos y lo que tiene que ver con el centro de estudio, pero sobre todo, que asistan a las reuniones, y esto se puede lograr con el uso de todas las redes, no solo con Facebook.

44. ¿Cuánto le interesa mantenerse informado de las actividades generales que acontecen en el colegio Guardabarranco?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	80	100%
Poco	0	0%
Nada	0	0%
Total	80	100%

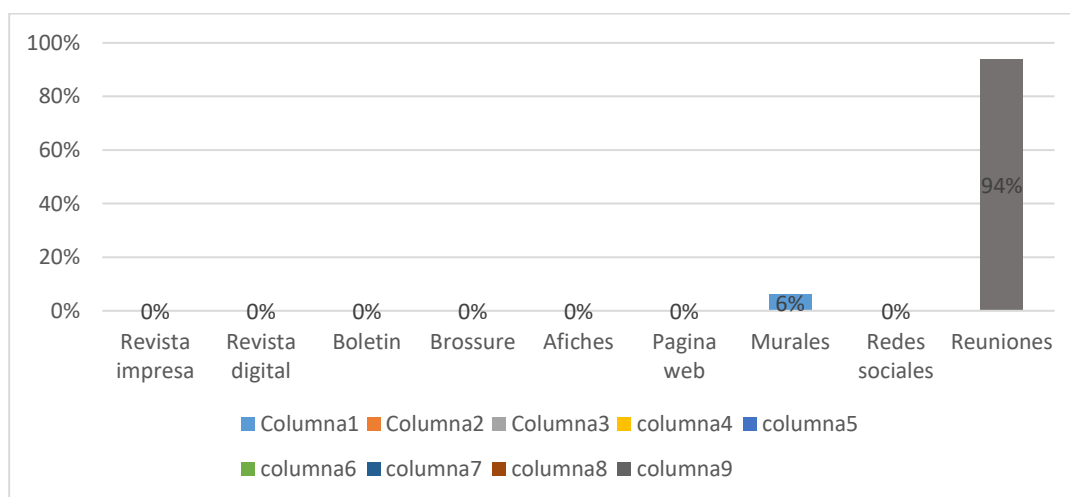




La importancia de la comunicación en los centros de estudios es una realidad palpable, ya que de eso depende el buen funcionamiento del centro educativo y, sobre todo, la buena convivencia con los estudiantes y los padres de familia, porque para ellos es una necesidad el mantenerse siempre informados sobre lo que sucede en el colegio y con sus hijos. El 100% de los padres encuestados afirma que le interesa mucho, mantenerse informado. Esta información es justificada en el análisis de encuesta.

45. ¿A través de qué medios se informa de las actividades generales que acontecen en el colegio?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Revista Impresa	0	0%
Revista digital	0	0%
Boletín informativo	0	0%
Brossure	0	0%
Afiches	0	0%
Páginas web	0	0%
Murales	5	6%
Redes sociales	0	0%
Reuniones	75	94%
Total	80	100%

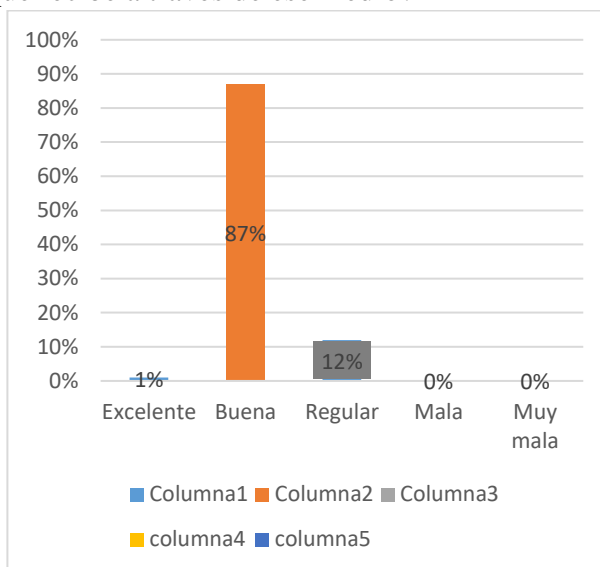




La información es el resultado del proceso de comunicación, cuanto más clara, detallada y precisa sea la información que se brinde en el colegio Guardabarranco, mayor será la capacidad para interpretar y posicionarse entre los padres de familia. Los padres encuestados afirman en un 96% que la forma en que les informan sobre las actividades generales del colegio es a través de las reuniones, y un 6% señalo, que es a través de los murales, con de esto nos damos cuenta que en el colegio es necesaria la implementación de más medios informativos.

46. ¿Cómo valora la información que recibe a través de ese medio?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	1	1%
Buena	70	87%
Regular	9	12%
Mala	0	0%
Muy mala	0	0%
Total	80	100%

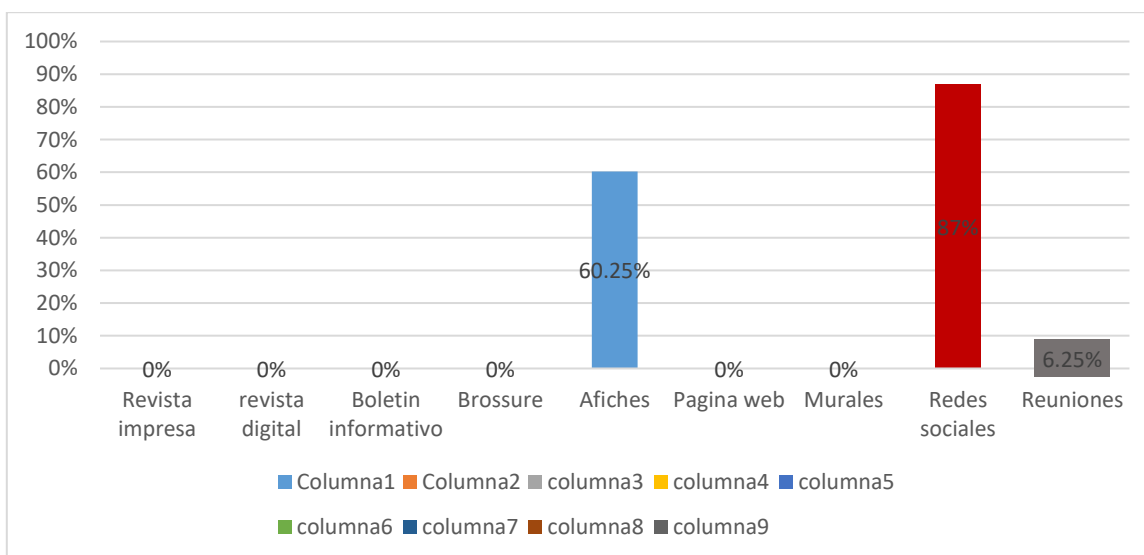


Es de mucha importancia catalogar el tipo de información que reciben los padres de familia en el colegio Guardabarranco, debido a que la información es un componente extremadamente valioso que dirige el comportamiento de las personas, y por lo tanto determina el tipo de comunicación y relación que existe entre dirigentes y padres del colegio. El 87% de los encuestados afirma que la información que reciben es buena, el 12% que es regular y el 1% que es excelente.



47. ¿A través de qué medio de comunicación cree más oportuno y eficiente para recibir información?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Revista Impresa	0	0%
Revista digital	0	0%
Boletín informativo	0	0%
Brossure	0	0%
Afiches	5	6.25%
Páginas web	0	0%
Murales	0	0%
Redes sociales	70	87%
Reuniones	5	6.25%
Total	80	100%

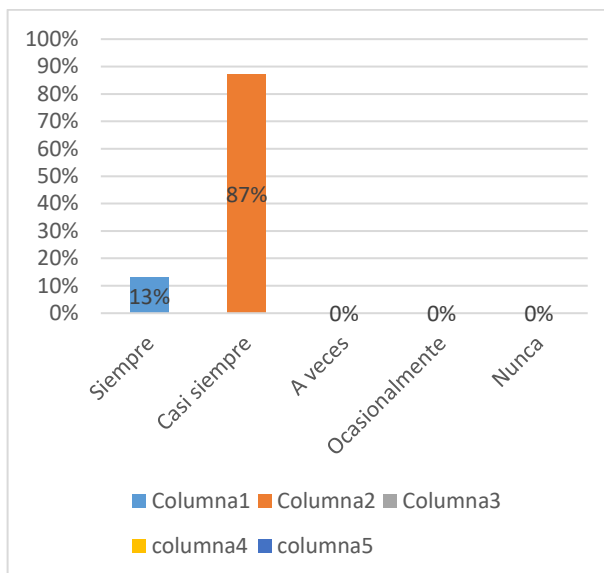


Es evidente la necesidad de implementar procesos de desarrollo en la comunicación, aprendizaje y organización en el colegio guardabarranco, la prueba de esto es que el 87% de los padres encuestados, señalan que creen más oportuno y eficiente recibir información a través de las redes sociales, porque en la actualidad es lo que más se usa, y eso sería una ventaja para aquellos padres que asisten poco al colegio por diferentes razones, el 6% cree oportuno el uso de afiches y el 7% el uso de reuniones.



48. ¿Con que frecuencia le informan de las actividades que se realizan en el colegio?

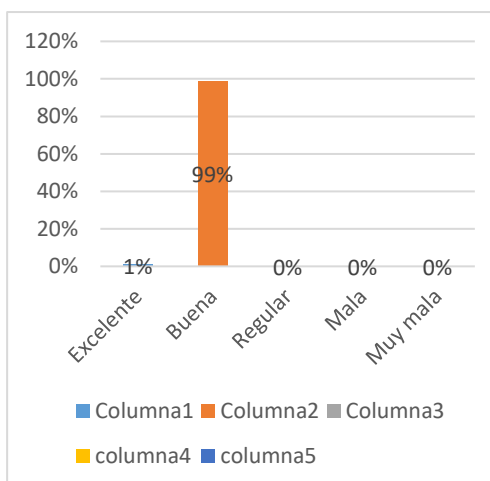
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	10	13%
Casi siempre	70	87%
A veces	0	0%
Ocasionalmente	0	0%
Nunca	0	0%
Total	80	100%



La organización de la comunicación tiene que ser eficaz para facilitar la convivencia, el comportamiento de los padres de familia y sobre todo el funcionamiento dentro del colegio Guardabarranco, es por esto que la importancia de informar con frecuencia y estar en constante comunicación es relevante. El 87% de los encuestados afirma que casi siempre son informados y el 13% que siempre. Esta información es justificada en el análisis de la encuesta.

49. ¿Cómo es la atención que se le brinda en el colegio Guardabarranco cuando llega a solicitar información?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	1	1%
Buena	79	99%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
Muy mala	0	0%
Total	80%	100%

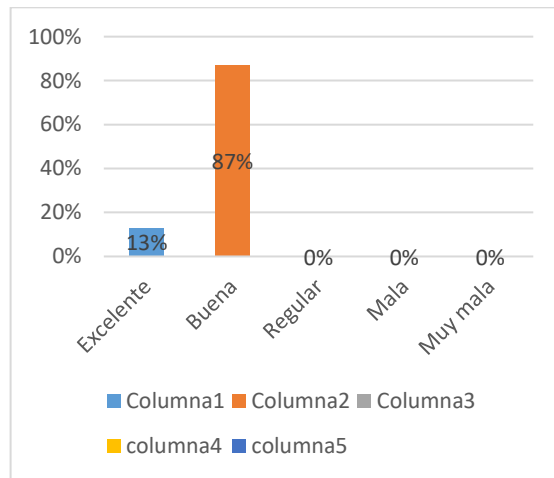




La atención brindada en el colegio Guardabarranco a los padres de familia es buena, esto es una fortaleza ya que los padres se encuentran satisfechos con el trato recibido y por supuesto, la accesibilidad que las autoridades superiores tienen cuando ellos tienen alguna inquietud o problema que involucra a sus hijos y directamente a ellos. Esta información es justificada con el análisis de encuesta, porque el 99% de los encuestados así lo afirman, y el 1% que es excelente.

50. ¿Qué imagen tiene del colegio?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	10	13%
Buena	70	87%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
Muy mala	0	0%
Total	80%	100%

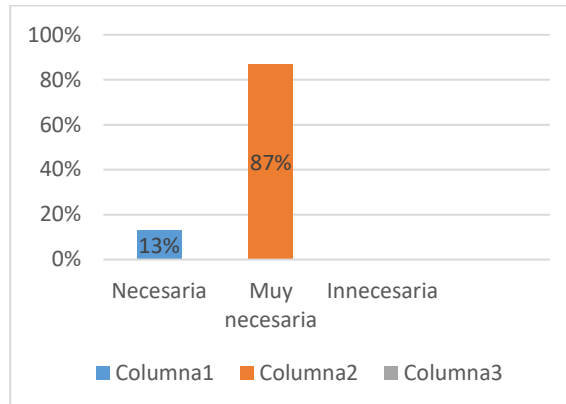


Es una gran fortaleza que los padres de familia tengan una buena imagen del colegio, ya que esto demuestra porque los padres de familia decidieron matricular a sus hijos en este centro de estudio, el 87% de los encuestados afirma que la imagen que tienen del colegio es buena, y el 13% que es excelente, es una clave respuesta saber esta afirmación de los padres porque esto define el posicionamiento del colegio ante los padres de familia.



51. ¿Qué tan necesaria ve la realización de alianzas y convenios con otras instituciones?

opción	Frecuencia	Porcentaje
Necesaria	10	13%
Muy necesaria	70	87%
Innecesaria	0	0%
Total	80	100%



La realización e implementación de alianzas y convenios con otras instituciones y empresas es algo muy necesario en el colegio Guardabarranco, ya que esto serviría de mucho a la institución, alumnos y padres de familia. Así es como los encuestados afirmaron en un 87% que es muy necesaria la realización de alianzas y un 13% lo ve necesario.



Análisis de entrevista al sub-director del colegio público del poder ciudadano Guardabarranco

Los centros educativos son una institución fundamental para el desarrollo y crecimiento intelectual de los estudiantes, esta le ayuda a los niños y jóvenes a adquirir conocimientos científicos y técnicos. Por medio de los docentes y departamento administrativo se logra obtener estos beneficios.

Los docentes ayudan a garantizar la calidad de un proceso educativo, por medio del trabajo en equipo, y de igual forma la metodología que utilizan para brindar conocimientos a los alumnos, el carácter humanístico y una conciencia de igualdad, es la que hace que el centro educativo Guardabarranco, sea unos de los colegios públicos de mayor prestigio a nivel nacional.

La misión del colegio Guardabarranco es facilitar el desarrollo de competencias en los estudiantes a través de la transformación física e intelectual; un personal claro con su compromiso como educador y una comunidad integrada con los niños y adolescentes. Esto les proporciona que tengan oportunidad de prepararse, para una adecuada vida social y laboral. Asimismo, la visión del colegio Guardabarranco es que los estudiantes sean un pilar fundamental de la construcción de una comunidad democrática y respetuosa de las condiciones de los demás, con claros principios morales, cívicos, éticos, espirituales amantes a la naturaleza, con definida inclinación hacia la auto formación académica que les permita el desarrollo de potencias que les faciliten un comportamiento acorde a su vida pública y demandas del mercado laboral. El conocimiento claro de la misión y visión del colegio, es importantes, porque mediante esto los docentes se crean estrategias y parámetros para lograr llegar a la meta.

Por otra parte, el colegio público del poder ciudadano Guardabarranco tiene una correlación con la universidad Nacional Autónoma de Nicaragua Unan-Managua esta universidad le ayuda en los siguientes: talleres, capacitaciones, a los maestros, les facilitan las instalaciones del recinto, para realizar actividades del centro educativo, esta alma mater es sin duda su mayor apoyo a nivel externo, aparte de MINED que es la entidad, que rige al colegio.

De modo que el ministerio de educación (MINED) es la institución que preside al colegio Guardabarranco, esta institución es la que coordina a todos los centros educativos del país y



de igual manera al colegio, el director es llamado a diferentes reuniones, por medio de las cuales se toman las decisiones del centro educativo. El sub-director del colegio público del poder ciudadano Guardabarranco es quien queda delegado a tomar decisiones, cuando el director no se encuentra en el colegio. De esta forma el colegio se organiza.

Los docentes del colegio son llamados a reuniones semanales, para hacerles saber de las decisiones del colegio, en los actos que se realizan en el centro los días lunes y viernes, se les informa a maestros y padres de familia de las actividades de la institución. La dirección hace circulares para los profesores de las actividades académicas, culturales y deportivas, luego de esto ellos les informan a los padres, por medio de la información de boca a boca, cuando estos a su vez llegan a dejar o a traer a sus hijos.

Por lo consiguiente, es importancia que exista una buena comunicación interna en el colegio, para que, asimismo, la información que se brinde a los padres de familia sea correcta. Por esta razón el colegio público del poder ciudadano tiene un clima laboral agradable, para que los maestros socialicen y sean amigables con sus compañeros de trabajo. Por otra parte, los murales son fundamentales en una institución educativa, por medio de esta se informa y educa, porque se hacen efemérides y una serie de fotos e imágenes que educan a los alumnos. De esta forma los padres de familia ven lo que acontecerá en el colegio.

El instituto público del poder ciudadano Guardabarranco es conocido a nivel nacional, porque cuenta con un grupo de baile típico que ha llevado a conocerse, ha logrado hacer presentaciones en la casa presidencial, en el teatro Rubén Darío y un sin número de lugares que han hecho que destaque de otros colegios. Este grupo folklórico ha logrado que su imagen se buena. Por esta razón existen estudiantes de los diferentes partes de Managua que llagan desde lejos a estudiar a este centro, lugares como: Los ladinos, Comarca Jocote Dulce, Colonia Miguel Bonilla. Sabana Grande, Villa flor Norte.

La comunicación es fundamental para todo proceso de intercambio comunicacional, es vital para el colegio, que tanto como dirección, docentes y padres de familia, sostengan una adecuada y sana comunicación. El clima laboral es importante que sea bueno, para que los maestros se desarrollen su trabajo con tranquilidad, y que todos tengan una sana comunicación de equipo. Existen flujos en la comunicación estos dependen de un orden, ejemplo de esto en el colegio Guardabarranco existen variados flujos de comunicación. Del



MINED al director la comunicación es descendente, del director a los maestros es descendentes y entre los docentes es horizontal porque están en el mismo rango. Existen acepciones porque, en ocasiones puede ser cruzada la comunicación porque esto facilita la rapidez de la comunicación, esto se da en ocasiones, en el colegio. El director no puede hacer cambio a las decisiones que hace el MINED como entidad que rige a los colegios.

Los padres de familia son una parte fundamental para el proceso de desarrollo del colegio, por este motivo la información que se le debe brindar debe de ser clara y buena. De esta manera la imagen del colegio es proyectada de modo positivo y hace que su identidad como institución sea bien vista por la sociedad en general. Por otro lado, si existe conflictos entre los padres de familia, maestros y alumnos, se deben de implementar estrategias que den salida a la problemática en cuestión, el escuchar y saber entender a ambas partes, hace el cambio para ayudar a dar solución al problema. Estas acciones logran que la institución se mantenga bien a nivel interno y externo.

Es evidentes que con las nuevas tecnologías benefician a la comunicación el crear redes sociales, cuentas personales y de igual forma cuentas institucionales, hacen que la comunicación sea rápida y eficaz a la hora de dar o recibir información. Los docentes deberían de crear cuentas en Facebook, y cuenta en WhatsApp para comunicarse de manera fluida y ligera.

Entre las fortalezas del colegio se encuentra que cuenta con una planta de docentes que no fallan a impartir las clases, a menos que sea por subsidio que no es a menudo, esto ha hecho que los padres tengan confianza a que sus hijos, no van a tener ausencia de sus maestros y que se vayan a atrasar con sus asignaturas y progreso intelectual.



Resultados del análisis (FODA) del colegio público del poder ciudadano Guardabarranco.

ANÁLISIS FODA DEL COLEGIO GUARDABARRANCO			
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
COLEGIO			
El colegio cuenta con una planta de docencia calificada que brinda educación de calidad al alumnado del colegio Guardabarranco.	Por ser una institución pública brinda la oportunidad de ser accesible para todo tipo de público, sin consideración de posición económica.	El colegio público del poder ciudadano no cuenta con estrategias de comunicación internas y externas, para solucionar los problemas de crisis comunicacional del instituto.	El público se puede dar cuenta que el colegio no cuenta con estrategias de comunicación interno y externo, esto ocasionaría que estos padres de familia no deseen matricular a sus hijos en dicho instituto.
El instituto educativo tiene docentes que asisten diariamente a impartir las clases.	Las autoridades que rigen al instituto (MINED) realizan talleres que actualizan a los docentes, para brindar una educación de calidad y una metodología de enseñanza superior.	El instituto no tiene redes sociales por medio de las cuales, se comunique con rapidez y eficacia como una cuenta en WhatsApp, o un correo del instituto donde se les comunique de las actividades cívicas, deportivas y académicas, tanto a	El instituto al carecer de redes sociales que informen de las actividades, tiene la amenaza de sufrir desinformación con el público en general y esto ocasiona las que las comunidades aledañas, ya no deseen matricular a sus hijos en el instituto.



		padres de familia y maestros del colegio.	
El centro educativo goza de un buen prestigio a nivel nacional.	La sociedad reconoce al colegio público del poder ciudadano como institución de prestigio y educación de calidad	El centro educativo no utiliza la cuenta que tiene en Facebook, para comunicar a nivel interno y externo de las actividades del centro.	El colegio tiene la amenaza que al no estar al tanto de las nuevas tecnologías y sufre la posibilidad de no informar por medio de las redes sociales, esto hace que sea un colegio antiguo, que no hace uso de nuevas tecnologías, para comunicar.
El colegio posee un grupo folclórico de baile que hace que la imagen de la institución sea reconocida y bien vista por el público.	Su ubicación es privilegiada es accesible tanto para comarcas, colonias y comunidades aledañas al centro.	El director del colegio no se encuentra a menudo en el colegio, de este modo el subdirector es quien asume toda la responsabilidad del instituto.	Los padres de familia, pueden ver de mala manera que en el colegio casi, no se encuentre el director, para atender a sus preguntas, esto ocasionaría que, estos ya no deseen que sus hijos no se encuentren en este instituto.



<p>Los maestros tienen un carácter humanístico y una conciencia de igualdad con todos los estudiantes.</p>	<p>El grupo de baile del colegio le ha dado la oportunidad de hacer presentaciones en el teatro Rubén Darío, la casa presidencial y lugares distinguidos que han hecho, que la imagen del centro sea reconocida por la sociedad en general.</p>	<p>No existe un área de divulgación o de recepción donde se les informe a los padres de familia de las noticias del colegio.</p>	
<p>La misión y visión del colegio es reconocido por los docentes y puesta en práctica.</p>		<p>El buzón de quejas y sugerencias del colegio Guardabarranco no es utilizado.</p>	
<p>El instituto tiene una correlación con la universidad Unan-Managua que ayuda al desarrollo de conocimientos técnicos y científicos del platel docente.</p>		<p>Debido a la falta de estrategias de comunicación para dar información en el colegio, el 70% de los padres no asisten a reuniones cuando es requerida su presencia.</p>	
<p>El ministerio de educación (MINED) brinda capacitaciones y talleres que hacen</p>			



<p>que los docentes tengan y conocimientos acerca de las metodologías que utilizan para enseñar a los alumnos.</p>			
<p>El director y sub-director del colegio resuelven los problemas internos del colegio de forma rápida y equitativa.</p>			
<p>El colegio posee una cuenta de Facebook.</p>			
<p>La infraestructura del colegio es limpia y los servicios higiénicos, se mantienen limpios.</p>			
<p>La dirección realiza reuniones para comunicar al docente de las actividades que se realizan en el centro educativo.</p>			



<p>La dirección realiza actos cívicos semanales los días lunes y viernes donde, se comunican de las actividades que se efectúan en el centro.</p>	<p>El que la dirección administrativa realice actos cívicos para informar hace que la imagen del colegio sea bien vista por padres de familia. Brindando una oportunidad para que futuros padres matriculen a sus hijos en dicho colegio.</p>		
<p>La ubicación del instituto es céntrica esto ayuda, para el acceso de los estudiantes.</p>			
<p>Los problemas internos con los alumnos son solucionados de forma adecuada de manera que la equidad es un valor que tiene presente le instituto.</p>			



El colegio tiene un buzón de quejas y sugerencias.			
DOCENTES			
Existe una buena relación entre los docentes y los alumnos del colegio.	Hay maestros que tienen talento como: pintura, exclamación de poemas y otros, son tomados en cuenta, para realizar acciones dentro y fuera del instituto.	Los maestros solo se comunican para enviarse información a través de circulares	
El clima laboral entre los docentes y la dirección es agradable.	Loa maestros tienen oportunidad de dar su opinión y sugerencia cada vez que es posible hacerlo.	Pocos maestros prefieren el uso del correo u otras formas.	
Los maestros se coordinan y ayudan de manera mutua en las actividades que realiza el centro de estudio.	Cuando hay conflictos por diferentes razones, los maestros son escuchados antes de tomar cualquier decisión.	Los maestros informan a los estudiantes de cualquier actividad sin anticipación.	
Los profesores disfrutan del compañerismo y de igual forma del trabajo en equipo creando un			



ambiente laboral agradable.			
Los maestros tienen un carácter humanístico y una conciencia de igualdad con todos los estudiantes.			
Todos los maestros del colegio Guardabarranco tienen maestrías.			
Los maestros faltan solo cuando están enfermos.			
los maestros consideran buena la comunicación que hay en el colegio.			
ESTUDIANTES			
Los estudiantes Tienen conocimiento de unidades comunicacionales que hacen coberturas del colegio.	Los medios de comunicación en ocasiones han dado cobertura al colegio guardabarranco.	Existe Falta de interacción con los estudiantes en la página de Facebook y falta de publicaciones.	
Los estudiantes Tienen	Los estudiantes han sido participe del	Los estudiantes no hacen uso de	



<p>conocimiento de que el colegio tiene Facebook</p>	<p>grupo de danza y se han dado a conocer a través de él.</p>	<p>WhatsApp, twitter, Instagram para comunicarse con sus maestros, para cualquier tipo de información sobre las actividades del colegio</p>	
<p>Los estudiantes saben a dónde dirigirse cuando necesitan información</p>		<p>Falta de nuevos medios para difundir información.</p>	
<p>Los medios que se utilizan para informarle a los estudiantes son adecuados según resultados generales.</p>		<p>A los estudiantes solo se les comunica a través de sus maestros.</p>	
<p>A los estudiantes les interesa estar siempre informados.</p>		<p>Los estudiantes no saben si en el colegio existe una estrategia para enfrentar crisis comunicacionales.</p>	
<p>los estudiantes cataloga el flujo comunicacional del colegio como bueno.</p>		<p>Los estudiantes no saben si existen convenios con otras instituciones.</p>	



Existe un mínimo grado de desinformación.		Existe ausencia de tecnología, entre los estudiantes.	
La comunicación que tienen con sus maestros es buena.		Los estudiantes tienen pocas oportunidades de dar opiniones y sugerencias a los dirigentes del colegio.	
Los estudiantes cuentan con una sala de computación.		Existe una sala de computación, pero no hay suficientes máquinas para tantos estudiantes.	
Los estudiantes tienen merienda escolar.		La merienda escolar solo la tienen los estudiantes de primaria.	

PADRES DE FAMILIA

En el colegio atienden las inquietudes de los padres.	Los padres tienen oportunidad de ayudar con un complemento para la comida de sus hijos, si es que no pueden cocinar por cualquier razón.	La mitad de los padres desconocen si en el colegio se usa una red social.	
--	--	---	--



<p>Existe un buzón de quejas y sugerencias para que los padres hagan uso de él.</p>		<p>Los padres desconocen si algún medio le da seguimiento o cobertura al colegio.</p>	
<p>Los padres saben quién se encarga de la comunicación y divulgación del colegio.</p>		<p>Los padres no saben de la existencia de convenios con otras instituciones.</p>	
<p>Más de la mitad de padres conocen que el colegio tiene cuenta de Facebook.</p>		<p>Ningún padre sabe si en el colegio se hace uso de redes como WhatsApp, twitter, Instagram.</p>	
<p>A todos los padres les interesa estar informados.</p>		<p>A los padres solo les informan a través de las reuniones.</p>	
<p>La mayoría cataloga como buena la información que reciben, a través de los maestros.</p>		<p>Existe falta de nuevos medios de información.</p>	



<p>Casi siempre mantienen informados a los padres.</p>		<p>El 70% de los padres no asisten a las reuniones.</p>	
<p>La mayoría de padres tienen una buena imagen del colegio según resultados generales.</p>			



ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNAS Y EXTERNAS DEL COLEGIO PÚBLICO DEL PODER CIUDADANO GUARDABARRANCO.

Introducción

El presente estudio contiene estrategias de comunicación interna, para mejorar los medios de comunicación del colegio público del poder ciudadano Guardabarranco. Se inició con la realización de un diagnóstico comunicacional, en el cual se desarrolló un proceso de investigación con diferentes técnicas, métodos e instrumentos. Esta propuesta de estrategias tiene un enfoque integral de la comunicación institucional, de esta forma lograr una adecuada divulgación de la información comunicacional del centro de estudio. La creación de estrategias lograra que el instituto posea una comunicación confiable, bueno y de calidad, tanto a nivel interno y externo.

Objetivo de estrategias

- Examinar los flujos de la comunicación interna del colegio Guardabarranco.



- Definir prácticas y responsabilidades de la comunicación interna del instituto público Guardabarranco.
- Establecer el proceso para una comunicación interna asertiva, efectiva entre la dirección y los docentes del centro educativo.
- Fortalecer los canales de comunicación existentes del instituto educativo

La misión y visión del colegio público del poder ciudadano Guardabarranco

Misión

El colegio público del poder ciudadano tiene como misión facilitar el desarrollo de competencias en los estudiantes a través de la transformación física e intelectual; un personal claro con su compromiso como educador y una comunidad integrada con los niños y adolescentes. Esto les proporciona que tengan oportunidad de prepararse, para una adecuada vida social y laboral.

Visión

La visión del colegio Guardabarranco es que los estudiantes sean un pilar fundamental de la construcción de una comunidad democrática y respetuosa de las condiciones de los demás, con claros principios morales, cívicos, éticos, espirituales amantes a la naturaleza, con definida inclinación hacia la auto formación académica que les permita el desarrollo de potencias que les faciliten un comportamiento acorde a su vida pública y demandas del mercado laboral. El conocimiento claro de la misión y visión del colegio, es importantes, porque mediante esto los docentes se crean estrategias y parámetros para lograr llegar a la meta.

Presentación

Las fortalezas representan las cualidades que destacan al colegio Guardabarranco de otras instituciones educativas, estas características particulares, hacen que su imagen e identidad, tengan posicionamiento ante la sociedad. Por esta razón las fortalezas reflejan el trabajo en



equipo de los docentes y la dirección por tener una imagen institucional de calidad a nivel nacional. Mediante las oportunidades que tiene el colegio, se podrá posicionar en toda la sociedad y esto ayuda a que la identidad del centro sea confiable y atractiva, para futuros alumnos del colegio. Por esta razón el éxito del plan estratégico dependerá del trabajo en equipo de la dirección y los docentes, la integración, motivación y el compromiso de tener, una información correcta formará el cambio positivo en toda la comunicación del centro educativo Guardabarranco.

Mediante este documento estratégico se fortalecerá el posicionamiento y el funcionamiento institucional. Su concepción interactiva orienta en la mejora perpetua a partir de la institucionalización de una cultura de planificación y evaluación del fortalecimiento de la docencia, la innovación y el emprendimiento de nuevas vías de comunicación y la implementación de procesos administrativos ágiles y eficientes que comuniquen todo lo referente al colegio lograra una permuta a un instituto empoderado de comunicación de calidad y eficacia.

Metodología para ejecutar el plan estratégico

Para lograr que el colegio público del poder ciudadano Guardabarranco tenga una mejor imagen y una identidad reconocida y bien posicionada, es importante que la comunicación del centro sea buena y de calidad, Se debe de tomar en cuenta lo siguiente, se debe de hacer prácticas y atención de este proceso, todos los partes interesados como el personal académico, administrativo y estudiantil.

A continuación, se describen las estrategias que serán implementadas en el presente plan.

Estrategias para el colegio Guardabarranco

- La dirección administrativa del colegio Guardabarranco debe de crear un área de recepción con el objetivo de brindar información de las actividades del colegio a los padres de familia y asimismo que les comunique a los docentes del centro de estudio.



- La dirección administrativa del colegio Guardabarranco debe de poseer, una pizarra acrílica, donde se escriba las actividades diarias del centro de modo que informe de todo lo referente a comunicación interna del centro de estudio.
- El establecer un mural informativo dentro del colegio facilitará el flujo comunicacional, en este mural se debe de implementar todo lo referente la información interna, esto proporcionará resultados satisfactorios para una mejor comunicación interna.
- La cuenta social de Facebook que posee el instituto del poder ciudadano debe de ser utilizada, con esta red social se provee, una comunicación interna de entre docentes y dirección administrativa, de igual modo facilita la rapidez a la hora de comunicar eventos, actividades relacionadas a la institución.
- En el portón del colegio Guardabarranco se deben de colocar carteles informativos que brinden informe de las actividades a los padres de familia, de esta forma se facilita la comunicación del colegio.
- La dirección administrativa debe de hacer una cuenta de grupo en WhatsApp, para los docentes y la dirección, esto con la finalidad de mejorar el flujo comunicacional interno del instituto.
- La dirección del instituto debe de realizar actividades recreativas entre los docentes, para crear una mejor comunicación interna del colegio, esto hace que el clima laboral sea agradable y bueno.



- Se deben de realizar más reuniones entre los docentes, para informales de las actividades del colegio, esto ayuda que estos se mantengan bien informados y de este modo que los padres de familia, se informen de todo lo que refiere al instituto.
- El uso del correo electrónico y de los circulares, debe de ser más utilizado, por la dirección, para informar a los maestros de las actividades del colegio. Esto ayuda a que la comunicación sea fluida y de mejor calidad.
- La dirección debe de hacer una sala de maestros, donde estos tengan un espacio, solo para ellos, de esto depende una mejor comunicación y retroalimentación entre ellos mismos, esto beneficia a la comunicación interna del colegio.
- El uso de mensajes texto y de llamas telefónicas entre la dirección administrativa y los profesores, ayuda a que la comunicación sea fluida y rápida.
- Se debe de hacer por parte de la dirección un mural interno de los maestros, donde se les muestre del cumpleaños de cada uno de ellos y de esta manera incentivarlos a que se comuniquen mucho mejor, uno al otro.
- Se deben de realizar charlas periódicas sobre temas de comunicación
- Se debe de realizar el uso correcto del medio de comunicación que tiene el colegio Guardabarranco, para evitar la desinformación del mensaje enviado.
- Se debe de hacer un buen aprovechamiento de la tecnología, para fortalecer, la comunicación del colegio público del poder ciudadano Guardabarranco.



- Potenciar de los medios de comunicación interna más utilizados del instituto Guardabarranco.
- La dirección debe de hacer capacitación periódica en temas de comunicación y nuevas tecnologías.
- La dirección debe de mantener a los profesores como equipo de trabajo enfocado en su labores diarios y motivados esto requiere de vías de comunicación permanentes.

Estrategias para los docentes del Colegio Guardabarranco

- La comunicación entre los docentes Guardabarranco se beneficiaría, si crean una cuenta en Facebook de maestros, donde se publique de todo lo interno del colegio, actividades, académicas y deportivas.
- El realizar actividades entre docentes del colegio Guardabarranco como cumpleaños, ayuda que la comunicación interna se haga más fuerte.
- Los maestros del instituto Guardabarranco debe de realizar paseos externos entre ellos, para fortalecer el compañerismo y así ayudar a un ambiente laboral de mejor calidad.
- Más asesoramiento para enfrentar cualquier tarea en las actividades para la prevención de problemas, dentro y fuera del colegio.



Estrategias para los estudiantes

- Se recomienda hacer uso de Facebook, para así crear interacción con los estudiantes e informarles de forma rápida y actualizada.
- Hacer uso de redes sociales como WhatsApp, Twitter, Instagram y otras redes al alcance para ejecutar un mejor flujo comunicacional con los estudiantes.
- Realizar boletines informativos mensualmente para mantener informados, de todo lo que sucede con el colegio a los estudiantes.
- Realizar y ejecutar estrategias comunicacionales para dar respuesta a los problemas entre los estudiantes
- Realizar estrategias para mejorar los problemas comunicacionales entre estudiantes y maestros.
- Realizar talleres en donde se les permita a los estudiantes hacer sugerencia para mejorar sus vías comunicacionales.
- Ejecutar talleres o grupos focales con los estudiantes, en donde puedan tener iniciativa de mejorar sus flujos comunicacionales, ya sean con sus maestros o entre ellos mismos y así poder tener una buena proyección.
- Implementar más convenios con más universidades, con el propósito de que los estudiantes tengan más amplitud en sus conocimientos, y sus vías comunicacionales.
- La ausencia de tecnología en los estudiantes es evidente, por lo tanto, se recomienda que impulsen proyectos para proponerlos al MINED y de esta forma solicitar más apoyo al colegio con equipos tecnológico que ayudarían al desarrollo educativo de los estudiantes.
- Se recomienda que realicen invitaciones o llamado a los medios de comunicación cada vez que el colegio tenga algún acontecimiento importante, para que el colegio se dé a conocer por su talento y su buen proceder.



Estrategia para padres de familia

- Se recomienda hacer uso de la red social WhatsApp para llamar directamente a los padres de familia cada vez que se requiera de su presencia.
- Es necesario implementar y ejecutar nuevas, mejoradas vías de comunicación, para poder informar directa y eficaz mente a los padres de familia
- se recomienda hacer uso de la red social Facebook para que publiquen continuamente de cualquier novedad o información importante, para que el padre busque y tengan la oportunidad de estar informado, si es que no pueden asistir al colegio.
- En necesaria la contratación de una recepcionista o de una secretaria que este pendiente de la atención que se le debe brindar a los padres de familia o cualquier persona que necesite alguna información.
- Es necesario que los maestros ejecuten planes o procesos de mejoramiento a través de las redes sociales, llamadas o mensajes de texto con los padres de familia para que así puedan mejorar el rendimiento académico de sus hijos.
- En el colegio es necesario adquirir buenos equipos para transmitir información, así que por eso se propone, que se realicen grupos focales con los padres, para plantear en conjunto las necesidades del colegio y de esta forma mejorarlas.
- Es necesario que pinten el nombre del colegio en el portón en letra grande, para que los padres y demás población vean y sepan el nombre del colegio.
- Es necesario plantearles a los padres que deben hacer uso del buzón de quejas y sugerencias, porque de esta forma estarían contribuyendo al mejoramiento de las vías comunicacionales.



Conclusión

A lo largo de la presente investigación se logró observar, que en el colegio Público del poder ciudadano Guardabarranco, posee una comunicación interna buena, puesto que los docentes, tiene un ambiente laboral agradable, asimismo el compañerismo entre estos, es evidente, del mismo modo, la comunicación entre la dirección administrativa y los maestros es rápida y el mensaje enviado, por el sub-director, es bien recibido por los maestros del centro de estudio, el diagnóstico de comunicación, mediante su realización, pretende con sus estrategias, fortalecer a la institución de nuevas formas de comunicación estos con el objetivo de facilitar y dar nuevas vías de información entre dirección y docentes, teniendo como ayuda a la tecnología y las plataformas sociales, como Facebook, WhatsApp, Messenger y otras opciones de agilizar, el paso de la comunicación interna del instituto Guardabarranco.

Se determinó que el Colegio Guardabarranco goza de buenas instalaciones que dan confort a los docentes y alumnos, estos para la buena y saludable educación, también el nivel educativo que conservan los profesores, hace que su imagen e identidad, sea superior a otras instituciones educativas, los maestros tienen continuos encuentros en donde, se les permite



dar puntos de vista y del mismo modo emitir opiniones, de cambios que debe de hacer el centro educativo. Es claro que el colegio tiene una comunicación interna aceptable y que puede fortalecerse, con las prácticas de las estrategias plantea en el diagnóstico.

Cabe destacar que su comunicación externa es buena, puesto que los padres de familia y alumnos, así lo estipularon en los datos obtenidos, estos se mantienen informados de las actividades que se realizan en el centro educativo, por medio de los maestros y de las vías comunicacionales que el instituto tiene, pero que no son suficientes, para dar respuesta a las inquietudes no solo, de los padres, sino de la población que puede estar interesada de las noticias referentes al colegio. Es importante mencionar que las vías de comunicación, existentes, son muy pocas y es de vital importancia, poner en práctica las estrategias de comunicación, que se les plantea en esta investigación.

Finalmente, la comunicación institucional del colegio público del poder ciudadano a nivel interno y externo, es aceptable, porque la información que se circula a nivel general, es comprendida, tanto por los docentes, padres de familia y alumnos del mismo centro de estudios, con el trabajo de comunicación realizado se mejorara, la comunicación del colegio, y del mismo, modo la imagen e identidad del mismo, será reconocido por la sociedad, las estrategias tienen el propósito de promover a nuevos flujos comunicacionales del colegio. Cabe señalar que la dirección administrativa, es quien tiene el poder de activar, las prácticas de las antes mencionadas estrategias.



Referencias

- Aranes Usandizaga, J. (2017). *La comunicación institucional de la administración pública. (1 ed.)*. Recuperado de <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer01-13-aran.es.pdf>
- Balarezo Toro, B. (2014). *La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive. (1 ed.)* Ambato – Ecuador. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/338689721/Tesis-Desarrollo-Organizacional-y-Comunicacion-Interna-en-Universidades-Privadas>
- Carlos (2007). *Manual de Comunicación. (2 ed.)* Madrid. Recuperado de <http://www.galeon.com/anacoello/parte1lib3.pdf>
- Cerda, H. (1991). *Medios, Instrumentos, Técnicas y Métodos en la Recolección de Datos e Información. (7 ed.)* Bogotá. Recuperado de <http://postgrado.una.edu.ve/metodologia2/paginas/cerda7.pdf>
- Costa, J. (2013). *Comunicación interna y Comunicación Corporativa.(3ed.)* Lima. Recuperado de <http://www.reddircom.org/pdfs/Revista%20Imagen%20y%20Comunicacion%20N39.pdf>



- García, M., & Ruiz, H. (2016). *Estrategia de Comunicación para el Colegio Público Cristóbal Rugama, del departamento de Masaya. (1 ed.)* Managua.
- Grajales G. (2000). *Tipos de Investigación. (1 ed.)* Recuperado de <http://tgrajales.net/investipos.pdf>
- Luengo, J. (2004). *La educación como objeto de conocimiento. El concepto de educación. (1 ed.)* Madrid. Recuperado de <http://avancelastablas.es/psicologos-educacion/wp-content/uploads/2016/12/1-EducacionConcepto.pdf&>
- Morales, F. (2001). *La comunicación interna. Herramienta Estratégica de gestión para las empresas. (1 ed.)* Barcelona. Recuperado de <http://www.reddircom.org/textos/f-serrano.pdf>
- Satz, M. (2009). *Manual de Comunicación. (1 ed.)*. Recuperado de <http://bvhumanidades.usac.edu.gt/items/show/3719>



ANEXOS

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua

UNAN, Managua



Estimado(a) somos estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN- Managua, actualmente estamos cursando la modalidad de Seminario de graduación, la cual tiene como finalidad realizar un diagnóstico de comunicación enfocado en las necesidades de comunicación interna y externa del colegio público del poder ciudadano Guardabarranco de Managua.



A continuación, se presentan una serie de preguntas relevantes en este sentido, para que usted valore con la mayor objetividad posible marcando con una equis (X) la respuesta que mejor represente su opinión.

Edad: a) 10 a 12 _____ b) 13 a 15 _____ c) 16 a 18 _____ d) 18 a 20 _____

Sexo: a) femenino _____ b) Masculino _____

Barrio: _____

ITEM	SI	NO
1. ¿Conoces si existe alguna unidad de comunicación que informe, divulgue y haga coberturas de las actividades que realiza el colegio Guardabarranco?		
2. ¿Considera que existe una buena coordinación entre la dirección y los docentes?		
3. ¿Conoce usted acerca de alguna red social que use el colegio público del poder ciudadano Guardabarranco?		
4. ¿En el centro educativo Guardabarranco existen medios que informen sobre las actividades generales que acontecen en el colegio?		
5. ¿Conoce convenios que tiene el colegio Guardabarranco con otras instituciones?		
6. ¿Sabe a dónde debe dirigirse usted en caso de que necesite alguna información relacionada a sus actividades o tramites como estudiante?		
7. ¿Considera que los medios de comunicación que se emplean en la institución son los más adecuados para comunicarse con los estudiantes?		
8. ¿Si se toma una decisión a nivel interno, les comunican a los estudiantes?		
9. ¿Sabe usted quién se encarga de la comunicación, difusión, divulgación e información del colegio?		
10. ¿considera que es necesario fortalecer el manejo de la información en el colegio Guardabarranco?		
11. ¿Sabe usted si el colegio cuenta con una estrategia para enfrentar una crisis comunicacional?		



12. ¿Cuál de las siguientes redes sociales es la que conoce que usa el colegio Guardabarranco?

a) Facebook___ b) Twitter___ c) WhatsApp___ d) Instagram___

13. ¿Cuánto le interesa mantenerse informado de las actividades generales del colegio?

a) Mucho__ b) poco___ c) nada___

14. ¿A través de qué medios se informa sobre las actividades del colegio?

a) Revista impresa ___ b) Revista digital ___ c) a través de los maestros ___ d) boletín informativo___ e) brossure___ f) afiches ___ g) Página Web___ h) murales___ i) redes sociales___

15. ¿Cómo valoras la información que recibes a través de ese medio?

a) Excelente ___ b) buena___ c) regular___ d) mala___ e) muy mala

16. ¿Cómo cataloga usted el flujo comunicacional dentro del colegio Guardabarranco?

a) Excelente ___ b) bueno___ c) regular___ d) Malo___ e) muy malo___

17. ¿Qué grado de desinformación existe sobre las medidas que se toman en el colegio?

a) Alto grado___ b) mínimo grado___ c) bajo grado___

18. ¿Qué papel considera que ocupa la tecnología en el proceso comunicativo del colegio?

a) Factor de progreso___ b) Factor de atraso___ c) dinámica y equilibrio___

19. ¿Cómo es la comunicación que tiene con los maestros del colegio?

a) Excelente___ b) Buena___ c) Regular___ d) mala___ e) muy mala___

20. ¿Cómo valora la coordinación que hay entre dirección y maestros del colegio Guardabarranco?

a) Excelente ___ b) Buena ___ c) Regular___ d) mala___ e) muy mala___

21. ¿Cuándo usted se informa de asuntos internos del colegio Guardabarranco a través de la vía informal del rumor ¿La información que recibe generalmente es?



a) Positiva___ b) negativa_____

22. ¿Cuándo tiene contacto directo con las autoridades superiores del colegio?

a) Siempre___ b) casi siempre___ c) algunas veces___ d) casi nunca___ e) nunca___

23. ¿Usted tiene la oportunidad de hacer sugerencias, comentarios o reclamos a las autoridades superiores del colegio?

a) Siempre___ b) casi siempre___ c) Algunas veces___ e) casi nunca___ f) nunca___

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua

UNAN, Managua



Estimado(a) somos estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN- Managua, actualmente estamos cursando la modalidad de Seminario de graduación, la cual tiene como finalidad realizar un diagnóstico de comunicación enfocado en las necesidades de comunicación interna y externa del colegio público del poder ciudadano Guardabarranco de Managua.



A continuación, se presentan una serie de preguntas relevantes en este sentido, para que usted valore con la mayor objetividad posible marcando con una equis (X) la respuesta que mejor represente su opinión.

Edad _____ Sexo _____

Edad: a) 25 a 35 años _____ b) 35 a 45 años _____ c) 45 a 55 años _____

	SI	NO
<u>Marque con una X su opción u opciones seleccionada (s)</u>		
1) ¿Cuándo recibe un mensaje de comunicación interna ¿Identifica claramente quién se lo envía?		
2) ¿Existe una buena comunicación con sus compañeros de trabajo?		
3) ¿Sabe usted si el colegio cuenta con una estrategia para enfrentar una crisis comunicacional?		
4) ¿Piensa que debe de existir otras formas de comunicación interna en el centro público del poder ciudadano Guardabarranco?		
5) ¿Considera que tiene un encargado con el cual puede establecer cualquier tipo de diálogo?		
6) ¿Considera que tiene un jefe/a con la cual puede establecer cualquier tipo de diálogo?		

7) ¿A

través de qué medios se informa o difunde las actividades académicas, culturales, y deportivas del colegio Guardabarranco?

a) cartas _____ b) circulares _____ c) memorando _____ d) murales _____ e) correo electrónico _____

8) ¿Recibe información sobre eventos y actividades que se desarrollan en el colegio Guardabarranco?

a) siempre _____ b) algunas veces _____ d) nunca _____

9) ¿Cuál es el medio de comunicación que usted prefiere para enviar información a sus compañeros de trabajo?

a) cartas _____ b) circulares _____ c) memorando _____ d) correo electrónico _____

10) ¿Cuál considera que es el medio más eficaz para recibir información sobre los asuntos internos del colegio?

a) circulares _____ b) memorando _____ c) murales _____ d) reuniones _____



11) ¿Usted tiene la oportunidad de hacer sugerencias, comentarios o reclamos a las autoridades superiores de la institución?

a) Siempre _____ b) Algunas veces _____ c) nunca _____

12) ¿Cómo considera usted la comunicación interna de los medios de comunicación de la Institución?

a) Excelente _____ b) Buena _____ c) Regular _____ d) Mala _____

13) ¿Qué medios de comunicación debería implementar el colegio, para mejorar la comunicación interna?

a) Correo electrónico _____ c) WhatsApp _____ d) Facebook _____

14) ¿Según usted qué tipo de comunicación interna existe en el colegio?

a) Ascendente _____ b) descendente _____ c) horizontal _____ d) cruzada _____

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua

UNAN, Managua



Estimado(a) somos estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN- Managua, actualmente estamos cursando la modalidad de Seminario de graduación, la cual tiene como finalidad realizar un diagnóstico de comunicación enfocado en las necesidades de comunicación interna y externa del colegio público del poder ciudadano Guardabarranco de Managua.



A continuación, se presentan una serie de preguntas relevantes en este sentido, para que usted valore con la mayor objetividad posible marcando con una equis (X) la respuesta que mejor represente su opinión.

Sexo: a) femenino_____ b) Masculino_____

Barrio: _____

ITEM	SI	NO
1. ¿En el colegio Guardabarranco se atienden las inquietudes que usted tiene acerca del centro de estudio?		
2. ¿Conoce usted acerca de alguna red social que use el colegio público del poder ciudadano Guardabarranco?		
3. ¿Conoces si existe alguna unidad de comunicación que informe, divulgue y haga coberturas de las actividades que realiza el colegio Guardabarranco?		
4. ¿Existe un buzón de quejas y sugerencias en el colegio?		
5. ¿Sabe usted quién se encarga de la comunicación, difusión, divulgación e información del colegio?		
6. ¿Conoce convenios que tiene el colegio Guardabarranco con otras instituciones?		

7. ¿Cuál de las siguientes redes sociales es la que conoce que usa el colegio Guardabarranco?

a) Facebook_____ b) Twitter_____ c) WhatsApp_____ d) Instagram_____

8. ¿Cuánto le interesa mantenerse informado de las actividades generales que acontecen en el colegio Guardabarranco?

a) Mucho__ b) poco__ c) nada__

9. ¿A través de qué medios se informa de las actividades generales que acontecen en el colegio?

a) Revista impresa _____ b) Revista digital _____ c) boletín _____ d) brossure _____ e) afiches __ f) Página Web _____ g) murales _____ h) redes sociales _____ i) reuniones _____



10. ¿Cómo valora la información que recibe a través de ese medio?

- a) excelente ____ b) buena ____ c) regular ____ d) mala ____ e) muy mala

11. ¿A través de qué medio de comunicación cree más oportuno y eficiente para recibir información?

- a) Revista impresa ____ b) Revista digital ____ c) boletín ____ d) brosure ____ e) afiches ____ f) Página Web ____ g) murales ____ h) redes sociales ____ i) reuniones ____

12. ¿Con que frecuencia le informan de las actividades que se realizan en el colegio?

- a) Siempre ____ b) casi siempre ____ c) a veces ____ d) ocasionalmente ____ e) nunca ____

13. ¿Cómo es la atención que se le brinda en el colegio Guardabarranco cuando llega a solicitar información?

- a) Excelente ____ b) Buena ____ d) mala ____ e) muy mala ____

14. ¿Qué imagen tiene del colegio?

- a) excelente ____ b) buena ____ d) mala ____ e) muy mala ____

15. ¿Qué tan necesaria ve la realización de alianzas y convenios con otras instituciones?

- a) Necesaria ____ b) muy necesaria ____ c) innecesaria ____

La entrevista al subdirector Wilfredo Urías.

La entrevista se le realizará al director del colegio público del poder ciudadano Guardabarranco, mediante el encuentro se obtendrá información valiosa, para el diagnóstico de comunicación del centro educativo.

Mediante esta etapa se pretende crear un clima de confianza con el director del colegio, de esta manera que los datos obtenidos ayuden con los objetivos se han planteado en las estrategias de comunicación. Se realizarán visitas previas a la institución para determinar fecha y hora de la entrevista, así como conocer detalles que faciliten la familiarización del entrevistado con el equipo de trabajo y el cuestionario.

Preguntas:

- 1) ¿Con que otras instituciones tiene vínculos comunicacionales el colegio?



- 2) ¿Con qué medios de difusión/ comunicación cuenta para emitir / divulgar una información?
- 3) ¿Cuáles son las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del colegio?
- 4) ¿Cómo se da la comunicación interna del colegio?
- 5) ¿A través de quién recibe la información relacionada de su trabajo?
- 6) ¿Cuál es la importancia que usted otorga al proceso de comunicación dentro de la institución?
- 7) ¿Cuál es el medio de comunicación que usted prefiere para enviar información a sus compañeros de trabajo?
- 8) ¿Cuál considera que es el medio más eficaz para recibir información sobre los asuntos internos de la institución?
- 9) ¿Qué medios de comunicación debería implementar la institución para mejorar la comunicación interna?
- 10) ¿Cómo es la relación de comunicación con las instancias superiores?
- 11) ¿De qué manera establece contacto directo con las autoridades superiores de la institución?
- 12) ¿Qué clase de actividades le gustaría que realizara la institución para la integración de todos los docentes?
- 13) ¿Qué tan identificado se siente usted con la misión, visión y valores de la institución?
- 14) ¿Qué aportes daría usted para mejorar el flujo de comunicación del colegio?



Fotografías del colegio público del poder ciudadano Guardabarranco



Insignia del colegio Guardabarranco



Portón del Colegio Guardabarranco



Único letrero que tiene el nombre del colegio



Aulas de clase



Uno de los murales del centro educativo







Máquinas para clases de computación





Sub-director del colegio Guardabarranco.



Tarima donde hacen los actos culturales.



Cuerpo de docentes del colegio.



Servicios higiénicos del colegio.

